

PARCOURS CLIENT



RÉINVENTER L'ASSURANCE VIE PATRIMONIALE

Loïc Le Foll

Responsable Épargne Patrimoniale du Groupe AG2R La Mondiale
CEO chez La Mondiale Europartner

AG2R LA MONDIALE

**INTERVIEW
EXCLUSIVE**

Numéro 5
Septembre 2025



L'IA : un virage amorcé

“Je suis convaincu de la valeur ajoutée de l'intelligence artificielle.”



Loïc Le Foll

Responsable Épargne Patrimoniale du
Groupe AG2R La Mondiale et CEO chez La
Mondiale Europartner

AG2R LA MONDIALE

Interviewer : Alexandre Peschet (Directeur Marketing d'UPSIDEO)

Bonjour Loïc, merci de nous accorder cette interview exclusive autour des évolutions majeures du marché de l'assurance vie. Pour commencer, pouvez-vous nous donner votre vision du rôle que joue aujourd'hui l'assurance vie dans l'écosystème patrimonial français ?

Loïc Le Foll

Bonjour Alexandre. Oui, bien sûr. L'assurance vie reste aujourd'hui l'outil patrimonial le plus utilisé en France. Les derniers chiffres de France Assureurs l'illustrent parfaitement : 2024 a été une année record. Que l'on parle de banques privées, de CGP, de family offices ou même des néo-courtiers, on retrouve systématiquement une offre d'assurance vie intégrée dans les solutions patrimoniales. C'est un tandem qui fonctionne : gestion patrimoniale et assurance vie. Il rassure par sa stabilité. Il a fait ses preuves. Et surtout, c'est un outil simple à utiliser aussi bien pour les conseillers que pour leurs clients, notamment dans la gestion successorale.

Alexandre Peschet

Loïc, en matière d'offre financière, comment percevez-vous l'évolution des attentes, tant du côté des distributeurs que des clients ?

Loïc Le Foll

Les fondamentaux du produit d'assurance vie restent inchangés, mais l'offre financière a beaucoup évolué ces dernières années. Le **fonds en euros** demeure un socle incontournable, toujours très recherché pour sa sécurité. Ce qui a profondément changé, c'est l'intégration croissante de **supports non cotés**, notamment le private equity. Il y a cinq ou dix ans, on en trouvait très peu dans les contrats. Aujourd'hui, c'est tout simplement indispensable dans une offre patrimoniale

complète. D'autant plus que la loi Industrie Verte nous oblige à aller dans cette direction. Autre tendance forte : **les fonds ESG**. Il y a encore peu de temps, cela représentait une part marginale. Désormais, c'est un mouvement de fond. La collecte progresse d'année en année. Et ce n'est pas qu'un effet marketing. Il y a une vraie **prise de conscience des assurés** sur les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance.

Alexandre Peschet

Au-delà de l'offre, l'environnement économique a également un impact majeur sur la dynamique de l'assurance vie. Comment avez-vous vécu ces dernières années sur ce plan ?

Loïc Le Foll

L'environnement macroéconomique, et en particulier l'évolution des taux d'intérêt, a une influence directe sur le comportement des épargnants.

En 2023, la remontée rapide des taux, avec une inversion de la courbe, a fortement perturbé le marché. Beaucoup de clients se sont tournés vers des comptes à terme, souvent plus rémunérateurs sur le moment, ce qui a entraîné un nombre significatif de rachats sur les fonds en euros.

Mais en 2024, le contexte s'est inversé. **Avec des taux en baisse**, l'assurance vie retrouve son attractivité. Cela s'est traduit très rapidement par **une année record en termes de collecte**. On voit bien qu'il existe une corrélation étroite entre l'évolution des taux et la dynamique de l'assurance vie. Aujourd'hui, on s'attend à ce que l'€STR soit autour de 2 % et que l'OAT à 10 ans reste proche de 3,5 %. Ce sont des conditions qui redonnent une vraie attractivité à l'assurance vie patrimoniale.

Vers une nouvelle génération d'assurés

Alexandre Peschet

Loïc Le Foll, au-delà des produits et du contexte économique, la relation client évolue. Comment percevez-vous les transformations en cours dans les profils et les attentes des assurés

Loïc Le Foll

C'est un point essentiel. **La clientèle évolue, elle se rajeunit, et les comportements changent profondément.** Les clients d'aujourd'hui ne sont plus ceux d'il y a dix ou vingt ans. On voit arriver une génération d'assurés qui utilise naturellement le digital, qui attend des services fluides, accessibles, simples.

À l'inverse, **les baby boomers**, qui ont aujourd'hui entre 70 et 80 ans, restent très attachés au papier, au contact humain, aux démarches en présentiel.

On se retrouve dans une **situation hybride**, où il faut être capable de répondre à ces deux attentes. Il est peu probable qu'un client plus jeune accepte de remplir un formulaire papier de plusieurs dizaines de pages avec de nombreux champs de signature. Ce n'est plus une solution adaptée.

Mais en même temps, il faut respecter le rythme et les préférences de la clientèle plus traditionnelle, qui ne se sent pas toujours à l'aise avec les outils numériques.

Nous avons donc mis en place une **offre flexible**, qui s'adapte au profil du client. Par exemple, pour les épargnes acquises, certains souhaitent recevoir un document électronique, facile à stocker et à consulter.

D'autres préfèrent toujours recevoir un exemplaire papier à domicile. Il n'y a pas de

bon ou de mauvais choix, il est essentiel de proposer les deux alternatives.

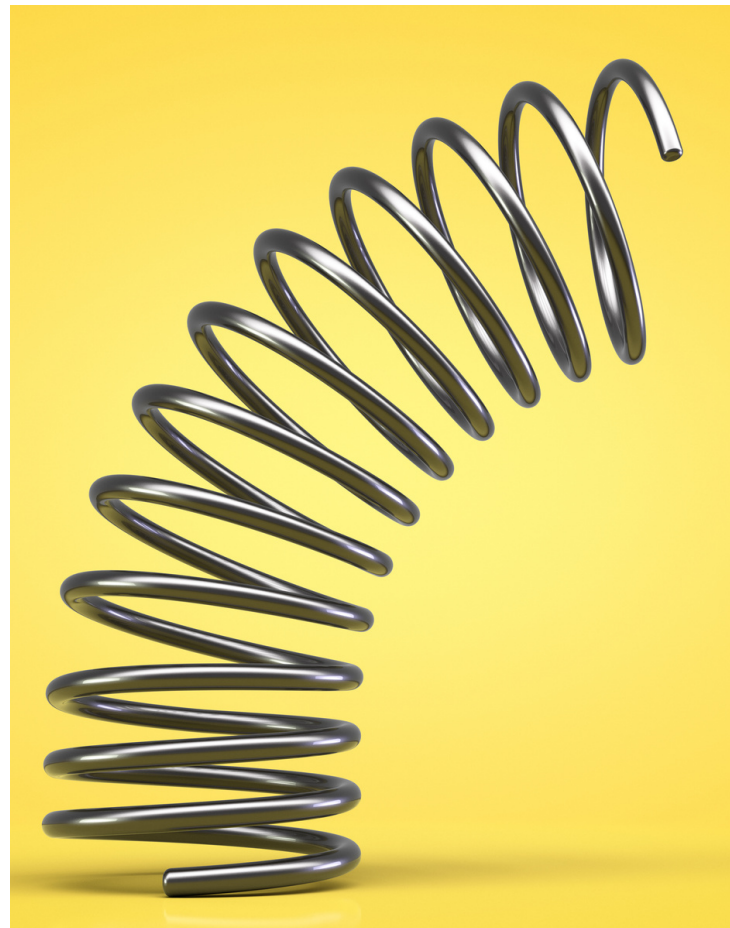
Alexandre Peschet

Et concrètement, comment cette approche hybride se traduit-elle dans vos parcours clients ?

Loïc Le Foll

Le produit en lui-même ne change pas, mais sa présentation, son accessibilité et son usage s'adaptent aux préférences de chacun.

- Pour les clients adeptes du numérique, nous avons développé des parcours totalement dématérialisés.
- Pour ceux qui restent fidèles au format papier, tout reste disponible sous cette forme.



L'important est de ne pas imposer un canal unique, mais de proposer une expérience client fluide et cohérente, quel que soit le support choisi.

Nous sommes bien dans une logique de transition progressive, où le digital prend une place de plus en plus importante, sans exclure les usages traditionnels.

Alexandre Peschet

Loïc, si l'on se place maintenant du côté des distributeurs, banquiers privés, CGP, family offices, comment décririez-vous l'évolution de leurs attentes, notamment en matière d'outils numériques ?

Loïc Le Foll

La période Covid a marqué un véritable tournant. Depuis cette crise, la transition digitale s'est nettement accélérée dans l'ensemble du secteur.

Aujourd'hui, un conseiller en gestion de patrimoine ou un banquier de 30 ou 40 ans s'attend à travailler avec des outils digitaux performants. Il veut pouvoir consolider la vision globale de son client, piloter différents segments patrimoniaux, accéder à une interface fluide, intuitive, ergonomique.

Mais cette montée en puissance du digital **s'accompagne de nouvelles exigences**. La première d'entre elles, **c'est la cybersécurité**. Nous manipulons des données extrêmement sensibles, qui touchent à la vie financière et personnelle des clients.

Il est donc impératif que tous les développements technologiques soient conçus dans un cadre strictement sécurisé, maîtrisé de bout en bout. Ce n'est plus une option, c'est une condition de base pour travailler sereinement avec les distributeurs.

France et Luxembourg : une vision à double entrée

Alexandre Peschet

Loïc, vous avez une double casquette avec une présence en France et au Luxembourg. Quelles différences majeures observez-vous entre ces deux marchés ?

Loïc Le Foll

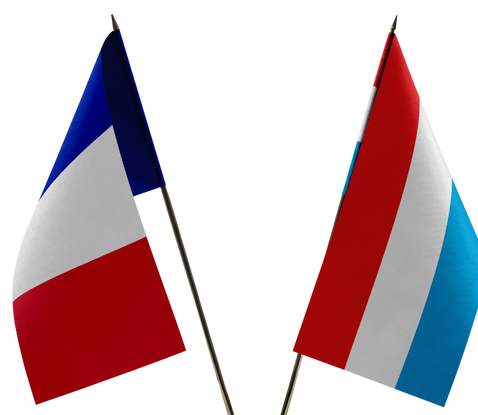
Effectivement, AG2R La Mondiale Épargne Patrimoniale est constitué de deux entités dédiées à l'épargne patrimoniale :

La Mondiale Partenaire en France et **La Mondiale Europartner** au Luxembourg. Je pilote ces deux structures, ce qui me permet d'avoir une vision complète et précise de la situation des deux côtés.

Les compagnies luxembourgeoises sont pour la très grande majorité des filiales de groupes français. C'est une réalité importante à souligner. Et dans le même esprit, une très grande partie de la collecte réalisée au Luxembourg provient de clients résidents français.

Pour vous donner un ordre d'idée : la collecte de La Mondiale Europartner s'est élevée à environ 3 milliards d'euros l'an dernier, dont près de 75 % sont issus de résidents français.

Les deux entités sont très complémentaires. Elles s'adressent à des typologies de clients différentes. En France, la prime moyenne se situe autour de 300 à 400 000 €, tandis qu'au Luxembourg, on est plus proche de 1,2 à 1,3 million d'euros.



Contrairement à certaines idées reçues, il n'y a pas d'avantage fiscal à souscrire un contrat luxembourgeois. Mais ce que le Luxembourg offre, c'est ce qu'on appelle **la neutralité fiscale**.

Concrètement, un client résident en France est fiscalisé en France. Si ce client déménage en Italie ou au Portugal, la fiscalité française cesse de s'appliquer, et il est fiscalisé dans son nouveau pays de résidence. Ce n'est pas le cas avec un contrat français, où il peut rester imposé en France ou être contraint de racheter son contrat. **Cette souplesse constitue un réel avantage pour accompagner la mobilité internationale.**

En complément, **l'offre luxembourgeoise est plus sophistiquée** : elle permet des **contrats multi-devises**, avec **plusieurs banques dépositaires et gestionnaires** au sein d'une même enveloppe. Ce sont des éléments qui intéressent particulièrement une clientèle patrimoniale exigeante, souvent internationale.

S'appuyer sur les éditeurs de solutions : une stratégie éprouvée

Alexandre Peschet

Loïc, concrètement, quel rôle attribuez-vous aujourd'hui aux éditeurs de solutions dans votre transformation digitale ?

Loïc Le Foll

Je suis convaincu qu'il est indispensable de bâtir un écosystème de partenaires spécialisés.

Pendant longtemps, beaucoup d'assureurs pensaient devoir tout développer en interne, mais l'arrivée des Fintech et Assurtech a montré qu'il était bien plus pertinent de rester concentré sur son cœur de métier et de s'entourer d'experts.

Collaborer avec des éditeurs comme UPSIDEO permet d'avancer plus vite et plus efficacement, sans compromis sur la qualité ni sur le contrôle.

C'est une stratégie claire : s'appuyer sur l'expertise externe pour enrichir l'offre interne.

Cette complémentarité nous permet d'être plus agiles, tout en garantissant la solidité et la maîtrise de ce qui fait notre valeur ajoutée.

L'intelligence artificielle : un virage amorcé

Alexandre Peschet

Loïc, on ne peut pas parler d'innovation sans évoquer l'intelligence artificielle. Où en êtes-vous sur ce sujet ?

Loïc Le Foll

Nous faisons partie des précurseurs en France sur ce sujet. Nous avons lancé **Almia**, un moteur d'intelligence artificielle interne basé sur un modèle « **best of breed** » : il combine des technologies comme ChatGPT, Mistral et d'autres, mais dans un **environnement totalement cloisonné**, avec nos données gardées en interne.

C'est essentiel car nous gérons plus de **15 millions d'assurés**. La sécurité et la confidentialité des données sont pour nous absolument essentielles.

Alexandre Peschet

Concrètement, quels sont les usages aujourd'hui ?

upsideo

Editeur de logiciels

**Pour les établissements financiers
et les compagnies d'assurance**



Juliette Parcours de souscription 100% digital

Entrée en relation

KYC et LCB/FT
Précontractuel
DDA (avec IA)

Souscription

Assurance-vie
Compte-titres
SCPI
Private Equity

Opérations

Opérations
Après-Vente

Gestion
Conseillée / Libre

Extranets

Données
financières du
client
Informations

Pour qui ?

Client / Conseiller / Middle-office / Direction

Flow Gestion contractuelle et Rétrocessions

Contrat

KYD
Contrats
Avenants
Relances

Rétrocessions

Entrantes (In)
Sortantes (Out)



upsideo

Groupe  **FASST**

Plateforme technologique de référence

En assurance et patrimoine

Loïc Le Foll

Pour l'instant, nous en sommes à ce que j'appelle **la phase 1.0**, concentrée sur des usages internes. L'IA est déployée depuis le début de l'année et nos collaborateurs commencent à se l'approprier au quotidien. Elle est déjà utilisée dans plusieurs domaines : ressources humaines, opérations, développements informatique, marketing... Elle assiste dans des tâches simples et répétitives et permet de gagner un temps considérable.

Je suis convaincu de la valeur ajoutée de l'intelligence artificielle. À mes yeux, c'est une véritable révolution, comparable, voire plus puissante encore que l'arrivée d'Internet il y a quelques années.

C'est certain : on ne pourra plus s'en passer. Nous n'en sommes qu'aux balbutiements, mais on découvre déjà tout ce qu'elle peut faire : alléger des actes administratifs, automatiser des vérifications. Et quand l'IA sera connectée directement à nos systèmes de gestion et aux interfaces clients, cela ouvrira des perspectives absolument incroyables. Aujourd'hui, cette IA est déployée exclusivement en interne. Nos équipes travaillent à identifier les cas d'usage les plus pertinents pour générer des gains de temps dans chaque service. L'idée est claire : avancer étape par étape, tout en gardant la maîtrise et la sécurité de nos données.

Alexandre Peschet

Quelles seront les prochaines évolutions concrètes de cette intelligence artificielle au sein de votre groupe ?

Loïc Le Foll

La suite, c'est ce que j'appelle **la phase 2.0**. L'idée est de connecter l'IA directement à nos systèmes de gestion et aux interfaces clients. Par exemple, l'IA pourra préanalyser des dossiers, vérifier leur complétude, signaler



immédiatement des alertes pour tout ce qui concerne le KYC ou la conformité. Bien sûr, la décision finale restera toujours humaine, mais l'outil fera gagner un temps précieux.

Côté client, on imagine un avatar virtuel, disponible 24h/24, capable de donner en temps réel la valorisation du contrat, de répondre à des questions simples ou même de proposer des opérations personnalisées. Tout cela va permettre d'aller plus vite, plus loin et d'offrir un meilleur service à l'assuré comme au distributeur. Cela va aussi réduire la charge administrative pour les équipes, tout en libérant du temps pour ce qui compte vraiment : l'humain.

Parce que c'est bien ça, l'idée du digital depuis le début. Automatiser tout ce qui peut l'être, pour que l'humain reste pleinement présent là où il apporte une véritable valeur ajoutée : le conseil, la relation et l'accompagnement.

Nous n'en sommes encore qu'au début, mais tout converge vers un modèle où les systèmes intègrent l'IA pour renforcer la qualité de service sans jamais la déshumaniser.

Vision à trois ans : stratégie et anticipation

Alexandre Peschet

Pour terminer, Loïc, comment voyez-vous les trois prochaines années pour l'assurance vie patrimoniale ? Quelles sont, selon vous, les grandes priorités stratégiques ?

Loïc Le Foll

Comme je le dis souvent, l'assurance vie patrimoniale est en pleine évolution et cette dynamique va encore s'accroître. Je vois plusieurs lignes directrices claires pour les années à venir.

D'abord, il y a la **consolidation des réseaux de distribution**. Depuis quelques années, on assiste à un vrai mouvement de regroupements, souvent soutenus par des fonds de private equity. C'est un phénomène intéressant, mais pour que ces fusions créent vraiment de la valeur, elles doivent absolument s'accompagner d'une **harmonisation des systèmes**. Si on garde une multitude de systèmes différents dans une même structure, on perd en synergie et on ne retrouve pas la qualité de service attendue par les clients finaux.

L'enjeu, pour moi, c'est que cette consolidation juridique et financière se traduise aussi par une consolidation technologique.

Ensuite, la **digitalisation** va rester un facteur décisif. On vit une accélération forte : il y a encore quelques années, un assureur pouvait fonctionner sans être très digitalisé. Ce n'est plus le cas. Aujourd'hui, les banques, les family offices, les CGP, tout le monde est engagé dans **une course au digital**. Cette dynamique creuse un véritable écart entre les acteurs qui ont pris le virage à temps et ceux qui restent en retard. À mes yeux, accumuler trois ou quatre ans de retard en matière de digitalisation est presque impossible à combler, même avec des moyens importants.

L'innovation avance trop vite, c'est un fait.

L'avenir nous dira comment le marché évoluera, mais ceux qui ont attendu trop longtemps constateront rapidement l'écart.

De notre côté, nous avons fait le choix d'investir très tôt : oui, ce sont des montants importants, mais nous ne voyons pas ça comme une dépense, plutôt comme un investissement stratégique, avec un retour attendu à moyen et long terme.

C'est le seul moyen de rester un acteur de référence sur l'épargne patrimoniale.

Enfin, je reste convaincu que tout cela doit poursuivre un objectif essentiel : renforcer la dimension humaine. Le digital, l'IA, les outils SaaS... tout cela doit avant tout libérer du temps pour les équipes, afin qu'elles puissent se consacrer à ce qui compte vraiment : la relation client, le conseil et l'accompagnement à forte valeur ajoutée.

Pour continuer à être au rendez-vous et rester en tête, nous devons préserver ce cran d'avance numérique.

C'est de cette manière que nous consolidons notre position d'assureur de référence dans l'épargne patrimoniale.

Conclusion

Alexandre Peschet

Merci beaucoup Loïc, c'était très clair et très instructif.

Loïc

Avec plaisir Alexandre.

Aujourd'hui, l'assurance vie patrimoniale est à la croisée des chemins. Elle reste un socle financier solide et éprouvé, tout en se diversifiant pour répondre à de nouvelles attentes. Elle devient plus exigeante sur le plan digital, plus technologique grâce à l'IA, et toujours plus centrée sur l'expérience client.

Investir aujourd'hui, c'est préparer demain.

Avec **Almia**, l'appui d'éditeurs comme **UPSIDE** et la combinaison équilibrée entre solutions numériques et supports papier, **nous portons pleinement ce virage technologique.**

Tout cela vise à renforcer la relation humaine, à améliorer la qualité de service et à conforter notre position d'acteur de référence sur le marché de l'épargne patrimoniale.





AG2R LA MONDIALE

A propos

De 1905, année de sa création, jusqu'à nos jours, AG2R LA MONDIALE s'est développé au fil de rapprochements et partenariats stratégiques pour devenir un Groupe unique sur son secteur, relevant des trois Codes (Code des assurances, de la mutualité, de la Sécurité sociale).

Fortement ancré dans les territoires par son histoire, AG2R LA MONDIALE est le spécialiste de la protection sociale et patrimoniale, qui incarne un modèle unique, paritaire et mutualiste, conjuguant performance et solidarité.

En tant que leader dans le domaine de la protection sociale, AG2R LA MONDIALE s'appuie sur une expertise reconnue et une notoriété solide, garantissant un accompagnement fiable et personnalisé.

Les contrats **Vivépargne II** et **Patrimoine Sélection Vie** constituent des solutions incontournables pour protéger l'avenir de vos proches tout en bénéficiant d'une épargne disponible partiellement ou totalement à tout moment pour réaliser vos projets.

upsideo

A propos

UPSIDE0 fait partie du groupe **FASST**, plateforme technologique de référence en assurance et patrimoine. Société d'édition de logiciels, UPSIDE0 conçoit des solutions digitales à destination des établissements financiers et d'assurance.

Les chiffres clés (Groupe FASST)



Quelques références



Solutions

Des solutions fluides et efficaces, conçues pour les institutions financières : compagnies d'assurance, banques, sociétés de gestion et courtiers.

Juliette©

Juliette© est un **parcours de souscription 100% digital** couvrant l'entrée en relation, la souscription, la gestion des opérations et les différents extranets.

L'**IA générative**, intégrée au parcours, contribue à l'amélioration continue de l'expérience client.

Flow©

Flow© digitalise la **relation contractuelle** avec les distributeurs et les fournisseurs, ainsi que la gestion des **rétrocessions** entrantes et sortantes.

“Grâce au digital, l’automatisation libère du temps pour ce qui compte vraiment : la relation client.”

LOÏC LE FOLL

RESPONSABLE ÉPARGNE PATRIMONIALE DU GROUPE AG2R LA MONDIALE
ET CEO CHEZ LA MONDIALE EUROPARTNER

Contactez nous en cliquant [ici](#)