Umanens :
L'Humain a du Sens !

Plus que jamais, la complémentaire santé reste un sujet complexe, voire anxiogène pour les chefs d'entreprise. Umanens a vocation à simplifier le sujet en toute transparence, pour répondre au mieux aux attentes de toutes les parties prenantes. Le point avec Philippe Rancé, Directeur d'Umanens.

Philippe RANCÉ

Chiffres clés :
- Création en 2013
- 1 million de personnes protégées
- 600 millions de cotisations au titre de l'exercice 2017
- Plus de 100 commerciaux répartis sur l'ensemble du territoire

Pouvez-vous nous présenter Umanens et son cœur de métier ?

Le projet est né fin 2013 avec l'objectif pour certaines mutuelles d'apporter une réponse collective face à l'ANI « santé », qui, rappelons-le, donnait lieu à de fortes anticipations de vente « à prix cassés » des contrats santé auprès des chefs d'entreprises. Pour mutualiser les risques santé mais aussi prévoyance, les mutuelles d'Umanens ont constitué une Union de Groupe Mutualiste (UGM). L'ANI a imposé pour tous les employeurs et entreprises la mise en place de la « mutuelle complémentaire » au bénéfice de tous les salariés. Dès le départ, le choix a été de se positionner sur les accords de branche et Umanens, s'est rapidement imposée sur ce secteur en étant recommandée dès 2015 pour les branches de l'Animation et celle du Sport, puis référencée la même année pour la branche de l'Assainissement et de la maintenance industrielle. L'année suivante a vu la recommandation de l'Union pour la branche du Commerce de l'Horlogerie Bijouterie puis la labélisation par le syndicat employeurs du Caoutchouc.

Umanens a fait le choix de développer progressivement son expertise de la complémentaire santé dédiée aux employeurs, DRH et experts comptables, sur d'autres secteurs, tels que :
- les bureaux d'étude technique ;
- les prestataires de services ;
- le domaine du caoutchouc et de la plasturgie ;
- le transport routier et les services de l'automobile ;
- l'enseignement et la formation ;
- les services aux personnes inadaptées ou handicapées…

Au travers de la gestion des contrats collectifs – gestion qui est réalisée sur nos plates formes à Paris ou en région sud-est de la France – Umanens a aussi pour objectif d'être au service des employeurs adhérents. Notre objectif est d'être à l'écoute et de respecter les besoins des chefs d'entreprises dans l'intérêt de leurs salariés dans une logique de simplicité et de simplification. Cette dimension se rerouve, d'ailleurs, au niveau de notre signature : "L'humain a du sens".

Face à cet engagement, quelle place accordez-vous au digital ?

Le digital est au cœur de notre positionnement.

A la différence de certains assureurs, qui ont cherché ces dernières années à développer un niveau de service axé sur les applications ou les programmes relationnels, Umanens se vit comme un *pure Player* digital au travers de son site Umanens.fr avec ses espaces sécurisés.

Au côté d'une très forte présence d'un réseau de distribution physique, nous avons misé sur une expérience « parcours client » qui rejoint la même volonté de proximité vis-à-vis des prospects ou des futurs clients. Nous avons pris l'orientation d'ignorer les applications gadgets, les programmes de fidélité coûteux, pour nous concentrer sur un seul objectif : comment rassurer et guider le prospect vers la bonne offre. Ensuite, nous devons permettre aux employeurs de piloter en toute autonomie la gestion des effectifs, et d'avoir en ligne le suivi de leurs cotisations ; ou à leurs salariés de faire évoluer leurs niveaux de garanties en fonction de leurs besoins ou situation de famille et bien évidemment d'avoir accès à leurs remboursements.

Au-delà de la dimension durable avec la dématérialisation des documents, le digital permet d'être plus transparent et de gagner en réactivité (notamment quand nous devons gérer un changement règlementaire). En parallèle, le digital nous pousse à rendre notre discours plus intelligible, efficace, simple et pédagogique.

Dès 2014, nous avons été pionniers au niveau de la digitalisation des assurances collectives. Nous donnons, en effet, la possibilité aux chefs d'entreprise de réaliser toutes les démarches en ligne, de la souscription à la gestion quotidienne des contrats. Afin de simplifier le suivi des contrats pour les salariés, nous leur proposons également un espace dédié pour la gestion de leur données, le suivi de leurs remboursements et options. Plus que jamais, en nous appuyant sur le digital, nous nous positionnons comme un vecteur de simplification et de transparence de la complémentaire santé en France.

Quels sont vos principaux enjeux dans cette démarche ?

Notre approche de la santé se veut rassurante pour l'employeur comme pour le salarié, or l'instabilité règlementaire à laquelle nous faisons face depuis quelques années peut engendrer une certaine anxiété. C'est donc également un enjeu pour nous de maintenir une totale sérénité dans nos échanges avec les entreprises et les salariés. Et le digital permet d'assurer cette efficacité dans la mise à disposition de l'information.

Qu'en est-il de vos perspectives et les objectifs que vous vous êtes fixés ?

Nous voulons d'abord continuer à développer nos outils en expérimentant bientôt le paiement par carte bancaire sur Internet. Nous réfléchissons désormais à lancer une offre prévoyance pour répondre à une demande forte des branches ou des employeurs. Les trois mutuelles ont toutes l'agrément pour cette activité, mais la question n'est pas encore tranchée pour l'instant de la construction assurantielle de cette offre.

Nous voulons aussi développer ou enrichir l'assistance et les services associés pour compléter nos offres aux entreprises.

Nous conduisons enfin une réflexion sur l'accompagnement social. Les branches ont d'ailleurs beaucoup d'attentes dans le cadre du Haut degré de solidarité afin de mettre en œuvre des mesures de prévention individuelle ou collective et permettre à chacun de recevoir l'aide nécessaire pour être et rester en aussi bonne santé que possible. ■