

AVANCER ENSEMBLE

quand le monde change

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020



**BNP PARIBAS
CARDIF**

L'assureur
d'un monde
qui change

« Nous sommes un assureur de personnes, notre vocation est d'être utile à nos clients et à nos partenaires partout dans le monde, et de les accompagner notamment dans les moments difficiles. »

2020 restera marquée par la crise liée à la Covid-19, qui aura durement frappé nos vies personnelles, notre société et notre économie. Ce que je retiens de cette année si particulière, c'est que nous nous sommes adaptés à l'incertitude permanente. Nous l'avons même intégrée comme mode de fonctionnement habituel. Nous avons répondu présents pour accompagner nos clients et aider nos partenaires à rebondir. Notre mobilisation a été intense pour continuer à apporter à nos partenaires le service que nous leur devons. Nous avons mis tout en œuvre pour protéger nos collaborateurs, qui ont assuré, avec énergie et détermination, la continuité de nos activités.

Nous avons pris des mesures inédites pour accompagner nos clients

La crise sanitaire a généré un afflux important de demandes clients, notamment du fait de la surmortalité et de l'augmentation du chômage qu'elle a provoquées. Nous y avons fait face, avec réactivité et pragmatisme. En innovant, pour répondre aux nouveaux besoins de nos assurés. En simplifiant les démarches de nos clients dans la plupart des pays où nous sommes présents, par la réduction du nombre de justificatifs demandés en cas de sinistres et la simplification du processus médical, notamment en assurance emprunteur. Nous avons pris des dispositions exceptionnelles dans le monde entier, parmi lesquelles la suppression de l'exclusion pandémie pour les particuliers. Nous avons aussi proposé de nouveaux services adaptés à la situation, comme la téléconsultation médicale en France. Grâce à ces mesures, nous avons joué notre rôle d'assureur mais aussi d'amortisseur, en limitant l'impact de la crise sanitaire pour nos assurés.

Nous avons aidé nos partenaires à rebondir

Ce virus change durablement nos façons de travailler et nos modes de collaboration avec nos partenaires. Cette année, nous avons inventé ensemble de nouvelles garanties liées à la crise. Nos équipes en Amérique latine ont réussi à lancer, en plein cœur de la crise, une nouvelle offre décès et santé dans le cadre de notre partenariat avec Scotiabank. Au Japon, notre offre d'assurance emprunteur avec SMTB intègre à présent une garantie chômage, dans un pays jusqu'alors habitué à une situation de quasi-plein emploi. Plusieurs écosystèmes de services utiles ont été créés, notamment en Colombie avec notre partenaire Coursera, où une plateforme « employabilité » gratuite a été mise en place pour nos clients en Amérique latine. Ces différentes initiatives constituent autant de nouveaux leviers pour générer de la valeur pour nos partenaires et leurs clients.

Cette crise a démontré la résilience de notre modèle et la pertinence de notre mission

Notre plan stratégique Cardif Forward a été un facteur clé de notre résistance à la crise. La digitalisation, la diversification de nos activités, la formation de nos collaborateurs aux nouvelles technologies, ont été autant d'atouts nous permettant d'être au rendez-vous lorsque la crise sanitaire a éclaté. Aujourd'hui, nos fondamentaux sont solides et notre modèle diversifié par métier,



Renaud Dumora

Directeur général de BNP Paribas Cardif

géographie et distribution, nous permet d'envisager sereinement l'avenir. Et nous continuons à nous adapter pour rester une entreprise performante dans ce monde hybride, pour continuer à offrir un cadre de travail attractif pour nos collaborateurs et à innover avec nos partenaires. C'est dans ce contexte que nous avons décidé de faire évoluer notre organisation. Je suis très heureux de passer le flambeau à Pauline Leclerc-Glorieux qui deviendra Directrice générale de BNP Paribas Cardif à compter du 19 mai 2021. Dans la continuité de mon rôle actuel, j'assumerai à compter de cette date la fonction de Président de BNP Paribas Cardif, ainsi que celle de Directeur général Adjoint de BNP Paribas, en charge du nouveau pôle Investment & Protection Services. Pauline Leclerc-Glorieux va ainsi préparer et adapter notre entreprise à un contexte marqué par l'accélération des crises, de toutes natures, afin de relever les défis de l'assurance de demain.

En effet, cette crise renforce également la pertinence de notre mission en rappelant la nécessité pour les assureurs d'améliorer la transparence de leurs offres. Rendre l'assurance plus accessible, c'est ce qui nous guide au quotidien et dans nos choix stratégiques. Cette année encore, nous avons déployé de nombreuses initiatives pour rendre l'assurance plus inclusive, plus compréhensible, plus simple, plus facile à souscrire et à utiliser. C'est notre façon d'avoir un impact positif sur la société et c'est ce qui donne du sens à notre métier.

Cette crise a fait naître de nouveaux besoins de protection

L'un des grands enseignements de la crise que nous vivons est que le monde n'a jamais eu autant besoin d'assurance et de protection. Nous allons devoir y répondre. À travers ces quelques pages, vous verrez que nous sommes plus que jamais mobilisés pour jouer un rôle de premier plan dans la reprise et que nous avons les atouts pour inventer ensemble des produits et des services adaptés à ce « Next Normal ». ●



Découvrez une sélection de photographies de nos collaborateurs issues du concours international qui s'est déroulé au mois de décembre 2020.

Spécialiste mondial de l'assurance des personnes, BNP Paribas Cardif joue un rôle clé dans la vie quotidienne de ses clients assurés en leur proposant des produits et des services qui leur permettent de réaliser leurs projets, tout en se prémunissant contre les aléas de la vie.

N°1 mondial en assurance des emprunteurs

8 000
COLLABORATEURS

33
PAYS

500 partenaires (banques, sociétés de crédit, constructeurs automobiles, opérateurs télécom, conseillers en gestion de patrimoine...)

264
MILLIARDS D'EUROS D'ACTIFS GÉRÉS

#ESPRICTCARDIF
EXPERT
ENTREPRENEUR
EMPATHIQUE
ÉTHIQUE

24,8 MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

1,4 milliard d'euros
de résultat net avant impôt

Brésil, Pérou, Turquie, Ukraine, pays nordiques : suppression de l'exclusion pandémie

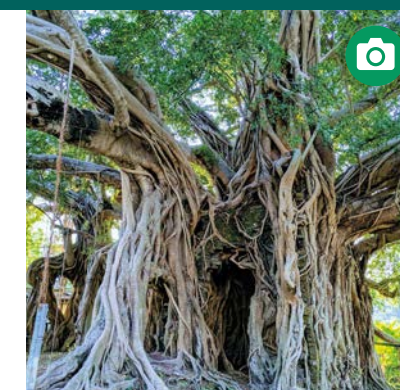
EN SAVOIR + P8



Japon : la garantie chômage incluse dans notre contrat d'assurance emprunteur

LIRE L'INTERVIEW P.11

Finance durable : 11,5 milliards d'euros d'investissements à impact positif d'ici 2024



EN SAVOIR + P.29

Skill up : former nos collaborateurs aux métiers de demain

EN SAVOIR + P.22



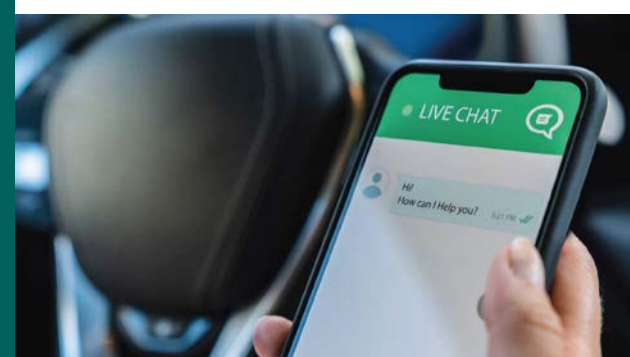
Le Cardif Lab', un accélérateur de la transformation de l'entreprise

EN SAVOIR + P.24



Accélération de la digitalisation de l'expérience client : chatbot, gamification, appli et Intelligence Artificielle

EN SAVOIR + P.15



Amérique Latine : un nouvel écosystème « employabilité » pour lutter contre le chômage.

EN SAVOIR + P.10



Économie circulaire : les applications Easicare et Smarty+ pour favoriser le développement du marché de l'occasion

EN SAVOIR + P.28





AVANCER ENSEMBLE QUAND L'IMPENSABLE SE PRODUIT

Face à ce contexte inédit de pandémie qui touche le monde entier, nos 8 000 collaborateurs se sont mobilisés pour faciliter les démarches de nos clients et de nos partenaires, et les accompagner grâce à une série de mesures exceptionnelles. Nous nous sommes également engagés auprès de tous ceux qui ont été particulièrement touchés par cette crise sanitaire en participant à des initiatives solidaires pour soutenir les entreprises et les populations les plus exposées.

PROTÉGER ET SOUTENIR

Une crise sans précédent nécessite des réponses fortes et adaptées. Spécialiste de l'assurance des personnes et leader mondial en assurance emprunteur, nous nous sommes positionnés aux côtés de nos parties prenantes pour les aider à surmonter cette crise sanitaire et leur permettre d'envisager sereinement l'avenir. 320 millions d'euros ont ainsi été consacrés à l'accompagnement, partout dans le monde, de nos partenaires distributeurs et de leurs clients.

PROTÉGER NOS COLLABORATEURS

S'adapter. C'est le mot d'ordre suivi à la lettre par les équipes de BNP Paribas Cardif pour faire face à cette situation sans précédent. BNP Paribas Cardif s'est ainsi engagé à maintenir l'emploi, sans aucun recours au chômage partiel dans ses 33 pays. Le travail à distance, en France et partout dans le monde, s'est déployé à grande échelle. Ainsi, depuis le mois d'avril, près de 98% des collaborateurs en France et 92% des collaborateurs à l'international (hors Asie) ont pu travailler à distance, et ce pendant toute la crise sanitaire. Et parce que la santé de nos collaborateurs est primordiale, nous avons mis en place des mesures afin de faciliter le retour sur site des équipes, tout au long de la crise sanitaire. Enfin, BNP Paribas Cardif a également œuvré au bien-être de ses équipes en mettant en place du soutien psychologique, des formations à distance ou encore des cours de fitness en ligne et des ateliers de méditation.



LA SOLIDARITÉ POUR SOUTENIR LES ENTREPRISES ET LES PERSONNES LES PLUS EXPOSÉES À LA CRISE SANITAIRE

BNP Paribas Cardif s'est mobilisé auprès des pouvoirs publics pour soutenir les entreprises françaises, en déployant 100 millions d'euros dans le cadre du programme d'investissement qui s'adresse aux ETI, PME et au secteur de la santé, et en participant au fonds de solidarité mis en place par les pouvoirs publics pour venir en aide aux TPE et aux PME à hauteur de 16 millions d'euros.

Nous avons encouragé nos collaborateurs à se mobiliser à travers le fonds « Urgence & Développement » du groupe BNP Paribas, qui permet de soutenir un programme mondial d'ONG humanitaires, et à participer à des actions de volontariat au bénéfice d'associations mobilisées face à la crise via le programme 1MillionHours2Help. Enfin, nous nous sommes également associés à l'université de Paris-Nanterre afin de venir en aide aux étudiants de l'université qui rencontrent des difficultés liées au confinement. Concrètement ? Un don de 100 ordinateurs portables, accompagné d'un fonds doté de 50 000 euros en faveur des étudiants dont le stage rémunéré a été suspendu.

La solidarité s'est également matérialisée dans notre relation avec nos partenaires. Nous avons aidé matériellement Bank of Beijing, notre partenaire en Chine, dès le début de la crise en Asie. De façon réciproque, Bank of Beijing a ensuite fait un don de 10 000 masques à nos équipes italiennes au moment où la situation dans ce pays était la plus critique.



UNE AMÉLIORATION DE L'OFFRE SANTÉ RÉALISÉE EN UN TEMPS RECORD !

L'Italie a été l'un des premiers pays d'Europe à faire face à la pandémie. Les équipes de BNP Paribas Cardif ont rapidement réagi pour proposer des garanties et des services utiles aux assurés. Avec son partenaire BNL, BNP Paribas Cardif a intégré gratuitement deux garanties supplémentaires dans son contrat santé UNICA. Ces garanties ont été étendues aux personnes testées positives au virus et hospitalisées ou tenues d'observer une quarantaine à domicile. De nouveaux services ont également été intégrés dans ce produit, notamment un chatbot pour fournir aux assurés des indications géolocalisées telles que les numéros d'urgence et l'emplacement d'unités médicales locales, ainsi que des conseils et des précisions sur leurs garanties. Un portail de téléconsultation a également été testé durant le confinement, afin de proposer aux salariés des consultations de médecine généraliste et des rendez-vous avec des médecins spécialistes en ligne. Prochaine étape : l'étendre aux assurés.



Taking Care, des garanties étendues en cas d'imprévu lié à la Covid-19

Contraints de rester avec les enfants à la maison en raison de la Covid-19 ? Les équipes de BNP Paribas Cardif en République tchèque se sont adaptées à ces nouveaux besoins en intégrant une nouvelle garantie dans le contrat d'assurance emprunteur Taking Care. À l'origine, cette offre avait pour objectif d'aider nos clients assurés à compenser une perte de revenus dans le cas où ils devaient s'occuper d'un membre de leur famille malade ou blessé.

Les besoins ont évolué avec la Covid-19. En République tchèque comme dans beaucoup

d'autres pays, les enfants n'étaient pas autorisés à aller à l'école et devaient rester à la maison pour limiter la propagation du virus. Les parents ayant souscrit cette assurance bénéficient d'une prise en charge de leurs prêts bancaires s'ils doivent rester à la maison pour garder leurs enfants du fait du contexte sanitaire.

Conscients de l'ampleur de la crise, nous nous engageons à faciliter la vie de chacun avec cette extension de garantie, unique sur le marché. Des centaines de familles ont déjà bénéficié de cette innovation.



200 millions d'euros
mobilisés pour accompagner
au quotidien les clients partout
dans le monde, dont 40 millions
dans le cadre de mesures
extra-contractuelles



20 millions d'euros
dédiés à des initiatives
solidaires dont 16 millions dans
le fonds de solidarité mis en
place par les pouvoirs publics
en France



100 millions d'euros
dans le programme
d'investissement pour aider
les ETI, PME et le secteur
de la santé en France

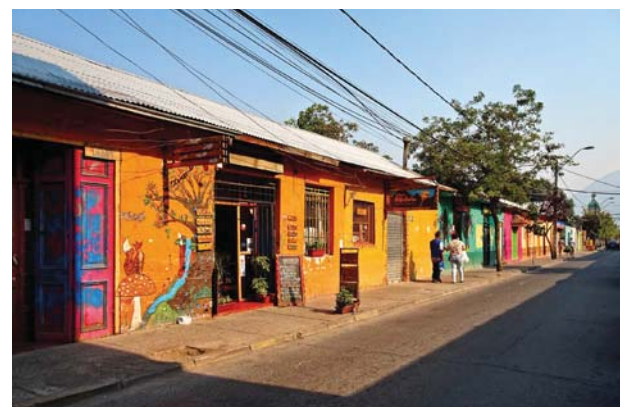
BRÉSIL, PÉROU, TURQUIE, UKRAINE, PAYS NORDIQUES SUPPRESSION DE L'EXCLUSION PANDÉMIE

La levée de l'exclusion pandémie, décidée par le Brésil, le Pérou, la Turquie, l'Ukraine ou encore les pays nordiques, est loin d'être anodine. Une mesure qui impacte fortement la vie de nos assurés, principalement des particuliers ayant souscrits à une assurance emprunteur. Dans le cadre de cette initiative, nous nous engageons à prendre en charge des sinistres comme par exemple le décès, l'invalidité ou la perte d'emploi, qui ne sont habituellement pas couverts par les conditions générales de nos contrats dans ces pays lorsqu'ils sont touchés par une pandémie. Un engagement fort pour accompagner nos clients dans les moments difficiles.

FRANCE VERS UNE GESTION SIMPLIFIÉE ET BIENVEILLANTE

En France pendant le confinement, nous avons réduit, dans la plupart des cas, le nombre de documents demandés en cas de sinistres, pour accélérer leur règlement. Nous avons également simplifié le processus médical pour permettre aux futurs assurés de réaliser leur projet malgré le confinement. À titre d'exemple, pour les adhésions en assurance emprunteur et les indemnisations de sinistres, il est demandé aux clients de ne pas se rendre chez le médecin pour remplir les formalités ou les questionnaires médicaux. L'assuré doit simplement remplir le plus précisément possible les questionnaires en

ligne et fournir les documents médicaux en sa possession. Par ailleurs, afin d'améliorer l'accès aux soins pour ses assurés, BNP Paribas Cardif propose un nouveau service de téléconsultation, sans frais supplémentaire, pour ses assurés détenteurs d'un contrat de complémentaire santé BNP Paribas. L'occasion d'avoir accès à des médecins généralistes et spécialistes sans rendez-vous, par téléphone ou vidéo, 24h/24 et 7j/7. Résultat : le Net Promoter Score, l'indicateur qui mesure la satisfaction client, est en constante augmentation sur la période de la crise : +7 points entre février et août 2020.



CHILI AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT GRÂCE À LA DIGITALISATION DES SINISTRES

Pendant le confinement, la digitalisation des sinistres est vite devenue une nécessité au Chili pour maintenir la continuité de service à l'égard de nos assurés. Les équipes se sont mobilisées pour que nos clients puissent déclarer leurs sinistres en ligne, suivre l'avancée de leur demande et recevoir rapidement leur indemnisation. Nous avons également mis en place un process utilisant l'intelligence artificielle, qui permet de prendre une décision de paiement immédiatement pour 50% des sinistres. Ce projet a été rendu possible grâce à une étroite collaboration avec nos partenaires. 250 000 sinistres ont ainsi pu être traités cette année dans ce contexte inédit. Ce projet a permis d'améliorer l'expérience client sur le long terme.



REBONDIR

Fortement impactés économiquement par la pandémie, nos partenaires ont un besoin évident de soutien pour permettre le maintien de leur activité. BNP Paribas Cardif a innové afin de les aider à rebondir et leur permettre de proposer des offres inédites et des services adaptés à la situation des assurés.

EUROPE L'ASSURANCE PERTE D'EMPLOI INTÉGRÉE DANS NOTRE OFFRE POUR VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES

Dans plusieurs pays européens (Allemagne, Italie, Espagne, République tchèque, Pologne...), nous avons permis à notre partenaire Volkswagen Financial Services d'offrir gratuitement une assurance perte d'emploi pour tous les clients achetant un véhicule neuf ou d'occasion à crédit. Cette assurance garantit la prise en charge des échéances de prêt en cas de période de chômage provoqué par une perte d'emploi involontaire, comme un licenciement ou une cessation d'activité. Cette innovation permet aux clients d'acquiescer leur véhicule et de faire face sereinement aux imprévus.

80 000
contrats ont déjà été conclus
en Allemagne depuis le lancement
de cette nouvelle offre.

AMÉRIQUE LATINE DE NOUVELLES OFFRES ADAPTÉES AU CONTEXTE SANITAIRE

S'adapter au contexte local en temps de pandémie. C'est le défi que se sont lancés les équipes de BNP Paribas Cardif au Mexique qui ont conçu, en quelques mois, de nouveaux produits santé et décès, adossés à un écosystème de services pour répondre aux besoins des clients de Scotiabank. L'offre **Desde Casa** permet aux clients souscrivant une assurance santé ou une assurance décès d'avoir accès à une palette de services élargie. Concrètement, BNP Paribas Cardif connecte différents acteurs de la santé au sein d'une plateforme digitale pour proposer des services utiles en temps de crise sanitaire (soin à domicile, réduction sur l'achat de médicaments, pré-diagnostic médical basé sur l'intelligence artificielle, blog s'appuyant sur les conseils de professionnels de santé...). Un succès immédiat car l'assurance décès adossée à un écosystème de services a été adaptée et commercialisée dans les autres pays partenaires de Scotiabank en Amérique latine (Pérou, Colombie, Chili) et protège déjà 52 000 clients à ce jour. « La pandémie a fait naître de nouveaux besoins de protection en Amérique latine auxquels nous avons su répondre de façon réactive en construisant de nouvelles solutions avec notre partenaire Scotiabank », explique Julien Hautière-Rey, CEO Scotiabank Alliance chez BNP Paribas Cardif en Amérique latine.





ARGENTINE, BRÉSIL, CHILI, COLOMBIE, MEXIQUE ET PÉROU

UN ÉCOSYSTÈME « EMPLOYABILITÉ » POUR LUTTER CONTRE LE CHÔMAGE AVEC COURSERA

BNP Paribas Cardif repense les pratiques de l'assurance en Amérique latine. Nous nouons des alliances spécifiques qui permettent d'améliorer l'expérience de l'assuré en offrant un écosystème de services lié au contrat souscrit, sans qu'il y ait besoin de déclarer un sinistre pour en profiter. L'un d'entre eux est l'écosystème employabilité, associé à l'assurance chômage.

Proposer de nouveaux services aux assurés pour leur permettre d'anticiper sereinement le futur, c'est le sens du partenariat noué avec Coursera, leader de l'apprentissage en ligne en Amérique latine. Nos clients latino-américains bénéficient, dès leur souscription à notre offre d'assurance chômage, d'un accès aux formations de Coursera via une plateforme BNP Paribas Cardif. Car un client qui perd son emploi a besoin d'être indemnisé, bien entendu, mais il a aussi besoin d'être accompagné dans sa recherche d'emploi.

Le principe ? Lutter contre le chômage en offrant aux assurés l'accès à plus de 1 500 cours dans de nombreux secteurs d'avenir, comme l'analyse des données, l'intelligence artificielle ou encore le développement Web via leur espace client BNP Paribas Cardif. Des formations en langues étrangères et aux outils bureautiques sont également proposées. Les assurés peuvent bénéficier d'un outil d'intelligence artificielle qui permet de sélectionner les emplois correspondant le mieux à leur profil, trouver des conseils pour refaire leur CV ou encore se préparer aux entretiens d'embauche. Une manière d'apporter des solutions concrètes à nos clients afin qu'ils évoluent pour rester en phase avec un marché du travail en plein bouleversement.



«Le client d'aujourd'hui exige plus de valeur ajoutée, de transparence, de simplicité et de rapidité dans les échanges. Nous développons une offre puissante, qui s'appuie sur les données et modèles analytiques, tout en proposant une meilleure expérience client. À travers ce nouvel écosystème, nous apportons de la valeur au client dès la souscription du contrat d'assurance.»

Francisco Valenzuela

Directeur de la zone Amérique latine de BNP Paribas Cardif

JAPON

Kazuhiko Miyamori

« Mieux se protéger pour mieux se projeter en temps de crise »

Directeur des partenariats bancaires chez BNP Paribas Cardif au Japon, ce diplômé de philosophie politique, avec 25 ans d'expérience dans le secteur de l'assurance, évoque l'impact de la crise sanitaire et les solutions apportées localement dans un pays où l'inquiétude des citoyens face au chômage ne cesse d'augmenter.

Quels sont les défis auxquels vous êtes particulièrement confronté au Japon ?

L'emploi au Japon n'a pas, pour l'instant, été aussi lourdement impacté par la crise de la Covid-19 qu'en Europe et aux États-Unis. Néanmoins, nous avons constaté une baisse des revenus des Japonais et des réductions d'effectifs entraînant un chômage dans certaines industries. Ces informations, largement relayées dans les médias, ont contribué à créer un climat d'incertitude dans le pays. Dans ce contexte, notre partenaire stratégique Sumitomo Mitsui Trust Bank (SuMi TRUST) s'est rendu compte que les Japonais se renseignaient de plus en plus sur le chômage sur Internet. Il nous a contactés pour travailler ensemble à la conception d'une nouvelle garantie chômage, intégrée à notre contrat d'assurance emprunteur. Pour bien cerner les besoins des clients, nous avons de nouveau mené une enquête auprès de 2 000 femmes et hommes pour connaître les intentions d'achats immobiliers des Japonais, et l'impact de la Covid-19 sur leurs besoins.

Les résultats nous ont montré que les Japonais étaient de plus en plus préoccupés par leur capacité à rembourser leur prêt immobilier en cas de chômage et de faillite. Nous devons donc répondre à ces nouveaux besoins de protection.

Comment fonctionne cette nouvelle garantie ?

Cette nouvelle garantie chômage est désormais intégrée dans notre contrat d'assurance emprunteur. Chaque nouveau client de SuMi TRUST qui souscrit à cette assurance bénéficie de cette offre. Concrètement, lorsque l'assuré perd involontairement son emploi et que sa situation de chômage dure plus d'un mois, nous prenons en charge le remboursement de son prêt immobilier.

Comment avez-vous travaillé pour lancer cette nouvelle garantie ?

Nous avons échangé avec notre partenaire sur la nécessité de lancer ce produit très rapidement sur le marché pour répondre aux besoins actuels des clients. Nous avons réussi à être réactifs et à lancer cette nouvelle garantie dès novembre 2020 sur le marché japonais.

1994

Il est diplômé en philosophie politique.

2007

Il rejoint BNP Paribas Cardif Japon.

2018

Il prend la direction des partenariats bancaires dont SuMi TRUST.

Quel bilan dressez-vous de ce projet ?

Nous avons réussi à innover dans un contexte difficile en travaillant main dans la main avec notre partenaire SuMi TRUST pour proposer rapidement une offre répondant aux nouveaux besoins de protection des Japonais. BNP Paribas Cardif est aujourd'hui la seule entreprise à proposer une garantie chômage dans son contrat d'assurance emprunteur au Japon. Cette nouvelle offre a été largement souscrite depuis sa commercialisation car elle répondait aux préoccupations actuelles des clients.

Pour conclure, qu'aimez-vous le plus dans votre travail ?

Je suis fier de soutenir les projets de vie des clients dans cette situation difficile. Je vois concrètement l'impact de mon travail sur la vie des gens en les aidant à mieux se protéger pour mieux se projeter dans l'avenir. ●





AVANCER ENSEMBLE POUR RENDRE L'ASSURANCE PLUS ACCESSIBLE

En tant qu'assureur de personnes, nous jouons un rôle primordial dans la vie de chacun. Notre mission, ce qui nous guide au quotidien et dans nos choix stratégiques, est de rendre l'assurance plus accessible. En la rendant plus inclusive, plus simple et plus compréhensible, plus facile à souscrire et à utiliser, nous aidons les particuliers à mieux se protéger pour mieux se projeter. C'est notre manière d'avoir un impact positif sur la société et c'est ce qui donne du sens à notre métier.



PLUS INCLUSIVE

Grâce à notre expertise mondiale en actuariat et en analytics ainsi qu'aux progrès techniques et médicaux, nous permettons l'accès à l'assurance pour les personnes les plus vulnérables de la société.



FRANCE

FACILITER L'ACCÈS AU LOGEMENT DES FRANCILIENS PRÉSENTANT UN RISQUE AGGRAVÉ DE SANTÉ

BNP Paribas Cardif a signé en septembre 2020 une convention avec la Région Île-de-France pour faciliter l'accès au logement des personnes présentant un risque aggravé de santé. Ce dispositif va permettre aux Franciliens primo-accédants, qu'ils soient particuliers ou professionnels, d'acquiescer un logement ou un bail commercial comme n'importe quel autre individu et de supprimer les surprimes qui s'appliquent habituellement lorsqu'ils souscrivent une assurance emprunteur. BNP Paribas Cardif s'engage ainsi à accompagner la Région en informant les bénéficiaires et en prenant en charge la gestion du dispositif sans frais supplémentaires tant pour la Région que pour les clients.



TAÏWAN

Démocratiser l'accès au conseil en assurance-vie

À Taïwan, l'intégration d'algorithmes dans les produits d'épargne nous permet de démocratiser l'accès au conseil en assurance vie. Nous avons lancé un nouveau service qui s'appuie sur un *robot advisor* pour aider nos clients à protéger et optimiser leurs placements en fonction de leur profil et de leur sensibilité au risque. L'algorithme intègre les objectifs du client et met en place une stratégie de placement adaptée. Il émet non seulement des recommandations mais aussi des alertes lorsque l'évolution du portefeuille s'éloigne de cette stratégie. Nous proposons ce service numériquement pour tous nos clients afin de le rendre accessible au plus grand nombre, et partout.

PLUS FACILE À SOUSCRIRE ET À UTILISER

Pour répondre aux besoins d'instantanéité et d'efficacité de nos assurés, nous utilisons la technologie pour améliorer les processus de souscription et de gestion de nos contrats d'assurance.



PAYS-BAS

ACCELERATE : LA PLATEFORME DIGITALE QUI SIMPLIFIE LE PARCOURS CLIENT DANS L'ACHAT D'UN BIEN IMMOBILIER

Aux Pays-Bas, lors de la signature du compromis de vente d'un bien immobilier, l'acquéreur peut choisir de verser le dépôt de garantie à un notaire ou bien de demander une caution pour l'acompte. Grâce à la plateforme *Accelerate*, la caution de dépôt de garantie de BNP Paribas Cardif est désormais automatiquement proposée aux clients au moment le plus opportun de leur processus de souscription à l'assurance emprunteur. Grâce au processus de souscription unique via un portail client sécurisé, la validation finale s'effectue beaucoup plus rapidement. Le parcours client est ainsi simplifié, aussi bien pour le client lui-même que pour les conseillers, sans que cela nécessite une présence physique. Cette solution digitale offre un gain de temps pour les courtiers et une plus grande fiabilité car la mise en place d'un parcours digitalisé évite les sources d'erreurs et sécurise les transactions.



FRANCE

LES SERVICES ET PARCOURS DIGITAUX DE CARDIF IARD DIRECTEMENT INTÉGRÉS DANS LES APPLIS HELLOBANK ET MESCOMPTES BNP PARIBAS

Cardif IARD poursuit la digitalisation de ses services et de ses parcours pour simplifier la vie des assurés, notamment lorsqu'il s'agit de protéger leurs biens en cas de sinistre. Avec ces nouvelles fonctionnalités, les clients peuvent à présent consulter leurs contrats, télécharger des attestations et déclarer un sinistre depuis leurs applications bancaires MesComptes BNP Paribas et HelloBank, où qu'ils soient, 24H/24 et 7J/7. Avec cette interface, les clients peuvent aussi réaliser des devis et effectuer des souscriptions en ligne en seulement quelques clics. Un projet qui permet d'améliorer l'expérience client en la rendant plus simple et plus fluide.

SOUTENIR DES START-UP QUI FAVORISENT L'INCLUSION FINANCIÈRE

BNP Paribas Cardif soutient les entrepreneurs dans la mise en œuvre et le déploiement des solutions d'inclusion financière de demain, via son fonds d'investissements C. Entrepreneurs, géré par Cathay Innovation. Nous accompagnons les start-up dès le démarrage de leur activité avec l'ambition de les aider à construire les conditions de leur croissance.

Dans une démarche d'inclusion financière, BNP Paribas Cardif soutient la start-up *Lana*, présente au Mexique et au Chili. Elle permet aux travailleurs de l'économie collaborative d'avoir accès à un *wallet* (portefeuille) financier afin de recevoir leur salaire en temps réel, payer sans frais les dépenses du quotidien et avoir accès à un crédit.



Igloo, start-up basée à Singapour, est soutenue par C. Entrepreneurs. Elle propose une plateforme technologique spécialisée dans la gestion et la distribution de produits de protection et de micro-assurance auprès des plateformes digitales d'Asie du Sud-Est. Aux Philippines, *Igloo* propose par exemple des produits de protection dédiée aux femmes entrepreneurs.

Autre investissement de C. Entrepreneurs, *Altbank* au Brésil. L'entreprise rend accessible les moyens de paiement digitaux à une partie de la population brésilienne, qui est faiblement ou non bancarisée.



BNP Paribas Cardif soutient, au Brésil, l'application de e-commerce *Facil.ly* qui propose ses produits au plus grand nombre en diminuant les coûts de logistique grâce à des achats groupés entre communautés sur WhatsApp.



RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

CARDIF ONLINE, L'APPLI POUR DÉCLARER FACILEMENT SON SINISTRE

Cardif Online est la première application développée en République tchèque qui propose une digitalisation de la déclaration de sinistres dans le cadre de l'assurance emprunteur. Sa promesse ? Tenir informé le client tout au long du processus de réclamation : de l'enregistrement de sa demande jusqu'au remboursement, sur n'importe quel équipement (ordinateur, téléphone portable...), sans avoir à quitter son domicile. Une solution idéale pour faciliter les démarches de nos clients dans les moments difficiles.

BRÉSIL, COLOMBIE

AVEC CE NOUVEAU CHATBOT, GÉRER SON SINISTRE N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI SIMPLE

Nous avons repensé totalement l'expérience utilisateur pour nos clients en développant au Brésil un chatbot via une application mobile de messagerie instantanée, en complément des modes de communication traditionnels. Ce chatbot permet d'accélérer le traitement des dossiers et la demande d'information sur les contrats. Il améliore ainsi la gestion des sinistres et renforce la qualité de service en permettant aux équipes opérationnelles de se consacrer pleinement aux clients dont les cas sont les plus complexes. Ce parcours digital est proposé pour faire vivre une expérience plus fluide au client et permet ainsi de mieux intégrer le contact humain, pour délivrer un conseil personnalisé aux clients à chaque fois qu'ils le souhaitent.

Au Brésil, plus de 18 700 clients ont pu bénéficier de ce service en 2020 dans le cadre de leur contrat d'assurance emprunteur et plus de 31 000 demandes ont été enregistrées depuis le lancement du chatbot en 2018. En Colombie, l'outil a été enrichi de nouvelles fonctionnalités : il est notamment utilisé pour la gestion des sinistres d'autres types de contrats. À ce jour, il permet de traiter 83 % des demandes. Résultat : une plus grande satisfaction et meilleure expérience client, ainsi qu'un processus plus agile.

83% des sinistres peuvent aujourd'hui être traités grâce au chatbot en Colombie

FRANCE

Digitalisation du parcours : 80% d'accords immédiats

Nous avons simplifié et digitalisé le parcours de souscription à l'assurance emprunteur pour les clients du réseau des agences BNP Paribas en France. En moins de 10 minutes, l'utilisateur complète un questionnaire médical personnalisé. Grâce à cette solution innovante, plus de 80 % des clients obtiennent un accord d'assurance immédiat en ligne. Lorsque des formalités complémentaires sont nécessaires, le client obtient instantanément la liste des éléments médicaux attendus et peut photographier ses justificatifs pour les transmettre électroniquement dans son espace sécurisé.

Le parcours de souscription de Cardif Libertés Emprunteur (CLE), notre contrat distribué par les courtiers et les conseillers en gestion de patrimoine, est également plus simple grâce au déploiement de la signature électronique. En 2020, 9 dossiers d'assurance emprunteur CLE sur 10 ont été signés de façon électronique. Par ailleurs, BNP Paribas Cardif a été récompensé lors des Trophées de l'Assurance 2020 en recevant le Trophée d'argent dans la catégorie Innovation Service pour le passeport Cardif Libertés Emprunteur. Cette innovation permet aux clients d'anticiper leurs démarches d'assurance de prêt. Avant même l'obtention d'un crédit, le client peut ainsi obtenir une proposition d'assurance valable 12 mois, afin d'être serein au moment de la concrétisation de son projet immobilier.



PLUS COMPRÉHENSIBLE



Rendre l'assurance plus accessible, c'est avant tout faire en sorte que nos assurés comprennent clairement les contrats auxquels ils souscrivent. Bien se faire comprendre est un préalable à une expérience client réussie. C'est pourquoi, nous nous engageons à rendre nos produits plus lisibles, plus simples et plus faciles à comprendre pour nos clients et nos partenaires.

LUXEMBOURG

UNE OFFRE DE SERVICES PLUS LISIBLE POUR NOS PARTENAIRES ET LEURS CLIENTS

Depuis novembre, nous avons revu notre façon de communiquer sur nos solutions d'assurance au Luxembourg en développant notamment un microsite Internet dédié au courtage : <https://assurance.cardif.lu/>. Compatible avec les téléphones mobiles et les tablettes, il a pour objectif de présenter de manière claire et synthétique notre nouvelle gamme de solutions, qui couvre de manière unique et innovante l'ensemble des besoins des clients en matière de prévoyance, d'épargne pension et d'investissement. Ce canal permet de remplacer les plaquettes commerciales papier par des brochures complètement numériques accessibles au plus grand nombre. Pour faciliter l'accès au site, un QR Code a été mis à la disposition des courtiers. Quel que soit l'équipement utilisé ou l'endroit où ils se trouvent, ils pourront ainsi partager en toute simplicité ces éléments avec leurs clients lors des rendez-vous « physiques » ou « à distance ».

JAPON

Permettre à nos partenaires de mieux communiquer sur l'assurance emprunteur

Loan Smart Navi est une plateforme en ligne permettant de présenter le concept d'assurance emprunteur, et notre produit de façon pédagogique aux prospects de nos partenaires bancaires. Cet outil, mis en place par BNP Paribas Cardif au Japon, aide le prospect à comprendre plus rapidement et simplement le bénéfice de ces produits d'assurance et leur fonctionnement, notamment via des vidéos d'information. Il aide également les collaborateurs des banques partenaires à accompagner le client pour lui offrir une meilleure expérience utilisateur.

« L'objectif est de vulgariser l'assurance emprunteur et de fournir une solution gagnant-gagnant à nos partenaires et à leurs clients », se félicite Susumu Kakumoto, Responsable Développement Distribution au sein de BNP Paribas Cardif au Japon.

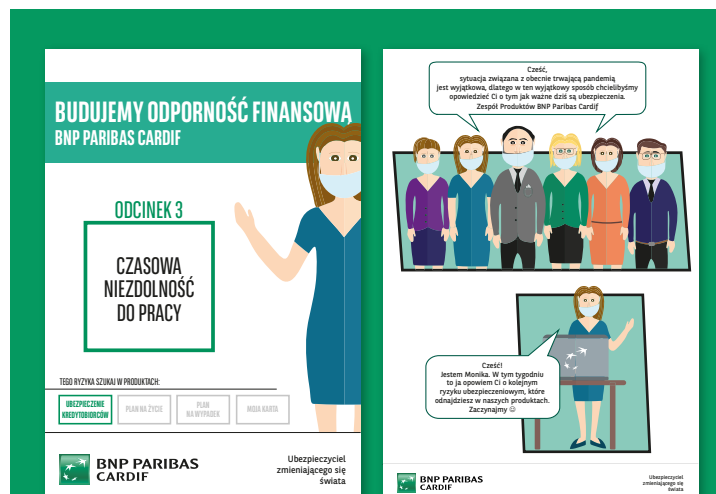




CORÉE Répondre aux questions de nos partenaires 24h/24

Lancé en avril 2020 pour accompagner la croissance rapide de notre réseau d'agents généraux, le chatbot **DDobaghi** – qui signifie en coréen « toujours » et « complètement » – est une vraie révolution.

Sa promesse ? Offrir des réponses rapides à nos partenaires grâce à l'intelligence artificielle, et cela 24h/24 et 7j/7 à travers les applications KakaoTalk et NaverTalkTalk. Pour être au plus proche de nos partenaires, le chatbot est incarné par **DDobaghi**, l'employé virtuel, sympathique et toujours enthousiaste !



POLOGNE INNOVER POUR MIEUX FORMER NOS PARTENAIRES À L'ASSURANCE

L'assurance est parfois perçue comme une matière difficile à appréhender en raison de la complexité des termes utilisés tout au long du parcours client. Cette année, nous avons amélioré la formation assurance de nos partenaires pour la rendre plus compréhensible. 3 000 conseillers bancaires de BNP Paribas ont pu bénéficier de cette refonte. Un effort a été fait sur la pédagogie avec la création de supports qui reprennent les codes de la bande dessinée. Dans les cinq épisodes proposés, les conseillers bancaires sont invités à se mettre à la place des clients qui font face à plusieurs risques du quotidien en période de crise sanitaire. Par ailleurs, les supports de formation ont tous été rédigés dans un langage standard accessible aux personnes possédant un niveau « B1 » selon le cadre européen commun de référence pour les langues. C'est en améliorant le contenu de nos dispositifs de formation que nous pourrions mieux expliquer l'intérêt de nos produits aux clients de nos partenaires pour mieux les protéger.



Hao Lee

« Chercher d'abord à comprendre les besoins des clients pour ensuite être mieux compris »

C'est la devise de ce chef de projet au sein de BNP Paribas Cardif à Taïwan qui vient de terminer la phase de test d'un projet innovant : « Mind the Gap » ou la *gamification* au service d'une meilleure compréhension de l'assurance. Rencontre.



d'assurance qu'il leur faudrait souscrire pour se protéger à hauteur de leur besoin réel.

Pourquoi avoir fait le pari de la *gamification* ?

Les enjeux sont double. Chercher d'abord à comprendre les besoins de nos clients le plus précisément possible pour leur proposer les offres les plus adaptées. Et aussi avoir une communication compréhensible par le plus grand nombre. Parce que nous avons conscience que l'assurance peut être perçue comme difficile à appréhender en raison de la complexité des termes utilisés tout au long du parcours client. Alors nos équipes se sont pleinement mobilisées. Après de nombreuses heures de *brainstorming*, nous avons choisi de tester la *gamification* pour améliorer l'expérience client, un concept encore nouveau dans le secteur de l'assurance. Nous sommes partis du postulat qu'en offrant une expérience divertissante et agréable, l'assureur peut, plus facilement, créer du lien, engager et fidéliser sa cible. Ce projet s'inscrivait également dans notre ADN d'innovation. Nous avons notamment travaillé avec le Cardif Lab' pour mettre au point et tester cette solution.

2000
Il travaille en France pour une plateforme digitale cartographique.

2017
Il s'installe à Taïwan et travaille sur le déploiement du projet Cardif Forward.

2018
Il rejoint BNP Paribas Cardif à Taïwan et lance Mind the Gap.

Pouvez-vous nous parler du projet « Mind the Gap » ?

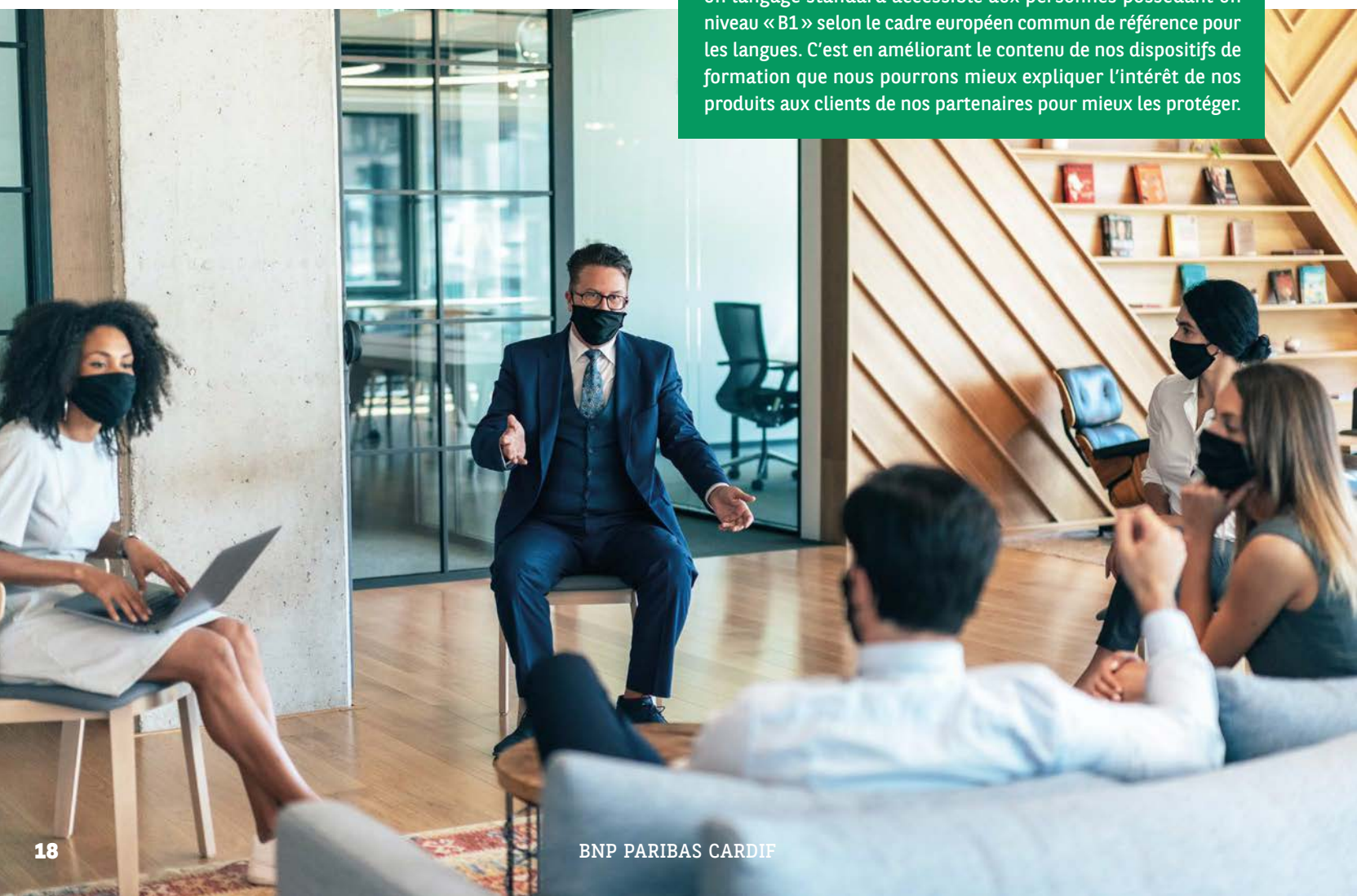
Rendre l'assurance plus accessible et donc plus compréhensible, voici les objectifs que nous avons en ligne de mire en lançant ce projet. D'où la naissance de **Mind the Gap**, une plateforme digitale pour comprendre les besoins des prospects et leur proposer des solutions d'assurance adaptées, que ce soit en épargne ou en protection. Son point différenciant ? La *gamification*, c'est-à-dire le recours à des mécanismes du jeu, pour proposer des suggestions d'assurance sur mesure à notre cible. Concrètement, les prospects sont immergés dans une expérience de jeu qui leur permet de définir leur profil et leurs besoins de protection. Ils peuvent ainsi découvrir, de façon ludique, la solution

À qui s'adresse ce service ?

« Mind the Gap » s'adresse aux femmes et hommes entre 25 et 40 ans, *digital-friendly*, qui recherchent un assureur pour développer leur capital et les accompagner dans leurs projets de vie !

Quelles sont ses perspectives ?

Testée depuis décembre 2019, la plateforme sera lancée à plus grande échelle à Taïwan au premier trimestre 2021, mais il nous reste encore beaucoup de défis à relever ! Si la phase d'industrialisation est un succès, nous pourrions la commercialiser via nos partenaires *pure players* digitaux. ●





AVANCER ENSEMBLE POUR FAÇONNER UN MONDE PLUS DURABLE

Dans un monde bouleversé par des évolutions technologiques, réglementaires, sociétales et environnementales, nous ne cessons d'évoluer pour devenir plus agiles, plus ouverts et à même de nous former en permanence. Avoir un impact positif sur la société et la planète est au cœur de notre métier. Pour y parvenir, nous préparons nos collaborateurs aux métiers de demain et nous nous appuyons sur un modèle unique fondé sur l'innovation et le partenariat. Nous co-créons avec nos 500 partenaires des solutions innovantes au plus proche des besoins de nos assurés pour les rendre acteurs de ce monde durable. Enfin, nous jouons un rôle actif dans le développement de la finance verte en prenant de nouveaux engagements en tant qu'investisseur institutionnel.

Le monde professionnel a connu une vraie mutation au cours des derniers mois. La distance s'est imposée à tous, avec le défi de continuer à créer du lien entre les équipes de façon durable. Travail à distance, évolution du management et des méthodes de travail... il a fallu s'adapter à un nouvel environnement. Un défi stimulant qui nous permet d'être plus agiles aujourd'hui et d'entrevoir de nouvelles perspectives et l'émergence de nouveaux métiers.



ADOPTER DE NOUVELLES COMPÉTENCES ET DE NOUVEAUX MODES DE TRAVAIL

Former nos collaborateurs aux métiers de demain

« Notre capacité à nous transformer repose sur nos collaborateurs et leurs compétences, que nous devons faire évoluer pour faire face aux avancées technologiques et être au rendez-vous du next normal. » explique Christophe Loup, Head of Learning & Development chez BNP Paribas Cardif et qui dirige notamment le programme **Skill up**. Mis en place en 2018, ce programme, mené entre autres en partenariat avec General Assembly, leader mondial spécialisé dans l'évolution des carrières, permet aux collaborateurs de développer leurs compétences actuelles (*upskill*) ou d'en acquérir de nouvelles (*reskill*) pour se préparer aux métiers de demain dans des domaines tels que le digital, la data et l'UX design. Ce programme s'est renforcé depuis la crise sanitaire et s'est adapté au déploiement massif du travail à distance. Tous les contenus ont été rendus accessibles

à distance, que ce soit par le biais de classes virtuelles ou d'e-learning. **Skill up** s'est également internationalisé avec la mise en place de sessions de formation multi-pays en Europe. Au total près de 1 000 collaborateurs ont pu bénéficier de ces formations cette année, soit près de 50% d'audience supplémentaire en un an.

Prochaine étape: la formation des collaborateurs à des compétences plus comportementales (travail en équipe, co-développement...) qui vont devenir de plus en plus importantes dans le cadre des nouveaux modes de travail induits par les évolutions technologiques et la crise sanitaire. Une façon de donner aux collaborateurs les clés pour accéder aux métiers de demain et leur permettre de contribuer activement à la transformation de l'entreprise.



« Notre capacité à nous transformer repose sur nos collaborateurs et leurs compétences, que nous devons faire évoluer pour faire face aux avancées technologiques et être au rendez-vous du *next normal*. »

Christophe Loup, Head of Learning & Development chez BNP Paribas Cardif



STATION FRANCE, LE NOUVEL ESPACE POUR TRAVAILLER AUTREMENT

Permettre de travailler dans des lieux différents pour penser autrement. Se retrouver dans un lieu dédié à l'innovation et au travail collaboratif. C'est à **Station France** que cela se passe. Lieu unique inauguré cette année par BNP Paribas Cardif, il permet aux collaborateurs de l'entreprise porteurs de projets agiles ou souhaitant réfléchir « *out of the box* » d'échanger dans un espace de travail convivial. Station France concentre plusieurs espaces mixant salles de créativité et plateformes agiles, dotées d'équipements qui facilitent le processus d'innovation et les échanges que les participants soient sur site comme à distance. Station France propose également un espace permettant de vivre une expérience client de manière immersive. Un environnement parfait pour tester de nouvelles manières de travailler tout en contribuant à la stratégie de l'entreprise.



LE CARDIF LAB', UN ACCÉLÉRATEUR DE LA TRANSFORMATION DE L'ENTREPRISE

Six ans après l'ouverture du **Cardif Lab'**, le laboratoire dédié à l'expérimentation d'innovations et au prototypage de nouveaux services n'est plus seulement un espace physique. C'est bien plus que cela. Véritable écosystème, il a pris un virage pour accélérer la transformation et le développement de BNP Paribas Cardif. Objectif: « *développer les solutions et les services qui rythmeront notre quotidien en 2025, grâce au travail conjoint que nous entreprenons avec des start-up, nos collaborateurs et nos partenaires* » explique Nathalie Doré, Chief Digital & Acceleration Officer. Une visite virtuelle du **Cardif Lab'** a été créée pendant le confinement pour découvrir cet espace de chez soi. Le visiteur est transporté en 2025 pour y vivre une journée. C'est « *l'occasion de traiter de différentes tendances comme le co-living,*

l'éco-responsabilité, les nouvelles mobilités, la ville intelligente... et de montrer comment BNP Paribas Cardif est un acteur de ce futur et le construit dans le cadre de sa démarche d'innovation », détaille Nathalie Doré.

Le **Cardif Lab'** est aujourd'hui pensé comme un écosystème d'innovations qui s'appuie sur un réseau d'*Innovation factories* sur les différents continents et sur le Hub d'innovation de BNP Paribas : le Bivwak ! L'objectif ? Détecter de nouvelles tendances et tester de nouveaux concepts innovants avec nos partenaires dans les pays. Lorsque ceux-ci ont été testés en conditions réelles, et que leur potentiel commercial a été validé, leur mise sur le marché est accélérée. Si les résultats sont positifs, l'industrialisation est alors lancée, ce qui est le cas pour un tiers des projets environ.



Fort de ce succès, BNP Paribas Cardif a renforcé son écosystème d'innovations en 2020 avec le lancement de BNP Paribas C.Lab Americas, une activité de sourcing stratégique et de conseils, basée dans la Silicon Valley aux États-Unis.



« L'objectif du Cardif Lab' est de développer les solutions et les services qui rythmeront notre quotidien en 2025, grâce au travail conjoint que nous entreprenons avec des start-up, nos collaborateurs et nos partenaires. »

Nathalie Doré, Chief Digital & Acceleration Officer chez BNP Paribas Cardif

Depuis 2014,

120
innovations, prototypes
ou start-up découverts

150
ateliers pratiques avec
les collaborateurs

15 000
visiteurs



L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU SERVICE DE L'AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

En 2020, la valorisation des données s'est intensifiée notamment grâce à l'intelligence artificielle afin de mieux répondre aux exigences de qualité, de rapidité et d'efficacité des partenaires et des clients. C'est notre façon d'utiliser la technologie pour avoir un impact positif.

Écouter la voix du client

« *Speech-to-text* ». Transformer la voix en texte, c'est la technologie d'intelligence artificielle, qui a été internalisée par les équipes Analytics de BNP Paribas Cardif. Une avancée majeure qui permet de comprendre automatiquement les demandes des clients pour les orienter et y répondre avec plus de précision.

En juillet 2020, l'initiative collaborative **Insurance Voice** a vu le jour, une première dans le secteur. L'idée ? Collecter en quelques semaines un maximum d'échantillons vocaux orientés assurance, issus de nos collaborateurs. 110 d'entre eux se sont déjà prêtés au jeu afin de permettre l'enrichissement de nos solutions de reconnaissance vocale qui intègrent déjà 23 heures d'audio et 30 000 textes.

Maîtriser cette technologie en interne nous permet également d'obtenir de meilleurs résultats qu'en utilisant des données génériques.

L'aide des collaborateurs est précieuse car elle permet d'entraîner notre intelligence artificielle qui nécessite des données proches de la réalité pour être performante avec notamment un vocabulaire et des acronymes propres au secteur de l'assurance. En participant à ce projet, les collaborateurs sont aussi directement impliqués dans la transformation digitale de l'entreprise.





« BETTER DRIVING COMMUNITY », LA COMMUNAUTÉ POUR RENDRE LA ROUTE PLUS SÛRE

Autre initiative, autre enjeu : créer une mobilité plus sûre grâce à l'intelligence artificielle. Partant du constat que les accidents de la route sont la première cause de mortalité au travail en France, BNP Paribas Cardif, Michelin, Colas et CGI s'unissent autour de la **Better Driving Community**. Ce programme récolte les données de conduite de l'automobiliste, qu'il peut consulter sur une application où sont évaluées trois dimensions majeures de sécurité : l'allure, l'anticipation et l'adaptabilité. Des conseils personnalisés

complètent le dispositif pour une prévention au quotidien. Le conducteur peut ainsi prendre conscience de ses comportements à risque et y remédier, renforçant par là même sa sécurité et celle des autres. La mise en commun des savoir-faire des partenaires et de leurs *data scientists* permet de mieux comprendre les comportements des conducteurs et d'imaginer de nouveaux services grâce à la donnée. Un écosystème au service d'une mobilité plus intelligente et donc plus sûre.

Prévenir et lutter contre le cyberharcèlement

BNP Paribas Cardif et la start-up française Bodyguard ont lancé en Italie **Bodyguard for Families**, le premier service de protection qui permet de lutter contre le cyberharcèlement des jeunes sur les réseaux sociaux. Cette innovation s'appuie sur l'application **Bodyguard** qui permet de bloquer des contenus haineux sur les réseaux sociaux et qui compte déjà près de 50 000 utilisateurs, particuliers et entreprises. Une déclinaison spéciale pour les familles y a été intégrée afin de permettre aux parents de recevoir une alerte dès que leur enfant envoie ou reçoit un commentaire haineux. Cette innovation a d'abord été testée par des collaborateurs, avant d'être lancée sur le marché.

Confirmant un engagement de long terme en faveur des jeunes, le service **Bodyguard** est une manière de les protéger en luttant toujours plus efficacement contre les contenus haineux sur Internet, toujours plus nombreux.



Michaël de Toldi

Le data native

Chief Analytics Officer, **Michaël de Toldi** insuffle un vent nouveau chez BNP Paribas Cardif grâce au déploiement de l'Intelligence Artificielle dans toute l'entreprise. Avec une ambition : transformer les données en valeur client.

« *Prise de conscience* », un terme qui revient souvent lorsqu'on évoque avec Michaël de Toldi le rôle clé que joue l'intelligence artificielle dans la transformation du secteur de l'assurance. La puissance de calcul et les nombreuses librairies *open source* disponibles permettent désormais aux assureurs de transformer la donnée en services innovants pour leurs clients.

Près de cinq ans après avoir pris les rênes d'un département Analytics qui n'existait pas auparavant, Michaël de Toldi entend bien accélérer l'usage de l'Intelligence Artificielle dans tous les métiers pour apporter de la valeur aux clients et aux partenaires de BNP Paribas Cardif.

Avec comme objectif affiché : « *améliorer le traitement du milliard d'interactions clients gérées tous les ans par l'assureur* », pour celui qui est arrivé chez BNP Paribas Cardif en 1998, après un passage à la Compagnie bancaire. « *Chez BNP Paribas Cardif, nous ne sommes pas digital native mais data native puisque notre activité d'assurance est fondée sur la donnée* », aime-t-il souligner. Souvent fantasmée, l'intelligence artificielle a surtout vocation à « *automatiser les processus et à libérer du temps humain pour mieux servir*

nos clients. Il faut envisager le traitement de la donnée comme un cercle vertueux : plus on affine la donnée, plus on améliore le parcours client et le service délivré, résume-t-il. L'IA est un formidable levier pour rendre l'assurance plus accessible c'est-à-dire plus facile à souscrire et à utiliser au quotidien. Grâce aux algorithmes, nous pouvons, par exemple, apporter une réponse immédiate à nos clients dans le cadre de la gestion de leurs sinistres. Mais l'utilisation des données doit se faire correctement. Il faut encadrer le développement des algorithmes en mettant en place une gouvernance à la fois technique et éthique. L'objectif est de garantir un haut niveau de sécurité en termes de protection des données et de suivi des algorithmes. Mais il faut aussi se donner des limites pour préserver la solidarité entre assurés, incarnée par la mutualisation des risques, qui est un pilier de l'assurance » explique-t-il.

Depuis 2014, l'Intelligence Artificielle a connu un développement exponentiel au sein de l'entreprise et les équipes se sont considérablement renforcées : une centaine de personnes dans le monde s'emploie à accélérer le passage à l'échelle de ces solutions afin d'améliorer la satisfaction des clients. Une étape clé fut nécessaire dans le déploiement de la stratégie IA de l'assureur : la création du Data Lab' pour mener à bien ses travaux autour de la donnée. Ce centre d'expertise doté d'un environnement sécurisé consacré à la construction et l'exploitation d'algorithmes, a permis le passage à l'échelle de l'IA au sein de l'entreprise. Les algorithmes que BNP Paribas Cardif y développe ont donné naissance à des outils capables notamment d'automatiser le contrôle de certaines clauses des contrats d'assurance, le traitement des pièces justificatives et le règlement des sinistres.

1998
Il intègre le département Actuariat de BNP Paribas Cardif.

2009
Il dirige le département modèle interne de BNP Paribas Cardif.

2014
Il prend la direction du département « Analytics » de BNP Paribas Cardif.

L'automatisation est au cœur de la stratégie de déploiement de l'IA. Le triage automatique des emails clients, testé en France, ainsi que le traitement automatique des justificatifs, mis en place en Espagne pour accélérer la gestion des sinistres, devraient se déployer prochainement dans d'autres pays. Une véritable avancée quand on sait que BNP Paribas Cardif reçoit annuellement près de 100 millions de pièces justificatives. Mais l'automatisation n'a de sens que si elle apporte de la valeur et s'il est possible de s'adresser à tout moment à un être humain capable de poursuivre l'échange. « *Nous croyons en un modèle hybride où l'humain garde toute sa place. Dans des moments de détresse ou des drames, l'intervention de conseillers et le contact humain sont indispensables pour apporter l'empathie dont nos clients ont besoin, c'est un mode de fonctionnement essentiel* » précise-t-il.

Des succès que Michaël de Toldi prend avec humilité, préférant se tourner vers l'avenir : « *Le passage à l'échelle de l'IA dans les 33 pays où nous opérons requiert une transformation constante qui passe par des investissements en termes d'outils mais aussi par une acculturation croissante de tous les collaborateurs de l'entreprise* » sourit-il, déjà prêt à plancher sur de nouvelles solutions. ●



PROTÉGER NOTRE PLANÈTE: LE FUTUR SE CONSTRUIT MAINTENANT

Engagés dans la transition énergétique et écologique, nous souhaitons participer à un futur plus responsable et à la préservation de notre écosystème. Pour relever ces défis, de nombreuses initiatives ainsi que des investissements conséquents en faveur de la protection de la planète ont vu le jour. Passage en revue des actions d'aujourd'hui qui changeront demain.

APPORTER UNE INFORMATION UTILE AU DEVELOPPEMENT DU MARCHÉ DE L'OCCASION : LES APPLICATIONS EASICARE ET SMARTY+

Les deux applications ne fournissent pas le même service, mais servent le même objectif : apporter plus de transparence au marché de l'occasion en donnant une information utile à nos distributeurs et à nos clients.

Easicare, l'application lancée par Icare, le spécialiste de la garantie panne mécanique et des contrats de maintenance, est destinée aux concessionnaires automobiles. Basée sur les données anonymisées de l'assureur,

Easicare fournit des informations aux revendeurs de véhicule d'occasion afin de mieux le préparer, anticiper les frais de remise en état, la préparation, et ajuster le prix de vente du véhicule. Disponible dans l'extranet distributeur, **Easicare** est en pilote auprès de distributeurs partenaire en France, et sera déployé en Europe courant 2021.

Lancée en Espagne en septembre 2020, l'application mobile **Smarty+** permet, quant à elle, de faire le diagnostic complet d'un smartphone à distance (écran tactile, capteurs, wifi, prise jack...) avant de souscrire à l'assurance vol-casse. Si le téléphone n'est pas endommagé, le client peut l'assurer contre les dommages accidentels. En cas de revente, le client peut également attester du bon fonctionnement de son téléphone, grâce à un certificat de diagnostic généré par l'application.

Partant du constat que seul 1 % des téléphones mobiles sont recyclés dans le monde, **Smarty+** vise à augmenter ce taux et ainsi à réduire l'impact lié à leur production.



Charbon : un calendrier de sortie définitive

Aligné sur l'accélération du calendrier de sortie annoncé par le groupe BNP Paribas, BNP Paribas Cardif achèvera sa sortie complète de toute entreprise d'extraction/exploration ou de production d'électricité ayant un lien avec le charbon thermique, au plus tard en 2030 sur la zone OCDE et en 2040 pour le reste du monde. Pour rappel, depuis 2018, BNP Paribas Cardif ne finance plus aucune entreprise productrice d'électricité dont plus de 30 % de la production est issue du charbon, ni les entreprises minières dont plus de 10 % du chiffre d'affaires provient du charbon thermique.



« Nous voulions étendre l'offre d'assurance couvrant les dommages accidentels et le vol d'appareils aux appareils d'occasion afin de prolonger leur cycle de vie et d'aider les clients à réduire leur empreinte carbone »

Hayat Ouraghi,
Senior Relationship Manager Telecom
Industry, BNP Paribas Cardif

FINANCE DURABLE : 11,5 MILLIARDS D'EUROS D'INVESTISSEMENTS À IMPACT POSITIF D'ICI 2024

En tant qu'investisseur de long terme, l'investissement socialement responsable est au cœur de notre activité. 5 milliards d'euros supplémentaires seront investis dans des activités à impact positif en matière environnementale et sociale, portant notre engagement total à 11,5 milliards d'euros à fin 2024 dans le cadre de notre fonds général en France. Concerné et impliqué dans l'accélération de la transition énergétique et écologique, BNP Paribas Cardif prévoit une hausse de ses investissements à impact positif de presque 77 % en cinq ans, soit près d'un milliard d'euros par an.

« En poursuivant sa politique d'investissements responsables, BNP Paribas Cardif donne aux clients du Groupe la possibilité de contribuer par leur épargne à un avenir plus écologique et plus inclusif » explique Renaud Dumora, Directeur Général de

BNP Paribas Cardif. Nous prenons ainsi l'engagement d'augmenter nos investissements au travers d'obligations vertes, qui financent des projets poursuivant des objectifs environnementaux comme l'atténuation du changement climatique, la préservation des ressources naturelles ou encore la préservation de la biodiversité, mais aussi des obligations à vocation sociétale (dont des projets contribuant aux Objectifs de développement durable des Nations unies ainsi que via différents fonds à thématiques environnementales, sociétales et sociales).

Cette volonté d'accélérer nos investissements à impact positif est également partagée par plusieurs pays qui ont une activité d'épargne, comme le Luxembourg, qui a triplé ses investissements en obligations vertes depuis 2018.

UNE PRÉSENCE MULTI-LOCALE AU PLUS PROCHE DES BESOINS TERRAIN

COMITÉ EXÉCUTIF



RENAUD DUMORA
Directeur Général



PAULINE LECLERC-GLORIEUX
Directrice Générale Adjointe,
Efficacité, Technologie
et Opérations



STANISLAS CHEVALET
Directeur Général Adjoint,
Développement
et Transformation



OLIVIER HÉREIL
Directeur Général Adjoint,
Gestion d'Actifs



VIRGINIE KORNILOFF
Directrice Générale Adjointe,
Marchés Domestiques



JEAN-BERTRAND
LAROCHÉ
Directeur Général Adjoint,
Marchés Internationaux



VINCENT SUSSFELD
Directeur Général Adjoint,
Actuariat et Finance



FABRICE BAGNE
Directeur de la France



PAULINE DE CHATILLON
Directrice de la Conformité



ANNE DU MANOIR
Directrice des Ressources
Humaines



ISABELLA FUMAGALLI
Directrice de l'Italie



CARINE LAURU
Directrice de la Communication



SEE SEE OOI
Directrice de la zone Asie



MURIELLE PURON
CHAMBORD
Directrice de Risk



FRANCISCO VALENZUELA
Directeur de la zone
Amérique latine

NOS IMPLANTATIONS



NICOLE REICH
Mexique



JORGE HERNANDEZ
Colombie



MARCOS PENAILILLO
Pérou



SEBASTIAN VALLE
Chili



GUSTAVO CICINELLI
Argentine

AMÉRIQUE LATINE



FRANCISCO VALENZUELA
Directeur de la zone
Amérique latine



SEE SEE OOI
Directrice de la zone Asie

ASIE



YONGTING YANG
BOB-Cardif Life
Chine



ALFRED NA
BOB-Cardif Life
Chine



CHRISTINE CHEU
BNP Paribas Cardif TCB Life
Taiwan (Chine)



JONATHAN OH
BNP Paribas Cardif
Life Insurance
Corée



OLIVIER CALANDREAU
BNP Paribas Cardif
General Insurance
Corée



DAVID SCHILLMOELLER
Japon



VIVIEN BERBIGIER
Directeur de la zone Europe
continentale



Nous remercions l'ensemble des collaborateurs et des partenaires qui ont contribué à la production de ce rapport.

Édition et rédaction : Direction de la Communication BNP Paribas Cardif
Conception, création, rédaction et réalisation : **bearideas**
Crédits photo : Studio BNP Paribas Cardif, LeoPatrizi / GettyImages® / iStockphoto®, Unsplash®, Yves Durand, Elisa Luong (page 3), Caroline Le Roux Moreau (page 6), Jean-François Bourdeaux (page 7), Caroline Basquin (page 9), Tadanori Mizuno (page 11), Gavin Huang (page 19), Adrien Descours (page 29)

382 983 922 RCS Paris Société anonyme au capital social : 149 959 051,20 euros

Imprimé sur du papier 100 % recyclé par un imprimeur certifié Imprim'Vert



La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus du Web, les WCAG 2.1, et certifiée ISO 14289-1. Son ergonomie permet aux personnes handicapées moteurs de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux personnes déficientes visuelles, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran, dans son intégralité, et ce à partir de n'importe quel support informatique. Enfin, il a été testé de manière exhaustive et validé par un expert non-voyant.

Version e-accessible par 

bnpparibascardif.com



SIÈGE SOCIAL
1, boulevard Haussmann
75009 Paris
France

BUREAUX
8, rue du Port
92728 Nanterre Cedex
France

MERCI

À NOS 500 PARTENAIRES
DISTRIBUTEURS, CONSEILLERS
EN GESTION DE PATRIMOINE
ET COURTIERIS POUR LEUR
CONFIANCE EN CETTE PÉRIODE
DE CRISE. ET MERCI À NOS
8 000 COLLABORATEURS D'AVOIR
ÉTÉ MOBILISÉS TOUT AU LONG
DE CETTE ANNÉE POUR NOS
MILLIONS DE CLIENTS.



AVANCER ENSEMBLE quand l'impensable se produit

P.04



AVANCER ENSEMBLE pour rendre l'assurance plus accessible

P.12



AVANCER ENSEMBLE pour façonner un monde plus durable

P.20



**BNP PARIBAS
CARDIF**

L'assureur d'un monde qui change

SIÈGE SOCIAL
1, boulevard
Haussmann
75009 Paris
France

BUREAUX
8, rue du Port
92728 Nanterre
Cedex
France

