

« Dès le démarrage, nous avons eu un interlocuteur unique chez Business Document »

MFA : l'éditique en mode projet



Pour la MFA, l'éditique est aujourd'hui une des clés de la performance. La mutuelle a opté en 2003 pour les solutions Bdoc : une petite révolution en termes de fiabilité, de confort pour les équipes et de qualité des documents.



Oktay Engintalay
Directeur informatique

MFA en bref

Fondée en 1930, la MFA est l'une des premières mutuelles d'assurances françaises. Spécialiste historique de l'assurance des artisans taxi, la MFA couvre aussi les besoins des particuliers.

Effectif : 185 personnes

Equipe informatique : 15 personnes

Total des cotisations acquises : 60 millions d'euros

Chiffres clés

- 92 000 adhérents
- 15 agences en Ile-de-France,
4 en province
- 144 000 contrats gérés
- 380 modèles de documents
- 900 documents imprimés en différé par jour contre 1 200 en temps réel

Bénéfices

- Gain de temps sur la production
- Gain en fiabilité et en visibilité
- Amélioration de la qualité des documents
- Très bonne intégration dans l'architecture distribuée de la MFA

Avec 92 000 adhérents et 144 000 contrats gérés, la Mutuelle Fraternelle d'Assurances (MFA) entend rester une structure de dimension humaine. "Notre philosophie est d'entretenir des relations personnalisées avec les sociétaires et de développer une gamme de produits d'assurances 'sur mesure', explique Oktay Engintalay, directeur informatique. Fondée par des chauffeurs de taxi en 1930, MFA a, au fil du temps, développé son activité auprès des professionnels de la route en général, mais aussi des particuliers. "Nous proposons aujourd'hui une gamme complète de produits d'assurances : automobile, habitation, loisirs ou encore des complémentaires santé et prévoyance, sans oublier le crédit." Autant dire qu'en matière d'édition de documents, la performance doit être au rendez-vous.

La migration s'impose

Pourtant, la solution éditique retenue en 2000 lors d'une migration globale du système d'information ne convient pas. Et ce pour plusieurs raisons. La première et la plus importante est le manque de fiabilité, notamment dans l'architecture distribuée qui est celle de MFA. Par ailleurs, l'application manque cruellement de souplesse et il est très difficile de faire évoluer les documents. "Notre solution ne nous permettait pas de modifier simplement et rapidement les modèles de documents. Cela était pour nous un réel handicap, tant sur les aspects réglementaires que pour le service marketing, auquel nous n'étions pas capables de proposer une réactivité suffisante. À tel point que ce dernier était contraint de créer lui-même des documents nouveaux et de faire appel à un prestataire extérieur. Avec, évidemment, des coûts supplémentaires", explique Oktay Engintalay. Enfin, les fonctionnalités étaient très limitées, notamment sur les aspects graphiques, et au final, les documents ne satisfaisaient personne. C'est ainsi qu'en 2002, lorsque Oktay Engintalay prend ses fonctions de directeur informatique, sa première décision est le remplacement de cette application éditique. "Il nous fallait une solution qui soit compatible avec les spécificités de notre architecture technique, à savoir un environnement Citrix, des applications distribuées et un accès via des terminaux Wise en agence." Cette première exigence élimine, de fait, un certain nombre de solutions du marché. "Notre deuxième priorité était de trouver un prestataire qui propose une approche projet. Seul Business Document nous a convaincu sur cet aspect."

Un projet bouclé en moins de six mois

Et Business Document tient ses promesses. *“Dès le démarrage (fin octobre 2003, ndlr), nous avons eu un interlocuteur unique chez Business Document et nous avons nommé un chef de projet MFA. Nous sommes restés entre informaticiens les trois premières semaines afin d'établir le cadre du projet.”* Dès la fin du premier mois, des utilisateurs sont intégrés dans ce groupe de travail et tous les documents sont passés en revue.

“Le groupe de travail a redessiné les documents avec Word, toujours en relation avec le chef de projet informatique pour les données variables émanant de notre application métier. Ainsi, les flux de données à envoyer au moteur de production de Bdoc ont toujours été pris en compte.” En tout, plus de 300 lettres types sont à rebasculer dans la nouvelle solution.

L'installation et le paramétrage sont effectués par les équipes de Business Document, qui assurent également une formation de cinq jours à destination des informaticiens. *“L'application a été mise en exploitation dès mars 2004 avec un premier lot de 150 documents. Nous avons fini de reprendre les 150 documents restants l'année dernière.”*

« Les utilisateurs n'héritent plus à faire leurs demandes de modification : ils savent que tout sera pris en compte très rapidement. »



Une solution unique pour tous les types d'impression

Aujourd'hui, le moteur de production de Bdoc est entièrement piloté par l'application métier de MFA, qu'il s'agisse des impressions en temps réel (1 200 documents par jour, ndlr) ou différées. *“La solution Bdoc génère des fichiers spool très légers et, désormais, les impressions en agences sont immédiates là où avant il fallait attendre plusieurs minutes.”* Les impressions en différé sont, quant à elles, directement liées à l'activité du centre d'appels de MFA. *“Les contacts étant téléphoniques, il n'y a pas nécessité d'imprimer immédiatement les documents. Ainsi, tout est mémorisé, puis les flux de données sont recréés au moment de l'impression, à savoir deux fois par jour. Ces impressions différées concernent des lots de 200 à 300 documents en moyenne.”*

Gain de fiabilité et de performance

La satisfaction est au rendez-vous, tant du côté des utilisateurs finaux que de la production informatique.

“Les utilisateurs sont devenus très gourmands, s'amuse Oktay Engintalay, et n'hésitent plus à faire leurs demandes de modification : ils savent que tout sera pris en compte très rapidement.” Car le gain de temps est immense pour les équipes informatiques, qu'il s'agisse de créer ou modifier les documents. Et ce n'est pas tout : elles ont aujourd'hui une visibilité à toute épreuve tant au moment du développement que du passage en exploitation ou de l'utilisation. *“La moindre anomalie est signalée grâce à une alerte mail et nous pouvons désormais réagir en temps réel... Fini la hotline pour les utilisateurs !”*

Enfin, le service marketing a acquis de grandes possibilités de personnalisation des mailings et la stratégie n'est plus limitée par l'édition. Au contraire ! *“Dans quelques semaines, les messages commerciaux seront automatiquement intégrés dans les documents en fonction d'une dizaine de critères précis de ciblage. Chaque document sera donc personnalisé en fonction du profil du destinataire.”* Une automatisation qui ira même, à terme, jusqu'à la prise en compte de la taille du message en fonction de la place disponible ou encore de la cohérence des messages entre eux dans le cas où plusieurs seraient intégrés.