

**10 ans de transformation des canaux d'information et de contacts  
au service de l'accessibilité et de l'amélioration de la qualité de service**

**Avec 55 millions de bénéficiaires<sup>1</sup> et 230 millions de contacts entrants comptabilisés en 2013, le régime général de l'Assurance Maladie constitue l'une des organisations les plus sollicitées par ses publics en France.**

Pour répondre à ces sollicitations qui vont croissant, l'Assurance Maladie a entrepris **un important virage numérique** grâce au développement des technologies de l'information et de la communication, en permettant aux assurés d'accéder à une offre de service la plus adaptée possible à leurs attentes. Elle dispose désormais de moyens qui lui permettent de faire davantage pour ses publics, tout en poursuivant l'objectif global d'efficience qui est le sien.

Aujourd'hui, Internet est devenu le lien principal entre l'institution et ses assurés. **Le site ameli.fr, qui est l'un des sites publics les plus consultés, avec plus de 110 millions de visites annuelles**, joue un rôle majeur d'information et d'orientation des publics.

**L'espace personnel ameli s'est imposé avec 15,8 millions de comptes ouverts depuis sa création en 2008, soit un taux de pénétration de l'ordre de 44% au sein de la population des assurés<sup>2</sup>.** Au rythme de progression actuel, avec un objectif de 17 millions de comptes ouverts fin 2015, **c'est ainsi près d'1 assuré sur 2 qui sera alors détenteur d'un compte.**

Ces canaux de contact dématérialisés sont aujourd'hui connus, reconnus et fréquemment consultés par les publics de l'Assurance Maladie. **Les services en ligne jouent désormais un rôle essentiel pour rendre accessible et toujours d'actualité l'information apportée, comme pour accélérer le traitement des dossiers et faciliter les démarches de tous, de manière homogène en tous points du territoire.**

Afin de développer encore davantage l'offre proposée aux assurés, **l'Assurance Maladie investit à présent le champ du web 2.0** en ouvrant un compte Twitter @CnamtsOfficiel. Elle va par ailleurs déployer un **forum d'entraide sur ameli.fr** et développer sa présence sur Facebook.

**Mieux répondre aux attentes de ses publics en les orientant vers le meilleur canal en fonction de leur demande, c'est tout l'enjeu de la stratégie multicanale** que développe l'Assurance Maladie depuis quelques années, qui va s'accélérer dans le cadre de la Convention d'Objectifs et de Gestion (COG) récemment signée entre l'Etat et la Cnamts (2014-2017).

De la sorte, **l'Assurance Maladie s'inscrit pleinement dans les travaux conduits par les pouvoirs publics en faveur de la modernisation de l'action publique**, ses initiatives trouvant déjà une traduction au sein des **41 mesures du plan de simplification pour les particuliers** annoncées le 5 novembre, comme par exemple la consultation de la Carte Européenne d'Assurance Maladie (CEAM) qui sera possible sur smartphone fin 2015.

**Contacts presse Caisse nationale d'Assurance Maladie**

Amélie Ghersinick - 01 72 60 18 29 - [amelie.ghersinick@cnamts.fr](mailto:amelie.ghersinick@cnamts.fr)  
Céline Robert-Tissot - 01 72 60 13 37 - [celine.robert-tissot@cnamts.fr](mailto:celine.robert-tissot@cnamts.fr)  
Lucie Hacquin - 01 72 60 17 64 - [lucie.hacquin@cnamts.fr](mailto:lucie.hacquin@cnamts.fr)

<sup>1</sup> Assurés et ayant-droits.

<sup>2</sup> Assurés seuls, hors ayant-droits.

## **Sommaire**

### **I. Une mutation en marche, sous l'influence du numérique**

1. Des canaux de contacts dématérialisés connus et consultés
2. Les téléservices : première ligne de contact entre l'Assurance Maladie et ses assurés
3. Une réponse aux attentes des assurés
4. Une obligation d'efficience de l'Assurance Maladie

### **II. Une mutation qu'il reste à conforter et accélérer**

1. Renforcer l'usage et la notoriété de certains services
2. Maintenir un maillage territorial substantiel
3. Enrichir le compte, pour plus de réassurance et plus de fonctionnalités
4. Refondre l'écosystème ameli, levier de la stratégie multicanale

### **III. Les réseaux sociaux : une nouvelle étape franchie dans la stratégie multicanale de l'Assurance Maladie**

### **IV. Annexes**

Annexe 1 - Stratégie multicanale : principales données de fréquentation

Annexe 2 - Le compte ameli : services proposés

## I. Une mutation en marche, sous l'influence du numérique

Alors que les usages numériques des consommateurs au sens large, ne cessent d'évoluer, l'Assurance Maladie se doit de proposer à ses assurés une offre la plus adaptée possible à leurs attentes : produits numérisés, nouveaux canaux de contact... **Ceci permet de renforcer la relation directe et continue avec eux.**

Depuis plusieurs années, l'Assurance Maladie a donc amorcé **un virage numérique conséquent**, représentatif de la modernisation globale importante de l'institution.

Ce tournant majeur favorise de manière importante les interactions entre l'Assurance Maladie et ses publics avec au premier rang de ceux-ci, ses assurés. Il permet notamment d'optimiser un certain nombre de processus, modifiant de manière pérenne la manière dont les assurés s'informent, communiquent avec l'Institution et réalisent leurs démarches.

**Cette évolution est d'abord le moyen pour l'Assurance Maladie d'améliorer son engagement de service auprès de l'ensemble de ses publics**, en simplifiant et en automatisant les processus qui peuvent l'être. Elle permet à l'assuré d'utiliser des téléprocédures en toute autonomie et d'accomplir leurs formalités en temps réel (demande de Carte Européenne d'Assurance Maladie, déclaration de perte ou de vol de la carte Vitale...).

### 1. Des canaux de contacts dématérialisés connus et consultés

Cette révolution numérique se manifeste de nombreuses manières, et notamment par le fait que l'Assurance Maladie dispose aujourd'hui de canaux de contact dématérialisés, connus, reconnus et largement consultés par ses publics.

**La notoriété et la consultation de ces canaux d'information en ligne sont en effet en progression notable depuis 5 ans<sup>3</sup>**, illustration d'une réelle évolution dans la relation entre l'Assurance Maladie et ses assurés.

A titre d'exemple, le site **ameli.fr** (« l'Assurance Maladie en ligne ») créé en 2005 est désormais indissociable de l'institution dont il a contribué à moderniser très fortement l'image : les deux-tiers des Français (64%) et les trois quarts (72%) des assurés attribuent ce site à l'Assurance Maladie<sup>4</sup>.

Par ailleurs, aujourd'hui, **plus de 8 assurés sur 10 connaissent le site ameli**, et près de la moitié d'entre eux (46%) déclare avoir déjà consulté le site, une fréquentation en augmentation de 8 points par rapport à l'année 2011<sup>5</sup>.

Corollaire du site, **le compte ameli** est, quant à lui, désormais connu de **3 assurés sur 4** (76%, pour seulement 58% en 2011, soit une hausse de 18 points).

Le site ameli-santé, qui permet de trouver des informations et des conseils en matière de santé, est **connu aujourd'hui de 62% des assurés**, contre seulement 41% en 2011.

---

<sup>3</sup> Date de la mise en place du Baromètre de la relation des assurés avec l'Assurance Maladie.

<sup>4</sup> Etude menée par l'institut BVA pour la Cnamts - Septembre 2013. Enquête réalisée par téléphone auprès d'un échantillon national représentatif de 953 personnes âgées de 18 ans et plus, du 6 au 7 septembre 2013.

<sup>5</sup> Baromètre de la relation des assurés avec l'Assurance Maladie - BVA pour la Cnamts - Juin 2014. Enquête réalisée auprès de 1811 assurés et ayant-droits âgés de 16 ans et plus, par téléphone, du 14 au 30 avril 2014, selon un échantillon dont la représentativité a été assurée selon les critères de sexe, âge, profession du chef de famille, région et catégorie d'agglomération.

Question : « Je vais vous citer à présent des services d'information que l'Assurance Maladie vous propose. Pour chacun dites-moi si vous l'avez déjà consulté OU si vous ne l'avez pas consulté mais que vous en avez déjà entendu parler OU si vous n'en avez jamais entendu parler ? ».

Concernant l'annuaire des professionnels de santé, ce sont désormais 50% des assurés qui **affirment connaître cet outil en 2014** (contre 31% en 2011).

En s'inscrivant pleinement dans les usages actuels de forte tendance à la dématérialisation, l'Assurance Maladie renforce ainsi son image d'institution innovante dans sa relation vers ses publics.

Soucieuse de répondre au mieux aux attentes de ses assurés et d'améliorer la qualité de son service, l'Assurance Maladie évalue régulièrement la perception et la satisfaction de ses publics à cet égard, notamment la qualité de la relation.

La 4<sup>ème</sup> vague de son baromètre de la relation menée en 2014<sup>6</sup> révèle ainsi que **les assurés évaluent de façon positive la relation qu'ils entretiennent avec l'Assurance Maladie en lui attribuant une note moyenne de 7,4/10**. Au global, ce sont plus de la moitié des assurés (52%) qui attribuent une très bonne note (s'étageant de 8 à 10), **dont 21% qui donnent une note excellente (9/10)**. On observe que **les personnes diabétiques, de même que les assurés les plus âgés (50 ans et plus), qui sont naturellement davantage en lien avec l'Assurance Maladie, sont encore plus satisfaits** de la relation (ils attribuent respectivement les notes moyennes de 8 et 7,7).

Les enquêtes réalisées par ailleurs dans le cadre de l'évaluation « Qualité » des différents canaux confirment cette appréciation générale. En 2013, le taux de satisfaction des assurés à l'égard des différents canaux de contact de l'Assurance Maladie est de **88% pour ameli.fr, 82% pour l'accueil physique, 78% pour l'accueil téléphonique et 72% pour les courriers et les mails**.

Dans un contexte de très forts volumes de contacts et d'exigence accrue des publics, l'ambition de l'Assurance Maladie est **de continuer de garantir l'accessibilité et l'homogénéité de son offre sur l'ensemble du territoire tout en étoffant ses services en ligne et en libre-service**.

Il s'agit, concrètement, **d'orienter le mieux possible l'assuré social vers le canal le plus pertinent en fonction de sa demande et de sa capacité à recourir à ce canal : c'est l'enjeu principal de la stratégie multicanale** que développe actuellement l'Institution et qu'elle déploiera de manière encore plus ambitieuse au cours de la Convention d'Objectifs et de Gestion (COG) 2014-2017 en proposant, de façon proactive, des offres de service adaptées aux attentes des assurés.

Elle vise par là-même à répondre à sa mission fondamentale de service public qui lui confère, entre autres, le devoir de faciliter l'accès aux soins de ses assurés, notamment en mettant à leur disposition une information la plus simple et la plus lisible possible sur leurs droits et leurs démarches et une offre de services homogène sur l'ensemble du territoire. La diversification croissante des canaux de contact, aidée par l'essor des technologies de l'information et de la communication, constitue un levier essentiel au service de cette mission première.

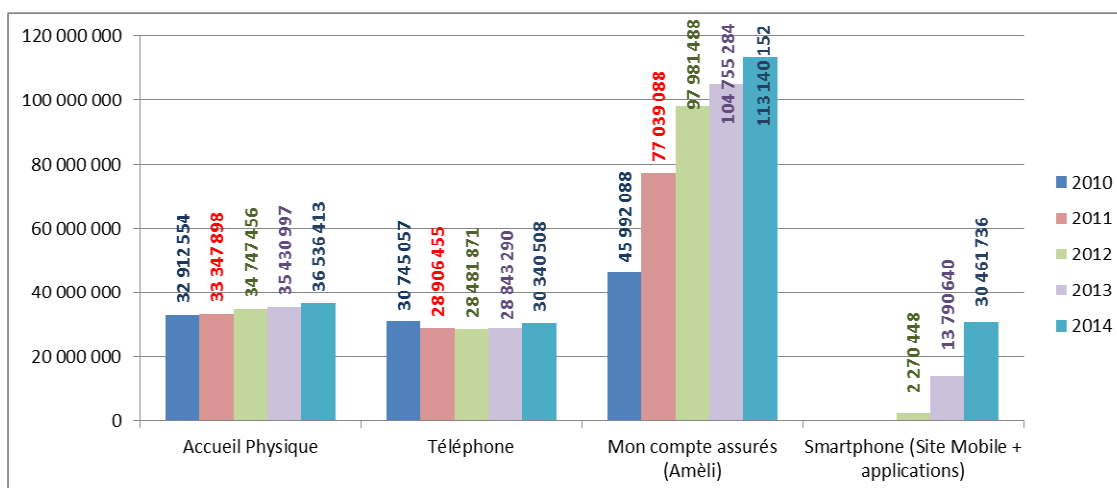
---

<sup>6</sup> Baromètre de la relation des assurés avec l'Assurance Maladie - BVA pour la Cnamts - Juin 2014. Enquête réalisée auprès de 1811 assurés et ayant-droits âgés de 16 ans et plus, par téléphone, du 14 au 30 avril 2014, selon un échantillon dont la représentativité a été assurée selon les critères de sexe, âge, profession du chef de famille, région et catégorie d'agglomération.

## 2. Les téléservices : première ligne de contact entre l'Assurance Maladie et ses assurés

Ces dernières années, les services en ligne se sont très fortement développés. Ils constituent aujourd'hui les premiers points de contact entre l'Assurance Maladie et ses assurés avec, par exemple, plus de 110 millions de visites annuelles sur le site ameli.fr, contre 36 millions pour l'accueil physique et 30 millions pour le téléphone.

**Figure 1 - Nombre total de contacts entrants des assurés par canal de contact**  
(extrapolé pour 2014)

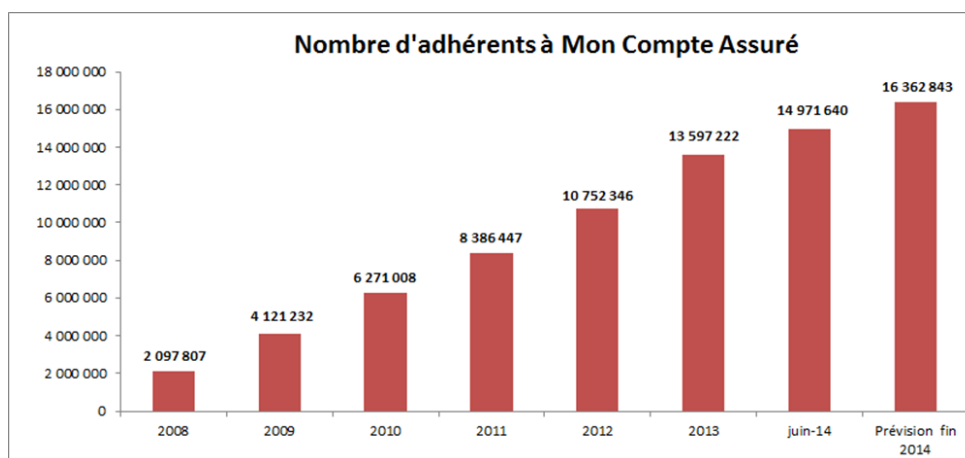


Il s'agit là d'une évolution substantielle dans la relation entre l'Assurance Maladie et ses assurés, qui répond aux besoins nouveaux exprimés par ces derniers, en termes aussi bien d'instantanéité que d'interactivité.

Témoins de ce changement, les usages du compte ameli ont connu une croissance rapide, celui-ci répondant à un vrai besoin des assurés qui souhaitent d'abord s'informer sur les remboursements effectués par l'Assurance Maladie - **les deux-tiers des consultations concernent en effet la rubrique « mes paiements »** -, mais qui y trouvent également une offre étoffée de téléservices facilitant les autres démarches en ligne.

**Figure 2 - Progression des adhérents au compte**

En novembre 2014, **15,8 millions d'assurés** détiennent un compte personnalisé sur ameli.fr, soit un **taux de pénétration de l'ordre de 44%** au sein de la population des assurés<sup>7</sup>.



<sup>7</sup> Assurés seuls, hors ayant-droits.

Au rythme de progression actuel, avec un objectif de **17 millions de comptes ouverts fin 2015, c'est ainsi près d'1 assuré sur 2 qui sera alors détenteur d'un compte.**

Chaque jour, 315 000 visiteurs distincts se connectent à leur compte, tous terminaux confondus, pour près de **15 millions de connexions par mois en moyenne.** Ceci, notamment pour correspondre avec leur caisse : en 2013, les conseillers de l'Assurance Maladie ont reçu et traité environ **4 millions d'e-mails** avec comme engagement de service de fournir une réponse sous **48 heures ouvrées.**

L'Assurance Maladie évolue avec ses assurés. Aujourd'hui, **ils utilisent de plus en plus leur téléphone portable pour accéder aux services en ligne.** Près de 7 millions de Français s'informent d'ailleurs sur leur santé sur Internet via un smartphone ou une tablette<sup>8</sup>. Pour eux, l'Assurance Maladie a mis en place **une application mobile du compte ameli** qui rencontre un franc succès, avec plus de **2 millions de téléchargements** à son actif, depuis sa mise en ligne en avril 2013 (iOS et Android).

Celle-ci permet à chaque assuré de :

- Consulter ses remboursements de santé ;
- Télécharger ses attestations de droits ou d'indemnités journalières ;
- Commander sa Carte Européenne d'Assurance Maladie (CEAM) pour être bien remboursé lors de ses voyages en Europe ;
- Echanger avec sa caisse d'Assurance Maladie par courrier électronique ;
- Vérifier la bonne transmission de ses paiements à son organisme complémentaire.

Toujours dans ce contexte de modernisation, **les guichets en libre-service utilisés depuis 2005 sont remplacés depuis 2013 par des bornes multiservices** qui proposent une offre en harmonie avec les services proposés sur les autres canaux, et notamment sur le compte ameli.

**Ces bornes permettent de réaliser un nombre conséquent d'opérations courantes, de manière rapide et autonome,** telles que la mise à jour de la carte Vitale, l'édition d'une attestation, l'obtention d'informations sur un remboursement, l'obtention d'une attestation de versement des indemnités journalières et la demande d'une Carte Européenne d'Assurance Maladie.

**Elles constituent un atout précieux pour fluidifier le trafic et servir rapidement les assurés dans les accueils en accélérant les démarches les plus simples, en complément de l'offre sur Internet et sur smartphone.** Elles sont disponibles dans chaque caisse primaire d'Assurance Maladie, utilisables après l'aiguillage d'un agent d'accueil ou de manière autonome, et accessibles 24h/24 en façade dans certaines communes.

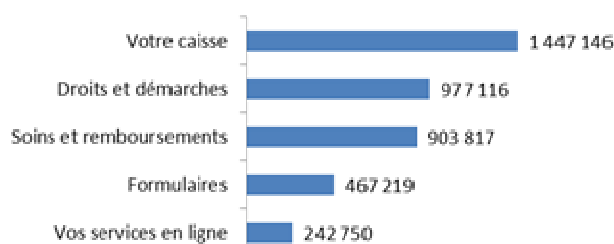
Pour sa part, **le site ameli.fr s'est imposé comme une référence en matière d'information auprès du public.** Il s'agit en effet du **premier site de service public** en nombre de pages vues et du deuxième en termes de visiteurs uniques (après service-public.fr)<sup>9</sup>. Il constitue ainsi le **premier point de contact entre l'Assurance Maladie et ses publics** (assurés, en particulier, mais aussi professionnels de santé et employeurs) et un carrefour d'audience incontournable avec 5 millions de visiteurs uniques par mois et près de **10 millions de visites mensuelles.**

---

<sup>8</sup> Etude « A la recherche du ePatient » (LauMa communication, Patient&web, TNS Sofres, Doctissimo, avril 2013).

<sup>9</sup> Source : Médiamétrie, décembre 2013.

**Figure 3 - Principaux motifs de connexion à l'espace assuré du site ameli.fr**  
(Nombre de visites mensuelles en moyenne, sur 5 mois, de septembre 2013 à janvier 2014)



**La conseillère virtuelle Amélie**, que les assurés peuvent interroger directement sur ameli.fr, assure quant à elle près de **90 000 conversations** par mois en moyenne.

Site récent, créé en 2010, **ameli-santé** a trouvé son public avec, en 2014, **1,5 million de visites mensuelles** (vs 450 000 en 2014). Depuis les facteurs de risque et les symptômes jusqu'aux traitements en passant par la prévention et le dépistage, il développe une pluralité de thématiques répondant aux assurés selon leur situation. Des conseils d'experts et de nombreux contenus multimédias facilitent l'accès à une information parfois complexe. Chaque information est sourcée, validée par des professionnels de santé et repose sur des recommandations officielles.

Enfin, **l'annuaire des professionnels de santé (www.ameli-direct.fr)**, qui permet aux assurés de se renseigner sur leurs coordonnées, leurs tarifs, leur utilisation ou non de la carte Vitale ainsi que sur les éventuels dépassements d'honoraires, a reçu **plus de 5 millions de visites** en 2013. Il recense plus de **70 spécialités médicales** et propose aussi une information détaillée sur les établissements de soins.

### 3. Une réponse aux attentes des assurés

Ce très fort développement des services en ligne permet de répondre aux attentes des assurés, toujours en quête d'une offre de service la plus qualitative possible.

Aujourd'hui, la grande majorité des démarches administratives peut être effectuée en ligne : les procédures sont simplifiées et plus rapides, l'accès à l'information est facilité.

La dématérialisation a notamment permis d'offrir aux assurés **plus de praticité et de liberté dans leurs démarches**. Ils ne sont plus obligés de se déplacer dans leur caisse primaire d'assurance maladie ou d'appeler une plate-forme téléphonique pour réaliser les démarches courantes, telles que la consultation des remboursements, la demande d'attestation de droits, de Carte Européenne d'Assurance Maladie, bénéficiant ainsi d'un **gain de temps** non négligeable.

Du point de vue de **l'accessibilité** et de **l'égalité des territoires**, **les choses ont également évolué**. Dorénavant, **un assuré habitant dans une zone rurale, à distance des centres administratifs se trouve sur le même pied d'égalité qu'un assuré citadin** : tous deux peuvent réaliser une grande partie des démarches sur ameli.fr et via le compte en ligne, sans avoir à se déplacer, et sans contrainte horaire. Ces services sont en effet accessibles à chacun depuis son domicile, 24h/24 et 7 jours/7.

En outre, l'assuré peut également obtenir des **informations personnalisées sur sa situation, ses droits et ses démarches**. Cela permet notamment de favoriser le recours aux droits : les services proposés par l'Assurance Maladie permettent effectivement aux

assurés de savoir s'ils sont éligibles à certaines aides et allocations et, si oui, qu'ils puissent en bénéficier de la manière la plus simple et rapide possible.

#### **Focus sur... le simulateur CMUC-ACS**

Depuis deux ans, l'Assurance Maladie met à la disposition des assurés disposant de faibles ressources et rencontrant des difficultés à financer leur mutuelle, un simulateur de droits à la CMUC et à l'ACS, **afin de savoir aisément s'ils ont droit à l'une de ces aides et s'ils peuvent donc en faire la demande**. Accessible sur ameli.fr dès la page d'accueil de l'espace Assurés, **le résultat de cette simulation est obtenu en seulement 5 étapes**.

*A noter : il s'agit du second simulateur mis en place par l'Assurance Maladie. Les assurés peuvent depuis plusieurs années estimer le montant des indemnités journalières perçues s'ils souhaitent bénéficier d'un congé maternité ou paternité, toujours en se rendant sur ameli.fr.*

#### **4. Une obligation d'efficience de l'Assurance Maladie**

Avec le développement important des canaux de contact en ligne, l'Assurance Maladie poursuit le double objectif d'**améliorer à la fois son efficience et sa qualité de service**.

De manière globale, l'utilisation de plus en plus importante des téléservices a permis de répondre aux enjeux suivants :

- Garantir **un service continu et homogène sur tout le territoire** et à tous les assurés ;
- **Optimiser les coûts de gestion** : l'augmentation des services en ligne a ainsi permis d'importantes économies d'affranchissement, de l'ordre de 25 millions d'euros entre 2009 et 2013.
- **Mieux gérer les ressources** et compétences existantes dans un contexte financier contraint.

Tout en réduisant ses coûts de gestion - en 2013, les coûts de gestion<sup>10</sup> s'élèvent désormais à 3,52% du budget annuel, contre respectivement 3,73% en 2010 et 4,42% en 2004 - l'Assurance Maladie a donc, dans le même temps, gagné en performance.

<sup>10</sup> Soit le ratio entre charges de gestion courante Maladie y compris gestion CMU-C et AME sur Prestations Maladie et prestations CMU-C et AME.



## II. Une mutation qu'il reste à renforcer et accélérer

Les mutations déjà importantes accomplies ces dernières années se poursuivent aujourd'hui, pour simplifier encore davantage les demandes d'information et les démarches des assurés.

En effet, **ces derniers n'utilisent pas toujours le canal le plus adapté**, ni le plus rapide, tant pour s'informer que pour effectuer leurs démarches.

L'exemple du compte ameli en témoigne : si le taux d'adoption est important (avec 15,8 millions de comptes ouverts à date), **une palette de services offerts demeure insuffisamment utilisée au regard de leur valeur ajoutée**. Les deux-tiers des visites sur le compte se concentrent ainsi sur la consultation des relevés de remboursements ou des versements de rentes (rubrique *vos paiements*) alors que le compte - mais aussi le site ameli ou les bornes interactives - proposent de nombreux téléservices susceptibles de répondre à des besoins courants des assurés sociaux.

### 1. Renforcer l'usage et la notoriété de certains services

En 2013, **plus de 3 millions d'appels téléphoniques concernaient un changement d'adresse**, de situation, alors que la rubrique « Profil » du compte ameli permet d'effectuer ces mises à jour en quelques clics. De fait, une étude récente de l'Assurance Maladie montre que **51% des assurés ne savent pas qu'ils peuvent déclarer leur changement d'adresse depuis leur compte personnel**<sup>11</sup>.

Toujours l'an dernier, **plus de 1,5 million de personnes se sont également déplacées dans leur caisse pour effectuer une commande de Carte Européenne d'Assurance Maladie (CEAM), tandis que 2 millions utilisaient Internet pour cette même démarche**, s'économisant ainsi les délais d'attente aux accueils. Le potentiel de développement du téléservice reste donc important mais celui-ci pâtit d'une méconnaissance encore élevée : **67% des assurés ne savent pas qu'ils peuvent demander depuis leur compte une CEAM pour leurs voyages et déplacements à l'étranger**<sup>12</sup>.



Aussi l'Assurance Maladie utilise-t-elle massivement ses médias propriétaires pour mieux faire connaître les services du compte ameli, notamment à travers ses lettres et e-news d'information vers les assurés.

Dans ce même objectif, **le site ameli**, qui est un vecteur important de promotion du compte, avec un taux d'affluence de 43%, a également évolué pour **valoriser davantage les services proposés par le compte**, à travers une ergonomie et une maquette repensées.

<sup>11</sup> Baromètre de la relation des assurés avec l'Assurance Maladie - BVA pour la Cnamts - Juin 2014. Enquête réalisée auprès de 1811 assurés et ayant-droits âgés de 16 ans et plus, par téléphone, du 14 au 30 avril 2014, selon un échantillon dont la représentativité a été assurée selon les critères de sexe, âge, profession du chef de famille, région et catégorie d'agglomération.

Question : « Concernant le compte personnel sur ameli.fr, saviez-vous que grâce à ce compte vous pouviez déclarer un changement d'adresse ? ».

<sup>12</sup> Baromètre de la relation des assurés avec l'Assurance Maladie - BVA pour la Cnamts - Juin 2014. Enquête réalisée auprès de 1811 assurés et ayant-droits âgés de 16 ans et plus, par téléphone, du 14 au 30 avril 2014, selon un échantillon dont la représentativité a été assurée selon les critères de sexe, âge, profession du chef de famille, région et catégorie d'agglomération.

Question : « Concernant le compte personnel sur ameli.fr, saviez-vous que grâce à ce compte vous pouviez demander votre CEAM pour vos voyages et déplacements à l'étranger ? ».

**Les caisses d'assurance maladie conduisent également des actions de promotion de ces services au niveau local**, à travers des campagnes sms, les écrans vidéo implantés dans les accueils et les contacts téléphoniques et physiques entre les agents d'accueil et les assurés.

Enfin, **l'Assurance Maladie va conduire une campagne d'information en radio et dans les médias digitaux** (du 22 novembre au 9 décembre 2014). Celle-ci présentera aux assurés **3 services-clés du compte** dont l'usage est source de simplicité et de facilité : **le téléchargement de l'attestation de droits, la commande de CEAM et la messagerie permettant de contacter sa caisse par e-mail.**

Ces actions d'information sont d'autant plus pertinentes et nécessaires que les assurés sont de plus en plus en attente de services d'e-administration, facilitant les démarches au quotidien, qui évitent déplacements ou temps d'attentes inutiles, comme l'indique une enquête réalisée récemment.

### **Des Français en attente de services de e-administration<sup>13</sup>**

Les Français estiment que l'administration numérique présente de nombreux avantages.

**Une très large majorité d'entre eux (83%) estime qu'elle permet d'améliorer la rapidité et la qualité du service proposé** par les services de l'Etat à leurs usagers.

Les trois-quarts d'entre eux (76%) souhaitent d'ailleurs **réaliser davantage de démarches administratives en ligne**, plutôt que par courrier, par téléphone ou en se déplaçant.

Par ailleurs, au-delà de leur intérêt propre, ils jugent que cela permet à l'Etat d'investir dans le numérique (76%) mais aussi de **réduire ses dépenses** (73%).

Enfin, 72% estiment que cela permet de diffuser la culture numérique au grand public en l'incitant à utiliser ces outils.

## **2. Maintenir un maillage territorial substantiel**

Même si la notion d'accessibilité aux services publics évolue avec la part grandissante prise par les nouvelles technologies qui ont permis la démultiplication des canaux et des modes de contacts, l'Assurance Maladie s'est appliquée à **maintenir un maillage de proximité rénové** pour tenir ses engagements de service public et répondre aux besoins de ses différents publics.

**La présence physique des agents et des conseillers reste forte avec 2 100 points d'accueil**, à la fois en caisse mais aussi au travers des permanences. Cette présence est calibrée en fonction des bassins démographiques, **au niveau départemental**, échelon territorial de référence ; les schémas d'implantation territoriaux des accueils étant actualisés tous les 4 ans en fonction des flux de population entre les territoires.

Dans les points d'accueil principaux, **la COG 2014-2017 prévoit le développement d'une politique d'accueil sur rendez-vous, dédiée à l'étude attentionnée des dossiers complexes et à l'accompagnement de publics précaires ou fragilisés.** Il s'agit d'éviter les risques d'incompréhension des démarches médico-administratives et donc de rupture.

<sup>13</sup> Baromètre de l'innovation / BVA, 20 minutes et Syntec numérique, en partenariat avec le magazine 01 et BFM Business.

Pour soutenir cette politique, l'Assurance Maladie va mettre en place en 2016 un **service de prise de rendez-vous « e-booking » au travers du compte ameli**. Celui-ci va permettre non seulement d'éviter les temps d'attente pour les assurés avant de voir un conseiller en caisse, mais également d'optimiser tout rendez-vous en préparant en amont de la rencontre tous les éléments nécessaires à la demande et au dossier à traiter.

Parallèlement, l'Assurance Maladie s'emploie à **garantir la disponibilité de son offre de services dans les zones rurales et péri-urbaines** et à favoriser **l'usage des services en ligne** dans ces territoires où les assurés y ont moins accès qu'ailleurs ; l'objectif étant de favoriser l'accès aux droits des personnes précaires ou fragilisées.

### **3. Enrichir le compte, pour plus de réassurance et plus de fonctionnalités**

Le besoin d'information des assurés **en temps réel** se fait toujours plus prégnant.

**Le suivi de l'état d'avancement de leur dossier** ainsi que **le développement des démarches réalisables en ligne** sont donc désormais indissociables de l'amélioration de la qualité de service.

Ce premier objectif constitue d'ailleurs la clé de la réassurance nécessaire pour les assurés, d'autant plus cruciale dans un contexte économique tendu.

#### ***Plus de réassurance***

Pour pouvoir **suivre en temps réel l'état d'avancement de son dossier**, un assuré peut, par exemple, constater sur son compte ameli **l'enregistrement de son avis d'arrêt de travail**. Ce nouveau service sera complété pour donner à chacun **une visibilité sur le traitement de son arrêt de travail depuis sa prise en charge jusqu'à sa mise en paiement**.

Il est également désormais possible pour tout assuré de suivre en ligne sa **prise en charge en ALD** via le compte ameli, de disposer des informations pratiques pour comprendre les modalités de remboursement spécifique à l'ALD.

#### ***Davantage de fonctionnalités***

Les assurés pourront en 2015 **télédéclarer leur premier emploi ou leur reprise d'activité professionnelle**, simplement en déposant leur contrat de travail ou leurs bulletins de salaire sur leur compte ameli. L'objectif est de permettre un examen plus rapide des droits aux remboursements de soins et, dans le même temps, de rendre possible un gain d'efficacité grâce à la dématérialisation des pièces justificatives.

Les assurés pourront aussi dès l'année prochaine **déclarer en ligne la naissance d'un nouveau-né** et également **renseigner et transmettre leur dossier de carte Vitale** sur Internet. Cette dernière fonctionnalité permettra de transmettre une photo et une copie de sa pièce d'identité directement en ligne, simplifiant la démarche par une dématérialisation de l'ensemble des étapes.

#### 4. Refondre l'écosystème ameli, levier de la stratégie multicanale

Première ligne de contact avec les assurés, **l'écosystème ameli constitue un levier de premier plan pour la stratégie multicanale** que l'Assurance Maladie entend promouvoir.

Afin de le refondre dans le sens d'une meilleure orientation de l'internaute, l'Assurance Maladie a identifié les **principaux motifs de contacts les plus récurrents** quelle que soit la porte d'entrée (téléphone, accueil physique, conseillère Amélie, moteurs de recherche...).

Dans l'ordre d'importance apparaît, **en 1<sup>er</sup> lieu, tout ce qui a trait aux remboursements** ; en 2<sup>ème</sup> lieu, **le contact et l'adresse des caisses** ; en 3<sup>ème</sup> position, **les informations sur les arrêts de travail** ; en 4<sup>ème</sup>, **les attestations de droits**.

A partir de cette analyse, le site ameli.fr sera progressivement **réorganisé autour de « situations de vie » ou de démarches bien identifiées** pour informer au mieux les assurés sur le système de soins et l'accès aux prestations.

Cette refonte visera notamment à **regrouper au sein d'un seul et même site les contenus administratifs et santé de l'Assurance Maladie** et faciliter l'orientation de l'internaute parmi les informations disponibles, **en privilégiant le point de vue de l'assuré et sa situation particulière**.

Elle permettra notamment d'enrichir et de mieux **valoriser les différentes offres de services de l'Assurance Maladie**, qu'elles relèvent des « parcours » médico-administratifs (grossesse et petite enfance, première affiliation, relations internationales, sorties d'hospitalisation, ALD, seniors...) ou de la prévention (accompagnement du retour à domicile, sophia, Santé Active...).

### III. Les réseaux sociaux : une nouvelle étape dans la stratégie multicanale de l'Assurance Maladie

Aujourd'hui, on passe en moyenne 1h30 par jour sur les réseaux sociaux en France (2h dans le monde) et 82% des internautes se déclarent membres d'au moins un réseau social<sup>14</sup>. Cet essor du web et plus particulièrement du web social a favorisé l'émergence de nouveaux modes de communication entre les entreprises et leurs publics.

#### Focus sur... les chiffres-clés des réseaux sociaux

- 4 000 verbatim par mois contenant l'expression « Assurance Maladie » sur Twitter

#### Twitter

- 2,3 millions de Twittos (actifs mensuels) en France

#### Facebook

- 28 millions de Français se connectent chaque mois à Facebook

- 20 millions d'entre eux se connectent chaque jour, dont 14 millions sur mobile

#### Google +

300 millions d'utilisateurs actifs dans le monde

5,3 millions de visiteurs uniques en France

Les évolutions sociétales et les nouveaux usages en termes d'information et de communication constituent des paramètres importants pour l'Assurance Maladie. **L'un de ses objectifs est en effet de répondre au mieux aux attentes des Français qui exigent aujourd'hui plus de proximité, d'immédiateté et d'interactions avec leurs interlocuteurs administratifs.**

L'utilisation des réseaux sociaux par l'Assurance Maladie représente donc **un levier essentiel de son engagement vis-à-vis de ses assurés**. Elle va notamment permettre de répondre plus rapidement aux questions simples de ces derniers et de les orienter vers le canal le plus efficace et le plus adapté à leur demande initiale.

Depuis plusieurs années, l'Assurance Maladie s'est attachée à développer progressivement un écosystème de sites Web pour informer les assurés sur leurs droits et leurs démarches (<http://www.ameli.fr/>), leur santé (<http://www.ameli-sante.fr/>), faciliter leur orientation dans le système de soins (<http://www.ameli-direct.fr/>) et accompagner certaines pathologies chroniques (<https://www.ameli-sophia.fr/>).

Désormais, **elle souhaite donc compléter cet écosystème d'une brique relationnelle** en développant sa présence sur les réseaux sociaux, là où se trouve aujourd'hui une part importante de ses publics.

Dans ce but, l'Assurance Maladie a construit sa stratégie « réseaux sociaux » autour de 3 volets :

- **Répondre aux questions des assurés** sur des formats sociaux avec lesquels ils sont familiers, en jouant sur les **logiques d'entraide et de mutualisation** propres à ces réseaux ;
- **Créer des communautés d'assurés** autour de situations de vie (exemple : maternité) correspondant à des programmes de l'Assurance Maladie ;
- **Informersur ses actualités** et ses nouveautés et présenter son rôle et ses actions.

<sup>14</sup> Observatoire des réseaux sociaux de l'Ifop - Octobre 2012.

**Pour répondre à cet objectif, l'Assurance Maladie a d'ores et déjà lancé son compte Twitter : @CnamtsOfficiel.**



Ce compte à vocation institutionnelle a pour objectif d'informer sur les actualités de l'Assurance Maladie et de présenter au quotidien ses missions, son rôle et son action.

Ce compte se fait le relai des publications institutionnelles de l'Assurance Maladie, de ses innovations, de l'actualité de ses services, de ses campagnes, et plus largement de la vie de l'institution.

Ouvert à tous par définition, il cible en particulier les parties-prenantes de l'institution.

Parallèlement, **le principe du forum a été retenu comme l'un des formats les plus pertinents en termes de relation avec les assurés en ligne**, mais aussi, demain, avec les professionnels de santé et les entreprises. **Ce forum d'entraide, adossé à amel.fr, sera ouvert à la mi-2015 à l'ensemble des assurés du régime général**, et portera essentiellement sur des questions liées aux droits et aux démarches.

Il permettra aux internautes d'échanger entre eux sur une base collaborative modérée par l'Assurance Maladie et d'apporter **des réponses-repères sur les situations les plus fréquentes rencontrées par les assurés**, par exemple « Je suis enceinte, comment calculer mes IJ ? ». Afin de protéger les données des utilisateurs, **aucune réponse « personnelle » ne sera donnée via ce forum propriétaire.**

Comme pour tous les canaux d'information et de contact, il ne remplacera en aucun cas les autres modes de contact mais viendra en complément des canaux existants.

Enfin, l'Assurance Maladie va également développer sa présence sur **Facebook**. Il s'agit aujourd'hui du média social le plus grand public, à la plus forte audience, qui permet de créer du lien dans la proximité, la quotidienneté et dans le temps. L'Assurance Maladie va donc l'utiliser **afin d'accompagner certains publics cibles**, pour lesquels elle a déployé des programmes médico-économiques d'envergure, tel que Prado par exemple.

Afin de répondre au mieux à l'ensemble de ces objectifs, **l'Assurance Maladie va mettre en place une équipe dédiée de webconseillers**, dont le rôle sera d'apporter des réponses aux questions des assurés et de les orienter dans leurs démarches.

## IV. Annexes

### Annexe 1 - Stratégie multicanale : principales données de fréquentation (estimations fin 2014)



#### E-mail

**4 millions de mails** échangés entre les assurés et leur caisse



**3646**

**30 millions d'appels**  
**3546** conseillers  
Taux de décroché : 86%.  
Temps moyen d'attente : 2 mn 30



#### Ameli.fr

**110 millions** visites annuelles  
**1,1 millions** conversations avec la conseillère virtuelle

#### Ameli-santé

**18 millions** de visites annuelles



**55 millions de bénéficiaires**

#### L'annuaire santé ameli

**Plus de 5 millions** de visites annuelles



#### L'accueil physique

**2 100** points d'accueil

**36 millions** de visites annuelles

Le délai d'attente de moins de 20 minutes est respecté dans 85% des cas.



#### Mon compte sur ameli

**15,8 millions** de comptes



#### Application mobile du compte

**2 millions** d'applications téléchargées sur smartphone



**1 100** bornes multiservices



## Annexe 2 - Le compte ameli : services proposés

Avec le compte ameli, les assurés peuvent facilement gérer les changements de situation liés à la vie quotidienne : déménagement, arrivée d'un enfant, nouvel emploi... A tout moment, ils gardent la main sur leurs données et disposent de toutes leurs attestations (attestation de droits, attestation de paiement d'indemnités journalières, relevé fiscal...)

Le compte ameli s'articule autour de 4 rubriques ainsi que d'une messagerie intégrée :

### > Paiements (remboursements, indemnités journalières, rentes...)

- **Derniers remboursements** de soins ;
- **Relevé mensuel de prestations** : il permet aux assurés de disposer d'un récapitulatif des paiements effectués par l'Assurance Maladie au cours du dernier mois ;
- **Relevé annuel de prestations** : il permet aux assurés d'interroger un récapitulatif des dépenses prises en charge au cours de l'année écoulée ;
- **Relevé fiscal annuel** : si l'assuré a eu durant l'année écoulée des indemnités journalières et autres éléments fiscalisables, il a la possibilité de télécharger directement son relevé fiscal dans son compte pour vérifier les informations pré-remplies par l'administration fiscale ;
- Suivi du montant des **participations forfaitaires et franchises** ;

### > Demandes et démarches en ligne

- **Attestation de droits** : l'assuré peut télécharger en quelques clics une attestation de droits pour lui et chacun des bénéficiaires qui lui sont rattachés ;
- **Attestation de paiement** d'indemnités journalières ;
- **Carte Européenne d'Assurance Maladie** : elle permet de se faire soigner et rembourser en cas de problème de santé en Europe. Elle est gratuite et valable deux ans. Pour l'obtenir, il suffit à l'assuré de remplir le formulaire de demande directement sur son compte sur ameli.fr ;
- **Déclaration de perte ou vol de carte Vitale** et envoi automatique d'un dossier pour la délivrance d'une nouvelle carte.
- **Possibilité de se pré-inscrire au programme Prado**
- **Déclaration de naissance** : ce service propose aux parents de déclarer en ligne la naissance de leur(s) enfant(s). Cette déclaration a pour effet de rattacher en gestion principale le ou les enfants sur le compte du parent déclarant. (décembre 2014)
- **Demande de carte Vitale** : ce service permettra à l'assuré le dépôt de pièces justificatives dématérialisées pour l'obtention de sa carte Vitale (2015)
- **Evolution de la messagerie avec la possibilité d'accéder à des pièces jointes** (2015)
- **Changement de coordonnées bancaires** (2016)
- **Déclaration de perte ou vol de Carte Européenne d'Assurance Maladie** (2016)

### > Informations personnelles

- **Suivi en ligne de la délivrance de carte Vitale** : tout assuré ayant déclaré en ligne la perte de sa carte Vitale pourra ensuite suivre les étapes de la délivrance de sa nouvelle carte Vitale ;
- **Consultation d'informations liées à l'état civil de l'assuré et de ses ayant-droit**, la caisse de rattachement ; en se connectant sur le compte sur ameli.fr à la rubrique « Mon profil/mon adresse postale », l'assuré peut aussi mettre à jour sa nouvelle adresse et sa date de déménagement.



## > Espace prévention

- **Informations sur les offres de prévention personnalisées selon sa situation**, « Vous attendez un enfant », « Vos rendez-vous M'T dents »... : si une assurée est enceinte ou pour faire bénéficier un enfant du programme M'T dents, des conseils et des informations adaptés à sa situation sont disponibles sur le compte. Grâce à des conseils personnalisés, des calendriers, le service « Vous attendez un enfant » accompagne l'assurée dans le suivi de sa grossesse ;
- **Information générale sur les programmes et actions de prévention de l'Assurance Maladie** ;
- **Accès au programme de prévention Santé Active (à partir de novembre 2014 dans certaines caisses).**