



Nicolas Crognalletti, directeur de Tertianum Romandie

PAGE 2

BILAN DU SECTEUR ENTREPRISE

Plus de 1000 nouvelles
entreprises clientes
en 2018

Page 4



FUSION DES CAISSES LPP

MVP et GMP,
un avenir
commun

Page 6





GESTION DES ABSENCES : L'EXEMPLE TERTIANUM

LA MAÎTRISE DES ABSENCES CONSTITUE UN ENJEU POUR LES ENTREPRISES. SAVIEZ-VOUS QUE LES ABSENCES DE COURTE DURÉE (INFÉRIEURES À 30 JOURS) CONSTITUENT 90% DES CAS? OR, ELLES SE GÈRENT. LE GROUPE MUTUEL PROPOSE DIVERS MOYENS POUR PRÉVENIR ET APPRÉHENDER CES SITUATIONS. EXEMPLE AVEC LE GROUPE TERTIANUM ET SA DIVISION ROMANDIE.

Aurélie Vergère,
responsable RH de Tertianum Romandie

Chez Tertianum Romandie, le taux d'absentéisme, comme dans l'ensemble du secteur santé et social en Suisse romande, y était assez élevé. «Nous avons essayé quelques approches, explique à GMpro Nicolas Crognaletti, directeur de Tertianum Romandie, mais les effets de nos actions n'étaient pas vraiment significatifs. On connaissait le Groupe Mutuel, qui est notre assureur, on savait son expertise certaine dans la gestion de l'absentéisme, on s'en est donc approché pour qu'il nous accompagne dans nos efforts d'amélioration.»

C'est ainsi que le projet «Absentéisme» s'est déployé en très peu de temps, à compter du 1^{er} juillet 2017. Pour Nicolas Crognaletti: «Ce projet a le mérite de s'inscrire pleinement dans les valeurs du groupe – respect, ambition, innovation, responsabilité, intégrité. La notion centrale est celle de la bienveillance au travail, partant du principe que sur 100 personnes annoncées malades, seules 5 peut-être ne peuvent pas vraiment justifier leur absence et 95 sont en souffrance ou en indisponibilité.»

C'est bien l'état d'esprit en tant que tel de l'entreprise qui est à la fois visé par le projet et qui le porte. En dix-huit mois, une centaine de cadres et de directeurs de la division Romandie ont été formés. Et tous les collaborateurs ont été informés de l'ensemble de la démarche.

Établir un lien de confiance

Auréli Vergère, responsable RH de Tertianum Romandie, explique: «La première étape est que le supérieur hiérarchique établisse un vrai lien de confiance avec le collaborateur, c'est-à-dire qu'il le connaisse et cherche à le comprendre sans le juger. Notre objectif est de comprendre la raison de l'absence pour essayer d'aider le collaborateur à trouver des solutions, par lui-même ou avec notre appui.»

Le dialogue a lieu entre le collaborateur et son chef de service (n.d.l.r. chef de cuisine, gouvernante, cheffe infirmière, chef technique). Ainsi, la relation entre le collaborateur et son supérieur est intensifiée et inclut la notion de respect.

Les rôles de chacun ayant été à la fois clarifiés et renforcés, le lien est conservé entre le chef de service et le collaborateur pendant les périodes d'absence. «Pas pour le contrôle, relève Auréli Vergère, mais pour garder le lien. En sachant qu'on s'inquiète lors d'un entretien téléphonique, la personne se sent valorisée et prise au sérieux. Ce qui permet aussi de transmettre à l'équipe des informations en lien avec l'absence, notamment pour préparer le retour du collaborateur.»

Nicolas Crognaletti est convaincu que ces nouvelles façons de faire vont non seulement améliorer le taux d'absentéisme mais aussi la qualité et la satisfaction au travail. Auréli Vergère: «Là aussi, le Groupe Mutuel nous a aidés, on le voit avec l'exemple de la femme enceinte. Le fait de se concerter avec elle et de réfléchir ensemble à ce qu'on pourrait aménager dans son poste de travail pour qu'elle continue à travailler nous a très vite permis d'améliorer sensiblement le taux d'absentéisme dans cette catégorie.»

En cas d'absence, le collaborateur appelle exclusivement par téléphone. «C'est prendre ses responsabilités et plus engageant que simplement écrire un e-mail ou envoyer un sms», note Auréli Vergère.

Et quand le collaborateur revient, on s'assure qu'il est en bonne santé et on mène un entretien de retour. «Tout le travail est dans l'implémentation et la mise en pratique la plus naturelle possible des processus. Et nous travaillons en particulier sur une meilleure distinction entre ce qui est annoncé sous maladie et ce qui relève plutôt des souffrances dues à des malaises dans le travail ou les rapports hiérarchiques.»

Dans une relation professionnelle respectueuse, le collaborateur doit pouvoir dire ce qu'il en est vraiment en ce qui le concerne.

À Tertianum Romandie, on a ainsi pu observer que les courtes absences sont souvent dues à des difficultés dans le cadre du contexte privé ou du management, en particulier quand des collaborateurs d'un même service sont régulièrement absents. «C'est un indice très parlant d'un problème à résoudre, qui peut exister à n'importe quel niveau.»

Pour Auréli Vergère, «le Groupe Mutuel a toujours proposé et offert concrètement son soutien. Sa contribution a été très importante pour la formation. Il nous a donné les boîtes à outils et des soutiens concrets.»

Contact

Groupe Mutuel, M. Nicolas Caloz, responsable du service CorporateCare, ncaloz@groupemutuel.ch, Tél. 058 758 36 65

Expérience concluante

Expérience concluante donc, alors que le taux d'absentéisme global est passé de 7,16% au 1^{er} juillet 2017 à 6,40% au 31 décembre 2018? «Tout à fait! Mais elle est loin d'être terminée», sourit Nicolas Crognaletti. «Le défi est dans la continuité, le capital humain est précieux et nous devons en prendre soin, à tous les échelons.»



TERTIANUM

Depuis plus de 35 ans, le groupe Tertianum s'occupe de personnes âgées dans 77 sites répartis dans tout le pays (1839 appartements et 3081 lits médicalisés). Parmi les leaders du marché (chiffre d'affaires: 488 millions de francs), Tertianum emploie 4445 collaborateurs motivés et bien formés (âge moyen: 42 ans, femmes 79%, hommes 21%, 84 nationalités). Tertianum Romandie est l'une des six divisions du groupe et inclut les cantons de Vaud, du Valais, de Neuchâtel, du Jura et de Berne, pour 18 EMS et environ 1200 collaborateurs (700 lits de soin et 250 appartements protégés).

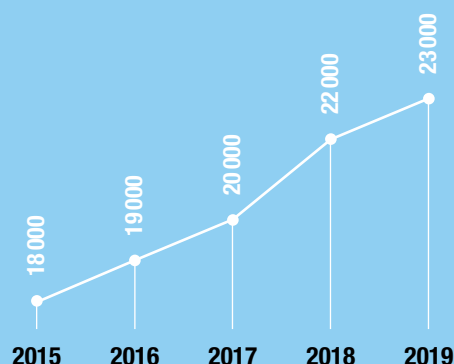
ASSURANCES ENTREPRISES UN SECTEUR EN PLEIN ESSOR : + DE **1000** NOUVELLES ENTREPRISES CLIENTES EN 2018

Les chiffres-clés du domaine Entreprise du Groupe Mutuel

	2017	2018
Nombre de clients Entreprise au 1.1 de l'année suivante	22 000	23 000
CA Indemnité journalière maladie (en mio CHF)	298,6	ca. 350*
CA assurance-accidents (en mio CHF)	101,1	ca. 105*
Volume des primes LPP (en mio CHF)	147,4	ca. 148,8*
Total du bilan LPP (en mios CHF)	1889,4	1898,9*
Taux de couverture LPP au 31.12.	118%	112,3%
Rémunération des avoirs LPP assurés	1,75%	3%

* Les chiffres définitifs seront publiés dans le rapport consolidé du Groupe Mutuel Holding SA à la mi-mai 2019.

Évolution du nombre de clients Entreprise au Groupe Mutuel ces 5 dernières années



En 2018, le domaine d'activité des assurances pour les entreprises du Groupe Mutuel a poursuivi sa croissance. Le domaine Entreprise qui englobe l'indemnité journalière LAMal et LCA, l'assurance-accidents LAA/LAAC ainsi que la prévoyance professionnelle LPP a vu son nombre d'entreprises clientes croître de plus de 1000 nouveaux clients à près de 23 000 entreprises assurées au Groupe Mutuel. Son chiffre d'affaires global progresse à plus de 450 millions de francs (hors LPP).

Par branche d'activité, le volume des primes atteint plus de 350 millions de francs pour l'assurance indemnité journalière maladie, 105 millions de francs pour l'assurance-accidents et 148,8 millions de francs pour la prévoyance professionnelle administrée par le Groupe Mutuel.

Dans le domaine LPP, la solidité financière et la rémunération des avoirs des assurés sont excellentes: au 31.12.2018, le taux de couverture dépasse 112%. Pour 2018, les assurés LPP ont reçu 3% sur leurs avoirs, sans différence entre la partie obligatoire et subobligatoire alors que le taux minimum légal est de 1%. Suite à la décision des conseils de fondation des institutions de prévoyance, la rémunération atteindra de nouveau un taux excellent de 2% sur les avoirs sous gestion au 31.12.2019, dépassant ainsi largement le taux minimum légal de 1%.

Interview du responsable Entreprise & Prévoyance du Groupe Mutuel



Homme de réseau, Vincent Claivaz s'engage fortement dans l'économie privée, notamment au comité romand de l'USAM, au sein du comité de la Fédération des Entrepreneurs FER-VS et dans plusieurs conseils d'administration.

Depuis son début au Groupe Mutuel en 2002, Vincent Claivaz est en contact avec les entreprises. Directeur et responsable des activités Entreprise et Prévoyance du Groupe Mutuel, il nous explique sa vision de ce secteur en plein essor. Face aux défis de la digitalisation, aux changements du monde du travail et à la pression concurrentielle accrue dans l'économie, il souligne l'importance d'une approche partenariale et d'une étroite collaboration entre l'assureur et l'entreprise cliente.

«En un mot, nous voulons créer un maximum de situations win-win pour nos entreprises clientes.»

Quelle est votre vision des activités du Groupe Mutuel au service des entreprises?

Nous voulons être proches de nos clients et leur proposer un service de qualité. Nous offrons un soutien aux entreprises dans toutes les questions liées aux assurances des personnes.

Chez nous – et ceci est presque unique en Suisse – les entreprises trouvent des solutions sur mesure pour l'indemnité journalière en cas de maladie selon la LAMal et la LCA, l'assurance-accidents LAA obligatoire et complémentaire ainsi que pour la prévoyance professionnelle de leurs collaborateurs. De plus, les employeurs peuvent proposer nos solutions d'assurance-maladie à leur personnel et leurs proches pour les motiver et les fidéliser.

La croissance n'est pas un objectif en soi. Ce qui compte c'est d'être un partenaire fiable avec une politique tarifaire qui évite les changements trop rapides. Donc un prix juste pour nos prestations d'assurance.

D'après nos analyses, la gestion des absences et de la santé offre un énorme potentiel d'augmenter la productivité de chaque entreprise. Les bénéfices sont évidents pour l'employeur et l'assureur, mais aussi pour les collaborateurs qui sont soutenus en cas de maladie et d'accident pour permettre une guérison optimale et leur retour à leur poste de travail.

En un mot, nous voulons créer un maximum de situations win-win pour nos entreprises clientes.

Quelles sont les mesures pour atteindre cette vision?

Nous allons encore renforcer l'orientation client de nos gestionnaires. Aujourd'hui déjà, un seul gestionnaire est la porte d'entrée pour gérer les

questions quotidiennes. L'account manager attiré gère la relation de partenariat avec le client. Notre portail pour les entreprises, Xnet, sera encore développé avec plus de fonctionnalités, par exemple la déclaration interactive des salaires.

Nous sommes déjà bien connus en Suisse romande et au Tessin pour nos assurances aux entreprises. Le potentiel est encore énorme en Suisse alémanique où nous venons de renforcer nos équipes au centre de service de Zurich-Oerlikon, mais aussi sur le terrain. Nous avons d'ailleurs enregistré de nombreux nouveaux clients dans cette région.

Nos efforts portent principalement sur un soutien de proximité aux entreprises en les accompagnant dans la gestion des absences et dans la santé de leurs collaborateurs.

Quelle est la touche personnelle que vous pouvez apporter?

Les entreprises et surtout les PME qui forment le tissu économique de la Suisse me passionnent. Au Groupe Mutuel, nous adoptons cette attitude entrepreneuriale qui a fait le succès de notre pays. Cette approche pragmatique est dans ma nature, d'autant plus que les relations humaines et la volonté peuvent faire bouger des montagnes. Le contact direct avec l'autre peut dynamiser la réalisation des projets – cela me convient parfaitement. De plus, c'est dans la culture d'entreprise du Groupe Mutuel d'agir rapidement et de manière pragmatique. Notre taille et notre dimension humaine facilitent la proximité avec nos clients – ce que je souhaite également en premier lieu: être à la portée et à l'écoute de nos entreprises clientes.



Les deux fondations de prévoyance gérées par le Groupe Mutuel fusionnent

LE GROUPE MUTUEL PRÉVOYANCE (GMP) ET LA MUTUELLE VALAISANNE DE PRÉVOYANCE (MVP) ONT CONCENTRÉ LEURS FORCES AU 1^{ER} JANVIER 2019. CETTE FUSION DONNE UNE NOUVELLE DIMENSION AU GROUPE MUTUEL PRÉVOYANCE QUI ASSURERA DÉSORMAIS 2700 ENTREPRISES ET COMPTERA PRÈS DE 2 MILLIARDS DE FRANCS DE FORTUNE SOUS GESTION. LE POINT AVEC MARLÈNE RAST, EN CHARGE DES ACTIVITÉS DE PRÉVOYANCE DU GROUPE MUTUEL.

La prévoyance est un élément essentiel dans la vie des employés, mais aussi des entreprises. Comment le Groupe Mutuel se positionne-t-il?

Le Groupe Mutuel offre une palette complète aux entreprises: prévoyance, indemnités journalières en cas de maladie et d'accident, LAA et assurance-accidents complémentaire. Avec le 2^e pilier, l'offre est exclusive, permettant au client de conclure auprès d'un seul partenaire, l'ensemble des assurances de personnes de l'entreprise.

Jusqu'à aujourd'hui, il existait deux institutions: le Groupe Mutuel Prévoyance, dont la dimension est nationale, et la Mutuelle Valaisanne de Prévoyance, uniquement active en Valais...

Les deux fondations ont eu une vie parallèle avec des conditions strictement identiques, l'une ne faisant jamais concurrence à l'autre. Toutes deux ont la même taille, quasiment la même fortune. Aujourd'hui, le fait d'avoir deux institutions distinctes n'a plus vraiment d'utilité.

Comment va se porter cette nouvelle entité, notamment du point de vue financier?

Le moment choisi pour cette fusion est opportun, car les deux institutions témoignent d'une santé financière exceptionnelle, tout en haut des classements de la solidité financière des institutions de prévoyance en Suisse, avec un degré de couverture pour Mutuelle Valaisanne de Prévoyance (MVP) estimé au 31 décembre 2018 à 112,3%, un taux qui servira de référence aux deux fondations.

Qui profitera de cette fusion?

Chacune des deux fondations en tirera profit, mais avant tout à l'avantage des employeurs et de leurs assurés. La fusion réunit deux institutions particulièrement saines et qui apportent toutes deux leurs points forts. L'une se distingue par une fidélité très importante de ses clients, alors que l'autre apporte une envergure nationale et une capacité à se développer dans toute la Suisse. La fusion amènera tous les avantages d'une taille plus importante, aussi bien dans une meilleure répartition des risques que dans un poids renforcé

pour la négociation avec les partenaires. Et puis des gains de synergie, notamment au niveau des processus administratifs, désormais effectués pour une seule institution, donc une maîtrise renforcée des coûts.

Quelles sont les perspectives de développement?

Le développement commercial 2018 a été exceptionnel pour les deux institutions. Elles ont obtenu la confiance d'un nombre élevé de nouveaux clients et une croissance marquée du chiffre d'affaires. Ce résultat montre que les fondations proposent des solutions qui répondent vraiment aux besoins des entreprises, et cela à travers la Suisse entière. La nouvelle structure permettra aussi d'accepter des clients de taille plus importante. Mais je précise que le développement commercial ne constitue pas notre objectif à tout prix. Notre souci prioritaire reste de veiller sur nos clients existants, en conjuguant un service d'une qualité irréprochable et une solution performante en termes de rendement et de sécurité financière.

Les ambitions de la Fondation Groupe Mutuel

**Soutenir ceux qui en ont besoin
et récompenser ceux qui le méritent.**

La Fondation Groupe Mutuel, créée en 2018, développe ses activités sans but lucratif. C'est dans cette perspective que la fondation soutient le bien-être, la promotion et la prévention de la santé pour la population suisse. Son champ d'action s'étend aux institutions et associations, aux assurés individuels ainsi qu'aux entreprises. Pour mener à bien sa mission, la Fondation Groupe Mutuel chapeaute trois types d'engagements qui sont lancés cette année.

Un soutien institutionnel

Un fonds d'encouragement est mis en place, à l'intention des institutions, des associations et des personnes qui œuvrent pour la santé en Suisse. Lors d'actions de prévention, de promotion de la santé, mais également dans le cadre de la recherche ou de l'enseignement, le fonds apporte son soutien financier à des projets jugés particulièrement utiles.

Un soutien aux assurés individuels

Des frais inattendus, liés à une maladie grave ou à un accident, peuvent rapidement mettre en péril la situation financière d'un foyer. De même, des traitements novateurs pas encore reconnus en Suisse peuvent s'avérer difficilement finançables pour une partie de la population. Consciente de ces enjeux, la Fondation Groupe Mutuel met également en place un fonds permettant d'apporter une aide exceptionnelle et ponctuelle à certains assurés dont le dossier aura été retenu après une analyse détaillée par des spécialistes.

**La Fondation
Groupe Mutuel
soutient, encourage
et récompense
ceux qui améliorent
aujourd'hui
la santé de demain.**

Un prix pour les entreprises, les associations et les institutions

La Fondation Groupe Mutuel récompensera chaque année ceux qui ont contribué significativement à améliorer la santé en Suisse, lors de la remise des prix de la fondation.

Un Prix Entreprises, sous forme de mesures de prévention en entreprise, sera attribué à une société ayant mis en place des actions particulièrement remarquables et efficaces dans le domaine de la gestion et de la promotion de la santé de ses collaborateurs.

Des prix couronneront également trois associations, institutions ou individus ayant œuvré de manière particulièrement remarquable dans l'intérêt de la santé de la population suisse.

Les lauréats seront désignés par un jury composé des membres de la fondation. D'un montant global de presque 50 000.– francs, les prix seront remis chaque année, en septembre, à l'occasion d'une soirée dédiée et organisée en Suisse.

Toutes les informations relatives à la fondation, à ses activités, à ses prix et à ses soutiens sont disponibles sur le site Internet du Groupe Mutuel: www.groupemutuel.ch/fondation

Concours GMpro

Gagnez avec notre partenaire, FruitsFrais.ch, l'un des prix suivants pour votre entreprise et vos collaborateurs:

- 1^{er} prix: un carton hebdomadaire de 7 kg de fruits durant 2 mois**
- 2^e prix: un carton hebdomadaire de 7 kg de fruits durant 1 mois**
- 3^e prix: un carton hebdomadaire de 7 kg de fruits durant 2 semaines**



Vos réponses

Question 1:

Sur combien de sites le groupe Tertianum est-il réparti en Suisse?

Question 2:

En quelle année a été créée la Fondation Groupe Mutuel?

Raison sociale

Adresse

Nom et prénom

NPA/Localité

Fonction

E-mail

Conditions de participation

Jusqu'au 31 mai 2019 sur www.groupemutuel.ch/entreprises sous la rubrique «service clientèle» ou par courrier au moyen de ce bulletin à envoyer dans une enveloppe affranchie à l'adresse suivante: **Groupe Mutuel - Communication d'entreprise - Rue des Cèdres 5 - Case postale - CH-1919 Martigny.**

Les réponses se trouvent dans le journal GMpro. Aucune obligation d'achat. Aucune correspondance ne sera échangée au sujet du concours. Les gagnants seront avisés par écrit. Tout recours juridique est exclu. Pas de paiement en espèce ni de transfert de prix. Les gagnants acceptent que le nom de leur entreprise soit publié. Les collaborateurs du Groupe Mutuel et de FruitsFrais.ch ne sont pas autorisés à participer.

Prochains événements de nos partenaires



Journées romandes des arts et métiers à Verbier les 24-25 juin 2019

La Rentrée des entreprises de la FER Neuchâtel le 20 août 2019

La Rentrée des entreprises de la FER-Arcju le 22 août 2019

La rentrée de l'économie valaisanne le 29 août 2019

Initiale de la Fédération vaudoise des entrepreneurs (FVE) le jeudi 5 septembre 2019

KMU SWISS Podium à Brugg le 12 septembre 2019



IMPRESSUM

Éditeur: Groupe Mutuel, rue des Cèdres 5, case postale, CH-1919 Martigny
Rédaction: Jean-Christophe Aeschlimann, Christian Feldhausen, Pascal Vuistiner
Conception et création: Jean Philippe Chevassu
Mise en page: Julie Lovey
Parution: semestrielle en français et en allemand
Internet: www.groupemutuel.ch/gmpro
E-mail: gmpro@groupemutuel.ch
Photos: Jean-Guy Python (pages: 1 et 2), Cellule production, Groupe Mutuel (pages: 5 et 6)
Impression: Imprimerie des Ronquois – Tirage total: 20 000 exemplaires

Groupe Mutuel Pro est une publication adressée aux entreprises assurées du Groupe Mutuel.



imprimé en
suisse