

# ASSURANCE DIGITALE

## Comment accélérer la digitalisation du secteur et en faire un levier de profitabilité

- Quelle accélération de la transformation numérique face à des clients connectés et mobiles
- Les stratégies pour bâtir une industrie assurantielle *digital* et *social centric*
- Objets connectés, big data, analytics : quels nouveaux usages pour l'assurance à l'ère du web 3.0

### AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE



**Axelle LEMAIRE**  
Secrétaire d'État chargée du Numérique

### ET LES TÉMOIGNAGES DE



**Carlo D'ASARO  
BIONDO**  
Président Europe,  
Moyen Orient, Afrique  
GOOGLE



**Jacques DE PERETTI**  
Directeur général délégué  
AXA FRANCE



**Olivier GONZALEZ**  
Directeur général  
TWITTER FRANCE



**Ronan LE MOAL**  
Directeur général  
CREDIT MUTUEL  
ARKEA



**Laurent SOLLY**  
Directeur général  
FACEBOOK  
FRANCE

### ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE

- Stanislas CHEVALET, *Directeur général adjoint*, BNP PARIBAS CARDIF
- Godefroy DE COLOMBE, *Président directeur général*, DIRECT ASSURANCE
- Bruno LIGER-BELAIR, *Directeur général adjoint*, GROUPE REUNICA

En partenariat avec :



Avec le soutien de :



Formations complémentaires

**Mercredi 5 novembre 2014**

**STRATÉGIES CROSS CANAL EN ASSURANCE**

Maîtriser les dernières tendances, anticiper les nouveaux enjeux

**Mardi 9 décembre 2014**

**ENJEUX DE LA MOBILITÉ ET DU DIGITAL**

Intégrer la mobilité à votre stratégie commerciale cross canal

L'assurance est entrée dans une phase de digitalisation à marche forcée ! Pas un mois sans que ne soit annoncée la création d'un lab, d'une digital agency ou d'une digital academy. Plus de la moitié des dirigeants du marché indiquent par ailleurs vouloir investir davantage dans le numérique en 2015.

Face aux problématiques réglementaires - notamment en termes de partage des données - et aux évolutions toujours plus rapides des technologies et des pratiques de consommation, comment saisir toutes les opportunités de la transformation digitale ?

- Loi Hamon, protection des données : comment se conformer à la réglementation sans freiner l'innovation
- Quelle accélération de la transformation numérique face à des clients ultra connectés et hyper mobiles
- Les stratégies pour bâtir une industrie assurantielle *digital* et *social centric*
- Objets connectés, big data, analytics : quels nouveaux usages pour l'assurance à l'ère du web 3.0

Pour relever ces défis incontournables, *L'Argus de l'assurance* vous invite à participer aux 8<sup>e</sup> Rencontres Assurance digitale, le 6 novembre 2014. A cette occasion, un panel exceptionnel d'intervenants sera réuni : Axelle LEMAIRE, Secrétaire d'Etat chargée du Numérique ; Carlo D'ASARO BIONDO, Président SEMEA de Google ; Laurent SOLLY, Directeur général de Facebook ; Olivier GONZALEZ, Directeur général de Twitter.

Pour optimiser vos stratégies digitales, nous vous proposons également des journées de formation :

- 5 novembre : « Stratégies cross canal en assurance »
- 9 décembre : « Enjeux de la mobilité et du digital »

En me réjouissant de vous y accueillir,

**Matthieu MICHON**

**Chef de projets conférences | L'Argus de l'assurance**

## LES RENCONTRES L'ARGUS de l'assurance

Depuis 1877, L'Argus de l'assurance anime le marché de l'assurance et de la finance avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de l'assurance et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de l'assurance en France, L'Argus de l'assurance a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres de L'Argus de L'Assurance se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE

**INFOPRO**  
digital

# ASSURANCE DIGITALE

## Comment accélérer la digitalisation du secteur et en faire un levier de profitabilité

### AVEC LES INTERVENTIONS DE :

<b>Muriel BARNEOUD</b>	Présidente <b>DOCAPOST</b>
<b>Hamid BENAMARA</b>	Directeur général <b>LESFURETS.COM</b>
<b>Stanislas CHEVALET</b>	Directeur général adjoint, développement et transformation <b>BNP PARIBAS CARDIF</b>
<b>Carlo D'ASARO BIONDO</b>	Président Europe, Moyen Orient, Afrique <b>GOOGLE</b>
<b>Godefroy DE COLOMBE</b>	Président directeur général <b>DIRECT ASSURANCE</b>
<b>Jacques DE PERETTI</b>	Directeur général <b>AXA PARTICULIERS/PROFESSIONNELS</b> Directeur général délégué <b>AXA FRANCE</b>
<b>Anne DOUANG</b>	Manager conseil <b>DELOITTE</b>
<b>Benoit DOUXAMI</b>	Directeur développement, marketing et communication <b>LA MUTUELLE GENERALE</b>
<b>Virginie FAUVEL</b>	Membre du Comex en charge de l'unité digital et market management <b>ALLIANZ FRANCE</b>
<b>Olivier GONZALEZ</b>	Directeur général France <b>TWITTER</b>
<b>Axelle LEMAIRE</b>	Secrétaire d'État à l'économie numérique
<b>Ronan LE MOAL</b>	Directeur général, Président du comité innovation <b>CREDIT MUTUEL ARKEA</b>
<b>Bruno LIGER BELAIR</b>	Directeur général adjoint <b>GROUPE REUNICA</b>
<b>Julien MALDONATO</b>	Directeur conseil <b>DELOITTE</b>
<b>Sophie NERBONNE</b>	Directeur adjoint des affaires juridiques, internationales et de l'expertise <b>CNIL</b>
<b>Frédéric POBLA</b>	Directeur des programmes stratégiques <b>ASTERION FRANCE</b>
<b>Jean-Laurent VIDAL</b>	Directeur général <b>PITNEY BOWES SOFTWARE FRANCE</b>

### VOUS ÊTES CONCERNÉS :

#### Secteurs

- Compagnies d'assurances • Mutuelles • Institutions de prévoyance
- Sociétés de bancassurance • Sociétés d'assistance • Cabinets de courtage • Sociétés de conseil, éditeurs logiciels et prestataires informatiques • Organisations professionnelles •

#### Fonctions

- Présidents • Directions générales • Directions marketing • Directions Internet et technologies • Directions stratégies multicanale • Directions du développement • Directions stratégie • Directions des risques • Directions innovation • Directions commerciales • Directions des sinistres • Directions techniques • DSI •

Journée animée par Anne LAVAUD, Rédactrice en chef, L'Argus de l'assurance

8h30 Accueil des participants

### ÉCONOMIE NUMÉRIQUE ET INNOVATION À L'ÉPREUVE DE LA RÉGLEMENTATION

#### ALLOCATION D'OUVERTURE

- La feuille de route de l'Etat pour le digital et la future loi sur le numérique
- Quelle position des pouvoirs publics quant à la protection des données personnelles

Axelle LEMAIRE | Secrétaire d'État chargée du Numérique

#### 9h20 TÉMOIGNAGE - DONNÉES PERSONNELLES : dans une économie digitalisée, réglementation et innovation sont-elles compatibles

- Qu'attendre du nouveau règlement européen : dernières évolutions et calendrier prévisionnel
- Quelles limites juridiques à l'intelligence client, au big data et aux objets connectés ? Un frein à la croissance dans l'assurance ?
- Comment faire face aux impacts des dernières normes simplifiées
- Après le premier accord-cadre entre un assureur et la CNIL, quelles collaborations envisager

Sophie NERBONNE | Directeur adjoint des affaires juridiques, internationales et de l'expertise | CNIL

### DANS UN UNIVERS HYPER CONNECTE, QUELS LEVIERS POUR UNE INDUSTRIE ASSURANTIELLE FULL DIGITAL ET SOCIAL CENTRIC

#### 9h45 TÉMOIGNAGE - A l'âge numérique: innovation & vitesse

- Les principes d'innovation chez Google
- Les tendances digitales
- Les opportunités dans le numérique pour les assureurs
- Le rôle de Google sur le marché d'assurance : comment Google et les assureurs peuvent continuer à renforcer leur collaboration

Carlo D'ASARO BIONDO | Président SEMEA | GOOGLE

#### 10h15 TÉMOIGNAGE - FACEBOOK : avec quels partenariats construire une STRATÉGIE SOCIAL MEDIA gagnante

- Comment innover pour une communication institutionnelle et une notoriété de marque renforcées
- Quelles initiatives pour bâtir une relation clients sociale : contenus originaux, social games, vidéos virales
- Comment mesurer les performances et le retour sur investissement de ces campagnes

Laurent SOLLY | Directeur général France | FACEBOOK

10h40 Pause

#### 11h10 TÉMOIGNAGE - TWITTER et ses usages concrets pour élargir votre audience et fidéliser vos clients

- Comment intégrer ce réseau social dans votre stratégie relationnelle
- Au-delà d'un simple media de communication, peut-on capitaliser sur cet outil en tant qu'apporteur d'affaires
- Comment l'usage de ces plateformes impacte vos ressources et votre organisation

Olivier GONZALEZ | Directeur général France | TWITTER

11h40

#### TABLE RONDE - Numérique, nomadisme, cross-canal : le client prend le pouvoir ! Comment ACCELERER LA DIGITALISATION de la relation avec l'assuré

- Quelles réponses aux attentes du client trans-canal et quels leviers d'acquisition/fidélisation les plus efficaces
- Pourquoi la souscription en ligne reste un échec, quelles alternatives efficaces pour favoriser multi accès et interactivité client
- Comparateurs : quelles opportunités et nouveaux rapports de force après la Loi Hamon
- Réseaux physiques connectés : le multi-canal élargit-il les murs de l'agence, comment optimiser les passerelles entre canaux

Muriel BARNEOUD | Présidente | DOCAPOST

Hamid BENAMARA | Directeur général | LESFURETS.COM

Ronan LE MOAL | Directeur général | Président du comité innovation | CREDIT MUTUEL ARKEA

Bruno LIGER-BELAIR | Directeur général adjoint | GROUPE REUNICA

Julien MALDONATO | Directeur conseil | DELOITTE

12h40

#### TÉMOIGNAGE - Améliorer l'expérience de vos clients grâce au DOCUMENT DIGITAL

- Comment interagir avec vos assurés de manière personnalisée
- Quelles sont les attentes de vos clients ? Comment détecter leur insatisfaction
- Les clés pour optimiser la fidélisation des assurés

Frédéric POBLA | Directeur des programmes stratégiques | ASTERION FRANCE

13h00 Déjeuner

14h30

#### TÉMOIGNAGE - Économie collaborative et assurance, vers un «crowdinsuring» ?

- L'économie collaborative et ses impacts sur l'assurance
- De nouveaux modèles d'assurance émergent
- Crowdinsuring : pour quand, pour qui, comment ?

Anne DOUANG | Manager conseil | DELOITTE

14h45

#### TÉMOIGNAGE - DIGITALISATION DE L'INTERACTION CLIENTS : comment valoriser l'information en temps réel

- Avec quels outils optimiser la connaissance et la reconnaissance omni canal du client
- Comment homogénéiser votre communication

Jean-Laurent VIDAL | Directeur général | PITNEY BOWES SOFTWARE FRANCE

### COMMENT ÉRIGER LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE EN PROJET D'ENTREPRISE GLOBAL

15h10

#### TÉMOIGNAGE - L'humain au cœur de la transformation digitale

- Principaux points d'impact de la digitalisation sur le secteur de l'assurance
- Plan de transformation : comment digitaliser l'ensemble des composantes de l'entreprise
- Cardif Lab' ou la diffusion durable de la culture digitale auprès des collaborateurs et des partenaires

Stanislas CHEVALET | Directeur général adjoint, développement et transformation | BNP PARIBAS CARDIF

15h35

#### TÉMOIGNAGE - Positionner le plan de transformation digitale comme une priorité stratégique de votre entreprise

- Digital agency, chaire Big data, Axa Seed factory, Axa digital Academy, Axa Lab : comment accélérer le développement de services et produits digitaux innovants
- Quels chantiers prioritaires pour l'innovation au service des clients
- Comment améliorer les synergies technologiques et digitales avec les équipes IT
- L'avènement des objets connectés : quels impacts sur le marché

Jacques DE PERETTI | Directeur général | AXA PARTICULIERS/PROFESSIONNELS | Directeur général délégué | AXA FRANCE

16h00

#### TÉMOIGNAGE - Mettre en place une stratégie digitale 360° : l'exemple d'Allianz

- Incubateur digital, showroom digital, bar à devices : comment fédérer autour du projet numérique, identifier les talents et stimuler l'innovation
- Nouvelle campagne de publicité cross-canal et innovations multi supports : tv, réseaux sociaux, affichages interactifs...
- Les apports du digital en termes d'offre produits et de relation clients
- Quelles interactions avec les géants du web : l'exemple du partenariat avec Amazon.fr

Virginie FAUVEL | Membre du Comex en charge de l'unité digital et market management | ALLIANZ FRANCE

### LA RÉVOLUTION DE L'INTELLIGENCE DES DONNÉES : COMMENT PASSER DU WEB 2.0 AU WEB 3.0 EN ASSURANCE

16h30

#### TÉMOIGNAGE - Le WEB 3.0 EN ASSURANCE : la connaissance client au service de la commercialisation

- Vers une vision unifiée du client grâce à la data
- La data au service du ROI
- Le nouveau rôle des réseaux physiques face au web 3.0

Benoit DOUXAMI | Directeur développement, marketing et communication | LA MUTUELLE GENERALE

16h50

#### TÉMOIGNAGE - « Payez comme vous conduisez » : la TÉLÉMATIQUE EMBARQUÉE au service de l'innovation produit et de la connaissance client

- Les enjeux d'une offre misant à la fois sur une appli mobile et un boîtier télématique
- Business analytics : quel traitement des données collectées, comment en faire un avantage concurrentiel en termes de connaissance client
- Quels effets sur la tarification sur ce marché mature et saturé

Godefroy DE COLOMBE | Président directeur général | DIRECT ASSURANCE

17h15

Fin de la manifestation

**Mercredi 5 novembre 2014**

## **STRATÉGIES CROSS CANAL EN ASSURANCE** Les dernières tendances, anticiper les nouveaux enjeux

### Objectifs de la formation :

- ✓ Décrypter un panorama international des initiatives et tendances cross canal du secteur
- ✓ Appréhender les pratiques novatrices avec des retours d'expériences du marché
- ✓ Maîtriser les outils pour définir votre approche cross canal
- ✓ Savoir formaliser et mettre en œuvre une stratégie adaptée

### Formation animée par :



Bénédicte DAULL-MASSART  
Consultante en stratégies Internet

8h30 Accueil des participants

- **Comprendre et maîtriser un processus d'achat de moins en moins linéaire**  
Comprendre les nouvelles attentes et comportements clients : connectivité, autonomie, influence...  
Maîtriser les dernières évolutions technologiques et l'explosion des possibilités de contact  
Appréhender les différents canaux : SEM, display, emailing, réseaux sociaux, mobiles, ...
- **Approches cross canal : quelles tendances clés sur le marché de l'assurance**  
Décrypter et benchmarker les réactions et positionnements des acteurs du secteur  
Comment les acteurs optimisent-ils chaque étape de la transformation commerciale sur et hors Internet  
Quelle présence, sur quels canaux  
Avant-vente / vente / après-vente

12h30 Déjeuner

- **Formaliser et mettre en œuvre votre stratégie cross canal**  
Intégrer les méthodes et outils  
Etape d'identification des pré-requis : enjeux, contraintes majeures, risques et facteurs clés de succès  
Etape de formalisation des principes structurant et des éléments fondateurs de la stratégie cross canal  
Etape de cartographie actuelle/cible du parcours client  
Etape de formalisation des orientations de déploiement  
Choix des KPI et tableaux de bord de suivi  
Atelier de mise en œuvre pratique de la méthode et étude de cas  
Mise en œuvre opérationnelle des outils de formalisation d'une stratégie cross canal

17h30 Fin de journée

**Mardi 9 Décembre 2014**

## **ENJEUX DE LA MOBILITÉ ET DU DIGITAL** Intégrer la mobilité à votre stratégie commerciale cross canal

### Objectifs de la formation :

- ✓ Maîtriser les derniers enjeux de la mobilité et du digital
- ✓ Optimiser le potentiel du mobile pour communiquer, vendre ou fidéliser en assurance
- ✓ Concevoir et mettre en place une stratégie mobile intégrée à votre démarche cross canal

### Formation animée par :



Laurent  
BOURGEOIS  
Directeur  
Webmarketing  
Japello



Amandine  
KONAN  
Responsable  
Formation  
Japello

8h30 Accueil des participants

- **Digital et mobilité : quels sont les enjeux pour l'assurance**  
La place de la mobilité en 2014 : chiffres clés, réalités et dernières tendances, usages de la géolocalisation  
Communication digitale : utiliser les bonnes pratiques
- **Maîtriser les applications et outils mobiles adaptés au secteur assurantiel**  
Optimiser les outils : Tablette, Web services, App, simulateurs et comparateurs  
Les spécificités des différents systèmes d'exploitation  
Webdesign : penser la lecture de vos contenus en fonction du support
- **Comment mettre en pratique votre stratégie**  
Identifier vos objectifs : notoriété, fidélisation, productivité, mobile to store et web to store  
Cerner les attentes de vos cibles  
L'avant-vente : Recherche d'informations, Obtenir un devis, Comparer, simulation...  
La vente : négociation, signature...  
L'après-vente : avenant, modification de contrat, suivre son contrat, Déclaration de sinistre avec ou sans photographies des dommages, SAV, trouver une agence à proximité,...  
ROI : comment mesurer vos retours et votre performance

12h30 Déjeuner

- **Intégrer le mobile à une stratégie cross canal**  
Favoriser la synergie entre les canaux pour renforcer la relation client  
Utiliser à bon escient les SMS, réseaux sociaux, emailing marketing, QR Code
- **Evaluer et renforcer les bénéfices pour l'expérience client**  
Comment évaluer les bénéfices pour le client  
Développer l'expérience client sur mobile
- **Comment gérer la problématique de la preuve digitale en M-assurance**  
Authentification et preuve : quel impact de la signature électronique  
Dépasser les freins à la souscription directe
- **Veille et perspectives d'évolution**  
Les dernières innovations pour les moyens de paiement : cartes de crédit, paypal...  
Quelles solutions anticiper pour les remboursements / avances de frais

17h30 Fin de journée

## ■ Conférence

**Jeudi 6 novembre 2014**

**HOTEL D'EVREUX**

**19 place Vendôme**

**75001 PARIS**

**Parking : Vinci Place Vendôme**

**Métro : Madeleine (lignes 8-12-14)**

**Opéra (lignes 3-7-8)**

## ■ Formations complémentaires

**Mercredi 5 Novembre 2014**

**STRATEGIES CROSS CANAL EN ASSURANCE**

**Mardi 9 Décembre 2014**

**ENJEUX DE LA MOBILITÉ ET DU DIGITAL**

Les formations se tiendront à Paris,  
le lieu exact vous sera précisé sur votre convention  
envoyée avant le stage.

**Consultez les informations relatives à l'hébergement  
et à l'accès sur notre site internet :**

<http://evenements.infopro-digital.com/argus/conference-assurance-digitale-2014-749,tarifs>

Onklet Informations et tarifs

## Conditions générales de vente

Les conférences et formations des Rencontres de L'Argus de l'assurance sont organisées par la société GISI.

GISI est un organisme de formation déclarée sous le numéro d'activité 11 92 17343 92 auprès du préfet de région d'Île de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail.

Tarifs valables jusqu'à la date des événements. TVA : 20 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Services Info (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de Gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n°442 233 417 font l'objet d'un traitement informatique.

Elles sont nécessaires à notre société pour traiter votre commande, et sont enregistrées dans notre fichier de clients. GISI pourra vous envoyer des communications relatives à nos activités. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004 (art. 34 et s.) vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de modification et de suppression sur l'ensemble des données qui vous concernent.

Pour exercer ces droits, vous pouvez écrire à : [cnil@gisi.fr](mailto:cnil@gisi.fr)

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro-digital.com/argus/cgv>

## En partenariat avec



Parce que valoriser ses données va devenir de plus en plus critique pour rester compétitif, Asterion propose aux entreprises des solutions de gestion unifiée des documents, en s'appuyant sur sa capacité à industrialiser les nouvelles technologies.

Leader européen de la gestion unifiée de documents, Asterion est une entreprise de 100 m<sup>2</sup> de chiffre d'affaires, implantée dans 12 pays d'Europe. Notre expertise couvre l'ensemble des services liés à la gestion des documents d'entreprises : gestion de la salle de courrier, numérisation, dématérialisation native, archivage papier et électronique, éditique, reprographie, gestion de campagnes marketing, etc.

[www.asterion-int.com/fr](http://www.asterion-int.com/fr)

## Deloitte.

Deloitte couvre une palette d'offres de services très large : consulting, audit et fiscal, expertise comptable et corporate finance, suivant sa stratégie pluridisciplinaire.

Nos 200 000 professionnels, à travers le monde, sont animés par un objectif commun, faire de Deloitte la référence en matière d'excellence de service.

En France, Deloitte compte 6 800 collaborateurs et associés travaillant auprès de clients de toutes tailles et de tous secteurs. Accompagnant l'évolution de la société et les transformations qui y interviennent, le domaine du conseil en assurance compte parmi les secteurs les plus dynamiques au service des acteurs français, européens et mondiaux.

[www.deloitte.fr](http://www.deloitte.fr)



Docapost BPO privilégie une approche de l'externalisation intelligente, fondée sur l'optimisation des processus et de l'évolution permanente des besoins des entreprises, administrations ou institutions.

Docapost BPO, en tant de prestataire de service de gestion de preuve, propose notamment une solution de souscription électronique, CONTRALIA, permettant de gérer le processus de bout en bout en passant par l'identification, l'authentification (lutte contre la fraude), consentement (signature électronique sur téléphone, tablette de signature ou tactile ...), paiement avec par exemple la gestion des mandats SEPA et diffusion du contrat (coffre-fort électronique, mail sécurisé, LRE ...).

[www.contralia.fr](http://www.contralia.fr)



Pitney Bowes Software est un éditeur de solutions multicanal qui transforment les données brutes en informations utiles et permettent aux entreprises d'assurer un véritable dialogue interactif avec leurs clients.

Ces solutions optimisent la connaissance et les communications sur l'ensemble du cycle de vie du client : elles couvrent le data management (profiling, intégration, qualité, enrichissement), le géodécisionnel (données géolocalisées, visualisation des données, géomarketing), le customer et marketing analytics et la gestion des interactions client cross-canal, avec pour principale mission d'accroître la valeur de chaque interaction tout en améliorant son efficacité opérationnelle.

[www.pitneybowes.fr/software](http://www.pitneybowes.fr/software)

## Avec le soutien de :



# Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / L'Argus de l'assurance

Fax : +33 (0)1 77 92 98 17

Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle - BP 20156 - 92186 Antony Cedex

Mme  M.

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... Port. : .....

E-mail : .....@.....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Cedex : ..... Pays : .....

N° TVA intracommunautaire : .....

N° Commande interne : .....

N° de Siren : .....

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) :

.....

.....

## Je m'inscris et je choisis :

La Conférence ASSURANCE DIGITALE du 6 novembre 2014

La Formation STRATÉGIES CROSS CANAL EN ASSURANCE  
du 5 novembre 2014

La Formation ENJEUX DE LA MOBILITÉ ET DU DIGITAL 9 décembre 2014



**Tarif assureurs (Compagnie d'assurance, Institution de prévoyance, Mutuelle, Bancassurance, Sociétés de réassurance, de courtage, d'assistance)**

1 Jour  
995 € HT / 1194 € TTC

2 Jours  
1 690 € HT / 2 028 € TTC

3 Jours  
2 195 € HT / 2 634 € TTC

## Tarif Non assureurs

1 Jour  
1 195 € HT / 1 434 € TTC

2 Jours  
1 690 € HT / 2 028 € TTC

3 Jours  
2 195 € HT / 2 634 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :

<http://evenements.infopro-digital.com/argus/>

Je joins un chèque de ..... € TTC à l'ordre du GISI

J'enverrai mon paiement à réception de la facture

J'accepte de recevoir des offres adressées par L'Argus de l'assurance  
ou ses partenaires

Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont  
accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro-digital.com/argus/cgv/> et les  
accepte sans réserve.

Cachet de l'entreprise

Fait à : .....

Le : .....

Signature