



Rapport de mission 2025

Se réunir ensemble





“

**Nous prenons soin de
nos aînés et nous les
accompagnons avec
leur entourage familial
et professionnel, en
mettant notre capacité
d'innovation et notre
engagement humain au
service du bien-vieillir.**



”





Sommaire

- 1 — Édito d'Antoine Lefebvre
directeur général**
P.6
- 2 — Notre mission : raison
d'être et objectifs
statutaires**
P.8
- 3 — Présentation des
membres du comité
de mission**
P.10
- 4 — Interview croisée
Dr Tanneguy Pialoux
et Didier Château**
P.12
- 5 — Bilan de l'année,
perspectives et avis
du comité de mission**
P.16
- 6 — Déroulé de la
feuille de route**
P.22

Édito d'Antoine Lefebvre



ANTOINE LEFEBVRE
DIRECTEUR GÉNÉRAL
ARKÉA CARE

Je suis heureux de vous présenter le premier rapport du comité de mission d'Arkéa Care. Ce rapport est à la fois le commencement d'une nouvelle trajectoire mais c'est aussi

l'aboutissement d'un long processus de réflexion sur notre stratégie de développement et notre stratégie de marque.

L'année 2025 a en effet été marquée par le lancement de notre nouveau plan stratégique et la naissance de notre marque unique, Arkéa Care. La construction de notre plateforme de marque a permis de réunir sous un même nom toutes nos activités au service des personnes âgées, quel que soit leur lieu de vie et de définir ensemble notre promesse client. Cette réflexion nous a conduits à déterminer une nouvelle raison d'être et de nouveaux objectifs statutaires.

C'est l'occasion pour moi de remercier la Communauté des entreprises à mission qui nous a accompagnés dans cette transition, et notamment Alain Schnapper, qui nous a conseillés avec beaucoup de pertinence et d'attention pour bâtir cette

nouvelle architecture : deux sociétés à mission Arkéa Assistance (depuis mai 2022) et Arkéa Sécurité (depuis juillet 2025), avec une seule et même gouvernance et une seule et même mission autour de notre nouvelle identité Arkéa Care.

Nous avons aussi mis en place un nouveau comité de mission en suivant les recommandations de l'OTI avec des membres ancrés dans notre écosystème de la Silver Economie. Je les remercie pour leur engagement à nos côtés : nos premières réunions ont déjà été des occasions d'échanges passionnants qui viennent nous challenger et nous faire progresser.

C'est donc avec enthousiasme que je clôture, avec ce rapport, la première année de mission d'Arkéa Care. Nous avons décidé de porter dans notre nom l'exigence du « prendre soin », cette exigence que nous retrouvons dans notre raison d'être et qui nous oriente vers le souci de toujours mieux accompagner et de toujours mieux valoriser et inclure les personnes âgées. Le défi du choc démographique est immense et nous sommes fiers de travailler à y répondre avec les autres acteurs de notre écosystème.

– Antoine Lefebvre



Raison d'être et objectifs statutaires

NOUS AVONS CONSTRUIT COLLECTIVEMENT LA FORMULATION DE NOTRE MISSION POUR QUE CHAQUE MOT AIT DU SENS ET REFLÈTE UN ENGAGEMENT PARTAGÉ.

Nous prenons soin de nos aînés et nous les accompagnons avec leur entourage familial et professionnel, en mettant notre capacité d'innovation et notre engagement humain au service du bien-vieillir.

Nous avons choisi le déterminant « nos » par affection et pour affirmer une responsabilité collective. Notre raison d'être rappelle aussi notre volonté de concilier technologie et humain afin d'assurer un vieillissement serein.

Accompagner la personne âgée revient nécessairement à accompagner son entourage : lorsque l'autonomie décline, les proches jouent un rôle central. Nous ne pouvons prendre soin des uns sans soutenir les autres.

Enfin, l'expression « prendre soin » traduit notre marque « care » et engage toutes les équipes. Pour tenir cette promesse, nous avons défini une feuille de route exigeante qui doit nous permettre d'avancer avec détermination pour atteindre notre ambition.

3 OBJECTIFS STATUTAIRES

#1

S'engager en faveur du bien-vieillir, en développant des services innovants et attractifs au plus proche des besoins des personnes âgées.

#2

Limiter l'empreinte écologique de nos produits et services et favoriser les écosystèmes locaux.

#3

Favoriser l'engagement des collaborateurs dans notre écosystème et construire avec eux une dynamique collective et attractive.



Présentation des membres du comité de mission



BÉRENGÈRE BANQUEY
MANAGER MISSION
CRÉDIT MUTUEL ARKÉA

Manager de la mission au Crédit Mutuel Arkéa, et donc très impliquée dans la mise en œuvre de la mission au sein du groupe, je suis très heureuse de partager mon expérience au sein du Comité de mission Arkéa Care ! J'occupe également la fonction de Déléguée générale du Fonds de dotation du Crédit Mutuel Arkéa, pour déployer la politique de mécénat du groupe. Il y a là aussi de belles synergies à déployer sur le sujet de l'accompagnement de nos aînés.



DIDIER CHÂTEAU
DIRECTEUR GÉNÉRAL
GÉNÉRALE DES SERVICES

Je suis le fondateur et dirigeant de Générale des Services, réseau national de services à la personne créé il y a plus de 25 ans. Le groupe compte près de 80 agences en France, environ 2 500 salariés et intervient dans les domaines de l'aide à domicile, du maintien à domicile, du transport accompagné, de la téléassistance et de l'adaptation du logement. Il est également à l'origine de Domus Prévention, réseau national d'environ 500 ergothérapeutes spécialisés dans la prévention de la perte d'autonomie et l'adaptation des habitats. J'exerce par ailleurs plusieurs fonctions institutionnelles dans la Silver Économie et les services à domicile, notamment auprès des CCI et des organisations professionnelles du secteur.



MARIE DELZENNE
DIRECTRICE
RÉSIDENTS SERVICES
SENIORS DOMITYS

Issue d'une formation médico-sociale, j'ai d'abord été responsable d'une résidence autonomie et d'un EHPAD. Depuis bientôt 10 ans, je suis directrice d'une Résidence Services Seniors du groupe Domitys, « Jardin d'Eole ». C'est une résidence située à Lanester dans le Morbihan, qui compte 111 appartements. Je suis par ailleurs Vice-Présidente de la CCM du CMB Lorient Porte des Indes. Je suis ravie d'apporter mon expérience terrain au comité de mission d'Arkea Care.



ELISE DENAIS-BOUAZIZ
DIRECTRICE GÉNÉRALE
FRANCE ARMOR

Je suis directrice générale de France Armor depuis janvier 2024, après 10 années passées dans le secteur bancaire. Fondée en 1969 à Saint-Malo, l'entreprise est la plus ancienne franchise de l'hexagone dans le secteur du déménagement. Elle a pour mission de connecter les demandes de déménagement à son réseau d'adhérents pour des transports en France et à l'international. Je suis par ailleurs très attachée aux enjeux de la Silver Économie et je suis convaincue qu'il y a beaucoup à faire pour accompagner les déménagements des personnes âgées.



TANNEGUY PIALOUX
MÉDECIN GÉRIATRE

Médecin gériatre, j'ai travaillé à l'hôpital public, en structure de coordination à domicile et désormais dans le médico-social (comme médecin référent France de la Fondation Armée du Salut). A ce titre, je suis particulièrement attentif aux enjeux de santé, de prévention et d'accompagnement des publics âgés et fragiles. Très impliqué dans les réflexions autour de l'innovation et de l'impact en santé, je suis heureux de contribuer aux travaux du Comité de mission d'Arkéa Care. Cette démarche me permet de participer au développement d'initiatives concrètes au service du mieux vieillir et de l'accompagnement des patients.



SÉBASTIEN SERRAND
RESPONSABLE
ANIMATION RÉSEAUX
ARKÉA CARE

Je suis responsable de l'animation des réseaux de distribution chez Arkéa Care, avec l'objectif d'accompagner la commercialisation de nos produits et de nos services. Notre réseau de distribution est composé d'agences du CMB et du CMSO, mais aussi de pharmacies, de magasins de matériel médical, d'agences de service à la personne... autant de structures qui jouent un rôle essentiel pour le maintien à domicile des personnes âgées. Au sein du comité de mission, je suis le membre salarié et je suis très heureux de faire le lien entre les collaborateurs, les projets internes et la feuille de route de société à mission.

Interview croisée Dr Tanneguy Pialoux et Didier Château

Membre d'un comité de mission, une première pour vous ?

Didier Château : Oui, c'est une première dans ce cadre précis, mais elle s'inscrit très naturellement dans mon parcours. J'évolue depuis de nombreuses années dans le secteur médico-social, un univers profondément marqué par la culture du partage, de la coopération et du travail en mode projet. Ce sont des environnements où l'intelligence collective n'est pas une option, mais une condition de réussite face à des enjeux humains complexes.

Par ailleurs, je suis engagé depuis près de 15 ans dans différents mandats : administrateur au GÉrontopôle Pays de la Loire, à la CCI de Maine-et-Loire, ainsi qu'au sein de la Fédésap. Je suis également membre du conseil exécutif de la filière Silver Économie.

Rejoindre un comité de mission comme celui d'Arkéa Care constitue donc, pour moi, une continuité logique, avec une ambition claire : contribuer à un impact sociétal durable.



Tanneguy Pialoux :

Oui, c'est une première pour moi. Je ne connais pas encore parfaitement l'écosystème de l'entreprise, car je suis avant tout médecin. J'ai toutefois déjà une expérience du monde de l'entreprise à travers mon engagement bénévole au sein de la fondation Famileo, et je découvre peu à peu les enjeux des acteurs qui œuvrent dans la silver économie.

Je suis très intéressé à l'idée de découvrir leur mode de fonctionnement et, surtout, l'engagement que représente le statut de société à mission. Je suis convaincu que les entreprises ont un rôle majeur à jouer dans la vie de la cité.

Comment voyez-vous votre rôle auprès d'Arkéa Care ?

DC : Je conçois mon rôle avec une distance assumée vis-à-vis de l'opérationnel.

Il s'agit avant tout de porter un regard extérieur, exigeant et constructif, sur les pratiques et les orientations de l'entreprise.

Mon objectif est d'apporter une lecture croisée, nourrie par mon expérience de terrain et ma connaissance des attentes des seniors dans leur quotidien. J'entends également contribuer à une réflexion stratégique, en prenant de la hauteur sur les transformations du secteur et les modèles à inventer.

TP : Comme médecin gériatre, exerçant à la fois à l'hôpital, dans le médico-social et dans le soin à domicile, j'apporte une expertise de soignant et un regard métier sur les enjeux démographiques, mais aussi sur la réalité des problématiques de santé rencontrées par les seniors qui utilisent les services d'Arkéa Care.

“
Je suis
convaincu que
les entreprises
ont un rôle
majeur à jouer
dans la vie
de la cité.
”

J'apporte également un regard sur l'impact que les actions d'Arkéa Care peuvent avoir sur la santé des personnes âgées. Enfin, je mets mon réseau au service du développement des actions et des projets inscrits dans la feuille de route de l'entreprise.

En tant qu'acteurs du secteur, comment percevez-vous l'impact du défi démographique sur les années à venir ?

DC : Nous faisons face à une transformation démographique majeure. Les années à venir vont nous obliger à innover en profondeur, notamment

“ Je peux vous le dire :
ça va souffler fort ! ”

dans nos organisations.
Nous devons repenser les
modèles existants et intégrer
davantage la technologie au domicile.

Demain, des solutions allant jusqu'à
la robotique, y compris huma-
noïde, feront partie des réponses
possibles, à condition qu'elles
restent centrées sur l'humain.

L'enjeu est de construire des modèles
hybrides, alliant accompagnement
humain et innovation technologique.

TP : Il est vrai que nous avons des
raisons d'être inquiets. Le nombre
de personnes âgées dépendantes
va doubler dans les années à venir.
À cela s'ajoutent l'éloignement géo-
graphique des familles, qui jouaient
auparavant un rôle important
dans le maintien à domicile et

l'aide au quotidien, ainsi que le retard
pris par les pouvoirs publics dans le
développement de nouvelles places
en EHPAD, en résidences autonomie et
dans les services de soins à domicile..

Il existe un enjeu majeur de valorisation,
tant humaine que financière, des métiers
du care et du soin : aides-soignants,
auxiliaires de vie, infirmières... Ces
professions seront indispensables pour
faire face à ce mur démographique.

Je constate néanmoins que les choses
évoluent. Le sujet apparaît de plus en
plus fréquemment dans les médias, et
de nombreuses entreprises comme des
start-up s'en emparent pour imaginer
des solutions adaptées. Mais je peux
vous le dire : ça va souffler fort !



**Pour vous, quels sont les atouts
et les défis d'Arkéa Care pour être
aussi acteur de cette transition ?**

DC : Arkéa Care dispose d'atouts
majeurs : un ADN mutualiste puis-
sant et partagé, ainsi qu'un ancrage
territorial fort. Cette proximité
permet d'agir concrètement sur la
qualité de vie des seniors avec
une volonté d'impact durable.

Le défi sera d'accélérer et d'innover
tout en restant fidèle à cet ADN, en
conciliant performance économique,
impact social et utilité concrète.

TP : Je vois plusieurs atouts chez Arkéa
Care. D'abord, l'équipe actuelle, dont
l'engagement se traduit notamment
par le choix volontaire de devenir une
entreprise à mission. C'est une équipe
compétente sur les plans technique,
stratégique et de la communication.

Autre atout majeur selon moi : la ca-
pacité d'Arkéa Care à s'appuyer sur

“
Arkéa Care
dispose d'atouts
majeurs : un
ADN mutualiste
puissant et
partagé, ainsi
qu'un ancrage
territorial fort.”

la solidité financière, organisation-
nelle et entrepreneuriale du groupe
Crédit Mutuel Arkéa, mais aussi sur
son réseau local et son maillage
territorial particulièrement dense.

Le principal défi sera de rester au plus
près des besoins du terrain afin de
garantir l'usage et l'utilité des solutions
proposées. Il faudra également relever
un défi de performance économique et
de croissance dans un environnement
concurrentiel en pleine évolution.

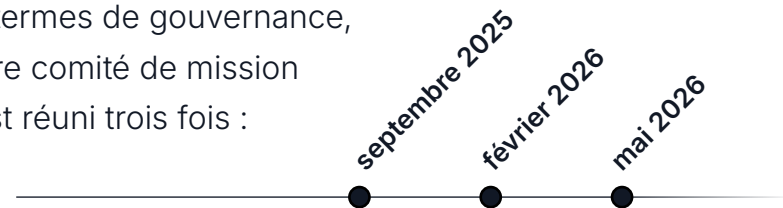


Bilan de l'année, perspectives et avis du comité de mission

DEPUIS LE PRINTEMPS 2025, ARKÉA CARE A POSÉ LES BASES DE SA GOUVERNANCE EN TANT QUE SOCIÉTÉ À MISSION ET LANCÉ LES PREMIÈRES ACTIONS DE SA NOUVELLE FEUILLE DE ROUTE. NOUS Y INTÉGRONS DÉSORMAIS L'ENSEMBLE DE NOS ACTIVITÉS DESTINÉES AUX PERSONNES ÂGÉES, QU'ELLES SE DÉROULENT À DOMICILE (ARKÉA ASSISTANCE) OU EN ÉTABLISSEMENTS (ARKÉA SÉCURITÉ).

NOUS AVONS ENGAGÉ PLUSIEURS INITIATIVES CONVERGEANT VERS LE MOT-CLÉ DE NOTRE RAISON D'ÊTRE : « PRENDRE SOIN ».

En termes de gouvernance, notre comité de mission s'est réuni trois fois :



Satisfaction client

Nous avons placé la mesure de la satisfaction client et l'écoute des besoins de nos abonnés au cœur de nos priorités : on ne peut « prendre soin » efficacement si l'on n'est pas proche du client et si l'on ignore ses attentes, ses besoins ou ses contraintes.

Nous avons ainsi organisé plusieurs ateliers d'écoute et d'échange avec

des personnes âgées, mené une enquête de satisfaction auprès d'un panel significatif de clients et mis en place des processus pour recueillir la voix du client — notamment les avis en ligne — afin d'y répondre de façon rapide et appropriée. Notre ambition est désormais d'instaurer des mesures de satisfaction « à chaud » systématiques à chacun des points de contact avec nos clients.

Embarquer les collaborateurs

Nous avons veillé à associer les collaborateurs pour qu'ils comprennent le sens de notre engagement en tant que société à mission.

En octobre, une réunion rassemblant l'ensemble des équipes a été organisée en présence de Bérengère Banquey et du docteur Tanneguy Pialoux, membres du comité de mission.

En mars, nous avons invité les collaborateurs à inscrire la raison d'être et les objectifs statutaires sur des panneaux dans les couloirs afin de rendre visible cette feuille de route qui engage chacun d'entre nous.

Lors de la définition de nos objectifs statutaires, il nous a paru essentiel de fixer des cibles visant à impliquer les collaborateurs dans l'écosystème dans lequel ils évoluent. Par des actions de sensibilisation, des animations et des événements, nous souhaitons rapprocher et rendre plus visible la personne âgée au sein même de l'entreprise.

Nous avons adhéré en mars 2026 au Gérontopôle des Pays de la Loire, ce qui nous permettra de bénéficier de leur expertise en matière de formation et de sensibilisation aux enjeux démographiques.



Devenir préventeur

Un enjeu majeur identifié par le comité de mission est de nous positionner non seulement comme téléassisteuse, mais aussi comme préventeur. Ce volet clé de notre trajectoire de société à mission implique de repenser notre métier.

En complément de la levée de doute à distance et de la détection d'incidents au domicile ou en établissement, nous cherchons à mettre en place des actions pour prévenir la dégradation de l'état de santé des personnes âgées, notamment après une chute.

Nous avons lancé des initiatives ponctuelles, comme l'envoi du flyer ICOPE à l'ensemble de nos abonnés, et nous développons d'autres projets en lien avec le Gérontopôle des Pays de la Loire, le Living Lab de Rennes, Silver Valley...

Tout cela repose sur la nécessité de mieux exploiter les données de chutes et d'incidents que nous collectons via notre plateau de gestion des alertes.

Changer le regard

Nous poursuivons notre action pour changer le regard sur le vieillissement et promouvoir une vision positive de cet âge de la vie.

Nous continuons de soutenir l'opération Rêves de Seniors, dont nous sommes désormais le partenaire unique. Présents de plus en plus sur LinkedIn, nous publions un contenu mêlant positivisme et empathie pour valoriser les initiatives en faveur des personnes âgées.

Au-delà des réseaux sociaux, nous nouons des partenariats avec des acteurs partageant notre mission du « prendre soin ».

Ainsi, nous soutenons l'entreprise Elefantia, qui aide les personnes âgées à raconter leur vie : partageant un ancrage local en Bretagne, nous envisageons d'insérer des flyers Elefantia dans les colis envoyés avec le matériel de téléassistance.



Reconditionnement durable

Nous poursuivons nos travaux pour industrialiser nos processus et mieux suivre le cycle de vie de nos produits, dans une logique de valorisation du reconditionnement.

Nous veillons à l'équilibre entre qualité de service et lutte contre l'obsolescence programmée. Le déploiement récent de la sérialisation de nos matériels doit améliorer le suivi.

Par ailleurs, des tarifs différenciés distinguent désormais le matériel reconditionné du matériel neuf, afin de mieux valoriser le travail de reconditionnement réalisé par notre partenaire, l'entreprise adaptée APF 3i Concept (Association des Paralysés de France) à Brie (29).



Nous sommes enthousiastes à l'idée de poursuivre notre trajectoire pour apporter concrètement les preuves de notre raison d'être et être à la hauteur de notre engagement de société à mission.



Avis du Comité de mission



Le comité de mission constate l'engagement d'Arkéa Care et salue ses efforts pour avancer sur la feuille de route, en cohérence avec sa raison d'être.

À l'issue de cette première année, nous sommes convaincus que la démarche est désormais bien ancrée et que les orientations sont en phase avec les objectifs statutaires. Il convient de poursuivre cette dynamique avec des enjeux forts à adresser, notamment celui de la prévention et de l'autonomie des personnes âgées.



Nous continuerons à suivre l'exécution de la mission avec une disponibilité particulière pour accompagner le prochain audit de l'OTI prévu au premier semestre 2027.



**S'engager en faveur
du bien-vieillir, en
développant des services
innovants et attractifs au
plus proche des besoins
des personnes âgées.**



Objectifs opérationnels

- 1** — Positionner la satisfaction de nos clients comme priorité collective de l'entreprise
P.24
- 2** — Être un acteur de prévention en contribuant à préserver l'autonomie des abonnés et en s'appuyant sur le réseau des aidants
P.28
- 3** — Mettre notre innovation au service des besoins des personnes âgées et de leurs problématiques
P.34
- 4** — Faire de l'entreprise un acteur influent du bien-vieillir par une communication et une image de marque cohérente et engagée
P.40

OBJECTIF N°1.1.A

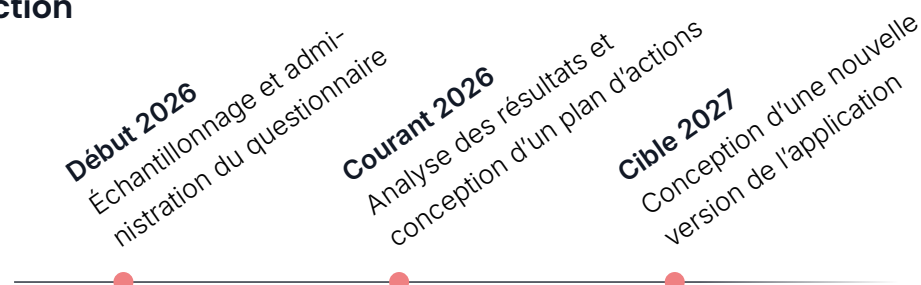
Positionner la satisfaction de nos clients comme priorité collective de l'entreprise

Mesure et pilotage de la satisfaction de nos clients

INDICATEURS DE MESURE :

INDICATEUR #1

Enquête de satisfaction
Smart'assistance



INDICATEUR #2

Mesures de satisfaction
« à chaud »

Mesurer régulièrement, par baromètre, la satisfaction de nos cibles clients (aidés, aidants, personnel d'établissements, distributeurs) et piloter les retours d'insatisfaction par un plan d'actions dédié

Smart'Assistance est notre offre la plus récente : nous l'avons conçue pour répondre au besoin de nos bénéficiaires de se sentir en sécurité sans stigmatisation. C'est une application smartphone qui intègre un service de téléassistance, un service de lien social et un agenda partagé. Après un an de commercialisation, nous avons souhaité mesurer la satisfaction de nos abonnés afin de l'améliorer et de répondre aux problématiques soulevées.

Nous avons obtenu un taux de réponse de 16 %, ce qui est encourageant, même si le nombre de réponses reste limité. Nous avons partagé les résultats en comité de direction puis en comité de mission, puis élaboré un plan d'actions structuré autour de deux mesures principales. D'abord, nous allons simplifier l'application en supprimant la partie « réseau social » pour faciliter la prise en main et la compréhension du service de téléassistance. En effet, nous ciblons des seniors actifs et connectés qui utilisent régulièrement les applications de leur smartphone, notamment WhatsApp. Il convient donc de mettre davantage en avant la sécurité sans la diluer dans d'autres services sous-utilisés.

La seconde action, qui interviendra après la première, consiste à bâtir un plan de communication pour améliorer le taux d'installation du widget. Le raccourci du bouton SOS est en effet le garant de la sécurisation promise par cette offre innovante de téléassistance. Ce plan d'actions a été validé avec l'objectif d'être déployé au premier trimestre 2027.

Concernant la **mesure de la satisfaction « à froid »**, nous avons échangé avec nos correspondants marketing au sein du Crédit Mutuel Arkéa. De ces échanges, il ressort que les baromètres à froid sont des projets ponctuels, menés par un prestataire externe afin de garantir l'objectivité et la robustesse des réponses et d'exploiter au mieux les données, dans une logique d'amélioration continue. Nous envisageons de nous intégrer aux enquêtes que le Crédit Mutuel Arkéa mène régulièrement pour bénéficier de leur savoir-faire. Ces baromètres ne sont pas des mesures en continu, mais des questionnaires envoyés tous les deux ou trois ans aux clients.

En revanche, la **mesure de la satisfaction dite « à chaud »** relève d'un processus continu qui nous permettrait de suivre la qualité de service perçue par nos abonnés. Nous souhaitons identifier les différents points de contact pour lesquels il est pertinent de mesurer la satisfaction. Ainsi, nous travaillons sur un projet visant à évaluer systématiquement le service rendu par notre plateau d'écoute après le déclenchement d'une alerte. Il s'agit d'analyser précisément les impacts informatiques, de cadrer juridiquement le projet et de définir les enjeux liés à l'exploitation des résultats pour assurer une amélioration continue de nos services.

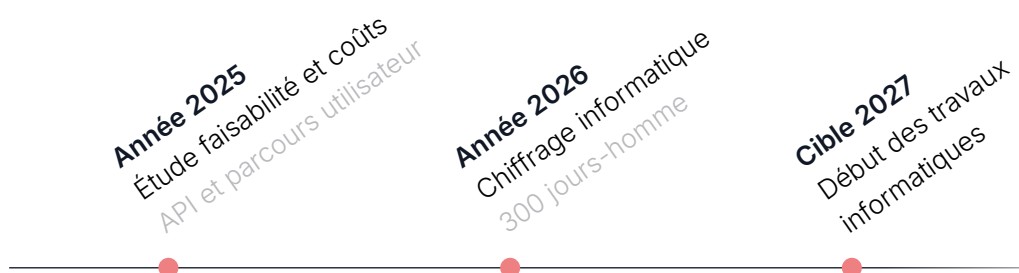
OBJECTIF N°1.1.B

Positionner la satisfaction de nos clients comme priorité collective de l'entreprise

Avance immédiate du crédit d'impôt

INDICATEUR DE MESURE :

Suivi du projet étape par étape



Mettre en place l'avance immédiate du crédit d'impôt pour faciliter la trésorerie de nos bénéficiaires et accompagner nos distributeurs

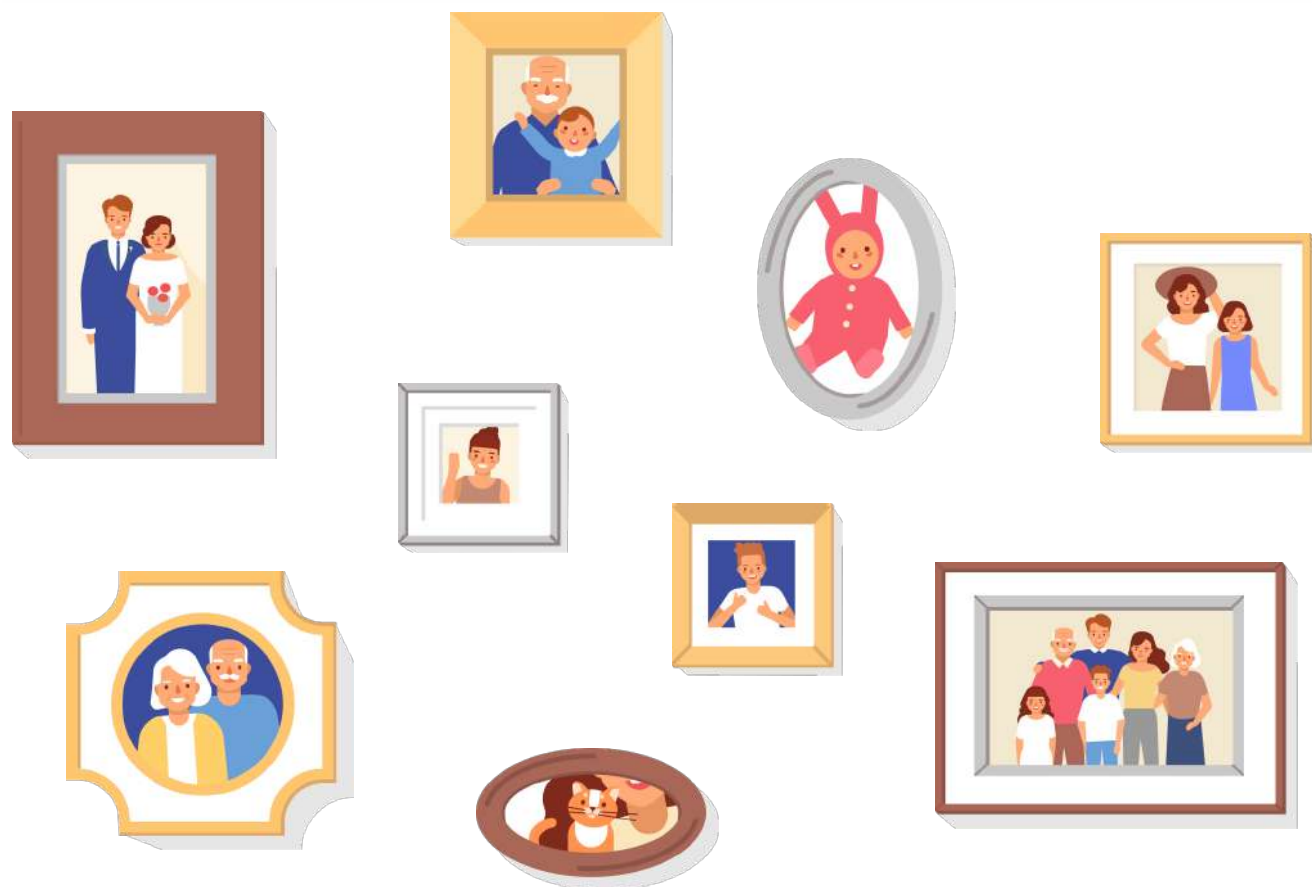
Nous savons que cette mesure est très attendue et qu'elle améliorerait la trésorerie de nos bénéficiaires. Nous avons réalisé un premier cadrage technique, avec un chiffrage estimé à 300 jours-homme, ce qui représente un effort significatif au regard de notre budget informatique annuel.

Le plan informatique 2026 étant déjà fortement sollicité, nous prévoyons d'initier les travaux de développement en 2027. Ce calendrier reste soumis à arbitrage budgétaire et devra être confirmé après validation des priorités et des impacts réglementaires et opérationnels.



OBJECTIF N°1.2

Être un acteur de prévention en contribuant à préserver l'autonomie des abonnés et en s'appuyant sur le réseau des aidants

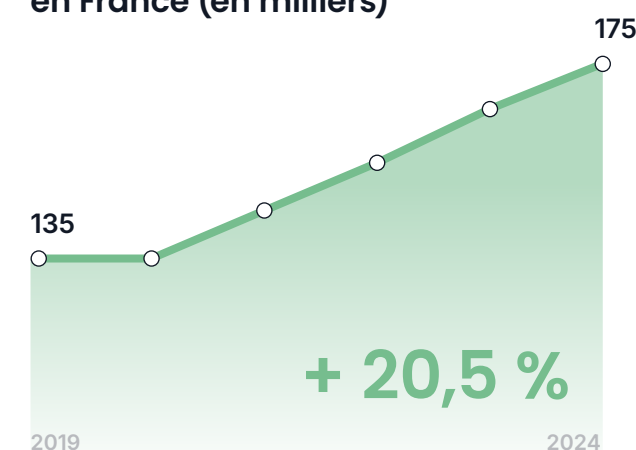


Lors de notre premier comité de mission, les membres ont décidé d'ajouter un axe « prévention » à notre feuille de route, estimant qu'à partir des données que nous collectons — notamment sur les chutes de nos abonnés — il est important que nous devenions, au-delà de notre métier de téléassistance, un acteur de prévention.

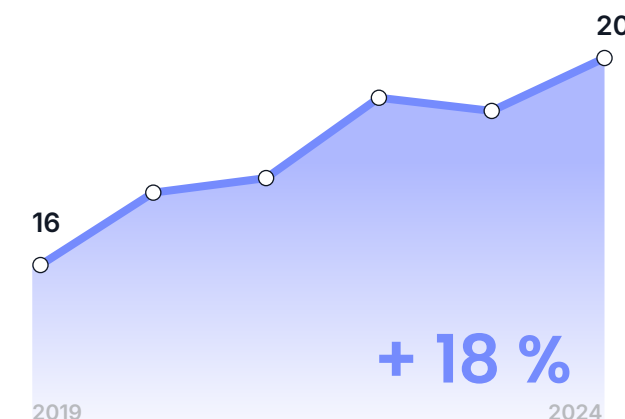
Le sujet des chutes chez les personnes âgées est en effet identifié comme une priorité de santé publique.

En France, selon le baromètre de Santé publique France, paru en mars 2026, les chutes des personnes de plus de 65 ans ont entraîné en 2024 près de 175 000 hospitalisations et plus de 20 000 décès.

Nombre d'hospitalisation en lien avec une chute chez les personnes ≥65 ans en France (en milliers)



Nombre de décès en lien avec une chute chez les personnes ≥65 ans en France (en milliers)



Ces chutes ont des conséquences physiques, psychologiques et sociales, elles entraînent souvent une rupture dans la vie des personnes et une perte d'autonomie. Au-delà de ces conséquences humaines, les chutes pèsent également sur les finances publiques : le coût estimé s'élève à 2 milliards d'euros, dont 1,5 milliard à la charge de l'Assurance maladie.

Alors que la population vieillit et que le nombre de personnes de plus de 65 ans devrait augmenter de 2,4 millions d'ici 2030, le comité de mission a souligné l'urgence d'agir pour prévenir les chutes et réduire leur gravité. Cette orientation nous a conduit à ajouter deux actions à notre feuille de route.

OBJECTIF N°1.2.A

Être un acteur de prévention

Engager les aidants dans la prévention avec une communication dédiée

INDICATEURS DE MESURE :

INDICATEUR #1

Diffusion flyer ICOPE à nos abonnés
janvier 2026

INDICATEUR #2

Conception d'un SMS pour les aidants familiaux
mars 2026

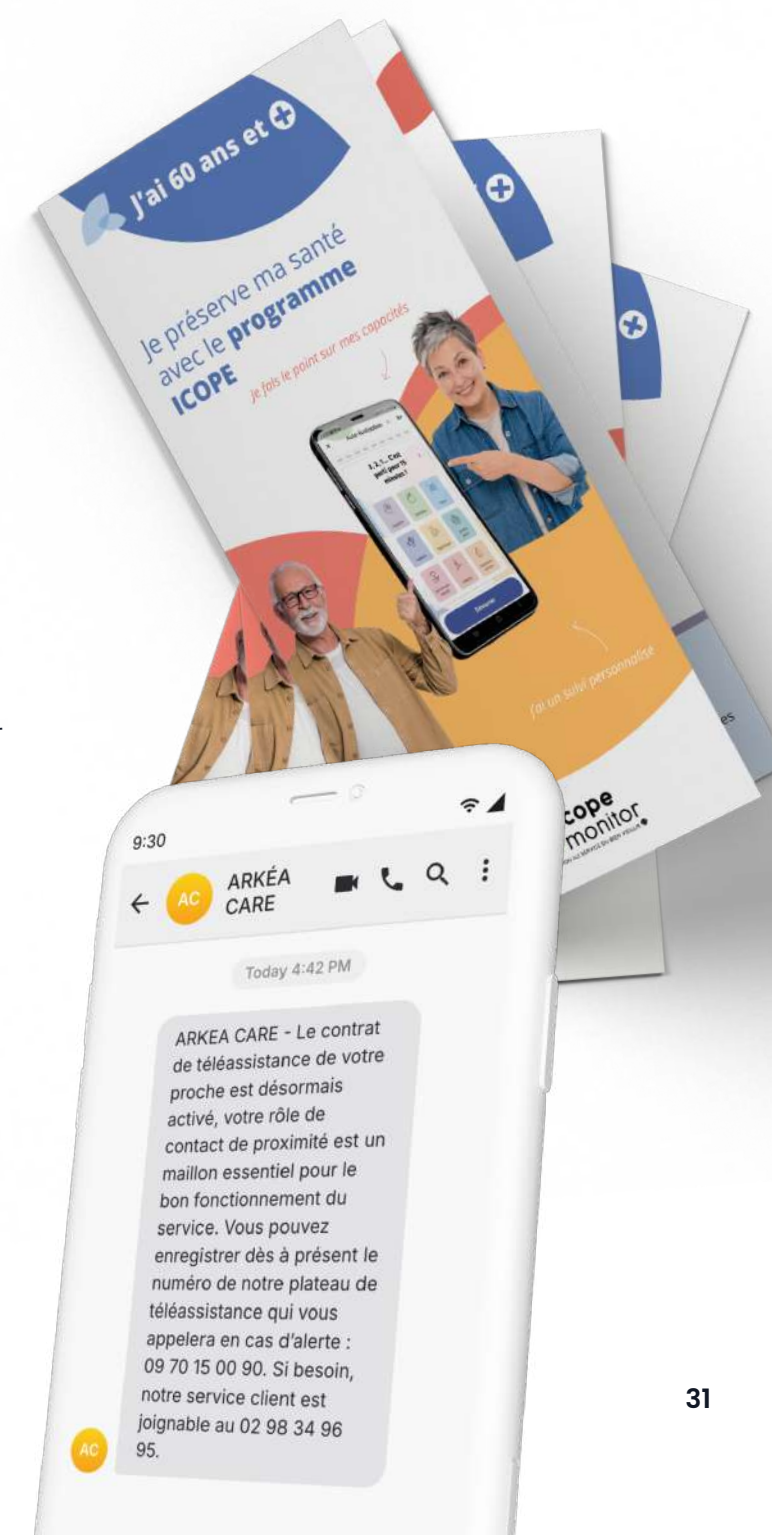
Déployer une communication propre aux aidants identifiés comme contacts de proximité et s'appuyer sur eux dans la démarche de prévention

Au départ, nous avons envisagé de confier un rôle important aux aidants dans la mécanique de prévention. Après des échanges avec plusieurs experts — compte tenu de la difficulté de transmettre des données à des proches sans le consentement systématique de la personne concernée, et de la nécessité de replacer la personne âgée au centre de sa santé pour la responsabiliser — nous avons décidé d'adresser la démarche de prévention directement à la personne âgée, première concernée.

En début d'année 2026, nous avons envoyé un courrier de vœux à nos abonnés, auquel nous avons joint le flyer ICOPE (Integrated Care for Older People). L'Organisation mondiale de la Santé (OMS) a développé ce programme pour aider les personnes âgées à préserver leurs capacités musculaires, cognitives et sensorielles, et ainsi maintenir leur autonomie et leur qualité de vie. Il s'agit d'un test rapide et gratuit permettant de faire le point sur les différentes dimensions de leur santé, puis d'être orientées vers un professionnel de santé en fonction des résultats.

Concernant les aidants, nous avons travaillé à améliorer notre communication. Nous souhaitons mieux les impliquer dès le démarrage de l'abonnement pour répondre à deux problématiques : le fait qu'ils ne soient pas informés de leur rôle de contact de proximité dans la chaîne de levée de doute, et qu'ils ne connaissent pas le numéro de notre plateau de gestion des alertes, au

risque de filtrer les appels même en cas d'incident ou de chute. Depuis mars 2026, nous envoyons systématiquement un SMS à tous les contacts de proximité du nouvel abonné avec les informations dont ils ont besoin pour jouer pleinement leur rôle.



OBJECTIF N°1.2.B

Être un acteur de prévention

Analyser les données de chutes du plateau CEGEDEV

INDICATEUR DE MESURE :

Rencontre avec le Living Lab du CHU de Rennes
novembre 2025

Mener une étude pour exploiter les données des chutes provenant du plateau d'écoute CEGEDEV dans une logique d'accompagnement des aidants et de prévention.

Lors de la visite du plateau d'écoute, qui a suivi notre premier comité de mission, les membres ont souligné la valeur des données collectées tout au long de l'année, en particulier celles relatives aux chutes de nos abonnés.

Plus de 8 000 chutes sont détectées chaque année ; ces données constituent une source d'études précieuse pour la recherche et les

progrès médicaux. Nous avons donc étudié la possibilité de les mettre à disposition d'une structure scientifique et nous avons rencontré le Living Lab du CHU de Rennes en novembre. Ce premier échange nous a permis de faire connaissance et de renforcer notre ancrage dans l'écosystème.

PLATEAU DE GESTION DES ALERTES CEGEDEV



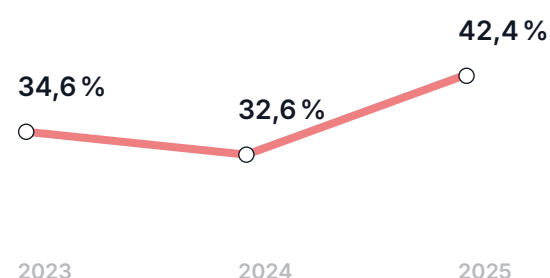
OBJECTIF N°1.3.A

Mettre notre innovation au service des besoins des personnes âgées et de leurs problématiques

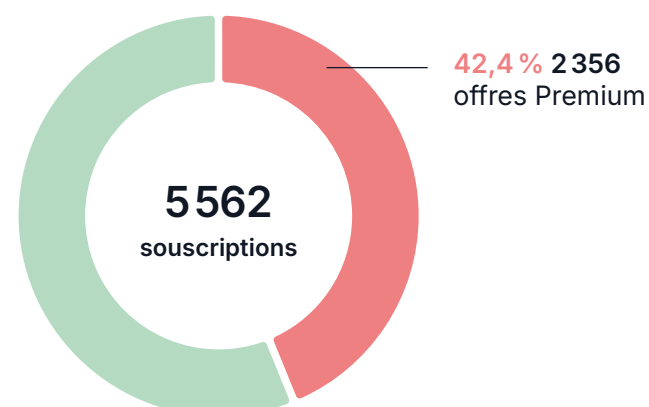
Développement de l'offre Premium

INDICATEUR DE MESURE :

Évolution des ventes de l'offre Premium dans notre catalogue :



*hors ventes à l'international



L'offre Premium nous semble la plus pertinente pour répondre aux besoins des personnes âgées vivant à domicile et pouvant parfois se sentir isolées. Nous complétons notre service de téléassistance et de détection de chutes par un service de téléconsultation médicale et un réseau social familial sécurisé, afin de faciliter la communication entre l'abonné et ses proches. Cette fonctionnalité favorise également le lien avec les aidants professionnels. Par ailleurs, nous mobilisons notre capacité d'innovation pour améliorer la détection d'incidents, afin d'offrir toujours plus de sécurité à nos abonnés.

Nous avons intégré la technologie de notre partenaire Sonaïd dans nos transmetteurs. Sonaïd, une start-up rennaise deeptech, a développé un logiciel d'intelligence artificielle capable de détecter des situations de détresse grâce à l'analyse de la voix et des sons. Désormais, il est possible de déclencher une alerte par la voix. Cette fonctionnalité complète le bouton d'alerte porté et apporte un surcroît de sécurité.

Nous suivons également les ventes de cette nouvelle option, lancée en début d'année 2026. Pour le moment, seulement 2 %

Développer la commercialisation de notre offre Premium, comme réponse aux deux besoins essentiels d'une personne âgée chez elle : se sentir en sécurité et se sentir accompagné(e)

de nos offres Premium sont commercialisées avec l'option Sonaïd, ce qui est insuffisant. Nous souhaitons mettre en place un plan d'action pour accroître ce chiffre et mieux expliquer l'offre. C'est un objectif auquel nous tenons, car, avec cette solution, nous sommes en parfaite cohérence avec notre ADN, qui consiste à développer des solutions innovantes et non stigmatisantes pour le bien des personnes âgées.



OBJECTIF N°1.3.B

Mettre notre innovation au service des besoins des personnes âgées et de leurs problématiques

Veiller à adapter nos services aux handicaps du grand âge pour que l'innovation soit au service du bien-vieillir

INDICATEURS DE MESURE :

INDICATEUR #1

Application Ensemble
iOS et Android



INDICATEUR #2

Nouvelle interface centrale
intégrant le contrôle de l'accessibilité

Améliorer nos outils en termes d'ergonomie et de design pour qu'ils soient à la fois accessibles et non stigmatisants.

En matière d'accessibilité, nous avons lancé plusieurs travaux afin que nos outils numériques soient facilement utilisables par des abonnés souvent confrontés à des troubles visuels liés à l'âge. Nous n'avons pas priorisé notre site Internet, car une grande partie des démarches est aujourd'hui réalisée par les aidants : deux tiers des demandes de brochure sont effectuées pour un proche et non par la personne elle-même. En revanche, l'interface d'administration Wix que nous utilisons nous a déjà sensibilisés aux enjeux de contraste et de taille de police.

Nous améliorons également notre application Ensemble, le réseau social familial qui met en relation l'abonné âgé et ses proches.

À la suite d'un audit Android et Apple, nous avons listé plusieurs évolutions pour faciliter la lecture des écrans. Les maquettes sont prêtes ; les développements sont prévus en 2026.

Par ailleurs, dans le cadre de notre déploiement auprès des bailleurs sociaux, nous concevons une nouvelle interface pour notre centrale tactile en intégrant dès le départ la question de l'accessibilité.



Accompagner la prise en main du matériel pour faciliter l'usage : guides, tutoriels, packaging

De gros efforts ont été déployés début 2025 avec le lancement de nouveaux guides et tutoriels. Une mise à jour et une refonte supplémentaires sont envisagées en 2027 pour améliorer la lisibilité et la pédagogie. Ce travail sera articulé avec les changements attendus sur nos solutions, notamment la nouvelle interface de la centrale tactile et l'application Smart'Assistance.

Nous prévoyons également de repenser le packaging pour enrichir l'expérience utilisateur : petites attentions, esthétique soignée et contenu pédagogique pour que le « prendre soin » se traduise dès l'ouverture du colis.

L'emballage doit contribuer à l'acceptation de l'équipement et atténuer la dimension stigmatisante. Nous souhaitons que, pour nos abonnés, la réception soit d'abord « un colis de bienveillance » avant d'être « du matériel de téléassistance ». Ce chantier est programmé pour 2027.

PACKAGING
DU NANO



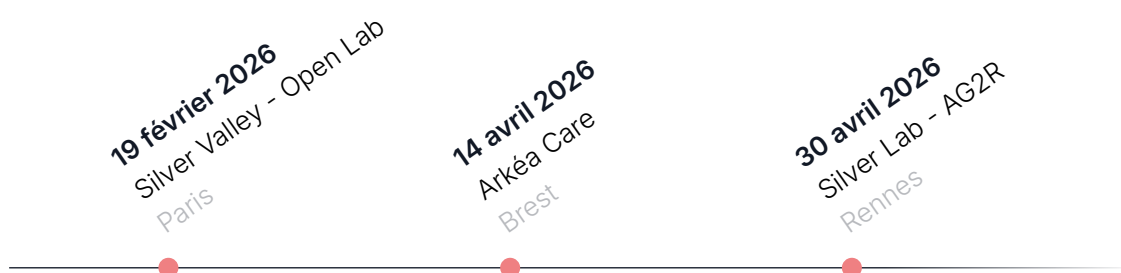
OBJECTIF N°1.3.C

Mettre notre innovation au service des besoins des personnes âgées et de leurs problématiques

Intégrer les personnes âgées dans nos projets

INDICATEUR DE MESURE :

Nombre de panels
3 par an



Intégrer les personnes âgées dans notre processus de création ou d'amélioration de nos offres en s'appuyant sur nos parties prenantes (club breizh silver eco, silver valley, comité de mission)

Nous sommes allés à plusieurs reprises à la rencontre des personnes âgées pour les écouter, recueillir leurs réactions et identifier leurs besoins. Grâce à notre adhésion à Silver Valley, nous avons d'abord sollicité la communauté Open Lab, composée de seniors bénévoles réunis régulièrement par l'association pour tester de nouveaux produits et échanger sur les innovations de la Silver économie.

Le 19 février à Paris, nous avons présenté aux membres de l'Open Lab nos nouvelles maquettes de la centrale tactile ; Titouan Levard, directeur général adjoint de Silver Valley, animait la session. Les retours ont été pertinents et nous ont permis d'engager plusieurs orientations et de modifier nos maquettes initiales.

Nous avons confronté ces enseignements avec un second panel à Brest, le 14 avril, afin d'affiner les remarques et de vérifier la représentativité du groupe de testeurs. Enfin, nous avons participé au Silver Lab AG2R le 30 avril à Rennes pour tester une nouvelle solution : cette étape nous a permis, très en amont de notre réflexion, de recueillir les avis de futurs utilisateurs et de travailler sur le bon positionnement.



PRÉSENTATION DE MAQUETTES À L'OPEN LAB

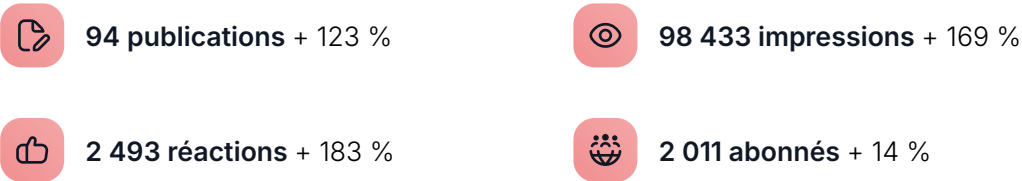
OBJECTIF N°1.4.A

Faire de l’entreprise un acteur influent du bien-vieillir par une communication et une image de marque cohérente et engagée

Valoriser une vision positive de la vieillesse

INDICATEURS DE MESURE :

Évolution de nos performances LinkedIn en 2025 par rapport à 2024



Communiquer en faveur du bien-vieillir et participer à développer une vision positive de la vieillesse pour diffuser le sens du “care” sur les réseaux sociaux

Aujourd’hui, nous privilégions LinkedIn comme canal de communication pour prendre la parole, montrer notre engagement et véhiculer nos valeurs d’empathie et d’attitude positive. Nous sommes devenus un acteur incontournable de notre écosystème grâce à nos publications régulières et à notre suivi constant des communications des autres acteurs de la Silver économie.

Entre 2024 et 2025, le nombre d’impressions de nos publications a augmenté de 169 %, pour atteindre 98 433, et le nombre de publications a progressé de 123 %, pour atteindre 94. La mise en avant de notre marque Arkéa Care et la cohérence de notre identité de marque ont naturellement contribué à rendre notre prise de parole audible et attractive.



OBJECTIF N°1.4.B

Faire de l'entreprise un acteur influent du bien-vieillir par une communication et une image de marque cohérente et engagée

Soutenir les initiatives qui mettent en valeur les seniors et leur entourage (familial et professionnel)

INDICATEURS DE MESURE :

INDICATEUR #1

Partenariat avec Rêves de Seniors
Deuxième année consécutive

INDICATEUR #2

Trophées services à la personne
Décembre 2025

INDICATEUR #3

Rencontre Elefantia
étude partenariat



elefantia

Pour la deuxième année consécutive, nous avons soutenu les Trophées des Services à la Personne. Ces concours inter-organismes sont ouverts à toutes les structures de services à la personne intervenant en mode prestataire. Fondés en 2013, ils ont pour objectif de valoriser les métiers et de mettre en lumière les salariés, notamment les auxiliaires de vie qui interviennent au domicile des personnes âgées. Les Trophées se déclinent au niveau départemental ; dans le Finistère, le concours a été créé en 2024. Cette année, la cérémonie s'est tenue en décembre et Sébastien Serrand, notre responsable animation des réseaux et membre du comité de mission, a remis le Trophée du jury.

Parmi les actions qui valorisent les seniors et cherchent à changer le regard sur la vieillesse, nous sommes particulièrement attachés à l'opération Rêves de Seniors, portée par Silver Alliance et soutenue par la Société



CLAIRE, 73 ANS, S'INITIE AU SURF AVEC ISMAËL GUILLIORIT, VICE-CHAMPION DU MONDE DE PARASURF EN 2023.

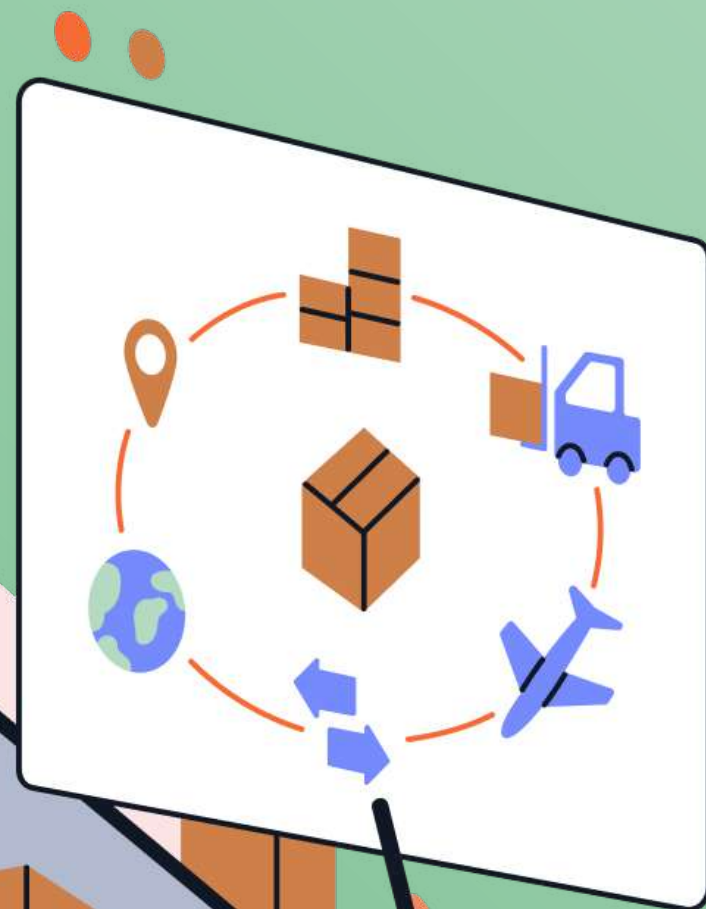
Française de Gériatrie et de Gérontologie. Nous sommes partenaire officiel de l'opération depuis 2025 et fiers de permettre à des personnes âgées, comme Catherine, Nicole ou Claire, de réaliser leur rêve. Nous accompagnons également le projet extraordinaire de Salima Bouayad Agha, maître de conférences à l'Université du Mans, qui souhaite traverser la Manche à la nage en septembre 2026, à 67 ans, afin de soutenir la recherche sur la maladie de Parkinson.



CATHERINE, 88 ANS ET FAN DE MUSIQUE CLASSIQUE RENCONTRE CHRISTIAN MORIN

Le soutien à la start-up Elefantia, mentionnée plus haut, s'inscrit aussi dans notre objectif opérationnel de faire de l'entreprise un acteur influent du bien-vieillir. En utilisant nos emballages pour faire connaître cette initiative, nous permettrons aux personnes âgées qui le souhaitent de raconter facilement et rapidement leur histoire, tout en étant accompagnées et soutenues dans cette démarche, parfois nécessaire pour vieillir sereinement.

Limiter l'empreinte écologique de nos produits et services et favoriser les écosystèmes locaux



Objectifs opérationnels

- 1 — Digitaliser nos processus pour limiter la consommation de papier
P.46
- 2 — Travailler à la durabilité de nos produits
P.48
- 3 — Favoriser les écosystèmes locaux et se positionner en acteur local de l'écosystème
P.52

OBJECTIF N°2.1

Digitaliser nos processus pour limiter la consommation de papier

Élargir l'utilisation de la signature électronique

INDICATEURS DE MESURE :

INDICATEUR #1

Clients professionnels (B2B)
recherche d'une solution

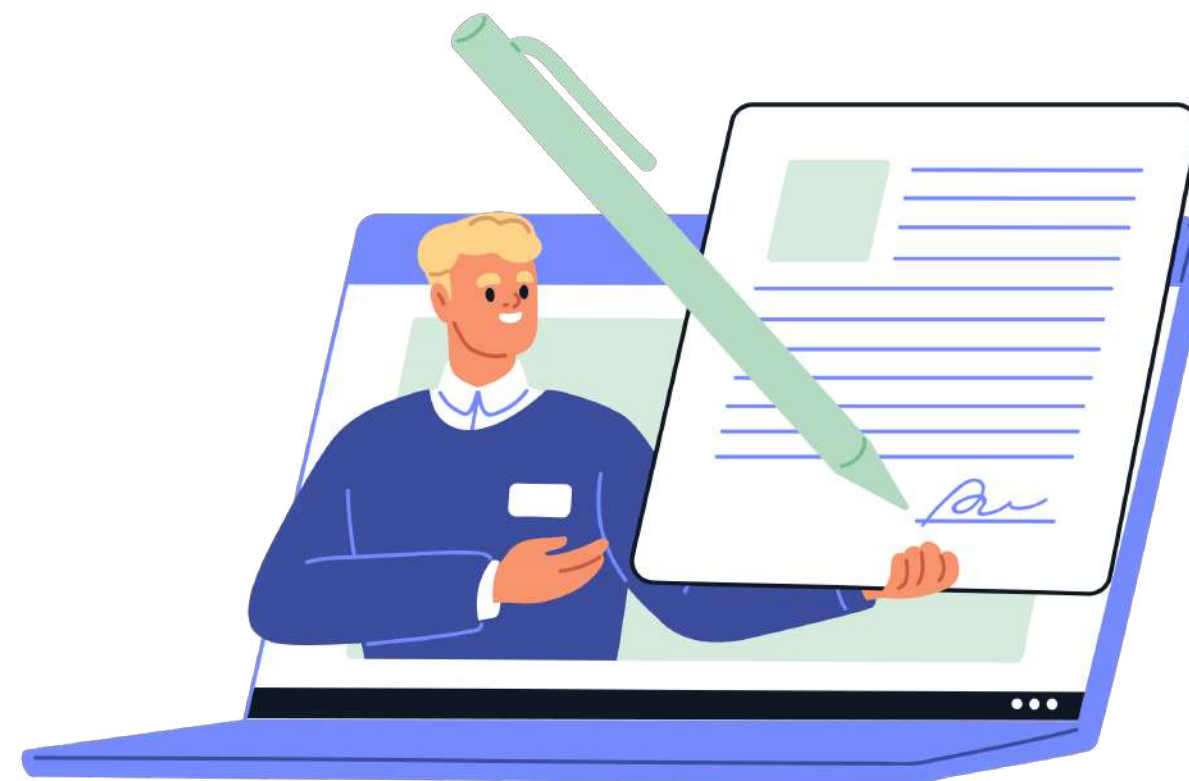
INDICATEUR #2

Clients particuliers CMB CMSO (B2C)
intégration dans le projet du groupe Crédit Mutuel Arkéa - Satisfaction Clients

L'objectif était d'utiliser la signature électronique pour l'ensemble de nos nouveaux contrats d'apporteur d'affaires. La solution identifiée initialement, HyperLex — proposée via Crédit Mutuel Arkéa — s'avère plus complexe à déployer que ce que nous avions anticipé. Une réflexion est en cours pour identifier un outil permettant d'atteindre cet objectif dans les meilleurs délais.

Pour les particuliers, nous avançons plus prudemment, car nos abonnés âgés ne sont pas encore très à l'aise avec les procédures de signature électronique. Nous prévoyons toutefois de nous intégrer aux outils existants du CMB et du CMSO, nos partenaires distributeurs historiques.

Cette démarche s'inscrit dans un projet plus global mené par le Crédit Mutuel Arkéa pour répondre aux principaux besoins clients identifiés.



OBJECTIF N°2.2.A

Travailler à la durabilité de nos produits

Intégrer la réparabilité dès la conception des matériels

INDICATEUR DE MESURE :

Conception de la centrale V3
projet en pause

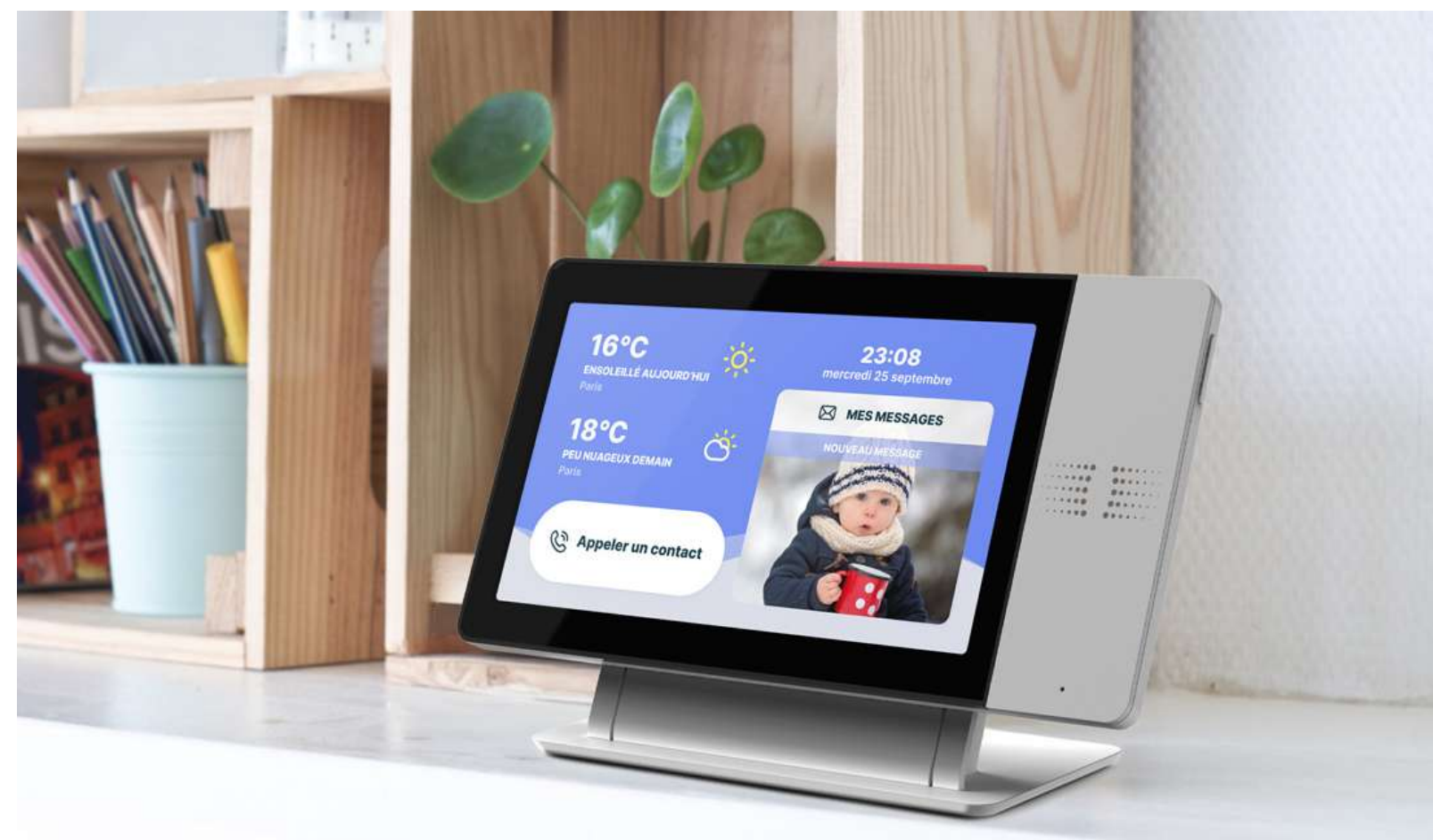
Sur cette action, nous envisagions d'utiliser l'indice de réparabilité comme indicateur de suivi. Or la métrique existante est principalement adaptée à la grande consommation : elle prend en compte des critères tels que la facilité de démontage en autonomie ou le délai de livraison de pièces détachées au domicile. Ces critères ne s'appliquent pas à notre entreprise, puisque la réparation de notre matériel s'effectue dans nos locaux.

Nous avons donc décidé, en fin d'année dernière, de focaliser cette action sur le projet de nouvelle centrale (V3), avec pour objectif d'intégrer dès la conception une augmentation du nombre d'éléments réparables par rapport à la centrale tactile V2.

Lors des négociations avec notre partenaire industriel, nous avons insisté sur la nécessité d'une batterie amovible (non soudée), d'un écran facilement démontable et d'une meilleure disponibilité des pièces détachées pour augmenter sa durée de vie.

Ce projet de centrale V3 a été mis en pause en raison d'une forte hausse des coûts de certaines composantes (notamment la mémoire vive) et d'un contexte géopolitique ayant affecté les chaînes d'approvisionnement. Ces éléments restent à préciser et à actualiser selon l'évolution des marchés et de la situation internationale.

CENTRALE TACTILE V2



OBJECTIF N°2.2.B

Travailler à la durabilité de nos produits

Piloter le reconditionnement pour suivre et accroître la durée de vie moyenne du matériel

Depuis la mise en place de la sérialisation de nos matériels, nous suivons des indicateurs plus précis sur le reconditionnement. Nous avons notamment créé des métriques pour mesurer le pourcentage de remise en circuit du transmetteur Nano et de la centrale V2.

Sur les quatre premiers mois de 2026, nous avons reconditionné 82 % des transmetteurs Nano et 77 % des centrales V2.

Nous avons également mis en place un plan d’actions pour accroître ces taux en structurant nos processus de réparation (plasturgie, remplacement de micro-composants, etc.).

Début mai 2026, nous avons créé un poste dédié à la réparation du matériel afin d’évaluer la faisabilité des interventions en interne.

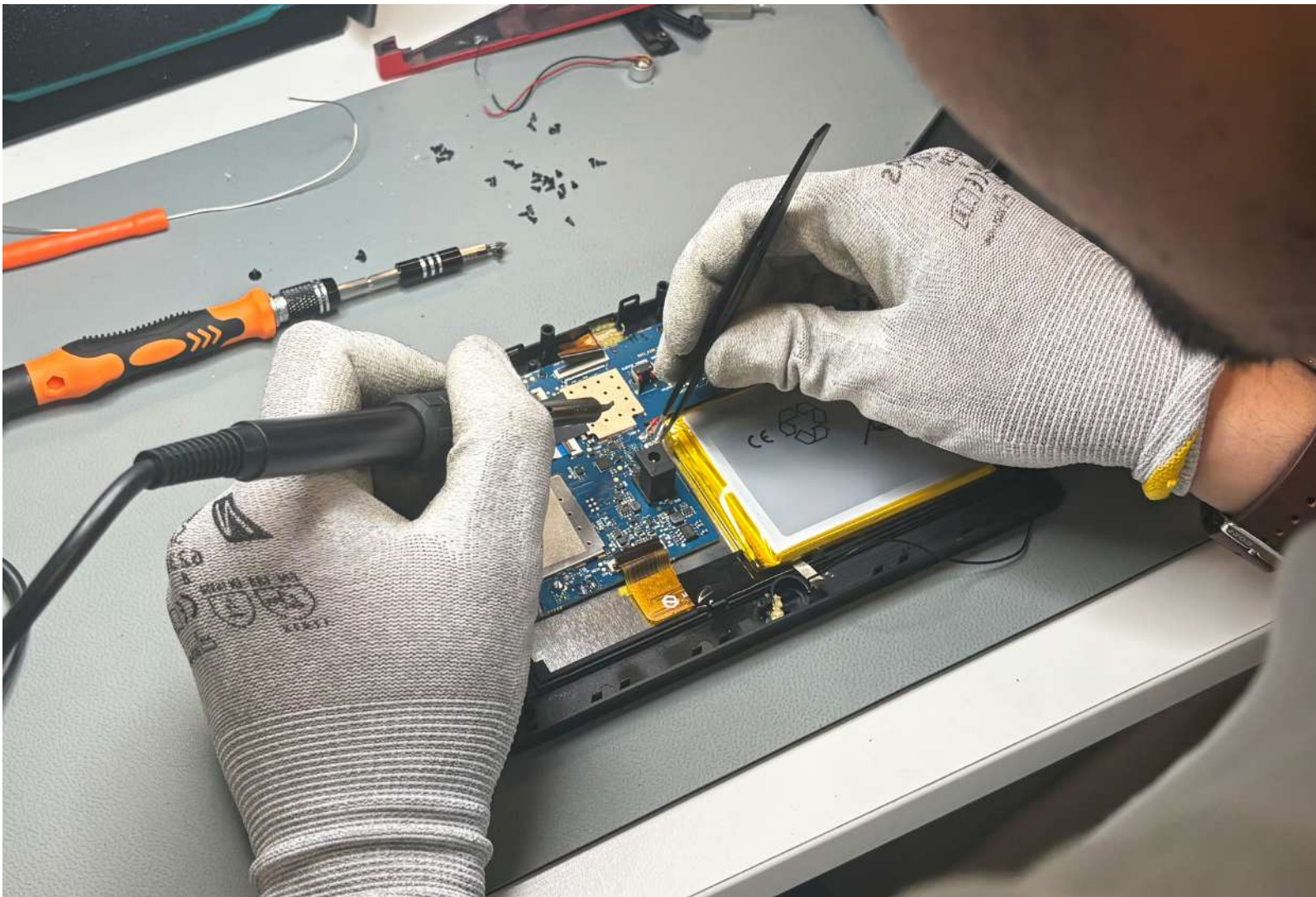
Nous lançons par ailleurs une réflexion sur l’acquisition d’un banc de tests automatisé, dont la fonction principale sera d’effectuer l’ensemble des contrôles de bon fonctionnement des équipements après reconditionnement.

Enfin, nous prévoyons cette année la mise en place d’un tableau de suivi permettant de calculer la durée de vie moyenne de nos matériels ainsi que le nombre moyen de clients servis par équipement.

DIAGNOSTIC TECHNIQUE DE LA CENTRALE EN JUIN 2026

INDICATEUR DE MESURE :

	NANO	CENTRALE V2
Matériels reconditionnés		
Pourcentage Q1 2026	82 %	77 %



OBJECTIF N°2.3

Favoriser les écosystèmes locaux et se positionner en acteur local de l'écosystème

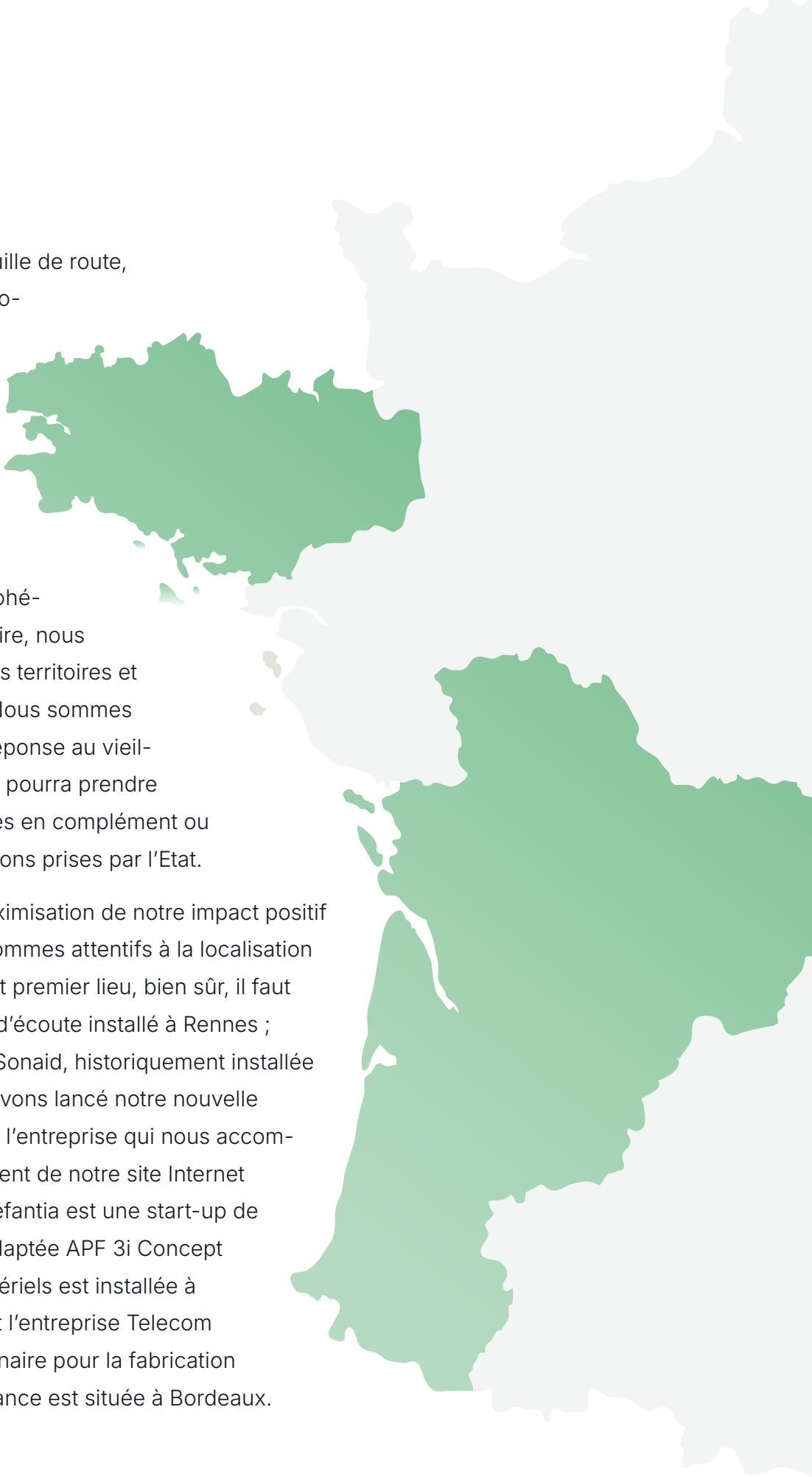
Privilégier le choix de prestataires et de fournisseurs locaux pour soutenir l'économie locale en Bretagne et nouvelle Aquitaine

INDICATEUR DE MESURE :

	RÉSULTAT 2024	RÉSULTAT 2025
% des charges externes dans l'économie locale en Bretagne et Nouvelle Aquitaine	57,1%	63,9 %

Dans le cadre de notre feuille de route, nous suivons l'empreinte locale de nos charges externes afin d'en consacrer une grande partie en Bretagne et en Nouvelle Aquitaine, les territoires historiques de Crédit Mutuel Arkéa. En cohérence avec notre actionnaire, nous voulons être acteur sur nos territoires et participer à la vie locale. Nous sommes aussi convaincus que la réponse au vieillissement de la population pourra prendre la forme d'initiatives locales en complément ou en accélération des décisions prises par l'Etat.

Dans cette logique de maximisation de notre impact positif sur nos territoires, nous sommes attentifs à la localisation de nos partenaires. En tout premier lieu, bien sûr, il faut mentionner notre plateau d'écoute installé à Rennes ; nous pouvons aussi citer Sonaid, historiquement installée à Rennes, avec qui nous avons lancé notre nouvelle option début 2026 ; Inwin, l'entreprise qui nous accompagne pour le référencement de notre site Internet est installée à Vannes ; Elefantia est une start-up de Saint Malo ; l'entreprise adaptée APF 3i Concept qui reconditionne nos matériels est installée à Briec, dans le Finistère ; et l'entreprise Telecom Design qui est notre partenaire pour la fabrication des boutons de téléassistance est située à Bordeaux.



OBJECTIF STATUTAIRE N°3

Favoriser l'engagement des collaborateurs dans notre écosystème et construire avec eux une dynamique collective et attractive

Objectifs opérationnels

- 1 — Sensibiliser les collaborateurs aux problématiques du grand âge
P.56
- 2 — Créer les conditions pour un engagement des collaborateurs dans l'écosystème
P.60



OBJECTIF N°3.1.A

Sensibiliser les collaborateurs aux problématiques du grand âge

Informar, former et assurer une veille sur le grand âge

INDICATEURS DE MESURE :

Actions de sensibilisation collaborateurs



Permettre aux collaborateurs de recevoir l'information nécessaire à la prise de conscience de l'enjeu démographique et des particularités du grand âge

Depuis le lancement de notre nouvelle feuille de route, nous avons organisé plusieurs événements pour sensibiliser les collaborateurs aux enjeux démographiques. En octobre, lors d'une séance plénière consacrée à la société à mission, le docteur Pialoux, accompagné de Bérangère Banquey, est intervenu pour expliquer l'importance de la détection des chutes et son engagement au sein du comité de mission.

Lors de la Semaine Bleue en octobre, nous avons invité les collaborateurs à apporter des photos de leurs grands-parents et à témoigner de ce que ces liens leur avaient apporté.

Par ailleurs, nous sommes en discussion avec le Gêrontopôle des Pays de la Loire pour déployer des actions de sensibilisation auprès des collaborateurs. Le Gêrontopôle, association à but non lucratif initiée par le professeur Gilles Berrut, accompagne la longévité sur les territoires et œuvre pour la promotion du « bien vieillir » et du « développement durable humain ». Sur recommandation d'un membre du comité de mission, Didier Château, administrateur, nous avons adhéré au Gêrontopôle en mars 2026. La formation constitue l'un de leurs principaux axes d'intervention : l'objectif est d'inciter les organismes de formation à intégrer l'évolution des connaissances et à faire évoluer les représentations du vieillissement.

Dans ce cadre, nous organiserons en septembre 2026 un atelier de sensibilisation pour

l'ensemble des collaborateurs d'Arkéa Care, afin de mieux comprendre les effets du vieillissement et de bousculer les représentations établies.

Parmi les actions initiées, nous préparons une exposition de photographies dans le hall du siège du Crédit Mutuel Arkéa, lieu régulièrement utilisé pour des expositions temporaires. Nous souhaitons mettre en valeur la personne âgée lors de la Semaine Bleue en octobre 2026. Une photographe engagée nous a proposé un projet autour de « La Puissance des Liens » et nous avons pris contact avec un imprimeur pour la production.

Enfin, nous avons entamé des discussions avec les Petits Frères des Pauvres en vue d'un partenariat, constatant nos valeurs communes de lutte contre l'isolement et de valorisation des personnes âgées.



OBJECTIF N°3.1.B

Sensibiliser les collaborateurs aux problématiques du grand âge

Acculturation au grand âge

INDICATEURS DE MESURE :



Livret d'accueil nouveau collaborateur



Check-list d'intégration RH/managers



Parcours d'intégration (nouveaux et anciens collaborateurs)

Mettre en place un parcours d'intégration orienté grand âge/seniors pour les nouveaux recrutés

Nous avons discuté en Comité de direction le 26 janvier 2026 des étapes essentielles à proposer à tout nouveau collaborateur pour qu'il comprenne bien l'écosystème qu'il rejoint. Nous avons donc intégré au livret d'accueil un parcours d'intégration orienté « grand âge », axé sur la compréhension des particularités de nos abonnés.

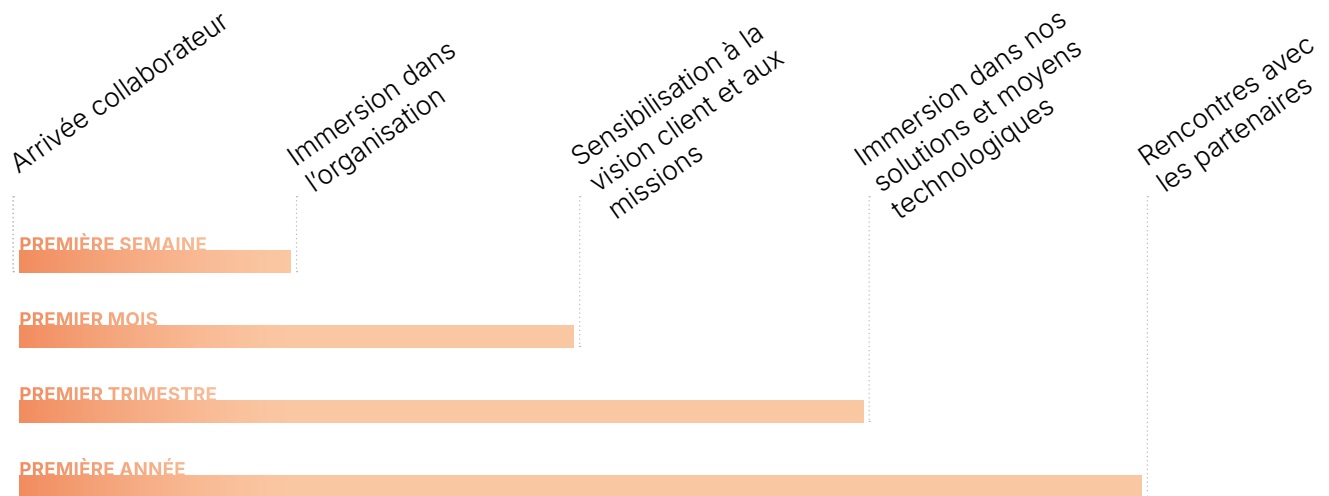
Première semaine : échanges individuels avec les managers et immersion dans une réunion d'équipe pour appréhender l'organisation, les rôles et les attentes.

Premier mois : session dédiée à la « société à mission » pour comprendre notre raison d'être, et réalisation d'une double-écoute de deux heures au sein du service client pour observer l'accueil, le discours client, la prise de rendez-vous et la gestion des situations sensibles.

Premier trimestre : déplacement à Rennes combinant une double-écoute en télé-assistance et la visite du showroom pour découvrir nos solutions techniques en situation réelle. Des immersions auprès de bénéficiaires permettront d'observer des installations à domicile — toujours après formation RGPD, briefing posture et consentement explicite du bénéficiaire — suivies de la rédaction d'un rapport d'étonnement « à chaud ».

Dans l'année : visite groupée chez notre partenaire APF 3i Concept à Briec pour mieux comprendre les partenariats et les dispositifs d'accompagnement des aidants. Le parcours se conclura par la consolidation des observations et la formulation de recommandations opérationnelles.

Par ailleurs, nous avons prévu des sessions régulières de remise à niveau afin que les collaborateurs puissent se reconnecter périodiquement aux besoins et aux spécificités de nos abonnés.



OBJECTIF N°3.2

Créer les conditions pour un engagement des collaborateurs dans l'écosystème

INDICATEUR DE MESURE :

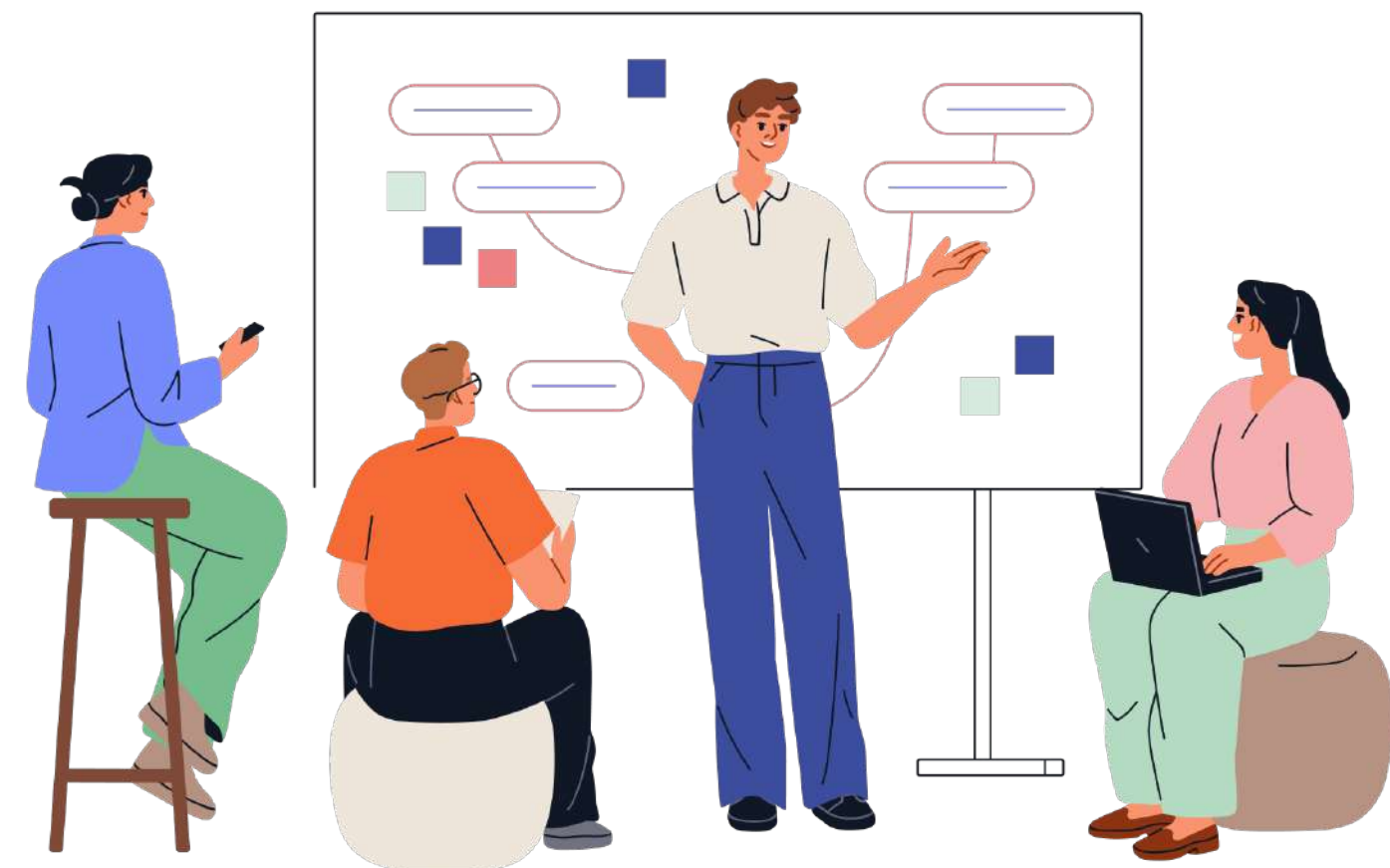
Soutien d'initiatives collaborateurs ponctuelles

Fête de l'été, animation en EHPAD, galette des rois, Saint-Valentin, cartes de Noël, cartes postales de l'été...

Nous avons travaillé sur cette action sans la concrétiser, par manque de temps et de cadrage précis.

Dans un premier temps, nous avons étudié les outils disponibles. Après échanges avec d'autres filiales du groupe et analyse de la plateforme Vendredi — qui met en relation associations et compétences des collaborateurs — nous en avons conclu que, compte tenu de notre taille et de la proximité géographique des équipes, une plateforme digitale n'était pas nécessaire.

Nous avons également sondé les collaborateurs pour évaluer leur intérêt à s'engager auprès des personnes âgées. Il en ressort que, sur la base du volontariat et en privilégiant une association préalablement sélectionnée, l'initiative serait bien accueillie. Il reste désormais à la lancer et à en définir les modalités pour l'inscrire en cohérence avec le contrat social de l'entreprise.



Merci

Éditeur : Arkéa Care (marque commerciale sous licence)

Éditeurs juridiques :

Arkéa Assistance S.A., capital 1 690 000 €, SIREN 518 757 166 – RCS Brest, siège social : 11 rue de Kervézenec, 29200 Brest, France. N° organisme Services à la Personne : SAP518757166.

Arkéa Sécurité, S.A. au capital de 10 505 508 € - Siren : 528 743 859 - RCS Brest - Siège social : 11, rue de Kervézenec - 29200 Brest. Arkéa Sécurité exerce une activité privée de sécurité et est titulaire de l'autorisation administrative d'exercer numéro AUT-029-2115-03-09-20150513729, délivrée par le CNAPS le 09/03/2016. Conformément à l'article L.612-14 du Code de la sécurité intérieure, l'autorisation d'exercice ne confère aucune prérogative de puissance publique à l'entreprise ou aux personnes qui en bénéficient.

Directeur de la publication : Antoine Lefebvre, directeur général.

Crédits visuels : icônes Flaticon.com ; images et illustrations AdobeStock.com (licences acquises).

Impression : Saxoprint (Allemagne).





contact@arkeacare.com | www.arkeacare.com