

## Complémentaire Santé 2018

**Couverture et attentes de tous les Français et potentiel des offres complémentaires et sur-complémentaires**

Présentation de l'étude  
*3ème édition, mai 2018*



- 6.530 Français couverts par une complémentaire santé interrogés
- 1 rapport de 160 pages

# Présentation

Après les 2 premières éditions réalisées en 2015 et 2016, cette nouvelle édition met à jour les éléments de description et de compréhension des attitudes et des comportements de **tous** les Français en matière de couverture santé. En 2015, avant la mise en place de l'ANI, l'étude avait montré une méconnaissance notoire du dispositif mais des attentes clairement identifiées. En 2016, le taux de Français couverts par une complémentaire santé était stable vs 2015 avec 82% d'assurés santé... mais près d'1 salarié sur 5 n'était pas encore couverts par une complémentaire d'entreprise.

Outre l'analyse de l'ensemble de ces éléments dans une perspective évolutive, cette édition 2018 s'attache tout particulièrement à intégrer les éléments d'actualité tels que :

- L'accentuation de l'enjeu autour des services : prévention et accompagnement santé avec notamment un focus sur les services proposés par la complémentaire concernant la santé au travail.
- La téléconsultation : taux de présence parmi les garanties actuelles et souhaitées, ouverture aux téléconsultations médicales à distance, niveau d'influence du service dans la fidélité à un assureur, attitudes et attentes des Français sur ce service.
- Focus sur les nouveaux entrants (Google, Amazon) et l'ouverture des Français à leur confier l'assurance de leur santé.
- Le questionnement sur l'acceptation par les individus sur le fait de donner accès aux assureurs à certaines données de santé soit pour : mieux personnaliser les offres, proposer des services à valeur ajoutée (accompagnement dans le cadre de pathologies chroniques), faire bénéficier de réduction tarifaires dans le cadre d'un comportement de santé vertueux (prévention primaire).

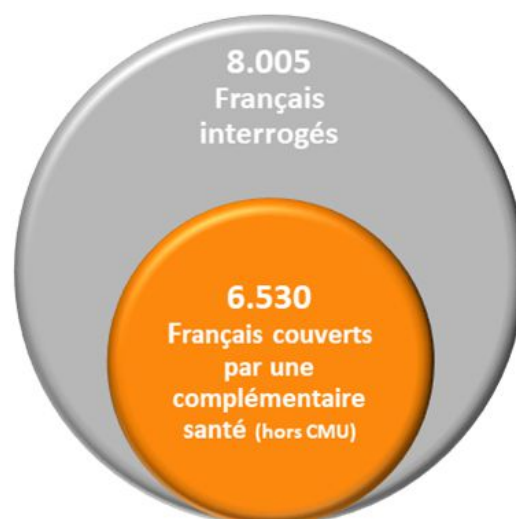
Plus globalement, l'étude s'attache bien entendu à répondre le plus précisément aux interrogations suivantes : Comment a progressé le taux d'entreprises proposant une complémentaire santé à leurs salariés ? Comment a évolué le niveau de couverture proposé par l'entreprise par rapport au socle ANI ? Quel succès ont rencontré les surcomplémentaires ? Quelles pourraient être les clefs d'une couverture mieux adaptée et plus différenciante pour les TNS ? Quelles pourraient être les clefs d'une couverture mieux adaptée et plus différenciante pour les seniors ? Comment les services inclus dans les couvertures santé se sont installées dans une réalité d'usage et d'utilité ? Quelle est la perception de la mise en avant de prestations non contributives au sein des contrats de protection sociale complémentaire soit via l'action sociale traditionnelle soit via le dispositif du Haut Degré de Solidarité ? etc.

## Echantillon

**6.530 Français couverts par une complémentaire santé** ont été interrogés par Internet entre le 6 avril et le 9 mai 2018.

Cette population a été extraite d'une population de 8.005 Français représentatifs en termes de sexe, d'âge (sur la tranche 18-75 ans), de catégorie socio-professionnelle, de localisation (régions UDA, localisation) et de composition du foyer.

Tous les répondants à l'enquête sont membres de notre communauté de 60.000 panélistes [www.panelia.fr](http://www.panelia.fr) (propriété ARCANE Research).



# Items & propositions soumis à analyse (1/3)

---

## Garanties qui peuvent être présentes dans un contrat de complémentaire santé évaluées en termes d'importance et de satisfaction

- Optique
- Audioprothèses
- Dentaire
- Médicament
- Homéopathie
- Hospitalisation
- Prise en charge des dépassements d'honoraires jusqu'à 200%
- Prise en charge des dépassements d'honoraires supérieure à 200%
- Téléconsultation
- Analyses médicales
- Radiologie
- Médecine douce
- Assistance
- Réseaux de soins avec avantages tarifaires, centres de santé et analyses de devis
- Prévention
- Coaching santé
- Forfait sportifs
- Automédication
- Psychologue

## Éléments pouvant influencer la fidélité des Français à leur complémentaire santé ET niveau de satisfaction de ces éléments

- Une diversité de prestations (prévention, accompagnement, etc.)
- Des prix abordables / montant de la prime en accord avec les prestations
- Une relation de qualité avec votre conseiller, qu'il soit à l'écoute
- Des prestations de qualité
- L'adaptation de votre contrat santé à vos besoins
- Un fonctionnement facilité avec votre complémentaire santé (échanges, procédures de remboursement, accès aux informations, etc.)
- La joignabilité de votre conseiller
- Des remboursements rapides
- La proximité des agences
- Des services Internet vous facilitant la gestion de votre contrat (ajout de bénéficiaire, évolution de garanties, ré-édition de la carte tiers payant, etc.)
- Les avantages des réseaux de soins en optique, dentaire, auditif
- Une assurance santé 100% en ligne
- L'intégration des objets connectés
- Des applications pour vous aider à choisir ou suivre votre contrat
- La proactivité de l'organisme qui vous informe et vous conseille sans démarche de votre part
- La proposition de téléconsultations médicales avec des médecins
- La possibilité de prendre ses rendez-vous médicaux en ligne directement depuis le site de l'assureur

# Items & propositions soumis à analyse (2/3)

---

## 18 garanties et services optionnels que les Français souhaiteraient retrouver dans un futur contrat santé

- La prise en charge des dépassements d'honoraires jusqu'à 200%\* (\*200% signifie que la complémentaire rembourse jusqu'à 2 fois le tarif de base de la sécurité sociale)
- La prise en charge des dépassements d'honoraires supérieure à 200%\* (\*200% signifie que la complémentaire rembourse jusqu'à 2 fois le tarif de base de la sécurité sociale)
- L'assistance aux personnes (aide-ménagère, garde d'enfants, etc.)
- Des tarifs négociés auprès d'opticiens, d'audioprothésistes, de pharmaciens, de dentistes, de cliniques, de médecins ou d'autres professionnels de la santé
- Des remboursements rapides et automatisés
- Une analyse de devis santé par téléphone ou mail
- Un service de coaching santé ou d'accompagnement personnalisé
- Des services en cas d'immobilisation / d'hospitalisation
- Des prestations et services de prise en charge de la dépendance
- Une assistance voyage-déplacement
- Un N° de téléphone dédié pour répondre à toutes les questions sur la gestion du contrat.
- Une offre prévention sur des actes de dépistage prescrits par les médecins (dépistage de l'ostéoporose, dépistage du cancer du côlon, etc.)
- Une offre prévention sur des soins et médicaments préventifs prescrits par les médecins et achetés en pharmacies (vaccins recommandés aux voyageurs, médicaments antigrippaux, vaccins contre le papillomavirus, Patch anti-tabac, etc.)
- Une prise en charge des frais de déplacement à domicile du professionnel de santé
- La proposition d'une assurance santé pour les animaux du foyer
- La garantie d'un tarif stable sur au moins 2 ans
- Des applications mobiles pour m'accompagner dans la gestion de ma santé

## Eléments incitant les Français à changer de complémentaire santé

### Prix / promotions

- Un montant de cotisations / primes moins élevé
- Un meilleur niveau de remboursements / de forfaits
- Des tarifs négociés auprès de professionnels de la santé
- Des frais moindres à avancer chez les professionnels de la santé
- Le parrainage d'un proche avec une prime à l'ouverture d'un contrat santé
- Une offre promotionnelle à l'ouverture d'un nouveau contrat

### Prestations / services

- De meilleures prestations santé (services assistance, coaching / services de prévention santé)
- Des garanties complémentaires prévoyance incluses
- Un remboursement en une seule fois de la complémentaire et de la sur-complémentaire
- La présence d'un réseau de partenaires
- Des services et fonctionnalités complètes accessibles quel que soit le canal
- La possibilité de souscrire en ligne
- Retrouver mon niveau de couverture d'avant

### Autres

- Une obligation de changement (ne plus bénéficiaire de l'ancienne mutuelle d'entreprise, etc.)
- Suite à un évènement familial
- Une offre promotionnelle à l'ouverture d'un nouveau contrat
- Si retraité : selon mes projets, une fois en retraite (séjour à l'étranger, offre groupée via une association, etc.)

# Items & propositions soumis à analyse (3/3)

---

## Points de contacts susceptibles d'avoir une influence sur les Français

- La recommandation de votre entourage. Veuillez préciser : Vos amis / Votre famille / Vos collègues de travail / Votre entreprise
- La recommandation d'un professionnel de santé (médecin, pharmacien, etc.)
- Les conseillers ou téléconseillers (téléphone des organismes avec qui vous échangez avant de souscrire
- Le site Internet de l'organisme
- Les sites comparateurs en ligne
- Les courriers, SMS ou e-mails de l'organisme (informations, promotions)
- Un article sur cet organisme dans la presse générale / économique
- La mention de l'organisme par une association de consommateurs
- La présence de l'organisme sur les blogs / forums, réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.)
- La publicité (TV, Internet, Radio, Presse, Affichage)
- Le mécénat de l'organisme / fondation d'entreprise
- Le sponsoring (culturel, sportif, etc.)

## Motifs incitatifs à recourir à un nouvel organisme de complémentaire santé pour les Français

- Son expertise reconnue sur le marché
- Sa rigueur, solidité financière
- Sa capacité d'innovation (services, garanties)
- Sa gouvernance / ses valeurs (organisation et gestion de l'organisme : solidarité, transparence, etc.)
- Sa réputation, sa bonne image globale
- Son réseau étendu avec un très grand nombre d'agences
- Sa présence développée sur Internet permettant un fonctionnement 100% en ligne
- Sa gamme de prestations et services
- La performance de ses prestations et services
- Les tarifs avantageux proposés
- Les «récompenses» de l'organisme : label, prix, titres ...
- Un élargissement des fonctionnalités et services clients, quel que soit l'outil de consultation
- La souscription auprès de l'organisme qui m'assure déjà en automobile, habitation ou autres

## Propositions sur les attitudes des Français vis-à-vis des complémentaires santé et contrats santé

- Je dois pouvoir demander conseil aux conseillers de ma complémentaire santé
- Ma complémentaire santé doit disposer d'agences proches de chez moi
- Je suis adhérent à ma complémentaire santé depuis des années, ils me connaissent bien
- Les conseillers des complémentaires santé sont des vendeurs, ils sont prêts à me faire souscrire n'importe quel service ou option supplémentaire
- J'aime quand ma complémentaire santé me propose des offres promotionnelles, je me laisse parfois tenter par la souscription de nouveaux produits
- Je suis responsable de ma santé donc je suis très attentif aux garanties proposées
- J'ai besoin d'être rassuré par ma complémentaire santé, d'avoir des informations précises sur mes garanties et ma prise en charge
- Je suis sensible aux communications des complémentaires santé dans les medias
- J'ai souscrit une complémentaire santé par obligation, pas par choix
- Je veux que ma complémentaire santé se mette à ma place, qu'elle personnalise son offre
- Je suis prêt à payer plus cher ma complémentaire santé pour avoir des prestations de qualité
- Pour moi, il est essentiel d'avoir des niveaux de prise en charge élevés par ma complémentaire santé
- Ma complémentaire santé doit m'aider à prendre soin de ma santé
- Ma complémentaire doit négocier des prix avec les professionnels de santé pour limiter ce qu'il me reste à payer
- Ma complémentaire doit m'aider à m'orienter dans le système de soins
- Ma complémentaire doit me proposer des solutions d'accès aux soins alternatives, comme par exemple la téléconsultation

# Sommaire de l'étude

Les évolutions sont présentées systématiquement pour toutes les données de l'étude qui n'ont pas été modifiées au cours des 3 éditions et pour toutes les strates disposant de suffisamment de répondants pour être représentatif.



## Synthèse

2 pages

## 1. Photographie en 2018 de la couverture santé complémentaire des Français

### 1.1. Couverture complémentaire selon les différentes catégories d'acteurs de l'offre

- 1.1.1. Identification des Français couverts par une complémentaire santé
- 1.1.2. Type de couverture complémentaire santé
- 1.1.3. Moyen de souscription à la complémentaire santé
- 1.1.4. Refus de la complémentaire santé d'entreprise
- 1.1.5. Satisfaction de la complémentaire santé d'entreprise
- 1.1.6. Taille salariale et secteur d'activité de l'entreprise qui propose la complémentaire
- 1.1.8. Type d'organisme gérant la couverture complémentaire
- 1.1.9. Organisme gérant la couverture complémentaire et cotisation versée pour la complémentaire santé
- 1.1.10. Prise en charge de la cotisation par l'entreprise
- 1.1.11. Nombre de personnes couvertes par la complémentaire santé et
- 1.1.12. Ancienneté de la complémentaire santé et interlocuteur privilégié
- 1.1.13. Garanties présentes dans le contrat de complémentaire santé
- 1.1.14. Détail des garanties présentes dans le contrat de complémentaire santé
- 1.1.15. Niveau de couverture et options du contrat de complémentaire santé
- 1.1.16. Switch envisagé au cours des 12 prochains mois

### 1.2. Couverture complémentaire selon le statut de la population couverte

- 1.2.1. Couverture par une complémentaire santé selon le statut
- 1.2.2. Couverture par une complémentaire santé selon le régime d'affiliation à la sécurité sociale

## 2. Les Français et la sur-complémentaire santé

### 2.1. Les Français couverts par une sur-complémentaire

- 2.1.1. Part des Français ayant souscrit une sur-complémentaire santé
- 2.1.2. Part des Français utilisant la mutuelle du conjoint comme sur-complémentaire santé
- 2.1.3. Identification des Français ayant une sur-complémentaire santé
- 2.1.4. Ancienneté de la sur-complémentaire santé
- 2.1.5. Type d'organisme gérant la sur-complémentaire
- 2.1.6. Organisme gérant la sur-complémentaire et montant / prime versée pour la sur-complémentaire santé
- 2.1.7. Garanties utilisées via la sur-complémentaire santé
- 2.1.8. Détail des garanties utilisées via la sur-complémentaire santé
- 2.1.9. Nombre de personnes couvertes par la sur-complémentaire
- 2.1.10. Motifs de souscription d'une sur-complémentaire santé



## **2.2. Les Français non couverts par une sur-complémentaire**

- 2.2.1. Intention de souscription d'une sur-complémentaire santé et budget envisagé
- 2.2.2. Garanties envisagées pour la sur-complémentaire santé
- 2.2.3. Détail des garanties envisagées pour la sur-complémentaire santé
- 2.2.4. Éléments influents dans la souscription d'une sur-complémentaire santé
- 2.2.5. Services et garanties souhaités dans une sur-complémentaire santé
- 2.2.6. Points de contacts influents dans le choix d'une sur-complémentaire santé
- 2.2.7. Motifs de sélection d'un organisme pour la sur-complémentaire santé

## **3. Les attentes de tous les Français en matière de complémentaire santé et performance de l'offre actuelle**

### **3.1. Hiérarchisation des (vraies) attentes du marché**

- 3.1.1. Importance des garanties santé
- 3.1.2. Importance des garanties santé selon la possession d'une complémentaire santé
- 3.1.3. Éléments importants dans la fidélité à l'assureur
- 3.1.4. Éléments importants dans la fidélité à l'assureur selon la possession d'une complémentaire santé
- 3.1.5. Identification des (vraies) attentes du marché

### **3.2. Révélation des musts et des gaps du marché**

- 3.2.1. Satisfaction globale de la complémentaire santé
- 3.2.2. Satisfaction globale selon la complémentaire santé possédée
- 3.2.3. Garanties santé utilisées au cours des 24 derniers mois
- 3.2.4. Satisfaction détaillée des garanties possédées
- 3.2.5. Satisfaction détaillée des éléments de fidélité à un assureur
- 3.2.6. Identification des musts et des gaps du marché

## **4. Les Français et les organismes de santé : connaissances des services, contacts et attentes**

### **4.1. Connaissance des services des organismes de santé**

- 4.1.1. Connaissance et importance du tiers-payant
- 4.1.2. Fréquence d'utilisation du tiers-payant
- 4.1.3. Absence d'usage du tiers payant
- 4.1.4. Accès et satisfaction de l'espace adhérent sur Internet
- 4.1.5. Fréquence de consultation de l'espace adhérent
- 4.1.6. Services proposés sur l'espace adhérent
- 4.1.7. Connaissance du chèque santé, de l'assurance collaborative, de l'assurance affiliative
- 4.1.8. Intérêt du chèque santé
- 4.1.9. Utilisation du chèque santé
- 4.1.10. Importance de la dimension solidaire des assureurs
- 4.1.11. Recours à l'action sociale
- 4.1.12. Satisfaction suite au recours à l'action sociale
- 4.1.13. Recours à l'action sociale

### **4.2. Contacts avec les complémentaires santé et services de prévention**

- 4.2.1. Prise de contact de la complémentaire santé concernant la prévention
- 4.2.2. Sujet de prévention abordés
- 4.2.3. Accompagnement de l'organisme dans la santé au travail

### **4.3. Attentes des complémentaires santé**

- 4.3.1. Attentes d'une complémentaire santé
- 4.3.2. Attentes d'une complémentaire santé en tant qu'aidant
- 4.3.3. Ouverture aux nouveaux entrants sur le marché de l'assurance santé



## **5. Perspectives des Français bientôt à la retraite**

**5.1. Intention de changer de couverture santé à la retraite**

**5.2. Éléments influents dans le changement de complémentaire santé**

**5.3. Services et garanties souhaités en cas de changement de complémentaire santé**

**5.4. Points de contacts influents en cas de changement de complémentaire santé**

**5.5. Motifs de sélection d'un organisme en cas de changement de complémentaire santé**

**5.6. Prise de renseignement sur un (nouvel) organisme ou contrat de couverture santé**

**5.7. Moyen de renseignement**

**5.8. Nombres et Types d'organismes consultés**

**5.9. Connaissance de la continuité de couverture santé une fois à la retraite**

## **6. Attitudes et Typologie des Français**

**6.1. Attitudes des Français**

**6.2. Typologie des Français**

6.2.1. Identification des Français couverts par une complémentaire santé et Identification des Français ayant une sur-complémentaire santé

6.2.2. Composition du foyer

6.2.3. Type de couverture complémentaire santé

6.2.4. Nombre de personnes couvertes par la complémentaire santé

6.2.5. Ancienneté de la complémentaire santé et Montant / prime versée pour la complémentaire santé

6.2.6. Ancienneté de la sur-complémentaire santé et Montant / prime versée pour la sur-complémentaire santé

6.2.7. Nombre de personnes couvertes par la sur-complémentaire

6.2.8. Motifs de souscription d'une sur-complémentaire santé

6.2.9. Intention de souscription d'une sur-complémentaire santé

6.2.10. Importance des garanties santé

6.2.11. Éléments importants dans la fidélité à l'assureur

6.2.12. Satisfaction globale de la complémentaire santé

6.2.13. Connaissance et importance du tiers-payant

6.2.14. Connaissance et intérêt du chèque santé

6.2.15. Importance de la dimension solidaire

6.2.16. Attentes d'une complémentaire santé

6.2.17. Satisfaction du niveau de couverture santé

6.2.18. Intention de changer de couverture santé à la retraite





## Annexes

- Profils sociodémographique des Français
- Sexe et âge
- CSP
- Revenus mensuels
- Composition du foyer
- UDA résidence principale et lieu de travail
- Type de commune
- Statuts
- Type de contrats
- Régime d'affiliation à la sécurité sociale
- Identification des Français bénéficiant de la CMU, CMU-C
- Profils santé des Français
- Identification des Français confrontés à la dépendance
- Adéquation de la couverture santé aux enfants adolescents
- Besoin de conseils concernant les enfants adolescents
- Profil digital des Français
- Recherche d'informations santé sur Internet
- Sites Internet consultés
- Ouverture à recevoir des conseils de professionnels de la santé à distance
- Satisfaction détaillée des organismes de santé
- Satisfaction détaillée des éléments de fidélité à un assureur selon la complémentaire santé

## Livrables

- **Un rapport synthétique, quantifié, et directement exploitable pour vos présentations (format Power Point)**
- **Présentation orale comprise**
- **Accompagnement personnalisé** : Une fois les livrables restitués, notre équipe est disponible et cela sans aucune limite de temps pour faire les traitements complémentaires et apporter toutes les précisions que vous estimeriez utiles

**arcane** research

Expert en montage d'études multi-clients et études ad-hoc basées sur la réinterrogation de cibles.

### Notre offre multi-clients répond à 3 principes :

- Proposer des études avec des enjeux d'actualité
- Mutualiser les coûts (terrain partagé)
- Proposer une offre plus flexible, plus "ad hoc" et plus qualitative que les études en souscription traditionnelles

### La maîtrise du principe de l'enquête mutualisée depuis 1993 :

- Une équipe impliquée et compétente sur les domaines.
- Plus de 30 observatoires réalisés chaque année.
- Une relation durable et de confiance avec les acteurs les plus significatifs des marchés étudiés.

[www.arcane-research.com](http://www.arcane-research.com)

**Références** : 3M, ABBOTT, ABRIBLUE, ACADEMIE, AG2R, AHAVA, ALBON, ALES GROUPE, ALGOTHERM, ALLIANZ VIE, AO SOLA, APICIL, ASSURANCES DU CREDIT MUTUEL, ATOL, AXA, BANETTE, BAYER SANTE ANIMALE, BAYER SANTE FAMILIALE, BEAUFOR IPSEN, BEIERSDORF, BILLABONG, BIOCODEx, BIODERMA, BIORGA, BNP PARIBAS, BOEHRINGER INGELHEIM, BONCOLAC, BRISTOL MYERS-SQUIBB, BROTHIER, BSN MEDICAL, CAISSE D'EPARGNE, CARDINAL HEALTH, CENTRALE DES OPTICIENS, CEPHALON, CHARAL, CHARMANT France, COLGATE-PALMOLIVE, CLARINS, COLUMBIA EUROPE, CONFEDERATION NATIONALE DE LA BOULANGERIEPATISSERIE, CONTINENTAL, DECLEOR, DIAFARM-NPC, DUC, EA-PHARMA, ECOVER, ELLA BACHE, EPB, ESSILOR INTERNATIONAL, ESTHEDERM, EUGENE PERMA, EUROSIMA, EXACOMPTA, EXPANSION, FEDERATION DE L'EQUIPEMENT DE BUREAU (FEB), FEDERATION NATIONALE DE LA MUTUALITE FRANCAISE (FNMF), FEDERATION NATIONALE DE L'HABILLEMENT, FEU VERT, FINDUS, FORD, FRANCK PROVOST, GABA, GATINEAU, GALEC (GROUPE LECLERC), GEODIF, GEORGIA PACIFIC, GILLETTE France, GLAXO SMITHKLINE BEECHAM SANTE GRAND PUBLIC, GRANDS MOULINS DE PARIS, GROUPE APPRO, GUINOT, HAMELIN, HELLY HANSEN, HENKEL, HOYA LENS, INNEOV, INNOTHERA, INTERVET, JEAN MARTIN, KRYS, L'AMY GROUP, L'OCCITANE, L'OREAL PROFESSIONNEL, L'OREAL COSMETIQUE ACTIVE INTERNATIONAL (VICHY), LAFUMA, LDC, LES LUNETIERS DU JURA, LES SERRES D'ANJOU (GROUPEMENT DES MOUSQUETAIRES), LE TANNEUR ET CIE, LEVER-FABERGE, LONGCHAMP, MAAF, MALAKOFF MEDERIC, MARIA GALLAND, MATINES, MATIS, MAYOLY SPINDLER, MEDA PHARMA, MEDICA, MENARINI, MMA, MERCK LIPHA SANTE, MERIAL, MILLET, MONOPRIX, MUTOPTIC, NESTLE PROTEIKA, NIKE ACG, NORAUTO, NOVARTIS, OBSERVATOIRE ECONOMIQUE DE L'HORTICULTURE, ODLO, OMEGA PHARMA, O'NEILL EUROPE, OPTIC 2000, ORANGINA, OXBOW, PATAGONIA EUROPE, PAUL HARTMANN, PEPSICO, PFIZER, PICOT, PIERRE FABRE DERMOCOSMETIQUE, PIERRE FABRE MEDICAMENT, PIERRE FABRE ORAL CARE, POLIVE, PROCTER & GAMBLE FRANCE, PSA, QUIKSILVER EUROPE, REUNICA, REVLON PROFESSIONAL, RIP CURL EUROPE, ROGE CAVAILLES, ROSSIGNOL, ROTTAPHARM, SACLA, SAFILO France, SALOMON, SANOFI-AVENTIS, SANTECLAIR, SARBEQ, SCA, SEVRE LOIRE HABITAT, SODIALA-CANDIA, SODILAC, SOGECAP, SOLECO FLORETTE, SOLINEST, SOTHYS, SSL HEALTHCARE, STABLO, STANHOME, STERILOR, STIEFEL, STOEFFLER, SVR, SWISS LIFE, SYSTEME U, TEVA CLASSICS, TEXIER, THALGO, UMBRO, UNITED BISCUITS, URGO, VANIA, VENDOME, VFC CORPORATION, VOLKSWAGEN, WELEDA, WELLA France, WINTHROP MEDICAMENTS, YVES ROCHER,...

## Vos contacts



### Hervé GUINGANT

Votre contact commercial

[herve.guingant@arcane-research.com](mailto:herve.guingant@arcane-research.com)

Direct : 02.41.60.37.68



### Coline LE BIHAN

Votre contact pour l'étude

[coline.lebihan@arcane-research.com](mailto:coline.lebihan@arcane-research.com)

Direct : 02.41.20.08.76



Cette édition, comme les 2 précédentes, a été menée sous la supervision et avec le soutien technique de **Marie-Sophie Houis-Valletoux**, associée au sein du cabinet PMP en charge de l'assurance, de la banque et de la santé. Marie-Sophie dispose d'une double expérience opérationnelle et Conseil.

Après avoir débuté comme consultante chez Coopers & Lybrand, elle a pris des postes de direction chez Europ Assistance et Ionis (Humanis) pour enfin prendre la direction Santé Prévoyance de la MAAF (groupe COVEA). Fondatrice de MX-Conseil en 2012, Marie Sophie est depuis 2017 associée du cabinet PMP en charge de l'assurance, de la banque et de la santé. Outre ses prises de parole régulières dans la profession, Marie-Sophie accompagne les plus grands acteurs de la protection sociale complémentaire dans le redéploiement de leur stratégie, la conception de leur proposition de valeur et la mise en oeuvre de leur projet d'évolution.



ARCANE Research - 26, boulevard du Maréchal Foch - 49100 Angers

Angers, ville laboratoire pour les marchés tests

Tél : 02.41.33.12.49 - Fax : 02.41.60.57.86 - [contact@arcane-research.com](mailto:contact@arcane-research.com)

