

RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2018

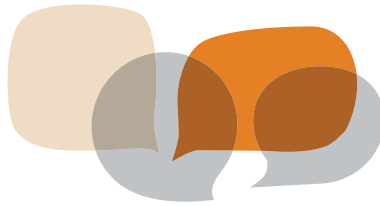


Ma préférence, c'est MAAF



Poursuivons
la conversation





Et si nous poursuivions la conversation ?

Marque de **Covéa**, premier groupe d'assurance mutualiste français, **MAAF** protège la santé, la famille, l'épargne, les biens et les projets de 3,8 millions de clients, parmi lesquels près de 800 000 professionnels.

Assureur historique du monde artisan, partenaire de nombreuses institutions professionnelles, **MAAF** conçoit et déploie des solutions pour chaque métier.

Dans un monde qui se transforme rapidement et qui voit de nouvelles formes de concurrence s'imposer sur le marché, **MAAF** est à l'écoute des besoins et des attentes de ses clients. Avec La Préférence Client, elle s'engage pleinement et quotidiennement.

Demande de personnalisation, émergence de nouveaux risques, prise en compte de l'évolution des modes de vie, autant de sujets qui nécessitent d'être imaginatifs, innovants et agiles.



ÊTRE LEADER *avec vous*

Depuis sa création, Covéa accompagne les évolutions sociétales. Dans un monde rythmé par de nombreuses transformations, nous concevons des solutions d'assurance pour protéger nos clients. Engagés à leurs côtés, nous agissons pour bâtir une performance aussi durable que partagée.



Entretien



THIERRY DEREZ, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL COVÉA

Trois inflexions pour 2019

L'assurance change et nous devons nous adapter

Le monde de l'assurance – comme les autres secteurs économiques et la société en général – est entré dans une profonde mutation. Les innovations, qu'elles soient liées aux progrès de la science, de la médecine ou des technologies, bouleversent les besoins et les attentes de nos sociétaires et clients, et donc notre métier d'assureur. La concurrence se renforce. Les événements climatiques, plus fréquents et de plus grande ampleur, nécessitent que nous nous adaptions. Le niveau des exigences réglementaires, qui ne cesse de s'élever, implique de conjuguer sens de l'effort et vigilance.

Notre objectif : rester leader dans le monde nouveau

Pour les prochaines années, notre objectif est de rester leader dans le monde nouveau. Nous avons identifié trois leviers à actionner simultanément pour satisfaire les attentes de nos sociétaires et collaborateurs : cibler les produits et segments à valeur ajoutée, accélérer la transformation de notre modèle et, naturellement, accroître notre rentabilité. Nous atteindrons cet objectif en innovant, ce qui n'est pas nouveau mais doit être renforcé, et en coopérant davantage. La valeur doit devenir le principe directeur de décision et d'allocation de nos ressources humaines et économiques. Ainsi, nous continuerons à dégager des résultats forts nous

permettant d'absorber les aléas et risques futurs, de nous développer et de garantir les engagements pris à l'égard de nos assurés et sociétaires.

Partager plus de valeur pour plus d'efficacité

Davantage de valeur à partager avec nos clients, nos sociétaires, nos collaborateurs et l'entreprise, c'est ce qui nous guide tous aujourd'hui au sein du Groupe. Toutes les feuilles de route, et en particulier celles des trois marques, sont focalisées sur cet objectif. C'est à cette condition que nous serons tous encore plus efficaces au service de nos assurés, avec des produits adaptés aux nouveaux usages et besoins de chacun.

Gouvernance de Covéa

Comité exécutif au 31 décembre 2018

—

1

Thierry Derez
Président-Directeur général

2

Amaury de Hauteclouque
Directeur général Coopérations Humaines

3

Maud Petit
Directrice générale Finances

4

Valérie Cohen
Directrice IARD

5

Edouard Vieillefond
Directeur général GMF

6

Stéphane Duroule
Directeur général MAAF

7

Laurent Tollié
Directeur général Investissements

8

Pierre Michel
Directeur général Réassurance et International

9

Juliette Baudot
Directrice Stratégie, Client, Transformation

10

Paul Esmein
Directeur général Offre et Service Client

11

Didier Bazzocchi
Directeur général MMA

12

Joaquim Pinheiro
Directeur général Relation Client

13

Thierry Francq
Directeur de cabinet du Président



7

6

5

4

3

2

1

8

9

10

11

12

13

De multiples expertises au service de nos clients

Chez Covéa, avec l'ensemble de nos collaborateurs dans le monde, nous accompagnons au quotidien et dans la durée nos sociétaires et clients. Nous leur proposons une protection sur mesure et une expérience enrichie, à travers nos expertises diversifiées et nos marques.

TROIS MARQUES COMPLÉMENTAIRES



Mutuelle sans intermédiaire, assureur généraliste des particuliers et des professionnels.



Mutuelle avec agents généraux, assureur multispécialiste des particuliers, professionnels, entreprises, associations et collectivités.



ASSURÉMENT HUMAIN

Mutuelle sans intermédiaire, assureur de particuliers, mutuelle de référence des Agents du Service Public.

NOS STRUCTURES SPÉCIALISÉES



Gestion d'actifs, réassurance, assurances affinitaires, assistance et protection juridique.

NOS IP ET MUTUELLES AFFILIÉES



Assurance non-vie, santé et prévoyance collectives.

UNE OFFRE COMPLÈTE



Dommages & Responsabilité : particuliers, pros, entreprises



Santé & Prévoyance : individuelles et collectives



Assurance-vie



Protection juridique



Réassurance

Cové@venir 2021: cap vers le partage de valeur

Le plan stratégique Cové@venir 2021 fixe les priorités du Groupe. Sa signature: innover et coopérer pour plus de valeur à partager.

NOS 4 PRIORITÉS STRATÉGIQUES

→ Privilégier les marchés et segments à valeur

Covéa souhaite continuer à croître sur ses marchés historiques, tout en consolidant ses fondamentaux techniques, et à se développer de manière volontariste sur d'autres marchés à valeur tels que la prévoyance, la protection juridique et la santé. Par ailleurs, le Groupe renforce son accompagnement des pros et des 50 ans et plus.

→ Poursuivre l'excellence de l'expérience client

Covéa refond ses parcours clients afin de donner toute sa place à la relation humaine et de se concentrer sur ce qui fait sa valeur : l'empathie et l'expertise. Parallèlement, le Groupe renforce les parcours digitaux et fait monter en puissance sa plateforme de services.

→ Renforcer l'excellence opérationnelle

Covéa met l'accent sur l'efficacité, l'agilité et la rentabilité. La simplification des processus, des organisations et des produits ainsi qu'une adaptation des systèmes d'information constituent les principaux leviers pour réaliser cette ambition.

→ S'appuyer sur des équipes fières et engagées

Covéa accompagne ses collaborateurs vers les nouveaux métiers, à plus forte valeur ajoutée, et favorise la mobilité interne. De plus, le Groupe valorise la performance individuelle et collective, adapte son modèle managérial en affirmant l'esprit de coopération, facteur clé de succès.

Ces quatre objectifs, mis en œuvre dans le cadre d'une appétence modérée aux risques et accompagnés d'une gestion financière de long terme durablement performante, s'appuient sur la solidité de Covéa et contribuent à son renforcement.

A group of five diverse people (three women and two men) are gathered around a smartphone, smiling and looking at the screen. The lighting is warm and focused on the group. The background is slightly blurred, suggesting an indoor setting.

MAAF, CONSTRUIRE L'AVENIR *pour vous*

En 2018, MAAF a déployé de multiples initiatives au bénéfice de ses clients. Conseils et ajustement d'offres au plus près de leurs besoins et attentes, accent mis sur la qualité de service, développement d'innovations... Autant d'avancées guidées par la volonté d'être aussi utiles qu'efficaces pour nos assurés, en cohérence avec notre identité d'assureur mutualiste.

Chiffres clés

au 31 décembre 2018

—





Entretien



STÉPHANE DUROULE, DIRECTEUR GÉNÉRAL MAAF

« Notre relation avec nos clients repose sur quatre piliers : le conseil, l'accompagnement, la reconnaissance et l'écoute. »

« Ma préférence, c'est MAAF » : un engagement de chaque instant

2018 a marqué le déploiement de notre nouveau positionnement stratégique : La Préférence Client. Avec de bons résultats en termes de notoriété, de mémorisation et d'attractivité, la campagne publicitaire marque les esprits et montre la pertinence de ce positionnement, plus engagé, auprès de nos 3,8 millions de clients.

Dans un environnement concurrentiel qui voit chaque jour son intensité s'accroître, MAAF conforte ses positions sur ses activités « historiques » que sont l'auto et l'habitation, et développe son portefeuille de contrats sur le marché des professionnels, la prévoyance, l'assurance santé

collective et l'assurance-vie en unités de compte.

La croissance du taux d'équipement des sociétaires montre l'intérêt d'étendre notre gamme pour proposer une couverture maximale à nos assurés.

Une année riche en événements

Les événements climatiques successifs rencontrés en 2018 ont généré une augmentation de près de 10 % de l'activité des équipes.

Ce volume supplémentaire de sinistres nécessite de fortes capacités d'adaptation pour apporter le service attendu par nos assurés. Dans cet esprit, une action de mobilisation interne a été mise en place lors des inondations de

l'Aude : 250 collaborateurs se sont portés volontaires pour renforcer les équipes Indemnisation et ont démontré leur capacité à réagir dans l'urgence et avec empathie, au moyen de dispositifs dédiés, au plus près de tous nos clients sinistrés. La Préférence Client, c'est très concret.

Des attentes qui évoluent

Immédiateté, réactivité, souplesse, procédures simplifiées dans une société de plus en plus connectée : les attentes de nos clients évoluent.

Pour répondre à ces changements, nous avons fait évoluer le site maaf.fr et l'appli mobile MAAF et Moi. Nous simplifions les devis et proposons de nouveaux services, associés aux contrats habitation, accessibles depuis une plateforme dédiée.

Cet état d'esprit se retrouve aussi dans nos nouvelles agences lancées à Pau et Lille en 2018. Une nouvelle façon de concevoir nos réseaux physiques, plus digitale et qui replace l'expérience client au cœur de nos préoccupations.

Nos assurés attendent de MAAF une relation facilitée par les multiples canaux de contact, mais aussi, un parcours client efficace, quel que soit le média choisi. C'est pour cela que nous investissons régulièrement dans nos systèmes d'information afin que nos conseillers et nos clients aient toujours la bonne information sur maaf.fr ou MAAF et Moi.

La satisfaction de nos sociétaires comme moteur de nos actions

La relation de MAAF avec ses clients repose sur quatre piliers structurants: le conseil, pour que nos assurés souscrivent leur contrat en confiance; l'accompagnement, pour que les contacts soient simples; la reconnaissance, notamment de la fidélité à MAAF; et l'écoute, pour améliorer ce qui peut l'être et compléter nos offres.

Pour que nos sociétaires aient davantage envie de venir et de rester chez MAAF, la recherche d'amélioration de notre efficacité opérationnelle « vue du client » est permanente et détermine nos actions. Nous savons ainsi qu'il nous faut poursuivre le développement de nos dispositifs digitaux pour que les assurés soient plus autonomes, mais aussi pour que nos équipes en agences ou en centres de contact soient disponibles pour fournir les conseils et l'accompagnement nécessaires quand le sociétaire le souhaite.

C'est avec cet état d'esprit que nous pourrons générer davantage de satisfaction et de valeur à partager avec nos sociétaires et nos collaborateurs.

Gouvernance MAAF

au 31 décembre 2018

CONSEIL D'ADMINISTRATION MAAF

Thierry Derez
Président

Christian Baudon
Administrateur délégué

Bernard Barbottin
Vice-président

Michel Castagné
Vice-président

Jean-Claude Seys
Vice-président

Jean Alsina
Administrateur

Jean-Michel Banlier
Administrateur

Monique Berger
Administratrice

Michèle Beyt
Administratrice

Hubert Couprie
Administrateur

Philippe Debenest
Administrateur

Emmanuel Fay
Administrateur

Delphine Lemaire
Administratrice

Renée Moran
Administratrice

Jean-Pierre Paquien
Administrateur

Jean-Jacques Vouhé
Administrateur

COMITÉ DE DIRECTION MAAF

Stéphane Duroule
Directeur général

Marie-Hélène Douceret
Direction Organisation
et Performance

Bruno Lacoste-Badie
Direction Marketing
et Communication

Jacques Lumeau
Direction des Partenariats

Laurent Pigelet
Direction du Développement

Yves Rey
Direction Indemnisation

Quelles sont les attentes de nos clients?

« Une collaboratrice très compétente m'a guidée sur la marche à suivre après mon sinistre. Elle m'a adressé un e-mail regroupant les motifs de notre échange et m'a transmis les coordonnées du garage agréé le plus proche. »

Maria

Chargée de ressources humaines, Niort, indemnisée après un accident




« **Bonne écoute.** Ma conseillère a fait le point sur mes contrats et m'a fait **faire des économies.** »



« Enfin une compagnie d'assurance qui **sensibilise ses clients aux risques.** »




« Continuez d'être à l'écoute des artisans, de leurs moyens et de leurs besoins. »



« Le constat des dégâts réalisé par le réparateur sur support numérique, c'est génial, quel gain de temps! Petit plus, l'interlocuteur de MAAF m'a conseillé de ne pas aller à l'ouverture du garage, vu l'affluence à ce moment-là : remarque judicieuse. »

Ahmed

Cuisinier, Lille, indemnisé pour un sinistre auto



« Au regard des soucis financiers que je rencontre avec mon entreprise, je remercie MAAF et ma conseillère pour leur **compréhension, leur patience** et le fait qu'ils ne portent pas de jugement sur ma situation. »

Emma

Fleuriste, Saint-Rémy-de-Provence



« Merci aux équipes MAAF pour leur **efficacité.** »

« La démarche par **Internet** est facile et la réponse est **rapide.** »



Ces témoignages sont réels. Seuls les prénoms ont été modifiés.

Nos avancées

Au plus près des besoins de chacun, MAAF innove pour simplifier les démarches de ses clients, leur proposer des offres et services vraiment utiles et répondre présent lorsqu'ils rencontrent des difficultés. Quand innovation rime avec utilité...



« Ma préférence, c'est MAAF »

Comment MAAF a-t-elle abordé La Préférence Client en 2018 ?

2018 a marqué une nouvelle étape pour MAAF dans sa quête de la meilleure expérience client. Gagner la bataille de « La Préférence Client » pour devenir l'assureur préféré des Français et, surtout, donner envie aux clients de venir et de rester chez MAAF.

Quel est le programme de cette campagne ?

Décliner le style MAAF en trois mots: proximité, simplicité, clarté. Un style qui permet au client de souscrire son assurance en toute connaissance de cause, d'être écouté, accompagné et de voir sa fidélité reconnue. Parmi les applications immédiates de cette posture: offrir au client une expérience digitale performante et dans le bon tempo avec les nouveaux usages.

Comment MAAF a-t-elle amélioré l'expérience digitale client ?

MAAF propose l'affichage du tarif mensuel de la cotisation et a réellement simplifié toute la démarche de souscription des garanties auto. Enfin, pour le confort de tous, de plus en plus de démarches sont réalisables sur mobile, comme la déclaration de sinistre auto.



Une nouvelle vision de l'expérience client avec l'agence de demain

Après l'agence de Paris Daumesnil en septembre 2017, deux nouvelles agences MAAF ont ouvert leurs portes en 2018 : Pau Attigny en septembre et Lille Nationale en octobre. Zoom sur cette nouvelle façon de concevoir les réseaux physiques de la marque.

Depuis 2017, MAAF explore de nouvelles possibilités pour l'avenir de son réseau d'agences. Avec aujourd'hui trois agences transformées, la marque prend soin de ses clients en leur proposant une expérience totalement inédite.

Dès son arrivée, l'assuré se présente grâce à un écran tactile placé à l'entrée. Il dispose ensuite d'une salle d'attente équipée de connexion WiFi, télévision, café,



etc. afin de patienter en attendant qu'un collaborateur vienne à sa rencontre. L'agence est fermée ? Pas d'inquiétude ! Une tablette située dans la vitrine lui permet de se diriger vers une autre agence ou de prendre rendez-vous ultérieurement. Le principe de ces nouvelles agences ? Faire vivre une expérience unique et positive en proposant aux clients MAAF un parcours fluide, chaleureux et professionnel rendu possible par l'environnement, la posture des conseillers et l'accompagnement digital.



« Nous devons nous adapter aux évolutions des comportements clients. Ils attendent d'un réseau physique plus de densité et d'accompagnement dans la relation qu'hier, plus de modernité aussi. »

—
Nathalie Ciornei
 Directrice du département
 Réseau Agences MAAF



MOBILISATION DE NOS ÉQUIPES LORS DES INONDATIONS DANS L'AUDE ET LE VAR

LA SITUATION

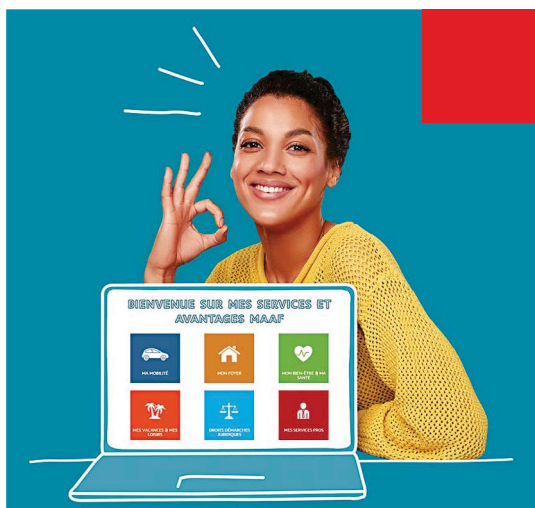
En octobre 2018, les départements de l'Aude et du Var ont connu deux épisodes d'intempéries de grande ampleur, avec des inondations à Sainte-Maxime et Carcassonne. Des événements importants au cours desquels plus de 250 collaborateurs se sont mobilisés très rapidement, dans un réel élan de solidarité.

LA SOLUTION

Face à ces événements, les unités mobiles MAAF ont été déployées. Parmi elles, les équipes de conseillers et d'inspecteurs ont accueilli, informé et accompagné les clients sinistrés. Objectif ? Leur permettre d'accélérer leurs démarches d'indemnisation. Face à ces violentes intempéries, MAAF a également pris des mesures spécifiques avec l'anticipation des arrêtés de catastrophe naturelle, la prolongation des déclarations de sinistres et la prise en charge des frais de relogement pendant trente jours. Pour l'événement de Carcassonne, de plus grande ampleur, la marque a déployé une cellule psychologique, une ligne téléphonique dédiée, et a mis en place des solutions et des services facilitant la mobilité des assurés. Côté digital, MAAF a également renforcé ses services d'alerte météo sur Twitter pour rester connectée à ses assurés et les tenir informés en temps réel.

[#MaafVousAccompagne](#)





MAAF LANCE SA PLATEFORME DE SERVICES

Afin de faciliter la vie de ses clients et de les accompagner dans les moments clés de leur existence, MAAF met à leur disposition, depuis son site Internet, sa toute nouvelle offre de services et d'avantages développée par Covéa.

L'objectif?

Leur proposer, d'abord autour du foyer et de la mobilité, une gamme complète de services novateurs. Ils peuvent, par exemple, disposer de tarifs préférentiels pour déménager, estimer le coût des travaux domestiques, évaluer un bien immobilier ou encore bénéficier d'avantages tarifaires dans le cadre de l'achat d'un véhicule neuf.

Et après?

MAAF peut ainsi mettre l'accent sur la différenciation et la fidélisation, et proposer à ses clients une expérience augmentée résolument nouvelle. Ces offres de services ont toutes vocation à s'enrichir progressivement, notamment en matière de prévention, d'accompagnement et de loisirs.

MAAF, TOUJOURS PLUS DIGITALE!

Gagner « La Préférence Client » en s'appuyant sur le digital est un défi majeur pour MAAF. Pour devenir le leader de l'expérience client, MAAF se doit de proposer des outils innovants et adaptés aux besoins de ses assurés. Rencontre avec Sandrine Albert, responsable Espaces Digitaux et Contenus MAAF.

Vous avez travaillé, avec vos équipes, sur la refonte du site maaf.fr et de l'appli mobile MAAF et Moi. Pourquoi ces évolutions?

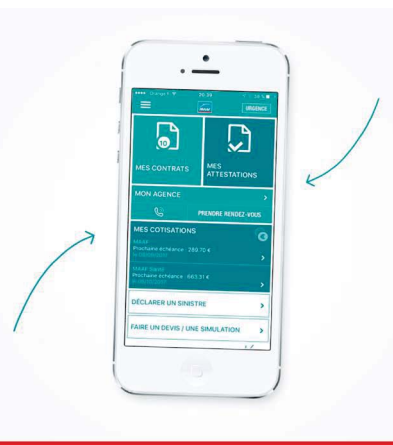
Les comportements des utilisateurs évoluent vite, notamment en ce qui concerne les usages mobiles. Aujourd'hui, 48 % des visites se font via un mobile, nous devons donc nous adapter avec une approche *Mobile First*. Le digital impose également un certain rythme de modernisation des outils pour rester dans la course. Notre objectif est de faire évoluer

nos espaces digitaux pour laisser le choix au client d'une relation à sa main.

Quelles sont ces nouveautés?

Ces évolutions s'inscrivent dans la continuité de celles réalisées en 2017. En juin, nous avons entamé la refonte de la structure du site pour qu'il soit accessible à l'identique via un mobile. Nous

avons poursuivi avec l'espace client MAAF afin qu'il propose lui aussi la même expérience client à l'utilisateur, qu'il soit sur PC, tablette ou mobile, avec des pages optimisées. La création de l'espace client est ainsi plus simple sur maaf.fr, tout comme sur MAAF et Moi. Il est maintenant plus facile pour le client de créer son espace ou de récupérer son mot de passe, sans avoir recours à un conseiller.



Nos avancées

Responsabilité Sociétale d'Entreprise

Les 20 ans de la Fondation MAAF

En novembre 2018, la Fondation MAAF a fêté ses 20 ans d'existence. À cette occasion, la Fondation a dévoilé sa nouvelle identité ainsi que la thématique à laquelle elle se consacrera pendant les trois prochaines années.

La Fondation MAAF devient « MAAF Initiatives et Handicap »

Depuis vingt ans, la Fondation MAAF accompagne les initiatives innovantes dans le domaine du handicap. Cette date anniversaire est l'occasion de réaffirmer fortement son engagement. « Ce nouveau nom rend plus visible et lisible notre action et notre domaine d'intervention : le handicap. Nous avons créé une véritable dynamique, porteuse d'innovations. La force de notre nouveau logo traduit notre volonté de poursuivre dans cette voie »,

précise Nicolas Bénétreau, Directeur de la Fondation MAAF Initiatives et Handicap.

L'avancée en âge des personnes en situation de handicap : thème central de la Fondation

L'avancée en âge est un enjeu sociétal majeur pour l'ensemble de la population française. Les personnes en situation de handicap sont d'autant plus concernées car, avec l'âge, il peut arriver qu'elles connaissent un accroissement du handicap d'origine ou encore l'apparition de handicaps supplémentaires. La Fondation MAAF Initiatives et Handicap a décidé d'en faire le thème central de ses actions à venir. Sa première action ? La réalisation d'une vidéo : « L'avancée en âge des personnes handicapées, un défi à relever ».



Pour en savoir davantage sur les réalisations de la Fondation MAAF Initiatives et Handicap : <http://www.maaf.com/maaf-citoyenne-et-responsable/fondation-maaf-assurances/innovation-au-service-du-handicap>



Pluie de récompenses pour la vidéo « Et tout le monde s'en fout #Spécial défonce au volant » !

En juillet 2017, MAAF Prévention diffusait sur les réseaux sociaux la vidéo cocrée avec le collectif « Et tout le monde s'en fout » qui expliquait la démarche Vigicarotte et faisait la promotion de messages de prévention contre l'alcool au volant avec décalage et humour provocateur. Plus de 500 000 vues sur YouTube prouvent combien ces messages ont rencontré leur public.

Une démarche largement plébiscitée en 2018, avec pas moins de sept récompenses. Une série de prix parmi lesquels le Dauphin d'argent aux Cannes Corporate Média & TV Awards, le Prix d'Or de la catégorie Social Stories & Communication Virale au Videoshare Festival de la Baule et le Trophée d'Or de l'Assurance dans la catégorie Innovation Communication.

À découvrir ou redécouvrir sur : www.vigicarotte.com/videos

Indicateurs de Responsabilité Sociétale d'Entreprise

Périmètre MAAF

En 2018, en déclinaison des politiques du Groupe, MAAF a poursuivi la mise en place d'actions prenant en compte les enjeux environnementaux, sociaux et éthiques liés à ses activités, dans le but de maîtriser ses impacts sur la société.

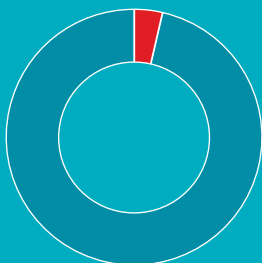
DONNÉES SOCIALES 2018

Effectif et formation

7360

Effectif total
(CDI + CDD,
hors suspendus
et hors alternants)

275
CDD



71,9 %
Taux d'accès
à la formation



7085
CDI

Nombre de rencontres avec les représentants du personnel

190

Statut

4300
Non-cadres

3060
Cadres



Âge et ancienneté

43,4 ans
Âge moyen

15,6 ans
Ancienneté moyenne



Diversité

65,4 %
Taux de féminisation global

4815
Femmes



2545
Hommes

49,9 %
Taux de féminisation des cadres

4,47 %
Taux d'emploi des personnes en situation de handicap



Mouvements au sein de l'effectif

367
Embauches en CDI

421
Départs de CDI
(dont 169 départs à la retraite)

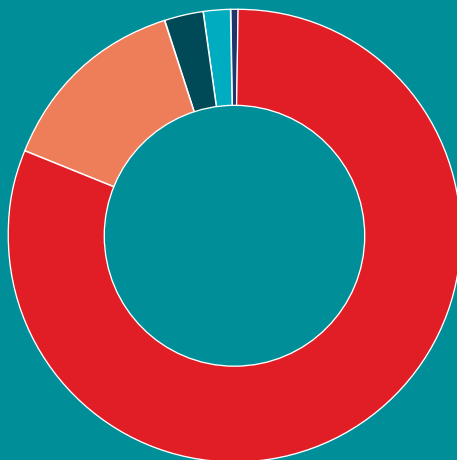


DONNÉES ENVIRONNEMENTALES 2018

Consommation d'énergie (en kWh)

34 187 776
Consommation totale

Soit **133,3**
kWh/m²



27 844 578
Électricité

4 766 000
Gaz

917 000
CPCU*

615 333
Climespace**

44 865
Fuel



* Chauffage urbain de Paris

** Réseau de froid urbain de Paris

Bilan carbone (scopes 1 et 2): émissions de CO₂ liées à la consommation d'énergie

3 030,8
Teg CO₂*

11,8
Kgeq CO₂**



* Tonne équivalent CO₂

** Kilogramme équivalent CO₂

Consommation d'eau

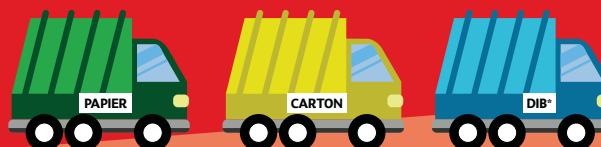
45 636 m³
Consommation totale



Poids des déchets

275 tonnes

* Déchet industriel banal



ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

Nos Quartiers ont des Talents

MAAF, en partenariat avec l'association « Nos Quartiers ont des Talents », s'engage en faveur de l'égalité des chances en accompagnant des jeunes diplômés issus de quartiers ou de milieux défavorisés. Sept salariés MAAF sont aujourd'hui engagés, en mettant leur expérience professionnelle et leur réseau au service de l'insertion professionnelle de leurs filleuls.

Les journées solidaires

MAAF, en partenariat avec « Ça me regarde », a organisé pour la troisième année des journées solidaires au sein d'associations en proximité de ses principaux sites. En 2018, 83 salariés MAAF ont consacré un jour de congé à aider une association locale (Emmaüs, Jardin de Cocagne, École de la 2^e Chance, Samu social...) dans la mise en œuvre d'un projet ou dans leurs travaux du quotidien.



MAAF
Chauray
79036 Niort CEDEX
www.maaf.fr
www.maaf.com
@MAAFAssurances
MAAF Assurances – Groupe Covéa

Rédigé et édité par la Direction de la Communication externe et institutionnelle Covéa - avril 2019.

Crédits photos : Thierry Borredon, Alexandre Giraud, Getty Images, La boîte à films, Photothèque Covéa, Photothèque MAAF, Poly, Tournoi national de tennis fauteuil 2018 de Chauray.

Illustrations : Franck Collin

Conception et réalisation :  scriptosensu.com

PDF à vocalisation intégrée (humaine ou automatique) La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus du Web, les WCAG 2.0, et certifié ISO 14289-1. Son ergonomie permet aux handicapés moteurs de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux déficients visuels, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran, dans son intégralité, et ce à partir de n'importe quel support numérique. Il comporte par ailleurs une vocalisation intégrée, qui apporte un confort de lecture qui profite à tous.

Enfin, il a été testé de manière exhaustive et validé par un expert non-voyant. Version accessible par

 ipedis