



MACIF

Banque – Finance – Assurance

La Macif est une société d'assurance mutualiste française créée en 1960. Elle se distingue par son modèle sans actionnaires, où les assurés sont également sociétaires et donc au cœur des décisions. La Macif propose une large gamme de services couvrant l'assurance automobile, habitation, épargne, retraite, mais également, la santé et la prévoyance. Depuis plus de 50 ans, la Macif est présente dans l'univers maritime à travers différentes activités : assurances, formation, prévention et compétition. L'Imoca MACIF Santé Prévoyance est donc le porte drapeau de la Macif toute entière, acteur global multi métiers qui agit chaque jour pour apporter la meilleure réponse à ses 5.8 millions de sociétaires.

• **CHIFFRE D'AFFAIRES : 6 679 000 000€**

• **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**

• **11 632 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**

**Ensemble
autour du monde !**
VENDÉE GLOBE 2024



IMOCA
MACIF
Santé Prévoyance



MACIF

Ensemble autour du monde

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Cette campagne, ensemble autour du monde, visait à immerger nos collaborateurs dans l'univers du Vendée Globe aux côtés de notre skipper Charlie Dalin et de l'Imoca MACIF Santé Prévoyance. Son objectif était de renforcer l'unité et l'état d'esprit Macif, en rassemblant des salariés de nos trois métiers (IARD, santé-prévoyance, et finance-épargne) sous une même bannière Macif. En leur faisant découvrir le monde exigeant de la voile à travers des contenus immersifs et fédérateurs, nous avons créé des moments privilégiés favorisant l'engagement, la cohésion et la fierté d'appartenance. Une belle opportunité de se rassembler autour d'un projet porteur de sens !

05-2024 / 01-2025 - BUDGET : 300 000 €

Le budget comprend : Supports print, événementiel de départ et arrivée, conférences, restauration, navigations, déplacements...



MACIF

Ensemble autour du monde

POUR QUI ?

Ce dispositif de communication interne s'adressait aux 11 000 collaborateurs de la Macif, répartis sur l'ensemble des sites en France. L'objectif était de les plonger dans l'univers du Vendée Globe, un événement emblématique incarnant des valeurs fortes comme le dépassement de soi, la solidarité et l'engagement. En créant ce lien avec la voile, ce projet visait à renforcer la cohésion interne et à fédérer les équipes autour d'un univers inspirant et porteur de sens. Ce dispositif permettait aussi de réunir les collaborateurs, malgré leur dispersion géographique, en les engageant dans une aventure collective qui reflète l'identité et les valeurs de l'entreprise.

COMMENT ?

Un dispositif global a été pensé pour nos salariés découpé en plusieurs phases :

1 : Sensibiliser (sur l'année) : création d'une page dédiée sur notre intranet pour diffuser les actualités voile ; ambassadeurs voile sur chacun des sites

2 : Embarquer (septembre/octobre) : conférences, webinaire et journées exclusives avec Charlie ; distribution de supports : posters, stickers, cartes 3D

3 : Immerger (village de course et départ) : tenue du stand Macif par 50 salariés sur les 3 semaines de village du Vendée Globe; Charlie en carton taille réelle/vitrophanes ; participation au départ de la course

4 : Partager (période de course) : course Virtual Regatta, articles, vidéos avec salariés pour expliquer la course

5 : Célébrer (arrivée) : arrivée du Vendée Globe avec vedette, soirée; émission radio avec Charlie ; road show interne à venir

MACIF

Ensemble autour du monde

LES RÉSULTATS

La campagne a rencontré un grand succès : 1 621 salariés se sont inscrits aux différents jeux concours avec 90 % des participants se déclarant satisfaits. 25 articles ont été diffusés sur l'intranet pour informer et engager les collaborateurs avec une augmentation du taux de lecture de 70 % entre le début et la fin de la campagne. Ces chiffres témoignent de l'intérêt des salariés pour le dispositif.

Au-delà des chiffres, les retours des salariés montrent une vraie fierté d'appartenance à la Macif. Cette campagne a ainsi renforcé à la fois l'engagement des équipes et leur cohésion.

Les collaborateurs ont été de plus en plus nombreux à participer au fur et à mesure de l'avancement du projet, cette aventure exceptionnelle qu'ils ont vécu restera une expérience inoubliable dont ils se souviendront longtemps !

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Un dispositif pensé avec une démarche éco-responsable en cohérence avec les engagements Macif et la mer : tous les supports ont été conçus via des prestataires labellisés Imprim'Vert, avec une priorité donnée à leur réutilisabilité. Pour limiter l'impact des déplacements, le covoiturage et des bus ont été mis en place. Le stand a été fabriqué à partir de matériaux recyclés et recyclables, et une gestion rigoureuse des déchets a été appliquée : tri sélectif et suppression des plastiques dans les packagings. Enfin, les cadeaux promotionnels ont été choisis de manière éthique, avec 80% de fabrication française.