

Edition : Du 31 octobre au 06 novembre
 2024 P.86,88
 Famille du média : Médias d'information
 générale (hors PQN)
 Périodicité : Hebdomadaire
 Audience : 607000



Journaliste : D. Pe
 Nombre de mots : 873

Dossier

MUTUALISTES

Des valeurs qui font la différence

Privilégiant depuis longtemps la proximité avec leurs sociétaires, ces entreprises ont accéléré sur le numérique. Elles sont nombreuses à obtenir la labellisation.

C'est encore un excellent résultat pour les acteurs mutualistes de notre palmarès cette année : sur les 21 testés par nos visiteurs mystères, 11 d'entre eux ont reçu le label Meilleur Conseil. On y retrouve des habitués, qui avaient déjà obtenu cette distinction en 2022 et 2023, comme la Maif ou la Maaf, ou d'autres qui la reçoivent pour la première fois, comme Ampli Mutuelle ou Malakoff Humanis. Tous partagent la même satisfaction de recevoir ce prix, qui récompense ce qui est au cœur de leurs valeurs : le service à leurs clients, ou plutôt à leurs « sociétaires ».

Produits adaptés

Car ces clients sont très demandeurs de produits d'épargne un peu différents qui correspondent à leurs valeurs. « Nous avons intégré une approche responsable et solidaire dès 2009 pour nos sociétaires qui voulaient donner du sens à leurs placements et ne trouvaient pas ces produits ailleurs », résume Romain Liberge, le directeur marketing de la Maif. Ces épargnants étaient précurseurs de la grande vague de l'investissement socialement responsable (ISR) qui a déferlé sur la France depuis une dizaine d'années. Dans une enquête réalisée par Malakoff Humanis cette année, deux tiers des salariés interrogés sur les dispositifs d'épargne salariale et de retraite se déclarent très sensibles à la nature socialement responsable des placements. « Certains clients nous disent vouloir privilégier un fonds ISR, dont ils partagent les valeurs, plutôt que la performance à tout prix », détaille François Dillemann, le directeur commercial épargne de Malakoff Humanis.

De manière générale, les mutualistes préfèrent proposer une gamme res-

serrée mais bien contrôlée, avec des fonds qui correspondent aux attentes de leurs clients : « Notre nouveau contrat d'assurance-vie, Macif Epargne Vie, lancé en juin, offre un choix d'une vingtaine de supports, qui sont tous labellisés (ISR, Green-

matique. En plus du niveau de risque que l'épargnant doit définir lors de la souscription du contrat (prudent, équilibré ou offensif), il peut ensuite choisir une gestion simplement ISR ou, s'il le souhaite, y ajouter une brique solidaire. Cette option sélectionne des entreprises ou structures génératrices d'utilité sociale et/ou environnementale.

Outils pédagogiques

Bien qu'étant historiquement des réseaux physiques avec des conseillers, les mutualistes ont fortement développé depuis quelques années leur offre à distance, avec des sites Internet proposant beaucoup de contenus pédagogiques sur l'épargne et des outils de simulation pour donner plus d'autonomie à leurs clients. « Nous avons effectué un gros travail depuis trois ans qui a débouché sur de nouveaux outils de gestion de l'épargne, et de nouvelles interfaces, annonce avec fierté François Dillemann, de Malakoff Humanis. On a certainement un des outils les plus modernes du marché. » Les mutualistes se sont même approprié les codes du numérique : « Nos sociétaires, particulièrement les trentenaires, sont très utilisateurs du digital, mais ils veulent de la fluidité. Nous travaillons donc avec des UX designers (expérience utilisateur) pour optimiser nos parcours », souligne Loïc Dano, chef de produit épargne à la Maif. Mais ce n'est pas tout. « On assiste à une accélération de mise à disposition de la souscription en ligne pour les mutuelles (La France Mutualiste, Garance, MIF...) », constate Ludovic Herschlikovitz, président de Financial Studies, qui ajoute qu'un support téléphonique ou par chat reste disponible pour accompagner le souscripteur. D'ailleurs, la majorité des ►►►



Bruno Levy pour Challenge

« Nous avons intégré une approche responsable et solidaire dès 2009 pour nos sociétaires qui voulaient donner du sens à leurs placements et ne trouvaient pas ces produits ailleurs. »

Romain Liberge, directeur marketing de la Maif.

fin ou Finansol), explique la directrice de Macif Finance Epargne, Odile Ezerzer. Nous ne voulons pas être un simple hypermarché de fonds, nous préférons avoir une gamme que nos conseillers maîtrisent bien pour accompagner les clients au mieux. » Ce contrat propose même une gestion profilée thé-

Lauréats (sur 21 testés)	LE SITE INTERNET...			LE CONSEILLER...		COMMENTAIRES
	me propose des outils pédagogiques	affiche clairement frais et performances	me donne facilement accès à un rendez-vous	est à l'écoute de mes besoins	m'aiguille vers des produits adaptés	
Mutualistes AMPLI MUTUELLE	Simulateur retraite					Après une présentation détaillée des produits, le conseiller répond aux questions du client dans un langage clair et propose un e-mail récapitulatif à la fin. Site clair.
CARAC	Simulateurs épargne et retraite et contenus pédagogiques					Bonne écoute du conseiller pour définir le profil et les besoins, mais langage parfois trop technique pour les produits. Performances et frais apparaissent bien sur le site.
GARANACE	Quelques contenus pédagogiques					Questionnement rapide, centré sur l'essentiel. Présentation des produits complète (avec frais et performances) sauf sur la partie fiscale. Souscription possible sur le site.
LA FRANCE MUTUALISTE	Simulateurs épargne et retraite et contenus pédagogiques					Le conseiller établit le profil du client et son niveau de compréhension des produits, et détaille les types de gestions disponibles, avec e-mail récapitulatif. Site très complet.
MAAF	Quelques contenus pédagogiques					Après une rapide découverte du client, le conseiller aborde les différents produits disponibles et propose un rendez-vous en agence pour approfondir et affiner le conseil. Site efficace.
MACIF	Simulateurs épargne et retraite					Les explications sur l'épargne sont adaptées au niveau de compréhension du client et le conseiller propose un e-mail récapitulatif. Documentation disponible sur le site.
MAIF	Simulateurs et contenus pédagogiques					Des explications adaptées au niveau de compréhension du client sur le fonctionnement et les avantages des produits, avec e-mail récapitulatif. Site complet.
MALAKOFF HUMANIS	Simulateur retraite et contenus pédagogiques					Bonne présentation des produits et des avantages, avec explications fiscales correctes mais un peu techniques. Pas d'e-mail récapitulatif mais proposition de second rendez-vous.
MIF	Quelques contenus pédagogiques					Après un questionnaire rapide sur le profil du client et ses objectifs, le conseiller présente les produits, avec envoi d'un mail récapitulatif. Souscription possible sur le site.
MUTUELLE MÉDICIS	Contenus pédagogiques sur la retraite					Le conseiller pose les bonnes questions, présente les produits de façon détaillée (gestion, sortie, fiscalité...) et envoie un e-mail récapitulatif. Site et numéro vert disponibles.
UMR	Simulateurs épargne et retraite et contenus pédagogiques					Excellente écoute du conseiller sur le profil et les projets du client. Conseils de très bon niveau, illustrés d'exemples pour faciliter la compréhension. Proposition de suivi.

►►► parcours d'épargne commencés en ligne par leurs sociétaires passe encore à un moment ou un autre par un contact avec un conseiller, par téléphone ou par chat sur le site. Preuve qu'un conseil humain reste souvent nécessaire. « Et nous privilégions toujours un contact avec le conseiller pour une première souscription, pour être sûrs que la personne a bien compris le produit qu'elle souscrit et la

rassurer, parce que l'argent reste un sujet anxiogène », précise Odile Ezerzer, de la Macif.

Enfin, pour les sociétaires qui ont des patrimoines un peu plus importants, les acteurs mutualistes ont su élargir leur offre avec des produits plus sophistiqués (produits structurés, fonds de private equity, diversification...), grâce à des partenariats avec des spécialistes de ces sujets. Et ils leur proposent aussi un ac-

compagnement spécifique pour gérer ce patrimoine : « A la Maif, nous avons un réseau de 70 conseillers en gestion de patrimoine salariés pour ces clients patrimoniaux, qui peuvent les rencontrer dans nos agences ou à distance (par téléphone ou en visio) », détaille Romain Liberge. A distance ou en face-à-face, les mutuelles souhaitent proposer le meilleur service à tous leurs sociétaires! **D. Pe.** ►