

G.Scope

Le magazine de Gras Savoye



© Thomas Dudan

SPECIAL
20
ANS
G.SCOPE

Du cœur des activités
au cœur des risques...

Et aussi :
Celio, Newrest,
SNAV-
Les Professionnels
du voyage,
Union InVivo





Photo Eric Dudan

Anticiper, évoluer, s'adapter...

Anticiper, évoluer, s'adapter, c'est une volonté mais aussi une réalité pour un courtier d'assurance comme Gras Savoye, à l'écoute de son environnement et de ses clients.

En 100 ans d'existence, mouvement et dynamique de changement n'ont jamais cessé d'être, dans l'entreprise provinciale, devenue LE premier courtier en France et un grand groupe mondial.

Une condition de survie ? Plutôt une philosophie ! une raison d'être, comme une seconde nature. Plus encore, c'est pour Gras Savoye une exigence vis-à-vis de ses clients.

Anticiper pour mieux les connaître et les comprendre.

Evoluer avec eux et évoluer pour eux.

S'adapter pour leur ouvrir le chemin et leur permettre d'avancer.

En développant une approche par grands secteurs de l'économie, Gras Savoye une nouvelle fois prend une orientation stratégique qui le rapproche de ses clients.

Par une analyse précise de chaque domaine d'activité, Gras Savoye effectue une plongée en profondeur dans ses métiers, dans ses enjeux. A partir de cette immersion au cœur des problématiques de ses clients, Gras Savoye identifie et analyse les maillons de chaque chaîne de valeurs, perçoit les spécificités d'un secteur, d'une entreprise pour mieux en saisir les points de vulnérabilités.

En un mot : se placer résolument au cœur des activités des entreprises pour être au cœur de leurs risques.

G.Scope vous présente cette nouvelle approche à l'occasion de la célébration des 20 ans du magazine. 20 ans consacrés à informer nos lecteurs sur les risques, l'assurance, la prévention... et à leur faire partager les évolutions du groupe. 20 ans aussi et surtout consacrés à nos clients qui ont été nombreux à témoigner dans nos colonnes. Qu'ils en soient ici remerciés. Dans ses supports d'information aussi, Gras Savoye donne toujours la priorité à ses clients.

Parce que pour porter le bon regard sur les risques des entreprises, il faut aussi être capable de les regarder comme avec leurs propres yeux. Cela s'appelle l'empathie.

Ariane Fournier

DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION



Au cœur des activités



Newrest :
l'air du changement



Celio
la mode sous une
bonne étoile



Union InVivo
L'agriculture du
3^{ème} millénaire



SNAV
Agents de voyage
entre rêve et réalité



Le risque selon
Cédric Malki

Du cœur des activités... au cœur des risques

A LA FOIS idée nouvelle et culturellement inscrite dans la stratégie de croissance du groupe, l'approche sectorielle de Gras Savoye recouvre une double réalité.

Dans son volet externe, elle se traduit par une politique de rachat fructueuse, menée depuis plusieurs années déjà, et axée sur des spécialités et des niches telles que la plaisance, l'aérien, le maritime, le transport ou encore les risques spéciaux.

Dans son versant interne, elle tire ses origines d'une tradition d'écoute et de la volonté de parler le même langage que l'entreprise, pour en comprendre

Gras Savoye déploie désormais une nouvelle approche client basée sur l'analyse en profondeur de chaque secteur d'activité de l'économie et des risques le menaçant. Cette approche très opérationnelle est ancrée dans la réalité de l'entreprise et mobilise toutes les solutions de risk-management utiles à sa protection.

les enjeux mais aussi en être parfaitement compris.

Aujourd'hui, cette approche orientée client est devenue un process à part entière de

Gras Savoye, une démarche collective, systématique et touchant tous les segments de clientèle dans toutes les branches d'assurance. Comment s'est traduit concrètement sa mise en œuvre ? Une première étape a été d'ausculter l'ensemble des grands secteurs de l'économie française en respectant les nomenclatures d'activités et en visant un objectif : définir les problématiques et scénarii de risques propres à chacun. En un mot : se placer résolument au cœur des activités des entreprises pour être au cœur de leurs risques.

Un modèle orienté client

Pour parvenir à ce deuxième niveau d'analyse, des méthodes issues du conseil sont déployées. L'alliance des techniques marketing de la Direction Commerciale et du savoir-faire de Sageris, filiale du groupe spécialisée en ingénierie des risques, a permis d'effectuer un travail précurseur et novateur.

Une réflexion opérationnelle

Le principal résultat de cette phase de réflexion est très opérationnel : l'identification de grands enjeux par métiers, la modélisation de facteurs de risques pour les entreprises et l'élaboration des solutions « sur-mesure » faisant appel à l'ensemble des réponses de risk-management. Ainsi, les secteurs de l'agroalimentaire, des services, de la communication, des TIC ou encore du tourisme font partie de ceux sur lesquels Gras Savoye déploie sa démarche et enrichit constamment ses expertises et son offre.

L'entreprise en point d'aboutissement du modèle

La troisième étape du process passe par sa déclinaison au niveau de l'entreprise. Gras Savoye étudie la stratégie, la chaîne de valeurs et les spécificités de son client et, à partir des enjeux de son secteur, propose le meilleur dispositif de protection.

En l'espace d'un an et demi l'ensemble du groupe s'est mobilisé et a adopté cette approche qui privilégie la connaissance et l'expertise des métiers du client et qui met à son service toute l'expertise technique assurance d'un grand groupe.

Il en a résulté la construction d'un référentiel unique par métier, l'approfondissement de la connaissance des activités et des besoins de nos clients et la conception de solutions.

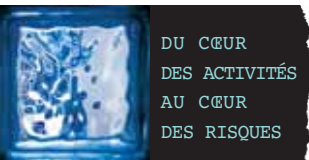
Que ce soit dans l'industrie,
l'agriculture ou les services...
Gras Savoye est au service
de nombreux secteurs.
Démonstration avec
différents clients du groupe,
invités de cette édition.



© Thomas Durand



Plongée en
profondeur
dans un
secteur
d'activité



DU CŒUR
DES ACTIVITÉS
AU CŒUR
DES RISQUES

Newrest, l'air du changement dans la continuité.

Né fin 2005 à la suite d'un LMBO des activités de catering aérien d'Eurest inflight et de Cathair, le groupe Newrest a donné immédiatement à sa stratégie une double orientation : travailler dans la continuité et insuffler un nouvel élan à son développement. « Cette double volonté a une exigence, la recherche permanente de l'efficacité à tous les niveaux ». Jean-Louis Chicon, Vice Président exécutif des opérations

donne le ton. Newrest a en effet adopté un mode de fonctionnement fondé sur la performance dans une maîtrise permanente des coûts. Ce que recouvre le terme anglais : « logic costs », autrement dit traquer toute dépense inutile et

avoir une gestion la plus logique possible, investir avec rationalité tout en veillant au contrôle de la dépense. « C'est indispensable car notre environnement professionnel, le marché aérien, est un secteur complexe » explique Jean-Louis Chicon. La politique de « logic costs » s'applique à tous les niveaux de l'entreprise effectivement ; en témoigne la légèreté de la holding qui fonctionne avec seulement 14 personnes quand le groupe en compte, tous métiers confondus, 10 000, à travers 16 pays.

Rigueur, logique et ambition

Cette approche rigoureuse n'empêche pas à Newrest d'afficher ses ambitions : développer les activités de catering et de restauration dans les secteurs qu'il occupe déjà notamment dans les transports (aérien, ferroviaire), et se positionner sur de nouveaux secteurs avec ses clients et ses partenaires en Europe, au Moyen Orient et en Afrique du Nord. La société tire environ 66% de son chiffre d'affaires de la restauration aérienne.

Elle entend rester fidèle à ses clients tout en développant ses opérations en dehors du périmètre actuel, en s'appuyant sur le succès de ses nombreuses implantations dans différents pays.

Plan de vol : explorer de nouveaux champs

Force est de constater que le groupe a su en un temps record développer toute une noria d'activités qui tournent autour de son métier d'origine et qui sont regroupées en grands domaines : retail, support, catering, en complément de l'inflight. Parmi les divers services offerts par Newrest figurent ainsi les concessions de points de restauration dans les aéroports, la restauration en entreprises, en milieux éducatifs et de santé, l'industrie des services alimentaires et de nouveaux services novateurs aux entreprises notamment industrielles. Newrest est ainsi capable de fournir toute une chaîne de prestations, restauration, hôtellerie, sécurité, loisirs, gestion de déchets pour équiper les bases de vie de sites industriels éloignés comme des sites d'exploration pétrolière (y compris off shore), de champs miniers... Comment ? « Nous nous appuyons sur notre force industrielle et notre savoir faire en matière de catering aérien pour être innovants dans ces domaines. Ainsi, nous développons des offres de service global pour des activités spécifiques comme l'industrie pétrolière ou minière en créant des bases de vie clés en main ».

Pour la gestion de ses assurances et de ses risques, Newrest a choisi la continuité en faisant confiance à Gras Savoye comme l'explique Jean Louis Chicon « Nous avons externalisé cette compétence pour aller vers un spécialiste dont nous attendons beaucoup en termes de conseil et avec lequel nous partageons le même état d'esprit ». Gras Savoye développe une approche orientée vers les activités et les vulnérabilités de son client. Son plan de vol pour Newrest : délivrer le meilleur conseil dans une démarche de protection logique et efficace !

ANNE LISE FONTAN

Nouvelle marque dans le paysage de la restauration aérienne, Newrest a su en deux ans prendre une place originale dans l'industrie des services alimentaires en étant capable de continuer à répondre aux attentes des compagnies aériennes, ses clients naturels tout en prenant position dans des secteurs plus inattendus comme l'industrie pétrolière ou minière. G.Scope vous propose d'en savoir plus sur ce groupe dont l'ambition va de pair avec une logique de gestion à toute épreuve.



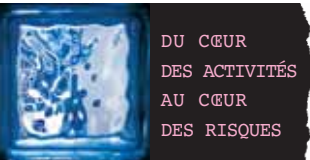
© Thomas Duda



©Photo Denis Darzacq

“Logic costs”, une question d’équilibre et de légèreté !





DU CŒUR
DES ACTIVITÉS
AU CŒUR
DES RISQUES

Celio : la mode homme sous une **bonne étoile**.

Un premier magasin en 1985, 600 aujourd'hui, une présence dans 40 pays... Celio, c'est avant tout l'histoire, le temps d'une génération, du succès d'une entreprise, d'une marque et d'un concept innovants : la transposition du « casual » masculin de culture américaine à la sensibilité latine.

1 Français sur 2 porte du Celio

Christian Pimont, président du directoire de Celio, incarne cet esprit d'entreprendre qui anime toujours

« **Latiniser le casual américain** », l'idée paraît simple et pourtant, connaissez-vous beaucoup d'entreprises qui, le temps d'une génération, ont pris le leadership d'un secteur parmi les plus concurrentiels qui soient : le prêt-à-porter masculin. C'est le pari gagné de Celio. G.Scope lève un coin du voile sur ce client de Gras Savoye et une success story à la française .

l'entreprise et ses fondateurs et actionnaires Marc et Laurent Grosman. « Celio a connu un développement rapide. Son concept qui s'appuie sur une certaine idée de l'élégance et de la décontraction masculines était dès l'origine innovant ». C'est notamment en créant des collections, uniquement pour l'homme, avec des couleurs et des lignes adaptées à la consommation des pays latins que Celio a gagné son

pari. La réactivité est aussi un des maîtres-mots de la marque. « Nous créons 5 collections annuelles et nos magasins présentent de nouveaux produits tous les 15 jours » souligne Christian Pimont. C'est que les habitudes d'achat de ces messieurs ont évolué : une part de plus en plus importante de leurs dépenses de loisirs ou de bien-être concerne désormais les vêtements. « Sans oublier les femmes qui accompagnent un client sur deux et achètent pour elles-mêmes dans 10% des cas » ajoute Christian Pimont.

Les magasins, tous organisés sur le même modèle, accordent une grande accessibilité aux produits et font partie intégrante d'un concept de masse basé sur l'ouverture et la générosité. Le succès est au rendez-vous : 1 Français sur 2 porte la marque, 28 millions de pièces sont vendues par an. Dernière innovation, Celio Club, une gamme plus

urbaine, orientée vers le costume de ville. « On constate un certain renouveau du costume qui redevient le symbole d'un positionnement social que le consommateur souhaite affirmer par le vêtement ».

Une marque écrite dans plus de 40 pays

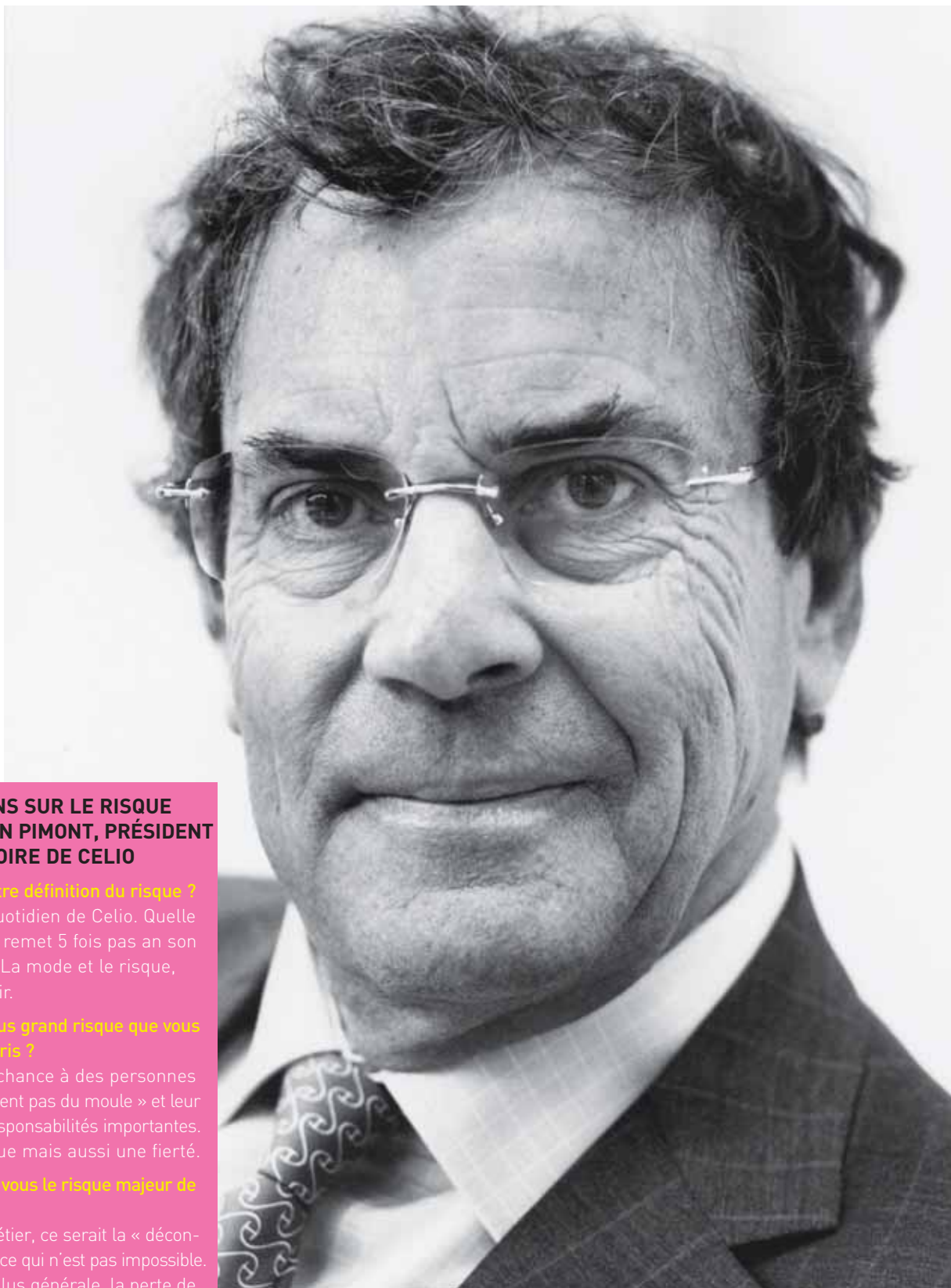
Première marque de textile homme en France, Celio est aussi dynamique à l'étranger avec une moyenne de 30 ouvertures de points de vente par an. Son expansion internationale, en propre ou au travers de partenariats locaux, donne le tournis : 1992 premier magasin en Belgique, 1993 au Liban, suivront l'Italie, l'Espagne, les pays de l'Est, le bassin méditerranéen, l'Asie avec Singapour... Aujourd'hui, fait marquant pour une entreprise française, son terrain d'action est le monde : le drapeau Celio flotte dans 40 pays. Avec sa position de leader, l'entreprise s'est donné certaines responsabilités : depuis 2005 une trentaine de produits sont confectionnés à base de coton issu du commerce équitable. Par ailleurs, discrètement mais avec conviction et une certaine fierté, Christian Pimont évoque les possibilités de progression sociale accordées par le groupe. « Le secteur de la vente offre de réelles possibilités d'évolution et peut jouer un rôle d'ascenseur social voire d'intégration. Chez Celio nous sommes totalement dans cette optique avec des programmes de formation ouvrant des niveaux de responsabilités supérieurs à tous ceux qui en ont les capacités et le souhaitent ». Ces ambitions pour les collaborateurs sont à la hauteur des ambitions du groupe : doubler le chiffre d'affaires fin 2010.

Enfin, ce panorama de Celio ne pouvait être complet sans évoquer la gestion des risques du groupe dont Gras Savoye est le courtier. Quand on lui demande sa définition du risque (voir ci contre les 3 questions sur le risque), Christian Pimont donne une réponse d'entrepreneur « C'est le lot quotidien de Celio. Quelle autre activité remet 5 fois pas an son titre en jeu ? La mode et le risque, cela va de pair ».

ANNE LISE FONTAN



© Thomas Duda



3 QUESTIONS SUR LE RISQUE À CHRISTIAN PIMONT, PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE DE CELIO

Quelle est votre définition du risque ?

C'est le lot quotidien de Celio. Quelle autre activité remet 5 fois pas an son titre en jeu ? La mode et le risque, cela va de pair.

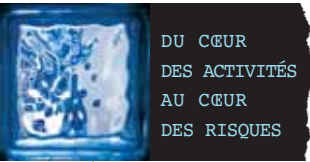
Quel est le plus grand risque que vous ayez jamais pris ?

Donner leur chance à des personnes qui ne « sortaient pas du moule » et leur confier des responsabilités importantes. C'est un risque mais aussi une fierté.

Quel est pour vous le risque majeur de demain ?

Pour notre métier, ce serait la « déconsommation », ce qui n'est pas impossible. D'une façon plus générale, la perte de valeurs et la déresponsabilisation des individus sont pour moi de vraies menaces pour toute société. **ALF**





DU CŒUR
DES ACTIVITÉS
AU CŒUR
DES RISQUES

Union InVivo, l'agriculture du 3^{ème} millénaire en marche

S'il est un enjeu majeur pour les générations futures, celui de l'alimentation est essentiel. Comment subvenir aux besoins nutritionnels d'une population mondiale en croissance continue ? L'union InVivo, première entreprise européenne d'achats, de ventes et de services en agriculture fait partie des acteurs les plus concernés par ces problématiques. Patrice Gollier, directeur général, souligne : « Les surfaces cultivables ne sont pas extensibles et notre potentiel de production est contraint par ces limites. Nous devons trouver des solutions d'amélioration de la productivité dans une démarche écologiquement responsable ». Un exemple de cet

engagement est la lutte contre la pyrale du maïs, préoccupation de longue date d'InVivo. Depuis 15 ans, sa filiale Biotop conçoit et déploie des solutions biologiques, notamment pour contrer ce fléau. « 115 000 ha de maïs sont protégés au moyen de larves d'insectes. Cet exemple souligne que notre groupe, comme le secteur agricole tout entier, s'impliquent depuis de très nombreuses années dans le développement durable » ajoute Patrice Gollier.

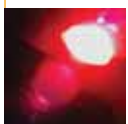
Chercheurs en qualité et en performance

Sélectionneur et obtenteur de semences, mais aussi spécialiste de la nutrition et de la santé animale (2 activités qui représentent 11% de son chiffre d'affaires, qui s'élève à 3,6 milliards d'euros), InVivo, par ses moyens propres ou en partenariat, développe la recherche pour améliorer la performance de ses 292 coopératives sociétaires. La récente prise de contrôle d'Evalis augmente très significativement la capacité d'innovation d'InVivo qui va ainsi renforcer ses centres de recherche. « Que ce soit dans le secteur des grains ou dans le

domaine de la nutrition animale, les exigences du consommateur et du législateur font de la France un pays où la sécurité sanitaire et alimentaire atteint un niveau exceptionnel. Cet environnement nous impose un contrôle maximal de nos métiers » précise Patrice Gollier. Bien plus qu'une centrale d'achat, InVivo se positionne comme un « Agrofournisseur », une activité qui représente 41% de son CA. Elle accompagne les producteurs dans l'amélioration constante de leurs processus avec des services nombreux : outils d'aide à la décision, optimisation de l'utilisation des produits phytosanitaires, vétérinaires, fourniture d'équipements et de matériels...

Culture internationale

Cette réalité « high tech » tranche avec l'image d'une France rurale traditionnelle, représentative de valeurs ancestrales toujours présente dans l'imaginaire collectif. Si les valeurs humaines propres à la coopération agricole y sont toujours très présentes, InVivo incarne une agriculture actuelle ultra moderne mais aussi très active dans l'économie mondiale et sur les places agricoles internationales. La valorisation des grains d'origine française est l'objectif prioritaire de son activité « Stockage et Marchés » (36% du CA). Avec 9,5 Mt exportés, InVivo est un acteur important de l'offre de céréales françaises sur les marchés mondiaux, aujourd'hui tournés à la hausse. Patrice Gollier analyse cette conjoncture : « Après des années difficiles, le marché des céréales connaît une embellie, conséquence de deux phénomènes : un essor de la demande tirée par les marchés émergents et une bulle spéculative sur l'ensemble des marchés des productions végétales ». Les ambitions de l'union en matière internationale restent affirmées : « Nous souhaitons continuer à être un acteur structurant sur nos marchés d'autant que la qualité de notre offre est reconnue » déclare Patrice Gollier. L'union maintient d'ailleurs, dans un marché très concurrentiel, sa capacité exportatrice notamment



SEMENCES, agrofournitures, nutrition et santé animale, commerce international des grains, InVivo développe tous les services et savoir-faire complémentaires à ses 292 coopératives sociétaires. Loin du traditionnel cliché du monde rural, c'est une agriculture moderne, dotée des dernières technologies et responsable tant en matière de sécurité que de développement durable que G.Scope vous invite à découvrir au travers d'InVivo.



© Thomas Duda



© Eric Duda

3 QUESTIONS SUR LE RISQUE À PATRICE GOLLIER, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'UNION INVIVO

Votre définition du risque ?

Le risque est un danger que l'on essaie de maîtriser au mieux tout veillant à ne pas obérer sa capacité d'action. En effet, l'attitude qui consisterait pour une entreprise à ne plus prendre de risque n'aurait aucun sens. Quel est le plus grand risque que vous ayez jamais pris ?

Toute opération de croissance externe contient une part d'inconnu mais c'est aussi une des

conditions du développement de toute activité. Du bon équilibre entre inconnu et potentiel de croissance dépend le succès de l'opération.

Quel est pour vous le risque majeur de demain ?

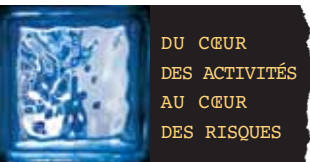
Un décalage fort et persistant entre les exigences du cadre légal qui s'imposent aux producteurs français par rapport au reste du monde, constitue un réel danger car ces distorsions sont mal prises en compte par l'OMC. La France dispose d'une agriculture de grande qualité et innovante mais ces distorsions sont porteuses d'aléas très importants.

pour le blé, l'orge, les pois, ou les féveroles au sein de l'Union européenne et vers des pays tiers notamment l'Afrique noire et le Maghreb. Une internationalisation qui concerne aussi fortement la nutrition et la santé animales.

Ouverture sur le grand public

InVivo est aussi le franchiseur du réseau de distribution GammVert, (jardinerie, bricolage, animaleries), porte ouverte sur le grand public. Cette diversification n'en est pas vraiment une : cette activité est l'héritière des libres-services agricoles, eux-mêmes issus des dépôts des coopératives. Cette activité de distribution représente 12% du chiffre d'affaires du groupe.

Devant tant d'expertises et de maîtrise, il faut un partenaire très averti en matière de gestion des risques. « Nous attendons beaucoup d'écoute et de compréhension de la part de nos partenaires assurance et de notre courtier. Au-delà des aléas classiques, certains risques sont plus spécifiques à nos activités » explique Patrice Gollier. C'est pour répondre aux besoins spécifiques d'InVivo, comme de chacun de ses clients, que Gras Savoye développe une approche spécifique par grands secteurs d'activités pour être en permanence en adéquation avec leurs évolutions. Cette exigence s'impose d'elle même quand on a pour client un groupe, moteur de l'adaptation permanente de l'agriculture... l'Union InVivo. ALF



DU CŒUR
DES ACTIVITÉS
AU CŒUR
DES RISQUES

Entre rêve et réalité... profession : agent de voyages

Que recouvre la réalité de votre profession ?

Née après guerre au lendemain des congés payés, la profession d'agent de voyage fait partie de la quinzaine de métiers réglementés et est soumise pour son exercice à l'obtention d'une licence. Plus

de 3 000 entreprises la détiennent. Notre secteur compte 5 500 points de vente, près de 39 000 salariés, et réalise un volume d'affaires de 23 milliards d'euros il se compose de 3 grandes activités :

Les distributeurs qui sont les plus nombreux et four-

nissent aux consommateurs les conseils, l'expertise, la garantie et la vente de billetterie, d'hébergements, de locations de voitures, de forfaits et de voyages à la carte dans les agences ou via leur site internet.

Les producteurs, plus communément appelés Tour-Opérateurs, ils imaginent et élaborent les voyages, du simple vol au forfait (circuits, séjours ou toute autre prestation complémentaire) en groupe, accompagné, ou en individuel. Le T-O propose ensuite ces forfaits aux consommateurs par l'intermédiaire des « distributeurs » ou en direct.

Les réceptifs, quant à eux, accueillent et prennent en charge les visiteurs sur le territoire national. Ils conçoivent des produits touristiques, excursions ou séjours, pour l'accueil des clients des agences de voyages françaises et étrangères. Ils participent à la mise en valeur du patrimoine et de l'image de la France.

Quelles en sont les particularités ?

Notre fonction est passionnante et à la fois lourde de conséquences ! Nous accompagnons nos clients

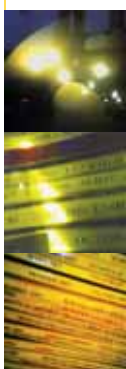
dans les meilleurs moments de l'année voire de leur vie : leurs vacances et leurs loisirs. Nous assumons nos responsabilités et les considérons comme une véritable valeur ajoutée que nous proposons à nos clients. Cependant notre profession est extrêmement encadrée et notre responsabilité de plein droit nous rend vulnérables face à des événements géopolitiques, climatiques, sanitaires de plus en plus complexes, imprévisibles alors que le mouvement consumériste devient de plus en plus présent et pressant. Il est aussi de plus en plus délicat de couvrir notre Responsabilité Civile Professionnelle. Aussi, nous attirons régulièrement l'attention des pouvoirs publics sur cette question mais aussi sur des questions de fiscalité ou de concurrence. Notre profession en France est la plus contrainte en Europe. Il est urgent d'unifier, d'homogénéiser les textes l'accompagnant pour une véritable cohérence. Aujourd'hui nous pensons de façon européenne !

Comment voyez-vous l'arrivée d'Internet ?

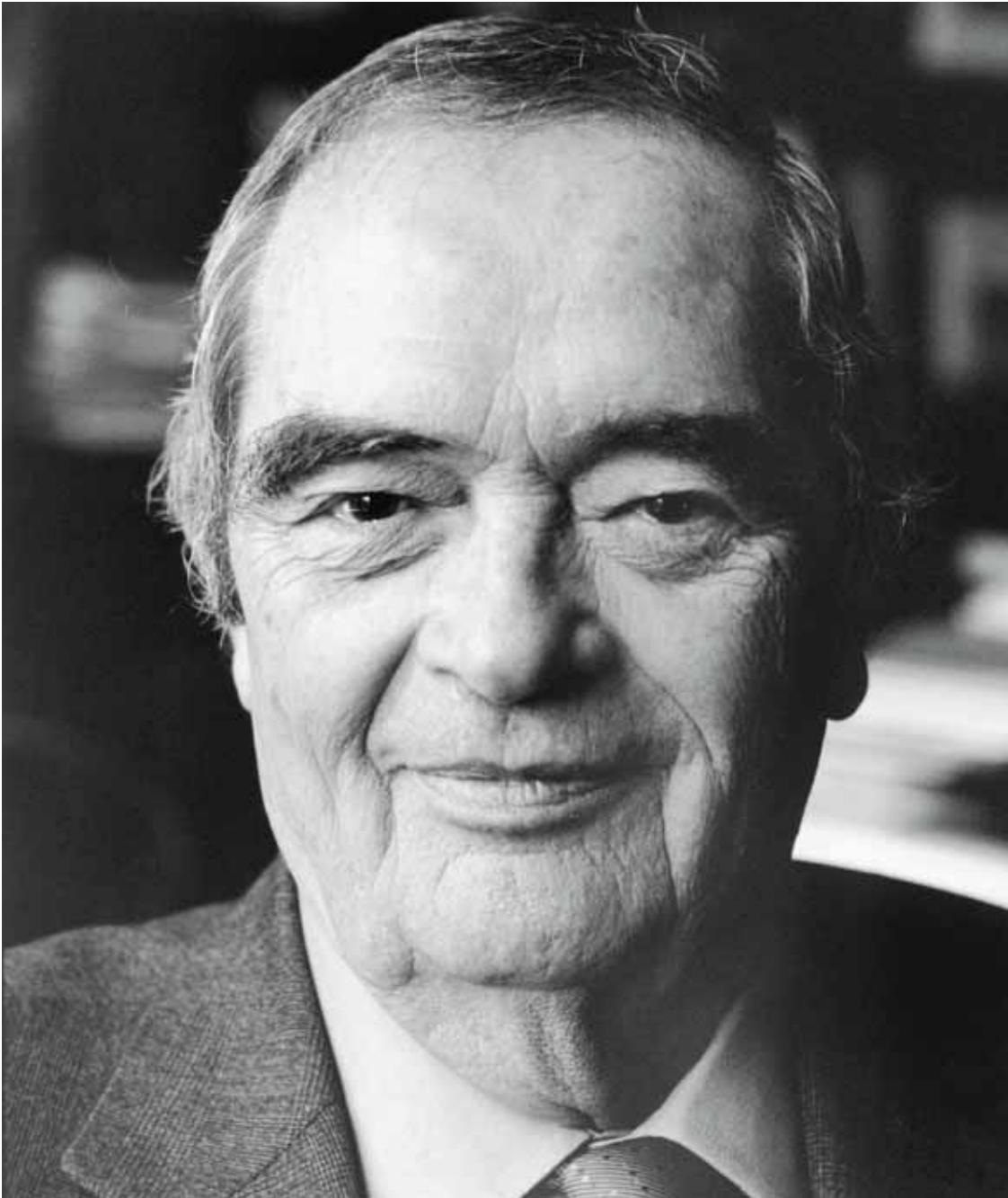
Cette révolution technologique est un atout pour l'agent de voyages mais ce n'est aujourd'hui plus une question qui se pose à nous, cela fait plus de 5 ans qu'Internet a pris sa place dans notre industrie. Le consommateur est aujourd'hui très éclairé, il a la possibilité de consulter un vaste choix de propositions, parfois trop vaste, qui peut le perdre dans sa décision... A nous en tant que Professionnels du Voyage de l'aider à y voir plus clair et à faire le tri dans cette manne d'informations qu'il s'est constituée. Il ne faut pas oublier qu'Internet n'est pas exempt de danger et le consommateur doit rester très vigilant quand il achète ses voyages via le web. Mais c'est une évolution intéressante et significative pour nous. Nous devons poursuivre son accompagnement et son développement avec toute l'intelligence et la praticité possible pour éviter les dérives. Nous avons d'ailleurs aujourd'hui en tant qu'adhérents, les entreprises les plus représentatives et sérieuses qu'a vu naître ce mode de distribution.

A lors que son métier évoque les voyages, l'exotisme et les vacances en un mot le Rêve, l'agent de voyages est de plus en plus sensible à des aléas politiques, sanitaires et climatiques complexes. Gras Savoye a mis en place en partenariat avec le SNAV - les Professionnels du Voyage, un programme d'assurance complet pour cette profession réglementée, afin de proposer des garanties adaptées.

Rencontre avec Georges Colson, Président du SNAV pour un dialogue alliant franc-parler et objectivité.



© Thomas Duda



© Eric Dudan

**Georges
Colson
président
du SNAV**



Justement comment évolue votre activité ?

Notre secteur d'activité est un véritable miroir de l'évolution de vivre et d'être des individus qui composent notre société. Il faut que nous puissions offrir des réponses adaptées car les changements de comportements sont rapides... c'est la demande qui fait l'offre. On constate par exemple l'émergence d'attentes nouvelles : des offres plus spécifiques pour les séniors, les célibataires, les familles monoparentales ou encore les séjours pour enfants et d'aspirations à des formules plus originales : séjours à thème, sportifs, circuits, croisières, éthiques... La demande bouge et c'est enthousias-

mant. Nous sommes perpétuellement à l'affût de nouveautés.

Et en termes d'assurance ?

L'agent de voyage est habilité à proposer et à vendre des assurances. Il veille ainsi à compléter son offre de produits d'assistance ou d'annulation pour mieux protéger son client. Le partenariat que nous avons mis en place avec Gras Savoye présente des couvertures en adéquation avec les besoins, qui sont proposées à l'ensemble de nos adhérents. C'est important dans un contexte qui reste complexe mais chacun conserve sa liberté de décision.

GRAS SAVOYE ÉTOFFE SON RÉSEAU EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

Dans l'Hexagone, c'est en Touraine que Gras Savoye a élu un nouveau domicile avec la création d'une nouvelle société en partenariat avec le courtier François Chartier. Gras Savoye ChartierVal de Loire est situé à Tours. Cette nouvelle société de courtage d'assurances est dédiée à tous les risques associés à l'entreprise. Gras Savoye conforte ainsi son réseau régional, le premier en France.

Présent depuis le début des années 80 en Afrique, Gras Savoye s'implante pour la première fois en Afrique anglophone, au Ghana où le courtier vient d'obtenir la licence officielle nécessaire à l'exercice du métier de courtier en assurances. Avec cette nouvelle installation, Gras Savoye confirme sa place de premier réseau de courtage du Continent africain. En Grèce enfin, Gras Savoye consolide sa position de courtier avec le rachat de la société Cargotrust, et crée Gras Savoye Willis Net Trust avec l'acquisition de Net Trust, société de services d'assurance au concept innovant

GS Art spécial centenaire : d'un lauréat à l'autre

Attaché à la « découverte » de jeunes talents, Gras Savoye a souhaité célébrer les 20 ans du GS ART et son propre centenaire, en réunissant au sein du jury d'anciens lauréats et des personnalités averties venant de divers domaines.

Un jury éclectique a ainsi décerné ce prix remis en partenariat pour la seconde année avec la Villa Arson de Nice. C'est Neven Allanic qui a été distingué. Autre travail remarqué parmi les jeunes candidats au GS Art 2007, celui de Hannah Hallermann.

Ateliers de réflexion : toujours plus d'échanges et de débats

Les ateliers de réflexion organisés par Gras Savoye réunissent régulièrement près de 200 personnes, dirigeants et responsables d'entreprise autour de problématiques très diverses. Depuis septembre, 6 ateliers ont déjà remporté un vif succès.

Qu'il s'agisse de sujets techniques (assurances de personnes, gouvernance et communication financière), ou bien de questions plus globales, tous donnent lieu à un véritable échange d'idées et d'opinions et posent les bases de débats économiques et sociologiques plus larges.

La gestion des risques marque la volonté de l'homme de ne plus subir les aléas de la vie mais de les maîtriser. Discuter, débattre, partager des idées, c'est essayer de comprendre ces nouveaux enjeux... c'est aussi déjà les maîtriser un peu. Patricia Houdart

Renseignements : patricia.houdart@grassavoie.com

Publication : 100 ans de courtage d'assurance, de réassurance et de gestion des risques

Le centenaire de Gras Savoye a son livre. Vient de sortir un ouvrage retraçant l'histoire d'un courtier, devenu le premier en France et les événements clés de son parcours depuis ses premiers pas lillois, jusqu'à la naissance d'une entreprise citoyenne du monde. 100 ans en 100 pages !

Gras Savoye, 100 ans (1907-2007)

Renseignement : dircom@grassavoie.com

Golf : un trophée au vert.

Pour la troisième année, le parcours de l'Albatros du Golf National de Saint-Quentin-en-Yvelines a accueilli le Trophée Gras Savoye de Golf. Une compétition amicale qui a permis à 13 équipes composées de clients et d'assureurs de s'affronter sur ce parcours mythique. Rappelons que Gras Savoye est courtier officiel exclusif et partenaire de la Fédération Française de Golf.

La réforme de l'intermédiation, une loi qui conforte Gras Savoye dans son approche client

Toujours mieux conseiller et informer l'assuré est un des aspects importants de la réforme de l'intermédiation d'assurance entrée en vigueur en 2007. La volonté du législateur conforte l'approche de Gras Savoye qui place les besoins de son client au centre de ses préoccupations.

Avec la loi, cette approche prend désormais corps dès les premiers échanges entre l'entreprise et son courtier au travers d'un document écrit, reformulant les besoins du client et formalisant et explicitant le conseil du courtier. Cette exigence d'information et de pédagogie correspond donc pleinement à la vision que Gras Savoye a de sa relation avec son client. Le groupe voit dans cette disposition nouvelle la claire formalisation de son service aux entreprises et un outil supplémentaire de communication et de transparence.



©Thomas Dudan

le risque selon... Cédric Malki



Cédric Malki
Corporate Risks & Insurance Manager
Groupe Pierre & Vacances

©Eric Dudan

De manière globale, ma vision du risque pour l'entreprise se résume à tout événement susceptible d'engendrer un coût.

Quel est le plus grand risque que vous ayez jamais pris ?

Etant adepte et amateur de sports extrêmes, il est très difficile de répondre à cette question.....

Peut être est ce celui d'exercer un métier où l'on côtoie autant d'assureurs et de préventionnistes, il y a un risque majeur de devenir paranoïaque à l'idée de voir son appartement partir en fumée !

Quel est pour vous le risque majeur de demain ?

A l'échelle mondiale et dans des perspectives d'avenir, je considère la recherche de la rentabilité maximale à court terme, par le monde économique, comme le risque majeur de notre société de demain. Faire abstraction d'une vision de développement à long terme expose toute organisation à de nouveaux risques latents qui mettent en péril son activité économique.

Et de manière plus large c'est l'ensemble des acteurs gravitant autour de cette activité qui peuvent en subir les conséquences. Les progrès technologiques et scientifiques uniquement mis au service de cette recherche de rentabilité maximale et immédiate sont source de risques pour les générations futures.

Cet état d'esprit lié à l'appât du gain peut se comparer à celui d'un automobiliste qui se permettrait de rouler toujours plus vite avec une visibilité de plus en plus réduite.

Le Risk Management et le Développement

Durable, dans mon idée, se doivent de percevoir la projection future de l'entreprise et ainsi permettre de bâtir un plan de pérennisation du business de l'entreprise sur le long terme.

En tout état de cause, chez Pierre & Vacances c'est ainsi que nous le concevons. A ce propos il est bon de rappeler que le succès même de Pierre et Vacances est fondé sur le talent d'un grand visionnaire, notre président Monsieur Gérard Brémont, qui en 1967 a lancé un nouveau concept de station touristique à Avoriaz...



Quelle est votre définition du risque ?

Je définirais le risque comme l'événement potentiel, inattendu et non désiré, mais inhérent et indispensable à toute activité économique. Celui-ci pouvant résulter de la simple défaillance humaine ou matérielle, de la difficulté d'apprécier les conséquences d'une production sur l'environnement ou la santé, mais aussi provenir d'événements imprévisibles d'ordre naturel, social, politique ou financier.

Par ailleurs, le besoin permanent d'innovation, les impératifs de productivité et de compétitivité sont générateurs de nouveaux risques.

Libre exposition



THOMAS DUDAN

Mobilographe, nm. personne qui prend des photographies à l'aide d'un téléphone mobile. Voici une nouvelle définition qui pourrait bientôt faire son entrée dans les dictionnaires. On la doit à Thomas Dudan, jeune artiste de 25 ans, qui s'adonne à un exercice qui pourrait paraître banal : photographier le quotidien avec un des objets les plus représentatifs de sa génération, un photo-téléphone portable.

Ce faisant, Thomas Dudan se libère de toute contrainte pour revenir au médium dans sa plus simple expression, incarnation moderne de l'initiale camera obscura inventée par Léonard de Vinci. Avec un objectif de la taille d'une tête d'épingle, il offre un voyage impressionniste et mystérieux au cœur des villes, entre ombres et lumières. Nous entrons dans un monde fait d'instantanés, où toute notion de dimension devient improbable et où le réel se perd dans d'étranges énigmes. Dans les image de Thomas Dudan, un pavé de verre se donne des allures de banquise, les reflets des façades plongent dans de profonds abîmes et les feux des voitures embrasent les avenues. On ressent les éléments. L'eau, le feu, l'air, la terre sont les acteurs de ce kaléidoscope.

