

SAINT-LUC La cure de jouvence du Grand Hôtel du Cervin est bientôt terminée **P.10**

CANADA Un Valaisan tente de sauver le village des guides suisses **P.13**

IMMOBILIER DE LUXE Le patron de Barnes explique le boom à Verbier **P.8**

Le Nouvelliste



HÉLOÏSE MARET

MARDI 22 MARS 2022
WWW.LENOUVELLISTE.CH
NO 67/CHF 3.20/€ 3.20
J.A. - 1950 SION 1

LA MÉTÉO DU JOUR EN PLAINE
^ 18° v 2°  À 1500M
^ 8° v -1° 

9 771661 500000 20012

SKI LES STATIONS TIENDRONT JUSQU'À PÂQUES

TOURISME La chaleur ne douche pas l'optimisme des directeurs de remontées mécaniques valaisannes. Grâce à l'altitude et à l'enneigement mécanique, les domaines skiables resteront ouverts jusqu'au week-end pascal (du 16 au 18 avril). Mais toutes les stations ne sont pas logées à la même enseigne. Certaines sont dépendantes de la météo de ces prochains jours. **P.5**



ANTONIN MAUDRY



SACHA BITTEL

GROUPE MUTUEL

UNE ENTREPRISE EN TRANSFORMATION

Le Groupe Mutuel a abandonné la couleur rouge de son logo historique. Tout un symbole. Le directeur Thomas Boyer explique les raisons de cette modernisation. Dans une grande interview, il évoque aussi la période du Covid et donne des pistes concrètes pour faire diminuer les coûts de la santé. **P.2-3**

RACISME UNE SEMAINE POUR LUTTER CONTRE LES PRÉJUGÉS

Le Valais se mobilise pour dire halte au racisme. Une trentaine d'actions se tiendront dans le canton, qui comptabilise 70 000 personnes étrangères sur son territoire. **P.7**



HÉLOÏSE MARET

SÉRIE LE COVID A LAISSÉ DES TRACES CHEZ LES JEUNES SPORTIFS

«Le Nouvelliste» inaugure une série sur les effets du Covid sur la pratique du sport chez les enfants et les adolescents. On commence aujourd'hui par le basket. **P.25**



OKAN ZAGNOS/A

Costa Brava - Côte Adriatique - Majorque

BUCHARD VOYAGES
vous emmène à la plage

Sur la Costa Brava et sur la Côte Adriatique du 17 juin au 9 septembre et à Majorque du 14 juillet au 6 octobre 2022

COSTA BRAVA ET CÔTE ADRIATIQUE DÈS **695.-** POUR UN SÉJOUR DE 7 NUITS

MAJORQUE EN AVION AU DÉPART DE SION DÈS **1'150.-** POUR UN SÉJOUR DE 7 NUITS

Réservez vos voyages sans plus tarder ou demandez nos catalogues au **027 306 22 30** ou sur www.buchard.ch

BUCHARD VOYAGES

« Nous projetons de passer de 10 000 à 30 000 assurés par année »

THOMAS BOYER Le Groupe Mutuel a décidé de changer de logo et de couleur pour symboliser une transformation de l'entreprise. Son directeur Thomas Boyer explique ces changements, revient sur ces deux dernières années Covid et propose des solutions concrètes pour diminuer les coûts de la santé.

PAR VINCENT.FRAGNIERE@LENOUVELLISTE.CH



Thomas Boyer: «Le Groupe Mutuel a remboursé pour 100 millions de prestations liées au Covid en deux ans, lesquels n'ont évidemment pas été pris en compte dans le calcul des primes car il s'agit d'un événement exceptionnel qui doit pouvoir être financé avec les réserves des caisses.» SACHA BITTEL

Thomas Boyer, le Groupe Mutuel abandonne son rouge historique pour un mélange de bleu marine et d'ambre. Pourquoi?

Depuis trois ans, le Groupe Mutuel est en train de se transformer et nous voulions rendre cette démarche visible pour nos assurés et nos futurs clients. Et puis le logo rouge actuel a vingt-sept ans. Il était temps de le moderniser.

Est-ce vous qui avez décidé des nouvelles couleurs?

Non. Je crois que l'on n'a même pas voté au sein de la direction. Nous voulions des couleurs qui rassurent, qui apaisent, mais qui montrent aussi un côté plus jeune, plus frais et plus dynamique. On nous a fait plusieurs propositions et ces deux couleurs principales se sont imposées. Les différents tests effectués ont confirmé ce choix.

«Le coût estimé extraordinaire de cette transformation visuelle est de 3 millions de francs pour un chiffre d'affaires annuel de 5 milliards et des frais de 500 millions.»

Avez-vous aussi songé à changer de nom?

La réflexion a existé – car il n'y a pas de sujet tabou – surtout en Suisse alémanique où le mot «Groupe Mutuel» n'a pas de signification. Mais repartir de zéro aurait été assez lourd et il n'y avait aucune raison de le faire en termes d'image. Des marques comme Credit Suisse ou Salt uti-

lisent aussi des mots qui ne veulent rien dire en allemand.

Vous dites être en transformation depuis trois ans. Qu'est-ce que cela signifie dans les faits?

Après une phase de consolidation où nous avons perdu plusieurs milliers d'assurés dans l'assurance de base, nous voulons retrouver la croissance. Pour y parvenir, nous travaillons sur cinq principaux axes stratégiques de développement.

Vous avez des exemples?

Le processus d'acquisition de nouveaux assurés doit être simplifié. Aujourd'hui, si vous contractez trois nouvelles polices chez nous, vous pouvez potentiellement recevoir trois lettres à trois moments différents. Cela ne doit plus être possible. Le décompte de prestations

doit aussi être plus lisible. Et puis, nous avons complètement revu notre approche du client en mettant en place un réseau de distribution interne, alors que jusque-là le Groupe Mutuel a toujours compté essentiellement sur un réseau externe de courtiers. Ceux-ci resteront, mais n'auront plus un rôle aussi central.

Créer des agences régionales, c'est un peu le mouvement contraire de celui des banques qui par exemple développent de plus en plus des guichets virtuels...

Mais l'un n'empêche pas l'autre. Aujourd'hui, 70% des factures que nous traitons se font de manière automatique sans intervention humaine. Mais le domaine de l'assurance reste compliqué et le client aura toujours besoin d'un contact. Comme une banque.

Vous dites notamment que la qualité de vos prestations doit être améliorée en Suisse alémanique. Pourquoi cette différence?

Si aujourd'hui, 50% de nos clients sont alémaniques, notre part de marché outre Sarine oscille entre 7% et 10% contre 25% pour la Suisse romande. Nous sommes un groupe romand et donc moins connu en Suisse alémanique. Nous devons donc encore plus nous adapter à la perception alémanique de la clientèle et mettre sur pied des projets complètement pensés en allemand, ce qui n'est pas encore le cas aujourd'hui.

Vous parlez de croissance après une période de consolidation. Comment l'envisagez-vous?

Dans le domaine de la santé, nous voulons stabiliser l'assurance de base avec une crois-

«Aujourd'hui, 70% des factures que nous traitons se font de manière automatique sans intervention humaine.»

sance saine. Je serai satisfait d'une augmentation entre 10 000 et 30 000 assurés par année. Nous sommes aujourd'hui le troisième assureur suisse en matière de santé, et le 5e pour les entreprises dans ce domaine. Par contre, nous avons un potentiel de développement dans le domaine de la prévoyance professionnelle avec 2700 entreprises affiliées et de 100 millions de chiffre d'affaires annuel en prévoyance individuelle. Nous sommes la seule assurance de Suisse à offrir la palette complète des assurances de personne. La santé et la prévoyance sont deux enjeux clés au sein de la population et nous devons être capables de créer de nouveaux produits qui lient plus ces deux aspects de l'assurance. Par exemple, proposer à un patron de PME un produit qui couvre l'ensemble des besoins en assurance pour lui et ses employés.

Durant ce que vous appelez «une période de consolidation», vous avez perdu près de 25% de vos assurés de base en cinq ans et vous avez aussi dû revoir la gouvernance sur demande de la FINMA. Cette période difficile a-t-elle eu un impact sur l'image du Groupe Mutuel?

Cette période a été difficile pour les 2700 employés du groupe, car perdre autant d'assurés pour avoir dû réajuster nos primes a été très difficile. Mais si cela a eu un impact sur le moral des troupes à un moment donné, cela n'a pas affecté durablement notre image. De plus, une phase de consolidation n'est pas inhabituelle pour une entreprise qui a grandi aussi vite passant de 40 000 à 1,3 million d'assurés en vingt-cinq ans. Et aujourd'hui, nos employés peuvent constater tous les jours la période de transformation qui est en marche.



«La santé et la prévoyance sont deux enjeux clés au sein de la population et nous devons être capables de créer de nouveaux produits qui lient plus ces deux aspects de l'assurance.» SACHA BITTEL

Dix jours avant l'arrivée du Covid en février 2020, vous décidez de la mise en place du télétravail au sein de votre entreprise à accompagner sur plusieurs années. Vous avez finalement dû l'implanter en trois jours. Avec quelles conséquences sur le long terme? Aujourd'hui, un employé du groupe peut travailler jusqu'à 50% de son temps de travail chez lui et au maximum deux jours par semaine. Mais ce n'est ni un dû ni une obligation. Cela dépend des situations. Si le télétravail va devenir un facteur d'attractivité pour une société, nous devons veiller à protéger notre modèle social. Des employés m'ont demandé pourquoi ils ne pouvaient pas travailler les cinq jours de la semaine à la maison. Je leur ai dit que l'on ne pouvait pas créer de culture d'entreprise depuis la maison.

Comment avez-vous vécu comme CEO du Groupe Mutuel ces deux ans de pandémie?

Nous n'avons jamais été en première ligne comme les hôpitaux et les soignants qui ont démontré le bon fonctionnement de notre système de san-

té. Il faut être reconnaissant du travail réalisé. Personnellement, j'estime que les décisions prises par la Suisse ont été dans l'ensemble équilibrées et pragmatiques, même si l'on est toujours plus malin après. Je rappelle que notre pays n'a pas connu de confinement strict et que notre système de santé de qualité a toujours fonctionné.

Combien a coûté le Covid au Groupe Mutuel dans le remboursement des prestations liées à la pandémie?

Environ 100 millions, 50 par année, qui n'ont évidemment pas été pris en compte dans le calcul des primes car il s'agit d'un événement exceptionnel qui doit pouvoir être financé avec les réserves des caisses.

L'an passé, en pleine pandémie, avec justement le remboursement d'une partie de ces réserves, vous annonciez même une baisse des primes d'assurance. Or, celles-ci vont certainement repartir à la hausse, puisque les coûts de la santé ont augmenté en 2021 de 5% à 6%. Cela s'explique par le rapport de nos nom-

«L'organisation du système hospitalier suisse ne peut plus être uniquement cantonale.»

breux actes médicaux qui ont dû être rattrapés?

Pas seulement. Durant ces deux ans, aucune mesure pour faire baisser ces coûts n'a été prise. La hausse des coûts est deux fois supérieure à l'augmentation moyenne de 3%, une augmentation qui n'est déjà pas possible de tenir sur le long terme. Aujourd'hui, tout le monde est satisfait de la qualité de notre système de santé, mais on ne peut plus attendre pour prendre des décisions politiques pour réduire son coût. Sinon on va droit dans le mur.

Ce discours est tenu chaque année par de nombreux acteurs de la santé. Qu'est-ce qui peut être fait rapidement?

Au niveau des médicaments, il faut une utilisation beaucoup plus importante des génériques et une diminution des

prix qui pourrait faire économiser 500 millions, sans mettre en danger quoi que ce soit. Récemment, j'ai pu me fournir en paracétamol pour 40 centimes pour 16 tablettes en Angleterre. Je ne crois pas que ce médicament était moins fiable qu'en Suisse. Ensuite, il y a dix ans que l'on débat sur le plan politique pour mettre en place un système qui favorise les interventions ambulatoires plutôt que stationnaires dans les hôpitaux. Il faut maintenant passer à l'action.

Vos propositions ne concernent que le politique. Mais que peut faire un assureur pour faire baisser ces coûts?

Il peut travailler en partenariat avec des hôpitaux pour créer des critères crédibles qui permettent de travailler non plus sur la quantité, mais la qualité. Aujourd'hui, le calcul du coût est simple: c'est un prix donné qui est multiplié par la quantité. Cela peut déboucher sur des dérives. Par exemple, nous sommes le pays d'Europe qui opère le plus de genoux, 251 pour 100 000 habitants par année contre une

moyenne de 163 pour les pays de l'OCDE. Aujourd'hui, on doit prioritairement rémunérer la qualité.

Mais cela signifie créer une sorte de Tripadvisor des médecins...

Cela signifie créer des critères acceptés par tous pour que la qualité de l'intervention médicale joue un rôle dans le remboursement par la caisse maladie. Avec l'hôpital de la Tour à Genève et l'hôpital de Bâle, nous travaillons sur des projets pilotes à ce sujet.

Vous avez aussi un autre cheval de bataille, diminuer le nombre d'hôpitaux en Suisse. Mais le Covid a démontré que 30 lits occupés par des patients Covid en soins intensifs à Sion suffisent pour bloquer toute une société. N'est-ce pas contradictoire?

Non, car je ne dis pas qu'il faut diminuer le nombre de lits, mais qu'il faut les concentrer sur moins d'établissements. Après la France, nous sommes le pays d'Europe avec le plus grand nombre d'hôpitaux en proportion de la population, car nous avons une gestion cantonale de ceux-ci. Nous ne pouvons plus garder ce système. Pour trois raisons: il est trop coûteux. Il ne permet pas la qualité partout car, pour certaines interventions, la taille critique n'est pas atteinte. Enfin, tous les sondages démontrent que les patients sont prêts à faire une heure de déplacement pour une opération importante.

Mais enlever la gestion du système hospitalier aux cantons est une sorte d'atteinte au fédéralisme suisse...

Ce n'est pas à moi de dire à quelle échelle cette organisation doit se faire, mais elle ne peut plus être uniquement cantonale. On doit garder une proximité pour ce qui est de la médecine de base et des urgences, mais pour les opérations programmées, la qualité et la gestion des coûts doit primer. Et elle n'est plus possible à l'échelle cantonale. J'ai conscience qu'il s'agit d'un enjeu qui se règle à moyen terme, mais il faut s'en emparer aujourd'hui.

Vous dites qu'il y a trop d'hôpitaux en Suisse, mais n'y a-t-il pas trop d'assureurs?

Ces dernières années, il y a eu une consolidation du nombre d'assureurs. Si nous devons nous remettre en question en permanence pour diminuer nos coûts ou rembourser une partie de nos réserves, nous ne représentons que les 5% de la prime d'assurance. Diminuer nos coûts de 10% influencerait positivement la prime de 0,5%. Evidemment qu'il faut le faire, mais l'enjeu principal n'est pas là.

«Nous sommes le pays d'Europe qui opère le plus de genoux. Aujourd'hui, on doit prioritairement rémunérer la qualité.»

Au début de votre mandat, votre salaire de 766 000 francs par année a été comparé à celui de votre prédécesseur avec une hausse de 60%. Comment peut-on la justifier?

Nous avons toujours été transparents à ce sujet. C'est le conseil d'administration qui fixe mon salaire et je peux juste dire qu'il correspond à celui du marché pour le poste que j'occupe.

Votre transformation visuelle démarre aujourd'hui dans toute la Suisse. Avez-vous calculé son coût?

Déjà, nous l'avons décidé il y a plus d'une année, ce qui nous a permis de réduire au minimum les différents stocks. Le coût estimé extraordinaire est de 3 millions de francs pour un chiffre d'affaires annuel de 5 milliards et des frais de 500 millions. De plus, comme rien n'avait évolué à ce niveau depuis vingt-sept ans, il faut aussi répartir ce montant sur cette période, ce qui signifierait un montant annuel d'un peu plus de 100 000 francs. Mais le plus important est surtout d'assumer auprès de nos clients notre promesse de transformation. Sinon tout cela ne sert à rien.

PUBLICITÉ



**LES
TENTATIONS**
DES PRIX TRÈS SÉDUISANTS SUR LA NOUVELLE COLLECTION

CONTHEY – Rte Cantonale 6
Également: GENÈVE – LAUSANNE – ZURICH

rochebobojs
PARIS