
DOSSIER DE PRESSE APRIL

« Faire bouger les lignes, changer l'image de l'assurance »

Juillet 2015

Sommaire

Qui sommes-nous ?

- Notre métier : une présence sur toute la chaîne de valeur de l'assurance
- Un solide socle culturel
- Quatre atouts au service d'une stratégie de multi-spécialiste
- Une stratégie de distribution résolument multicanale

Faire bouger les lignes : une volonté de croissance au service des clients

- APRIL, partenaire engagé aux côtés des professionnels et des courtiers
- Le renouveau de l'international
- Le digital, accélérateur de croissance

Faire bouger les lignes : l'humain et l'écoute au cœur de la réussite d'APRIL

- APRIL, l'ADN social
- Les hommes et les femmes d'APRIL, moteurs du groupe

Qui sommes-nous ?

1. Notre métier : une présence sur toute la chaîne de valeur de l'assurance

Le groupe APRIL en 2014, c'est :

- 3 800 collaborateurs.
- 34 pays en Amérique, Asie, Europe.
- Chiffre d'affaires de 766,3 M€.
- 20 000 distributeurs partout dans le monde.
- 187 agences en France.

Créé en 1988 par Bruno Rousset, aujourd'hui Président-Directeur général, APRIL est un groupe international de services en assurance présent dans 34 pays.

Acteur atypique, APRIL peut se prévaloir d'une présence unique sur l'ensemble de la chaîne de valeur, puisqu'il conçoit, gère et distribue des solutions d'assurance et des prestations d'assistance pour les particuliers, les professionnels et les entreprises et ce, en assurances de personnes, dommage, mobilité et protection/services juridiques.

Le groupe est aujourd'hui le seul courtier grossiste avec sa propre structure de portage de risque (avec 4 compagnies d'assurance et 1 compagnie de réassurance) et un des seuls courtiers grossistes disposant de son propre réseau de distribution (agences APRIL Mon Assurance).

L'ambition du groupe, animé d'une forte culture entrepreneuriale : faire bouger les lignes sur ses marchés et changer l'image de l'assurance en la simplifiant.

**UNE OFFRE COMPLÈTE
QUI COUVRE L'ENSEMBLE DES BESOINS CLIENTS**

	ASSURANCE DE PERSONNES	DOMMAGE	MOBILITÉ- ASSISTANCE	PROTECTION ET SERVICES JURIDIQUES
LES PARTICULIERS	Complémentaire santé - Prévoyance - Dépendance - Assurance emprunteur - Retraite.	Habitation - Auto - Moto - Scooter - Bateau - Risques locatifs.	Santé à l'étranger - Assistance à l'étranger - Assurance voyages - Etudiants à l'étranger - Expatriés.	Protection juridique - Assistance administrative personnalisée - Protection du permis de conduire.
LES PROFESSIONNELS	Complémentaire santé - Prévoyance - Assurance chômage - Responsabilité personnelle des dirigeants - Arrêts maladie - Retraite.	Responsabilité Civile - Multirisques professionnels - Risques locatifs - Multirisques immeubles.	Santé à l'étranger - Voyages professionnels.	Protection juridique - Défense du dirigeant - Protection du permis de conduire.
LES ENTREPRISES	Assurances collectives santé et prévoyance des TPE-PME et des grandes entreprises pour les salariés en France et les expatriés - Prévoyance collectives locales - Gestion pour compte.	Flottes TPM-TPV-TPPC - Location - Transport - Stockage - Distribution et logistique - Multirisques industriels - Responsabilité Civile - Dommage - Assurance crédit - Caution - Affacturage.	Assurances collectives santé et prévoyance des expatriés - Voyages professionnels.	Protection juridique - Défense du dirigeant - Protection du permis de conduire - Recouvrement des créances et services complémentaires.

2. Un solide socle culturel

Le socle culturel d'APRIL s'articule autour d'une forte culture entrepreneuriale, qui permet à chaque filiale de développer une réelle proximité des marchés où le groupe est implanté, de quatre principes d'action (faire simple, oser, innover, faire confiance) qui guident les actions et les décisions de chaque collaborateur au sein du groupe, au service des clients, mais aussi d'une démarche managériale (*Trust First*) qui favorise la responsabilisation et l'esprit d'initiative de tous.

3. Quatre atouts au service d'une stratégie de multi-spécialiste

Le groupe APRIL s'appuie sur quatre atouts clés de différenciation :

- **Une approche de spécialiste par segmentation du marché** - Assurance de prêt 18-35 ans, offres d'assurance collective santé CCN, ou encore Santé ANI et Santé TNS...

- **L'innovation, ADN d'APRIL** - Quand APRIL est entrée sur le marché, c'est toute la relation client qui s'est modernisée : notices plus simples et plus compréhensibles, remboursements des frais de santé en 72h puis en 24h, accueil chaleureux et personnalisé pour une meilleure écoute, mensualisation de la prime d'assurance dommage pour les PME et, cette année, télésouscription médicale, dématérialisation de la gestion des sinistres ou lancement d'APRIL Venture, cellule orientée vers les grandes révolutions économiques et sociétales (big data, économie collaborative, objets connectés...).

- **La relation client, une priorité depuis toujours** - Être à l'écoute et connaître ses clients, c'est pouvoir mieux les conseiller. Les mots d'ordre : transparence, simplicité et accessibilité. Près de 5 000 enquêtes téléphoniques sont réalisées auprès des clients APRIL chaque année.

Chiffres clés

- 41 000 clients d'APRIL Santé Prévoyance sollicités par SMS en 2014.
- 22% de taux de réponses dont 48% de clients se déclarant « très satisfaits ».

- Feedback, nouvel outil d'optimisation de la relation qui permet, via SMS, de suivre en temps réel l'expérience client suite à un contact avec APRIL (par téléphone, demande d'indemnisation, modification de contrat, etc.). Chez APRIL Mon Assurance par exemple, dans 70% des cas, le SMS réussit à empêcher la résiliation d'un contrat.

- Préférence, le baromètre annuel de la satisfaction client (assurés, distributeurs grands comptes et entreprises). 89%* des clients interrogés se déclarent satisfaits des relations et des prestations des filiales d'APRIL.

* enquête INIT juin 2014.

- **La qualité de gestion**, une expertise reconnue, notamment en santé-prévoyance.

4. Une stratégie de distribution résolument multicanale

APRIL a, depuis quelques années, accéléré son approche multicanale, afin d'exploiter de nouvelles formes de distribution. Alliant distribution indirecte, vente directe, call centers et digital, le groupe s'appuie ainsi sur un réseau de 20 000 distributeurs à travers le monde, 187 agences en France, des plateformes de call centers, et ses sites e-commerce april.fr, april-international.com et pro-april.fr.

Chiffres clés

- 5,6 millions de visites cumulées sur les sites APRIL en 2014.

En outre, la segmentation et l'écoute de ses clients amènent le groupe APRIL à proposer constamment des solutions sur-mesure et à développer des offres ad hoc pour le compte de clients partenaires. Cela fait plusieurs années que le groupe APRIL noue des partenariats. C'est un axe de développement pour lequel le groupe APRIL a des ambitions et qu'il souhaite accélérer et amplifier.

Faire bouger les lignes, Une volonté de croissance au service des clients

1. APRIL, partenaire engagé aux côtés des courtiers et des professionnels

Avec la signature de l'Accord National Interprofessionnel en 2013, 2,5 millions d'assurés individuels vont basculer sur le collectif, sans compter les ayants droit. Les entreprises principalement touchées par cette nouvelle législation sont les TPE, cible historique d'APRIL qui les accompagne depuis 25 ans, mais aussi les courtiers de proximité, souvent spécialistes des contrats individuels.

Chiffres clés

- APRIL, spécialiste des TPE et des professionnels depuis 25 ans.
- APRIL, 1^{er} courtier des professionnels en assurance de personnes.
- 1^{er} courtier en prévoyance collective.
- 11 000 entreprises clientes sur le collectif.

A/ Le collectif, un marché pour lequel APRIL s'est battue depuis 2011

APRIL a joué un rôle actif au sein de l'APAC, l'Association pour la Promotion de l'Assurance Collective, qui a été créée en mai 2011 à l'initiative d'APRIL et qui rassemble aujourd'hui plus de 600 adhérents. En 2013, APRIL s'est fortement mobilisée en faveur d'une réelle généralisation de la complémentaire santé collective, au-delà des branches d'activités, pour participer ainsi à un vrai progrès social. Fin 2014, APRIL a d'ailleurs été la première à lancer une offre santé ANI responsable sur le marché.

B/ APRIL, leader des courtiers grossistes en assurances collectives et leader des courtiers grossistes pour les professionnels

Zoom Innovation

- Tarificateur pour obtenir en quelques minutes un devis pour les dirigeants de TPE.

La gamme conventionnelle la plus large du marché pour les TPE

APRIL propose des solutions collectives santé et/ou prévoyance dédiées à 13 filières métiers : conseil, courtage, experts-comptables, commerce de gros, restauration rapide, mais aussi, depuis 2014, boucherie, coiffure, hôtel-cafés-restaurants, immobilier, pharmacie, transport de marchandises et de voyageurs, transport sanitaire et services de

l'automobile. Ces 8 nouvelles offres conventionnelles couvrent 320 000 entreprises en France, soit près de 2 100 000 salariés et concernent des conventions collectives avec des accords de branche qui arrivent à échéance ou avec des accords qui viennent de se signer. Pour cela, APRIL a fait le choix de l'agilité et de la réactivité, puisque chacune de ses solutions est mise sur le marché en un mois maximum.

APRIL développe également des offres Santé responsables et conformes à la nouvelle réglementation ANI pour toutes les TPE (Santé TPE, Santé ANI, Santé Modulaire). Et pour compléter les garanties imposées par le panier minimum / maximum de soins, APRIL propose des renforts de garanties pour répondre aux souhaits spécifiques de certains salariés.

L'assurance avec les yeux du client

Consciente des contraintes qu'engendrent ces changements pour les TPE, APRIL propose des offres packagées, globales et modulables, segmentées par secteur d'activité, afin de simplifier et d'alléger au maximum le processus de décision des dirigeants d'entreprise et de leurs responsables RH.

Cette offre Santé est complétée par des offres en Responsabilité Civile et Multirisques professionnels spécifiques par métier comme ceux du conseil, de la construction. Les offres destinées aux TPE intègrent les produits et services en Dommage depuis la fin de l'année 2014 et sont donc toutes disponibles sur le site dédié aux entreprises et aux pros (www.pro.april.fr).

APRIL, engagée depuis toujours aux côtés des courtiers de proximité

Avec Profils, un programme personnalisé inédit de développement commercial, APRIL aide ses courtiers à booster leurs activités sur le collectif. Le suivi est adapté à chaque cas : pour les courtiers qui découvrent ce marché, pour ceux qui connaissent déjà le collectif mais qui sont en quête de performance, et pour les experts qui souhaitent un accompagnement plus pointu.

APRIL met en conformité ses produits et services dès qu'un changement réglementaire voit le jour et a développé une application pour que les courtiers sachent aisément quelles sont les entreprises qui ne répondent pas aux nouvelles normes...

En parallèle, APRIL organise des sessions d'information sur les conséquences de l'ANI, les APRIL Days, qui lui permettent de rencontrer plus de 3 000 courtiers chaque année et d'assoir ainsi son expertise sur la cible des TNS et des entreprises.

Un accompagnement adapté aux contraintes des TNS

APRIL répond à l'ensemble des besoins assurantiels des TNS, grâce à une palette d'offres complète et des services innovants. Tandis que les outils de sensibilisation des risques aident les TNS à anticiper la protection de leurs activités (appli iPrev, simulateur de remboursements, mise à jour des garanties, attestation Madelin), les solutions d'APRIL adressent tous les besoins des professionnels, qu'ils soient artisans, commerçants ou professions libérales (santé, prévoyance, frais généraux, perte d'emploi, protection juridique).

C/ APRIL, 1^{er} courtier grossiste en IARD sur les marchés des particuliers et des professionnels

Un positionnement historique de courtier grossiste multi-spécialiste

Sur le marché de l'assurance dommage, APRIL a choisi de cibler des marchés de niche. Ainsi, APRIL est en mesure d'apporter une véritable valeur ajoutée à ses assurés, en termes de positionnement tarifaire, d'offres et de services, sur ses principaux marchés cibles : l'auto (risques aggravés et spécifiques), les professionnels (RC Décennale), la plaisance (financement et assurance), les 2 roues et l'immobilier (MRI et GLI).

Lisibilité, compétitivité, digitalisation

En 2013, APRIL a entamé un vaste chantier d'optimisation de ses différentes activités dommage, pour plus d'efficacité et de lisibilité. L'objectif d'APRIL : renforcer l'accompagnement proposé à ses courtiers partenaires. Le groupe axe donc le développement de ses activités dommage sur la conquête de nouveaux clients, en proposant à ses apporteurs des offres à des tarifs plus compétitifs, et sur une relation digitalisée, en fournissant les outils technologiques les plus performants du marché.

Chiffres clés

- APRIL, 1^{er} courtier grossiste en IARD sur les marchés des particuliers et des professionnels en France et au Canada.
- APRIL, 1^{er} courtier en France sur l'assurance plaisance.
- 6 000 partenaires distributeurs en IARD.
- 25 ans d'expérience dans le domaine médical & paramédical (multirisques et RC Pro)

D/ APRIL, dans le Top 5 des courtiers directs*, avec une offre spécifique pour les PME

APRIL est présente également auprès des PME de plus de 50 salariés, via ses 2 sociétés de courtage direct : APRIL Entreprise et ALP. Ces deux filiales du groupe se sont rapprochées sous la marque APRIL Entreprise pour constituer une des premières références du courtage direct en France. APRIL Entreprises offre aujourd'hui aux entreprises l'ensemble de leurs solutions d'assurances de personnes, assurances dommage et crédit. La force de cette nouvelle marque réside dans sa proximité avec les clients, sa capacité d'analyse des besoins des entreprises et ses solutions globales personnalisées. Les équipes d'APRIL Entreprise analysent et garantissent les risques de leurs clients en négociant auprès des compagnies d'assurance les meilleurs coûts et garanties, en France comme à l'étranger, via notamment le partenariat stratégique noué avec le réseau Unison Brokers, présent dans plus de 130 pays.

2. APRIL : le renouveau de l'international

Après un exercice délicat, dans un contexte macro-économique tendu, APRIL a relevé de nombreux défis pour consolider ses positions et se donner les moyens de repartir à la conquête de ses marchés.

A/ Une organisation plus proche des marchés

Le pôle s'articule autour de 5 grandes fonctions transversales et 4 zones géographiques (Western Europe & Africa, Central Eastern Europe, Asia & Middle East et Americas), pour permettre un pilotage global et une proximité des marchés.

B/ Des orientations de développement fortes

Pour développer la croissance, la priorité est donnée à l'assurance santé des expatriés, tandis que l'assurance voyage joue toujours un rôle primordial et que la gestion pour compte de tiers (TPA) constitue un vecteur de développement à part entière. APRIL met ainsi à la disposition de ses partenaires sa capacité de gestion dans le domaine de la santé et de la vie quotidienne à l'étranger : partenariats sous marque blanche ou co-branding, structure pour répondre aux appels d'offre internationaux, intégration de la dimension TPA (gestion pour compte sur sinistres, frais médicaux, auto et green card, assistance).

Chiffres clés de l'international

- 20 000 prestataires, 14 plateformes 24/7.
- 150 000 cas médicaux pris en charge en 2014 dans plus de 150 pays différents.

Le groupe travaille par ailleurs au développement de nouvelles activités d'assurance à partir des savoir-faire historiques du groupe, notamment l'assurance santé individuelle et collective, l'assurance de prêt immobilier et de crédit à la consommation, ou en intégrant les expertises d'autres filiales dans la gamme de produits (protection juridique, prévoyance et dommage par exemple sur les pertes pécuniaires) pour diversifier l'offre sur des marchés clés.

3. Le digital, accélérateur de croissance

Chiffres clés

- 8 517 téléchargements de l'appli APRIL International Expat en 24 mois.
- 287 010 fans sur 25 communautés Facebook.

APRIL a accéléré sa mue digitale, déjà engagée depuis plusieurs années. Pour APRIL, le digital est un mouvement plus global, une nouvelle façon de penser et de travailler avec des clients qui sont devenus digitaux. C'est dans cette perspective que le groupe a créé, en 2013, un poste de Chef Digital Officer. L'enjeu : faire évoluer le process de distribution d'APRIL pour répondre aux besoins de consommateurs de plus en plus connectés et habitués à l'immédiateté, et installer un nouveau mode d'échange avec les prospects, les partenaires et les clients, grâce à une continuité de services entre Internet, téléphone et agences.

A/ Faire du digital un levier d'efficacité renforcé

Nouveaux services portés par des applications mobiles, nouveaux sites Internet, présence renforcée sur les réseaux sociaux... APRIL veille à penser conjointement aspects clients et technologiques. Pour prendre en compte les nouveaux comportements des clients et gagner en réactivité, APRIL a initié des modes de travail plus collaboratifs, en mode agile, entre ses équipes

Zoom Innovation

- APRIL Marine et APRIL Moto : dématérialisation de la gestion des sinistres.
- APRIL Moto : site Internet et tarificateurs en ligne, 100% compatibles tablettes et mobiles.
- APRIL Partenaires : QR code sur les attestations d'assurance responsabilité civile et décennale des professionnels du bâtiment pour permettre au client de vérifier la validité et les garanties du contrat d'assurance de son prestataire.

marketing, techniques et digitales. L'objectif : être en mesure, dès le premier contact, de présenter ses offres, accompagner chaque client dans son parcours et favoriser ainsi la préférence de la marque.

B/ Une interaction entre les différents canaux favorisée par le digital

Les consommateurs adoptent désormais une approche omnicanale dans leur recherche de biens et services : recherche sur Internet (demande de devis, comparaison), puis échange direct (téléphonique, de visu) et enfin interactions (services additionnels via des applications mobiles, emails promotionnels.). Aujourd'hui, la distribution de produits d'assurance grâce à Internet ou aux périphériques mobiles constitue donc un fort enjeu économique : les ventes de contrats et les primes ont progressé de 30%, en particulier dans l'assurance de prêt, l'assurance voyage ou les assurances destinées aux expatriés.

Aujourd'hui une grande partie des leads générés via april.fr est renvoyée directement vers les courtiers partenaires qui les transforment alors en clients. Le réseau d'agences APRIL Mon Assurance utilise un système de mots clés géolocalisés qui incite les clients à cliquer sur un lien qui les renvoie sur April.fr. Sur le site, ils peuvent alors réaliser un devis avant de souscrire dans la boutique la plus proche de chez eux. Toujours dans une optique multicanale, la fonctionnalité *Store Locator* permet à l'internaute de trouver facilement la boutique APRIL la plus proche.

C/ Des parcours digitaux optimisés

La digitalisation sert l'ambition qui anime APRIL depuis sa création : rendre l'assurance de plus en plus accessible. Les dernières avancées du web permettent à APRIL de fluidifier et de simplifier les échanges avec les clients, finaux ou distributeurs, en leur offrant une présence en continu.

Aujourd'hui, 28% des clients consultent le site APRIL via leurs tablettes ou smartphones. Simplifier le parcours client est donc devenu un levier de business indispensable. C'est en ce sens que le site April.fr a été complètement repensé en 2014. April.fr intègre plusieurs fonctionnalités notamment le simulateur rapide et intuitif conçu spécialement pour l'assurance de prêt. Ce nouvel outil amène 6 utilisateurs sur 10 à suivre le parcours client jusqu'à une mise en relation.

Zoom innovation : l'exemple du Canada

Au Canada, le web a pris une place majeure dans le développement d'APRIL qui dispose déjà d'une approche multicanale, mais oriente désormais son déploiement vers le digital. APRIL compte parmi les premiers assureurs au Canada à avoir totalement dématérialisé l'acte d'achat d'assurances.

Faire bouger les lignes, **L'humain et l'écoute au cœur de la réussite d'APRIL**

1. APRIL, un ADN social affirmé

La Responsabilité Sociétale d'Entreprise est un élément clé de la stratégie du groupe qui entend être un acteur engagé et responsable. Parce que l'entreprise ne peut se contenter de développer sa propre croissance en faisant abstraction des conséquences de ses actes dans la société qui l'entoure, la démarche RSE amène APRIL à s'interroger sur ses activités, ses actes et vise à développer une dynamique de progrès pour ses collaborateurs, ses clients, la société qui l'entoure et son environnement.

L'ambition de la mission RSE : contribuer à une société plus responsable et plus accessible. Elle se traduit par 4 grands engagements à l'égard de ses parties prenantes.

A/ Favoriser l'intégration dans l'entreprise pour ses collaborateurs

APRIL met en œuvre une politique active d'intégration de deux publics prioritaires lors de recrutements : les personnes en situation de handicap et les jeunes en difficulté d'accès à l'emploi.

Insérer les personnes en situation de handicap

APRIL développe, depuis 2008, des actions en faveur du recrutement de personnes en situation de handicap. Plus de 50 personnes en situation de handicap ont été intégrées. L'engagement porte également sur la communication et la sensibilisation en interne autour de la question du handicap, afin de créer les conditions optimales d'intégration dans l'entreprise : la Mission Handicap et Diversité organise ainsi, tout au long de l'année, un Handitour dans les sociétés du groupe.

Insérer les jeunes en difficulté d'accès à l'emploi

Les jeunes les moins diplômés sont les plus discriminés à l'embauche. APRIL a donc décidé de donner leur chance à ceux qui manifestent une volonté de s'investir dans un métier avec le dispositif « 1^{ère} marche pour l'emploi », conçu en partenariat avec Pôle Emploi, les Missions Locales et l'AGEFOS. A la clé de ce parcours de formation qualifiant (capacité professionnelle niveau 2) : un emploi durable (CDD de 12 mois ou CDI) au sein du groupe APRIL. 25 jeunes en difficultés d'accès à l'emploi ont été intégrés.

En complément et dans le cadre du mécénat de compétences signé avec la Mission Locale de Lyon, 60 collaborateurs APRIL, parrains volontaires, s'engagent pour accompagner des jeunes en difficulté d'accès à l'emploi.

B/ Faciliter l'accès à l'assurance pour ses clients

APRIL facilite l'accès à l'assurance et la santé pour ses clients en difficulté ou pour ceux qui ont du mal à s'assurer (malussés, assurés contraints, personnes en situation de handicap, micro-assurance). Le produit « Aimants familiaux » accompagne les aidants dans leur quotidien et allège leurs démarches administratives en cas de coups durs, tandis qu'ADP Solutions permet de mener à bien les projets d'accès à la propriété, et ouvre le champ de l'assurance de prêt aux personnes malades ou en situation de handicap, avec une recherche de solution quel que soit l'état de santé de la personne à assurer.

En outre, le site internet www.april.fr est certifié accessible aux personnes en situation de handicap à 99%, en conformité avec l'attestation RGAA, et APRIL déploie une formation « accueil en langage des signes » sur ses sociétés lyonnaises, pour l'étendre en 2014 aux sociétés françaises, afin de faciliter l'accessibilité, l'accueil et l'orientation des personnes sourdes et malentendantes au sein des différents sites du groupe.

C/ Contribuer à une société plus juste

APRIL est fortement engagée dans des actions concrètes pour une santé plus responsable et une société plus solidaire grâce à sa fondation d'entreprise, la Fondation APRIL, soutenue par 17 filiales du groupe. En 2013, la Fondation a pris une nouvelle orientation et une nouvelle dimension. Jusqu'alors centrée sur la santé responsable, la Fondation APRIL a vu son champ d'intervention s'agrandir, en s'engageant pour l'insertion professionnelle et l'insertion sociale.

- La Fondation défend ainsi des projets de terrain, qui favorisent l'accès à l'emploi des personnes rencontrant des difficultés pour intégrer la vie professionnelle.
- Elle encourage l'entrepreneuriat social dans les secteurs et les quartiers les plus isolés. En partenariat avec la Fondation Entrepreneurs de la Cité, elle accompagne les créateurs d'entreprise en difficulté via la micro-assurance.
- Elle poursuit la publication de son Baromètre annuel de la Santé responsable, qui questionne les Français sur leur perception du système de santé.
- Elle dispose d'une collection d'ouvrages « Démêler le vrai du faux » qui donne des clés pour couper court aux idées reçues et (re)prendre sa santé en main.

D/ Encourager les comportements éco-responsables

Le groupe souhaite limiter l'impact de ses activités sur l'environnement. Les actions de recyclage ont permis en 2014 de traiter 400 ordinateurs mais aussi plus de 100 tonnes de papier, 1,5 tonnes de bouteilles en plastique et 400 kg de cannettes, soit 7 emplois aidés chez les partenaires EA (entreprises adaptées).

2. Les hommes et les femmes d'APRIL, moteurs du groupe

Chiffres clés

- Moyenne d'âge de 35,9 ans
- 66 % de femmes

A/ L'Université APRIL, pour faire rayonner la culture du groupe

L'Université APRIL est une structure de formation et de différenciation au service de l'ambition d'APRIL : « Changer l'image de l'assurance ». Créée pour développer les talents de chacun, mais aussi pour diffuser une culture d'entreprise partagée au sein du groupe, elle propose des outils internationaux de diffusion de cette culture (APRIL Journey et Rapid Learning) et des formations sur mesure, et agit comme un catalyseur pour favoriser la coopération au sein du groupe et développer ce qui fait sa singularité. APRIL investit en moyenne chaque année 8% sa masse salariale (obligation légale = 1,9%).

B/ Internationalisation des compétences et des connaissances

Appréhender et harmoniser les expertises individuelles et les compétences collectives est une étape primordiale dans le process d'internationalisation du groupe. APRIL a ainsi conçu un livret d'accueil commun aux 34 pays et bilingue (français, anglais), pour transmettre à chaque nouvel arrivant les informations clés sur la culture et les spécificités d'APRIL.

Le groupe a également mis en place des supports d'EAD (Entretien Annuel D'évaluation et de développement) dématérialisés, communs à tous les pays, pour harmoniser les modes d'évaluation.

Enfin, le lancement de *Movin'Expert*, agence interne d'intérim internationale, permet à des collaborateurs experts dans leur domaine de réaliser des missions de courte durée dans d'autres filiales du groupe, permettant ainsi de créer des passerelles entre les pays.

C/ Des collaborateurs acteurs de leurs parcours

La taille du groupe, associée à sa transformation, amène les RH à faire de la mobilité sa priorité. L'objectif : créer les conditions favorables pour que chacun puisse se projeter dans la richesse d'un groupe pluriel. Les représentants RH des filiales se réunissent ainsi mensuellement pour évoquer les perspectives de développement des candidats à la mobilité lors de Comités de Mobilité. Tandis que de nombreuses vidéos métiers permettent à tous de découvrir la diversité des profils au sein du groupe, les *Movin'Days* visent à transmettre aux participants des informations thématiques liées aux métiers, aux dispositifs de développement, ou encore à la formation. L'objectif est double : favoriser les rencontres pour se constituer un « réseau interne » et leur proposer les clés pour prendre en main leur parcours professionnel.

D/ Les collaborateurs au cœur de la création de valeur

L'enquête *Booster* mesure chaque année le degré d'engagement des collaborateurs. Elle met en lumière l'importance de remettre au cœur de l'entreprise ses fondamentaux d'origine : les hommes et la confiance.

2014 a ainsi été marquée par une nouvelle ambition managériale, pour favoriser les initiatives prises par les collaborateurs et relancer une dynamique de croissance vertueuse. « *Je suis convaincu que notre baisse de performance est liée à nos modes de management. J'ai donc encouragé, pour toutes nos filiales, cette démarche de transformation managériale nommée 'Trust First'. Elle vise à replacer les collaborateurs au centre de la dynamique de croissance, en instituant la confiance et l'audace comme prérequis* », explique Bruno Rousset. « *La transformation doit émerger dans chaque filiale. Nos principes d'action - faire confiance, oser, innover et faire simple - doivent guider les missions de chaque collaborateur, à tous les niveaux. La question 'Pouvons-nous faire plus simple pour nos clients ?' doit émailler tous les projets, produits et services du groupe* ».

L'édition 2014 de l'enquête *Booster* a enregistré un taux de participation de 74,8 %.

ANNEXE : une présence unique sur la chaîne de valeur de l'assurance.

Pôle Prévoyance Santé

- **APRIL Santé Prévoyance** conçoit, gère et aide à la vente de contrats d'assurance de personnes pour les familles, seniors, chefs d'entreprise, Travailleurs Non Salariés (TNS).
- **APRIL Entreprise Prévoyance** conçoit, gère et aide à la vente de contrats d'assurance de personnes pour les salariés par l'intermédiaire d'assureurs-conseils et de prof. indépendants de l'assurance.
- **ALP Prévoyance** et **APRIL Entreprise** développent des synergies, sous la marque APRIL Entreprise, pour offrir aux entreprises l'ensemble de leurs solutions d'assurances **collectives, IARD et Crédit**.
- **APRIL Entreprise et Collectivités** conçoit, tarifie et gère les programmes d'assurance du risque statutaire des collectivités locales et des établissements publics français, via ses courtiers partenaires.
- **Cetim**, plateforme de gestion des frais de santé du groupe APRIL, intervient sur le marché de la santé et de la prévoyance et propose une gestion standard ou sur mesure, pour les PME et les grands comptes.

Mais aussi APRIL Entreprise Caraïbes, APRIL Italia SPA, APRIL UK, APRIL Genç Sigorta, APRIL Deutschland AG, APRIL Suisse, APRIL Portugal, Axeria Prévoyance.

Pôle Dommage

- **April Partenaires**, fort de 25 ans d'expérience sur les risques de niche, conçoit, gère et commercialise des produits d'assurance dommages pour les risques particuliers, professionnels et premium : risques auto aggravés et spécifiques et RC Décennale.
- **APRIL Moto** est spécialiste de l'assurance moto, scooter, cyclo 50, quad et moto verte.
- **APRIL Marine**, courtier grossiste en assurance et financement plaisance, conçoit et gère ses propres produits, considérés comme les références du marché.
- **APRIL Mon Assurance**, courtier en assurances multi-spécialiste, développe une activité de conception, de commercialisation et de gestion de formules d'assurances pour les particuliers et leurs biens.
- **APRIL Entreprise Est**, courtier grossiste spécialiste des professionnels de la santé et des métiers du service, s'appuie sur 50 ans d'expérience dans le domaine médical & paramédical, pour couvrir (multirisques et RC Pro) les pharmacies et laboratoires d'analyses médicales.
- **APRIL Immobilier** est un courtier grossiste dédié aux professionnels de l'immobilier.

Mais aussi Moral Caraïbes, APRIL Entreprise Est, Flexitrans, APRIL Partenaires Réunion, Mancini Assurances, APRIL Dierrevi, APRIL Canada Inc, Axeria Iard.

Pôle International (mobilité/assistance)

- **APRIL International Expat** conçoit, gère et vend des contrats d'assurance pour plus de 100 000 voyageurs et expatriés pour des séjours de courte ou longue durée.
- **APRIL International Voyage** est le courtier spécialisé dans la création, la distribution et la gestion de contrats d'assurance et d'assistance auprès des professionnels du tourisme et des particuliers.
- **Medibroker** est un courtier indépendant international spécialisé en assurances santé et expatrié, offrant un service de devis gratuit et des conseils, à l'échelle mondiale sur Internet.

Mais aussi APRIL OGB/Medbroker/PCLS, APRIL International EMEA, General de Asistencia, APRIL Asia Pacific, APRIL International Assistance, ESCAPADE Assurances Voyages, Axeria Assistance.

Pôle Protection et Services juridiques

- **Solucia Protection Juridique** est une compagnie d'assurance agréée en protection juridique, qui conçoit, gère et distribue des contrats de protection et de services juridiques.
- **Judicial** est le spécialiste de l'accompagnement et de la protection juridique des dirigeants de TPE/PME et des professionnels.