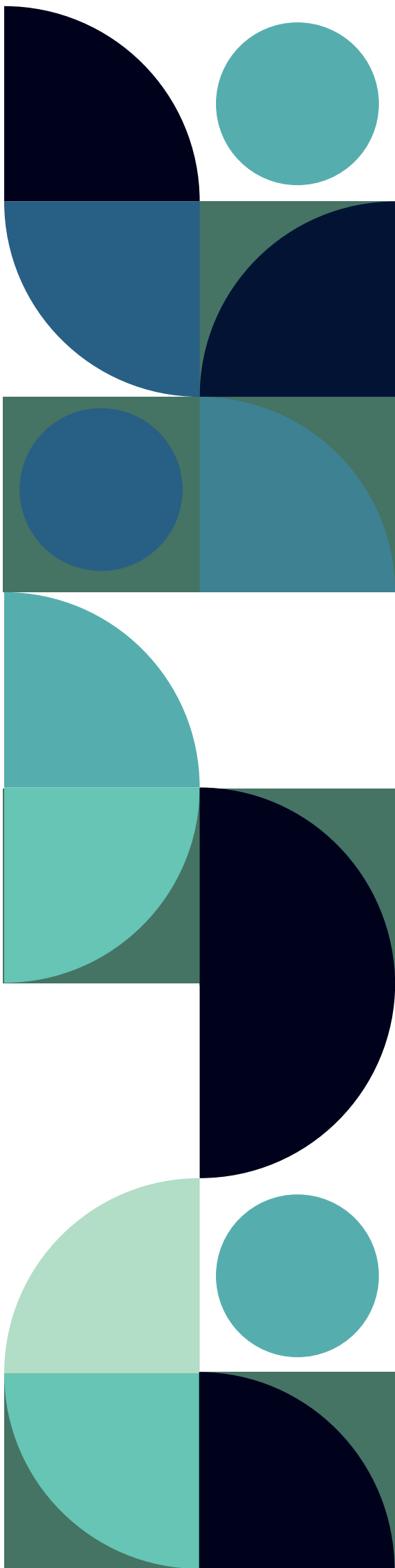




RAPPORT D'ACTIVITÉ

2025



SOMMAIRE

PRÉAMBULE	4
Les mots du Président, Yves Bastié	4
Les mots du Directeur Général, Stéphane Gaudu	5
Les mots du Directeur Général Adjoint, Laurent Jehanno	6
 01. À LA UNE, LA FUSION AVEC LA MAC	 7
Présentation de la MAC	7
La rencontre avec Pierre Laffon, Vice-Président d'Identités Mutuelle	8
La fusion dans les faits : le témoignage des équipes	9
 02. UNE ORGANISATION À LA FOIS VIVANTE ET CONFORME	 11
Gouvernance: un dialogue constant entre élus et salariés	11
Bilan de l'action sociale	13
Chiffres clés de 2025	14
Temps forts de 2025	15
Assurer la conformité, accompagner la transformation	16
Chiffres clés du service réclamation	17
 03. DÉVELOPPEMENT ET FIDÉLISATION : ENTRE INNOVATION ET PROXIMITÉ	 18
CAP 20 000 : 2025, l'année de la consolidation	18
La Fabrique de Garanties en coordination	19
Service adhérents : les outils technologiques de la satisfaction et de la sécurisation	22
Communication et Actions «ESS» dans les agences: faire vivre le lien	24

PRÉAMBULE



YVES BASTIÉ
Président

Encore une année **riche** en évènements !

Vous aviez approuvé l'année dernière la fusion d'Identités Mutuelle avec la MAC, l'ACPR l'a validée en fin d'année et c'est chose faite.

Nous nous enrichissons d'expériences, de compétences nouvelles et d'échanges fructueux.

Apprendre à se connaître, c'est apprendre tout court.

Deux nouveaux administrateurs rejoignent un conseil d'administration déjà reconnu pour sa diversité.

Pierre Laffon en tant que Vice-Président et Fabienne Exertier en tant que membre du comité d'audit.

Quelle meilleure réponse à un monde en perpétuel mouvement qui cherche son équilibre que de rassembler des expertises multiples, des points de vue différents, des histoires et des parcours si singuliers ?

C'est cela Identités Mutuelle, des origines variées mais **un sens collectif du bien commun**.

C'est ce qui nous anime et c'est la raison même de votre présence ici.

L'année prochaine sera pour Identités Mutuelle une année de renouvellement, nous comptons sur vous pour convaincre des adhérents motivés et qui souhaitent s'engager, de devenir délégué.

Merci à vous chers délégués et administrateurs de contribuer à la bonne santé de votre mutuelle, merci aux équipes opérationnelles de mettre en œuvre avec efficacité les orientations validées par le conseil d'administration et l'Assemblée générale.

Très bonne Assemblée générale à tous !



STÉPHANE GAUDU
Directeur Général

Après la mise en œuvre du plan REBOND qui a atteint ses objectifs avec une année d'avance, le moment est venu de conjuguer nos efforts pour accélérer notre développement.

Mais se développer pour quoi faire ?

Pour relever les défis présents et à venir, financiers et technologiques.

Pour pouvoir continuer à apporter produits et services à nos adhérents.

Faut-il pour cela vouloir tout faire ?

Non ! Ne pas vouloir tout faire c'est être lucide, c'est reconnaître que nos compétences ne sont pas universelles.

Mais il nous faut tout envisager...

Tout envisager, c'est, dans le respect de nos valeurs, rechercher des partenaires qui maîtrisent un métier, un savoir-faire, des outils et c'est le sens de la proposition qui vous est faite de créer avec Avenir Santé une Union de groupe Mutualiste.

C'est aussi et surtout miser une fois encore sur les femmes et les hommes qui au quotidien, politiques et opérationnels, contribuent au bon fonctionnement de votre mutuelle.

Alors, en avant pour de nouvelles aventures !



LAURENT JEHANNO
Directeur Général Adjoint

UNE STRATÉGIE DE CONQUÊTE

Le monde de la protection sociale change vite. Les positions acquises disparaissent, les équilibres historiques se fragilisent, les acteurs se concentrent, les attentes des adhérents explosent.

Dans ce nouvel environnement, une question se pose à toutes les mutuelles, subir... ou conquérir ?

Identités Mutuelle a fait son choix.

Nous refusons l'effacement progressif des acteurs qui attendent, qui hésitent ou qui se contentent de défendre leurs acquis. Nous refusons une vision défensive du mutualisme. Notre ambition est claire : grandir, gagner du terrain, renforcer notre influence et affirmer notre place dans le paysage mutualiste français.

Le nouveau plan de développement, que nous vous présenterons à l'Assemblée générale, est un plan de conquête : conquête de nouveaux adhérents, de nouveaux partenaires, de nouveaux territoires... Et de nouvelles générations qui attendent une mutuelle plus simple, plus réactive, plus engagée et plus visible.

Cette ambition est forte. Elle est assumée.

Notre différence est essentielle : nous voulons gagner sans renoncer à notre identité, et nous avons des atouts considérables :

- une identité forte,
- des équipes engagées,
- une gouvernance solide,
- une relation de confiance avec nos adhérents et nos partenaires,
- et surtout une liberté stratégique précieuse, celle de décider de notre avenir.

Ce plan ne sera pas un simple ajustement. C'est un changement d'échelle.

Nous allons continuer à investir, accélérer notre développement commercial, renforcer notre visibilité, continuer à moderniser nos outils, développer nos réseaux et porter plus haut la marque Identités Mutuelle.

Nous voulons une mutuelle qui inspire confiance, mais aussi une mutuelle qui compte. Une mutuelle respectée pour ses valeurs, mais également reconnue pour sa puissance d'action.

Le moment est venu d'être ambitieux et de passer d'une logique de préservation à une logique de conquête.

Et cette conquête, nous allons la mener ensemble.

01

À LA UNE : LA FUSION AVEC LA MAC

Après la Muros, c'est au tour de la Mac de rejoindre Identités Mutuelle en 2025. Nous dédions ces pages à cette intégration, avec une rapide présentation de la mutuelle, une rencontre avec son président Pierre Laffon et la mise en valeur du travail des équipes pour mener à bien cette opération.



PRÉSENTATION DE LA MAC

La MAC (Mutuelle Accidents de la Confédération Générale des Œuvres Laïques) est historiquement liée à la Ligue Nationale de l'Enseignement qui, depuis 1946, proposait via son groupe d'assurance APAC-MAC-LIGAP, des couvertures IARD et Individuelles Accidents adaptées aux millions de membres des associations locales affiliées.

Toutefois, l'évolution réglementaire et le changement de stratégie du partenaire historique de la Ligue, la MAIF ont remis en cause ce groupe d'assurance singulier.

Depuis le 1er janvier 2026, la MAC a perdu ses adhérents ainsi que le rôle d'intermédiaire opéré par son cabinet de courtage LIGAP.

Dans ce contexte, Identités Mutuelle absorbe la MAC avec ses 13 millions d'euros de fonds propres et intègre cinq de ses salariés en vue de relancer l'activité IARD.

Pierre Laffon, ancien Président de la Mac devient Vice-Président d'Identités Mutuelle et Mme Extertier, ancienne Présidente du Comité d'audit devient Administratrice et membre du Comité d'audit.

LA RENCONTRE AVEC PIERRE LAFFON



PIERRE LAFFON
Vice-Président

Pouvez-vous vous présenter ?

Je suis président de la Mac depuis quatre ans et administrateur de la MAC et de l'APAC depuis 2002. Je suis arrivé dans ces structures grâce à mon expérience au sein de la Ligue de l'enseignement et ma connaissance du milieu associatif et de l'IARD.

Ancien instituteur détaché de l'Éducation nationale, j'ai rejoint en 1999 la Ligue de l'enseignement du Gard, où j'ai dirigé un centre de classes de découverte dédié à l'informatique durant l'essor du numérique. Puis je suis devenu délégué général d'une fédération puis secrétaire général.

Je revendique une culture du service et de l'engagement, essentielle dans mon parcours et partagée avec les acteurs de la Ligue et de la mutuelle.

Quelles sont les circonstances de votre rencontre avec Identités Mutuelle ?

L'évolution interne du réseau de l'enseignement a progressivement marginalisé son secteur assurance, considéré davantage comme une activité commerciale que comme un soutien essentiel au projet associatif. Cette transformation a conduit au désengagement de l'assureur historique et a laissé la Ligue de l'enseignement en difficulté, tandis que la mutuelle MAC se retrouvait sans activité.

Face à cette situation, il a fallu organiser le transfert de la mutuelle vers un acteur du monde mutualiste. Soucieux de transmettre et de préserver l'héritage reçu, nous souhaitons rejoindre un groupe à taille humaine partageant des valeurs communes de solidarité et d'engagement collectif.

Qu'est ce qui vous a donné envie de rejoindre Identités Mutuelle ?

Les échanges avec les dirigeants d'Identités Mutuelle ont rapidement révélé une forte convergence de visions : une structure à taille humaine, centrée sur l'adhérent, où la proximité entre discours et réalité me semble tangible.

Je m'y sens à ma place en cohérence avec ma manière de fonctionner.

La rencontre entre la MAC et Identités Mutuelle est une rencontre fondée sur les valeurs humaines et la complémentarité des compétences. L'objectif est de construire un projet commun en respectant les spécificités de chacun, sans les diluer dans un ensemble anonyme.

Et pour l'avenir ?

Une commission Mac a été créée pour élaborer une stratégie d'avenir. Cette commission se distingue par sa diversité et sa forte présence territoriale, de la ruralité aux grandes villes... Composée à la fois de techniciens et d'administrateurs expérimentés et engagés, elle permet une véritable lecture du terrain et des réalités locales.

Je crois à la richesse de la diversité, que je considère comme une force essentielle, notamment dans le champ de l'éducation.

Confiance, temps et transmission sont essentiels dans cette construction collective, ainsi qu'une logique de réciprocité permettant des relations sincères et durables.

LA FUSION DANS LES FAITS : LE TÉMOIGNAGE DES ÉQUIPES



CAROLINE PILAVYAN
Directrice Technique

La direction technique est composée de huit collaborateurs et s’organise autour de trois équipes :

- le service Flux, chargé de contrôler, fiabiliser et traiter les données liées aux cotisations, aux prestations et aux commissions qu’elles proviennent de la gestion interne ou de délégataires de gestion ;
- le service Pilotage technique et Actuariat, qui analyse les résultats techniques de la mutuelle, évalue les engagements, réalise les calculs liés à Solvabilité 2 et élabore le Business Plan ;
- la cellule Statistiques, qui produit des analyses sur les portefeuilles afin de mieux comprendre le profil des adhérents et leurs comportements de consommation.

Quel a été le rôle de la direction technique dans cette fusion ?

La direction technique a participé à la préparation du dossier de fusion transmis à l’autorité de contrôle sur les aspects techniques et financiers. Elle a contribué aux travaux relatifs aux enjeux de solvabilité, de risques et d’engagements liés à l’opération.

Plus concrètement, quels travaux ont été réalisés ?

La direction technique a mené plusieurs travaux d’analyse :

- une revue des engagements de la mutuelle MAC, de son plan de réassurance et de sa rentabilité, afin d’appréhender le périmètre de l’opération et de vérifier le niveau des provisions techniques ;
- le calcul du ratio de solvabilité de l’entité fusionnée (Identités Mutuelle et MAC) conformément aux exigences de Solvabilité 2 ;
- la réalisation d’un Business Plan à trois ans pour l’entité fusionnée, afin de s’assurer de sa solidité financière.

Comment s’est organisé le travail entre les équipes ?

Le projet s’est appuyé sur un travail conjoint des équipes juridiques, comptables et techniques d’Identités Mutuelle et de celles de la MAC.

Chacun a apporté son expertise pour construire un dossier complet destiné à l’autorité de contrôle.

Quel était l’enjeu du dossier transmis à l’autorité de contrôle ?

Il s’agissait de démontrer que la fusion était conforme aux exigences réglementaires, notamment en matière de solvabilité et de protection des assurés.

Le dossier rassemblait l’ensemble des analyses réalisées afin de permettre à l’autorité de contrôle d’apprécier la solidité globale de l’opération.

Quels sont les bénéfices de cette fusion ?

Pour la MAC, cette opération permet de relancer son développement tout en conservant son offre spécifique via une section dédiée.

Pour Identités Mutuelle, elle permet de renforcer sa solvabilité grâce aux fonds propres apportés.



VALÉRIE MORAND
Responsable Juridique et Conformité

Le service juridique et conformité est chargé de sécuriser les opérations menées par la mutuelle : il réalise une veille juridique et analyse les impacts des nouveaux textes de loi, il négocie les contrats dans l'intérêt de la mutuelle, vérifie que les produits d'assurance distribués sont conformes à la réglementation, et que nos pratiques respectent les règles dites de «protection de la clientèle». En cas de contentieux, il travaille en collaboration avec les avocats.

L'équipe de Valérie est composée de trois personnes : deux juristes et la responsable du traitement des réclamations.

Valérie, quels sont les enjeux d'une fusion en quelques mots ?

Les opérations de fusion entre mutuelles constituent des projets structurants, à forts enjeux juridiques, financiers et organisationnels. Elles s'inscrivent dans des calendriers parfois contraints, nécessitant une coordination rigoureuse et une maîtrise des exigences réglementaires.

Quel a été le rôle du service juridique dans la fusion ?

Le service juridique est intervenu à plusieurs niveaux : pilotage du calendrier de fusion, accompagnement des instances de gouvernance et constitution du dossier réglementaire à adresser à l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR)

Le pilotage du calendrier de fusion comprend la mise en place d'un rétroplanning détaillé permettant de sécuriser chaque étape et de garantir le respect des délais réglementaires et opérationnels.

Pour l'accompagnement des instances de gouvernance, le service élabore la structure de la documentation juridique nécessaire, veille à la conformité de l'opération et sécurise les processus décisionnels.

Plus précisément, chaque mutuelle concernée par l'opération de fusion réunit :

- un premier conseil d'administration validant le principe de la fusion et le transfert de portefeuille et autorisant la saisine du tribunal pour la désignation d'un commissaire à la fusion ;

- un second conseil, après remise du rapport du commissaire à la fusion, consacré à l'arrêté des comptes, à l'approbation du traité de fusion et à la préparation de l'Assemblée générale.

L'Assemblée Générale de chaque entité concernée se prononce ensuite sur le projet de fusion ainsi que sur les modifications statutaires induites.

Après validation par les Assemblées Générales, le dossier est transmis à l'ACPR.

Le dossier de fusion avec la MAC a été constitué en collaboration étroite avec la direction technique et le service comptabilité d'Identités Mutuelle et les collaborateurs et administrateurs de la MAC. Les éléments transmis doivent permettre à l'autorité de contrôle d'apprécier la pertinence et la solidité de l'opération.

Ce dossier comprend notamment des éléments juridiques, des éléments financiers et techniques démontrant l'intérêt de la fusion pour les mutuelles concernées et pour leurs adhérents.

Et pour la suite ?

Cette fusion avec la MAC, illustre notre capacité à réaliser ce type de projet dans des délais particulièrement resserrés. La préparation a commencé en mars pour une validation en Assemblée Générale au mois de juin.

Mais le travail n'est pas terminé. Comme avec la MUROS, la phase post-fusion constitue également un enjeu majeur, impliquant tous les services de la mutuelle.

Au niveau du service juridique, le travail se poursuit avec l'analyse et la reprise des contrats en cours, la sécurisation juridique des activités transférées, et l'accompagnement du développement de la mutuelle après fusion.

02

UNE ORGANISATION À LA FOIS VIVANTE ET CONFORME

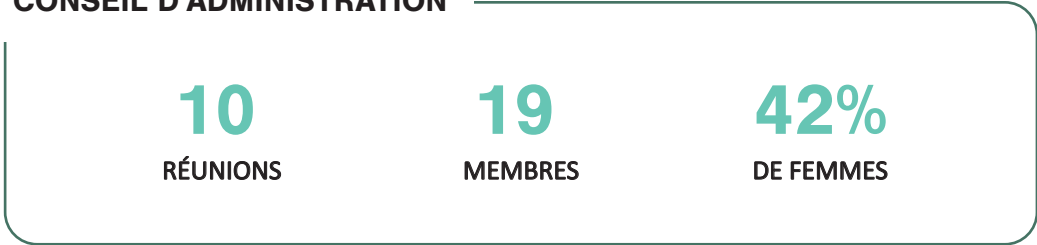


GOUVERNANCE : UN DIALOGUE CONSTANT ENTRE ÉLUS ET SALARIÉS

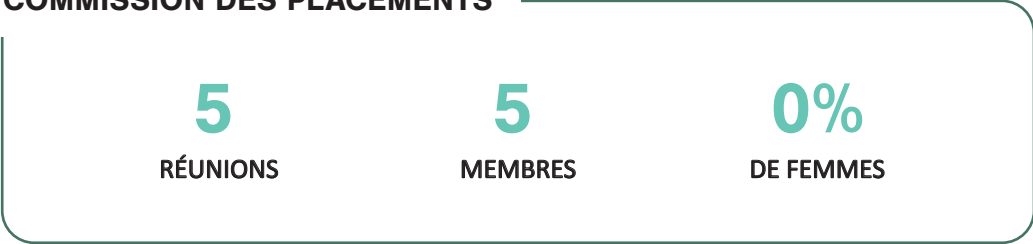
L'Assemblée générale sur les comptes 2024, s'est tenue à Paris le 25 juin 2025 avec un total de 42 votants : (32 élus délégués et 10 pouvoirs).



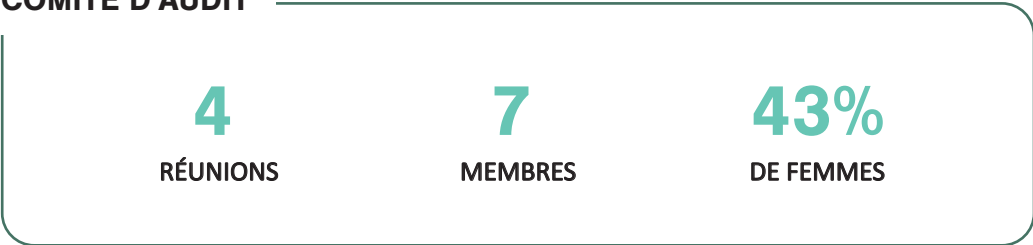
CONSEIL D'ADMINISTRATION



COMMISSION DES PLACEMENTS



COMITÉ D'AUDIT



COMMISSION DE GESTION DES SECTIONS



GROUPE DE TRAVAIL BONNES PRATIQUES «ESS»



COMMISSION D’ACTION SOCIALE

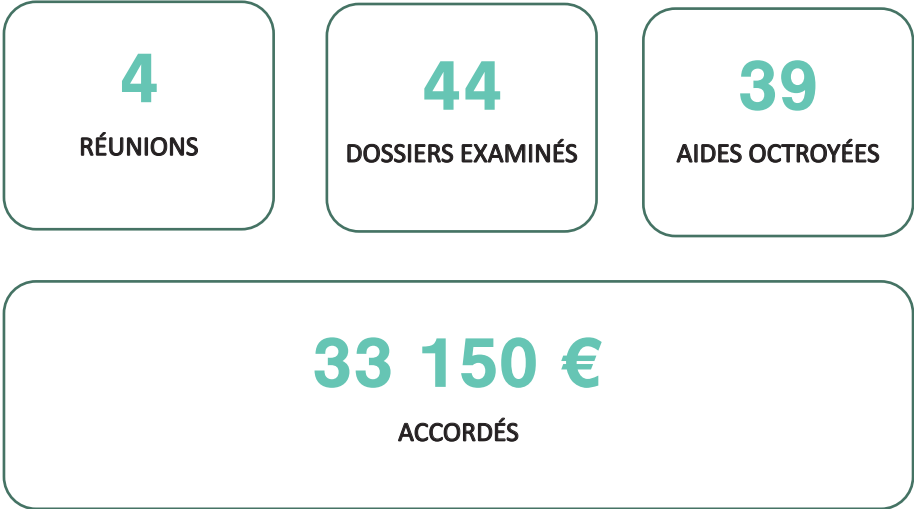


COMMISSION DÉVELOPPEMENT





BILAN DE L'ACTION SOCIALE





CHIFFRES CLÉS 2025

CHIFFRES D’AFFAIRES

CHIFFRE D’AFFAIRES	116 211 K€
DIRECT	62 351 K€
COLLECTIF	37 809 K€
COURTAGE INDIVIDUEL	16 051 K€

SANTÉ 98 283 K€

PREVOYANCE 17 929 K€

ADHÉRENTS

COLLECTIF	392 113	y compris les participants de la MAC évalués à 356 757. Les contrats de ces participants on pris fin au 31 mars 2026
INDIVIDUEL	91 172	

PERSONNES PROTÉGÉES

532 335
y compris les participants de la MAC évalués à 356 757.
Les contrats de ces participants on pris fin au 31 mars 2026

19 ADMINISTRATEURS
donnée arrêtée au 31 décembre 2025

59 DÉLÉGUÉS

110 COLLABORATEURS
donnée arrêtée au 31 décembre 2025

8 AGENCES
y compris l’agence d’Alès (fermeture en 2026)

FONDS PROPRES S1

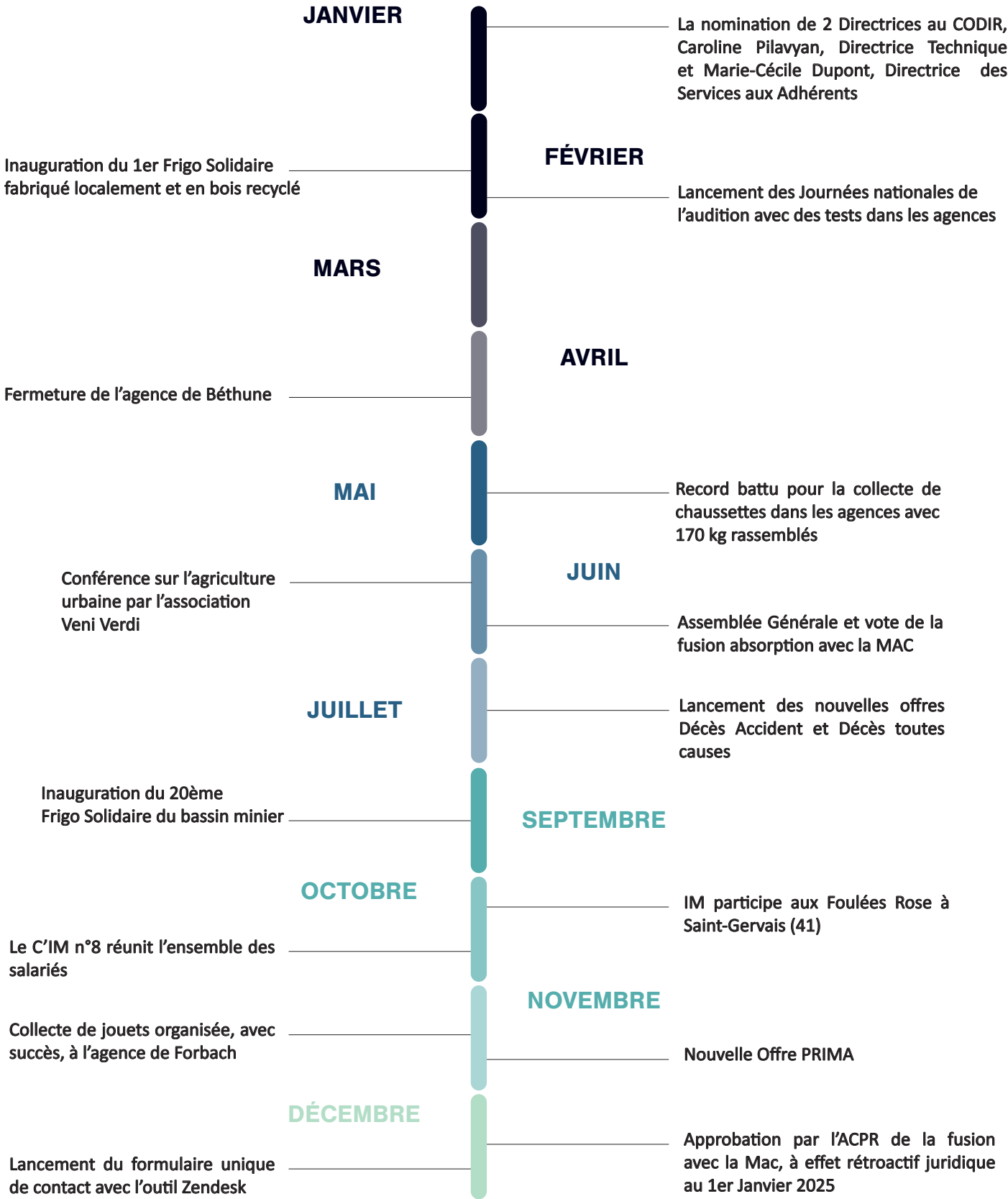
49 406 K€

RATIO DE SOLVABILITÉ S2

192%



TEMPS FORTS DE 2025





ASSURER LA CONFORMITÉ, ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION

Au sein de la mutuelle, la fonction juridique et conformité joue un rôle central : garantir la sécurité des activités et anticiper les risques juridiques et de non-conformité, tout en accompagnant les projets et les évolutions de la mutuelle.

En 2025, cette mission s'est illustrée par des travaux structurants menés avec l'ensemble des équipes.

Trois exemples concrets : la protection des données, Le lancement des produits et Les conventions avec les partenaires.

— Nous avons poursuivi et consolidé les actions sur la protection des données : définition et partage des durées de conservation des données personnelles, réalisation d'analyses d'impact pour les traitements sensibles, et sensibilisation des équipes aux enjeux de protection des données personnelles.

Ces travaux contribuent à renforcer la confiance de nos adhérents et partenaires.

— La conformité du développement et des produits d'assurance de la mutuelle est une priorité. Chaque offre est examinée avec attention afin de garantir son adéquation aux exigences réglementaires et aux intérêts des adhérents. L'équipe juridique a ainsi accompagné les équipes marketing, informatique et commerciale pour la mise en œuvre des nouvelles réglementations ou recommandations de notre autorité de contrôle sur le devoir de conseil ou sur la résilience opérationnelle numérique par exemple.

— Parallèlement, nous avons poursuivi le travail sur la sécurisation juridique de nos relations avec nos partenaires. Cela s'est traduit par la négociation, la rédaction et la validation de contrats, notamment avec des délégataires de gestion et des prestataires informatiques, dans un environnement réglementaire en constante évolution.

Au-delà de ces missions, la conformité s'inscrit pleinement dans la dynamique collective de la mutuelle. La participation du service juridique et conformité aux comités projets vise à intégrer les exigences réglementaires dès la conception des projets.

Dans un environnement toujours plus exigeant, la fonction juridique et conformité demeure un partenaire de confiance au service de la mutuelle, de ses collaborateurs et de ses adhérents.



CHIFFRES CLÉS DU SERVICE RÉCLAMATION

L'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) est attentive au dispositif de gestion des réclamations mis en place par les organismes assureurs.

Elle publie régulièrement des recommandations relatives au contenu de l'information à communiquer aux adhérents et aux délais de réponse.

Chaque année, Identités Mutuelle lui adresse le nombre de réclamations traitées et la typologie de celles-ci.

483 DOSSIERS TRAITÉS

En 2025 contre 428 en 2024 soit une hausse de 11%

23 JOURS

C'est le délai moyen de réponse, contre 31 jours en 2024

32 RÉCLAMATIONS

ont été reçues via les réseaux sociaux contre 7 en 2024

14 SIGNALEMENTS

ont été faits auprès de la DGCCRF contre 8 en 2024

5 DOSSIERS

ont été traités en Médiation, dont 3 décisions ont été favorables à Identités Mutuelle.

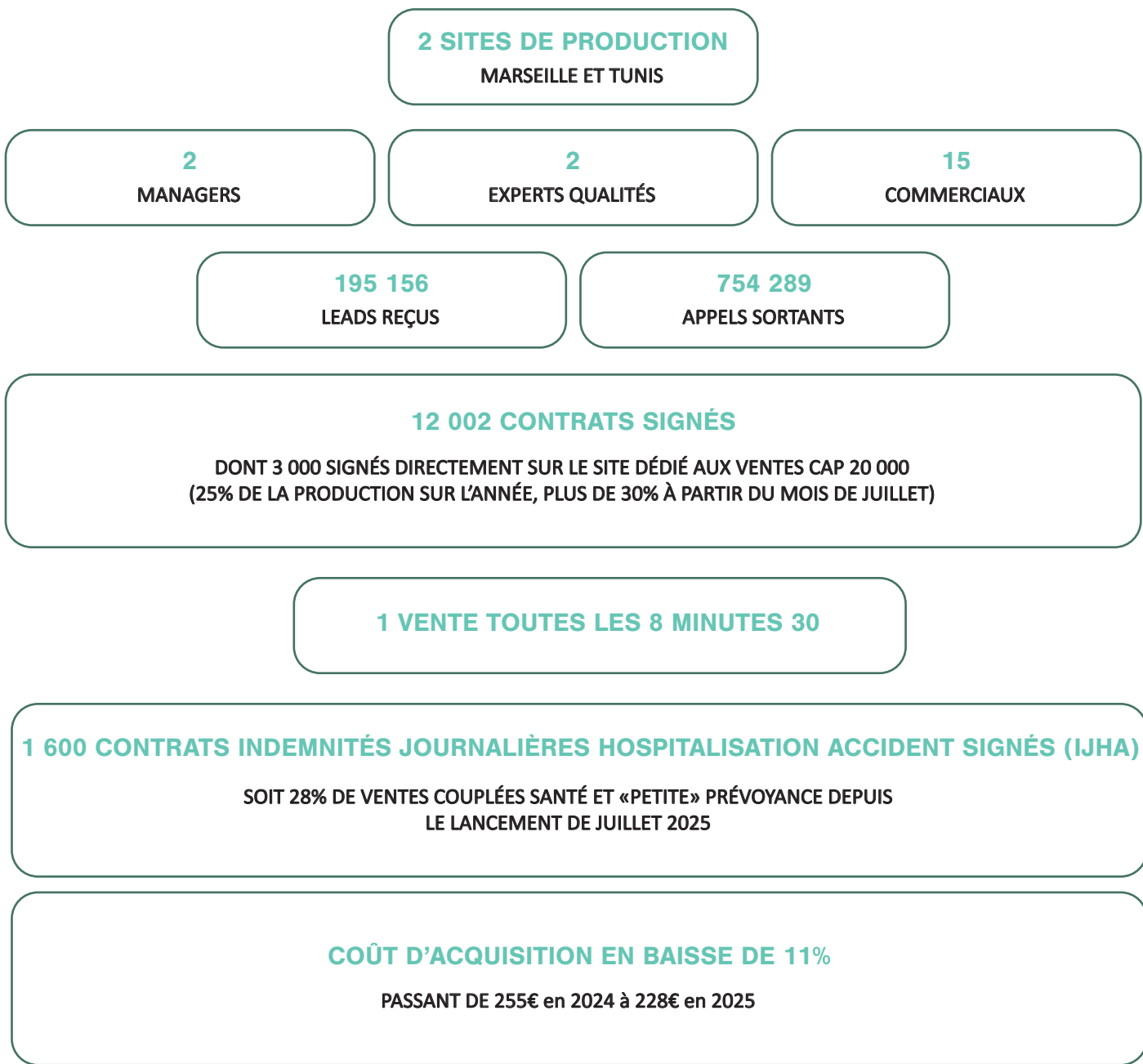
03

DÉVELOPPEMENT ET FIDÉLISATION : ENTRE INNOVATION ET PROXIMITÉ



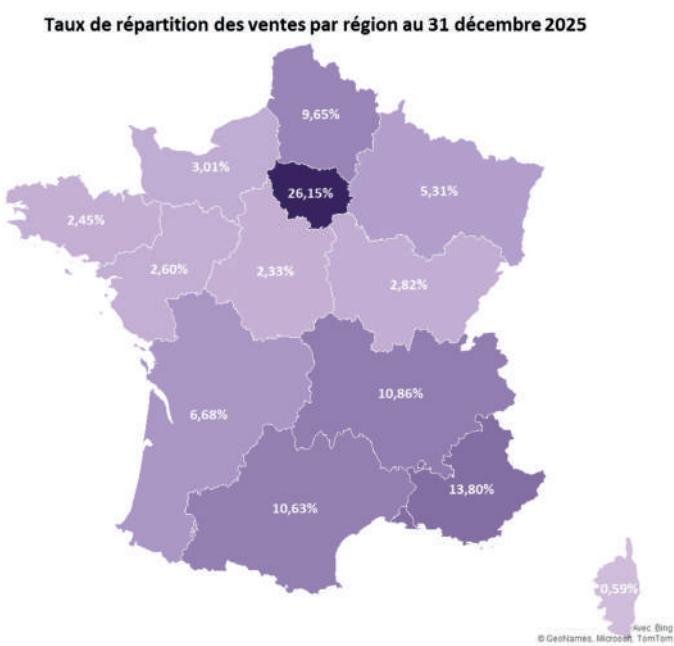
CAP 20 000 : 2025, L'ANNÉE DE LA CONSOLIDATION

LES POINTS À RETENIR



RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES VENTES

RÉGIONS	RÉPARTITION DES VENTES EN %
ILE DE FRANCE	26,15
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR	13,80
AUVERGNE RHÔNE-ALPES	10,86
OCCITANIE	10,63
HAUT DE FRANCE	9,65
NOUVELLE AQUITAINE	6,68
GRAND EST	5,31
OUTRE MER	3,13
NORMANDIE	3,01
BOURGOGNE-FRANCHE COMTÉ	2,82
PAYS DE LA LOIRE	2,60
BRETAGNE	2,45
CENTRE-VAL DE LOIRE	2,33
CORSE	0,59



Le suivi des ventes réalisé par David Dubois , Responsable du pilotage des plateformes de ventes à distance et l’analyse de leurs statistiques par la direction technique permettent de concrétiser, avec le service marketing, des garanties spécifiques à la cible de Cap 20 000.

PRIMA, UNE OFFRE DÉDIÉE

L’offre PRIMA a initialement été conçue pour améliorer notre positionnement afin de figurer dans le top 3 des comparateurs. L’objectif était de créer une nouvelle offre santé aux garanties essentielles, plus compétitive et ayant des tarifs attractifs, elle est destinée aux adhérents ayant généralement peu de dépenses de santé.

À contrario, elle n’est pas adaptée aux familles et aux seniors car les garanties proposées ne correspondent pas à cette typologie d’adhérents (pas de prise en charge de l’orthodontie enfant, ni des frais accompagnant, des aides auditives, d’examen de l’ostéodensitométrie etc...).

À cette offre, les adhérents auront la possibilité d’ajouter des renforts complémentaires (Médecine +, Dentaire + et Bien-être +) ainsi que des produits de prévoyance selon les besoins.



LA FABRIQUE DE GARANTIES EN COORDINATION

FIDÉLISATION : DE NOUVELLES SOLUTIONS POUR ANTICIPER ET PROTÉGER

Dans la continuité de l'élargissement de notre gamme en prévoyance engagé en 2024, Identités Mutuelle a poursuivi en 2025 son développement de solutions destinées à mieux accompagner ses adhérents face aux aléas de la vie.

Parce que chacun doit pouvoir anticiper l'avenir avec sérénité, nous avons à cœur de proposer des offres accessibles, lisibles et adaptées aux besoins réels de protection. Cette démarche s'inscrit pleinement dans notre mission mutualiste : protéger, accompagner et sécuriser durablement nos adhérents et leurs proches.

En 2025, notre gamme s'est enrichie de deux nouvelles offres dédiées à la couverture du risque décès : Décès Accident et Décès Toutes Causes.



DÉCÈS ACCIDENT

DÈS 1€ / MOIS

L'offre Décès Accident permet de garantir le versement d'un capital aux bénéficiaires désignés en cas de décès consécutif à un accident. Elle apporte une réponse ciblée à un besoin de protection spécifique, avec des modalités simples et des cotisations abordables.

Le capital, dont le montant est librement choisi parmi plusieurs niveaux de 5 000 € à 50 000 €, permet d'adapter la couverture à la situation de chacun. En cas de perte totale et irréversible d'autonomie (PTIA) consécutive à un accident, ce capital peut également être versé directement à l'adhérent, afin de faire face aux conséquences financières de cette situation.

DÉCÈS TOUTES CAUSES

DÈS 3.30€ / MOIS

L'offre Décès Toutes Causes, quant à elle, propose une couverture plus large en assurant le versement d'un capital, quelle que soit la cause du décès. Elle permet ainsi d'offrir une sécurité financière renforcée aux proches, dans toutes les situations.

Comme pour l'offre précédente, différents montants de capital sont proposés afin de s'adapter aux besoins et aux capacités de chacun, de 5 000 € à 15 000 €. En cas de perte totale et irréversible d'autonomie (PTIA), le capital est versé par anticipation à l'adhérent, lui permettant de bénéficier d'un soutien financier immédiat.



LAURA GODARD
Responsable Marketing Opérationnel

CRÉER UNE GARANTIE, UN TRAVAIL COLLECTIF

Laura, comment se crée une garantie chez Identités Mutuelle ?

La création d’une nouvelle garantie commence toujours par l’identification d’un besoin ou d’une opportunité. Celle-ci peut provenir des réseaux de distribution, des commissions de gestion, des analyses marketing, des études de marché ou encore des évolutions réglementaires.

Une première réflexion permet ensuite d’évaluer la pertinence du projet au regard des besoins identifiés et de la stratégie de développement d’Identités Mutuelle dans le respect de ses engagements et de ses valeurs.

Quelles sont les étapes suivantes ?

Lorsqu’un projet est confirmé, une phase d’étude est engagée. Les équipes analysent les offres du marché afin de définir le positionnement le plus adapté, tant sur les garanties que sur les tarifs. Cette étape permet également d’identifier les cibles auxquelles l’offre est destinée.

Qui participe à la construction de l’offre ?

La conception d’une offre mobilise plusieurs expertises internes. Les équipes métiers, commerciales, techniques et marketing collaborent pour construire une solution adaptée aux besoins des adhérents et aux réalités du marché.

Cette organisation transversale garantit une vision globale du projet et la cohérence de l’offre à chaque étape de son développement.

Comment le projet est-il validé ?

Une première version des garanties et de la tarification est étudiée par le Comité Technique (COTECH). Son rôle est d’évaluer la viabilité financière du projet et les risques associés.

Le dossier est ensuite présenté au Comité de Direction (CODIR), qui décide de poursuivre le lancement ou non, ou de l’ajuster.

Quelle est la suite ?

Une fois validé, le projet est présenté au Comité de Lancement et de surveillance produits (COLAN), qui réunit les équipes opérationnelles concernées.

Le comité veille à la coordination des aspects techniques, marketing, informatiques, réglementaires, commerciaux, et gestion. Il définit, valide et suit les principales étapes du lancement ainsi que leurs échéances.

La dernière étape concerne la commercialisation de l’offre nécessitant un important travail de préparation. Des actions de formation sont organisées afin que les équipes maîtrisent parfaitement les nouvelles garanties. Des supports d’information et de communication sont également déployés auprès des adhérents : affiches, flyers, dépliants, newsletters ou encore magazine adhérent i’Mag.

Combien de temps faut-il pour lancer un produit ?

Le développement d’un nouveau produit nécessite en moyenne entre six et huit mois, de l’étude initiale à la commercialisation.

Ce délai, particulièrement court au regard des standards du secteur, illustre l’efficacité du processus de développement mis en place par Identités Mutuelle. Cette organisation permet de sécuriser chaque étape du projet tout en assurant une mise sur le marché rapide et maîtrisée.

Quels sont les projets d’avenir ?

Depuis trois ans, Identités Mutuelle renforce son offre de prévoyance individuelle autour de garanties liées à l’hospitalisation, aux obsèques et au décès.

En 2026, la mutuelle poursuit cette dynamique avec le développement d’une offre autour de la dépendance, un enjeu majeur pour les années à venir.

L’objectif est de proposer un catalogue complet de prévoyance individuelle pour répondre aux différents aléas de la vie des adhérents.



SERVICE ADHÉRENTS : LES OUTILS TECHNOLOGIQUES DE LA SATISFACTION ET DE LA SÉCURISATION

LA RELATION ADHÉRENTS EN CHIFFRES

PLUS DE **90 843** APPELS ET **70 000** EMAILS

7

COLLABORATEURS

7 500

HEURES D'ÉCOUTE

446

INTERACTIONS QUOTIDIENNES

ZENDESK: LA CENTRALISATION DES DEMANDES DES ADHÉRENTS

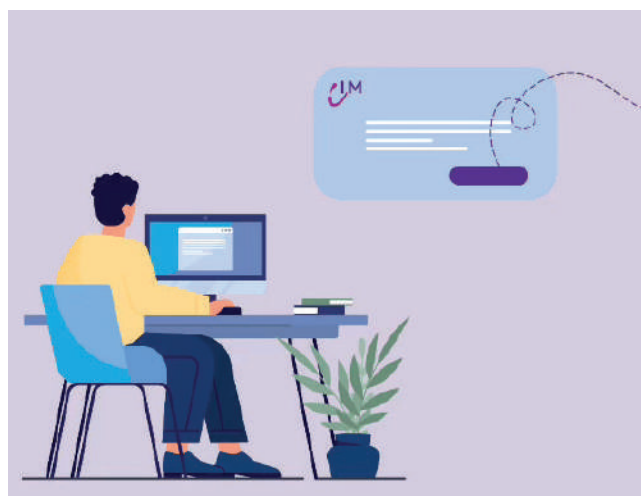
Un nouvel outil de communication pour simplifier et améliorer nos échanges avec nos adhérents. Depuis décembre 2025, notre entreprise a franchi un nouveau cap dans la relation adhérent avec le lancement d'un outil de communication digital innovant, ZENDESK. Après cinq mois de travail intensif – paramétrage, recettage, formation et communication – cet outil est désormais opérationnel et transforme la manière dont nous interagissons avec nos adhérents.

Les bénéfices pour tous

Pour nos adhérents, l'expérience devient plus fluide et rassurante : chaque demande est suivie, chaque réponse est claire et rapide.

Pour nos équipes, le travail quotidien est simplifié et le suivi des demandes est plus clair. En centralisant toutes les informations, l'outil permet également de mieux comprendre l'historique des échanges et d'anticiper les besoins des adhérents.

Ce nouvel outil illustre notre engagement constant à moderniser nos services et à placer l'expérience adhérent au cœur de nos priorités. Grâce à lui, la communication devient plus transparente, le suivi plus efficace, et chaque demande est traitée avec le soin et la réactivité qu'elle mérite. Une belle avancée pour nos adhérents et pour nos équipes, qui continuent d'innover pour simplifier et enrichir la relation adhérent.



UN ESPACE DE SOUSCRIPTION PRÉVOYANCE EN LIGNE

Dans une volonté constante d'innovation et d'amélioration de l'expérience adhérent, Identités Mutuelle a développé un espace prévoyance en ligne. Ce service permet aux adhérents de gérer la désignation de leurs bénéficiaires de façon autonome, avec la possibilité de la modifier et de la valider à tout moment via un parcours entièrement dématérialisé.

Une avancée majeure qui renforce à la fois l'autonomie et la sécurité des démarches.

CYBER SÉCURITÉ : UNE PROTECTION ACCRUE CONTRE LES SPAMS ET CYBERMENACES

Des procédures internes

Dans un contexte où les tentatives de fraude et les cyberattaques sont en constante évolution, notre mutuelle a renforcé ses dispositifs de sécurité afin de mieux protéger ses adhérents, ses données et ses échanges numériques.

Nous avons mis en place un ensemble de procédures internes visant à sécuriser l'ensemble de nos communications. Cela comprend notamment :

- Un encadrement strict de la gestion des emails afin de limiter les messages indésirables et les tentatives de phishing.
- Des protocoles de traitement renforcés en cas de détection de messages suspects.
- L'application de bonnes pratiques de sécurité à tous les niveaux de notre organisation.

Ces mesures permettent de garantir un traitement plus sûr et plus fiable de vos échanges avec nos services.

Des outils de protection renforcés

Pour aller plus loin, nous nous appuyons sur des solutions technologiques de pointe afin de filtrer et bloquer les menaces en amont :

- Des systèmes anti-spam et anti-phishing performants.
- Des outils de détection et de surveillance des activités inhabituelles.
- Des dispositifs de contrôle et d'analyse en continu de notre système d'information.
- Ces technologies contribuent à sécuriser vos données et à limiter les risques d'usurpation ou de fraude.
- Une vigilance renforcée grâce à la formation de nos équipes.

La sécurité repose également sur l'humain. C'est pourquoi l'ensemble de nos collaborateurs bénéficie de formations régulières et de campagnes de sensibilisation aux risques cyber. Des exercices de simulation de phishing sont également réalisés afin de maintenir un haut niveau de vigilance.

Une démarche continue au service de la confiance des adhérents

Ces actions s'inscrivent dans une démarche globale d'amélioration continue de la sécurité de nos systèmes. Elles ont pour objectif de renforcer la protection de vos données et de garantir la fiabilité de nos échanges.





COMMUNICATION ET ACTIONS «ESS» DANS LES AGENCES: FAIRE VIVRE LE LIEN

COMMUNICATION : UN LIEN MULTI-CANAL

Informar, accompagner et maintenir un lien de proximité avec nos adhérents est au cœur des engagements d'Identités Mutuelle. En 2025, nous avons poursuivi le déploiement d'une communication régulière et diversifiée, afin de rendre accessibles des informations essentielles dans un environnement en constante évolution.

Parce que les sujets liés à la santé et à la prévoyance et les changements réglementaires peuvent parfois être complexes, nous veillons à proposer des contenus clairs, pédagogiques et utiles. Évolutions de contrats, impacts réglementaires, actualités santé, conseils de prévention ou encore actions menées en agences : autant de thématiques abordées tout au long de l'année pour accompagner nos adhérents au quotidien.

Pour cela, nous nous appuyons sur plusieurs canaux complémentaires. **Une newsletter mensuelle** permettant de partager les informations clés et les actualités de la mutuelle. **Nos réseaux sociaux**, animés avec un minimum de deux publications par semaine, relaient des contenus variés et accessibles, favorisant l'information et la sensibilisation. **Le site internet** est régulièrement enrichi d'actualités, offrant un point d'accès centralisé à l'ensemble de nos informations.

En complément, **des campagnes d'emailing trimestrielles** sont dédiées à la mise en lumière des services inclus dans certains contrats santé, tels que la protection juridique ou la téléconsultation. Ces communications sont l'occasion de rappeler à nos adhérents les garanties dont ils bénéficient, d'en expliquer l'utilité concrète et de leur indiquer simplement comment y accéder. Elles contribuent ainsi à une meilleure appropriation des services et à une utilisation optimale de leur couverture.

Soucieuse de transparence, Identités Mutuelle accompagne également ses communications réglementaires avec une attention particulière. Ainsi, **les avis d'échéance** sont systématiquement complétés par une annexe explicative détaillant les évolutions de cotisations, présentant les nouveautés et apportant un éclairage sur les changements éventuels.

À travers cette communication multicanale, Identités Mutuelle réaffirme sa volonté d'informer avec clarté, de faciliter la compréhension de ses offres et d'accompagner durablement ses adhérents dans leurs démarches et leurs choix.



LES AGENCES : REDÉPLOIEMENT ET ACTIONS ESS

Fermeture de l'agence de Béthune et redéploiement des ressources

L'année 2025 a été marquée par la fermeture de l'agence de Béthune, qui fonctionnait avec un seul conseiller. Un environnement devenu inadapté, perturbant les conditions de travail et l'accueil des adhérents, un faible flux de fréquentation ainsi qu'un isolement géographique ont conduit à cette décision.

Dans une logique d'optimisation des ressources et de continuité de service, le conseiller a été redéployé vers l'agence d'Hénin-Beaumont, également en configuration mono-conseiller, afin de renforcer son activité. Un réaménagement de cette agence a été réalisé pour améliorer les conditions d'accueil des adhérents et l'environnement de travail des collaborateurs.

Actions ESS : réunir, sensibiliser, partager

En 2025, Identités Mutuelle a poursuivi le déploiement d'actions de proximité à destination de ses adhérents, en s'appuyant sur son réseau d'agences et ses partenariats locaux. Ces initiatives s'inscrivent dans une démarche globale articulée autour de quatre axes : la santé, l'environnement, le lien social et l'ancrage territorial.

Santé et prévention

-Dans le cadre de la Journée Nationale de l'Audition, des dépistages auditifs ont été proposés en agence. Cette action, reconduite chaque année, rappelle qu'un simple contrôle peut faire la différence. Mieux entendre, c'est préserver son équilibre, la qualité des échanges au quotidien et éviter une dégradation progressive souvent sous-estimée. Une cinquantaine d'adhérents ont ainsi réalisé un bilan, confirmant l'intérêt constant pour ce rendez-vous de prévention, rapidement complet.

Dans la continuité de ses actions liées à la santé, Identités Mutuelle a participé pour la troisième année consécutive aux Foulées Roses à Saint-Gervais-la-Forêt, une course solidaire dédiée à la lutte contre le cancer du sein. Cette 10e édition a réuni plus de 1 700 participants et le stand Identités Mutuelle a rencontré un véritable succès. Flyers, affiches et objets publicitaires étaient proposés, ainsi que plusieurs animations : un arbre solidaire, une roulette à lots et une collecte de chaussettes accompagnée d'une tombola.

L'animation la plus marquante a été l'arbre solidaire. Chaque participant était invité à écrire un mot, une pensée ou un message de soutien sur une feuille, puis à l'accrocher aux branches de l'arbre. Au fil des heures, celui-ci s'est transformé en un véritable espace d'expression, se couvrant de messages tels que « Ensemble », « Pour mamie » ou encore « Pensez à vous faire dépister ». Derrière chaque mot se cachait une émotion, une histoire, un lien. Cette initiative simple a créé un moment fort et a pleinement illustré les valeurs de solidarité et d'engagement que nous portons.



Engagement environnemental

Plusieurs initiatives ont été menées en faveur de la sensibilisation environnementale et du recyclage.

Un atelier de sensibilisation au gaspillage alimentaire a été proposé dans le cadre du mois de l'Économie Sociale et Solidaire. Intitulé « Cuisine avec tout », cet atelier a permis d'aborder les enjeux de la réduction du gaspillage alimentaire, ainsi que les bonnes pratiques liées à l'achat, à la conservation et à la valorisation des aliments. Les participants ont particulièrement apprécié cette initiative, comme en témoignent leurs retours :

« Très instructif, je repars avec plein d'astuces, merci »

« Une activité de qualité, vivement la prochaine »

Lien Social et bien-être

Des actions ont été proposées afin de favoriser les échanges entre adhérents. À Forbach, un atelier de fabrication de bijoux a été organisé en partenariat avec le club Barrabino, offrant aux participants un moment de partage autour d'une activité créative.

Nos adhérents situés dans le Nord ont pu bénéficier du savoir-faire de jeunes en service civique d'Unis-Cité lors d'un atelier d'initiation aux usages du numérique. Ces derniers les ont accompagnés dans la prise en main des outils digitaux du quotidien.

Ancrage territorial et vie des agences

Les agences ont joué un rôle essentiel dans l'animation locale et le maintien du lien avec les adhérents.

À l'occasion de la Sainte-Barbe, les adhérents ont profité de la distribution de spécialités locales dans les agences de Douai, Lens, Hénin-Beaumont, Sarreguemines, Gardanne et Alès tout au long de la semaine.

Plusieurs d'entre elles ont proposé des temps d'animation complémentaires à destination des adhérents, dans une volonté de valoriser les traditions locales et de créer des moments de partage.

Selon les territoires, différentes animations ont été mises en place :

À Forbach, une journée autour d'un repas inspiré des traditions minières a été organisée au Club Barrabino, suivie d'une conférence sur l'histoire de la Sainte-Barbe et d'un échange autour d'objets et souvenirs liés à la mine.



Par ailleurs, les adhérents de Gardanne ont été invités à participer à une randonnée découverte autour de la Couronne de Charlemagne, dans le secteur de Cassis. Cette sortie a permis de conjuguer activité physique et moment de convivialité, dans un cadre naturel propice aux échanges.

Ces initiatives ont contribué à renforcer le lien entre les adhérents à travers des moments collectifs accessibles, utiles et fédérateurs.

À Gardanne, les adhérents ont été accueillis autour d'un goûter convivial accompagné d'un temps participatif au cours duquel chacun pouvait inscrire un message positif sur un support. Ce dernier, désormais exposé en agence, constitue une trace durable de cette journée.

À Alès, une sortie culturelle a permis aux adhérents de découvrir la Maison des Métiers Anciens, mettant en lumière les savoir-faire traditionnels à travers la présentation d'outils, d'objets et de métiers d'autrefois.

Cette dynamique d'ancrage territorial renforce la visibilité et l'utilité sociale d'Identités Mutuelle, tout en consolidant durablement la relation de confiance avec ses adhérents.

Retrouvez toutes les actions «ESS» d'Identités Mutuelle dans le rapport Bonnes Pratiques «ESS»

NOS SITES ET AGENCES

SIÈGE SOCIAL

PARIS (75017)

24, boulevard de Courcelles
01 43 18 34 00

LEVALLOIS-PERRET (92300)

85, Edouard Vaillant
01 43 18 34 00

DOUAI (59500)

378, rue de Paris
03 27 95 45 50

HÉNIN-BEAUMONT (62110)

237, rue Élie-Gruyelle
03 21 76 68 80

LENS (62300)

73, boulevard Basly
03 21 14 01 50

FORBACH (57600)

44 A, rue Nationale
03 87 88 35 21

SARREGUEMINES (57200)

12, rue Utzschneider
03 87 09 21 03

GARDANNE (13120)

24, boulevard Carnot
04 42 65 87 48

ORLEANS (45000) - Agence Muros

26, boulevard Marie Stuart
02 38 53 77 11

