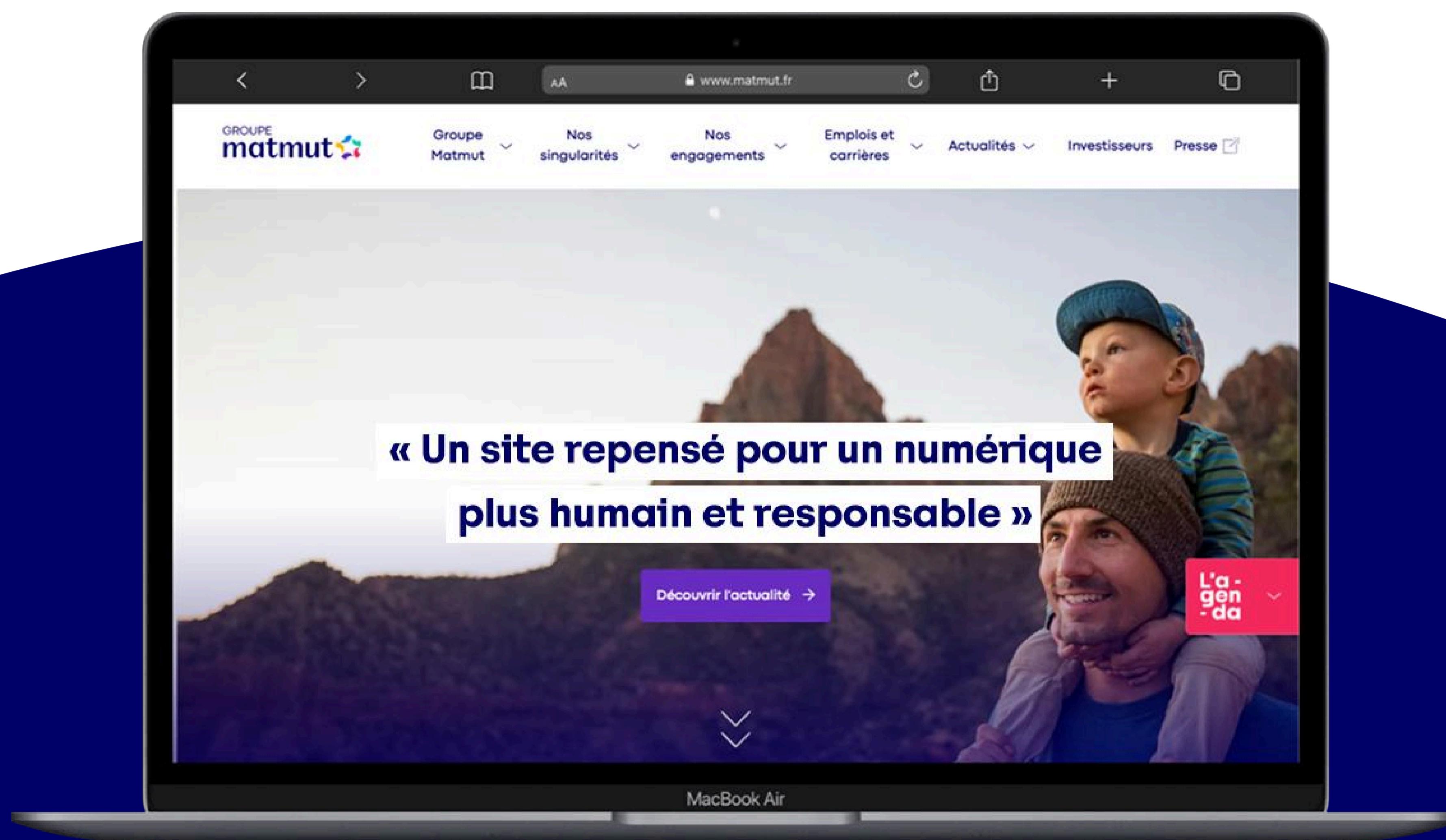


## Refonte du site institutionnel du Groupe Matmut

« Un site repensé pour un numérique plus **humain et responsable** »

<https://www.matmut.fr/groupe-matmut/qui-sommes-nous.html>



## Objectif et contexte de la refonte

Durée du projet de refonte : **1 an**

L'objectif de cette refonte est de contribuer à développer une communication forte et cohérente avec le plan stratégique, booster l'attractivité et la désirabilité de la Matmut.

Cette évolution du site s'inscrit dans cette stratégie, le site institutionnel en est un outil.

**« Penser le site non pas comme une simple vitrine mais comme une des briques d'un écosystème complet pour favoriser l'engagement. »**

Faire évoluer la manière dont l'entreprise Matmut s'adresse à ses parties prenantes :

- Cohérent dans sa ligne éditoriale
- Fidèle à sa plateforme de marque
- Pensé pour l'utilisateur avec une démarche UX forte

Être en accord avec ses valeurs et ses engagements sociaux, sociétaux et environnementaux :

- Garantir une **accessibilité numérique optimale** pour tous les publics, conformément au RGAA
- Adopter une **démarche d'éco-conception** pour limiter l'impact environnemental du site

# « Une approche globale centrée sur l'utilisateur »

⚡ Nous avons mener ce projet sans jamais se détourner des objectifs UX, d'accessibilité et d'éco-conception.

→ Intégration dès le début du projet des critères RGAA et RGESN comme ligne directrice de la refonte

## 👥 Cibles

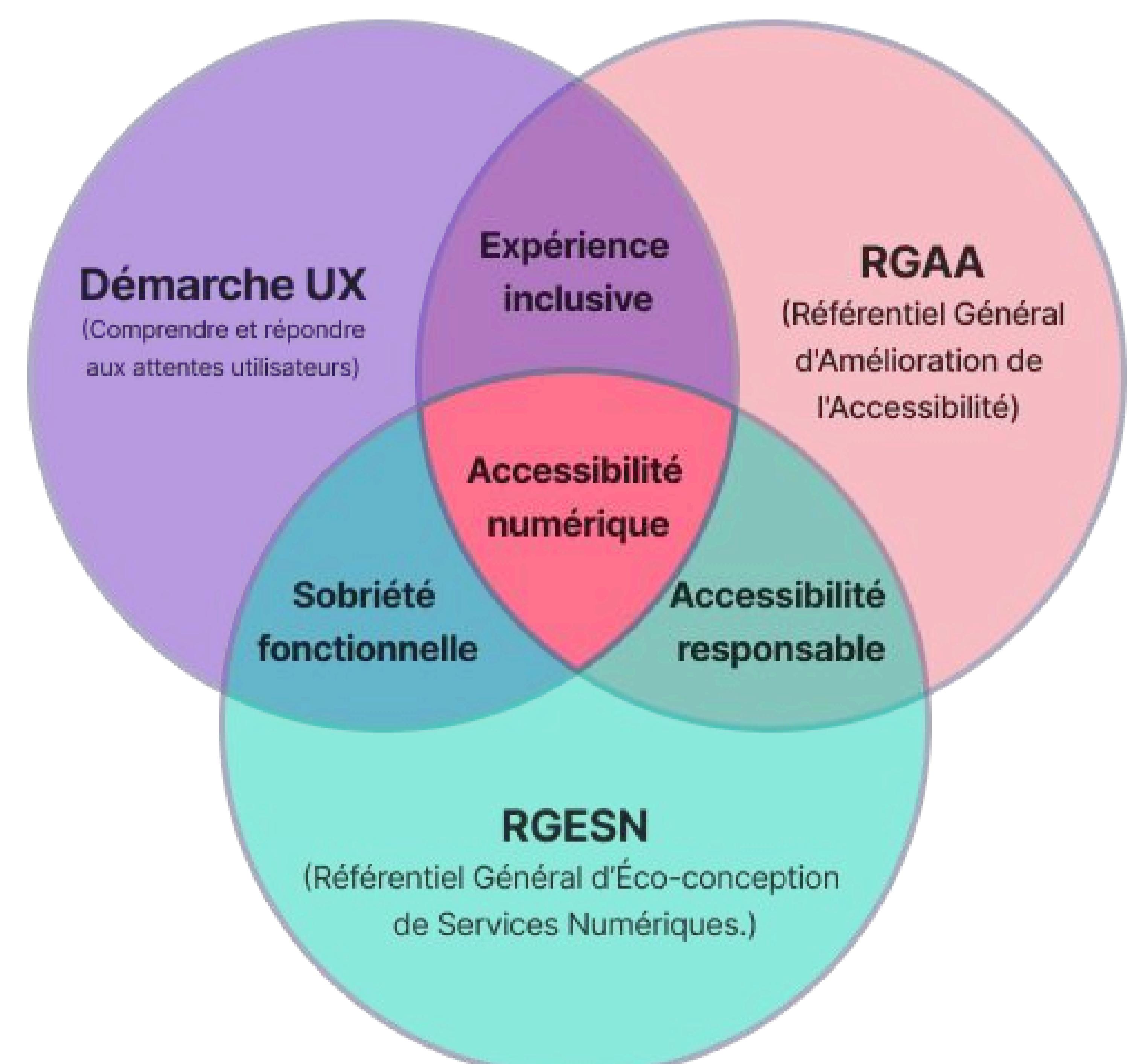
- Le grand public
- Nos sociétaires
- Les chefs d'entreprise
- Les candidats aux offres d'emplois du Groupe Matmut



Notre démarche repose sur la complémentarité de 3 piliers :

- **Démarche UX** : comprendre et répondre aux besoins des utilisateurs pour garantir une expérience inclusive.
- **RGAA** : appliquer les standards d'accessibilité afin d'assurer une accessibilité responsable et durable.
- **RGESN** : intégrer les principes d'éco-conception pour favoriser une sobriété fonctionnelle des services numériques.

Au croisement de ces 3 dimensions, nous plaçons l'accessibilité numérique comme un engagement fort : **proposer des services inclusifs, responsables et durables, au bénéfice de toutes et tous.**



Ce projet a été mené en collaboration avec l'agence IPEDIS, experte en accessibilité numérique.

**Tests utilisateur : 14 participants**  
**Score RGAA : 88,14 %**  
**Score RGESN : 72 %**

# Résultats et impact

## Métrique Principale

Score de Conformité RGAA (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité)

Le score est affiché clairement comme **88,14 % au 12 septembre 2025**.

Il s'agit d'une mesure clé de l'engagement en faveur de l'accessibilité.

<https://www.matmut.fr/groupe-matmut/declaration-accessibilite.html>

## Indicateur Clé

Positionnement par rapport à la moyenne du secteur (Benchmark)

Le Groupe Matmut se positionne avec **88,14 %** de taux de conformité RGAA, soit un niveau **largement au-dessus de la moyenne du secteur**.

Le benchmark est détaillé avec 13 entités.

## Évolution Mesurable

Taux d'Amélioration de l'Accessibilité et/ou de la Sobriété Numérique

L'ambition est de tendre à **100 % de conformité RGAA et de poursuivre une amélioration continue RGESN**.

Le document mentionne aussi la mise en place de corrections au fil de l'eau (principe d'amélioration continue).

<https://www.matmut.fr/groupe-matmut/declaration-rgesn.html>

## Impact

- Montée en compétences des équipes
- Intégration durable des critères RGAA et RGESN dès la conception.
- Amélioration de l'expérience utilisateur.
- Réduction de l'empreinte environnementale
- Renforcement de la cohérence avec les valeurs du Groupe.
- Mise en place d'un pilotage continu fondé sur les données
- Partage des bonnes pratiques



🏆 La refonte du site a été primée aux Cas d'Or du Digital Responsable 2025 pour son engagement en accessibilité numérique