



AMPHITÉA

Association d'assurés partenaire d'AG2R LA MONDIALE

**Focus 1<sup>er</sup> semestre 2020 – La Réunion**

**Rencontre entre les Correspondants régionaux**

## Focus 1<sup>er</sup> semestre 2020

### 1<sup>ère</sup> partie

Thèmes	Durée	Intervenants
Accueil & coordination régionale	20'	<i>Coordinateur et Correspondants</i>
Partage d'une information AMPHITÉA sur les réseaux sociaux : comment faire ?	10'	<i>Resp. AMPHITÉA</i>
PERI : synthèse de nos ateliers du 25 janvier	30'	<i>Resp. AMPHITÉA</i>
Club Régional des Adhérents (CRÉA)	60'	<i>Tous</i>



Accueil et coordination  
régionale

*Coordinateur régional*  
*Correspondants*

## Coordination régionale des Correspondants régionaux : La Réunion

- Coordinatrice : Martine BESSON-ODIN
- Référente Fondation : Colette MINIENPOULLÉ
- Référent Communication : Didier KRAFFT
- Comité Outre-mer :  
Martine BESSON-ODIN, Didier KRAFFT, Salma MARTIN, Colette MINIENPOULLÉ



## Organisation 2020 : La Réunion



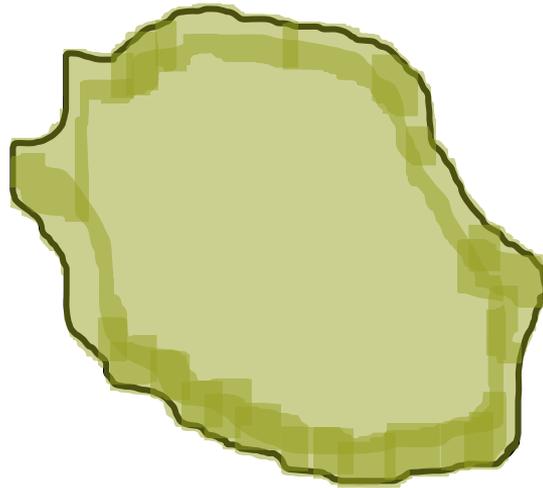
10000 adhérents

4 correspondants

*Théorie : 3*

Martine BESSON-ODIN (974 La Montagne)  
Didier KRAFFT (974 Ste-Marie)  
Salma MARTIN (974 Salazie)  
Colette MINIENPOULLE (974 Ste-Clotilde)

**Objectif recrutement 2020 : -**



AG2R LA MONDIALE

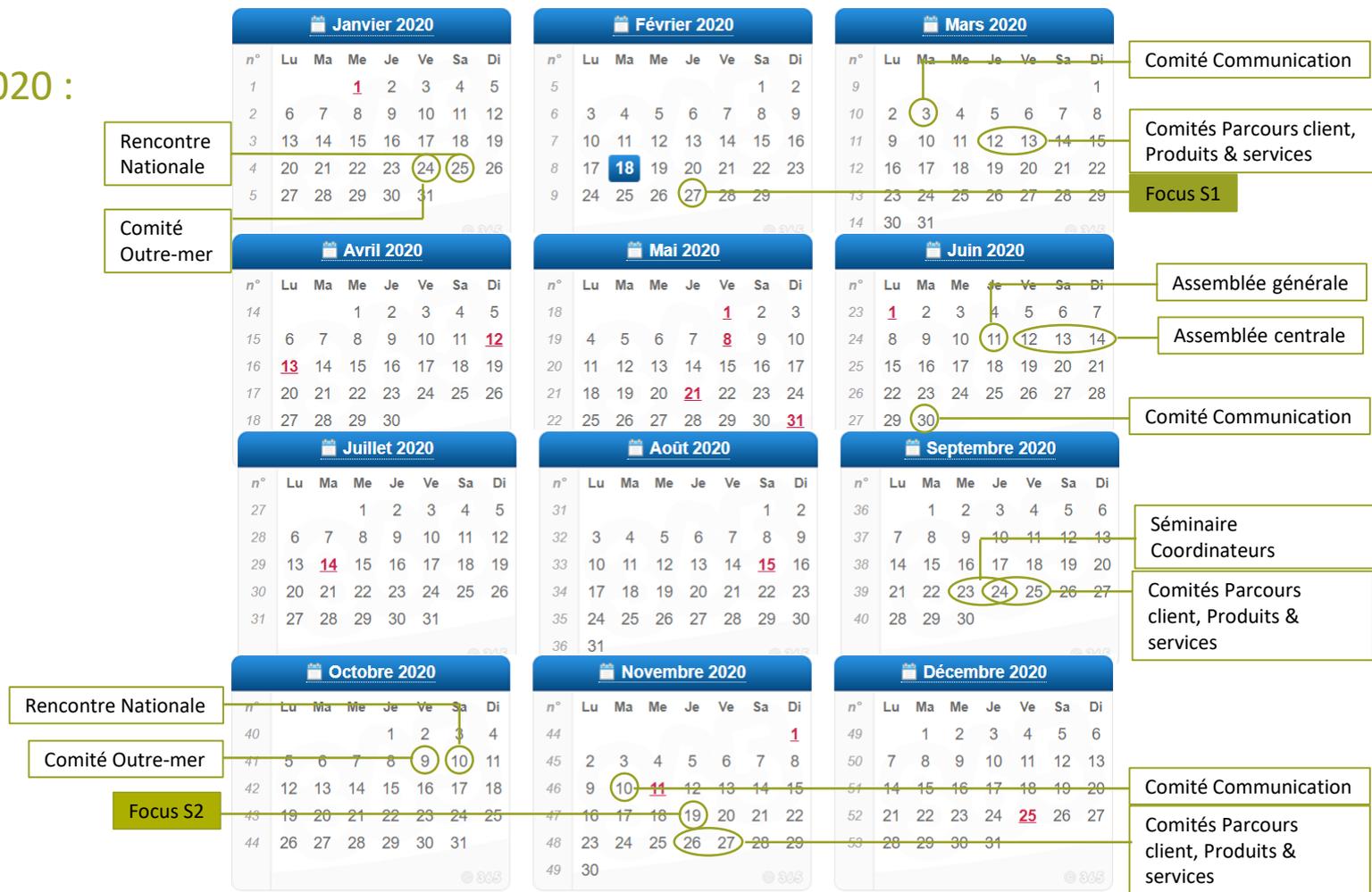
**5 équipes commerciales**

- St-Denis (2)
- St-Gilles (1)
- St-Pierre (2)

DR : Stéphane LE ROUX  
Dir. de développement : Thierry PIERRAT  
2 Inspecteurs animateurs  
3 Managers de secteur

CMR : Delphine THIAW CHU

# Calendrier 2020 : La Réunion





Partage d'une information  
AMPHITÉA sur les réseaux  
sociaux : comment faire ?

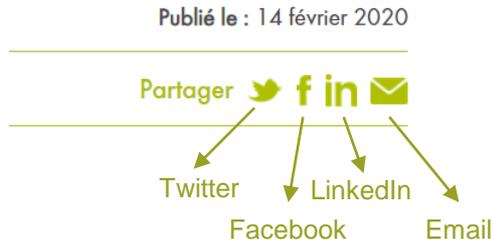
*Responsable AMPHITÉA*

# Partage d'une information AMPHITÉA sur les réseaux sociaux : comment faire ?

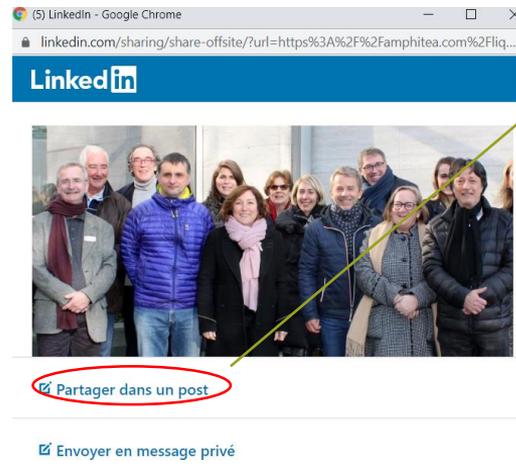
2 conditions préalables : disposer d'un compte sur Facebook, LinkedIn, Twitter ... et être connecté

Soit pour partager vous-même un article que vous avez vu sur notre site

**1** En bas de chaque article sur le site AMPHITÉA (PC ou sur smartphone)



**2** Après avoir cliqué (sur LinkedIn par exemple)



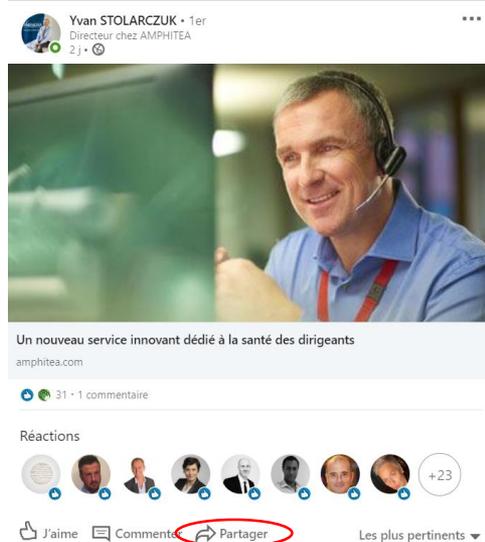
**3** Cliquez sur « publier »



## Partage d'une information AMPHITÉA sur les réseaux sociaux : comment faire ?

2 conditions préalables : disposer d'un compte sur Facebook, LinkedIn, Twitter ... et être connecté

Soit pour partager un article qui a déjà été diffusé dans un post par quelqu'un





Le PERI : synthèse de nos  
ateliers du 25 janvier

*Responsable AMPHITÉA*

## 61<sup>ème</sup> Rencontre nationale des Correspondants

Rappel de l'objectif : tout savoir sur le PERI

60 minutes de présentation

- Philippe CREVEL (contexte)
- Joël DUFRESNOY (produit)
- Jean-Michel MUZARD (plan d'action du réseau)

60 minutes de travail en atelier autour de 3 questions :

- La compréhension du produit en synthèse
- Les attentes en tant que client
- Les propositions en qualité de Correspondant

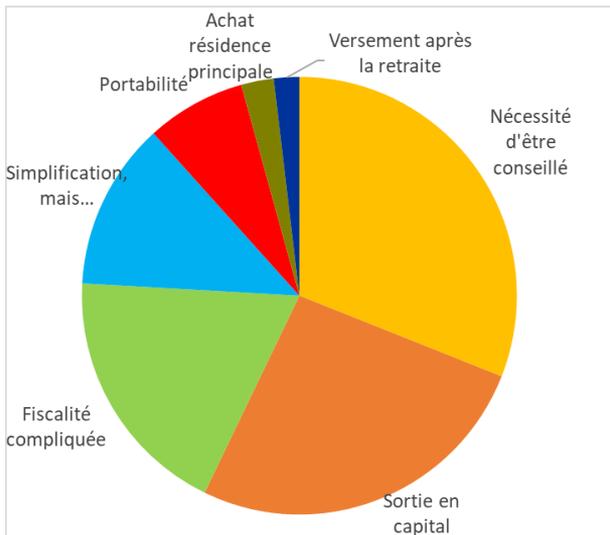


## Les questions posées

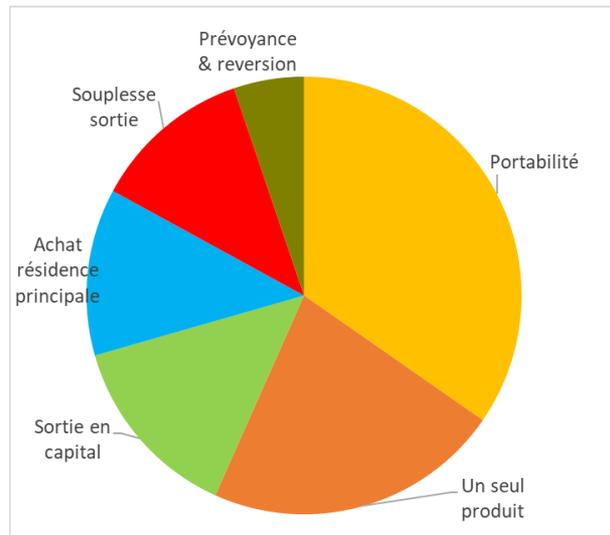
- **En synthèse**, qu'avez-vous retenu du Plan d'Épargne Retraite Individuel, en particulier celui souscrit par AMPHITÉA ?
- **En tant que client**, comment attendez-vous qu'on vous explique cette nouvelle solution (vocabulaire, schéma, outils, ...) ?
- **En tant que Correspondant**, comment agir pour réussir le lancement du PERI avec le réseau commercial, les adhérents, ... ?

# En synthèse, qu'avez-vous retenu du Plan d'Epargne Retraite Individuel, en particulier celui souscrit par AMPHITÉA ?

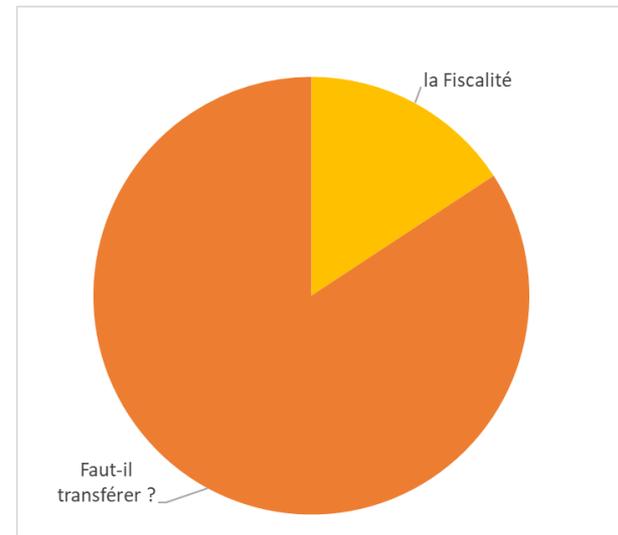
## Les points importants



## Les avantages



## Le besoin de précisions





## Quels sont les points importants pour vous ?

### Nécessité d'être conseillé

*Urgent de ne pas se presser, nécessité absolue d'être bien conseillé, expertise des produits détenus, donner quelques exemples concrets, comparatif entre ancien et nouveau produit, Possibilité d'avoir plusieurs PERI ? Compétences chez nos conseillers qui sont jeunes ?*

### Sortie en capital

*Possibilité de sortie en capital, mais pénalités, la sortie en capital change fondamentalement le rapport au produit et à la retraite, plus de souplesse par rapport à la rigidité du Madelin, plus d'opportunités, de libertés : est-ce un leurre ? Choix de gestion, Mixte de sortie : voir son conseiller*

### Fiscalité compliquée

*Vigilance, fiscalité plus compliquée, insuffisamment abordée : plus-value, apport, besoin d'un comparatif (ancien PERP/nouveau) : devoir de conseil est important, plus qu'avant*

## Quels sont les points importants pour vous ?



### Simplification, mais...

*Simplification, regroupement en un seul support, PER simplifié. Avant, 1 produit=1 cible, c'est beaucoup plus compliqué malgré la volonté de simplification*

### Portabilité

*Portabilité du produit : versement des anciens contrats, transfert, Cumul des plans antérieurs : plus souple, mieux répondre à chacun des besoins,*

### Et aussi ...

*Versements possibles après la retraite, possibilité d'achat de la résidence principale*



## Quels sont les avantages de cette solution ?

### Portabilité

*Portabilité et regroupement en 1 contrat sont importants, mais représente un risque pour l'assureur, et il doit être encore meilleur, Avantage au transfert : bien expliquer. On peut garder les placements existants, Toute la partie collective peut être transférée, mais avec le respect des compartiments*

### Un seul produit

*Le regroupement de produits, Un seul produit, Convient aux changements de carrière, réceptacle unique, Visibilité meilleure, Un seul relevé, Facilité pour s'y retrouver, mais il reste toujours le choix*

### Sortie en capital & souplesse

*Souplesse pour répondre à mon besoin, donc souplesse opérationnelle, Souplesse rente + capital. Sortie en capital = gestion de capitaux et non plus gestion d'une retraite. Ça peut intéresser les jeunes (par rapport au livret A). Sortie en capital pour résidence principale, Acquisition résidence principale (plusieurs fois ou la 1ère fois ?)*

### Et aussi ...

*Garanties prévoyance, Conditions de réversion*



## Quels sont les aspects qui restent à préciser ?

### Faut-il transférer ?

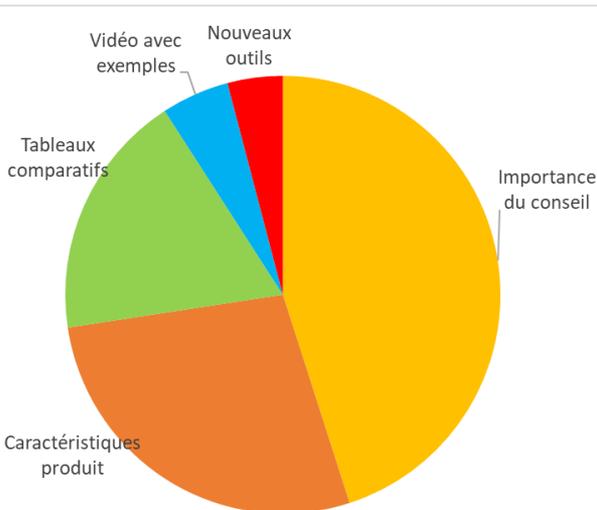
*L'intérêt ou pas de transférer, Les coûts du transfert,  
A quel moment dois-je faire la fusion des plans ? le transfert, oui, mais dans un nouveau contrat : préciser les conditions du nouveau contrat, car la fiscalité peut être double,  
Chacun a un compte : à voir la fusion,  
Peut-on faire cohabiter le PERI avec les anciens contrats, Conditions de portabilité,  
Transfert de la retraite collective vers le PERI ? Peut-on faire cohabiter anciens & nouveau contrat,  
Qu'est-ce qu'on transfère ou pas ? Peut-on cumuler plusieurs PERI ? A-t-on le choix des supports ? Quand on a un statut TNS, quel est l'intérêt de passer sur un PERI ? est-ce que l'âge du contrat précédent est pris en compte ? Portabilité = risque pour l'assureur ? Exemple : 154 bis. Valeur acquise 100.000€ = 4.327€ par an. Si transfert PERI, chute ?*

### La fiscalité

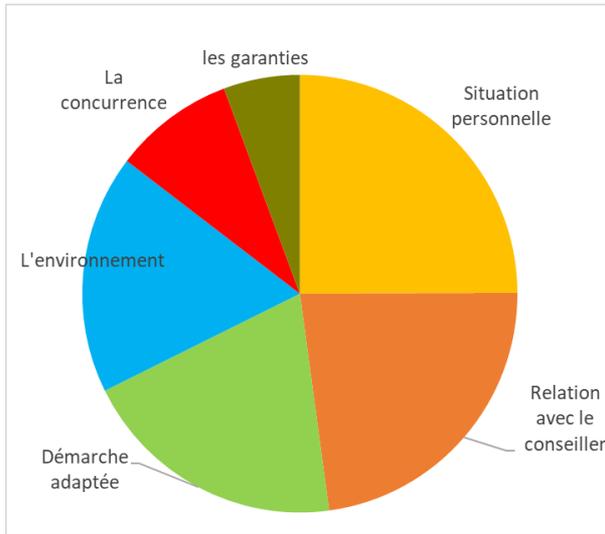
*La fiscalité à la sortie, La déduction fiscale en cas de transfert : 4600€ ou 9200€, Les conséquences fiscales du transfert, frais d'entrée, frais d'arbitrage*

# En tant que client, comment attendez-vous qu'on vous explique cette nouvelle solution (vocabulaire, schéma, outils, ...) ?

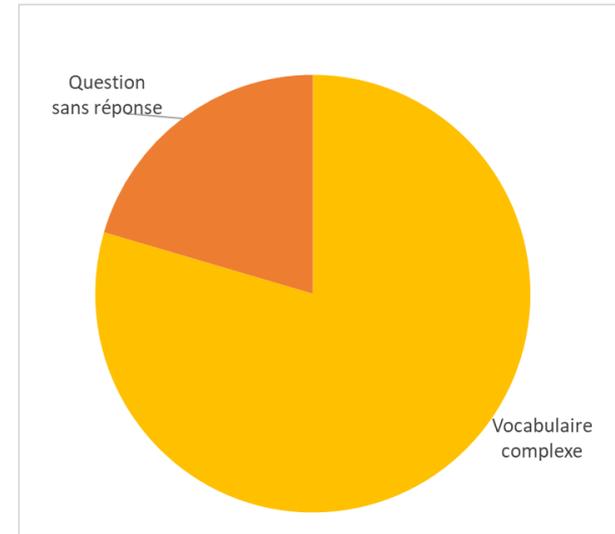
## Aspects à mettre en avant



## Éléments de contexte



## Sujets à éviter



## Que vous soyez actif ou retraité, quels sont les aspects de cette solution à mettre en avant ? (1/2)



### Importance du conseil

*Conseil adapté, confiance, Conseiller, expert-comptable, juriste, ... ensemble face au client, idéal selon un correspondant qui a vendu son entreprise (service ARTEO) : audit patrimonial, approche globale, Transparence, rassurer, Qualité d'expertise, présence physique = prise de RDV par le conseiller, La prise en main de son avenir, Vue globale du patrimoine et des besoins du client, Avoir le discours complet : sortie en capital, ne pas oublier la fiscalité, Pourquoi ouvrir un nouveau contrat ? Il faut que l'investissement soit en adéquation avec les choix de vie futurs, conseil au départ et surtout à la sortie (liberté de choix)*

### Caractéristiques produit

*Abondement après la retraite, jusqu'à 70 ans, le coût, les abattements, Les sorties multiples, Prévoyance, Gestion par horizon, Différents supports (environnement), Epargner pour l'acquisition d'une résidence principale => primo accédant, Statuts qui changent : les produits doivent s'adapter*

## Que vous soyez actif ou retraité, quels sont les aspects de cette solution à mettre en avant ? (2/2)

### Tableaux comparatifs

*Tableaux bien faits, mais il faut plus de temps et d'explications : trop rapide, trop vite,  
Simulation du passage de l'un à l'autre,  
Importance d'un simulateur avec des chiffres concrets,  
Comparaison avec les produits de la concurrence*

### Et aussi ...

*Vidéos avec des cas concrets  
Le film est trop général => plus pour le correspondant,  
La pyramide explique bien,  
Utiliser des nouveaux outils*





## Quels sont les éléments de contexte à prendre en compte ? (1/2)

### La situation personnelle

*L'âge et la situation professionnelle et familiale, Son état de santé, Résidence principale, Présence au moment du conseil, Souhait du client s'il est jeune, Fin de carrière, à voir pour les arbitrages, Si retraité, peut-on ouvrir un PERI ?*

### Relation avec le conseiller

*Relation de proximité, Prise directe conseiller, Compte national (client sans conseiller), Etre bien conseillé... avec un conseiller bien formé*

### Démarche adaptée

*Démarche différente pour les adhérents (pouvant être attiré par les sirènes de la concurrence) et les prospects, adhérent susceptible d'être séduit par la concurrence*

### L'environnement

*L'environnement de la réforme de retraites, La baisse de rendement des placements, Le court terme domine, placer ne sert à rien, pessimisme latent*

## Quels sont les éléments de contexte à prendre en compte ? (2/2)

### La concurrence

*Concurrence accrue banque & assurance (banque en ligne), Distinction à faire entre assureur*

### Les garanties

*Les garanties de prévoyance, Sortie en capital ou en rente ?*





## À l'inverse, y a-t-il des sujets à éviter ?

### Le vocabulaire complexe

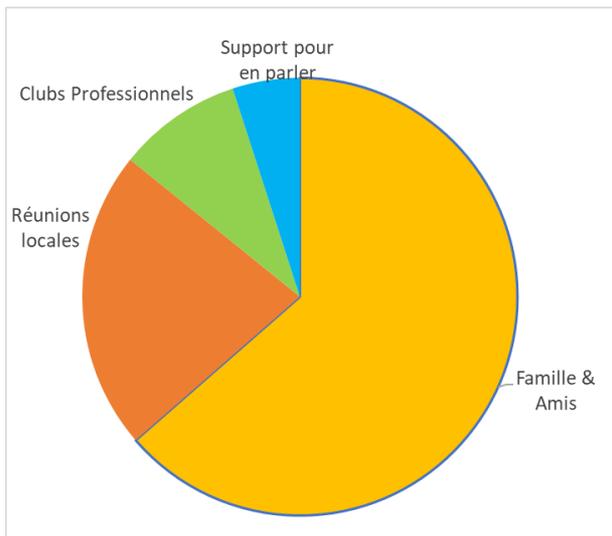
*Vocabulaire simple : parler comme des clients. Exemples : TNS, provision mathématique, Attention à être bien compris, très complexe, Se mettre à la portée de son interlocuteur (débat dans la salle), Simplification du vocabulaire pour sécuriser et fidéliser un client en matière de retraite et d'épargne. Le client a besoin d'être sécurisé avec la technique mais avec un vocabulaire simplifié, Gros challenge autour de la pédagogie, la complexité des produits et la formation des conseillers, Rester précis sur la technique en utilisant des mots que tout à chacun comprend, Eviter le jargon, Opacité*

### Les questions sans réponse

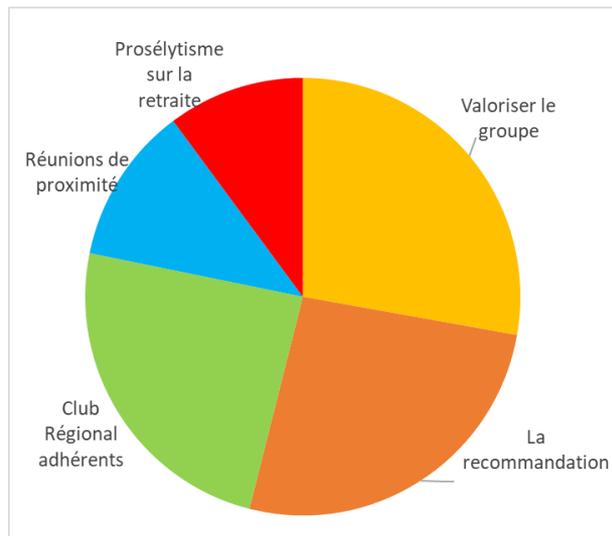
*PER : 5 ou 6 motifs de sortie. Résidence principale, la 1ère, Des questions sans réponse : fiscalité, clause bénéficiaire, Sujet délicat « la clause du bénéficiaire »*

# En tant que Correspondant, comment agir pour réussir le lancement du PERI avec le réseau commercial, les adhérents, ... ?

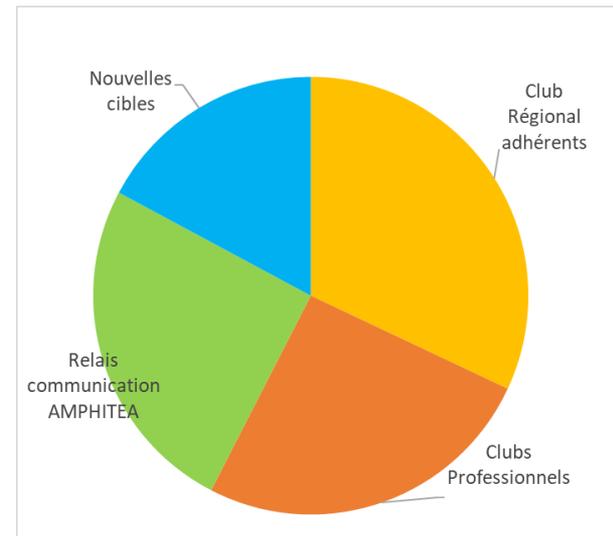
## Avec l'entourage



## En appui du réseau



## Vis-à-vis des adhérents





## Quelles actions pourriez-vous mener vis-à-vis de votre entourage ? (1/2)

### Famille et amis

*Aborder le sujet lors de diverses discussions : réunions familiales, apéro entre copains,*

*Répondre aux questions et envoyer vers un conseiller,*

*Parler à notre niveau du PERI,*

*Pas vocation à se substituer aux commerciaux, pas d'approche individuelle, approche collective seulement, questionner nos contacts pour savoir s'ils se sont posés la question d'un PERI, du transfert, ...,*

*Porter le message autour de soi : réforme des retraites, pourquoi avoir un PERI ?*

*Rassurer l'entourage, En parler, voir le niveau d'information : qu'as-tu fait pour ta retraite,*

*A-t-il été démarché par la concurrence ?*

*Alerter sur la complexité,*

*Se garder de conseiller, éviter d'être en situation de répondre aux questions,*

*Parler de la complexité pour renvoyer vers un commercial,*

*Attirer les jeunes avec les arguments « achat de la résidence principale » et « sortie en capital »,*

*Rester humble et très simple / Ecoute et disponibilité*



## Quelles actions pourriez-vous mener vis-à-vis de votre entourage ? (2/2)

### Réunions locales

*Clubs régionaux d'adhérents,*

*Les inviter aux petites réunions organisées, parler du PERI présenté par un conseiller : personnel de l'entreprise, groupes de réflexion, ... En tant qu'expert-comptable, organiser un ½ journée d'information sur le PERI, avec un conseiller AGLM*

### Clubs professionnels

*Club des entrepreneurs locaux, clubs professionnels (utiliser le film AMPHITÉA, faire profiter de son réseau personnel*

### Support pour en parler

*4 ou 5 slides expliqués, faire une synthèse, outil pour permettre d'en parler*



## Quelle aide pourriez-vous apporter au Réseau commercial ? (1/2)

### Valoriser le groupe

*Mettre en avant les investissements d'ALM dans le monde en fin de vie : éveil à la musique, communication,*

*Relayer vers nos réseaux sociaux l'ADN d'ALM comme le « mieux vivre ensemble », la raison d'être, de devenir, AGLM : gestion très prudente, faire passer le message,*

*Développer les argumentaires : AGLM lien fort entre assureur et assurés, solidarité (si pépin ou handicap), accompagnement tout au long de la vie, La confiance pour la gestion de fin de vie,*

*Promouvoir la technicité des conseillers*

### La recommandation

*Recommander des personnes de l'entourage, Importance d'avoir un retour du commercial si un contact transmis,*

*Demander au conseiller de suivre son client après signature et ne pas attendre que le client rappelle.*

*Problème des évolutions de carrière ou de changements de vie,*

*Être des facilitateurs plus que des prescripteurs, Relais sur Facebook, LinkedIn, Si on renvoie un client potentiel vers le réseau, nécessité qu'il soit bien accueilli,*

*Meilleure connaissance du réseau, de l'organisation*



## Quelle aide pourriez-vous apporter au réseau commercial ? (2/2)

### Club régional adhérents

*Travailler sur la base des adhérents régionaux par des contacts individuels,  
Via club régional des adhérents = avoir un fichier d'adhérents à jour,  
Démarcher des gens avec l'inspecteur pour faire partie du club régional, Micro réunions sans lourdeur  
logistique,  
Organiser des réunions de proximité (possible de le faire par nos réseaux) sur un thème plus général  
(attractif) qui permette d'évoquer le PERI*

### Réunions de proximité

*Réunion de proximité avec le réseau, conseillers,  
Participer et témoigner lors des réunions du réseau (crédibilité renforcée), Intervenir en réunion réseau en  
qualité d'AMPHITÉA, Réunions de proximité, réunion avec des clients*

### Prosélytisme sur la retraite

*Faire remonter les questions et préoccupations, Alerter sur les faiseurs de rêve,  
Trouver le moyen d'avoir la connaissance synthétique, Revenir à un vocabulaire simple, Pédagogie sur la  
terminologie*



## Quelles initiatives prendre vis-à-vis des adhérents de votre région ? (1/2)

### Club régional des adhérents

*Proposer des réunions sur ce thème dans le club des adhérents, avec interventions d'experts, Organiser des réunions de proximité sur notre région : sur le sujet, sur autre chose et glisser le message, Réunion sur la cession d'entreprise, évocation du PERI, réunions en dehors des actions prévues dans le calendrier, Réunions nouveaux adhérents*

### Clubs professionnels

*Réunions dans nos entreprises à l'attention de l'ensemble du personnel, avec présence d'un conseiller certifié AGLM, Club d'entreprise : 1 Chef d'entreprise invite d'autres Chefs d'entreprise pour échanger sur divers sujets : occasion de faire venir un conseiller AGLM, clubs RH, syndicats, associations, ...*

### Relais communication AMPHITEA

*Communication digitale AMPHITEA à rediriger vers les clients & adhérents, Communication vers les 450000 adhérents, Faire un forum pour recenser les inepties, fakenews et idées fausses développées par la concurrence, Forum des pourquoi : pourquoi ouvrir un PERI, pourquoi la réforme des retraites, ..., Chaîne TV à développer, thème PERI à présenter*

## Quelles initiatives prendre vis-à-vis des adhérents de votre région ? (1/2)

### Nouvelles cibles

*Pourquoi ne pas aller vers les jeunes chambres économiques, cibles TNS et cadres supérieurs  
(en rapport avec le différentiel de cotisation lié au projet de loi retraite => 10. 000€ de revenus mensuels,  
cotisations n'ouvrant plus de droits)*





Club RÉgional des  
Adhérents (CRÉA)

*Responsable AMPHITÉA  
Correspondants*

## Le contexte

Dans le cadre de son plan triennal *AMPHITÉA CAP 2020*, l'Association souhaite renforcer plus encore ses liens avec ses adhérents, action clairement identifiée dans l'axe « Animation ».

En complément des nombreux leviers de communication lancé depuis l'an dernier (nouvelle maquette du magazine, site internet, newsletter, émission WebTV ...), le principe d'un « club régional des adhérents » a donc été identifiée comme un moyen d'atteindre cet objectif.

Un groupe de 8 Correspondants de 4 régions différentes ont déjà débuté des réflexions sur le sujet en octobre dernier en vue de lancer les premiers tests en 2020, base de travail pour le déploiement à l'occasion de notre prochain plan triennal ...

## Les objectifs et le principe général

Les objectifs sont de :

- s'appuyer sur les Correspondants pour développer des liens plus étroits en région, relais de transmission de l'Association sur le terrain,
- améliorer la sensibilité et la connaissance des sujets liées à la protection sociale et patrimoniale, notamment à l'heure des grandes réformes actuelles,
- se donner des leviers supplémentaires pour renforcer la proximité entre les adhérents et le groupe AG2R LA MONDIALE, via AMPHITÉA.

Le principe consiste à mettre en place des réunions :

- de format « léger », avec peu de contraintes logistiques,
- entre 15 et 20 personnes invitées,
- initiées par des adhérents (Correspondants) pour des adhérents.

## La recherche d'intérêts communs

### Pour les adhérents

- *disposer d'interlocuteurs non commerciaux et d'informations vulgarisées,*
- *élargir son réseau de façon conviviale,*
- *enrichir ses connaissances*

### Pour AMPHITÉA

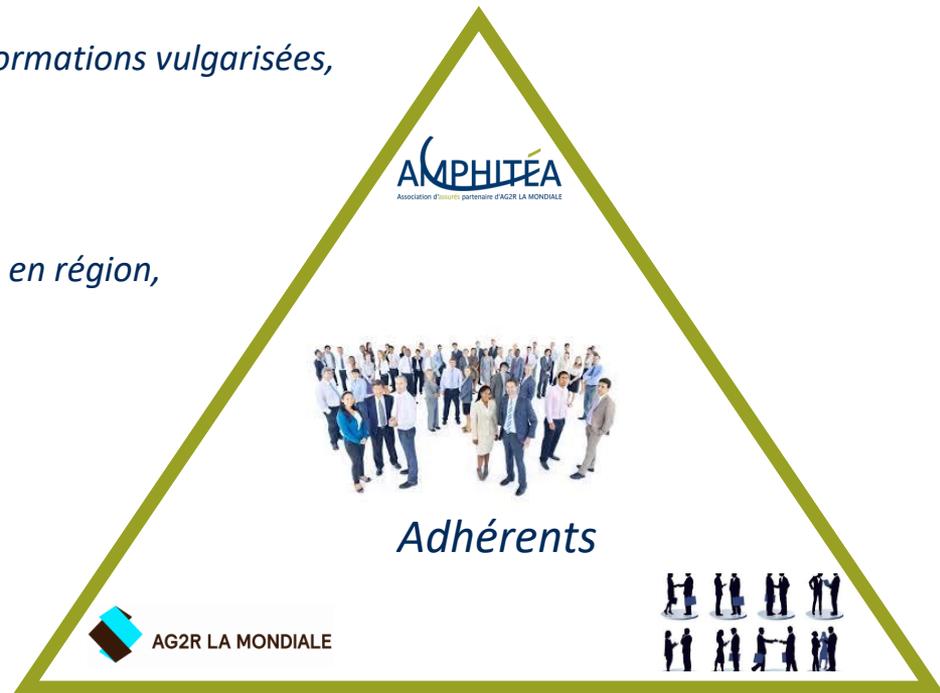
- *développer son rôle de dialogue avec ses adhérents en région,*
- *disposer de nouveaux relais de contact en région*

### Pour AG2R LA MONDIALE

- *augmenter la sensibilité sur la protection sociale et patrimoniale auprès de ses clients,*
- *s'affirmer dans son leadership du conseil*

### Pour le Réseau commercial

- *développer des contacts auprès des adhérents et de leur entourage*



## CRÉA La Réunion : les points à définir entre nous ...

### Le format

- ✓ *Date, durée, horaires*
- ✓ *Lieu (entreprise, domicile ...)*
- ✓ *Nombre de personnes attendues, cible (âge, profession, localisation)*
- ✓ *Thème principal et sujets secondaires, déroulé, intervenants*
- ✓ *Partenaire(s) de la rencontre*
- ✓ *...*

### La conception

- ✓ *Le planning général*
- ✓ *Les mots de l'invitation*
- ✓ *La logistique sur place (documents, restauration, ...)*
- ✓ *Le budget prévisionnel*
- ✓ *...*





AMPHITÉA

Association d'assurés partenaire d'AG2R LA MONDIALE

**vous remercie de votre attention !**