

A background image showing a close-up of hands holding several books, with a wooden chair back visible in the background. The image is slightly blurred and has a warm, golden light.

Conférence Cocktail NEOMA Alumni
Les enjeux
de la bancassurance de demain
Mardi 21 novembre à 19H
Espace Belles Feuilles - Paris

Club Banque & Assurance

Agenda

1. **Présentation de NEOMA ALUMNI**
2. **Le Club Banque & Assurance**
3. **Table Ronde - Webconférence « Les enjeux de la bancassurance de demain »**
 - **Speakers**
 - **Animatrices**
 - **Introduction**
 - **Débat & Points de réflexion**
 - **Questions –Réponses**
 - **Bibliothèque**

1. Présentation de NEOMA ALUMNI



NEOMA
ALUMNI
L'ALLIÉ DES ETUDIANTS ET
DES DIPLÔMES DE NEOMA
BUSINESS SCHOOL

1. Présentation de NEOMA ALUMNI

82 000

alumni

+ de 500

Événements en moyenne au cours des 4 dernières années

94

tribus internationales

NEOMA Alumni

L'un des plus puissants réseaux de diplômés en France !

24

tribus régionales

60

firm managers

+ de 30

Clubs professionnels et de loisirs

1. Présentation de NEOMA ALUMNI

NEOMA4EVER

Nouvelle identité

NEOMA
ALUMNI

Un cri de ralliement :

NEOMA4EVER

Il souligne le lien indissoluble qui unit tous les membres de la communauté NEOMA et l'attachement des diplômés à leur école

Notre Blason :



Le symbole de l'association, choisi par + de 3 000 Néomiens lors d'un grand vote en ligne de juin 2023

1. Présentation de NEOMA ALUMNI

NEOMA
ALUMNI

Les 5 réflexes réseau



J'active mon compte en ligne et je mets mon profil annuaire à jour !



J'annonce NEOMA Business School sur LinkedIn



Je poste des offres d'emploi en ligne



Je propose mon intervention ou je participe aux événements



Je soutiens NEOMA Alumni et j'adhère!



2. Le Club Banque & Assurance

2. Le Club Banque & Assurance

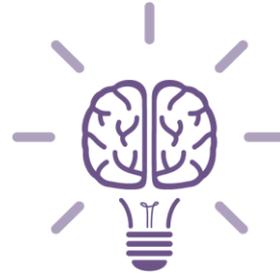
Rappel des objectifs du Club Banque & Assurance



RASSEMBLER

les diplômés et étudiants de NEOMA BS du secteur de la banque et de l'assurance ...

ET DONNER À CHACUN L'OPPORTUNITÉ D'ENTREtenir ET DE DÉVELOPPER SON RÉSEAU PROFESSIONNEL



ANIMER UNE COMMUNAUTÉ ET ORGANISER DES ÉVÉNEMENTS VARIÉS FAVORISANT LES ÉCHANGES ET LE PARTAGE D'INFORMATION

(conférences/webinars, afterworks ...)



ÊTRE VISIBLE, CONTRIBUER À LA FORCE DU RÉSEAU NEOMA

2. Le Club Banque & Assurance

Un groupe LinkedIn dédié



<https://www.linkedin.com/groups/6952030/>



Plus de
2200
membres

NEOMA
ALUMNI

- > Rejoignez-nous si ce n'est pas encore fait !
- > N'hésitez pas à poster sur ce groupe pour le faire vivre !
- > Contribuez vous aussi à sa croissance en invitant vos connections en quelques clics !

2. Le Club Banque & Assurance

Soyez-vous aussi ACTEUR du Club !



- **Animateur,**
- **Conférencier,**
- **Intervenant,**
- **Communiquant,**
- **... On recrute !**

Ou même simple participant, on vous attend !

Contact : club-banque@neoma-alumni.com

3. Table Ronde - Webconférence

Les enjeux de la bancassurance de demain

Intervenants

► **Elodie BEJAOUI-THEVENOT** NEOMA 2007

Directrice de la Stratégie

La Banque Postale



► **Alexandre LECOMTE** NEOMA 2005

Directeur Marketing Epargne

Société Générale Assurances



► **Arnaud DELPIERRE** NEOMA 1998

Directeur Général

Dékuple Assurances



Animatrices Club Banque & Assurance

► **Emmanuelle WEISBERG** NEOMA 2003

Conseil en Banque Assurance & Paiements

EJ2S



► **Nathalie COLLOT** NEOMA 1996

Conseil en management & transformation

Investment Services

Fervatys Partners



Introduction

Pourquoi ce theme ?

Les banques et assurances sont des entreprises à vocations très différentes. Pourtant, elles ont des points communs :

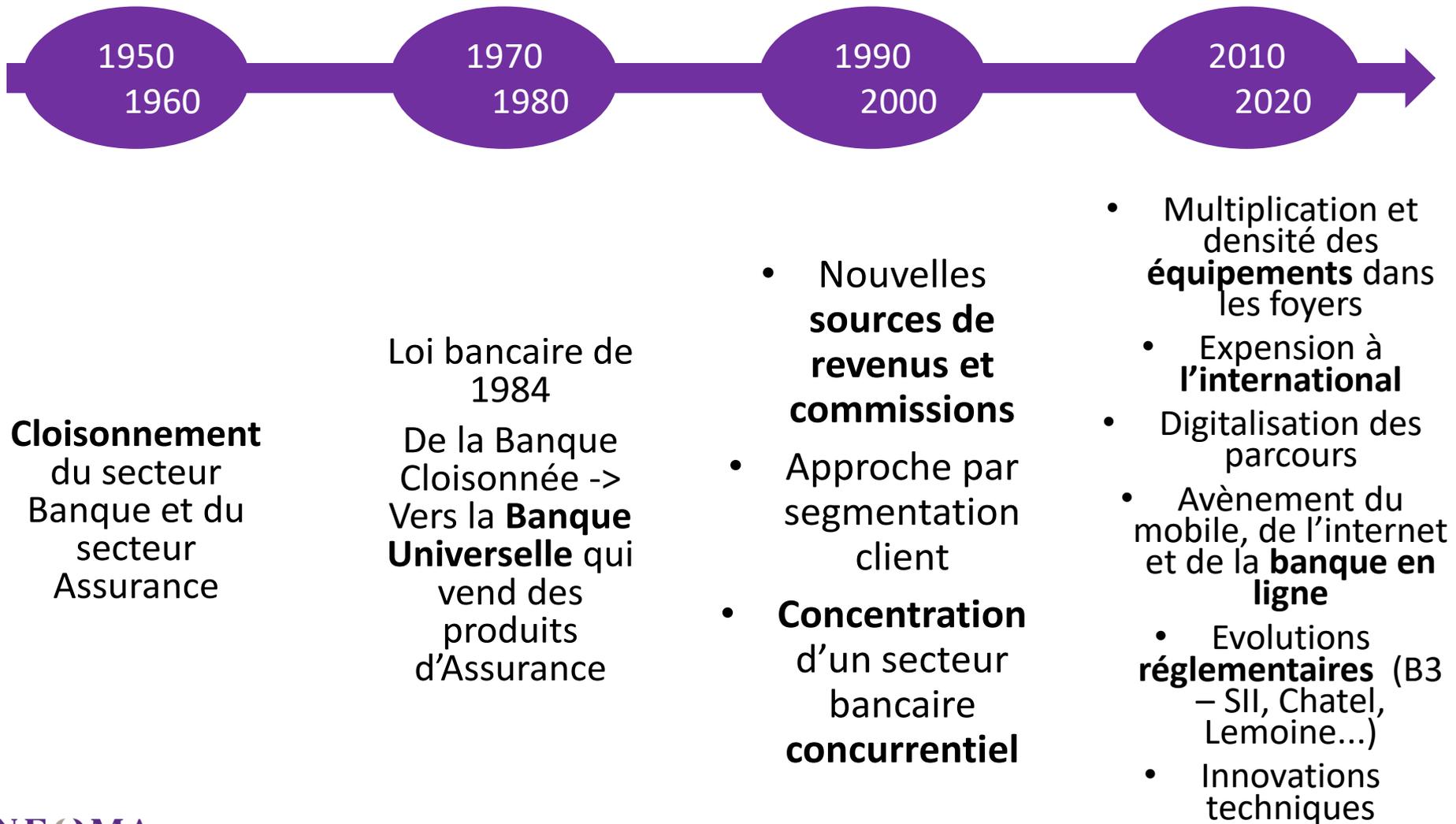
- ▶ **Agir en grands acteurs au service de l'économie et de la croissance (> 5% PIB de la France) ;**
- ▶ **Etre un "employeur" de taille (5 à 10% du salariat en France);**
- ▶ **Se développer dans un pays d'épargnant ultra bancarisé (99% de la population est bancarisée en France)**
- ▶ **S'adapter à des transformations simultanées depuis les années 1950 ;**
- ▶ **Devoir rester en adaptation perpétuelle.**

Différentes mutations sont sources de ces changements parfois précipités par une nouvelle loi (1984, 1999...), parfois par une crise [2007 crise de subprimes ou 2020 crise sanitaire - lockdown).

Ces entreprises doivent relever de nouveaux défis.

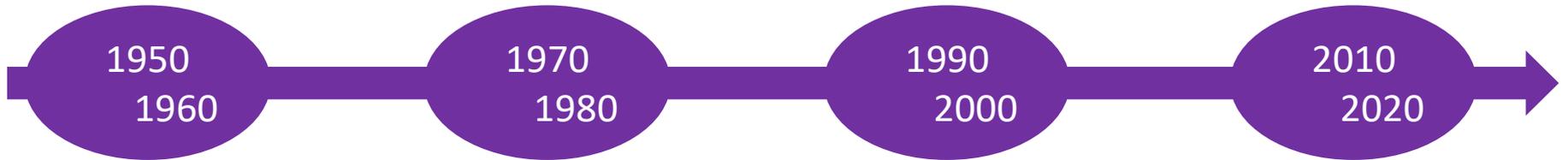
Introduction

Quelques décennies marquées de mutations*



Introduction

Exemples de faits marquants



Cloisonnement

Le **Crédit Mutuel** est le 1er groupe à sauter le pas et invente la **bancassurance** avec les Assurances du Crédit Mutuel (ACM)



- **Fusion** de BNP et de Paribas
- Rapprochement du Crédit Mutuel et du CIC



- Chute de Lehman Brothers – crise des Subprimes
- **Rapprochement** SG et Crédit Du Nord
- Création du **pôle financier public** : La Poste et Caisse des Dépôts
- **Rapprochement** La Banque Postale et CNP Assurances : pôle dédié à l'ensemble des activités assurantielles du groupe



Débat - Interview croisée

Thèmes du débat :

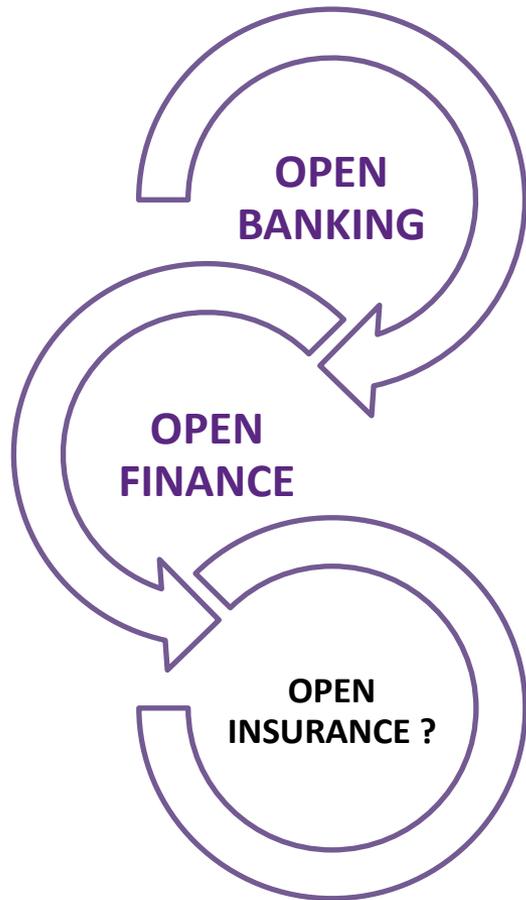
1. Quels sont les apports et vases communicants d'un secteur vers l'autre ? Les deux secteurs opèrent-ils systématiquement des transferts "win-win" ?
2. Quel est l'intérêt pour un banque-assureur d'appartenir à un même groupe et de représenter une seule et même maison ?
3. Quels sont les enjeux et perspectives ? Quel est le plus grand challenge à relever pour que les synergies soient sources de performance ?
4. Quels sont les leviers en termes d'innovation ? Quid de l'Open Insurance ?
5. Comment voyez-vous les FinTech et AssurTech sur ce marché de concentration ?

Points de réflexion...

Et maintenant ? Si la bancassurance semble avoir trouvé sa place, l'assurbanque a du mal à trouver la sienne...



Points de réflexion... Vers l'Open Insurance ?



L'Open Banking facilite l'accès de données bancaires à d'autres acteurs de l'écosystème bancaire.

L'Open Finance ouvre des données en lien avec d'autres secteurs que la banque. L'objectif est d'offrir au consommateur un nouveau service, compétitif et à valeur ajoutée.

Vers l'Open Insurance ?

Questions & réponses



STRATÉGIE

Le potentiel considérable de la bancassurance

Créé le 19.06.2023 - Mis à jour le 28.06.2023

Philippe Perret

• Directeur Général - Société Générale Assurances

Cette stratégie, qui consiste à proposer aux clients des réseaux bancaires une offre intégrée d'assurance, maximise les synergies commerciales et financières. Elle prend une nouvelle dimension avec le réseau SG en France.

Le modèle de la bancassurance est aujourd'hui en France particulièrement efficace et performant. La place de plus en plus importante occupée par les banques sur les différents marchés de l'assurance des particuliers et des professionnels en est l'illustration. Les bancassureurs, qui représentent aujourd'hui plus de 60 % de l'encours en assurance vie épargne, ont ainsi dépassé les 20 % de part de marché en assurance dommages et les 35 % en prévoyance individuelle.

Le groupe Société Générale, dont le modèle de bancassurance est au cœur de la stratégie de développement, s'inscrit dans cette évolution. Au cours des 12 dernières années, Société Générale Assurances a vu ses encours en assurance vie épargne doubler et ses primes en protection tripler.

La naissance du modèle ne repose pas sur un changement soudain du comportement des clients. Son origine résulte avant tout d'un constat simple et pragmatique : un certain nombre de produits d'assurance sont intrinsèquement complémentaires à l'offre bancaire. C'est ainsi que les banques ont été amenées, dans les années 1980-1990, à distribuer une gamme de plus en plus large de solutions d'assurance et, pour la plupart, à créer leurs propres filiales dédiées, privilégiant ainsi un modèle intégré, maximisant les synergies commerciales et financières.

Des produits complémentaires

Naturellement, ce sont les contrats d'assurance des emprunteurs, nativement connexes à l'activité de crédit, et les contrats d'assurance vie épargne qui furent les premiers à intégrer l'offre des banques.

Deux facteurs majeurs expliquent la réussite du modèle intégré banque-assurance en assurance vie épargne. Tout d'abord, la simplification de l'offre et la segmentation des clients. À partir d'un produit perçu pendant longtemps comme opaque et complexe, un important travail de simplification des contrats proposés a été réalisé, ainsi qu'une segmentation des clients en fonction de leurs revenus et de leur patrimoine. Cette connaissance approfondie du profil du client par les réseaux de distribution a permis de répondre efficacement à leurs besoins et de leur proposer les solutions d'épargne les plus adaptées.

Par ailleurs, si les avantages fiscaux du produit d'assurance vie épargne ont progressivement été réduits, le cadre réglementaire a évolué, permettant aux bancassureurs d'innover et de tirer parti des transformations du marché.

Dès 1981, le premier contrat multisupports était lancé par un assureur adossé à un établissement bancaire et vendu par une banque, en l'occurrence le Crédit du Nord. Plus tard, d'autres bancassureurs lui emboîtèrent le pas et le succès des offres multisupports fut incontestable.

Dans les années 1990, une multitude de nouveaux services et de garanties ont été proposés, comme le mandat de gestion, l'arbitrage automatique, la sécurisation des gains... Les bancassureurs ont joué un rôle majeur dans ces développements, ayant souvent été des précurseurs en matière d'innovation financière. Le contrat Sequoia de Société Générale Assurances est ainsi devenu une des références du marché en France et il est, depuis plusieurs années, l'un des plus importants contrats de la place.

Une offre d'assurances enrichie

La loi de 2007 transposant la directive sur le marché des instruments financiers a imposé aux banques de hauts standards en matière de protection de la clientèle bancaire. Ces standards ont été étendus à la clientèle d'assurance, ce qui a contribué à renforcer la relation de confiance entre les assurés et leur banque, agissant en qualité de courtier.

La densité historique du maillage territorial des réseaux de distribution bancaires et l'intensité des contacts physiques entre conseillers bancaires et clients ont été indéniablement des facteurs clés de succès de la bancassurance. Ces points de contact régulier ont donné les moyens aux banques de proposer à chaque client le bon produit d'assurance au bon moment et ce, à un coût de distribution relativement marginal.

Ainsi, après l'assurance vie épargne, la diversification vers les activités de protection (prévoyance individuelle et assurance dommages) s'est faite naturellement : d'une part, face au succès de l'assurance vie épargne, la demande d'accéder à plus de solutions d'assurance est venue directement des clients, qui souhaitaient regrouper leurs différents produits de protection ; d'autre part, la baisse des taux d'intérêt, au début des années 2000, a poussé les banques à diversifier leurs sources de revenus.

Au sortir des années 2010, les bancassureurs offraient donc un dispositif complet couvrant l'assurance vie, l'assurance santé, l'assurance automobile, l'assurance habitation, l'assurance des emprunteurs... Cet élargissement du spectre d'activité les a mis en capacité de répondre à l'ensemble des besoins d'épargne comme de protection de leurs clients et ainsi, de renforcer leur relation avec eux, leur fidélité et leur satisfaction.

Le « phygital » incontournable

Alors que les habitudes des clients évoluent, que le nombre de points de contact physique diminue, la digitalisation de la relation client marque une rupture avec les décennies précédentes et devient la norme.

Dans ces conditions, le modèle de bancassurance est-il affaibli ? Peut-il être mis en danger par d'autres modèles de distribution ou encore par l'arrivée de nouveaux acteurs, purement digitaux ?

La réalité constatée ces dernières années est toute autre. Les bouleversements évoqués sont autant d'opportunités de démontrer que le modèle reste créateur de valeur pour le client et son partenaire bancassureur, que la relation soit digitale ou physique. Grâce à l'omnicanal, au « phygital », les points de contact sont démultipliés. Ainsi, chaque consultation de l'application bancaire représente une opportunité d'entrer en relation avec le client, d'identifier ses besoins d'assurance et d'y répondre par le canal le plus adapté.

Selon Médiamétrie, 43 millions de personnes consultent chaque mois leurs applications bancaires ; chez Société Générale, un client se connecte en moyenne 25 fois par mois à son application ou à son espace client.

Les bancassureurs poursuivent aujourd'hui leur développement en utilisant un dispositif connectant l'ensemble des canaux : physique en agence, téléphonique via des plateformes et digital via les sites et applications mobiles. Les évolutions technologiques récentes permettent de construire des parcours client plus fluides, imbriquant

nativement l'offre bancaire avec celle d'assurance, tout en répondant au devoir de conseil. Ces transformations consolident le statut de « guichet unique » de la banque tout en renforçant la satisfaction et la fidélité des clients. En effet, il est démontré que la relation bancaire dure davantage pour les clients équipés de produits d'assurance.

Les atouts pour continuer à croître

Un chantier majeur s'organise désormais autour de l'exploitation de la donnée. Une meilleure utilisation des données doit conduire à proposer des offres plus personnalisées aux clients, répondant précisément et au bon moment, à leurs besoins. Les banques et leurs compagnies d'assurance disposent aujourd'hui d'une quantité d'informations multiples qui, bien exploitées, doivent participer à améliorer encore l'efficacité du modèle. La mise en place est progressive et le respect de la réglementation (RGPD), très stricte, implique de prendre en compte l'intérêt et le consentement du client.

Les évolutions technologiques à l'œuvre actuellement (intelligence artificielle...) doivent également renforcer le modèle, en rendant l'expérience client encore plus personnalisée et conviviale.

Le modèle de bancassurance dispose donc encore de perspectives de croissance significatives. Pour Société Générale Assurances, la fusion récente des réseaux Société Générale et Crédit du Nord représente un accélérateur supplémentaire, le renforcement du modèle de bancassurance étant au cœur du déploiement de la nouvelle banque SG.

BIBLIOTHEQUE

Source
<https://www.labanquepostale.com/newsroom-publications>



Communiqué de presse
Paris, le 12 avril 2023

Création d'un grand groupe de bancassurance : dernière étape du rapprochement entre La Banque Postale et CNP Assurances

- **La Banque Postale et CNP Assurances annoncent la création à compter du 11 avril 2023 d'un pôle dédié rassemblant l'ensemble des activités assurantielles du groupe et leurs entités juridiques, abrité sous l'entité CNP Assurances Holding, détenue à 100 % par La Banque Postale**
- **CNP Assurances Holding regroupe CNP Assurances SA et les quatre filiales assurantielles de La Banque Postale (IARD, Santé, Prévoyance et Conseil).**
- **Cette opération fait suite à la création du grand pôle financier public, initié en 2018 avec le double rapprochement entre La Poste et la Caisse des Dépôts d'une part, et La Banque Postale et CNP Assurances d'autre part.**

C'est la troisième et dernière étape du rapprochement de La Banque Postale et de CNP Assurances, qui fait suite à la constitution du grand pôle financier public, projet de longue date annoncé par le Ministre de l'Economie et des Finances en 2018 aux côtés de la Caisse des Dépôts et de La Poste. A la suite de l'OPA simplifiée de La Banque Postale sur CNP Assurances qui s'est achevée en juin 2022, suivie d'un retrait de la cote, La Banque Postale est devenue l'actionnaire unique de CNP Assurances, détenant ainsi 100% de son capital.

Aujourd'hui, cette dernière phase consiste à rapprocher les activités d'assurance de biens et de personnes de La Banque Postale et de CNP Assurances, pour constituer un modèle de bancassureur complet, intégré, en France et à l'international.

A cet effet, après consultation des Instances Représentatives du Personnel de l'ensemble des sociétés concernées et l'approbation des autorités de régulation compétentes, La Banque Postale annonce **détenir à 100% l'entité juridique nommée « CNP Assurances Holding », réunissant les activités d'assurance de La Banque Postale et de CNP Assurances. Depuis le 11 avril 2023, cette holding réunit au sein d'une seule structure l'ensemble des entités d'assurance du groupe, c'est-à-dire CNP Assurances SA et les quatre filiales assurantielles de La Banque Postale (assurance de biens, santé, prévoyance, et courtage).**

Cette nouvelle structure est dirigée par Stéphane Dedeyan, le directeur général de CNP Assurances, et Véronique Weill, présidente du conseil d'administration de CNP Assurances, en qualité également de présidente du conseil d'administration. Tous deux conservent leurs fonctions au sein de CNP Assurances.

Le nouveau groupe CNP Assurances formé par la holding et ses filiales, regroupe les entités juridiques suivantes :

- CNP Assurances SA, qui a réalisé en 2022 un chiffre d'affaires de 36 Md€, dont 19,2 Md€ en France et un résultat net part du groupe de 1,9 Md€ (Norme IFRS 4)
- Les 4 filiales de La Banque Postale Assurances (La Banque Postale Assurances IARD, La Banque Postale Prévoyance, La Banque Postale Assurance Santé, La Banque Postale Conseil en Assurances), qui représentent 1,1 Md€ de chiffres d'affaires en France et regroupent 4,5 millions de contrats en portefeuille à fin 2022.

Ce rapprochement vise à :

- Déployer un modèle de bancassurance « complet » (assurance de biens et de personnes) au travers d'un vecteur assurantiel unique, CNP Assurances, au sein de La Banque Postale, et d'accélérer l'équipement de l'ensemble des segments de clientèles en produits d'assurances.
- Élargir le modèle multipartenarial de CNP Assurances aux activités des filiales du pôle assurance de La Banque Postale, en particulier l'assurance dommages, CNP Assurances devenant ainsi un assureur complet de biens et de personnes au service des clients et de l'ensemble de la société.

« Le rapprochement de nos activités assurance de biens et de personnes est le dernier jalon pour devenir un grand groupe de bancassurance public. Il est porteur d'une ambition forte de croissance en France et à l'international. En faisant de CNP Assurances le guichet d'entrée unique pour l'ensemble des produits d'assurance distribués par La Banque Postale auprès de son réseau, cette ultime étape vise à renforcer la qualité de service et l'accompagnement de tous nos clients. Ce rapprochement porteur de synergies va également nous permettre, d'accélérer notre développement et de diversifier le modèle multipartenarial de CNP Assurances en France et à l'international. » Philippe Heim – président du directoire de La Banque Postale

« C'est une nouvelle étape qui marque officiellement la naissance de notre collectif d'assureurs dans une dynamique de groupe d'assurance complet intégré. Ce rapprochement va faciliter la coopération entre nos activités et nos métiers et permettre de mieux accompagner les clients de La Banque Postale dans leurs parcours de vie. Il permettra également de passer à l'échelle d'assureur complet le modèle multipartenarial de CNP Assurances et de répondre à l'ensemble des besoins de ses partenaires. C'est pour nous un projet de développement et aussi une aventure humaine et collective. Nous serons heureux d'accueillir prochainement les équipes franciliennes du pôle assurance de La Banque Postale Assurances dans notre nouveau siège d'Issy-Les-Moulineaux pour renforcer notre coopération. » Stéphane Dedeyan – directeur général de CNP Assurances et membre du directoire de La Banque Postale

BIBLIOTHEQUE

FINTECH FRANÇAISES L'ANNÉE 2022 EN CHIFFRES



L'Assurtech se détache en tête des métiers Fintech, à la fois sur les investissements annuels et pour la première fois en cumul, dépassant le paiement, historiquement métier leader de la Fintech.

L'Assurtech confirme son dynamisme en arrivant 1er sur l'année 2022, en captant 28% des fonds levés avec 681ME, et les 5 premières opérations suivantes :

- Alan : mutuelle d'entreprise 100% digitale | 183ME
- Santévet : assurance animaux | 150ME
- Descartes : solutions d'assurance liées aux catastrophes naturelles | 107ME
- +Simple : plateforme de courtage en assurance pour les petites entreprises et les indépendants | 90ME
- Seyna : compagnie d'assurance offrant des couvertures innovantes | 33ME.

Dalma, Stok, Citalid, Qantev, Unkle, Neat, Qantev Indeez, Dattak et Evy ont levé entre 5 et 15ME.

Les solutions de Middle & back-office accélèrent en 2022, en captant 17% des fonds levés avec 412ME, principalement avec Payfit, Pigment et Pennylane :

- Payfit : digitalisation des processus de paie et RH pour les PME | 254ME
- Pigment : automatisation des dashboards et des prévisions financières de l'entreprise | 65ME
- Pennylane : pilotage financier de l'entreprise | 50ME.

Trustpair et Axonaut ont levé entre 10 et 20ME.

Le financement reprend du souffle en période de durcissement des conditions d'octroi de financement, capte 16% des fonds levés sur l'année avec 379ME.

- Clubfunding : financement alternatif immobilier | 125ME
- Younited : crédit instantané | 60ME
- MiMOSA : financement alternatif agricole | 30ME
- Pretto : courtage en crédit immobilier | 30ME

Silvr, HelloAsso, Defacto, Virgil, Brics.co, et Finfrog ont levé entre 10 et 20ME.

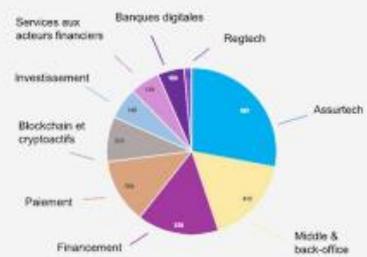
Le paiement, métier historique de la Fintech, capte 12% des fonds levés sur l'année avec 304ME.

- Alma : solutions de paiements fractionné | 115ME
- Spendesk : gestion des dépenses et des paiements des entreprises | 100ME

Fintecture, Regate et Hero ont levé entre 10 et 30ME.

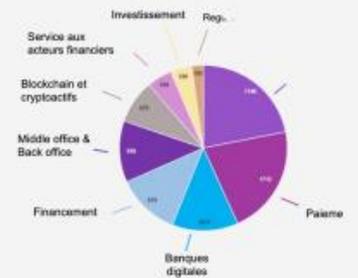
Répartition des fonds levés en 2022 par métier fintech

Fonds levés : 2,4 Md€ | Nombre d'opérations : 148
 Ticket moyen : 16,5 ME



Répartition des fonds levés en cumul par métier fintech

Fonds levés : 8 Md€ | Nombre d'opérations : 760
 Ticket moyen : 10,5 ME



BIBLIOTHEQUE

IMPACT OF TOP 8 INSURANCE TECHNOLOGY

Trends & Innovations in 2023



This tree map illustrates
the top 8 innovation trends
& their impact on Insurance Technology

StartUs
insights

Copyright © 2022 StartUs Insights
All rights reserved
October 2022

Source: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/insurance-technology-trends/>

BIBLIOTHEQUE

Evolutions et approches différenciantes



Deutsche Bank

Les clients Friendsurance peuvent détenir toutes leurs polices d'assurance (DB ou autre) en un seul endroit sur la plateforme Friendsurance, même celles d'autres assureurs.

GRUPE BPCE



Generali a été le 1^{er} assureur à adopter en France la solution de paiement instantané avec initiation de paiement en s'appuyant sur le savoir-faire de Natixis Payments.



APRIL International a lancé Easy Claim Card : la première **carte de paiement digitale** pour simplifier le parcours de soin à ses assurés. La carte permet de régler les dépenses de santé (consultations médicales standard et les urgences). Avant de recevoir son soin, l'assuré contacte APRIL International pour que les équipes procèdent au chargement de la carte du montant nécessaire pour réaliser le soin. La carte est chargée **instantanément**. L'assuré peut réaliser ses soins, payer avec sa carte et envoyer le justificatif à APRIL International. APRIL International crédite instantanément une carte pour l'assuré dès réception de son devis. Le remboursement est par virement instantané pour les assurés ayant un compte bancaire dans la zone SEPA.



ASSURANCES

ESPACE CLIENT

RETROUVEZ VOTRE DEVIS

PAYEZ EN LIGNE

01 41 03 31 70
La semaine de 8h30 à 19h, le samedi de 9h à 15h

Dominic Toretto, surnommé Dom, est un personnage emblématique de la franchise, interprété par l'acteur Vin Diesel. Un conducteur et mécanicien talentueux, passionné par les voitures et les courses de rue. Son penchant à prendre des risques pour réussir ses missions n'a pas de limite.

Assurpeople.com va, à son tour, exploser le compteur pour dénicher les meilleures solutions pour nos conducteurs : nous allons relever le défi de trouver une assurance pour **Dominic**.



Et si on essayait d'assurer la voiture de Dom dans Fast and Furious X ?

QUELQUES DETAILS :

- Date de sortie du film : 17 mai 2023
- Producteur français : Louis Terrier pour la 1^{ère} fois !
- Prochaine sortie prévue : "FAF" 11 en 2025
- + de 5 pays pour le tournage de Fast and Furious X :



≈ 1,7MD €

dépenses globales de tous les films (hors Hobbs and Shaw)

+ 10

films dans la saga

35%

du budget est consacré aux scènes d'action (courses de voitures, poursuites, explosions)

≈ 77

voitures détruites dans le dernier Fast and Furious.

L'agent 007 nous a confié une nouvelle mission : Assurer son véhicule !



Quantum of Solace :

- Date de sortie du film : 2008
- Durée du film : 1h46 minutes
- Acteur principal : Daniel Craig

Moyens de transports utilisés dans le film :

Aston Martin DBS 2008 100 000€ à 250 000€	Montesa Cota 4RT 8 000€ à 10 000€
Douglas DC-3 300 000€ à 1 500 000€	

Et pleins d'autres... Mais l'Aston Martin reste sa favorite !

Fiche technique de l'iconique Aston Martin DBS :

- Puissance : 510 ch
- Vitesse maximale : 340 km/h
- Moteur : V12 atmosphérique de 450 ch

Déclaration sinistre :

Jetons un coup d'œil sur les délits commis* par l'agent 007

- Vitesse excessive : Amende de 3 750 € selon l'article L413-1 + retrait de 6 points
- Délit de fuite : Amende de 75 000€ selon l'article 434-10 + retrait de 6 points
- Délits matériels (ex : ames à feu sur les bâtiments de l'Opéra du Lac de Constance...) : 666 500€
- État des lieux :
 - Frais totaux des dommages : 749 250 €
 - Deux années responsable
 - Retrait de 12 points
 - 1,56 de malus

Résultat de mission :

Aston Martin DBS : 57 000€ à 80 000€	→	Renault Clio : 20 000€ à 29 650 €
--------------------------------------	---	-----------------------------------



NEOMA
ALUMNI

Merci pour votre participation !