

02.06.2010 - 16:01 Uhr

La nouvelle stratégie d'Helsana

Zurich (ots) -

La réorientation du Groupe Helsana suit son cours comme prévu. Alors que l'entreprise s'apprête à vivre, le 1er juillet 2010, un passage de témoin organisé de longue date entre le CEO Manfred Manser et son successeur Daniel H. Schmutz, sa stratégie a été redéfinie. Le Conseil d'administration a validé aujourd'hui la nouvelle stratégie, conférant à la Direction d'entreprise le mandat de la mettre en oeuvre de manière échelonnée. Les programmes et mesures correspondants, qui comprennent notamment une réduction de 80 millions de francs des coûts d'exploitation d'ici 2012, doivent encore être élaborés en détail.

Helsana souhaite consolider sa position de leader dans les domaines de l'assurance-maladie et de l'assurance-accidents. Forte d'une expérience de plus de 100 ans et de son professionnalisme dans les domaines de l'assurance sociale et privée, l'entreprise a pour ambition de contribuer de manière déterminante à façonner un système de santé axé sur la concurrence et la durabilité.

Concentration sur les besoins des clients et sur une rentabilité durable

Les clients sont au centre des préoccupations. Il y a lieu de répondre à leurs divers besoins par le biais de solutions variées à des prix différenciés. L'orientation résulte d'une segmentation fondée sur des études de marché et non sur des profils de risque déterminés. Les offres doivent, quant à elles, être durablement rentables. Les pertes structurelles ne sont plus admises. Compte tenu de ces éléments, la stratégie multimarques est repositionnée sur une base financièrement et politiquement acceptable.

Une gestion active des prestations sur le marché de la santé

En ce qui concerne la gestion des prestations, Helsana misera de plus en plus sur un achat sélectif de prestations hors des structures associatives. L'entreprise entend ainsi se positionner de manière plus franche sur le marché en tant que gestionnaire de prestations dynamique et couronné de succès. Dans ce domaine également, l'accent est mis sur l'utilité pour les clients. L'objectif est d'influer durablement sur le rapport prix/prestations en matière d'approvisionnement qualitatif en biens et services sanitaires, pour le bénéfice des assurés. Concrètement, il s'agit d'obtenir, pour un même franc de prime, plus de prestations que les concurrents.

Extension du propre service externe

Helsana souhaite intensifier les contacts qu'elle entretient avec sa clientèle en passant par son propre réseau de vente. Par conséquent, le service externe fondé il y a une année sera développé afin de mieux fidéliser la clientèle. De plus, en réunissant les affaires des clientèles privée et entreprises, Helsana uniformise ses processus en ce qui concerne la vente, le service à la clientèle et le règlement des prestations, ce qui dégage des synergies et aboutit à une plus grande efficacité.

Proximité avec la clientèle et ancrage régional

Désormais, Helsana sera organisée en cinq régions (Suisse romande, Mittelland, Zurich/Suisse centrale, Suisse orientale et Suisse

italienne). Les assurés seront suivis depuis les centres régionaux de Lausanne, Worblaufen, Stettbach, St-Gall et Bellinzone. Les sites d'Oltén et de Lucerne, qui n'accueillaient jusqu'ici que des unités chargées du règlement des prestations ou du service à la clientèle seront fermés. Les quelque 120 postes concernés seront transférés à Worblaufen et Stettbach. La question de la structure du réseau de vente au niveau des filiales et agences générales n'a pas encore été réglée. Elle le sera cet automne, pour une mise en application au premier trimestre 2011.

Baisse des coûts d'exploitation de plus de 10 pour cent

Soucieuse de montrer l'exemple, Helsana s'astreint elle-même à une rigueur en termes de coûts avant d'exiger des fournisseurs de prestations qu'ils en fassent de même. En mars 2010, le Conseil d'administration du Groupe Helsana a décidé de réduire de 80 millions de francs les coûts d'exploitation d'ici 2012. Un programme d'économie correspondant est en cours d'élaboration et sera introduit à l'occasion de la mise en oeuvre de la nouvelle stratégie et de la nouvelle structure.

Le Groupe Helsana

Le Groupe Helsana est le leader suisse de l'assurance de personnes. Il épaulé les clientèles privée et entreprises en matière de santé et de prévoyance, ainsi qu'en cas de maladie et d'accident. Avec des recettes de primes de 5,5 milliards de francs, le Groupe Helsana occupe une position de tête sur le marché suisse de l'assurance. Présent sur l'ensemble du territoire, il emploie plus de 3000 collaborateurs répartis sur 70 sites. Le Groupe Helsana est une société anonyme non cotée en bourse, organisée sous forme de holding. Font partie du Groupe Helsana les assureurs-maladie Helsana, Progrès, sansan, avanex, aerosana et maxi.ch (plus de détails sur: www.helsana.ch).

Dans le segment de la clientèle privée, le Groupe Helsana protège près de 2 millions de personnes en Suisse contre les conséquences financières de la maladie, de l'accident, de la maternité et de la vieillesse. Dans le segment de la clientèle entreprises, où l'entreprise n'agit que sous la seule marque Helsana, le Groupe Helsana assure près de 57'000 entreprises et associations (pour plus de 700'000 assurés) contre les conséquences économiques de l'incapacité de travail des employés par suite de maladie ou d'accident. Des prestations liées à la gestion de la santé en entreprise viennent compléter l'offre d'Helsana.

Ce communiqué de presse se trouve également dans le Coin médias sur: www.helsana.ch/media

Contact:

Groupe Helsana
Service médias
Tél.: +41/43/340'12'12
Fax: +41/43/340'02'10
E-Mail: media.relations@helsana.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004725/100604793> abgerufen werden.