

■ Après l'Allemagne, Generali s'apprête à déployer en France son nouveau programme Vitality. Ce dispositif de *coaching* santé et bien-être des salariés suscite déjà de nombreuses réactions, mais pourrait préfigurer la couverture d'entreprise de demain.

COMPLÉMENTAIRE SANTÉ - PRÉVENTION - DONNÉES

Santé en entreprise : le pari Generali Vitality

Pas encore lancé, mais déjà commenté... Ce n'est que le 6 septembre prochain que Generali France doit officialiser son programme Vitality. Ce dispositif, inventé en Afrique du Sud il y a une vingtaine d'années (lire ci-dessous), doit être déployé en direction des entreprises au 1^{er} janvier 2017. Le concept : inciter les salariés à être acteurs de leur santé, *via* des programmes personnalisés accessibles par smartphone... avec des récompenses à la clé. Si Generali s'attendait à ce que le lancement de Vitality suscite des remous, la vivacité et l'instantanéité de la réaction les a toutefois surpris. La ministre de la Santé, Marisol Touraine, s'est notamment inquiétée de l'exploitation des données personnelles, rappelant sa volonté « *de ne pas permettre aux assureurs d'accéder de manière simple, sans filtre, à ces données de santé* ». Yanick Philippon, directeur des assurances collectives chez Generali France, assure que son groupe « *n'a pas besoin des données fournies dans le cadre de Vitality* » et que celles-ci sont collectées *via* un tiers de confiance - en l'occurrence, une société nommée... Generali Vitality GmbH. Le spectre de l'assurance au comportement, liant la cotisation à l'état de santé de l'assuré, n'a toutefois pas manqué de ressurgir à cette occa-

sion. La réaction de la ministre est intervenue à la suite de la présentation par Generali de son programme en Allemagne : sa mise en œuvre au 1^{er} juillet 2016 a suscité la controverse. Les deux principaux assureurs santé, Allianz et DKV, ont immédiatement précisé qu'ils ne comptaient pas lancer d'offre similaire, et surtout plusieurs associations de consommateurs ont fait part de leurs craintes. « *La question essentielle est de savoir si nous acceptons de privatiser nos politiques de santé. Est-ce aux assureurs de nous dicter notre comportement, de dire ce qu'il faut manger, faire ou fumer ?* », a réagi Lars Gatschke, porte-parole de la plus grande fédération allemande de consommateurs (VZBV). ...

UNE INNOVATION SUD-AFRICAINE

■ Le programme Vitality, que va découvrir la France, n'est pas récent : il a, en effet, été lancé par la société d'assurance sud-africaine Discovery en 1997, bien avant l'essor des smartphones. Ce produit d'assurance incitatif, proche dans sa forme d'un programme de fidélité, constituait à l'époque une première. Il a par la suite été mis en place

en Grande-Bretagne dès 2004, *via* PruProtect (devenue VitalityLife, fruit d'un partenariat Discovery/Prudential), avant de s'étendre aux États-Unis et en Asie.

■ Le partenariat entre Discovery et Generali, officialisé fin 2014, concerne, pour l'heure, trois pays : l'Allemagne depuis le 1^{er} juillet 2016, la France et l'Autriche à compter du 1^{er} janvier 2017.

UN COACHING SANTÉ QUI RÉCOMPENSE LES EFFORTS

■ **Quand ?** Vitality sera proposé à compter du 1^{er} janvier 2017 aux entreprises clientes de Generali en santé, qui pourront le proposer à leurs salariés : eux-mêmes auront le choix d'adhérer à la démarche ou pas.

■ **Comment ça marche ?** Vitality débute par un bilan de santé préalable, réalisé dans une pharmacie agréée (dispositif encore à préciser pour la France), afin de déterminer l'état physique initial de l'assuré (l'« âge Vitality ») et mettre en place différents programmes. Disponibles via une application smartphone, ils évoluent en fonction des comportements des assurés.

« Nous ne cherchons pas à nous substituer au corps médical : le programme inclut au contraire une incitation répétée à consulter le médecin » précise Yanick Philippon.

■ **Quelles données prises en compte ?** Nombre de pas réalisés par jour, séances de fitness réalisées, achats dans des supermarchés bio, fréquence des visites médicales... Ces indicateurs permettent d'observer les progrès réalisés et, le cas échéant, de les récompenser via un système de points. Les assurés deviennent ainsi « bronze », « argent », « or » ou « platine » en fonction de leurs performances.

■ **Quelles récompenses pour les assurés français ?** Des bons de réduction chez les partenaires du programme (Adidas, Expedia, Weight Watchers...). Avec un risque de tricherie qui n'inquiète pas véritablement Generali : « Le but de Vitality s'inscrit dans la durée, la tentation de fraude diminue au fil du temps », estime M. Philippon.



DES CONTRATS SANTÉ TOUJOURS SOLIDAIRES ?

■ Les contrats collectifs prochainement dotés de Vitality peuvent-ils rester solidaires et responsables, avec les avantages fiscaux et sociaux qui leur sont conférés ? « Dans le cas d'un contrat à adhésion obligatoire, pour que le contrat soit solidaire, il faut uniquement que la cotisation ne soit pas fixée en fonction de l'état de santé des assurés », détaille Nadine Charles, du cabinet Lautrette Avocats. L'offre Generali Vitality, dans son périmètre actuel, ne propose donc que des bons de réduction, pas de baisse de cotisation. « Il n'est nullement question d'avoir

des tarifs différents selon les salariés d'une entreprise » confirme M. Philippon.

■ Cette question pourrait se reposer si Vitality est, à terme, proposé en individuel : en effet, « le simple fait d'insérer un questionnaire médical au sein d'un contrat santé individuel ou à adhésion facultative suffit à lui enlever son caractère solidaire, note maître Charles, condition qui s'applique, à l'entrée en vigueur du contrat, mais également durant son déroulement ». Une précision que ne craint pas Generali : « Il n'y a pas de sélection médicale dans Vitality », estime, en effet, M. Philippon.

... Similaire en ce qui concerne son aspect coaching, la version française de Vitality n'en diffère pas moins sur deux points essentiels du programme germanique. Primo, l'offre concerne en Allemagne les nouveaux contrats d'invalidité professionnelle et de prévoyance. Or, dans l'Hexagone, il sera associé aux contrats collectifs santé. En sachant que l'employeur n'aura aucune obligation d'adhérer à cette offre... et qu'en cas de souscription, chaque salarié aura la liberté de suivre ou pas cette démarche. Mais plus encore, l'incitation à la prévention n'est pas de même nature. Outre-Rhin, le dispositif ouvre droit à des réductions de prime d'assurance alors qu'en France, les « bons élèves » pourront uniquement obtenir des bons de réduction chez les enseignes partenaires du programme. Et pour cause, Generali France n'a pas souhaité sortir du cadre des contrats responsables et solidaires (voir ci-dessus). « À terme, y a-t-il un marché pour placer de l'option individuelle non responsable (en cas de baisse des cotisations comme en Allemagne) ? Certainement. De manière obligatoire en collectif ? Pas vraiment, les avantages sociaux et fiscaux étant

trop incitatifs », estime Laurent Grouas, directeur de l'innovation du courtier Siaci Saint Honoré. Bref, difficile de priver les entreprises des aides publiques, et par conséquent d'alourdir leur facture, alors même que la généralisation de la complémentaire santé a ravivé la guerre tarifaire, certains assureurs santé criant même au dumping. Et cela d'autant plus que les gains à attendre de la prévention – une moindre consommation médicale – seraient très hypothétiques. « Aucun programme de prévention santé n'est rentable, pas même les plus anciens », explique Vincent Lequenne, directeur associé du cabinet Kadris Consultants. Et d'observer, en partant de l'exemple américain où trois-quarts des entreprises ont mis en place ce type de programmes, qu'il n'y a « pas de véritable retour sur investissement » en dehors de thématiques isolées comme l'absentéisme ou l'obésité...

Miser sur le long terme

« Il sera toujours difficile d'obtenir un retour sur investissement à court terme sur la santé, c'est une démarche de moyen/long terme », assure Laurent Grouas. Et le dirigeant du courtier Siaci Saint Honoré, par ailleurs à l'origine du programme MyPrevention, d'estimer que « Vitality constitue une brique dans un programme de prévention, pas une démarche globale en soi ». D'ailleurs, Vitality est proposé gratuitement – en inclusion – par Generali, qui supporte donc les coûts afférents à sa mise en œuvre (promotion et animation des programmes, mise en place au sein des entreprises, coûts techniques...). Une démarche

qui peut surprendre, si ce n'est qu'elle s'inscrit pleinement dans les enjeux de la collective santé. Le discours des professionnels est unanime : jamais les garanties n'auront été autant standardisées avec l'avalanche de réglementations intervenue ces dernières années (contrat responsable, panier de soins ANI...), il est donc crucial de se différencier en développant de nouveaux services.

Se démarquer pour séduire

Ces dernières années, les acteurs de la collective, assureurs complémentaires et courtiers ont ainsi investi un large terrain qui va de la prévention à la qualité de vie au travail, passant par le bien-être, le tout sur fond d'outils digitaux. C'est le sens de la plateforme Lyfe de CNP Assurances, de la démarche « Entreprise, territoire de santé » de Malak Médéric, de la téléconsultation médicale proposée par Axa, de MyPrevention de Siaci Saint Honoré, de l'offre « La santé, priorité la personne » de Domplus ou encore de Ger Prévention Santé (GPS) du courtier éponyme pour ne citer qu'eux. L'offre développée par Generali en partenariat avec la société sud-africaine Discovery, s'inscrit donc dans ce dynamisme. « Le bien-être au travail n'est qu'un simple effet de mode : c'est un élément de rétention des salariés et un outil de lutte contre l'absentéisme », analyse M. Philippon, avant d'ajouter, notre retour sur investissement, c'est notre taux de rétention. » Si, selon les estimations de M. Philippon, près de 50% des salariés nord-américains éligibles à ce type de dispositif restent fidèles à ces programmes, espère pour la France un taux de rétention de 20%. « Ce type d'offres deviendra la norme dans un avenir proche, même si cela prendra encore quelques années », assure M. Lequenne. Un succès qui se construira donc sur la durée et dans un cadre encore incertain. Generali Vitality, en France, se concentre d'abord sur le seul collectif, mais une extension aux contrats individuels n'est pas exclue. « Nous allons d'abord voir ce que donnent les premiers pas de Vitality avant de réfléchir à un tel élargissement », tempère M. Philippon. Si les acteurs de l'assurance santé tâtonnent toujours dans cette bataille de la différenciation, le futur du marché semble bel et bien jouer... dès aujourd'hui.

■ GWENDAL PERRIN

La différenciation par les services fonctionne, mais la différence d'approche entre une volonté de gestion du risque et une démarche marketing est fondamentale."

Laurent Grouas, directeur de l'innovation de Siaci Saint Honoré