

Helvetia News, pourquoi ?

L'année 2007 pour Helvetia est une année riche en événements et en changements importants : changement à la tête du groupe, changement de logo et d'image. Le lancement de notre communication autour des valeurs, de notre 1^{er} trophée de golf... Beaucoup d'actions et d'événements que nous souhaitons partager avec vous. C'est pourquoi la création de cette newsletter s'est naturellement imposée à nous avec un objectif à la fois simple et ambitieux : donner des informations dans un esprit convivial où les solutions concrètes et les informations pratiques seront privilégiées avec des conseils d'experts et des témoignages.

Nous espérons que cette 1^{ère} lettre d'information retiendra votre attention, et nous attendons vos réactions et suggestions qui seront toujours les bienvenues et qui nous aideront à faire de cette lettre un rendez-vous attendu.

Valérie Guéguen, Chargée du Marketing et de la Communication

Le mot de la Direction

C'est effectivement avec plaisir que nous vous adressons ce premier exemplaire de notre nouvelle «Newsletter» qui renoue avec la tradition de la «lettre de l' Helvetia». Mais beaucoup de choses ont changé et continuent de le faire et l'adaptation de notre Compagnie au changement est permanente : Evolution technologique, évolutions des mentalités, évolution du métier de nos clients, évolution des circuits de distribution de l'assurance.

Notre Groupe Helvetia, solide et bien ancré dans sa stratégie d'assureur, est totalement prêt à relever ces défis. En France, notre position d'assureur spécialiste de la branche Transport fait partie intégrante de cette stratégie.

La qualité du service, la compétence de nos équipes, leur réactivité et disponibilité sont des réponses que nous voulons apporter à vos attentes qui, elles, ne changent pas car elles font partie intégrante de nos relations d'affaires et vous permettent de répondre avec succès aux besoins de vos assurés.

Que cette lettre soit l'occasion pour nous de réaffirmer l'intérêt que nous portons à notre collaboration et l'écoute que nous avons pour préparer ensemble nos projets communs.

A bientôt et bonne lecture

Alain Tintelin, Directeur pour la France

Les nouvelles du groupe

Changement à la tête du Groupe Helvetia



Stefan Loacker
nouveau CEO du Groupe

Dans le cadre d'une succession préparée de longue date, Stefan Loacker, âgé de 37 ans remplace depuis le 1er septembre Erich Walser au poste de CEO du Groupe Helvetia.

Erich Walser achève ainsi son double mandat de CEO et de Président du Conseil d'administration, qu'il a exercé pendant plus de trois ans. En qualité de Président du Conseil d'administration de l'Helvetia, Erich Walser veille désormais à la poursuite de la stratégie qui a été engagée et s'attache à remplir les autres missions importantes du Conseil d'administration.

Stefan Loacker, a rejoint Helvetia en 1997, après trois années passées à la Rentenanstalt/Swiss Life. Responsable du service Développement de l'entreprise il a travaillé à l'élaboration de la stratégie du Groupe et dirigé plusieurs projets de fusions et acquisitions tant en Suisse qu'à l'étranger. Nommé CFO et membre du directoire de Helvetia Autriche en 2002, il devient CEO Autriche en 2005.

A travers cette succession interne, Stefan Loacker, grand connaisseur du monde de l'assurance, consacrera toute son énergie à faire avancer la stratégie 2010 du Groupe Helvetia, tout en garantissant la solidité et la continuité du groupe.

Standard & Poor's octroie à Helvetia un rating A-

**STANDARD
& POOR'S**

L'agence de rating Standard & Poor's a octroyé aux sociétés Helvetia Compagnie Suisse d'Assurances SA et à Helvetia Compagnie Suisse d'Assurances sur la Vie SA un rating « A- » avec une perspective stable.

L'attribution de ce rating repose sur trois points :

- Une base de capital propre solide
- Une rentabilité élevée
- Une bonne position concurrentielle dans les six pays où le groupe est présent grâce à une stratégie de niche diversifiée et cohérente.

Cette notation, label de qualité, va permettre au groupe de renforcer ses positions sur l'ensemble de ses marchés et d'augmenter ses chances sur certains segments de clientèle et de produits.

Une marque – un groupe – une force !

helvetia

Jusqu'à présent le groupe Helvetia, Groupe Suisse à dimension Européenne (présent en Allemagne, Autriche, Italie, Espagne et France) n'avait pas de stratégie de marque unique. Le groupe a donc décidé de donner plus de force à la marque en communiquant sous un nom et un logo unique Helvetia.

L'introduction de cette politique de marque unique est donc un vrai tournant stratégique pour notre groupe. Le but est de renforcer l'identité d'Helvetia sur tous les marchés, aussi bien en matière de positionnement que dans la différenciation par rapport à la concurrence. Introduire une nouvelle marque va bien également au delà du simple aspect logistique de changement de logo. C'est aussi l'occasion de mener une réflexion autour de nos missions et de notre vision entreprise qui nous permet de nous engager sur trois valeurs fortes qui sont : Confiance, Dynamisme, Enthousiasme !

helvetia

Parole d'expert

Multicargo, une offre à découvrir



Grégoire Vuillemin est marié et père de deux enfants. Diplômé de l'EM LYON en 1988, il effectue son service militaire dans la Marine Nationale sur la Frégate De Grasse, et rentre comme Inspecteur IARD à l'UAP, où il reste huit ans. Il rejoint Helvetia en 1998 en tant qu'Inspecteur Technico-commercial Transport. Intéressé par l'international il est vice-président du Club des Exportateurs de Nancy et aide à l'organisation du Chœur de garçons « Nancy Cantores », et pratique la marche et le squash.

Grégoire Vuillemin vous êtes inspecteur pour la délégation de Colmar. Pouvez-vous nous faire une description des régions où vous intervenez ?

Etant basé à Nancy, j'interviens en effet sur les Régions Lorraine et Alsace, ainsi que sur le Territoire de Belfort, le Doubs, la Haute-Saône et la Haute-Marne, soit dix départements.

Cette région est assez dynamique au niveau du Transport car elle partage ses frontières avec quatre pays européens : l'Allemagne, la Belgique, le Grand Duché du Luxembourg et la Suisse.

Elle possède un tissu de PME assez riche qui se tournent généralement vers l'export avec les pays limitrophes notamment.

Les domaines de fabrication et de sous-traitance sont assez variés, avec par exemple l'automobile – Peugeot, SMART - les produits dérivés de la sidérurgie, la mécanique, l'horlogerie ainsi que l'électronique, le textile et le bois. Toutes ces entreprises ont donc des flux de marchandises qui peuvent être garantis par notre contrat Multicargo.

Effectivement vous distribuez beaucoup de contrats Multicargo, pouvez-vous nous dresser le profil des entreprises qui ont besoin de ce type d'assurance ?

Multicargo s'adresse à tout type d'entreprise, petite ou grande, dès qu'il y a des flux de biens manufacturés. Ce produit peut convenir à des entreprises ayant même un chiffre d'affaires modeste, à partir d'un million d'Euros.

Deux catégories d'entreprises ressortent : celles qui exportent, et qui ont une culture ouverte à l'assurance transport, du fait des Incoterms qu'elles doivent choisir.

Celles qui vendent sur le marché national, mais qui ont déjà été confrontées à un remboursement très faible de la part de leur transporteur suite à un sinistre.

Le marché est donc vaste car beaucoup d'entreprises ne sont pas assurés alors que les risques liés au Transport augmentent avec l'accroissement général du trafic.

Quels sont les principaux avantages de Multicargo ?

Dès qu'une entreprise fait transporter des marchandises, elle est confrontée aux « Limites légales de remboursement » des transporteurs et au risque de perdre tout ou partie de la valeur de leur expédition.

Multicargo permet de garantir, en formule dite « Tous risques », l'ensemble des expéditions et ce quel que soit l'incoterm et le moyen de transport (terrestre, maritime, ...) choisi. L'assuré profite alors d'une garantie automatique pour ses ventes, ainsi que pour les flux chez ses sous-traitants ou entre ses propres sites. Avec ce contrat, les assurés peuvent également garantir leurs achats et les transports effectués avec leurs propres véhicules, ainsi que leurs expositions.

Par ailleurs Multicargo est simple en gestion, puisque le contrat est basé sur le chiffre d'affaires de l'entreprise assurée.

Quels sont les conseils que vous donnez à vos apporteurs pour les aider dans la souscription de ce type d'affaire ?

Nous pouvons aider nos apporteurs à identifier dans leur portefeuille les entreprises et/ou clients qui pourraient avoir ce type de besoin, et les rencontrer pour en expliquer les « plus ».

De par notre proximité avec nos apporteurs nous pouvons mener des actions de prospection, et être à l'écoute des entreprises qui passent par exemple des « Ordres d'assurance » au coup par coup ou qui se développent à l'export.

Il faut également être à l'écoute des PME et du tissu économique local.

Éclairage produit

Le «Challenge Privétrans»



Gastronomie



Sensations



Cœnologie

Depuis le 15 juin dernier le « Challenge Privétrans » est lancé.

Nous vous en rappelons le principe : chaque **affaire nouvelle Privétrans** réalisée entre le 15 juin et le 31 décembre 2007 vous rapporte **2 étoiles**. Les affaires dont la cotisation est supérieure à 1000 € vous permettent de cumuler des étoiles supplémentaires (jusqu'à **3 étoiles** pour les affaires dont la cotisation est supérieure à 3000 €).

Pour gagner il vous suffit de cumuler à la fin du challenge au minimum **10 étoiles**.

Vous recevrez alors une carte qui vous permettra de choisir votre cadeau dans différents univers : gastronomie, week-end, œnologie, sensations... c'est à vous de choisir !

Vous pouvez dès à présent découvrir les différents univers et la sélection de cadeaux sur le site : www.packstim.com

Nous vous informerons régulièrement du nombre d'étoiles cumulé.

Pour plus d'informations vous pouvez consulter le site internet www.helvetia.fr ou écrire à l'adresse suivante : challengeprivetrans@helvetia.fr

Le règlement est disponible sur simple demande.

Les Corps Fluviaux, un marché en plein redémarrage.



Crédit photo : Port autonome de Paris

Le transport fluvial est une activité en plein essor qui voit son volume fortement augmenter d'année en année. Cet essor est lié notamment à la recherche de solutions alternatives au transport routier. Le fluvial est l'un des modes de transport le moins polluant et correspond aux critères des accords de Kyoto et dispose de ce fait du soutien de la Commission européenne. Un seul exemple très parlant : un convoi (constitué d'un pousseur et de deux barges) équivaut à 220 camions.

Avec une flotte renouvelée ce secteur fait donc plus que jamais partie intégrante de la chaîne du transport, en effet en plus des transports traditionnels (charbon, matériaux de construction, céréales) les produits manufacturés sont maintenant transportés par la voie fluviale grâce à la conteneurisation et à des terminaux multimodaux qui combinent tous les modes de transport. Ces adaptations permettent à la navigation intérieure de répondre aux attentes des chargeurs et de s'intégrer parfaitement aux nouveaux schémas logistiques.

Helvetia pour répondre à ces besoins propose depuis un an une solution d'assurance pour les « Corps fluviaux ». Consultez nous, nous sommes en mesure d'apporter une solution sur mesure aux besoins spécifiques des bateliers et compagnies fluviales.

Jean-Luc Duval au 01 47 89 90 00 ou jean-luc.duval@helvetia.fr

La Newsletter Helvetia
est une publication Helvetia.

Contact :
Courriel : contact@helvetia.fr
Marketing & Communication
2, rue Sainte Marie
92 415 Courbevoie Cedex
T 01 47 89 90 00
F 01 47 89 90 12

helvetia