

Qui fait Quoi ?

Direction Marketing, Communication & Partenariats

DMCP

Direction Marketing, Communication & Partenariats



Daniel
DRÉAN

INDEX
ALPHABÉTIQUE

Direction Marketing,
Communication &
Partenariats

Culture & Écoute Client



Claude
FRIEDRICH

Communication,
Visibilité Digitale et
Ressources Transverses



Hugues
GARCIA

Marketing Client et
Digital



Christian
ZERBI

Exploitation
Opérationnelle de la
Donnée



Florent
CUETO

Partenariats Relation
Marque



André-Louis
LECAILLE



**Daniel
DRÉAN**

Directeur

Missions

- **Résolument orientée Client**, la Direction Marketing, Communication et Partenariats s'attache à parfaire la connaissance de nos sociétaires, de leurs comportements et de leurs attentes.
- Elle regroupe les équipes en charge de la veille et de l'écoute de « la voix du client », à travers les études marketing, les baromètres, la gestion et l'analyse des réclamations.
- Elle assure une présence forte et privilégiée auprès des décideurs de la fonction publique à l'aide des partenariats qu'elle tisse.
- Forte de ces connaissances, elle définit et met en oeuvre la stratégie et la politique de communication de la marque GMF sur l'ensemble des supports, traditionnels et digitaux, afin de la faire connaître et rayonner auprès des agents du service public.
- Elle développe notre politique client, et s'assure de son application dans l'ensemble des dispositifs marketing et commerciaux de la marque. A ce titre, elle conçoit et met en oeuvre les plans marketing et les espaces digitaux pour fournir à nos clients une expérience de qualité, en s'appuyant sur une parfaite maîtrise des données de la marque et du groupe.
- Elle participe activement aux grands projets de transformation de Covéa.
- Enfin, elle porte une attention permanente à la mesure de la performance et du retour sur investissements.



ÉQUIPE ➔

**Frédérique
HARRAULT**
Assistante

Direction Marketing, Communication & Partenariats



**Claude
FRIEDRICH**

Culture & Écoute Client



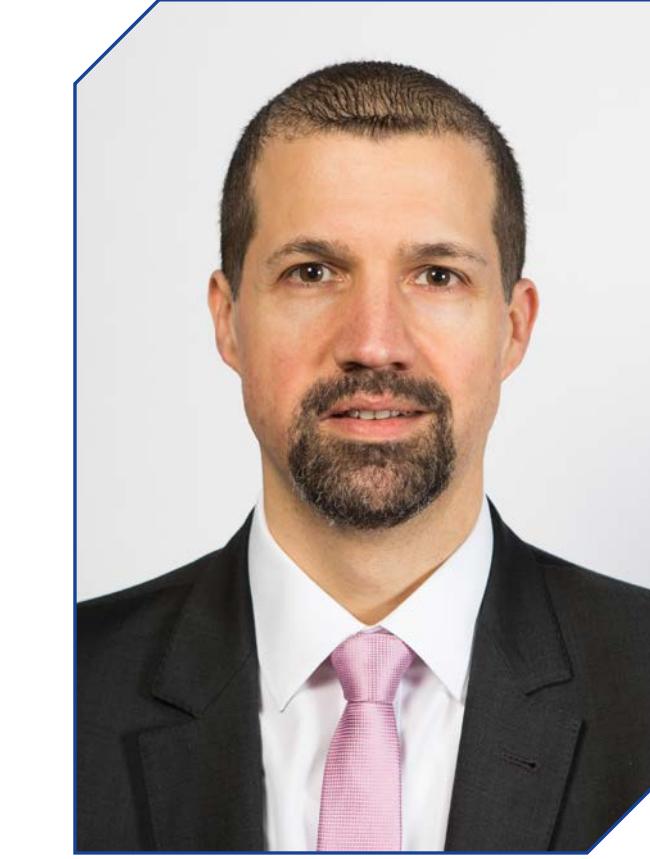
**Hugues
GARCIA**

**Communication,
Visibilité Digitale
et Ressources
Transverses**



**Christian
ZERBI**

**Marketing Client &
Digital**



**Florent
CUETO**

**Exploitation
Opérationnelle de la
Donnée**



**André-Louis
LECAILLE**

**Partenariats
Relation Marque**



**Bintou
DIALLO**
Assistante



Claude
FRIEDRICH



Culture & Écoute Client

Nathalie
CHANSON

Écoute Client &
Réclamations



Écoute Client & Études
Marketing

Processus & Projets

Réclamations & Qualité

Expérience Client &
Projets



Claude
FRIEDRICH

Expérience Client

Projets



**Claude
FRIEDRICH**

Objectifs

- **#client** : garantir la prise en compte de la vision et de l'expérience client dans la politique commerciale, marketing et d'indemnisation
- **#projets** : garantir l'avancement des projets transverses, notamment ceux en interface avec COVEA sur les problématiques de la Direction

Missions

- Connaître et porter la voix du client auprès des autres directions, dans le cadre de la stratégie de la marque
- Porter la vision de « l'expérience client GMF » auprès des autres directions pour tous les dispositifs en interface avec le client
- Stimuler, impulser et nourrir la vision stratégique de la politique marketing de la GMF sur sa clientèle et ses marchés à valeur
- Partager et accompagner cette vision stratégique au sein de la Direction et auprès des autres directions GMF
- Contribuer ou porter les projets guidés par la stratégie marketing et la politique client GMF

Culture & Écoute Client



**Nathalie
CHANSON**

**Écoute client
& Réclamations**



**Claude
FRIEDRICH**

**Expérience client &
Projets**



**Nathalie
CHANSON**

Objectifs

- Garantir que la voix du client soit prise en compte dans tous les dispositifs marketing, commerciaux et indemnisation de la marque GMF
- Fédérer les dispositifs d'écoute de nos sociétaires sur nos marchés
- Garantir que le traitement des réclamations soit le plus fluide possible aux yeux des sociétaires et des collaborateurs

Missions

Ecoute client

- Fédérer les dispositifs d'écoute de nos sociétaires dans leurs différentes dimensions
- Restituer la vision client aux directions concernées et préconiser les inflexions nécessaires (DMCP, DI, DDEV)
- Proposer et animer des dispositifs permettant une meilleure prise en compte de la dimension client au sein du groupe
- Animer ou participer aux projets GMF et Covéa sur cette thématique

Processus et projets

- Animer le processus Réclamations ainsi que les projets liés pour la DG GMF
- Garantir la conformité du processus pour la marque GMF et répondre aux exigences en lien avec la Direction Conformité
- Créer et diffuser des reportings Réclamations pour les différentes instances GMF et Covéa
- Proposer des dispositifs permettant de capitaliser sur cette source d'écoute de nos sociétaires et les inflexions nécessaires

Réclamations

- Traiter ou s'assurer du traitement des réclamations clients en lien avec les valeurs de la marque
- Incarner la vision du client au sein des directions métier et être correspondant du médiateur
- Déetecter les irritants clients et stimuler la mise en œuvre d'actions correctrices
- Contribuer aux travaux de transformation et aux projets d'évolution en lien avec les réclamations

Écoute Client & Réclamations



**Isabelle
DUPUIS**

**Écoute Client & Études
Marketing**

MANAGER



**Nathalie
CHANSON**

Processus & Projets



**Patricia
AUDRAN-MALEZIEUX**

**Réclamations &
Qualité Client**



**Isabelle
DUPUIS**

Objectifs

- Garantir que la voix du client soit prise en compte dans tous les dispositifs commerciaux, marketing et indemnisation de la marque GMF
- Fédérer les dispositifs d'écoute de nos sociétaires sur nos marchés

Missions

- Fédérer les dispositifs d'écoute de nos sociétaires, dans leurs différentes dimensions
- Restituer la vision client aux directions concernées et préconiser les inflexions nécessaires (DMCP, DI, DDEV)
- Proposer et animer des dispositifs permettant une meilleure prise en compte de la dimension client au sein du groupe
- Animer ou participer aux projets GMF et Covéa sur cette thématique

Écoute Client & Études Marketing



**Isabelle
ROMANO**



**Inès
MAIRE**



**Elisabeth
PAUTY**



**Saïda
AMIMI**



**Thomas
VUYET**



Missions

- Animer le processus Réclamations ainsi que les projets liés pour la DG GMF
- Garantir la conformité du processus pour la marque GMF et répondre aux exigences en lien avec la Direction Conformité
- Créer et diffuser des reportings Réclamations pour les différentes instances GMF et Covéa
- Proposer des dispositifs permettant de capitaliser sur cette source d'écoute de nos sociétaires et les inflexions nécessaires

**Nathalie
CHANSON**

Processus & Projets



**Angélique
DIOGO**

- Référente DMCP Comité de validation des incidents
- Correspondante DMCP Mag'



**Hélène
BOSOM**

- Correspondante PCA
- Correspondante QPC
(volet réclamations)



**Théo
LANDREAU**



**Patricia
AUDRAN-MALEZIEUX**

Objectifs

- Garantir que le traitement des réclamations soit le plus fluide possible aux yeux des sociétaires et des collaborateurs

Missions

- Traiter ou s'assurer du traitement des réclamations clients en lien avec les valeur de la marque
- Incarner la vision du client au sein des directions métier et être correspondant du médiateur
- Déetecter les irritants clients et stimuler la mise en œuvre d'actions correctrices
- Contribuer aux travaux de transformation et aux projets d'évolution en lien avec les réclamations

Réclamations & Qualité Client



**Souad
BELKHOUANE**



**Yamina
SAOUDI**

Réclamations & Qualité Client



**Patricia
AUDRAN-MALEZIEUX**

**Réclamation
& Qualité Client**

MANAGER



**Elodie
DEZECOT**

Qualité Client



**Angélique
DELADRIERE**

Recours



**Elodie
DEZECOT**

Objectifs

- Garantir que le traitement des réclamations soit le plus fluide possible aux yeux des sociétaires et des collaborateurs

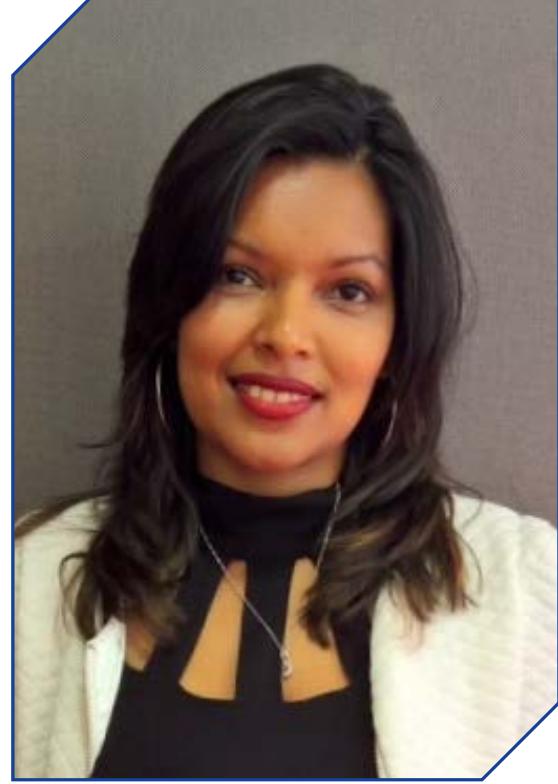
Missions

- Traiter ou s'assurer du traitement des réclamations clients en lien avec les valeur de la marque
- Incarner la vision du client au sein des directions métier et être correspondant du médiateur
- Déetecter les irritants clients et stimuler la mise en œuvre d'actions correctrices
- Contribuer aux travaux de transformation et aux projets d'évolution en lien avec les réclamations

Qualité Client



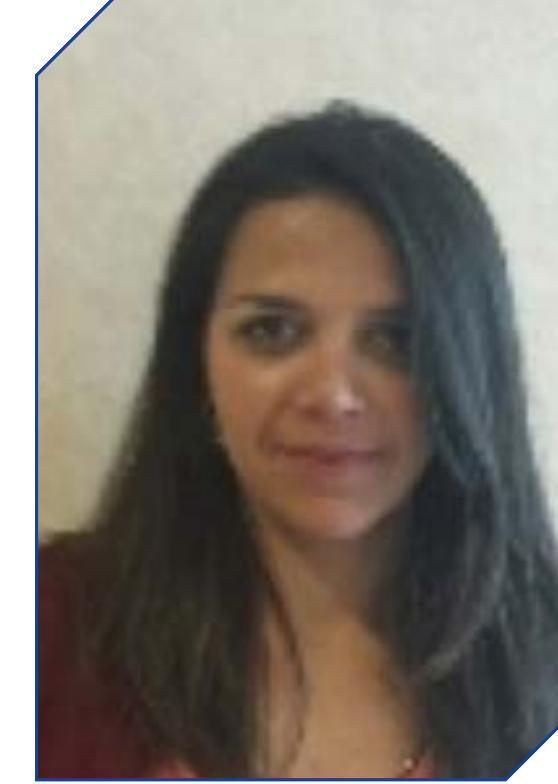
**Marina
DHOMS**



**Diana
DELANNAY**



**Marion
BERTINI**



**Émilie
PLOT**



**Angélique
DELADRIERE**

Objectifs

- Garantir que le traitement des réclamations soit le plus fluide possible aux yeux des sociétaires et des collaborateurs

Missions

- Traiter ou s'assurer du traitement des réclamations clients en lien avec les valeurs de la marque
- Incarner la vision du client au sein des directions métier et être correspondant du médiateur
- Déetecter les irritants clients et stimuler la mise en œuvre d'actions correctrices
- Contribuer aux travaux de transformation et aux projets d'évolution en lien avec les réclamations

Recours



**Hortense
QUADJOVIE**



**Céline
TRINCARD**



**Carole
RAIMOND**



**Carole
BONNAFOUS**



**Claude
FRIEDRICH**

Objectifs

Expérience client

- Définir ce qu'est « l'expérience client » GMF au sein du groupe Covéa
- Garantir la prise en compte de cette vision dans la politique commerciale, marketing et indemnisation GMF

Projets

- Conduire et contribuer aux projets transverses, de la Direction, de la GMF et de Covéa
- Garantir la cohérence entre les différents projets portés par la Direction

Missions

Expérience client

- Définir et construire avec les différents acteurs, « l'expérience client GMF », en lien avec la DMC Covéa
- Porter la vision de « l'expérience client GMF » auprès des autres directions pour tous les dispositifs en interface avec le client
- Accompagner sa mise en œuvre auprès de toutes les directions GMF

Projets

- Stimuler, impulser et nourrir la vision stratégique de la politique marketing de GMF sur sa clientèle et ses marchés à valeur, notamment au moyen de projets d'organisation et/ou d'accompagnements
- Contribuer ou porter les projets guidés par la stratégie marketing et la politique client GMF
- Participer aux travaux et représenter la GMF dans le cadre de projets stratégiques transverses Covéa liés au marketing et la politique client

Expérience Client & Projets



**Claude
FRIEDRICH**

Expérience Client

◀ **MANAGER**



**Claude
FRIEDRICH**

Projets



**Claude
FRIEDRICH**

Objectifs

- Définir ce qu'est « l'expérience client » GMF au sein du groupe COVEA
- Garantir la prise en compte de cette vision dans la politique commerciale, marketing et indemnisation GMF

Missions

- Définir et construire avec les différents acteurs, « l'expérience client GMF », en lien avec la DMC Covea
- Porter la vision de « l'expérience client GMF » auprès des autres directions pour tous les dispositifs en interface avec le client
- Accompagner sa mise en œuvre auprès de toutes les directions GMF

Expérience Client



**Sabrina
YOU**



**Julie
TIGANI**



**Claude
FRIEDRICH**

Objectifs

- Conduire et contribuer aux projets transverses, de la Direction, de la GMF et de COVEA
- Garantir la cohérence entre les différents projets portés par la Direction

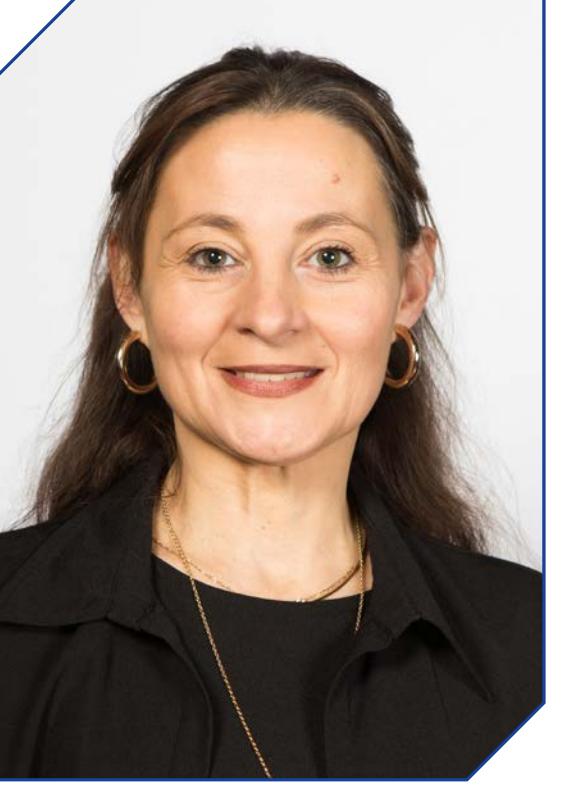
Missions

- Stimuler, impulser et nourrir la vision stratégique de la politique marketing de GMF sur sa clientèle et ses marchés à valeur, notamment au moyen de projets d'organisation et/ou d'accompagnements
- Contribuer ou porter les projets guidés par la stratégie marketing et la politique client GMF
- Participer aux travaux et représenter la GMF dans le cadre de projets stratégiques transverses Covéa liés au marketing et la politique client

Projets



François
COMBY



Sophie
LEROUX CREVOISIER



Hugues
GARCIA



Communication, Visibilité Digitale et Ressources Transverses



Valérie
LAMBIN



Nadia
MOUSSA



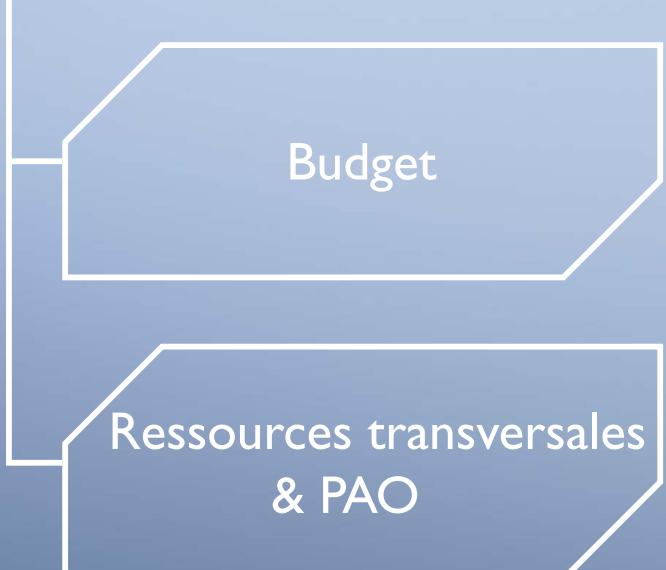
Marie-Jo
NININE



Bastien
BARRAUD



Hugues
GARCIA





**Hugues
GARCIA**

Objectifs

- Développer la visibilité, l'image et la considération de la marque auprès de nos cibles affinitaires
- Générer du trafic de leads qualifiés vers les différents canaux de transformation
- Garantir le bon emploi des ressources budgétaires et des moyens transversaux mis à disposition des autres entités

Missions

- Définir la stratégie de communication publicitaire et media off et online de la marque et la mettre en œuvre
- Définir la stratégie éditoriale et produire les contenus
- Définir la stratégie de relations publiques et la mettre en œuvre ainsi que les relations presse
- Définir la stratégie Rugby et animer les partenariats rugby
- Définir et mettre en œuvre la stratégie d'acquisition de leads digitaux
- Définir et mettre en œuvre la stratégie social media et e-reputation
- Mettre en œuvre le plan merchandising en agence, produire la PLV et les dépliants
- Suivre les budgets et proposer des ressources transverses pour la mise en place des dispositifs marketing et commerciaux

Communication, Visibilité Digitale et Ressources Transverses



**Valérie
LAMBIN**

Contenus et
Événements
Affinitaires

◀ **MANAGER**



**Nadia
MOUSSA**

Publicité et Médias



**Marie-Jo
NININE**

Sponsoring Rugby
et Relations Publiques



**Bastien
BARRAUD**

Visibilité Digitale et
Engagement



**Hugues
GARCIA**

Ressources
transversales &
budget



**Valérie
LAMBIN**

Objectifs

- Développer la visibilité et la considération auprès des ASP et asseoir l'image de 1^{er} assureur des ASP et ainsi créer l'évidence et la préférence GMF pour les ASP
- Fidéliser les sociétaires grâce à une approche éditoriale relationnelle
- Contribuer à la génération de flux vers gmf.fr en activant les contenus

Missions

- **Déployer la stratégie de contenus, animer l'écosystème éditorial, et piloter la production des contenus :**
 - Veiller au respect des ligne et charte éditoriales pour contribuer à la cohérence des parcours prospects et sociétaires
 - Cordonner les différents acteurs de l'écosystème éditorial et partager une vision des thématiques, formats, planification des diffusions sur les différents canaux (NL, gmf.fr, Relations Presse...)
 - Nourrir le discours de preuves en assurant la promotion des actions les plus emblématiques
- **Favoriser la fidélisation des sociétaires et la préférence de marque auprès des prospects :**
 - Co-construire le plan relationnel éditorial en lien avec les équipes DMCP (ciblage, segmentation, gmf.fr...) et le mettre en œuvre (production, bilans, ...)
- **Animer les partenariats et activer les droits prévus aux contrats pour servir la Marque :**
 - Organiser les évènements affinitaires
 - Capitaliser sur les évènements existants auprès de nos cibles prospects ASP et sociétaires
- **Participer à la définition et la mise en œuvre du plan d'action RSE**

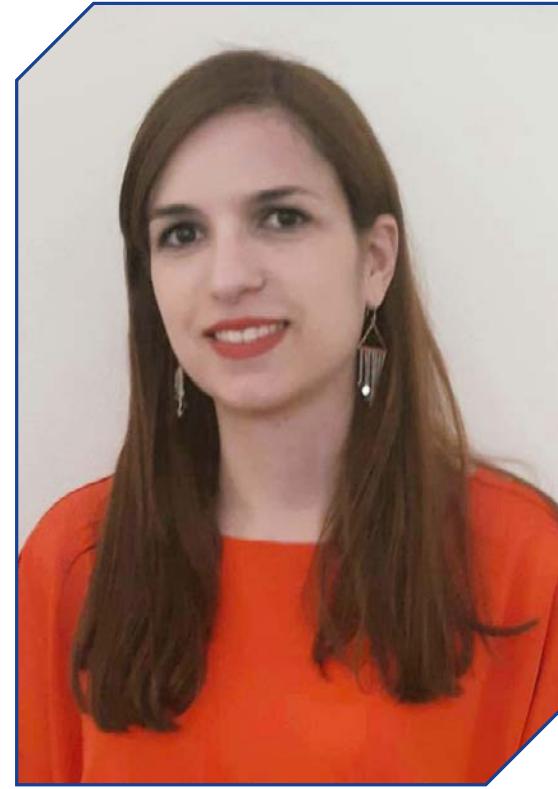
Contenus et Événements Affinitaires



**Daba
GUISSE**



**Baptiste
LE BEUX**



**Esther
HELIAS**



**Antoine
VAIDIE**



**Clara
LANN**



**Nadia
MOUSSA**

Objectifs

- Développer la visibilité et la considération auprès des cibles ASP
- Assoir le positionnement de l^{er} assureur des ASP et ainsi créer l'évidence et la préférence GMF pour les ASP
- Nourrir la singularité de la Marque. Incarner sa vision de la société et son engagement auprès de ceux qui œuvrent à la rendre plus humaine
- Générer des flux vers les canaux de distribution

Missions

- **Animer la Marque et ses territoires d'expression :**
 - Veiller au respect des attributs de la Marque : Plateforme de marque et charte graphique
 - Concevoir la stratégie publicitaire : cadrer et assurer la réalisation des assets OFF et ON
- **Élaborer la stratégie média pour activer l'ensemble des assets :**
 - Mettre en œuvre un plan média annuel (TV, Radio, Presse, VOL, Presse Pro) selon les cibles, les budgets alloués et un calendrier de temps forts
 - Co-construire la stratégie média VOL en synergie avec l'équipe « Visibilité Digitale et Engagement »
 - Assurer la mise en œuvre du plan merchandising, PLV et dépliants en agences et ACE
 - Assurer l'activation média des campagnes réalisées par l'équipe Rugby et Relations Publiques
- **Optimiser les stratégies publicitaires et média :**
 - Contribuer à l'analyse des bilans : KPI, modélisations, analyse des baromètres notoriété marque et concurrence
 - Challenger les investissements média

Publicité et Médias



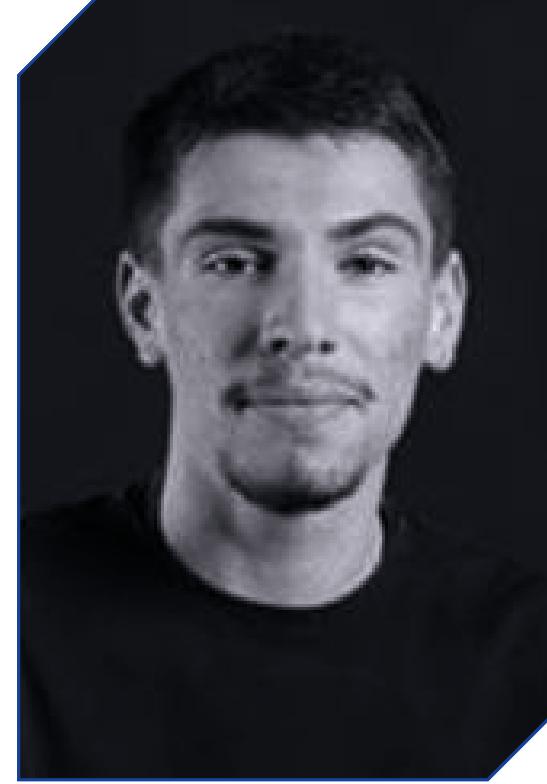
Pamela
BRUEL



Pascale
CHOLET-VERNAUDON



Nadège
MACHURON



Théo
DOLIGET



Elodie
CARON



**Marie-Jo
NININE**

Objectifs

- Développer une prise de parole pour GMF dans le rugby qui soit singulière et légitime vis-à-vis de la plateforme Marque
- Maximiser la visibilité de la marque en activant l'ensemble des partenariats Rugby (FFR, LNR, CNR, clubs Corpos,...) pour contribuer au développement de la notoriété et de l'attractivité de la marque sur les prospects et sociétaires ASP
- Favoriser l'activité commerciale grâce à des dispositifs RP nationaux et régionaux : Rugby, siège (espace Direction) ou autre (cérémonie des vœux, RP culturelles en région)

Missions

Définir et mettre en œuvre la plateforme Rugby en résonance avec la marque et les ASP pour assurer une cohérence de discours dans l'ensemble des activations et prises de parole

- **Visibilité :**
 - Capitaliser sur les assets dont dispose GMF dans ses contrats pour rendre la marque visible et asseoir son positionnement de 1^{er} assureur des ASP
 - Produire les assets « publicitaires » (AP, BB TV) et activer les temps forts en média
- **Digital :** Organiser la production de contenus propriétaires. Veiller à la déclinaison de la ligne éditoriale sur les RS autour de la thématique Rugby.
- **Évènementiel :** Créer des événements spécifiques ciblés ASP pour incarner notre positionnement Rugby, notre singularité et nourrir l'image de la marque
- **Relations Publiques :** Créer et organiser des événements sportifs et culturels

Sponsoring Rugby et Relations Publiques



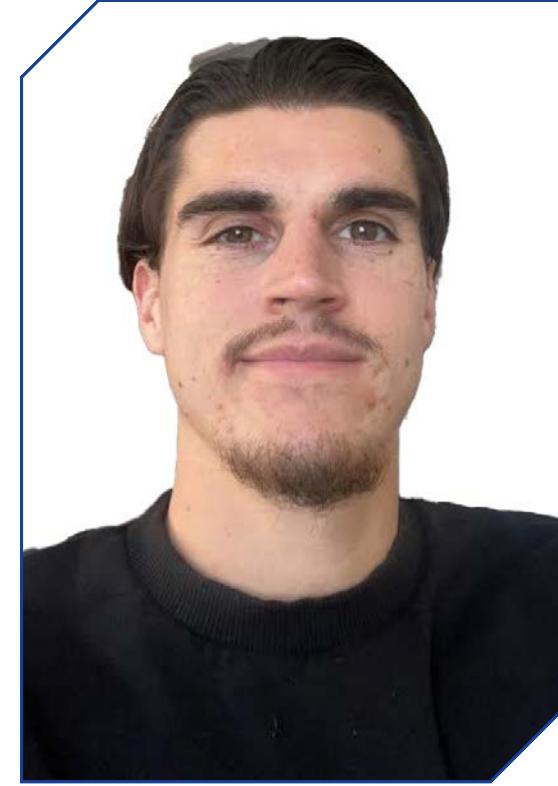
**Adrian
FEUGA**



**Cécile
GOMBEAUD**



**Régine
SOLIVERES**



**Rémy
BOURGAULT**



**Noémie
BELLENGER**



**Bastien
BARRAUD**

Objectifs

- Développer la présence digitale de GMF (publicité, social media, moteurs de recherche...)
- Assurer la notoriété de la marque auprès des cibles ASP
- Générer des leads qualifiés ASP
- Valoriser l'image GMF et son e-réputation

Missions

- **Définir la stratégie d'acquisition de leads digitaux** basée sur l'exploitation de la data et de la connaissance client
 - Coordonner la stratégie d'acquisition avec les différentes parties prenantes internes
 - Développer les supports publicitaires et opérer les campagnes
- **Mesurer et analyser la performance des leviers d'acquisition** pour développer l'efficience du mix-média digital
 - Optimiser la synergie branding / performance des achats online
- **Développer la présence de la marque sur les réseaux sociaux**
 - Produire et distribuer des contenus qui soutiennent la plateforme de marque et les actions GMF
 - Initier un parcours client via les réseaux sociaux
 - Assurer une veille permanente sur les réseaux sociaux (les tendances, les usages...)
- **Construire et mettre en œuvre la stratégie d'e-réputation**
 - Développer un traitement omnicanal des avis/commentaires

Visibilité Digitale & Engagement



**Marion
DUCROT**



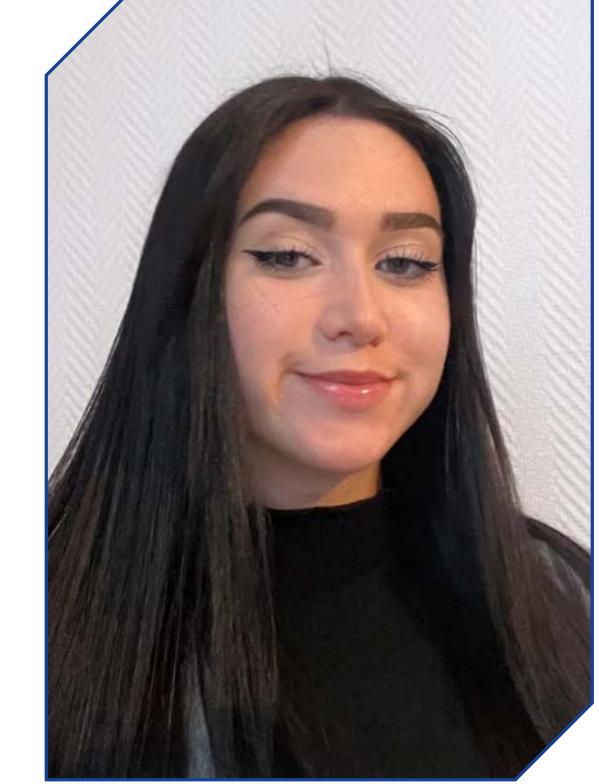
**Sana
ABBARA**



**Olivia
FERNANDES**



**Pauline
FAUGERAS**



**Maëva
AFONSO**



**Fara
AMADI**

Ressources Transversales & Budget



**Hugues
GARCIA**

ÉQUIPE ➔

Ressources Transversales & Budget



**Arnaud
DELAHAYE**

**Ressources
Transversales & PAO**

MANAGER



**Hugues
GARCIA**

Budget



**Arnaud
DELAHAYE**

Objectifs

- Garantir la mise en œuvre des meilleurs moyens possible (budgétairement et technologiquement) pour la production de nos supports marketing print ou numériques
- Garantir la mise à disposition d'imprimés et pré-imprimés contractuels exploitables pour chacun des canaux de distribution

Missions

- Gérer, en collaboration avec les chefs de projet marketing et communication, la production des supports à destination des clients ou des agences
- Gérer avec les Directions techniques et métiers, juridiques la création et les mises à jour des imprimés et pré-imprimés contractuels GMF et garantir leur mise à disposition aux responsables des différents canaux de distribution.
- Proposer les meilleures technologies possible pour la production de ces supports, en cohérence avec le cadrage de ces actions
- Participer aux groupes de travail d'élaboration des actions commerciales
- Gérer l'interface avec la logistique COVEA ainsi qu'avec les prestataires extérieurs
- Proposer des services de PAO à tous les intervenants de la Direction Marketing, Communication et Partenariats

Ressources Transversales & PAO



**Grégory
GIRAUDET**



**Christine
MARIE**



**Thomas
FLAVION**



**Cécile
LEONARD**



**Candice
SALLIN**



**Nathalie
FARIGOUILLE**



**Hugues
GARCIA**

Objectifs

- Garantir que l'utilisation des budgets soit en ligne avec la stratégie et le cadrage annuels

Missions

- Être un acteur majeur du processus budgétaire, en lien avec les différentes entités, tant dans l'établissement de la trajectoire que dans son suivi
- Assurer un reporting régulier et proposer des mesures correctives quand c'est nécessaire
- Mener des études ponctuelles à la demande des différents acteurs
- Apporter l'assistance nécessaire aux acteurs de la DMCP dans le cadre de leur suivi

Budget



**Anne-Sophie
PINHEIRO**



**Azedine
MAZOUZ**



Cécile
GATTET



Marketing Client et Digital

Christian
ZERBI



Christian
ZERBI



Espaces Digitaux

Application Mobile

Espace Client

Espace Acquisition
Digitale et e-commerce

Acquisition et
Fidélisation

Acquisition, Offre et
Marketing Client

Fidélisation et
Développement Client



**Christian
ZERBI**

Objectifs

- Contribuer au développement du portefeuille clients et à l'atteinte des objectifs stratégiques par la définition et la mise en œuvre d'une approche Marketing Omnicanale.

Missions

- L'entité Marketing Client et Digital a pour mission de favoriser le développement du portefeuille client par une identification fine des besoins client permettant de proposer des offres/produits/ services adaptés aux différents moments de vie.
- Dans une logique résolument omnicanale, elle utilise différents leviers pour atteindre ces objectifs comme par exemple le plan de marketing direct, la participation à l'élaboration d'évènements terrain ou encore les tunnels de conversion présents sur les espaces digitaux dont elle assure l'évolution et la maintenance.
- Elle travaille en étroite collaboration avec l'ensemble des Directions de l'entreprise.

Marketing Client & Digital



**Cécile
GATTET**

Espaces Digitaux

MANAGER



**Christian
ZERBI**

**Acquisition et
Fidélisation**



**Cécile
GATTET**

Objectifs

- L'entité Espaces Digitaux a pour vocation essentielle la vente de produits et de services via les différents canaux numériques. Elle a également pour objectif de générer du trafic sur les autres canaux de vente GMF (CCC et Agences)

Missions

- L'entité « Espaces Digitaux » constitue un canal de vente à part entière, elle est également un vecteur de promotion de l'image de marque
- Elle assure les évolutions fonctionnelles des 3 espaces digitaux : l'application mobile, l'espace sociétaire et l'espace prospect
- Elle contribue au recrutement de nouveaux sociétaires, en cohérence avec la stratégie de la marque :
 - Par des techniques de référencement naturel, notamment, à une stratégie de contenus spécifiques (*immersive/in bound marketing*)
 - Par la transformation de leads, faisant appel à des tunnels produits simples, performants
- Elle développe et met en œuvre des moyens favorisant les démarches de e-commerce (*ventes flash, animations commerciales...*)
- Elle s'appuie sur une connaissance fine des sociétaires, apportée par les équipes DATA afin de les multi-équiper et de les fidéliser.
- Elle maintient et enrichit les fonctionnalités self-care des espaces sociétaires et application mobile

Espaces Digitaux



**Cécile
GATTET**

Application Mobile



**Cécile
GATTET**

Espace Client



**Delphine
ARMANDIN**

**Espace Acquisition
Digitale et
e-commerce**



Missions

- En charge de la gestion et du développement de l'application GMF mobile

**Cécile
GATTET**

Application Mobile



**Sophie
GIRAULT**

**PPO Application
Mobile**

■ En charge de la gestion
et du développement de
l'application GMF mobile



**Baptiste
BOUCHARA**

**PPO Application
Mobile**

■ En charge de la gestion
et du développement de
l'application GMF mobile



**Emilie
MARCHAL**

**PPO Application
Mobile**

■ En charge de la gestion
et du développement de
l'application GMF mobile



**Mathieu
BOUVET**

**PPO Application
Mobile**

■ En charge de la gestion
et du développement de
l'application GMF mobile



**Cécile
GATTET**

Missions

- En charge de la gestion et du développement de l'Espace Client de gmf.fr

Espace Client



**Pénélope
WANDER**

**PO Sinistres et
multiéquipements
ES**

- Sinistres
- Refonte ES



**Diane
TOMASI**

PO Vie et contacts

- Selfcare Vie
- UPP
- Contacts
- Refonte ES



**Sarra
DOUFANI**

**PPO Vie et
contacts**

- SelCare Vie
- Contacts
- Recueil des pièces
d'identité
- Prévoyance



**Julie
HATÉ**

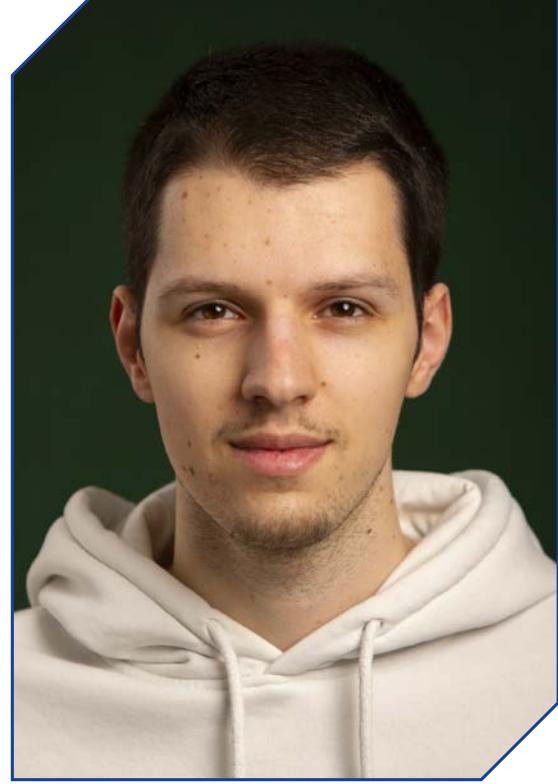
**PPO Sinistres /
multiéquipements
ES**

- Sinistres
- Refonte ES



**Julie
NARET**

**PPO Missions
transverses**

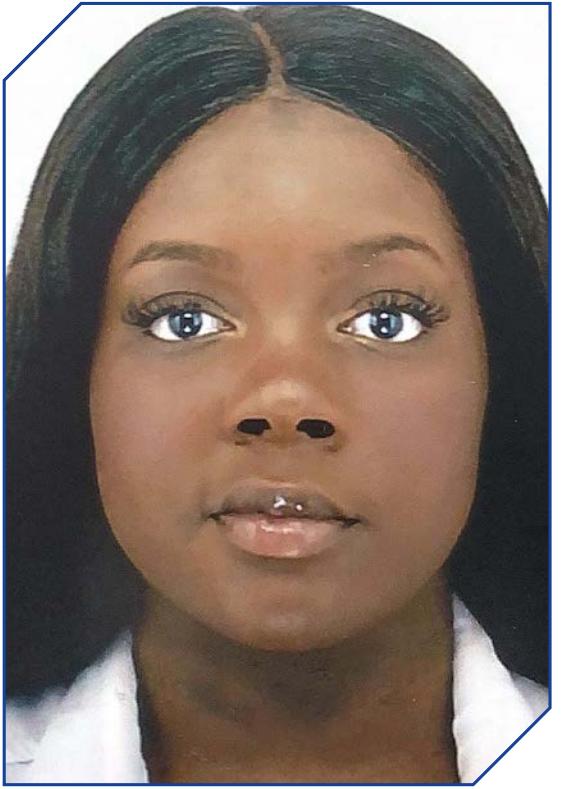


**David
RODRIGUEZ**

**PPO Vie et
contacts**

- SelCare Vie
- Contacts
- Recueil des pièces
d'identité
- Prévoyance

Espace Client



**Shola
NALLA**

PPO Authentification

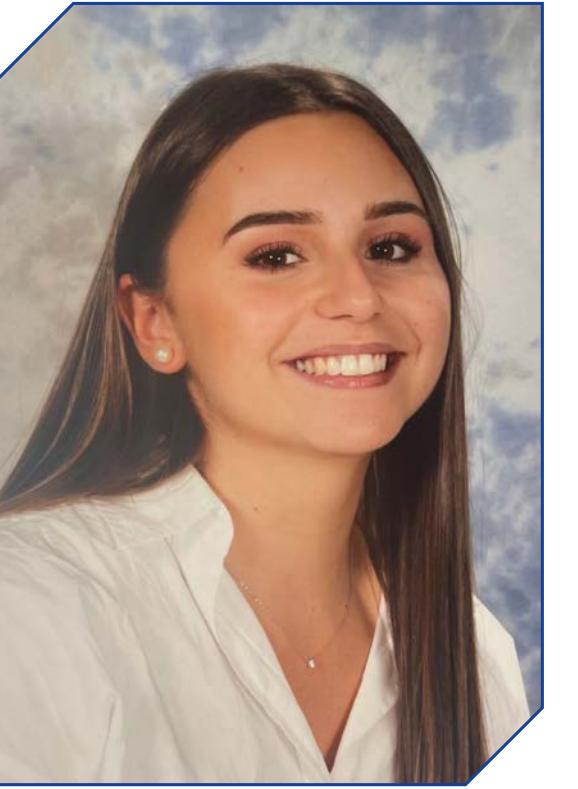
- Authentification des espaces clients
- Tous ambassadeurs du digital



**Anaïs
MATHIEU**

PPO Sinistres et multiéquipements ES

- Sinistres
- Refonte ES



**Maélys
AMAROUCHE**

Missions transverses espaces digitaux



**Delphine
ARMANDIN**

Missions

- Animation et évolution de l'espace digital prospects et particulièrement des tunnels d'avant-vente et vente
- Gestion de l'animation commerciale du site (e-commerce)
 - Connaissance de la cible et de ses besoins
 - Définitions des objectifs de l'animation Booster les ventes, augmenter le chiffre d'affaires Faire connaître de nouvelles offres comme une nouvelle marque ou le lancement d'un nouveau produit ou d'un service; relancer les ventes d'un produit existant ; faire de l'upselling pour développer les ventes ; Prospecter en touchant une cible nouvelle ou par une expérience client optimale par exemple
 - Adapter le dispositif d'animation commerciale : au bon moment, au bon endroit
 - Proposer une politique commerciale attractive
 - Exploiter et mettre en oeuvre des techniques attractives (jeux-concours, réductions de prix, ...)
 - UX/UI
 - Suivi et analyse des résultats (SEO, suivi des performance du site)
 - Acquisition de trafic via le SEO

Espace Acquisition Digitale et e-commerce



**Cécile
LAMOULEN**

PO JAHIA/HTML & UX/UI

- Parcours UX/UI et SXO
- Contact
- Sinistre
- Offre Commerciale
- Hospitaliers
- #Tous ambassadeurs du digital



**Éléonore
MORY**

Resp. SEO

- Optimisation SEO On-Page et contenus
- Performance technique du site
- Optimisations SEO Off-Page
- Suivi mots-clés et trafic SEO
- Maillage du site
- Outils sémantiques SEO



**Aurélien
MEGDOUD**

Webmaster

- Maintenance évolutive de gmf.fr
- Contribution article/page
- Offre Commerciale
- Vie
- Éducation Nationale
- ESS
- Territoriaux



**Alexia
BOSSART**

Parcours UX/UI Design



**Aurélie
ROSSILET**

PPO Petits produits

- Vie
- Contact
- AEF, PJ
- Éducation Nationale
- ESS

Espace Acquisition Digitale et e-commerce



**Fabienne
CHARRON**

**PPO Avant-vente &
Vente**

- Vie
- Sécurité, Défense,
Intérieur
- Auto
- Habitation



**Guillian
BARIL**

**PPO JAHIA/HTML
& UX/UI**

- Maintenance évolutive
du site
- Inbenta
- Rugby
- Parrainage
- Entreprises publiques
- Territoriaux



**Nacib
HADJ RABAH**



**Océane
DASSE**



**Christian
ZERBI**

Objectifs

- L'entité Acquisition et Fidélisation Client a pour objectif l'animation et le développement du portefeuille de sociétaires

Missions

- Elle analyse les besoins clients- selon une approche segmentée et par marchés- afin de définir des propositions de valeur (produits et services) correspondant à des moments de vie identifiés ou des appétences pour des offres / services.
- Met en place des mécaniques de prospection performantes, dont la communication « adressée » et le sourcing « externe » de fichiers
- Pilote l'élaboration du plan marketing direct d'animation du portefeuille de sociétaires
- Elabore des actions de fidélisation et de développement du portefeuille (*up-selling, cross-selling, actions de reconnaissance, rétention, ...*), sur tous les canaux, en élaborant des stratégies propres à chaque segment
- Par des actions de parrainage et un accueil personnalisé, elle contribue au recrutement de nouveaux clients et à leur multi-équipement rapide
- Elle agit en étroite collaboration avec les départements Exploitation Opérationnelle de la Donnée, Communication, Partenariats et Marchés, Transformation et Ecoute Client. Elle coordonne ses actions avec la DIARD, la Direction du Développement.

Acquisition et Fidélisation



**Nicolas
DEROUBAIX**

**Acquisition, Offre et
Marketing Client**

MANAGER



**Anjavola
ANDRIAMIHAJA**

**Fidélisation et
développement Client**



**Nicolas
DEROUBAIX**

Objectifs

- L'entité Acquisition, Offre et marketing client a pour objectif le recrutement de nouveaux sociétaires.

Missions

- Elle analyse les besoins clients - selon une logique marchés - afin de définir des propositions de valeur (produits et services) correspondant à des moments de vie identifiés ou des appétences pour des offres /services.
- Elle met en place des mécaniques de prospection performantes omnicanales, dont la communication « adressée » et le sourcing « externe » de fichiers.
- Elle pilote l'élaboration du plan marketing lié à cette prospection.
- Elle agit en étroite collaboration avec les entités Exploitation Opérationnelle de la Donnée, Communication, Partenariats et Marchés, Transformation et Ecoute Client.
- Elle coordonne ses actions avec la DIARD, la Direction du Développement.

Acquisition, Offre et Marketing Client



**Florent
ASSIE**

■ Référent du marché
Éducation Nationale



**Juliette
POGOREL**

■ Référente du marché
Entreprises publiques et
assimilées

■ Référente collecte de
leads et leadnurturing

■ Référente des projets
rugby acquisition



**Louis
QUILLIEN**

■ Référent du marché
Hospitaliers

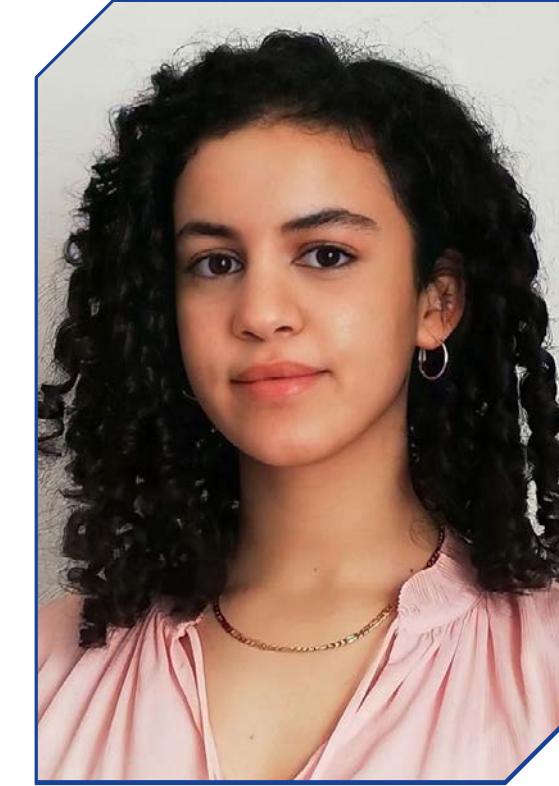
■ Référente du plan
séquencé acquisition, des
relances à chaud et du
programme Remail me.



**Agathe
CALON**

■ Référente du marché
Territoriaux

■ En soutien sur le
marché des Territoriaux



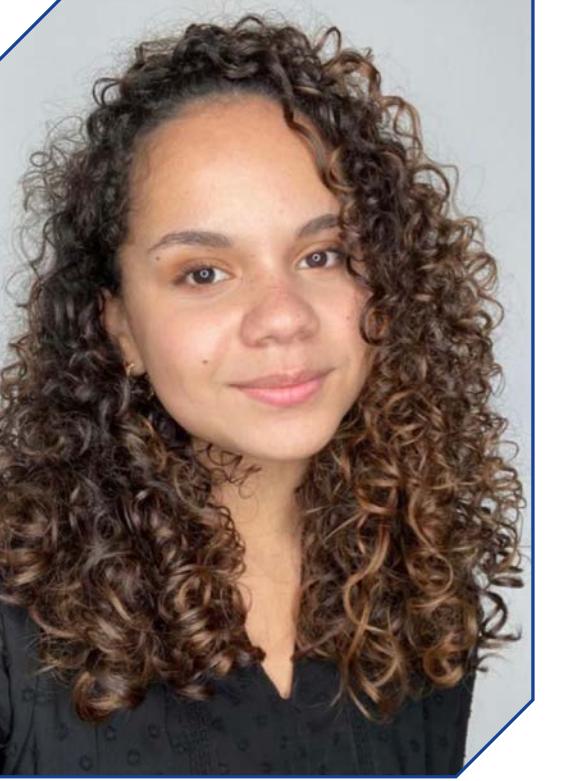
**Yasmine
OULKASS**

Acquisition, Offre et Marketing Client



**Axelle
LETERTRE**

- Référente des marchés Défense, Sécurité et Fonction Publique d'état
- Référente sur la problématique "Jeunes"



**Léa
FOREST**

- En soutien sur le marché des Entreprises Publiques et assimilées



**Anjavola
ANDRIAMIHAJA**

Objectifs

- L'entité Fidélisation et développement Client a pour objectif le développement de la valeur du portefeuille de sociétaires et la fidélisation de ces derniers.

Missions

- Elle analyse les besoins clients et les résultats afin de définir des objectifs et bâtir une stratégie marketing par segment.
- Elle pilote l'élaboration du plan marketing direct commercial et relationnel et est ainsi garante de l'animation du portefeuille de sociétaires.
- Elle élabore des actions de fidélisation et de développement du portefeuille (up-selling, cross-selling, actions de reconnaissance, rétention, ...), sur tous les canaux, en établissant des stratégies propres à chaque segment.
- Par des actions de parrainage et un accueil personnalisé, elle contribue au recrutement de nouveaux clients et à leur multi-équipement rapide.
- Elle agit en étroite collaboration avec les entités Exploitation Opérationnelle de la Donnée, Communication, Partenariats et Marchés, Transformation et Ecoute Client.
- Elle coordonne ses actions avec la Direction Assurance Vie, la DIARD, la Direction du Développement.

Fidélisation et Développement Client



**Raja
KHELIL**

- Référente Décès et Emprunteur
- Responsable du projet Accueil contrats
- Référente du marché Territoriaux



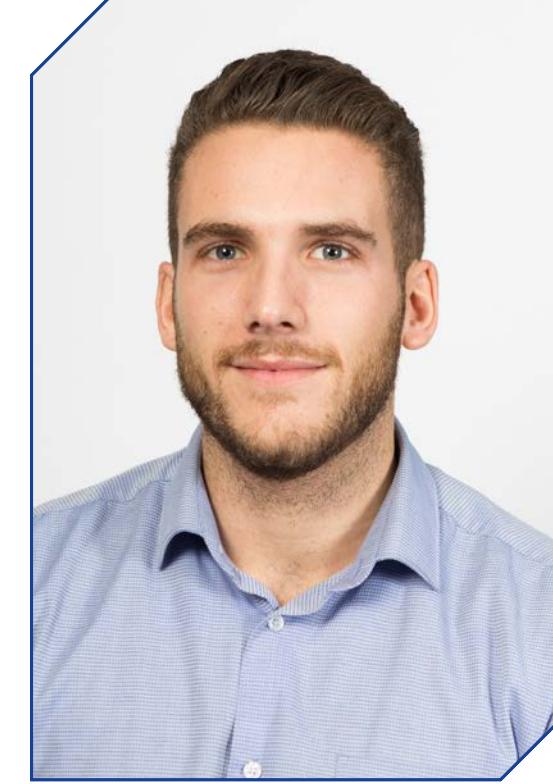
**Marie-Pierre
MICHEL**

- Référente Auto
- Responsable des projets Moments de vie & alertes climatiques (PIE)
- Référente des marchés Sécurité & Fonction Publique d'Etat



**Olivia
FICHET**

- Référente Santé et Atout Prév
- Référente rugby
- Référente du marché Hospitaliers Médico-Social



**Alexandre
JAULT**

- Référent Habitation & Protection Juridique
- Responsable du projet Séquence d'Accueil nouveaux clients
- Référent du marché Défense



**Foued
KALLAYA**

- Référent Plateforme de Services
- Responsable du projet alertes climatiques (PIE)
- Référent du marché Entreprises Publiques

Fidélisation et Développement Client



**Sarah
KAABECH**

- Référente Épargne
- Responsable du projet Cycle de vie du client (Séquencé)
- Référente des marchés Éducation Nationale & Économie Sociale et Solidaire



**Jennifer
PINDELO**

- Référente Crédit
- Responsable des projets Prévention, Préférences de communication & Drive me up (POC ACES)
- Référente du marché Territoriaux

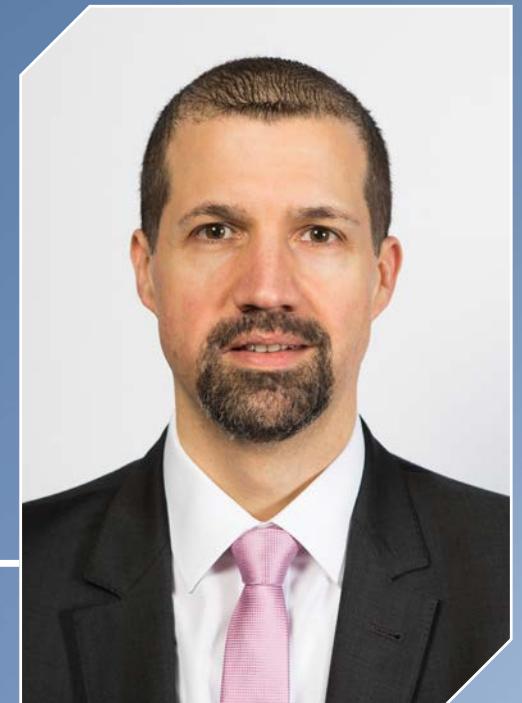


**Cléore
PETIT**

- Référente autres produits IARD (A&F, Motolis...)
- Responsable des projets Parrainage & relances commerciales
- Référente du marché Entreprises Publiques



Florent
CUETO



Exploitation Opérationnelle de la Donnée

Performance des
dispositifs Marketing,
Communication
& Partenariats



Daniel
MONJEAN

Segmentation
Opérationnelle
& Ciblage



Peggy
CONSTANCIN

Segmentation & Scoring

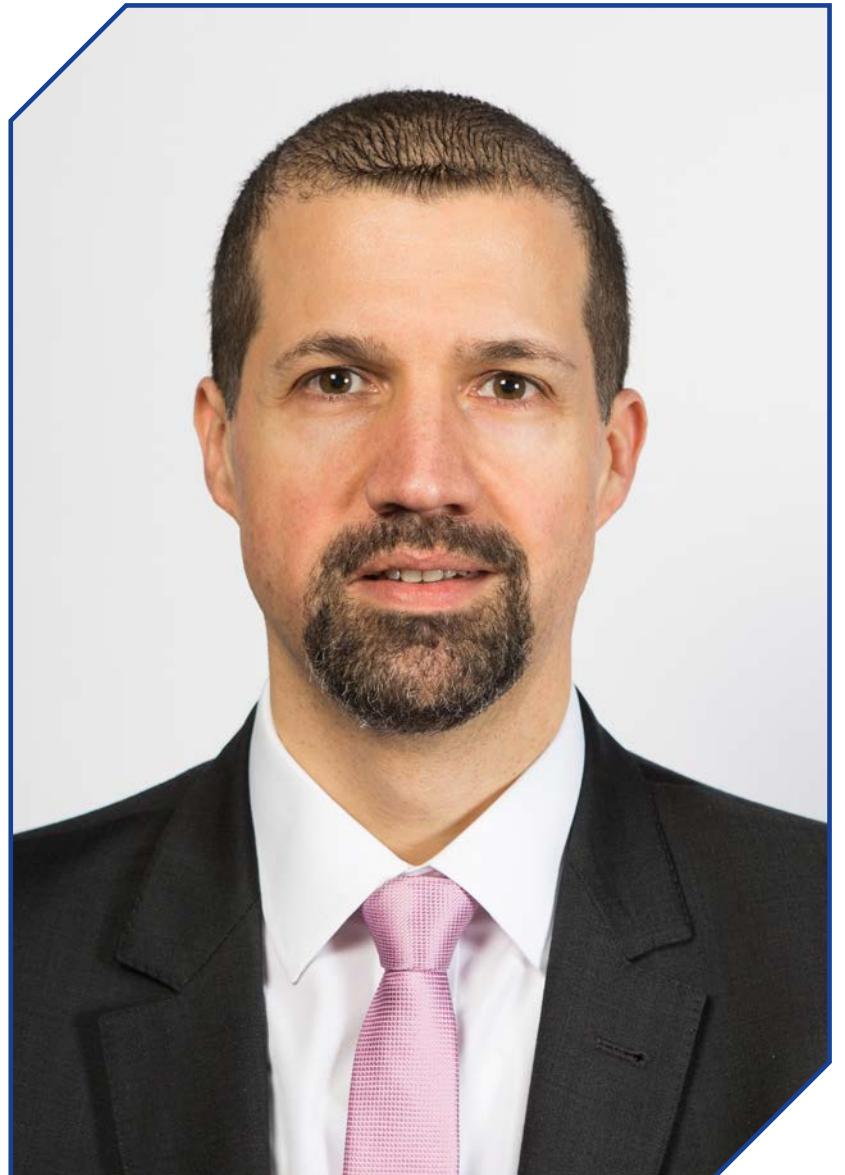
Ciblage & Outils

Modélisation & Études
Data Driven



Aliette
LE PAPE

Data Office GMF



**Florent
CUETO**

Objectifs

- Développer, fiabiliser et diffuser la Connaissance Client
- Accompagner la mise en œuvre du plan d'action Marketing en élaborant une segmentation et des ciblages opérationnels
- Mesurer la performance des actions DMCP
- Exploiter les données des parcours clients pour proposer des améliorations en continu
- Piloter l'activité GMF en vision Client, tous canaux et tous produits et services (définition et analyse des KPI)

Missions

- Un pôle dédié à l'exploitation des données prospects et clients
- En charge de la maîtrise, de l'exploitation et de l'enrichissement du patrimoine de données GMF, de l'élaboration de segmentations et ciblages opérationnels, de la mesure de performance ;
 - des dispositifs marketing
 - des systèmes d'attribution
 - des parcours clients tous canaux
- Son champ d'action est omnicanal : données client/assurances, numérique, contact, téléphonie
- Réalise une veille sur son périmètre (technologies, outils, méthodes, etc.) et expérimente les nouvelles techniques d'analyse des données et d'IA.
- Réalise de suivi de production des activités déportées à la DPOT de collecte des données digitales, de reporting, de datavisualization et de mesure des parcours clients

Performance des dispositifs Marketing, Communication & Partenariats



**Daniel
MONJEAN**

◀ **MANAGER**

Objectifs

- Concevoir, mettre en œuvre et faire vivre des dispositifs de mesure de la performance des actions marketing, communication et partenariats engagées par la marque GMF,
- Eclairer les décisions d'investissement et d'allocation de ressources, relatives aux actions marketing et communication à déployer et ainsi optimiser les moyens alloués,
- Impliquer les équipes DMCP dans la recherche de performance via l'amélioration continue de nos actions.

Missions

- Elaborer un référentiel de KPI partagées permettant de mesurer de la performance sur l'ensemble des dispositifs de Notoriété, Acquisition / Conquête, Fidélisation, Relationnel, et Rétention,
- Concevoir un suivi centralisé des actions DMCP (marketing direct, activité digitale dont acquisition, selfcare, tdb de communication, ...) en s'appuyant sur l'ensemble des données disponibles,
- Conduire de bout en bout la mise en œuvre des tableaux de bord et la Data Visualization par les équipes de la DPOT (Direction Performance Omnicanale et Transformation) : définition des KPI, rédaction des expressions de besoins, suivi des projets, recette des TDB...
- Superviser les études ad hoc et la modélisation,
- Mettre en œuvre le dispositif de diffusion et de partage autour de la performance des dispositifs marketing & communication (définition de la gouvernance, des supports, planification et animation des instances, ...)
- Exploiter et enrichir la solution existante de mesure des parcours clients en omnicanal pour analyser et suivre les parcours client tous canaux (digital, physique, téléphone, ...) et proposer des améliorations,
- Piloter au quotidien la relation avec la DPOT et plus particulièrement avec l'entité PPO (Pilotage et Performance Omnicanale) : suivi de la qualité de service, des plannings, des demandes en cours, des anomalies ouvertes, et participation au point mensuel de synchro EOD/PPO.

ÉQUIPE ➔

Performance des dispositifs Marketing, Communication & Partenariats



**Madjid
SLAIM**



**Simon
ROTG**

Exploitation Opérationnelle de la Donnée



**Peggy
CONSTANCIN**

**Segmentation
Opérationnelle & Ciblage**

MANAGER



**Aliette
LE PAPE**

**Modélisation &
Études Data Driven** > **Data Office GMF**

Segmentation Opérationnelle & Ciblage



**Peggy
CONSTANCIN**

ÉQUIPE ➔

Segmentation Opérationnelle & Ciblage



**Peggy
CONSTANCIN**

**Segmentation
& Scoring**

MANAGER



**Jérôme
ERNZEN**

Ciblage & Outils



**Peggy
CONSTANCIN**

Objectifs

- Mettre à profit son expertise sur les données pour maximiser la performance du plan d'action marketing, en support des équipes « Acquisition Client & Fidélisation »

Missions

- Contribue à l'élaboration du plan d'action marketing (vision macro + planning détaillé par action, proposition de tests, ...)
- Réalise les bilans du plan d'action marketing et effectue des recommandations
- Cadre les actions avec les équipes « Acquisition Client & Fidélisation »
- Implémente les règles de segmentation du portefeuille définies par l'entité « Modélisation & Etudes Data-Driven »
- Construit, fait évoluer les scores et évalue leur performance (appétence produit, parrainage, attrition, ...)

Segmentation & Scoring



**Cédric
BOULIC**



**Emeric
DE LA BURGADE**



**Nathalie
L'HERMITE**



**Maroia
RABIA**



**Dimitri
COCHAIN**



**Jérémy
JAROSZYK**



**Ebale
ARTHUR-MANASSE**



**Toumani
SANGARE**



Jérôme
ERNZEN

Objectifs

- Mettre en œuvre, de façon industrielle, les actions de ciblage du plan d'action Marketing (actions commerciales de prospection & fidélisation, relationnelles, ...)

Missions

- Réalise les opérations de ciblage en utilisant la solution de Marketing Automation et les outils dans son écosystème (DMP, envoi d'emails & de SMS, ...)
- Construit et fait évoluer l'outil de contrôle du plan de pression client
- Constitue des listes ciblées de clients à la demande
- Intègre les HTML constituant les emails et pilote le routage des emails
- Joue le rôle de P.O sur la solution de Mkt Automation et des outils dans son écosystème
- Analyse les fichiers sourcés pour la conquête de nouveaux clients (préconisations)

Ciblage & Outils



**Karine
LEVASSEUR**



**Mamoudou
SALL**



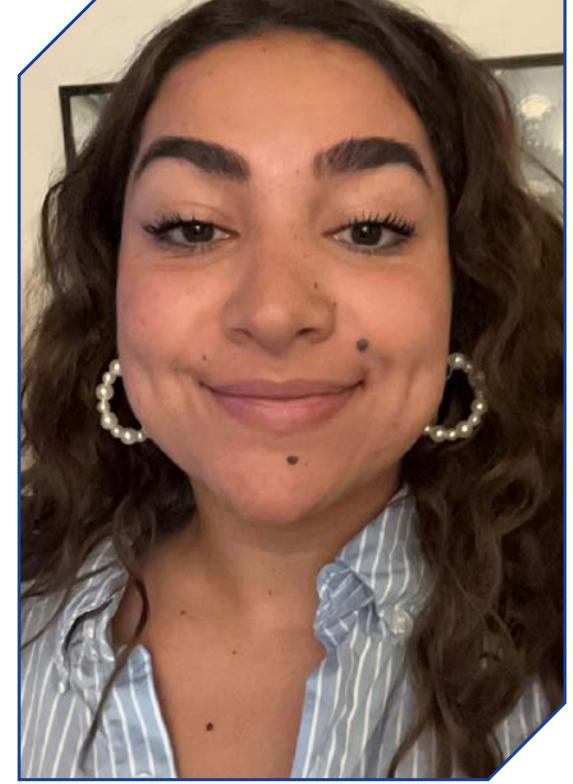
**Emilie
PIGUET**



**Olivia
CARPIER**



**Quentin
LE PICARD**



**Héloïse
KON**



**Wensley
DE JAHAM**



**Aliette
LE PAPE**

Objectifs

- Développer et diffuser la connaissance Client et préparer son activation opérationnelle
- Émettre des préconisations d'évolution dans une démarche d'amélioration continue globale sur le périmètre Data (process & méthodes, outils, ...)

Missions

- Définit et fait évoluer les règles de segmentation du portefeuille clients & prospects
- Joue le rôle de P.O sur les BDD décisionnelles SIMC & EDEN
- Réalise des études data-driven à des fins d'analyse, ou au service d'autres entités (écoute client & études marketing, marchés GMF, communication, ...), et émet des préconisations basées sur ces études
- Évalue et teste de nouvelles méthodes (modélisation, statistiques) et/ou de nouveaux outils

Modélisation & Études Data Driven



**Elisabeth
ANES**



**Delphine
SOUCIET**



**Nabil
KRIM**



**Aliette
LE PAPE**

Objectifs

- Au sein de la DG GMF, mettre en place et piloter la gouvernance de la donnée, en regard de la stratégie définie par le Data Office COVEA

Missions

- À la responsabilité des données Personne & Relation Client pour la GMF
- Est l'interlocuteur Data pour représenter la DG GMF et les données de don domaine auprès des différentes directions
- Accompagne les directions de la DG GMF dans la connaissance et l'application des axes du cadre du Data Management dans leur quotidien et sur leurs projets
- Est le point d'entrée de la DG GMF pour les demandes d'habilitation au Datahub

Data Office GMF



**Catherine
REVEL**



**Nathalie
ROUAUD**



**Stéphanie
VEGHOVA**



**Mahiyalan
ATPUTHAKUNARAJAH**



André-Louis
LECAILLE



Partenariats Relations Marque

Administratif
et Logistique



André-Louis
LECAILLE

Service Personnalités
et Partenaires

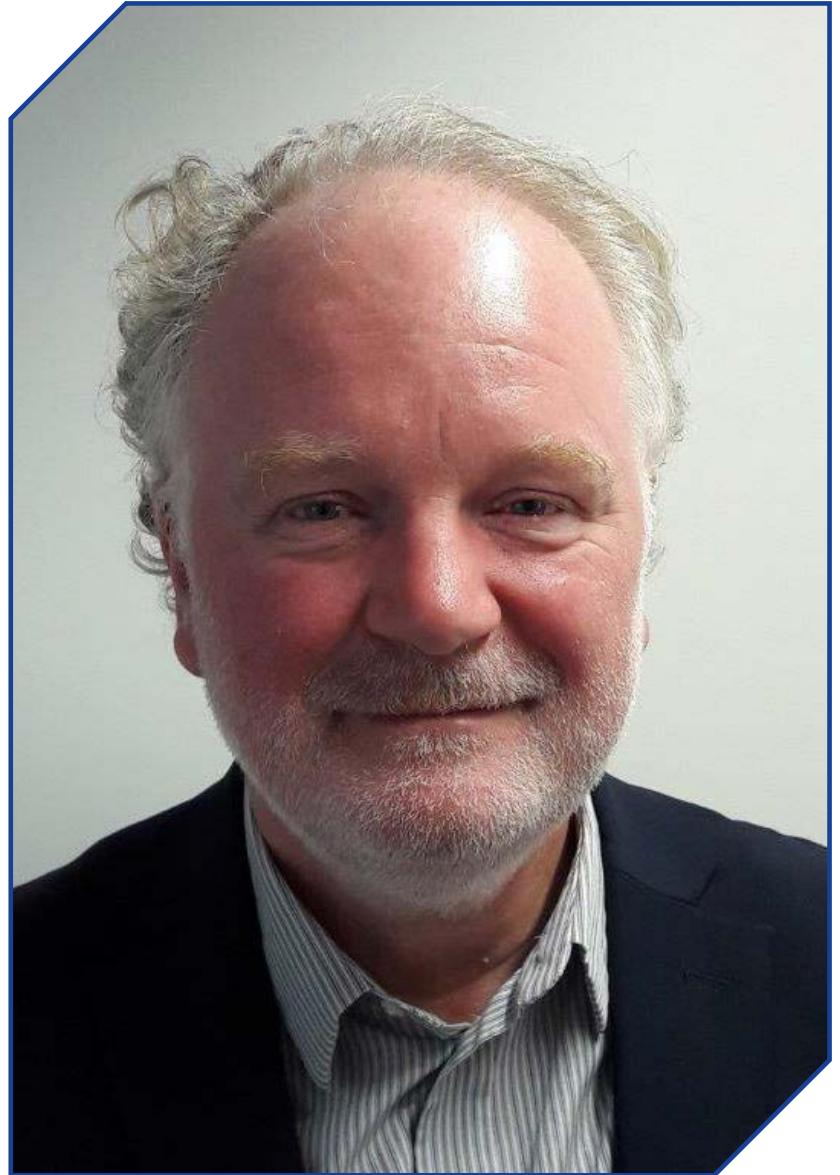


Séverine
BRISSY
GRANGIER

Marchés GMF



André-Louis
LECAILLE



**André-Louis
LECAILLE**

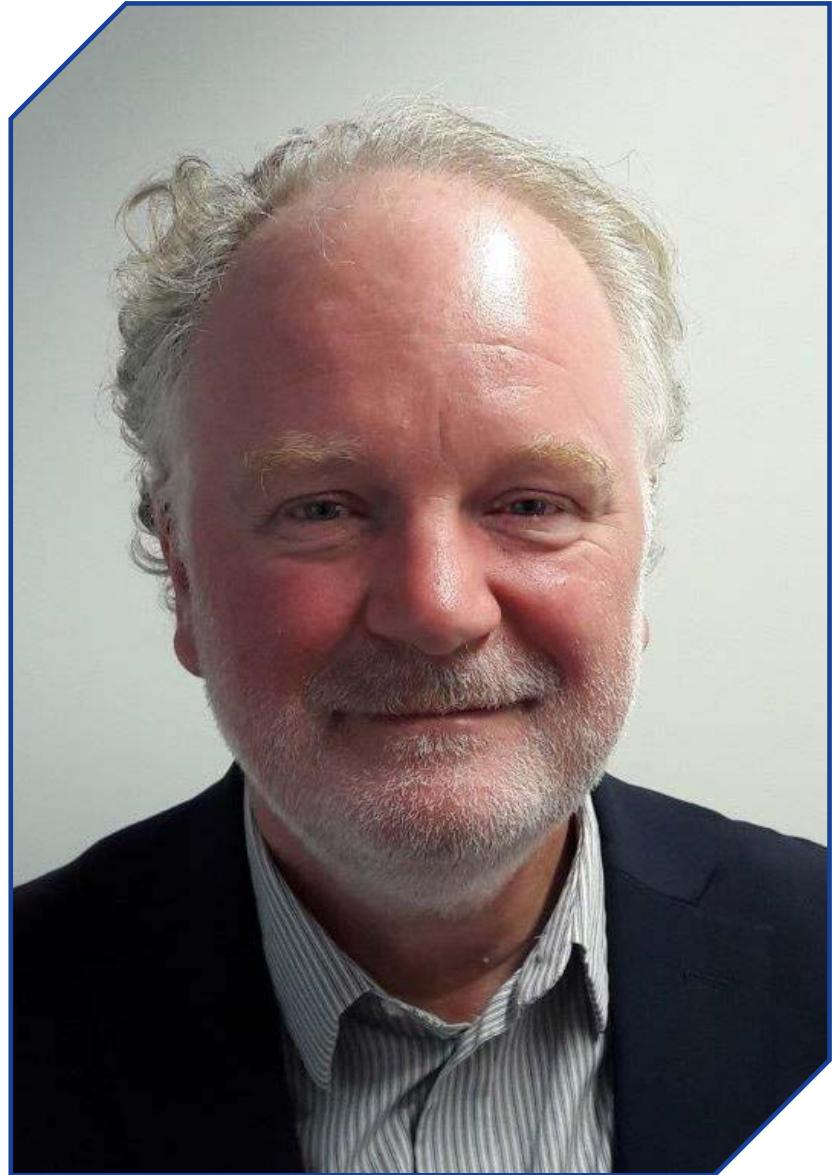
Objectifs

- Contribuer au développement du portefeuille clients et à l'atteinte des objectifs stratégiques par le développement de partenariats, la connaissance des marchés de l'entreprise et la diffusion des informations à valeur.
- Gérer les personnalités et partenaires

Missions

- Développe des partenariats venant en soutien du développement de l'entreprise, qu'ils portent sur des accords d'indication/distribution, emportent une dimension politique ou revêtent un enjeu d'image pour la marque.
- S'assure de la robustesse de l'écosystème relationnel de la marque, le développe et l'entretient.
- Facilite l'activité de développement des réseaux commerciaux.
- Contribue à la connaissance des marchés et des clients par les différents acteurs de l'entreprise.
- Est en étroite collaboration avec l'ensemble des Directions de l'entreprise, y compris en mobilisant les leviers des partenariats sur diverses actions (prix, presse pro, communication digitale etc.).

Partenariats Relations Marque



**André-Louis
LECAILLE**

**Administratif
et Logistique**

MANAGER



**Séverine
BRISSY GRANGIER**

**Service Personnalités
et Partenaires**



**André-Louis
LECAILLE**

Marchés GMF



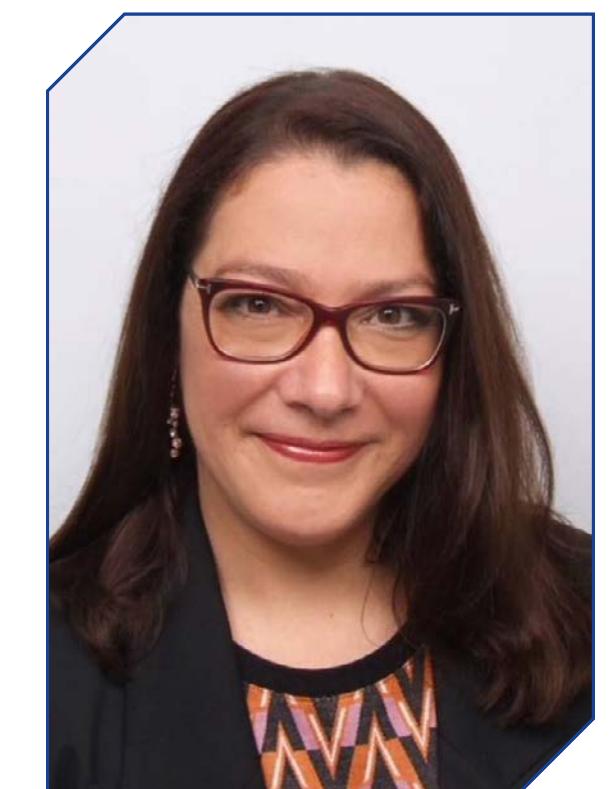
**André-Louis
LECAILLE**

Objectifs

- Gérer la logistique et le secrétariat de l'entité Partenariats Relations Marque.
- Suivre les budgets de l'entité.

Missions

- Suit le budget des opérations de l'entité et contribue à la consolidation budgétaire effectuée par l'équipe « Budget » de l'entité « Transformation, Ecoute et Culture Client ».
- Assure le suivi des facturations et leur règlement dans les délais.
- Assure la logistique des opérations de l'entité tant pour les besoins et actions internes que pour les actions externes.
- Est en charge du secrétariat. À ce titre est en relation avec les différents acteurs de l'entreprise et les partenaires.
- Coordonne les agendas des collaborateurs de l'entité.
- Organise les réunions, prend en charge les comptes rendus.



**Céline
LANOUX**



**Séverine
BRISSY GRANGIER**

Objectifs

- Gérer la logistique et le secrétariat de l'entité Partenariats Relations Marque.
- Suit les budgets de l'entité.

Missions

- Suit le budget des opérations de l'entité et contribue à la consolidation budgétaire effectuée par le service « Budget » de l'entité « Transformation, Ecoute et Culture Client ».
- Assure le suivi des facturations et leur règlement dans les délais.
- Assure la logistique des opérations de l'entité tant pour les besoins et actions internes que pour les actions externes.
- Est en charge du secrétariat. A ce titre est en relation avec les différents acteurs de l'entreprise et les partenaires
- Coordonne les agendas des collaborateurs de l'entité.
- Organise les réunions, prend en charge les comptes rendus.

Service Personnalités et Partenaires



Jean-Marc
PAYA



**André-Louis
LECAILLE**

Objectifs

- Être le référent des marchés de la GMF. Connaitre les acteurs clefs du marché et mettre en place des partenariats contribuant à l'implantation, au développement de la marque, ainsi qu'à son image.

Missions

- Sont les référents du marché pour le compte des Directions de la GMF.
- Tissent un maillage relationnel contribuant à l'implantation de la marque sur le marché concerné.
- À ce titre, développent une connaissance fine des marchés et des différents opérateurs (décideurs, élus, syndicats, associations etc.) auprès desquels ils représentent la marque GMF.
- Contribuent à la veille sur les évolutions du marché. Diffusent les informations à valeur pour alimenter le décisionnel de la direction et de la DG.
- Diffusent la connaissance des spécificités des marchés auprès des autres entités afin de contribuer à la qualité et la cohérence du discours de marque.
- S'assurent de l'ouverture des sites à potentiels pour les opérations externes de la direction du développement. Négocient avec les opérateurs les ouvertures et implantations.
- Identifient les actions locales et nationales à mettre en œuvre (salons, congrès etc.) organisent et gèrent la présence de la GMF à celles-ci.
- Participent aux projets d'entreprise impliquant leur(s) marché(s).



**Patrick
BAIN**

Missions

- Chef de marché
Hospitaliers Médico-Social



**Erik
BONNEVAL**

Missions

- Chef de marché
Entreprises publiques et assimilées



**Cécile
DULAS**

Missions

- Chef de marché
Territoriaux



**Jean-Marc
BORT**

Missions

- Chef de marché
Intérieur, Justice



**Djamel
BAALI**

Missions

- Chef de Marché
Entreprises publiques / Ministère finances



**Florence
KERGONOU**

Missions

- Chef de marché
Education nationale et Enseignement supérieur



**Lionel
COURCHINOUX**

Missions

- Chef de marché
Education Nationale,
Enseignement
Supérieur



**Magalie
CHARLES**

Missions

- Chef de marché
Hospitalier Médico-
Social

Index



A

ABBARA Sana
AFONSO Maëva
AMADI Fara
AMAROUCHÉ Maélys
AMIMI Saïda
ANDRIAMIHAJA Anjavola
ANES Elisabeth
ARMANDIN Delphine
ARTHUR-MANASSE Ebale
ASSIE Florent
ATPUTHAKHUNARAJAH Mahiyalan
AUDRAN-MALEZIEUX Patricia

B

BAALI Djamal
BAIN Patrick
BARIL Guillian
BARRAUD Bastien
BELKHOUANE Souad
BELLINGER Noémie
BERTINI Marion

BONNAFOUS Carole

BONNEVAL Erik

BORT Jean-Marc

BOSOM Hélène

BOSSART Alexia

BOUCHARA Baptiste

BOULIC Cédric

BOURGAULT Rémy

BOUVET Mathieu

BRISSY GRANGIER Séverine

BRUEL Pamela

C

CALON Agathe

CARON Elodie

CHANSON Nathalie

CHARLES Magalie

CARPIER Olivia

CHARRON Fabienne

CHOLET-VERNAUDON Pascale

COCHAIN Dimitri

COMBY François

CONSTANCIN Peggy

COURCHINOUX Lionel

CUETO Florent

D

DASSE Océane

DE JAHAM Wensley

DE LA BURGADE Emeric

DELADRIERE Angélique

DELAHAYE Arnaud

DELANNAY Diana

DELORME Alain

DEROUBAIX Nicolas

DEZECOT Elodie

DHOMS Marina

DIALLO Bintou

DIOGO Angelique

DOLIGET Théo

DOUFANI Sarra

DRÉAN Daniel

DUCROT Marion

DULAS Cécile

DUPUIS Isabelle

E

ERNZEN Jérôme

F

FARIGOULLE Nathalie

FAUGERAS Pauline

FEUGA Adrian

FERNANDES Olivia

FICHET Olivia

FLAVION Thomas

FOREST Léa

FOURNET Florence

FRIEDRICH Claude

G

GARCIA Hugues

GATTET Cécile

GIRAUDET Grégory

GIRAUT Sophie

GOMBEAUD Cécile

GUISSE Daba

H

HADJ RABAH Nacib

HATÉ Julie

HARRAULT Frédérique

HELIAS Esther

I

J

JAROSZYK Jérémy

JAULT Alexandre

JOIGNY Florian

K

KAABECHÉ Sarah

KALLAYA Foued

KERGONOU Florence

SUITE INDEX ➔

Index



KHELIL Raja

KON Héloïse

KRIM Nabil

L

LAMBIN Valérie

LAMOULEN Cécile

LANDREAU Théo

LANN Clara

LANOUX Céline

LEBEUX Baptiste

LECAILLE André-Louis

LEONARD Cécile

LE PAPE Aliette

LE PICARD Quentin

LEROUX CREVOISIER Sophie

LETERTRE Axelle

LEVASSEUR Karine

L'HERMITE Nathalie

M

MACHURON Nadège

MAIRE Inès

MARCHAL Emilie

MARIE Christine

MATHIEU Anaïs

MAZOUZ Azedine

MEGDOUD Aurélien

MICHEL Marie-Pierre

MORY Eléonore

MONJEAN Daniel

MOUSSA Nadia

N

NALLA Shola

NARET Julie

NININE Marie-Jo

O

OULKASS Yasmine

P

PAUTY Elisabeth

PAYA Jean-Marc

PERHAUT Hélène

PETIT Cléore

PIGUET Emilie

PINDELO Jennifer

PINHEIRO Anne-Sophie

PLOT Émilie

POGORÉL Juliette

Q

QUADJOVIE Hortense

QUILLIEN Louis

R

RABIA Maroia

RAIMOND Carole

REVEL Catherine

RODRIGUEZ David

ROMANO Isabelle

ROSSILET Aurélie

ROTG Simon

ROUAUD Nathalie

S

SALL Mamoudou

SALLIN Candice

SANGARE Toumani

SAOUDI Yamina

SLAIM Madjid

SOLIVERES Régine

SOUCIET Delphine

T

TIGANI Julie

TOMASI Diane

TRINCARD Céline

U

V

VAIDIE Antoine

VEGHOVA Stéphanie

VUYET Thomas

W

WANDER Pénélope

X

YOU Sabrina

Z

ZERBI Christian