



<b>Intitulé de la mission</b>	<b>Valorisation d'actifs Groupe MAIF</b>
<b>Client</b>	<b>MAIF Assurance / Direction Financière &amp; Communication</b>
<b>Année de réalisation</b>	2007 - 2008
<b>Objectif / Problématique</b>	
Evaluer la valeur financière des activités et des marques du groupe de mutuelles d'Assurance MAIF en vue de nourrir la vision stratégique visant à développer des partenariats stratégiques et déterminer un nouveau modèle de croissance tenant compte des valeurs mutualistes du Groupe.	
<b>Approche</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Cartographie des actifs principaux du groupe MAIF avec leur valeur financière,</li><li>- Analyse de l'environnement économique (univers concurrentiel, modèle économique des activités sous-jacentes,...),</li><li>- Analyse des valeurs marketing propres à chacune des marques du groupe MAIF avec une analyse de la valeur à partir d'une segmentation du portefeuille client,</li><li>- Evaluation de la stratégie marketing permettant, la répartition des valeurs propres à chacune des activités et des marques, pour leur affecter des variables économiques ou financières,</li><li>- Recueil des informations de marchés et des prévisions d'activité, avec évaluation des budgets d'investissement et de fonctionnement associés (par nature de dépenses marketing, par marques, par offre de service, ...),</li><li>- Mise en œuvre de la méthodologie d'analyse de la valeur à date et de la valeur prévisionnelle pour effectuer les calculs de valorisation basés sur :<ul style="list-style-type: none"><li>o la méthodologie des bénéfices futurs,</li><li>o la méthodologie des options réelles,</li></ul></li><li>- Définition de l'architecture de valorisation avec les argumentaires et scénarii, validés durant la mission par la Direction Générale du groupe MAIF,</li><li>- Fourniture des résultats finaux avec outils de pilotage permettant de moduler la valorisation à partir des variables économiques choisies.</li></ul>	
<b>Résultats</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Structure d'activités et de marques définie et validée au niveau marketing,</li><li>- Modélisation des fourchettes de valeur à la direction financière,</li><li>- Distribution de la valeur en regard de l'argumentaire et mise en évidence des « value drivers »,</li><li>- Obtention des valeurs finales avec les scénarii permettant d'affiner les valeurs en fonction de l'évolution d'indicateurs marketing et/ou économiques.</li></ul>	
<b>Compétences spécifiques mises en œuvre dans le cadre de cette mission</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Méthodologie de diagnostic financier et marketing,</li><li>- Analyse stratégique de l'activité et de l'évolution de l'environnement concurrentiel,</li><li>- Modélisation financière,</li><li>- Conduite de projet complexe.</li></ul>	