



PMT

Évoluer ensemble



Les **chantiers** avancent

Le contexte **évolue**

Fin 2014, nous aurons...

**Plan
Moyen
Terme**

Le mouvement du **Groupe**

Avril 2014



Notre année **PMT**

Après un an de PMT, ce référentiel donne la parole aux salariés du Groupe. Impliqués dans les groupes de travail ou dans la mise en œuvre des premiers déploiements, ils nous font part de leur perception du PMT et des chantiers. Merci à l'ensemble des témoins.

“ On a quelques interrogations... Quel sera notre devenir ? Est-ce que le travail lui-même va changer ? ”



Eric Bouffard, chargé de mission Prévention, Vie mutualiste

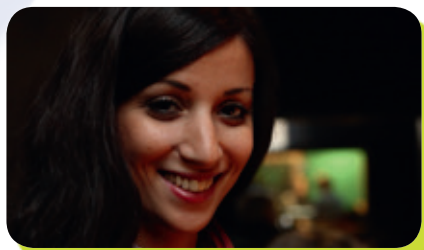


Laurent Martial, conseiller vente/après-vente

“ Ce que j'attends vraiment du PMT, c'est la cohérence. ”

“ On avait besoin d'un projet qui nous fasse vraiment travailler tous ensemble. ”

“ Quand on voit le chemin parcouru entre les premières annonces du PMT et ce que nous faisons maintenant au quotidien, on voit qu'il y a eu énormément de choses qui ont été entreprises. ”



Zinab Haniny, conseillère vente



Rosa de Cotiis, conseillère vente/après-vente

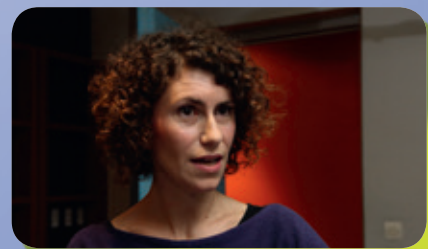
“ Depuis un an, on voit mieux ce que les autres font. ”

“ Notre bureau est tout proche d'autres bureaux d'Île-de-France mais les tarifs, les franchises, les bonus, les coûts d'avenants, les conditions d'acceptation ne sont pas les mêmes... Régulièrement, presque quotidiennement, nous avons des sociétaires d'Île-de-France qui viennent nous demander un tarif. Si le PMT pouvait balayer ça ! ”



Didier Lemaitre, gestionnaire service Production

“ On a tous conscience qu'il faut changer et bouger. ”



Magali Lopez, assistante communication

“ Aujourd'hui, à la Macif, on a encore la chance de pouvoir passer sa vie dans une bonne entreprise – on peut dire ce qu'on veut mais c'est une très bonne entreprise – donc il faut tout faire pour que la Macif soit toujours là dans cinq, dix, quinze, vingt ans. ”

“ Si un sociétaire migre d'un bureau à un autre, d'une région à une autre, et qu'il entend la même chose, qu'il est traité de la même façon : c'est ça être mutualiste ! Pour moi, le PMT renforce l'esprit mutualiste. ”

Macif, un Groupe qui change



Jean-Marc Raby,
directeur général du groupe Macif

“

Optimiser nos processus pour restaurer notre rentabilité.

”

Le PMT : une dynamique lancée, des résultats concrets

Voilà un peu plus d'un an à présent que la dynamique du PMT a été lancée. 17 réalisations annoncées dans le dernier référentiel, 24 réalisations effectuées : cette année 2013 aura été celle de la mobilisation. Elle aura vu aussi l'avancée significative de projets majeurs comme l'unification des processus IARD ou la Téléphonie. Avec l'évolution rapide de nos tarifs (véhicules allemands, petits rouleurs), avec Macif Confiance, nous avons prouvé notre capacité à faire vite et bien en soutien du réseau et au service des sociétaires.

Le PMT dans la stratégie culture client

Dans un environnement économique et réglementaire de plus en plus contraint, au regard de nos résultats 2013 insuffisants, cette nécessité de déployer le PMT est confirmée.

Ce PMT vise à optimiser nos processus pour restaurer notre rentabilité. Il vise à donner au groupe Macif les moyens de répondre au mieux aux besoins de nos sociétaires. Préserver et améliorer notre culture client, tenir les promesses de protection et d'engagement que nous faisons aux sociétaires : tel est l'horizon stratégique du groupe Macif dans lequel s'inscrit le PMT qui en constitue la première étape.

2014, persévérance et confiance

En 2014, cet horizon stratégique sera nourri, il fera l'objet d'un travail collectif sous l'égide du Conseil d'administration, complétant ainsi le PMT d'une vision à plus long terme nommée « Macif'Futur ». Court terme, moyen et long termes, les choses bougent. Le prochain territoire de la marque Macif pour la fin d'année sera représentatif de cette transformation initiée, d'un Groupe qui change. En tenant notre cap, en persévérant dans nos efforts, donnons-nous rendez-vous fin 2014 : nous verrons que nous avons raison de nous faire confiance.

Jean-Marc Raby,
directeur général du groupe Macif

Sommaire

Regards sur les chantiers p. 4

Contexte réglementaire :
la nouvelle donne p. 18

Culture client :
l'horizon stratégique du PMT p. 20

Réalisations 2013
et perspectives 2014 p. 22

Regards sur les chantiers

Notre année PMT c'est :

- la contribution de plus de 400 salariés issus de toutes les régions et entités au sein des groupes de travail ;
- des managers réunis régulièrement autour des projets pour mobiliser leurs équipes ;
- un dialogue social permanent et riche ;
- la mobilisation de tous ;
- 24 réalisations clés et des avancées importantes dans chacune des 10 thématiques ;
- la mise en mouvement du Groupe vers plus de cohérence, une assise économique solide et une croissance nouvelle.

Trois axes d'évolution ...qui se déclinent en 10 thématiques



Poser les bases d'une **croissance** nouvelle



Disposer d'une **assise économique** solide



Poursuivre la construction d'un **Groupe cohérent**

- ✦ Structuration du Groupe
- ✦ Pôle IARD
- ✦ Pôle Finance Épargne
- ✦ Pôle Santé Prévoyance
- ✦ Alliances stratégiques
- ✦ Politique de relation commerciale
- ✦ Frais généraux
- ✦ Système d'information
- ✦ Ressources humaines
- ✦ Mise en œuvre du projet politique

Structuration du Groupe



Se doter d'une organisation et d'un fonctionnement cohérents avec les ambitions du Groupe



Sponsors

Jean-Marc Raby, directeur général du groupe Macif
Catherine Touvre, directrice générale déléguée Métiers
François Couliou, directeur général délégué Performance



Principales réalisations

- **La nouvelle organisation en trois pôles métiers** – IARD, Santé Prévoyance et Finance Épargne – est en place depuis février 2013. Les trois pôles sont responsables de l'offre, de la gestion et de la rentabilité métier. Les régions sont responsables de la relation client multi-métiers au profit du développement et de la gestion IARD pour le compte du Groupe. Les pôles métiers sont inscrits dans la charte de gouvernement du Groupe depuis le congrès de juin 2013.
- **L'articulation entre les pôles métiers et les services centraux** a été précisée en août 2013. Les services centraux sont responsables du pilotage et de la coordination pour l'ensemble du Groupe.
- Les indicateurs et les supports de restitution de **la revue de performance* des régions** ont été identifiés et construits en avril. La première revue de performance des régions a été lancée en juillet 2013.

* *La revue de performance, inscrite dans la charte de gouvernement du Groupe, est un outil de pilotage commun à toutes les entités.*

À partir d'indicateurs portant notamment sur les domaines commercial, économique ou social, elle permet de constater de façon homogène les forces et les faiblesses de chaque entité. Ainsi, après échange d'informations, des plans d'actions et des objectifs peuvent être définis afin d'améliorer la performance globale de chaque entité et donc, in fine, celle du Groupe.



Prochaines étapes

- Intégrer **la revue de performance des régions** dans le cycle de pilotage du Groupe (revue annuelle, semestrielle et fixation des objectifs de charte).
- Construire **la revue de performance des pôles et du Groupe**.



Ils ont dit

“ Je vois déjà beaucoup plus de transversalité, beaucoup plus de communication inter-services, inter-directions. Au départ, chacun travaillait dans son coin, on ne savait pas trop ce que les autres faisaient... Depuis un an, on voit mieux ce que les autres font. ”



Magali Lopez,
assistante communication

“ Depuis plus d'un an, l'univers "Mon Argent" fait partie de mon quotidien. Aujourd'hui, le pôle Finance Épargne est une réalité, et une formidable opportunité de mobilisation et de motivation des équipes. J'ai la chance d'avoir des collaboratrices très impliquées, qui sont parties prenantes de la communication sur l'ensemble de l'univers "Mon Argent". ”



Stéphanie Bagot,
responsable communication

Restaurer la rentabilité sur le cœur de métier



Sponsor

Jean-Philippe Dogneton,
directeur du pôle IARD



Principales réalisations

- Tous les chantiers de conception des **règles métiers et des processus unifiés** sont lancés avec cinq groupes de travail dédiés : Production, Sinistres Mat. Auto, Sinistres IRD, Corporel et Prestataires. 40 % des règles et processus unifiés ont été définis.
- Les nouvelles règles concernant l'acceptation, la souscription **Auto véhicule particulier** et **Garantie accident** (lot 1 Production) sont appliquées depuis fin 2013.
- **Les évolutions tarifaires 2014** ont été livrées (tarifs Auto, Habitation, Garantie Assistance tarifée sur les contrats Auto et Garantie accident). Une offre spécifique « petit rouleur » a également été mise en place début 2014.
- **Un apport d'économies en réparations Auto** : dans le cadre de Sferen, la mise en commun des réseaux de réparateurs succursales et concessionnaires est terminée.
- Une structure commune **Inter Mutuelles Entreprises (IME)** a été constituée avec la Matmut pour un positionnement plus efficace sur le marché des entreprises.



Prochaines étapes

- Déployer, entre juin et octobre 2014, **les règles métiers et processus unifiés** concernant les lots 1 Prestataires, Sinistres Mat. Auto, Sinistres IRD et Corporel, et le lot 2 Production.
Poursuivre la conception des lots restants sur l'ensemble de l'année 2014.
Lancer le dispositif d'amélioration continue des processus sur la fin d'année 2014, en lien avec les déploiements.
- Appliquer en fin d'année 2014 **les premières évolutions sur la stratégie tarifaire**.
- Poursuivre la définition de l'évolution de l'**offre Habitation** pour une livraison en 2015.
- Livrer la **Garantie Assistance tarifée** sur l'Habitation.
- Débuter en 2014 la transformation d'**une organisation Protection juridique (P) optimisée**.
- Préparer le lancement opérationnel d'**IME** prévu en mai 2014.
- Préparer la mise en place du pôle d'expertise sur **la gestion des corporels lourds** à partir de fin 2014.



Ils ont dit

« Dans le groupe de travail, il a fallu apprendre à se connaître. Chacun avait le sentiment légitime que son processus était le meilleur. Nous sommes fiers d'avoir livré le premier lot de l'unification dans la production. Nous avons fait un pas dans l'unification, nous avons fait la trace. Maintenant, aux autres groupes de travail de suivre cette trace. »



Olivier Sire,
directeur OPGA, groupe de travail « Production »

« Dans le groupe de travail "Sinistres", petit à petit le chemin s'est ouvert et chaque participant a laissé derrière lui son sentiment d'appartenance à sa région pour se mettre dans une démarche de construction collective. On a fait un travail important de décloisonnement de nos métiers. Il ne faut pas perdre le rythme et continuer à s'accrocher. »



Laurence Macaire,
directrice OPGA, groupe de travail « Sinistres »



Zoom sur des réalisations 2013

IARD – Unification des règles

Les régions Macif avaient des processus et des pratiques hétérogènes. Dans un contexte qui a beaucoup évolué ces dernières années, il devenait nécessaire d'unifier les pratiques et de créer des synergies pour améliorer nos capacités d'adaptation et d'anticipation. Et concrètement, sur le terrain ? La parole aux salariés...

“ Les règles étaient loin d'être unitaires, déjà d'une région à une autre, parfois d'un point d'accueil à un autre et parfois même d'un conseiller à un autre... Ce n'était pas "n'importe quoi" mais il y avait un peu de tout ! ”



Claudette Auboiron,
responsable de point d'accueil

“ On sait où on veut aller, on sait ce que l'on doit faire, et on sait que tout le monde fera la même chose. ”



Philippe Provost, conseiller

“ Aujourd'hui, au moins, on est tous sur la même façon de faire. L'autre avantage, c'est qu'un sociétaire qui sera reçu à Strasbourg sera traité de la même façon quand il sera reçu à Moulins : il aura les mêmes réponses... ”

“ Les collègues du réseau, dans leur quotidien, reçoivent parfois des gens pressés, pas toujours d'humeur aimable... Ils acceptent peut-être certaines choses que nous, gestionnaires, avons du mal à traiter après. Avec les modes de gestion et les nouvelles procédures, ce sera plus facile pour tout le monde. ”



Évelyne Burlaud, gestionnaire

“ Il y a un peu plus de rigueur, oui, mais aussi un peu plus d'autonomie pour nous, les conseillers. On a la possibilité d'appréhender, de gérer certaines choses sans avoir à demander d'avis ou d'autorisation du responsable comme auparavant. Il y a plus de souplesse dans la relation commerciale. ”



Corinne Meillon, conseillère

Pôle Finance Épargne



Consolider le pôle en s'appuyant sur les synergies possibles



Sponsor

Philippe-Michel Labrosse, directeur du pôle Finance Épargne



Principales réalisations

- Le positionnement des différents produits de l'**univers « Mon Argent »** (banque au quotidien, épargne et financement) en fonction des besoins du sociétaire a été diffusé aux régions en mars 2013.
- Une tarification du compte bancaire **adaptée aux « jeunes »** (18-25 ans) est proposée depuis le 17 septembre 2013.
- Le **portail Épargne** (outil d'aide à l'exercice du devoir de conseil, de consultation et de gestion des contrats d'assurance-vie) a été livré aux régions en novembre 2013.
- **Macif Confiance**, dispositif de reconnaissance de la fidélité et de soutien au développement, a été lancé en décembre 2013.
- L'**opération « Crédit Bleu Anis »** (taux de crédit réduit dès lors que les mensualités sont prélevées sur un compte Bleu Anis) s'est déroulée entre le 4 novembre et le 20 décembre 2013.
- Un plan de fidélisation commun à l'**univers « Mon Argent »** est effectif pour l'année 2014.
- Le nouvel applicatif **Socram** a été livré.
- Philippe-Michel Labrosse a été nommé directeur du pôle Finance Épargne.



Prochaines étapes

- Tester un dispositif de distribution adapté à la clientèle patrimoniale, à partir du second trimestre 2014, dans deux régions pilotes : Île-de-France et Gâtinais – Champagne.
- Ouvrir le nouveau site **mutavie.fr** en juin 2014.



Ils ont dit

“ *Macif Confiance, c'est une sorte de poupée russe : d'abord les avantages du compte Bleu Anis, puis la récompense de la fidélité, puis l'intérêt de nous confier tous les contrats qui seraient ailleurs et sur lesquels portera la réduction. Ça sert à conquérir, à fidéliser, à faire connaître nos produits et à reconnaître nos assurés.* ”



Cyrille Filleul,
responsable de point d'accueil

“ *Macif Confiance ? C'était la première fois qu'on travaillait tous ensemble sur une offre commune et j'ai vraiment le sentiment d'avoir intégré une équipe. On était sur des délais très courts. Les échanges ont été très constructifs et toujours orientés vers des solutions.* ”



Michelle Breillat,
Adjointe directrice Juridique Groupe

“ *L'enthousiasme a été partagé. Ce dispositif correspond à une attente du réseau mais aussi des sociétaires. Cela permet d'intégrer dans une même démarche les produits de l'assurance et de la banque au service des sociétaires.* ”



Pierre Cosson,
directeur Développement

Zoom sur des réalisations 2013

Macif Confiance

Macif Confiance est un nouveau dispositif pour récompenser et encourager la fidélité des sociétaires. Comment ce système a-t-il été accueilli par les conseillers ? Quels sont les premiers bénéfices ? La parole aux salariés...



Jennifer Lassalle, conseillère

« Le premier ressenti a vraiment été : un atout en plus pour pouvoir vendre. »

« Les salariés ont été agréablement surpris par le dispositif. Ils ne s'attendaient pas à ce qu'il y ait une réduction globale sur l'ensemble des contrats du sociétaire. Au niveau de la région Centre-Ouest Atlantique, Macif Confiance a apporté un "boost" sur les réalisations : depuis son lancement, on est en nette progression sur l'ouverture des comptes bancaires. »



Freddy Roy, responsable de point d'accueil



Marie-Léa Thullier, conseillère

« Je suis contente d'annoncer aux sociétaires qui sont depuis longtemps chez nous qu'ils vont bénéficier de Macif Confiance, c'est une force ! En proposant tous les produits que l'on a, on est déjà bien sur le marché. L'offre supplémentaire est un plus, un déclencheur des souscriptions banque. Au départ, les gens étaient peut-être méfiants sur notre offre bancaire mais avec 7 % de réduction sur les assurances, ils peuvent tenter ! »

Et du côté des sociétaires ?

« J'ai à peu près tout à la Macif donc 7 % sur une somme qui avoisine 1 000 euros, c'est une économie non négligeable ! »

« Maintenant, il faut faire attention à tout, on va se pencher sérieusement sur cette offre ! »



Pôle Santé Prévoyance



Développer la performance et l'attractivité du pôle pour garantir son développement



Sponsor

Fred Vianas,
directeur du pôle Santé Prévoyance



Principales réalisations

- **La nouvelle offre Garantie Santé** intégrant la garantie Aide aux aidants a été mise en marché le 21 janvier 2013 et une campagne média a été réalisée en septembre.
- **Développement des partenariats** : l'intégration de la Mutuelle du personnel IBM dans le système d'information du pôle est opérationnelle depuis octobre 2013 ; l'affiliation de la Mutuelle nationale du personnel d'Air France dans la SGAM Macif a été validée par les instances de gouvernance fin 2013 et par les autorités de tutelle (ACPR et ADCL) en début d'année 2014.
- **La plate-forme de tiers payant Terciane** est en place depuis juin 2013.
- Une étude a été menée au premier semestre 2013 pour évaluer les conséquences de l'Accord national interprofessionnel (Ani) qui introduit **la généralisation de la complémentaire santé aux salariés du privé.**



Prochaines étapes

- Intégrer, en 2014, **la Mutuelle nationale des fonctionnaires des collectivités territoriales (MNFTC)** au système d'information du pôle. Intégrer des services Inter Mutuelles Assistance (IMA) dans les produits Santé de **la Mutuelle du personnel IBM.**
- Déployer de nouveaux services sur **la plate-forme Terciane**, comme par exemple l'accès, à des tarifs négociés, à des réseaux de soins.
- **Assurance santé individuelle** : poursuivre des tests sur le marché des particuliers (seniors et travailleurs indépendants) afin d'aboutir, dès le troisième trimestre 2014, à une mise sur le marché d'une offre adaptée.
- **Assurance santé collective** : définir et mettre en œuvre le schéma de distribution cible pour se développer sur le marché des entreprises (TPE/PME).
- **Projet Convergence Systèmes d'Information** : gérer sur un seul système d'information l'ensemble des activités du pôle (santé, prévoyance...) afin de rationaliser les frais généraux.
- **Vente directe** : valider les modalités de pérennisation du dispositif de relance de devis santé au sein du pôle, à la fin du premier trimestre 2014.
- **Mettre en marché la nouvelle offre Garantie Obsèques** en septembre 2014.



Ils ont dit

Le PMT prévoit d'amplifier le développement du pôle, pour atteindre 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires en s'appuyant sur un apport par croissance externe de 200 millions d'euros. Le partenariat avec la Mutuelle nationale du personnel d'Air France s'inscrit dans ce cadre et permet de réaliser plus de la moitié de cet objectif à fin 2015.



Jean-Pascal Danaud,
directeur Développement et Marketing

Alliances stratégiques



Intégrer les alliances au cœur de la stratégie du Groupe



Sponsor

Adrien Couret,

directeur de la coordination stratégique



Principales réalisations

- **Pilotage des alliances** : le cadre stratégique d'alliances a été posé et sera mis en œuvre à partir du premier trimestre 2014.
- **Sferen** : par des négociations communes sur de gros contrats (informatique, téléphonie, prestations, communication, etc.), Macif, Maif et Matmut devraient dégager 19 M€ d'économies sur la période 2010-2015. Un réseau de réparateurs automobiles commun Sferen a été installé et devrait générer 10 M€ d'économies pour les trois mutuelles en 2014. L'enjeu pour la Macif est désormais de piloter la réalisation de ces gains.
- **Matmut** : Une structure commune **Inter Mutuelles Entreprises (IME)** a été constituée avec la Matmut pour un positionnement plus efficace sur le marché des entreprises.
- **BPCE** : une révision des conditions de la gestion déléguée que le groupe Macif assure pour le compte de BPCE a été effectuée en 2013 ; un travail similaire est en train d'être conduit pour la gestion pour compte en IARD.
- **AG2R La Mondiale** : le partenariat en assurances de personnes collectives a présenté de bons résultats en 2013. La plate-forme de services et de tiers payant Terciane, développée conjointement par les deux groupes, est désormais pleinement opérationnelle.



Prochaines étapes

- Sur toutes les alliances, poursuivre les réflexions sur l'opportunité d'ouvrir **de nouveaux champs de coopération** au service de la stratégie du Groupe.
- Poursuivre la dynamique de développement en assurances collectives avec **AG2R La Mondiale**.
- Préparer le **lancement opérationnel d'IME** prévu en mai 2014.
- Instruire un **projet de coopération bilatérale entre Macif et Matmut** sur l'assurance-vie.



Ils ont dit

Je suis chargé de clientèle entreprises en Provence Méditerranée. Je travaille en partenariat avec AG2R La Mondiale sur les structures de plus de 50 salariés. Avec IME, j'augmente mon domaine d'intervention tant en responsabilité civile professionnelle qu'en dommages aux biens. Si je mets l'ensemble bout à bout, ça me permet d'avoir un bel éventail et de mieux faire face à la concurrence.

Le partenariat avec la Matmut pour Inter Mutuelles Entreprises (IME) vient de démarrer dans deux régions pilotes : Provence Méditerranée et Centre. En réunion, nous avons fait connaissance avec les commerciaux de la Matmut avec qui nous allons travailler en binôme sur le terrain. Chacun a expliqué son métier et la relation est déjà intéressante. Ils vont nous apporter leur savoir-faire professionnel, des solutions en responsabilité civile et en dommages aux biens. Avec IME, l'espace entreprises Macif devient apporteur d'affaires et l'espace entreprises Matmut devient apporteur de solutions. Le grand gagnant est le prospect ou le sociétaire que l'on peut équiper davantage et ainsi fidéliser.

Didier Magrané,
chargé de clientèle entreprises

relation commerciale

Rénover l'approche relationnelle pour satisfaire nos sociétaires



Sponsors

Bertrand Bétin, directeur général adjoint Développement

Pierre Gauthier, directeur régional Rhône-Alpes



Principales réalisations

- **Optimisation téléphonique** : une organisation cible a été définie suite au travail concerté de plusieurs responsables de plate-forme. Les feuilles de route régionales ont été élaborées. Quatre réunions paritaires ont eu lieu avec les organisations syndicales suivies d'une prise d'avis en CCE. Une charte nationale concernant l'aménagement des points d'accueil téléphonique a été établie.
- **Macif Confiance**, dispositif de reconnaissance de la fidélité et de soutien au développement, a été lancé en décembre 2013.
- **La méthode de vente commune** a été définie.
- Le projet d'un modèle de distribution optimisé pour **le marché des professionnels** a été validé en janvier 2014.
- **Stratégie numérique Groupe** : quatre orientations stratégiques ont été validées en octobre 2013 :

Exploiter les flux macif.fr au service de la conquête, de l'équipement et de la rétention des sociétaires. Depuis février 2014, une expérience pilote est en cours en région Rhône-Alpes : des webconseillers relancent par téléphone les internautes venus faire une demande de devis auto sur macif.fr, afin de transformer en temps réel leurs demandes de tarif en contrats d'assurance ou de les orienter vers les points d'accueil.

Favoriser le « faire faire » afin de libérer du temps commercial. Simplifier la connexion et l'utilisation de l'Espace personnalisé internaute (EPI) et mettre en place de nouveaux services (obtention de documents, etc.).

Développer la e-relation sur le plan commercial et de la communication. Objectifs : expérimenter le « tchat » et développer les applications pour les mobiles.

Mettre en place la gouvernance du numérique au niveau du Groupe afin de développer une organisation fluide et transversale.



Prochaines étapes

- **Optimisation téléphonique** : réaliser le déploiement sur l'année 2014 en associant les téléconseillers et selon le rythme défini par chaque région.
- Poursuivre le dispositif **Macif Confiance**.
- Installer au sein du réseau commercial **la nouvelle méthode de vente commune**.
- Créer **une plate-forme téléphonique** dédiée aux professionnels sur trois sites. Tout au long de l'année, les régions seront accompagnées dans la refonte du modèle de distribution.



Ils ont dit

Il y a 900 000 devis effectués sur Internet non exploités : une mine d'or en sommeil que nous allons pouvoir faire fructifier. Beaucoup de ces demandes de tarifs viennent de prospects, ce qui augmente encore nos chances de réussite.



Chloé Lotterie,
webconseillère



Zoom sur des réalisations 2013

Téléphonie

L'optimisation téléphonique vise à atteindre un niveau d'efficacité téléphonique de 90 %. Pour cela, il nous faut construire un cadre de fonctionnement harmonisé au niveau du Groupe en améliorant et unifiant les conditions de travail des téléconseillers dans les différents Points d'accueil téléphonique (PAT). Associer tous les acteurs concernés du Groupe est une condition pour atteindre notre objectif.

La parole aux salariés...



Alban Brunier, téléconseiller,
service Sinistres vente/après-vente

« Ce qui nous préoccupait le plus, c'était les changements d'horaires. J'ai fait partie du groupe de travail sur les plannings, avec un logiciel, un simulateur, qui nous a permis de préconiser l'effectif optimal en fonction du flux. On a pu ainsi "dédramatiser" le fait d'une amplitude horaire plus large... Je suis ressorti très satisfait, avec beaucoup moins de craintes. »

« J'ai participé au PMT à travers l'aménagement des locaux. D'abord, pour réaménager l'outil de travail de chaque salarié – changer les casques, l'écran – et surtout retravailler sur les locaux avec un agrandissement. Le but étant que tout le monde ait un outil de travail qui corresponde le mieux à l'écoute pour répondre à nos sociétaires et pour notre confort personnel en tant que salarié Macif. »



Hocine Haddouche, téléconseiller



Marion Fayolle, téléconseillère

« Cela va nous permettre aussi de répondre à nos prospects qui ont envie de venir à la Macif et qui, peut-être parfois, ne peuvent pas nous joindre... »

« On sait que nos amplitudes horaires vont être différentes, mais qu'elles permettront de lisser les appels afin que l'on soit moins "dans le rouge". Si ça nous apporte du confort, ce n'est pas négligeable ! En Sinistres, l'équipe va être renforcée de trois téléconseillers, ce qui va nous permettre de refaire un peu de production et de se remettre dans une dynamique commerciale. »



Anne-Sophie Delepine, téléconseillère

Frais généraux



Maîtriser et piloter nos frais généraux pour servir la stratégie du Groupe



Sponsors

Patrick Blanchard, directeur régional Gâtinais Champagne
François Couliou, directeur général délégué Performance



Principales réalisations

Maîtrise durable des frais généraux et installation d'une culture d'économie

- Les processus d'élaboration et d'exécution budgétaires du siège social ont été optimisés (positionnement du directeur général adjoint siège social comme unique point d'entrée).
- Les budgets des directions (siège social et entités) ont été mis sous contrainte.
- Une culture d'économie est en train de s'installer à tous les niveaux.
- Un modèle opérationnel des frais généraux a été mis en place et diffusé aux cadres dirigeants (régions/siège social).

Optimisation des processus et des outils relatifs aux frais généraux

- Le projet sur l'optimisation des processus et la mise en place d'un outil commun intégré au Groupe améliorant l'exécution et la traçabilité budgétaire est en cours.



Prochaines étapes

- Consolider la culture d'économie et la réduction/maîtrise des budgets.
- Élaborer et intégrer au niveau des budgets les plans d'investissement nécessaires.
- Contrôler l'efficacité des nouveaux processus budgétaires du siège social.
- Évaluer le résultat des plans d'action et réaliser les corrections et amplifications éventuelles.
- Poursuivre la définition du projet et passer en réalisation d'ici la fin de l'année 2014.

Modèle d'allocation des coûts de la structure faitière

- Mettre en adéquation une vision réelle des frais généraux et de leur affectation avec la nouvelle organisation en pôles métiers.



Ils ont dit

La mise sous contrainte des frais généraux du siège, souhaitée par la direction générale, a permis de réaliser lors des arbitrages budgétaires 2014 une économie de 30 M€ représentant un point de ratio combiné. Nécessaire et prioritaire pour le groupe Macif, la maîtrise des frais généraux permettra notamment de réaliser des investissements stratégiques.

D'autre part, la réflexion se poursuit sur les nouveaux processus d'élaboration, d'exécution et de suivi budgétaires, intégrant les engagements de dépenses. C'est un changement de culture budgétaire qu'il est nécessaire d'accompagner au niveau du Groupe.



Stéphane Magnan,
directeur adjoint du contrôle de gestion Groupe

Systeme d'information



Aligner le système d'information sur la stratégie du Groupe



Sponsors

Patrick Blanchard, directeur régional Gâtinais Champagne
Benoit Serre, directeur général adjoint Ressources humaines
Éric Sorin, directeur de l'informatique et des télécommunications
Catherine Touvre, directrice générale déléguée Métiers



Principales réalisations

- Le portail **Poste de travail Groupe (PdTG)** (socle technique, portail et applications transverses) a été développé ; il est déployé en site pilote à la direction informatique et télécoms (DIT) depuis mi-janvier 2014.
- Une informatique garantissant la continuité des activités :** la dette technique* a été résorbée à 50 %, avec des remplacements ou montées de version des systèmes informatiques obsolètes. Par exemple, une montée de version de la messagerie a été effectuée pour l'UES Macif.
- Une informatique au service des ambitions du Groupe** (socles techniques au service des projets métiers) : une solution d'orchestrateur de processus a été choisie. Une solution a été choisie pour le socle technique de gestion des données clients Groupe (MDM).
- Les projets prioritaires au déploiement des projets métiers sont en phase de réalisation (webisation du Host, framework mobiles, échanges dématérialisés, orchestrateur processus et sécurisation web services).

* On parle de **dette technique** lorsque l'on utilise une solution informatique qui n'est plus commercialisée ni maintenue par le fournisseur.



Prochaines étapes

- Poste de travail Groupe :** déployer le socle technique, le portail et les applications transverses à l'ensemble des salariés en 2014, sur des postes en version Windows 7.
- Migrer le fonds documentaire Ged et le poste Scan/Index au cours du premier semestre 2014.
- Poursuivre le déploiement, en 2014, des projets en cours de résorption de la dette technique.
- Maintenir les activités en conditions opérationnelles.
- Mettre en 2014 à disposition des projets métiers les socles techniques prioritaires : framework mobiles, échanges dématérialisés – lot échange de documents dans l'espace personnalisé Internet, orchestrateur processus, sécurisation accès web services, socle technique de gestion des données clients Groupe (MDM) – lot référentiel personne pour le pôle Finance Épargne.



Ils ont dit

Le projet "messagerie" consiste à monter de version le logiciel de messagerie pour sortir d'une situation de dette technique tout en mutualisant les serveurs pour l'intranet et pour la messagerie. Auparavant, chaque région disposait de ses propres serveurs. La mutualisation représente une économie non négligeable sur le plan matériel (réduction d'environ 50 % du nombre de serveurs informatiques), ainsi qu'en termes de licences logicielles et d'administration.

Par ailleurs, la montée de version apporte de nouvelles fonctionnalités intéressantes pour l'utilisateur et permet d'accéder plus rapidement aux applications comme l'agenda, le bloc-notes, les messageries déléguées autrefois disponibles à partir du PTIE. Le rattrapage effectué nous rendra plus agiles pour l'avenir : la prochaine montée de version de la messagerie pourra ainsi être trois à cinq fois plus rapide.

Claude Castiel
 responsable domaine support technique,
 chef de projet « montée de version de la messagerie »

Mobiliser les collaborateurs autour des ambitions du Groupe



Sponsor

Benoit Serre,

directeur général adjoint Ressources humaines



Principales réalisations

Des managers porteurs de la performance et relais de la stratégie du Groupe

- Le réseau social « Tous managers » a été lancé en février 2013.
- Un état des lieux a été réalisé sur la charge d'activité des managers.
- Les cadres de direction du Groupe ont travaillé ensemble sur une vision prospective du Groupe lors de la première Université d'été en juillet 2013.
- Les nouveaux principes du Management par Objectifs (MPO) ont été déployés auprès des équipes des centres de gestion et du réseau.

Mobilité interne

- La cartographie des métiers et des parcours professionnels a été réalisée et les processus de mobilité interne ont été définis.
- Les comités de développement professionnel ont été étendus aux salariés des centres de gestion et aux fonctions supports.
- Le 6 février 2014, l'espace mobilité interne « Et demain ? » a été lancé auprès de l'ensemble des salariés du Groupe. Il présente les métiers du Groupe, les offres d'emplois, les processus de mobilité...

Mobiliser autour des ambitions du Groupe

- Une communication interne dédiée s'est mise en place autour du PMT (référentiels, fiches *Le PMT en action...*) et de la vie du Groupe (*Génération Groupe*).
- Selon le baromètre interne, 77 % des salariés s'estiment bien informés sur les enjeux et objectifs stratégiques du groupe Macif.



Prochaines étapes

- Mettre en œuvre **un dispositif d'accompagnement MPO** sur le second semestre 2014 auprès du réseau, des centres de gestion et des fonctions supports dans le cadre de la fixation des objectifs 2015.
- Poursuivre le travail en cours sur la simplification et l'efficacité de **l'entretien de progrès**.
- Ouvrir le chantier des **filières métiers**.
- Définir **le projet de développement social** du Groupe et coordonner les actions qui y contribuent.
- Refondre **la politique formation Groupe** et son organisation, vers une homogénéisation et une mutualisation des formations favorisant le développement des compétences.



Ils ont dit



Avec le MPO, je souhaite que l'on mette fin à une vision individualiste du travail qui existe encore, et qui revient à travailler l'un à côté de l'autre, et non pas l'un avec l'autre. Ce qui est important, c'est d'atteindre un réel esprit d'équipe, ce qui signifie à la fois des échanges verbaux, un partage des bonnes tactiques et des bons mots à utiliser lors d'une conversation avec un sociétaire au téléphone.



Graziella Becker Carteron,
téléconseillère



Mise en œuvre du projet politique

Favoriser une ambition collective au service du projet politique



Sponsor
Stéphane Dubuis,
secrétaire général



Principales réalisations

- L'élaboration des **Fondamentaux mutualistes** a permis de stabiliser l'identité du groupe Macif autour de trois piliers : l'éthique, la performance, la relation. Cette démarche a été effectuée auprès de toutes nos parties prenantes : délégués, salariés, sociétaires, prospects. Plus de 1 000 personnes ont été mobilisées. La cartographie de cette identité Macif et ses déclinaisons opérationnelles ont été validées à l'unanimité par le conseil d'administration du 19 novembre 2013.
- Les orientations 2014-2016 des **Agendas mutualistes** ont été présentées et adoptées dans les assemblées régionales en mai et en juin. Sur la base des programmes mutualistes régionaux, les élections des délégués se sont déroulées du 14 novembre au 1^{er} décembre 2013 : plus d'un million de votes ont été exprimés.
- L'intégration des enjeux « **Responsabilité sociale de l'entreprise** » (RSE) dans le cycle de vie des projets et l'informatisation des outils de reporting de la performance environnementale ont été réalisées respectivement en avril et décembre 2013.
- La mise en conformité du Groupe avec la réglementation en matière de reporting extra financier (loi Grenelle) a été établie en avril 2013.
- La première version du volet « **Efficacité sociale** » de la revue de performance des régions a été déployée pour test. Quelques exemples d'indicateurs RSE :
 - contribution sociale : dépenses sociétales rapportées aux cotisations acquises ;
 - efficacité environnementale interne : part des sites dont l'efficacité énergétique est inférieure à 331 kWh/m² ;
 - efficacité managériale : taux de mobilité, taux de motivation...
- La modernisation et la migration des fonctionnalités de **Macif sourds** sur macif.fr sont en cours de réalisation.



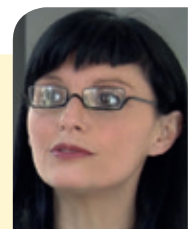
Prochaines étapes

- Les **Fondamentaux mutualistes** seront déployés auprès des élus, des salariés et dans les processus du Groupe à partir du second trimestre 2014 jusqu'à la fin de l'année.
- Déployer tout au long de l'année 2014 les premières actions des **programmes mutualistes régionaux**.
- Déployer la démarche « **Investissements responsables du Groupe** » au second semestre 2014.
- Mettre en œuvre le projet « **Achats responsables du Groupe** », lancé en février 2014.
- Mettre en œuvre le cahier des charges « **Offres produits et garanties handicap** », validé en février 2014, dans le cadre des travaux de refonte de l'offre Habitation.



Ils ont dit

“ Nous avons une gouvernance qui est différente, c'est une plus-value, et l'Agenda mutualiste en est la caractéristique. C'est vraiment l'image de notre différence et de la nécessité de retourner vers le sociétaire pour lui expliquer que nous ne sommes pas comme les autres. ”



Stéphanie Soares,
déléguée régionale

Contexte réglementaire :

la nouvelle donne

De nombreuses évolutions réglementaires impactent le groupe Macif. On peut y voir des défis à relever mais également des opportunités. Cela renforce la nécessité et la légitimité du PMT qui va permettre à notre Groupe d'être réactif et préparé face à ces évolutions.

▣ Pôles Finance Épargne : réforme de l'assurance-vie

L'essentiel

Les députés ont adopté la réforme de l'assurance-vie qui vise notamment à orienter l'épargne vers un meilleur financement de l'économie française, le développement des Petites et moyennes entreprises (PME) et des Entreprises de taille intermédiaire (ETI) ou encore celui du logement social et solidaire. Pour cela, deux produits vont voir le jour : le fonds Euro-croissance et le contrat Vie-génération.

L'enjeu

Ce sont des produits complexes pour des investisseurs éclairés. Ces nouveaux produits veulent proposer des rendements attractifs en contrepartie d'une garantie du capital uniquement au terme (Euro-croissance) ou d'un traitement fiscal favorable au dénouement (Vie-génération). La capacité à commercialiser ces contrats par un réseau de distribution généraliste soumis au devoir de conseil est une question que tous les acteurs se posent. Déjà, plusieurs assureurs ont indiqué ne pas vouloir les proposer.

Le défi

Promouvoir l'étendue de nos solutions d'épargne auprès de notre réseau pour qu'il puisse proposer l'offre la plus adaptée aux différents profils d'investisseurs de nos clients.

▣ Pôles Santé Prévoyance : Accord national interprofessionnel (Ani) – complémentaire santé

L'essentiel

L'article 1 de la loi sur la sécurisation de l'emploi introduit la généralisation de la complémentaire santé à tous les salariés. Dans cette perspective, toutes les entreprises devront souscrire une complémentaire santé comprenant une couverture minimale pour leurs salariés d'ici 2016.

L'enjeu

La taille du marché des contrats individuels va donc se réduire au profit des contrats d'entreprises et l'intensification concurrentielle sur les segments à fort potentiel comme les seniors et les TPE/PME se renforcer.

Selon les estimations du cabinet Actuaris, ce sont quatre millions de personnes qui devraient désormais se tourner vers une complémentaire santé d'entreprise.

Le défi

Se développer en priorité sur les segments Seniors et Travailleurs non salariés (TNS) en adaptant notre offre et conquérir des parts de marché auprès des TPE et PME pour compenser cette perte potentielle de chiffre d'affaires.

▣ Pôle IARD : Garantie universelle des loyers (GUL)

L'essentiel

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté l'article 8 du projet de loi Accès Logement Urbanisme Rénové instaurant la Garantie universelle des loyers (GUL). La GUL, applicable dès 2016, couvrira pendant dix-huit mois les impayés de loyers pour un montant maximum correspondant au loyer médian du quartier.

Contrairement au texte initial, la GUL n'est plus obligatoire pour le bailleur qui aura le choix de rentrer ou non dans ce dispositif. Cette nouvelle législation est susceptible de modifier en profondeur le marché.

L'enjeu

La Garantie universelle des loyers est susceptible de concerner 6,5 millions de ménages en France.

L'impact potentiel pour le groupe Macif, qui dispose d'une activité de Garantie des loyers impayés (GLI), doit être mesuré sous tous ses aspects (économique, technique, humain...).

Le défi

Conduire une étude d'impacts de cette réforme et prendre en compte de manière anticipée les évolutions du marché.

▣ Pôle IARD : loi Hamon

L'essentiel

Le projet de loi sur la Consommation prévoit notamment que le client peut, au bout d'un an, résilier ses contrats d'assurance à tout moment.

L'enjeu

Le taux de résiliation à l'initiative du client est appelé à augmenter au niveau de la profession assurance. Outre la nécessaire évolution de nos systèmes d'information, l'enjeu majeur est de prendre en compte ce nouveau cadre législatif et de transformer en opportunité et en conquête cette vraisemblable évolution des comportements.

Le défi

Cela renforce l'enjeu de conquête et de fidélisation de nos sociétaires en transformant cette contrainte réglementaire en opportunité commerciale. Nous avons des atouts pour relever ce défi. Nous bénéficions d'une marque attractive puisqu'en 2013, la Macif a été reconnue assureur préféré des Français selon une étude réalisée par Promise Consulting Inc. pour *Le Huffington Post*. Par ailleurs, nos sociétaires font preuve d'une fidélité particulièrement forte : notre taux de radiation fin 2013 est de 3,8 % contre plus de 10 % en moyenne pour la concurrence. Nos clients sont satisfaits à 88,5 %.

▣ Pôle IARD : revalorisation des rentes

L'essentiel

En vertu du droit, toute rente versée à la suite d'un préjudice corporel est soumise à indexation. Dorénavant, la loi du 27 décembre 2012 impose aux assureurs la prise en charge de l'indexation des rentes au titre des accidents survenus à compter du 1^{er} janvier 2013. Précédemment, la revalorisation était assumée par le fonds de garantie automobile qui conserve à sa charge la majoration des rentes sur les exercices antérieurs.

L'enjeu

Cette évolution représente un enjeu majeur pour la profession et une charge complémentaire annuelle moyenne pour la Macif de 30 M€.

Le défi

Intégrer de manière contrainte cette charge complémentaire en limitant les impacts tarifaires et ajuster la stratégie d'indemnisation.

▣ Groupe Macif : surtaxe d'impôt sur les sociétés

L'essentiel

Les députés ont adopté un alourdissement temporaire de l'impôt sur les sociétés qui va passer à 10,7 % contre 5 % actuellement. Cette mesure concerne les sociétés ayant un chiffre d'affaires supérieur à 250 M€.

L'enjeu

Pour le groupe Macif, cette contribution exceptionnelle qui était de 1,26 M€ pour l'année 2012 devrait, selon les premières estimations, au moins doubler pour l'exercice 2013.

Le défi

Compenser cette perte nette de résultat sans nécessairement la répercuter par une hausse tarifaire. La perspective de cet alourdissement de la fiscalité renforce la pertinence des actions mises en œuvre dans le cadre du PMT pour évoluer vers une croissance nouvelle et une meilleure assise économique.

Culture client : l'horizon stratégique du **PMT**



Pour se différencier efficacement de la concurrence, il faut apporter aux sociétaires un service et une relation de qualité.

C'est cette volonté de toujours mieux répondre à leurs besoins qui donne tout son sens à l'impulsion d'une culture client au sein du Groupe. Une ambition stratégique en cohérence avec les travaux du PMT qui contribuent à améliorer notre organisation et notre efficacité pour un meilleur service au sociétaire. Cinq questions à Bertrand Bétin, directeur général Développement, Benoît Serre, directeur général adjoint Ressources humaines et Bertrand Delignon, directeur régional Macif Val de Seine Picardie.

Qu'entendez-vous par culture client ?

B. Delignon : Le seul actif de la Macif, ce sont ses sociétaires. Ainsi que l'indique le projet d'entreprise, « *Écouter, accompagner, associer sont les bases de la relation que le Groupe souhaite entretenir avec ses sociétaires. Cela nous amène à adopter, en ce domaine, un comportement différent de celui de nos concurrents et à nous assurer ainsi un devenir pérenne.* » La culture client est bien la condition *sine qua non* pour assurer la pérennité du Groupe.

B. Serre : Il faut que chaque personne au sein du Groupe ait une conscience partagée du client. Certes il est plus facile de l'avoir lorsqu'on le croise tous les jours ou qu'on lui parle au téléphone, mais la première étape est que nous soyons tous en capacité d'analyser notre contribution à l'entreprise en fonction de ce qu'elle apporte au client.

B. Bétin : La culture client est l'art de se mettre au service du client quelle que soit sa fonction dans l'entreprise. Historiquement, nous sommes plutôt une entreprise avec une dimension technique importante et tournée vers ses métiers. Le vrai challenge maintenant est de mettre tous nos process au service du client. Si nous ne prenons pas cette orientation, avec le bouleversement du marché en cours lié notamment à la loi Hamon, nous risquons de nous fragiliser.

La culture client est-elle une question de process ?

B. Serre : Les process sont indispensables mais à deux conditions : que l'intérêt du client soit le premier critère retenu dans leur conception et que, dans leur application par ceux qui sont en contact direct avec le client, l'écoute et le dialogue restent primordiaux.

Il ne faut pas perdre de vue que dans toute relation client, il y a une dimension humaine. Donner des marges de manœuvre, c'est partir du principe que les gens font bien leur travail. C'est leur faire confiance. Le pari de la confiance me paraît le plus intelligent.

B. Bétin : Aujourd'hui, un prospect qui adhère au Groupe reçoit un SMS de bienvenue. L'étape suivante est de mettre en place un véritable modèle relationnel tenant compte des interactions entre le Groupe et le client dans les 24 premiers mois qui suivent sa souscription. Cela renvoie aussi vers des questions d'outil de gestion de la relation client qui peuvent aider à apporter de la valeur au sociétaire. Pour autant, aucun logiciel et aucun process ne garantira la qualité de l'interaction entre la marque et son client.

B. Delignon : Un process n'est pas une fin en soi. C'est un moyen au service de la relation client. Il doit servir cette double excellence : excellence économique et excellence relationnelle. Il faut toujours se poser la question de la qualité de la relation. La relation a une dimension émotionnelle qui ne se modélise pas, elle doit s'adapter selon les contextes et toujours servir la satisfaction du client.

Qu'est-ce que l'expérience client ?

B. Bétin : Il s'agit de se demander ce que le client va vivre quand il va être en contact avec la marque. Tout au long de la vie du sociétaire, il y a un nombre d'interactions commerciales entre lui et nous. Mais aujourd'hui, nous ne sommes pas toujours certains que ce qu'il va vivre va être à la hauteur de la promesse qu'on lui a faite.

La culture client évolue-t-elle ?

B. Serre : Les clients ont une capacité toujours plus forte à nous communiquer leur propre rythme. Cela conduit à la nécessité absolue d'être plus agile. Il faut nous préparer au fait que les clients changent. Devenir plus agile, c'est une question de survie... mais sans casser la machine. La culture client c'est aussi une chance : être fier d'être utile au client ne peut que donner plus de sens au travail.

B. Delignon : Les clients changent, oui, mais il faut faire autre chose que de le déplorer. Il faut changer de lunettes pour penser nos services à partir des besoins des sociétaires. L'un des moyens pour y parvenir, c'est d'écouter ce qu'ils nous disent au quotidien. L'analyse des réclamations est un formidable révélateur de nos inerties dans tous les stades du parcours client.

Y a-t-il une culture client Macif ?

B. Bétin : Notre culture client, c'est notre signature, notre identité. Un style relationnel auquel on nous reconnaîtra. C'est aussi une promesse. Une posture commune face au client qui assurera notre cohérence. C'est une manière unique de considérer le client, nourrie par 5 millions de relations individualisées et durables.

B. Serre : La relation client doit se loger dans nos fonctionnements, nos procédures, et l'expérience client doit irriguer nos méthodes, nos postures. C'est ainsi que nous construirons la culture client Macif.

Prospect, client, sociétaire, souscripteur ou adhérent ? Bienvenue au groupe Macif !

Quel que soit son mode de contact avec le groupe Macif, le prospect s'adresse à nous avec un comportement de consommateur. Charge à nous de l'accueillir avec un esprit de service et une culture client qui lui permettent de bénéficier de la considération due et de trouver la meilleure réponse à ses attentes. Ce client deviendra statutairement souscripteur de Mutavie, adhérent de Macif Mutualité, sociétaire de la Macif... sachant que dans le projet d'entreprise 2009, le terme « sociétaire » désigne tous les types de clients du Groupe. Cela exprime la volonté de conduire ces clients à entretenir avec nous la relation la plus étroite possible, avec des droits et des devoirs, et donne au terme « sociétaire » une dimension de promesse supplémentaire. Bien comprise, la culture client nous demande aussi de tenir cette promesse : faire de nos clients des sociétaires...

Réalisations **2013** et perspectives **2014**

Avec 24 réalisations phares en 2013 et 26 prévues en 2014, le Groupe est en mouvement.

17 réalisations étaient annoncées pour fin 2013, 24 ont été effectuées.

Fin 2013, nous avons :



- lancé le déploiement des plans d'optimisation téléphonique sur l'ensemble des régions ;
- lancé le déploiement en région de la démarche commerciale et de la méthode de vente commune ;
- élaboré le nouveau modèle de distribution pour le marché des professionnels ;
- lancé le dispositif de fidélisation et de soutien au développement du Groupe, avec Macif Confiance au cœur du dispositif ;
- engagé une optimisation économique du partenariat BPCE et étudié de nouveaux champs de coopération avec nos partenaires (IME, Matmut Vie, IMH) ;
- lancé la refonte des offres Santé Prévoyance avec la mise en marché de la nouvelle offre Garantie Santé et de l'offre Aides aux aidants ;
- intégré la Mutuelle du personnel IBM au sein du pôle Santé Prévoyance ;
- validé l'affiliation de la Mutuelle nationale du personnel Air France dans la SGAM Macif ;
- adapté la tarification du compte bancaire en faveur de la clientèle « Jeunes » ;
- défini et mis en œuvre l'offre Automobile à destination des « petits rouleurs » ;



- procédé à des ajustements tarifaires sur le contrat Auto ;
- validé les principes structurants de l'évolution de l'offre Habitation ;
- mis en place la Garantie Assistance tarifée sur l'Auto et la Garantie accidents (échéance 2014 et nouveaux contrats) ;
- conçu près de la moitié des processus et règles métiers unifiés en IARD et déployé en région le premier lot Production ;
- installé le réseau commun de réparateurs Auto succursales et concessionnaires dans le cadre de Sferen ;
- posé les bases d'une maîtrise durable des frais généraux et installé une culture d'économie au niveau du Groupe ;
- validé l'étude sur l'optimisation des processus et outils relatifs aux frais généraux ;



- installé la nouvelle organisation et structuré les pôles métiers ;
- validé les principes d'une organisation optimisée en IARD pour la gestion des corporels lourds ;
- déployé les nouveaux principes du Management par Objectifs ;
- initié la revue de performance des régions ;
- instauré une nouvelle dynamique concernant les actions à caractère politique (élections 2013, lancement du réseau social Vie mutualiste, Agendas mutualistes...) ;
- validé les principes et la déclinaison opérationnelle des Fondamentaux mutualistes ;
- lancé le dispositif des Comités de développement professionnel pour les centres de gestion et les fonctions supports.



Fin 2014, nous aurons :



- déployé les plans d'optimisation téléphonique (dont la première étape sur les amplitudes horaires) sur l'ensemble des régions ;
- installé durablement en région la démarche commerciale et la méthode de vente commune ;

- mis en œuvre les premières actions sur les quatre axes de la stratégie numérique Groupe (exploiter les flux, développer la e-relation, favoriser le faire-faire et mettre en place la gouvernance numérique) ;
- installé le partenariat avec Matmut sur l'activité Pros/TPE ;
- installé le nouveau modèle de distribution pour le marché des professionnels ;
- clarifié les perspectives relatives à nos partenariats ;
- poursuivi la refonte des offres Santé Prévoyance avec la mise en marché de la nouvelle offre Garantie Obsèques ;
- poursuivi la démarche de croissance externe au sein du pôle Santé Prévoyance ;
- complété les tests de distribution auprès des populations spécifiques (Ani) ;
- lancé de nouvelles offres Santé dans le cadre de l'Ani ;



- défini l'offre Habitation 2015 et préparé sa mise en œuvre ;
- mis en place la Garantie Assistance tarifée sur l'Habitation (échéance 2015 et nouveaux contrats) ;

- déployé en région près de la moitié des processus et règles métiers unifiés ;
- lancé l'amélioration continue des processus ;
- migré deux environnements sur cinq au total vers la solution cible de Convergence SI Santé Prévoyance ;
- consolidé la culture d'économie au niveau du Groupe et renforcé le dispositif de maîtrise durable des frais généraux ;
- défini les nouveaux processus et les outils relatifs aux frais généraux ;
- mis en place la plate-forme mobilité « Et demain ? », accessible à l'ensemble des salariés du Groupe ;



- débuté la centralisation de la gestion des corporels lourds sur un pôle d'expertise ;
- engagé la transformation de l'organisation de la gestion des sinistres Protection juridique ;
- installé le dispositif de Management par Objectifs dans la durée ;

- mis en place les socles techniques (SDSI) prioritaires pour les projets métiers du PMT ;
- poursuivi la revue de performance périodique des régions ;
- engagé le déploiement opérationnel des Agendas mutualistes dans les territoires ;
- déployé les Fondamentaux mutualistes auprès des élus, des salariés et dans les processus du Groupe ;
- mis en place une direction de développement des compétences Groupe.

PMT, évoluer ensemble est une publication de la direction générale groupe Macif – Directeur de la publication : Jean-Marc Raby – Crédits photos : Mourad Chefai (p. 2-9, 13, 20, 22 et 23) ; Fotolia (p. 5, 6, 10, 11, 14-17) ; Gerhard Linnekogel Eyese (p. 8, 12) ; Julien Retailleau (p. 8) ; Alexis Harnichard (p. 10) ; Darri (p. 12) ; DR (p. 5, 14) ; Macif Centre Europe (p. 16) ; Philippe Berrier (p. 17) ; Stock.xchng (p. 18) – Conseil : Vincent Neymon – Réalisation : CHROMATIQUES ÉDITIONS (www.chromatiques.fr) – Impression : Bialec Nancy – Imprimerie certifiée Imprim'Vert contribuant à la protection de l'environnement. Imprimé sur papier issu de forêts durablement gérées. Achèvement d'impression : 1^{er} trimestre 2014. Dépôt légal : avril 2014.

Ce document référentiel PMT est destiné aux salariés du groupe Macif. Il a pour objet de présenter de manière synthétique l'ensemble des informations diffusées pendant les réunions PMT et n'est pas destiné à une parution régulière.

“ *La Macif, c'est une entreprise où le sociétaire est le point de départ et le point d'arrivée de toutes les décisions. Nous avons un devoir d'accompagnement de nos sociétaires. Cette notion d'accompagnement doit être associée à notre marque de fabrique.* ”

Gérard Andreck,
président du groupe Macif

“ *Le PMT 2015 opère un nécessaire rattrapage qui implique pour chacun d'entre nous un changement culturel profond ; il s'agit de retrouver une agilité et une souplesse dans notre organisation et notre fonctionnement, d'unifier davantage le Groupe.* ”

Alain Montarant,
vice-président du groupe Macif

“ *En tenant notre cap, en persévérant dans nos efforts, donnons-nous rendez-vous fin 2014 : nous verrons que nous avons raison de nous faire confiance.* ”

Jean-Marc Raby,
directeur général du groupe Macif

Avec le PMT, restaurons nos fondamentaux pour construire **le Groupe de demain**

- **Un groupe d'assurance leader** et en développement sur ses marchés
- **Un groupe mutualiste reconnu** pour la compétitivité de ses offres et la qualité de son service
- **Une entreprise** où chacun se mobilise et partage la réussite collective