



## **CR CSEE Ordinaire du 29 Avril 2021**

### **1. Présentation du PAMM (Plan Actions Marque MAAF) :**

La direction fait un rappel sur l'année 2020 et notamment la crise sanitaire qui a impacté nos sociétaires pro. Explication de l'année 2020 sur la critique de l'assurance de la perte d'exploitation.

Nous sommes sereins sur la clarté de nos conditions générales. Nous avons respecté nos engagements.

L'enjeu a été de mettre en œuvre notre plan d'action malgré la crise sanitaire.

Donc en 2021 beaucoup de chose actées en 2020 ont été reportées sur 2021.

Le terme MAAF est peu utilisé au goût de la direction.

Progression de MAAF de 1995 à 2010 par la communication sans problème.

Les banques sont arrivées et on a dû revoir les pubs. Puis la loi Hamon ... D'où la fidélisation importante dans notre travail.

Le multi -équipement doit se faire dans la 1ère année car après cela est beaucoup plus compliqué.

On vise le multi-équipement très important sur les offres. Promotion, exploitation des monos clients : il faut améliorer ce point.

Booster l'aspect des prospects en agence.

Privilégier les flux digitaux qui ne sont pas assez pris en compte.

1 client sur 5 est Pro, cela représente 1 euros sur 3.

La direction est hostile au mot type ... Pourtant le style MAAF impose le contraire au conseiller.

8 000 demandes d'indemnisation au titre de la PEX. Nous avons moins de 30 dossiers au tribunal de commerce.

Un peu moins de 10 dossiers avec des décisions qui nous sont défavorables.

Une dizaine d'avis rendus par le médiateur, aucun défavorable à MAAF.

Arbitrage en cours avec les réassureurs. Il y a toujours un aléa. Dans les comptes 2020 nous n'avons pris que 50% de réassurance, en pensant que ce sera au-delà.

Point d'étape – Avril 2021 :

*Les marchés segment à valeur :*

- La campagne de début d'année :
    - Un taux de multi équipés à l'adhésion proche de l'objectif.
    - Le nombre de clients mono devenant multi est en deçà de l'objectif mais sup à 2019
  - Une formation Entretien client / Style MAAF en 4 phases
  - Evolution de l'articulation des relances Agences/DCRC/Internet et 1 sous-traitant
  - Une conquête adaptée sur 9 Zones urbaines où les véhicules sont moins présents :
    - Opération de communication ciblée vers des clients non équipés en habitation
    - Chargement des cibles dans le plan de travail agence pour une démarche proactive
    - Affichage de l'offre promo
- Pas de retour sur les résultats actuellement.

- Renforcer le lien avec les Pros :
  - Spot radio
  - 3ème année de partenariat pour le concours des meilleurs artisans de France organisé par RMC
  - Une campagne de 20 000 appels sortants réalisée par Armatis et l'envoi d'un mailing papier à l'attention de 20 000 prospects :
- Vers des entreprises de + de 3 ans d'ancienneté ou avec au moins 1 salarié
- Pour une prise de RDV CCP (740 RDV CCP pris suite aux appels sortants)

*Excellence de l'expérience client :*

- Levier pour lutter contre les départs clients :
  - Pro activité :
- Une politique de fidélité préventive des clients récents et des clients à valeur
- La détection des alertes de départ et traitement
- 3 cibles : les nouveaux clients, les clients à valeur, les clients fragiles

- Des appels sortants vers des cibles prioritaires chargées dans les plans de travail agence et plan de travail spécialiste
- Un programme de chargement mensuel des démarches

En dessous des souhaits de la direction dans la pro activité agence.

- Fidélisation des Jeunior ( + de 50 Ans)
- Apporter des services et réponses en préparation de la retraite avec la création d'un espace « Ma retraite en toute liberté » sur MAAF Privilèges

#### *L'excellence opérationnelle :*

L'accessibilité est le 1<sup>er</sup> critère.

Il faut être plus agile.

La direction salue l'agilité des salariés IRD en 2020 avec la mise en place de l'entraide.

Simplification au service d'une meilleure expérience collaborateur et client :

Apporter plus de performance dans le métier du conseiller :

- flash constat
- amélioration des outils
- ...

Faciliter nos parcours en ligne :

- selfcar
- retrouver les devis au sein de la synthèse prospect
- ...

#### *Des équipes fières et engagées :*

La déclinaison de la politique d'impact sociétal chez MAAF :

4 Objectifs :

- Valoriser notre image de marque
- Nourrir notre différenciation
- Favoriser auprès de nos clients la mise en place de comportements responsables
- Contribuer à la fierté d'appartenance des salarié de MAAF & Covea

3 champs d'action :

- Egalité des chances
- Prévention des risques
- Environnement

OS : demande de l'élargissement du télétravail.

Direction : refus catégorique pour les agences.

OS : beaucoup de travail de back office en agence. Un roulement aurait pu être mis en place. Des salariés se sont sentis en dangers.

Direction : Nous n'avons mis personne en danger. Refus de télétravail pour les agences/ le travail de back office n'est pas suffisant. Je ne rentrerai pas dans le débat.

Les 70 ans de MAAF

### **Résultat 1<sup>er</sup> Trimestre :**

#### *Le digital :*

- Le canal digital continue sa progression.

#### *Direction développement :*

Bonne accessibilité en 2021 téléphonique. Objectif de 83%. Janvier 80% ; Février 80% ; Mars 83 %.

Niveau de sollicitation en hausse grâce au digital. Si on enlève le digital nous sommes à - 7%.

Contact réseau à potentiel commercial en deçà de 2019.

#### Résultats commerciaux :

Bon démarrage en auto vs 2019.

Sur le crédit, du mal à reprendre pied.

Sur l'habitation, à peu près à l'égal de 2019. Mais un peu en dessous des ambitions.

Plutôt une bonne surprise sur le multipro.

La direction craint qu'il y ait une tension sur l'évaporation avec des entreprises qui vont faire faillite.

#### Assurances de personnes :

Baisse des AN Santé individuelle \_ Loi Legendre

Prévoyance 2021 en baisse VS 2019. Aussi bien en nombre qu'en CA.

Santé Co : en contrat et en bénéfices à fin mars nous sommes en progression. En progression de 15%, 1039 contrats contre 937 à fin mars 2020.

En progression de 19% en bénéfices par rapport à fin mars 2020.

Et nous sommes à 141% de l'objectif avec 9 000 de bénéfices contre 6 400 objectifs à cette période de l'année.

#### Evolution du CA :

Nous sommes sur une croissance du CA plutôt en phase avec ce qui était attendu.

#### *Direction indemnisation :*

Les équipes ont beaucoup travaillé sur l'accessibilité. Cela porte ses fruits.

Prise d'appel indemnisation en progrès sensible sur tous les secteurs.  
80,5 %

Il félicite les équipes indemnisation.

Seulement...

Baisse des sinistres vs 2020 :

Hab -8%

Auto -6% (les BDG ne sont plus inclus...)

Corpo -15%

Les stocks, situation beaucoup plus saine que les années 2018 2019.

En MRH cela reste élevé.

Très bon niveau de satisfaction en auto (9,4 \_ +0,2 vs 2020)

En IRD (8,4 \_ +0,1 vs 2020)

Note globale : 8,7

Très bon niveau aussi pour la direction développement proche du 9.

Taux de transformation questionne ... il est en baisse car sur les flux digitaux il est très bas. Donc on regarde autrement pour dire qu'il reste à un très bon niveau.

Pour relancer tous les devis digitaux c'est une lourde mission. Il faut trier, les relancer.

## **2. Consultation relative au projet d'évolution de l'organisation des sites corporels légers dans le cadre du PPSS :**

CFE CGC : Avis défavorable

CFDT : Prise d'acte

CFTC : Avis favorable

UNSA : Avis favorable avec réserve

FO : Prise d'acte

CGT : Avis défavorable

Vote défavorable à la majorité des membres présents.

## **3. Consultation à la demande du secrétaire du CSEE Niort de l'UES COVEA sur le traitement des données effectué par l'outil CODISTRACT au DCRC- lot 1 :**

CFEC CGC : Prise d'acte

CFDT : Avis défavorable

CFTC : Avis défavorable

FO : Prise d'acte

UNSA : Avis défavorable

CGT : Avis défavorable

Vote défavorable à l'unanimité des membres présents.

## **Point « fonctionnement CSEE » :**

### **4. Rectificatif au budget prévisionnel ASC 2021 du CSEE NIORT de l'UES COVEA :** **- Vote pour dédier 950 k€ à une opération exceptionnelle de chèques vacances**

Vote favorable à l'unanimité des membres présents.

### **5. Budget 2022 :**

- Présentation du budget des activités sociales et culturelles prévisionnel du CSEE Niort de l'UES COVEA - Lot 1 pour les lignes :
- SEJOURS ENFANTS : 260000 euros
- HEBERGEMENT 1 220 000 euros
- VOYAGE : 650000 euros
- CONCERTS ET SPECTACLES : 30000 euros

- Vote du budget des activités sociales et culturelles prévisionnel du CSEE Niort de l'UES COVEA - Lot 1.

Vote favorable à l'unanimité des membres présents.

### **6. Budget 2022 :**

- Vote sur la fusion de la ligne comptable colonies hiver/printemps avec la ligne comptable colonies été/automne.

Vote favorable à l'unanimité des membres présents.

## **CR CSEE Extraordinaire du 29 Avril 2021**

Consultation sur le reclassement au sein du groupe COVEA de deux collaborateurs déclarés inaptes.

1<sup>er</sup> dossier favorable à l'unanimité des membres présents avec maintien de salaire.

2<sup>ème</sup> dossier idem.

