

PLAN A MOYEN TERME 2021-2027



Notre raison d'être : « S'engager durablement à vos côtés »



Humain



Confiance



Responsabilité



2700 élus et collaborateurs

Centrés clients
Optimistes
Audacieux
Chaleur ajoutée

Se mobiliser pour la réussite des projets des Femmes et des Hommes du territoire grâce à une organisation centrée clients, incarnée par des salariés et des élus fiers de représenter nos valeurs.

Oser l'innovation et développer les valeurs ajoutées avec l'ensemble de nos clients, collaborateurs et partenaires en optimisant les apports du digital.

Renforcer notre autonomie en s'appuyant sur la solidité financière et la qualité, une gouvernance forte, des emplois créateurs de valeurs et porteurs de l'éthique mutualiste.

- **Utilité**

- **OFFRIR** une expérience humaine, fidélisante et reconnue en s'appuyant sur l'écoute, la connaissance client et la co-construction
- **INNOVER** dans nos offres de service (bancaires et non-bancaires) en réponse aux évolutions de nos territoires, en coopération avec des partenaires locaux et nationaux
- **ACCOMPAGNER** tous les acteurs et adapter nos comportements, nos méthodes et nos organisations pour innover durablement

- **Proximité**

- **INCARNER** notre raison d'être et nos valeurs afin de rendre visible notre différence
- **RENFORCER** notre proximité par la mise en relation et l'animation du maillage local (réseaux internes et externes, élus, collaborateurs, etc.)
- **FAIRE VIVRE** le mutualisme autrement (rajeunissement, format des AG, synergies élus/salariés, etc.)

- **Performance**

- **PÉRENNISER** la rentabilité et la solidité du groupe dans une démarche responsable (RSE) et éthique
- **RENFORCER** la couverture et l'anticipation de tous nos risques au service de notre autonomie et de la sécurité de nos sociétaires, en lien avec les exigences réglementaires
- **DÉVELOPPER** notre fonds de commerce par la conquête, la fidélisation et la diversification sur tous nos territoires, en s'appuyant sur nos talents, nos expertises et notre rôle de tiers de confiance

INDICATEURS « SYMÉTRIE DES ATTENTIONS »



Taux de satisfaction client



Taux de QVT



Indice de différenciation
mutualiste



Ratio de solvabilité

INDICATEURS « QUALITATIFS »



Indice digital



Temps du client



PNB client



Parts de marché

INDICATEURS « QUALITATIFS »



Taux de contact
10 000 nouveaux clients par an



Flux net clients
+ 0,10 par an



Equipement moyen
< 35 M€ par an



Coût du risque
< 35 M€ par an



Coefficient
d'exploitation
< 65 %



Réduction des émissions de CO2
- 17,2 % d'émission de CO²
échéance 2027



Taux d'acteurs
Internes accompagnés
100 % par an

Cadre stratégique : **raison d'être + valeurs** (intemporel)

Année de mi-plan

2021 – 2023

2024

2025 - 2027

Défis & Orientation



3 orientations stratégiques