



Point presse La Médicale de France

Mardi 10 juin 2008

Plan des interventions

- **La Médicale de France en 2008, faits marquants et perspectives** – Henri Le Bihan, Président
- **Une gamme de produits dédiée aux professionnels de santé** – René Panis, Directeur général
- **Un plan de communication d'envergure pour accompagner les évolutions** – Edith Bérard, Secrétaire générale Crédit Agricole Assurances



La Médicale de France, faits marquants et perspectives

Henri Le Bihan, Président

Un acteur majeur sur son marché

- En 2008, la Médicale de France à **60 ans**
- Une compagnie d'assurance dédiée aux **professions libérales de santé**, filiale de Predica
- **310 millions d'euros de chiffre d'affaires à fin 2007** (200 millions d'euros en assurance dommages et 110 millions d'euros en épargne et en prévoyance), **en croissance de 6%**
- **195 000 clients** (dont **140 000 professionnels libéraux de santé, soit plus d'un praticien libéral sur 3 assuré à La Médicale**)
- Un éventail complet de garanties en assurance dommages, en épargne et en prévoyance

De belles performances et une progression régulière sur un marché stable.

Un réseau dédié d'agents libéraux

- Un réseau spécialisé et exclusif de **102 agents généraux**, professionnels libéraux, répartis dans **40 agences régionales**
- Partenaire des clients à toutes les étapes, dans leur vie professionnelle comme dans leur vie privée
- Le réseau des agents rencontre près de **50 000 professionnels de la santé chaque année**
- Plus de **30 000 nouveaux contrats par an** souscrits exclusivement par leur intermédiaire

Un marché spécialisé : les professionnels de santé

Le cœur du marché Les praticiens libéraux*

- Les médecins..... 122 000
- Les para médicaux 147 000
- Les dentistes 37 800
- Les pharmaciens
et labos 36 500
- Les vétérinaires..... 8 000

- Total des libéraux..... 351 300

- Les futurs praticiens
Étudiants, internes,
résidents165 000

* Sources : Adeli, ordre des pharmaciens

Les marchés proches ou de diversification

- Praticiens
hospitaliers

- Collaborateurs
des praticiens

- Retraités

- Famille

Un taux d'implantation élevé

(Taux estimés à fin 2006)

Médecins généralistes	47%
Médecins spécialisés	37%
Chirurgiens dentistes	42%
Kinésithérapeutes	37%
Infirmiers	29%
Pharmaciens dont 6 180 officines assurées soit	52% 25%
Laboratoires d' analyses médicales	21%

**41% des professionnels libéraux de santé
ont au moins 1 contrat à La Médicale de France**

**1^{er}
assureur
des officines**

Un plan stratégique pour 2008-2012

- **La Médicale de France lance en 2008 un nouveau plan de développement pour renforcer son action commerciale autour de trois axes :**

>La distribution

>L'offre

>La communication

Un plan stratégique pour 2008-2012

- **Des projets de développement ambitieux**
 - **600 000 contrats en portefeuille en 2012**
 - **290 000 clients en 2012**
- **Une rénovation de la gamme produits**
 - **Refonte et adaptation de l'ensemble de la gamme vie privée et vie professionnelle**
 - **Nouvelle approche vers les « Futurs Praticiens »**
- **Des moyens importants dans le domaine de la communication**
 - **Nouveau Logo, campagne de communication dans la presse professionnelle,**
 - **Refonte du site internet.**
- **Un réseau en expansion**
 - **Renforcement des équipes commerciales : près de 40 recrutements en agences**

2008

- année de mise en œuvre du plan
- un changement de gouvernance



Une gamme de produits dédiée aux professionnels de santé

René Panis, Directeur général

Une offre complète et spécialisée

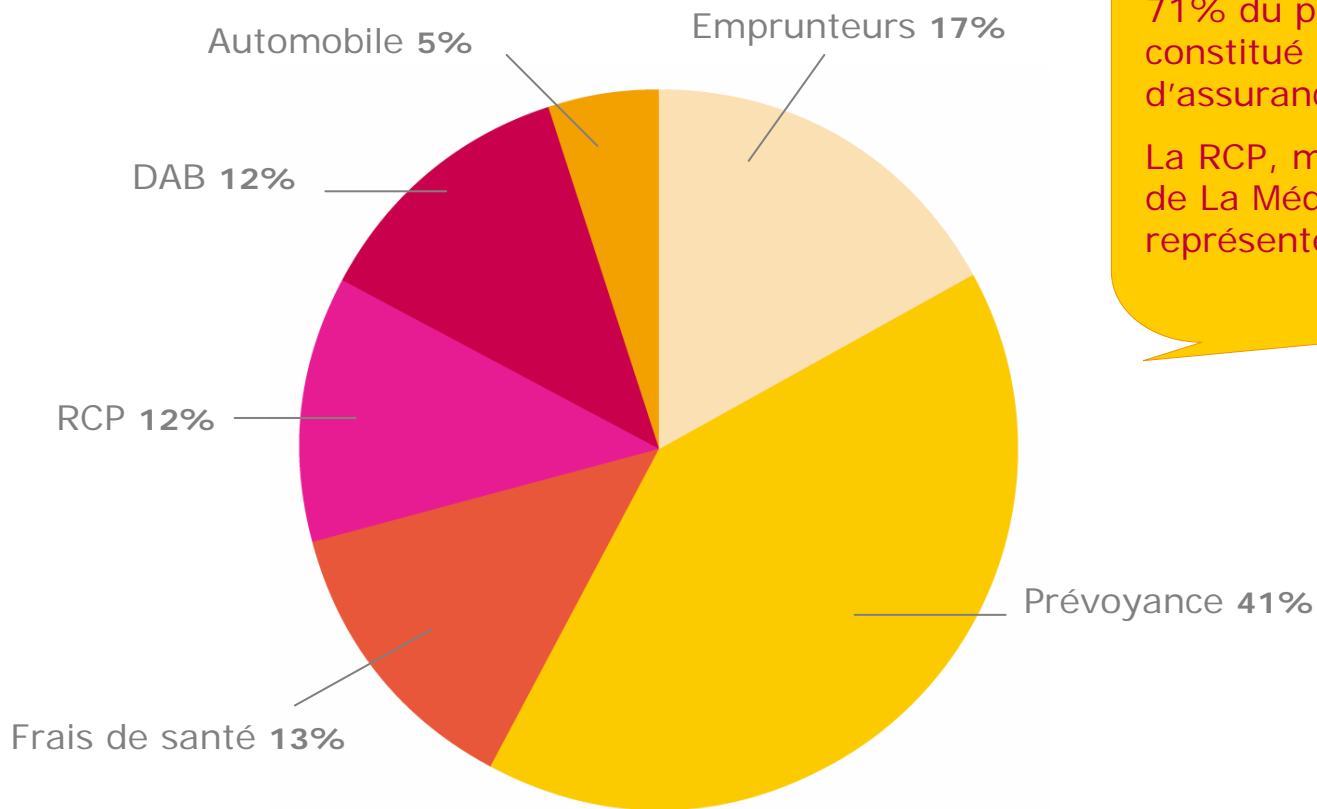
Une segmentation marketing de l'offre en trois grands axes :

➔ contrats liés à la vie professionnelle

➔ contrats liés à la vie privée

➔ contrats d'épargne et de retraite

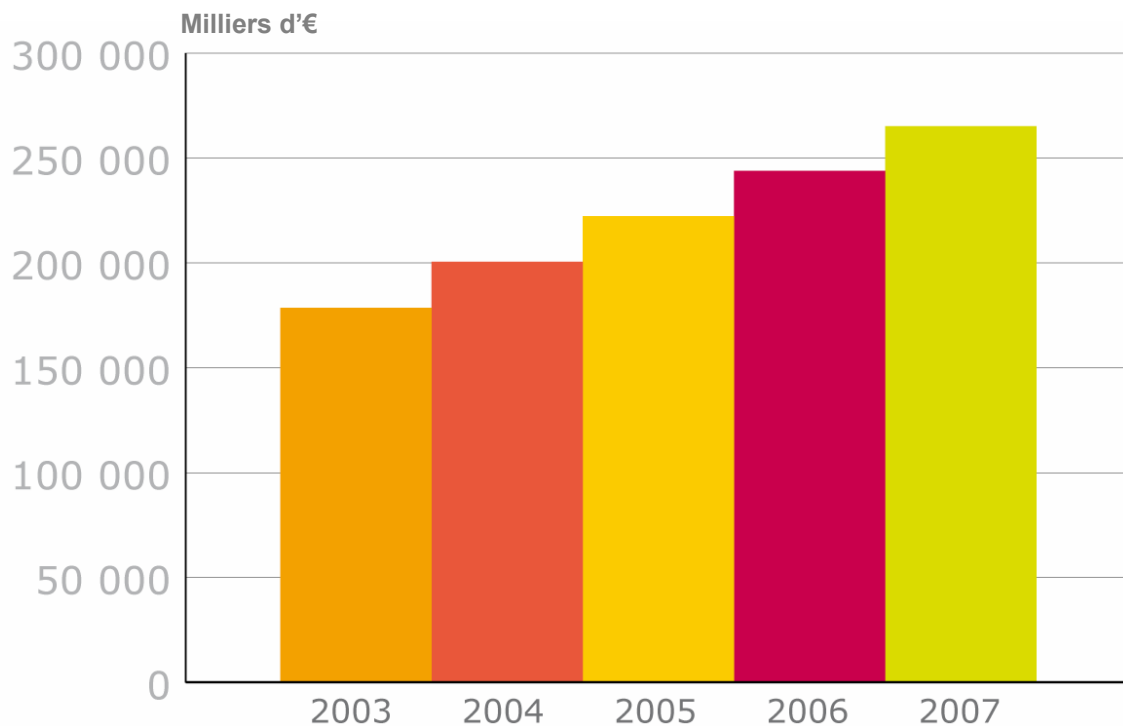
Le portefeuille produits (en valeur)



71% du portefeuille est constitué de contrats d'assurance de personnes

La RCP, métier d'expertise de La Médicale de France, représente 12 % du C.A.

Un portefeuille IARD en croissance élevée



+ 14%
en nombre

+ 48%
en valeur

- La croissance du portefeuille IARD se situe à un niveau élevé
- Très supérieur à celui du marché de l'assurance

Une forte activité commerciale

- Le réseau des agents réalise près de 40 000 affaires nouvelles par an

Assurance crédit	12 000	4 900 Nouveaux clients en 2007
Dommmages aux biens	8 500	
Responsabilité Civile Professionnelle	6 900	Près de 2 affaires nouvelles par agent et par jour
Prévoyance	4 300	
Frais de santé	3 700	
Automobile	3 400	
Total (à fin 2007)	38 800	18 millions € de collecte annuelle

- Un taux de résiliation de 4% parmi les plus faibles du marché

Pour exercer en toute sérénité, maintenir son niveau de vie, être prévoyant, concrétiser ses projets et préparer sa retraite



Une offre dédiée en Epargne, Prévoyance, Assurance dommages et Responsabilité civile professionnelle :

- **adaptée aux besoins spécifiques des professionnels de santé**
- **personnalisée selon leurs besoins et leurs objectifs**
- **modulable en fonction de chaque situation professionnelle**
- **évolutive suivant le cycle d'activité**

Les produits liés à la vie professionnelle

Responsabilité civile professionnelle et Responsabilité civile des mandataires sociaux

- *Des produits « phare » qui fondent la notoriété de La Médicale de France*

Assurances de Personnes

- Prévoyance (arrêt de travail, invalidité, décès)
- Assurances liées au crédit
- *Des produits qui représentent près de 60% du chiffre d'affaires (frais de santé exclus)*

Dommmages aux biens

- Des produits multirisques destinés à couvrir l'ensemble des cabinets professionnels ainsi qu'une gamme de produits spécialisés pour :
 - les pharmacies (Pharma Globale),
 - les laboratoires (Labo Globale),
 - les cabinets de radiologie (Radio Globale)
- *Des produits très techniques, à forte valeur ajoutée et très bien placés sur le marché*

Les produits privés et assurance vie

- Les produits liés à la vie privée

- Automobile
- Multirisque Habitation
- Complément Frais de Santé

Des produits prioritairement destinés aux assurés déjà clients de La Médicale de France pour leurs risques professionnels

- Les produits Vie

- Une gamme de produits destinés soit à la préparation de la retraite (Madelin)
- soit à l'investissement (produits Multi-supports – Multi-gestion).

Des produits vendus par les agents et le réseau des CER



Un plan de communication d'envergure pour accompagner les évolutions

Edith Bérard, Secrétaire générale Crédit Agricole Assurances

Une nouvelle identité visuelle pour La Médicale de France

- **Pour moderniser l'image de la compagnie**
- **Pour développer la notoriété**
- **Pour communiquer sur la complétude de l'offre**
 - > Sur le plan professionnel et privé
 - > Pour renforcer notre dimension d'assureur généraliste au service de spécialistes

Une nouvelle identité : identité et promesse

Une identité/le métier :

La Médicale est une compagnie d'assurance dédiée à tous les professionnels libéraux de la santé

Une promesse /le bénéfice client :

La Médicale instaure dans la durée une relation commerciale de proximité, de qualité et de confiance incarnée par un réseau dédié

Une nouvelle identité : les valeurs

Le nouveau logo doit permettre de capitaliser sur les atouts de la marque tout en lui insufflant une nouvelle dynamique.

- **Valeurs qu'il doit transmettre :**

- Proximité
 - Professionnalisme/expertise
 - Dynamisme
 - Connivence
 - Force/sécurité
 - Modernisme
-
- Il doit à la fois exprimer **la référence à l'univers de la santé et à celui de l'assurance**
 - Il doit pouvoir accompagner la marque dans la durée afin de **soutenir son ambition de leadership.**

Le nouveau logo



La médicale
assure les professionnels de santé



Une nouveau site Internet (accessible dès le 16 juin 2008)

- Affirmer le leadership de La Médicale sur les marchés des professionnels de la santé
- Offrir une information personnalisée
- Mettre en avant l'exhaustivité des besoins privés et professionnels couverts par la Médicale
- Dynamiser son image
- Être un relais de la relation à l'agent

Un nouveau site Internet : page d'accueil



RECHERCHE

Mots-clés

Produits

Métiers

QUI SOMMES-NOUS ?

NOS OFFRES

INFOS PRATIQUES



Un professionnel de l'assurance proche de vous

CONTACTEZ-NOUS

PAR TÉLÉPHONE
N° AZUR 0800 20 20 20

PAR MAIL
Ecrivez-nous

PAR DÉLÉGATION

Votre code postal pro

LES 6 BONNES RAISONS DE NOUS FAIRE CONFIANCE

1. Lorem ipsum dolor sit ame loborti
2. Consectetuer lobortis id adipisci
3. Elit lobortis id libero consectetu
4. Rhoncus justo lobortis id magna
5. Consectetuer adipiscing elit.

> EN SAVOIR PLUS

Entretien



Dr Dupont présente la Médicale de France aujourd'hui



Actualités

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Suspendisse luctus quam sit bolo.

> En savoir plus

FUTUR PRATICIEN ?



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit.

a

VOS BESOINS

Trouver une solution

Chacun son métier !
Chaque jour, vous soulagez vos patients

POUR VOTRE MÉTIER

Trouver un métier

Chacun son métier !
Chaque jour, vous soulagez vos patients

VOTRE AGENCE

Votre code postal pro

Chacun son métier !
Chaque jour, vous soulagez vos patients

TOUT SAVOIR SUR NOS ACTIVITÉS

NOUVEAU



BROCHURE 2008

> TÉLÉCHARGER LE PDF

Un nouveau site Internet : espace métier



QUI SOMMES-NOUS ?

NOS OFFRES

INFOS PRATIQUES

Accueil > Espace Radiologue

Radiologie



Imprimer

POUR VOTRE ACTIVITÉ

Pour un professionnel de la santé, la prévention est une priorité. Alors pour diversifier vos investissements, optimiser votre fiscalité, constituer

► En savoir plus

POUR VOS REVENUS

POUR VOTRE PROTECTION

POUR VOTRE AVENIR

Radiologue, nos assurances prennent soin, de votre vie professionnelle et privée. 1 radiologue sur 2 nous fait déjà confiance.

Chaque jour, dans votre cabinet de radiologie, vous scrutez la santé des hommes et des femmes qui comptent sur vous. À La Médicale, vous pouvez compter sur notre connaissance de votre activité pour assurer la sérénité de votre vie professionnelle et privée.

Parce que nous sommes à l'écoute de vos besoins, de ceux de vos collaborateurs mais aussi de ceux de votre famille, nous avons conçu des assurances personnalisées pour votre vie professionnelle... comme pour votre vie de tous les jours. C'est pourquoi vous êtes 56 % des radiologues exerçant en libéral à avoir eu au moins un contrat

Pour votre activité :

Prise en charge de la réclamation formulée par un patient, couverture des échographies, des actes interventionnels et examens d'investigation, matériel professionnel indemnisé en valeur à neuf, garantie des pertes d'exploitation en cas d'incendie ou de fermeture administrative de l'hôpital avec lequel vous travaillez... De la RCP à l'assurance du cabinet, **exercez en toute sérénité.**

Pour vos revenus :

Arrêts de travail total ou partiel, nombreux autres avantages assurés, retraite

RECHERCHE

CONTACTEZ-NOUS

PAR TÉLÉPHONE
N° AZUR 0800 20 20 20

PAR MAIL
+ Ecrivez-nous

PAR DÉLÉGATION



Depuis que je suis à La Médicale, mes démarches santé sont simplifiées !

Isabelle, Kinésithérapeute

Une expérience originale sur le web avec Pratis.com

1er site des médecins

- **Le concept**

Des émissions de 2 à 3 minutes sur une **Web TV dédiée aux médecins**
Eligibles au titre de la Formation Médicale Continue (FMC)

- **Un partenariat**

Avec Pratis Santé, 1er site des médecins avec 36 700 visites du 1^{er} au 10 juin 2008 (Source classement Weborama)

- **Un cœur de cible**

Médecin généraliste et spécialiste - Urbain - 35 à 45 ans - 85% d'hommes.

- **Avantages**

- Une **image dynamisée et modernisée**.
- Un **terrain préempté** sur ce type de support par rapport à nos concurrents directs.
- Une **parfaite cohérence** avec notre ligne d'hyper spécialiste.
- Un **gain de notoriété** et de visibilité.
- Des « **pushmails** » **annoncent les programmes aux 66 500 médecins et citent notre marque**

- **Objectif**

Se positionner comme spécialiste, « à taille humaine » (proche, pratique, dynamique, humain, rassurant)



Les medias utilisés

Un concept de création relayé sur 2 médias complémentaires :

- **la presse professionnelle : une sélection des titres les plus représentatifs par catégorie d'activité**

- **le canal Internet pour :**

- > Capturer les internautes en phase de recherche sur La Médicale : référencement naturel sur toute l'année 2008 et référencement payant pour une période de 6 mois.

- > Faire connaître La Médicale auprès de professionnels de santé : Bannières e-pub sur sites professionnels notamment, pour une période de 15 jours.

En 2008, La Médicale change.

Une véritable dynamique est en marche.

La compagnie est plus que jamais un élément fort de développement du Groupe au service des professionnels de santé.