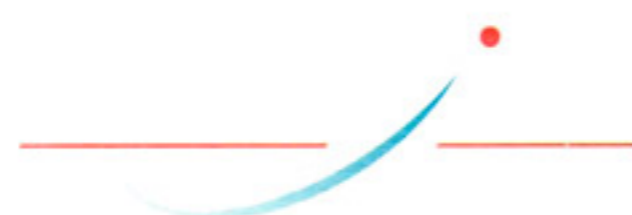


*PROJET
D'ENTREPRISE
HORIZON 2005*

JUIN 1996



PROJET D'ENTREPRISE



HORIZON 2005

● NOTRE FINALITE

Fonder notre développement sur l'excellence du service à nos clients, par et pour la réalisation de chacun de nos collaborateurs.

Notre métier est de fournir aux hommes et aux entreprises la sécurisation de leurs projets et leur protection face aux aléas de la vie pour leur faciliter la préparation de leur avenir.

Notre raison d'être est d'assumer cette mission mieux que les autres, tant dans la compréhension de nos clients, que dans la performance économique et la qualité du service que nous leur devons, ceci afin de mériter d'être incontournables.

Notre philosophie d'action, fidèle à l'éthique mutualiste, se fonde sur les principes d'équité et de solidarité dans la durée et dans la transparence, et vise à favoriser l'épanouissement :

- de nos clients et sociétaires, par le sentiment de sécurité que nous leur apportons,
- de nos collaborateurs, salariés ou prestataires, par leur participation à une entreprise dynamique à fonction sociale reconnue.

● NOTRE AMBITION

Réinventer l'assurance, au point d'en faire un nouveau métier, la PRESERVANCE, et parvenir au leadership sur ce positionnement.

Nous voulons transformer le métier de l'assurance pour couvrir le champ des besoins globaux de la personne, tout au long de sa vie privée - individuelle, familiale - et professionnelle, en adaptant notre offre aux attentes jusque-là ignorées et en prenant en considération plus particulièrement la précarité et l'insécurité inhérentes aux modes de vie actuels.

C'est la raison pour laquelle nous avons défini le concept de Préservance dont le domaine s'étend de la prévention à l'indemnisation des sinistres, en passant par l'assistance.

Nous voulons être l'assureur le plus compétitif, le plus inventif et le plus réactif pour nos clients, grâce à nos innovations techniques et commerciales, au caractère professionnel et entreprenant de nos collaborateurs, et devenir ainsi un nouveau pôle de référence.

● N O S D E F I S

1 Anticiper et adapter en permanence le service au client :

La Préservance, notre réponse aux profondes modifications sociologiques observées dans les comportements tant privés que professionnels, associée à l'émergence des réseaux et du multimédia, va nous amener à acquérir de nouveaux savoir-faire et à concevoir de nouvelles organisations plus flexibles dans le temps, dans l'espace, dans les qualifications et dans les outils mis en œuvre.

2 Faire prospérer l'entreprise sur un marché peu rentable :

Pour développer une politique à long terme et garantir sa pérennité, MAAF Assurances doit trouver dans ses seuls résultats, les moyens de différencier son offre, d'aborder de nouveaux marchés et de tirer parti des opportunités de croissance externe. Ceci implique des fonds propres en progrès constants, nourris par les résultats de l'entreprise, grâce à une compétitivité digne des meilleurs.

3 Croître sur un marché saturé :

Pour poursuivre notre croissance sur un marché saturé, de surcroît convoité par de nouveaux entrants, nous devons rechercher, découvrir et exploiter toute nouvelle opportunité de développement : innovation, partenariat, acquisition, absorption.

4 Faire de chaque salarié un champion de la qualité et un associé de fait :

Les salariés sont responsables de la qualité du service aux clients et de la bonne marche de l'entreprise. Rien n'est possible sans eux. Chaque salarié, en devenant un associé de fait, contribuera de toutes ses forces à notre recherche d'excellence.

5 Prendre en compte la création progressive du marché européen unifié :

La construction européenne, à l'image de la monnaie unique, est appelée à homogénéiser les règles de droit et les comportements. Dans un tel contexte, nous refusons la perspective d'être, à l'échelle européenne, une mutuelle régionale.

● N O T R E S T R A T E G I E

Notre marché est constitué du grand public, des professionnels et des entreprises, professionnels et entreprises présentant, en particulier, l'avantage d'être moins vulnérables aux attaques des nouveaux concurrents. Il est potentiellement de dimension européenne. Notre pérennité exige la concentration de l'essentiel de nos moyens sur ce marché et passe par une stratégie de domination par les coûts, facteur clef de la conquête de nouveaux clients et de développement par l'excellence, facteur clef de leur fidélité.

1 **Dominer par les coûts relève de quatre axes majeurs :**

• La maîtrise des frais généraux par une recherche permanente d'économies, à travers :

- . la simplification de nos procédures,
- . le recours aux processus de production les plus performants,
- . la maîtrise des nouvelles technologies,
- . le partage des coûts dans le cadre du partenariat de moyens,

• La mise en œuvre d'une politique active de prévention pour diminuer le taux de sinistralité, grâce à l'information et à la formation des personnes, grâce à l'aide à la conception et à la préconisation d'équipements de sécurité et grâce aux conseils dans les procédures de gestion et l'utilisation des biens,

• La maîtrise des dépenses d'indemnisation grâce à des critères performants de tarification et de sélection des risques, à une utilisation intelligente de la connaissance que nous apporte la gestion des sinistres, tant dans nos rapports avec l'amont (constructeurs), qu'avec l'aval (prestataires et réparateurs),

• La recherche de volumes grâce à :

- . une politique de fidélisation de la clientèle acquise,
- . l'accroissement du nombre de contrats de chaque sociétaire au moyen d'une offre différenciée élaborée par nous-mêmes ou des partenaires de fabrication,
- . l'accès à de nouvelles clientèles par des réseaux de partenaires ou de nouvelles techniques de distribution.

2 **Se développer par l'excellence implique :**

• L'excellence du service, c'est-à-dire une entreprise à l'écoute de sa clientèle, dans laquelle chacun des collaborateurs, imprégné de l'importance de sa participation à la qualité finale, engage ses forces et ses compétences dans la recherche de réponses adaptées aux attentes des clients,

• L'excellence du management des hommes pris individuellement ou en équipes, ce qui signifie :

- . un encadrement ouvert, qui encourage la créativité, l'initiative et la prise de responsabilités et admet le droit à l'erreur,
- . le respect du Pacte d'entreprise qui concilie les aspirations légitimes des collaborateurs et collaboratrices, en termes de protection et de qualité de l'emploi, de formation et de reconnaissance, avec les besoins vitaux de l'entreprise en termes de fonds propres et de compétitivité,
- . une unité et une identité fortes, grâce auxquelles chaque collaborateur se connaît et se reconnaît.

● N O S V A L E U R S

Nous atteindrons nos objectifs à l'aide des valeurs qui caractérisent la force du Groupe MAAF Assurances :

- **Le professionnalisme**, gage d'excellence pour le client.
- **L'esprit d'entreprise**, preuve de notre capacité à innover, à relever les défis et à aller de l'avant dans un souci d'efficacité et de performance.
- **Le dynamisme**, état d'esprit qui suppose énergie et vitalité, qui privilégie l'action, l'autonomie, la prise d'initiatives, la réactivité, la créativité, la responsabilité et la prise de risques mesurés.
- **Le sens de l'économie**, nécessaire à la mise en oeuvre de notre stratégie de domination par les coûts.
- **La volonté d'ouverture**, notre signature depuis 1991, qui permet de créer, de maintenir et de développer les contacts et les échanges avec le souci de l'autre, et intègre les notions de transparence, d'honnêteté et de respect mutuel.