



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024





SOMMAIRE

01.	REGARDS CROISÉS DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL	2
	Yves Bastié, Président	2
	Stéphane Gaudu, Directeur Général	3
02.	STRATÉGIE, ORGANISATION, GOUVERNANCE	4
	Entre héritage et modernité : la voie singulière de notre Mutuelle	4
	CAP 20 000 : une réussite commerciale, un modèle de rentabilité à réinventer	5
	Une stratégie réaffirmée : l'autonomie	5
	Une organisation recentrée sur l'excellence du service	6
	Rapport de Gouvernance : la force du collectif	7
	Bilan de l'action Sociale 2024	9
	Chiffres clés 2024	10
	Temps forts 2024	11
03.	L'ADHÉRENT TOUJOURS AU COEUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS	12
	Un service relation adhérents mobilisé et renforcé	12
	Un réseau d'agence tourné vers l'avenir et l'excellence du service	14
	L'élargissement de notre offre	15
	A l'écoute de nos nouveaux membres	16
	iMag: votre rendez-vous semestriel pour mieux vivre	17
	La conformité, un enjeu exigeant facteur de performance	18
	Chiffres clés du service de réclamation	19
	Nos agences, coeur battant de l'ESS	20
	Innover socialement et solidairement	23
	Faire vivre notre différence «ESS»	23

01. REGARDS CROISÉS DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



YVES BASTIÉ
Président

Chers Délégués, chers Administrateurs, chères
Equipes d'Identités Mutuelle,

Revenons aux fondamentaux ! Dans un monde qui nous pousse toujours plus vers la standardisation, l'uniformisation et, parfois, la déshumanisation, nos choix sont plus que jamais confortés. Ces choix sont avant tout politiques, au sens noble du terme, ancrés dans la mémoire de nos origines et la constance de nos valeurs. Le credo "Aujourd'hui et humain" n'a jamais été aussi pertinent. La Bienveillance, la Simplicité et l'Agilité sont aujourd'hui indispensables.

C'est sur ces bases solides que nous poursuivons notre action au bénéfice de nos adhérents. C'est également sur ces fondations que nos amis de la Muros nous ont rejoints en 2023, et que demain la MAC nous rejoindra.

Notre modèle mutualiste démontre qu'unir nos forces ne signifie pas renoncer. La confrontation des idées, loin d'être un frein, nous permet au contraire d'avancer. Notre ambition n'est pas d'être les plus grands, les plus riches ou les plus "tendance". Il s'agit simplement de continuer à accomplir notre mission avec la rigueur et la détermination qui nous caractérisent.

Malgré les attaques récurrentes, les changements incessants de réglementation, et les incertitudes fiscales et réglementaires, nous restons présents pour vous et avec vous.

Dans un contexte mondial souvent conflictuel où le dialogue peine à précéder l'agression, nous sommes fiers d'incarner une raison d'espérer.

Je souhaite exprimer ma profonde gratitude à toutes les équipes d'Identités Mutuelle, ainsi qu'à vous, chers délégués et administrateurs, pour votre courage et votre fidélité.

Excellente Assemblée Générale à toutes et à tous !



STÉPHANE GAUDU
Directeur Général

Chers adhérents, chers collègues,

Parier sur la qualité est un choix qui s'avère toujours gagnant. Pour assurer la pérennité d'une structure comme la nôtre, constamment soumise aux évolutions législatives et réglementaires, encadrée par des textes parfois contradictoires, il est impératif de confier notre avenir à des collaborateurs efficaces et agiles. C'est le pari que nous avons résolument fait.

Cela implique aussi de nous doter d'outils performants, en somme, d'"investir". Investir dans un monde incertain pourrait sembler risqué. Pourtant, notre modèle, fondé sur des valeurs politiques fortes, continue de séduire d'autres mutuelles qui s'interrogent sur leur futur. Elles choisissent de nous rejoindre car nous leur offrons la perspective de continuer à exister au sein de nos instances. Nous leur offrons un espoir.

Cet espoir est aussi ce qui nous a permis d'être présents aujourd'hui. La stabilité de nos équipes, les promotions internes – notamment l'arrivée de deux collaboratrices au comité de direction – la formation, la délégation, mais surtout une constante envie de réussir ensemble, sont les moteurs de notre action.

Alors, soyons prêts ! De nombreuses mutuelles désirent ardemment continuer d'exister, coûte que coûte, pour honorer leurs engagements. Elles cherchent à démontrer que la diversité est une richesse pour tous dès lors que des valeurs communes sont partagées.

02. STRATÉGIE, ORGANISATION, GOUVERNANCE



ENTRE HÉRITAGE ET MODERNITÉ: LA VOIE SINGULIÈRE DE NOTRE MUTUELLE



LAURENT JEHANNO
Directeur Général adjoint

Dans un monde en perpétuelle mutation, où les repères évoluent au rythme effréné des technologies et des attentes sociétales, la capacité à durer ne tient ni du hasard ni de l'immobilisme. Elle relève d'un subtil équilibre entre fidélité à ses racines et ouverture à l'innovation. C'est cette voie exigeante que notre mutuelle a choisie, depuis toujours : celle d'un développement ancré dans l'histoire, mais résolument tourné vers l'avenir.

Notre passé n'est pas un musée. C'est un socle. Il porte des valeurs fondatrices : solidarité, mutualisme, autonomie. Il témoigne d'une vision de la protection sociale fondée sur la proximité, l'écoute, la responsabilité collective. Ce socle continue de nourrir chacune de nos décisions. Il nous rappelle que notre raison d'être ne se résume pas à des équilibres financiers, mais qu'elle repose avant tout sur la confiance de nos adhérents (même si elle doit se gagner tous les jours) et sur l'engagement de nos politiques et de nos collaborateurs.

Mais être fidèle à ses principes ne signifie pas refuser le progrès. Bien au contraire. Dans un environnement où les usages numériques, l'intelligence artificielle, la personnalisation des services ou la sécurisation des données deviennent des standards incontournables, notre mutuelle fait le choix d'investir, de s'adapter, d'innover. Elle le fait non pas pour suivre une mode, mais pour renforcer son efficacité, simplifier l'expérience de ses adhérents, et répondre toujours mieux aux défis de demain.

Cette dynamique permet à Identités Mutuelle non seulement de continuer à grandir, mais aussi et surtout, de préserver ce qui fait encore notre singularité : notre indépendance. Une indépendance conquise, entretenue, qui garantit notre liberté d'action et notre capacité à rester fidèles à nos engagements, loin des logiques purement financières ou capitalistiques.

C'est cette alchimie entre tradition et innovation, entre mémoire et mouvement, qui nous rend capables de continuer à tracer notre propre chemin. Ensemble, avec vous, nous continuerons à bâtir une mutuelle moderne, utile, humaine, et libre.



CAP 20 000 : UNE RÉUSSITE COMMERCIALE, UN MODÈLE DE RENTABILITÉ À RÉINVENTER

Dans un monde où les comportements des consommateurs évoluent rapidement, la réussite commerciale ne repose plus uniquement sur la qualité de nos produits ou la force d'un réseau de distribution. Elle naît désormais de la capacité à comprendre, anticiper et s'adapter.

Notre plateforme de vente à distance, Cap 20 000, en est la parfaite illustration. Avec plus de 13 000 nouveaux adhérents conquis en 2024, nous avons démontré, avec notre partenaire, notre capacité à créer et distribuer des produits en adéquation avec les attentes du marché.

▶ **2 SITES**

DE VENTES : MARSEILLE ET TUNIS
COMPOSÉS CHACUN DE 10 COMMERCIAUX

▶ **224 000**

LEADS TRAITÉS

▶ **1 100 000**

APPELS SORTANTS

▶ **13 160**

CONTRATS SIGNÉS

▶ **1 VENTE**

TOUTE LES 8 MINUTES

Pour autant, les changements comportementaux de ces nouveaux adhérents, notamment en termes de règlement des cotisations et de volatilité, nous obligent à nous adapter en permanence afin de conserver nos objectifs forts de rentabilité.



UNE STRATÉGIE RÉAFFIRMÉE : L'AUTONOMIE

Un subtil équilibre entre croissance organique et croissance externe est donc plus que jamais nécessaire.

Notre attractivité a d'ailleurs été de nouveau démontrée en 2025 en convainquant une nouvelle mutuelle de nous rejoindre.



**AU COEUR DE VOTRE EXPÉRIENCE:
LA CRÉATION DE LA DIRECTION DES SERVICES AUX ADHÉRENTS (DSA)**
Une Organisation recentrée sur l'Excellence du Service



MARIE-CÉCILE DUPONT
Directrice des services aux adhérents

Dans notre quête permanente d'amélioration de la qualité de service et de performance globale, Identités Mutuelle a entrepris une réorganisation majeure en créant une Direction des Services aux Adhérents (DSA). Cette nouvelle entité stratégique fusionne désormais les fonctions informatiques, gestion et relation adhérent au sein d'une seule direction.

Cette démarche vise à renforcer notre efficacité opérationnelle et à offrir à nos adhérents une expérience unifiée, fluide et résolument tournée vers l'avenir.

Les objectifs de la DSA sont clairs et directement alignés sur nos valeurs :

- ▶ Optimiser l'expérience adhérent par une meilleure coordination des services et un accompagnement plus personnalisé.
- ▶ Accélérer la transformation numérique en assurant la cohérence entre les besoins métiers, les attentes des adhérents et les solutions techniques déployées.
- ▶ Renforcer la performance opérationnelle grâce à des processus harmonisés, plus efficaces et réactifs.
- ▶ Favoriser la transversalité et la collaboration entre les différents métiers pour créer de la valeur partagée.

À travers la création de cette direction, Identités Mutuelle réaffirme son engagement en faveur d'une protection sociale humaine, solidaire et performante.

C'est une étape significative dans la modernisation de notre organisation, en phase avec les évolutions du secteur mutualiste et les attentes croissantes de nos adhérents. En investissant dans une structure plus agile, mieux coordonnée et centrée sur le service, la mutuelle se dote des moyens de répondre avec justesse aux défis d'aujourd'hui et de demain.



RAPPORT DE GOUVERNANCE : LA FORCE DU COLLECTIF

L'assemblée générale sur les comptes 2023 s'est tenue à Paris le 27 juin 2024 avec un total de **44 votants** (34 élus délégués et 10 Pouvoirs).

► **69%**

TAUX DE PARTICIPATION

► **64**

DÉLÉGUÉS

► **34%**

DE FEMMES



CONSEIL D'ADMINISTRATION

6

RÉUNIONS

20

MEMBRES

35%

DE FEMMES



COMMISSION DES PLACEMENTS

5

RÉUNIONS

6

MEMBRES

0%

DE FEMMES



COMITÉ D'AUDIT

6

RÉUNIONS

7

MEMBRES

42%

DE FEMMES

COMMISSIONS DE GESTION DES SECTIONS

SECTION DU RÉGIME MINIER	1 RÉUNION	15 MEMBRES
SECTION INDIVIDUELLE	1 RÉUNION	15 MEMBRES
SECTION MNEC	1 RÉUNION	9 MEMBRES
SECTION ORGANISMES SOCIAUX	1 RÉUNION	8 MEMBRES

33% DE FEMMES

GROUPE DE TRAVAIL BONNES PRATIQUES «ESS»

1 RÉUNION	4 MEMBRES	4 MEMBRES SALARIÉS
--------------	--------------	-----------------------

63% DE FEMMES

COMMISSION D'ACTION SOCIALE

4 RÉUNIONS	7 MEMBRES TITULAIRES	7 MEMBRES SUPPLÉANTS
---------------	-------------------------	-------------------------

50% DE FEMMES

COMMISSION CAP 20 000

3 RÉUNIONS	6 MEMBRES
---------------	--------------

33% DE FEMMES

COMMISSION DÉVELOPPEMENT

2 RÉUNIONS	9 MEMBRES
---------------	--------------

22% DE FEMMES



BILAN DE L'ACTION SOCIALE

► 4

RÉUNIONS

► 58

DOSSIERS EXAMINÉS

► 49

AIDES OCTROYÉES

► 48 358 €

ACCORDÉS





CHIFFRES CLÉS 2024



CHIFFRES D'AFFAIRES

	117 061 K€
DIRECT	61 909 K€
COLLECTIF	39 253 K€
COURTAGE INDIVIDUEL	15 899 K€

SANTÉ 99 553 K€

PREVOYANCE 17 507 K€



ADHÉRENTS

COLLECTIF	36 516
INDIVIDUEL	93 178



PERSONNES PROTÉGÉES

191 445

20 ADMINISTRATEURS

64 DÉLÉGUÉS

110 COLLABORATEURS

8 AGENCES



FONDS PROPRES

36 833 K€

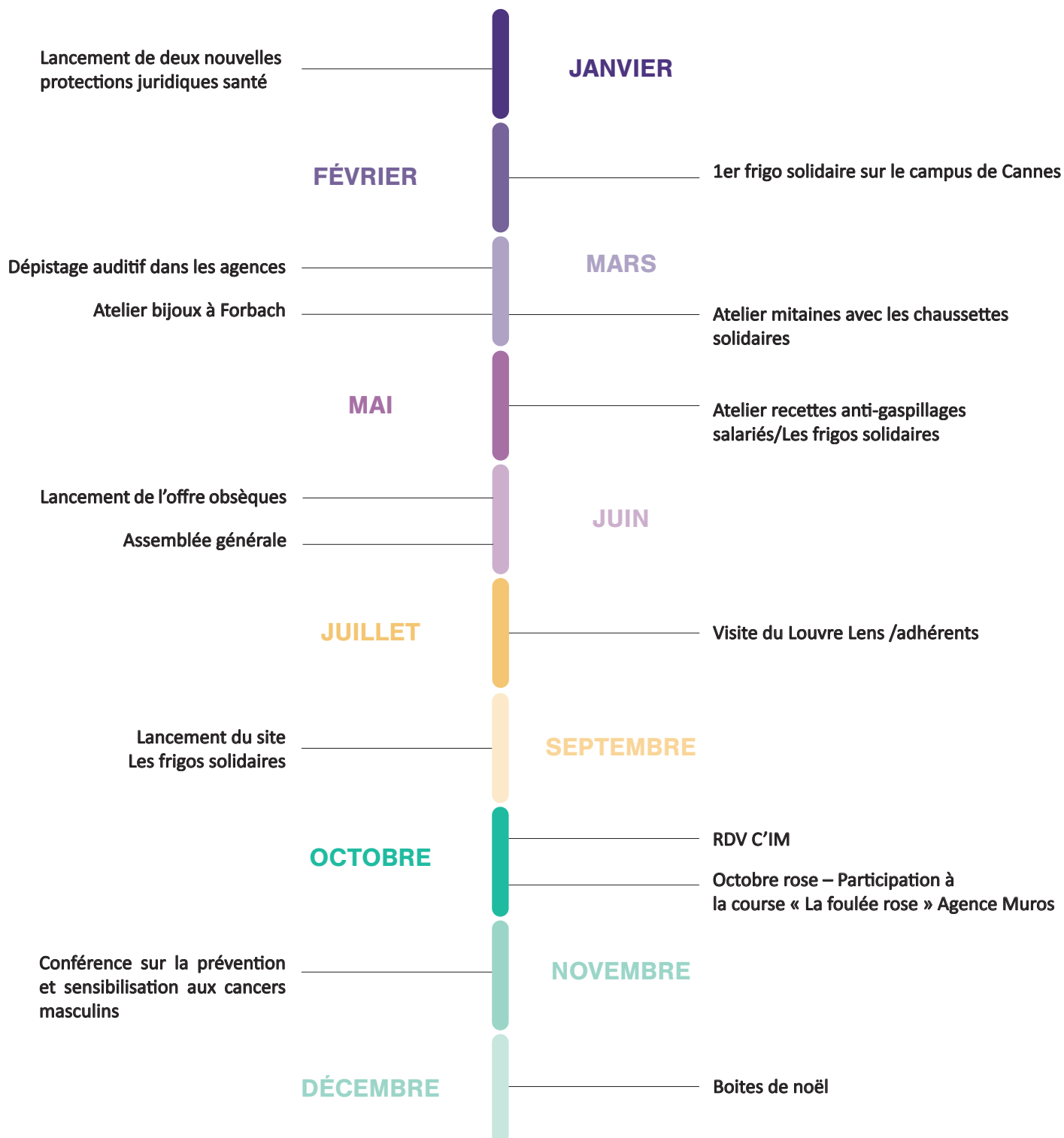


RATIO DE SOLVABILITÉ

151%



TEMPS FORTS 2024





03. L'ADHÉRENT TOUJOURS AU COEUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS

UN SERVICE RELATION ADHÉRENTS MOBILISÉ ET RENFORCÉ

En 2024, le Service Relation Adhérents (SRA), désormais intégré au sein de la DSA, a traité **51 046 appels**, soit une augmentation de 13% par rapport à 2023 (44 557 appels). Il a également géré **65 830 mails**. Au total, cela représente plus de **4 400 heures de conversation** avec nos adhérents et environ **103 interactions quotidiennes (appels et mails)**.

► **5**

COLLABORATEURS

► **51 046**

APPELS TRAITÉS

► **65 830**

MAILS TRAITÉS

► **4 400 HEURES**

DE CONVERSATION AVEC NOS ADHÉRENTS

► **103**

INTERACTIONS QUOTIDIENNES AVEC
NOS ADHÉRENTS (APPELS ET MAILS)





Les sujets d'appels restent stables d'une année sur l'autre :

Les remboursements constituent le thème le plus fréquent, représentant près de **29%** du volume total des appels.

Les questions d'ordre administratif ou relatives à la « **Vie du contrat** » arrivent en deuxième position avec **15%** des appels. Ce sujet est particulièrement impacté en début d'année par les demandes de carte de tiers payant (11% du volume annuel).

Les informations sur les **garanties** représentent **12%** des appels et concernent principalement des clarifications sur l'étendue des garanties.

Les demandes de **prise en charge** totalisent **11%** des sollicitations, principalement pour l'hospitalisation et l'optique (4% chacune).

Enfin, les demandes de **devis de prestations** représentent également **11%**, dominées par les devis dentaires (6%) et ceux liés à l'hospitalisation (4%).

Afin d'améliorer la relation adhérent et de répondre plus rapidement à toutes les sollicitations, **le service relation adhérent a été renforcé dès janvier 2025 avec le recours à un prestataire externe**. Ceci nous permet d'adapter les ressources aux variations d'activité en fonction des pics d'appels.



UN RÉSEAU D'AGENCES TOURNÉ VERS L'AVENIR ET L'EXCELLENCE DU SERVICE

En 2024, notre réseau d'agences a connu des évolutions stratégiques.

L'agence de Freyming-Merlebach a fermé ses portes en mars 2024 pour fusionner son activité avec celle de l'agence de Forbach, récemment inaugurée en 2023.

Cette nouvelle agence, plus spacieuse et mieux située, permet un accueil optimal des adhérents, prospects et partenaires, tout en offrant un environnement de travail amélioré pour les équipes.

Un **séminaire commercial** a rassemblé les conseillers d'agences et d'autres salariés autour de la stratégie de développement de la mutuelle, de l'évolution de CAP 20 000 et de l'enrichissement de l'offre prévoyance.

Les agences y tiennent un rôle important avec une ambition claire : améliorer le taux d'équipement de nos adhérents en leur proposant de nouveaux produits adaptés à leurs besoins. Un programme rythmé entre sessions de travail, brainstorming et team building.

Ce séminaire a également été l'occasion de renforcer la cohésion des équipes, de favoriser les échanges de bonnes pratiques et de réaffirmer le cap collectif.

Un **nouveau plan d'actions** commerciales a été déployé en 2024 par le service marketing pour soutenir les agences dans la distribution des offres prévoyance et le développement de la mutuelle.

L'intégration de cette nouvelle activité dans la routine des conseillers se fait progressivement, conciliant l'accueil et le conseil avec les stratégies de vente, sans compromettre la qualité de service.

L'amélioration de notre **e-réputation** a également été une priorité. Une opération ciblée a été lancée pour augmenter le nombre d'avis positifs sur les pages Google de nos agences.

En collaboration avec le service marketing, les agences ont envoyé des emails aux adhérents rencontrés pour les inviter à partager leur expérience. Cette démarche a permis de recueillir davantage d'avis positifs et de valoriser la qualité de l'accueil et du service.

Par exemple, la note Google de l'agence d'Hénin-Beaumont est passée de 3,5/5 en octobre 2024 à 4,3/5 en février 2025, avec 34 avis postés suite à l'envoi de 261 emails.

► **4,3/5**

EN FÉVRIER 2025 CONTRE 3,5/5 EN OCTOBRE 2024
(AVIS GOOGLE DE L'AGENCE D'HÉNIN-BAUMONT)

► **34**

AVIS POSTÉS SUITE À L'ENVOI DE 261 EMAILS



L'ÉLARGISSEMENT DE NOTRE OFFRE **PROTÉGER L'AVENIR, SÉCURISER LES PROCHES: NOS NOUVELLES SOLUTIONS PREVOYANCE**

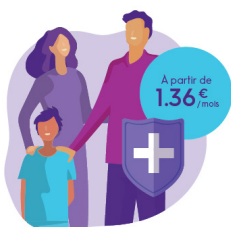
Fidèle à notre culture mutualiste, Identités Mutuelle a à cœur de répondre aux besoins actuels de nos adhérents tout en anticipant ceux de demain, afin de les aider à vivre mieux et plus sereinement. En tant qu'experte en solutions santé depuis plus de 30 ans, nous avons élargi notre gamme d'offres en prévoyance.

Ces nouvelles solutions "Prévoyance", disponibles pour nos adhérents actuels et futurs, permettent de faire face aux situations imprévues telles que le décès, les accidents ou la maladie. Elles offrent une protection financière contre leurs conséquences et sécurisent ainsi les proches.

Depuis 2024, deux nouvelles offres sont proposées :

ALLOCATION OBSEQUES

L'Allocation Obsèques Identités Mutuelle : Permet de protéger ses proches en anticipant le financement des obsèques. Trois montants d'allocation sont disponibles au choix : 1 000 €, 2 000 € et 3 000 €. L'allocation choisie est versée à la personne qui a supporté la charge financière des obsèques.



INDEMNITÉ HOSPI ACCIDENT

L'Indemnité Hospi Accident : Cette offre prévoit le versement d'une indemnité journalière dès le premier jour d'hospitalisation due à un accident. Quinze montants sont disponibles au choix, allant de 15 € à 150 € par jour. Le montant journalier est doublé en cas d'hospitalisation en soins intensifs.

La prévoyance est un sujet qui nous concerne tous, c'est pourquoi Identités Mutuelle s'engage à accompagner ses adhérents pour trouver la solution la mieux adaptée.

Nous veillons à proposer des offres simples et utiles, avec des prestations et tarifs accessibles à tous les besoins et budgets. L'adhésion est facilitée, sans questionnaire médical ni délais de carence. Nos agences de proximité sont là pour conseiller et informer.

Les solutions «Prévoyance» continueront d'être enrichies en 2025 avec de nouvelles offres couvrant le risque «Décès».



À L'ÉCOUTE DE NOS NOUVEAUX MEMBRES L'OPÉRATION «ADOPT'UN ADHÉRENT»

Début 2025, Identités Mutuelle a lancé l'opération **"Adopt'un Adhérent"** dans le but de se rapprocher de ses adhérents. Une équipe de dix collaborateurs volontaires a été constituée pour cette initiative.

L'objectif est de **recueillir des informations précieuses** auprès de nos nouveaux adhérents afin d'évaluer l'adéquation de nos offres et services à leurs besoins et attentes, et d'identifier les axes d'amélioration.

Les sujets abordés incluent la qualité des remboursements, les délais de traitement, les tarifs, les garanties, ou encore les temps d'attente téléphonique et les délais de réponse aux mails.

Chaque collaborateur volontaire s'est vu attribuer un adhérent sélectionné aléatoirement parmi les adhérents de la plateforme Cap 20 000 selon des critères tels que le début de contrat (1er janvier 2025), l'existence de consommations santé et une situation géographique variée. Un courrier d'information a été envoyé aux adhérents sélectionnés. Le contact et la fréquence des échanges s'adaptent aux disponibilités de l'adhérent (une fois tous les mois ou tous les deux mois), via téléphone, mail, sms, ou tout autre canal, pour ne pas les contraindre.

Les adhérents ont pleinement adhéré à l'expérience et restent disponibles.

Cette expérience constitue pour la mutuelle une opportunité de grandir et d'être au plus proche de ses adhérents pour les écouter.





L'IMAG : VOTRE RENDEZ-VOUS SEMESTRIEL POUR MIEUX VIVRE

Deux fois par an, c'est le rendez-vous semestriel incontournable pour nos adhérents : iMag, le magazine adhérent !

L'objectif de ce magazine est d'informer, sensibiliser et conseiller nos adhérents tout en vulgarisant des sujets techniques et en prodiguant de bons conseils pour les accompagner sur des sujets santé et bien-être.

C'est l'occasion également de mettre en avant les actions engagées de la mutuelle en termes d'Économie Sociale et Solidaire (ESS) et de délivrer les actualités des actions et services proposés.

En 2024, l'iMag a connu une refonte visuelle et de forme. Notre volonté est d'accompagner nos lecteurs dans leur découverte des sujets en redéfinissant les articles du magazine : un rubricage plus clair et anglé, des contenus avec une police plus grande et aérée, des photos réintroduites pour apporter plus de proximité et faire incarner des sujets par des intervenants internes ou externes.

Ainsi de nouvelles rubriques ont été intégrées et les existantes remodelées :

- ▶ **En bref** : partager les actualités Identités Mutuelle, santé, secteur de la mutualité, et réglementaires.
- ▶ **Au quotidien** : aborder des sujets de santé, médecine, alimentation, activités sportives, etc.
- ▶ **Décryptage** : analyser une actualité santé ou une nouveauté du secteur sous forme d'infographie.
- ▶ **Avec et pour vous** : présenter une offre santé ou un service Identités Mutuelle.
- ▶ **Engagés** : valoriser les bonnes pratiques en termes de climat, santé, bien-être, etc.

- ▶ **Le conseil de...** : apporter des conseils pratiques sous forme d'interviews d'intervenants spécialisés.
- ▶ **À vos côtés** : accompagner nos adhérents dans leurs droits et démarches.
- ▶ **Dans vos agences/Agenda santé** : partager la rétrospective des actions et événements proposés par nos agences ainsi que l'agenda des événements à venir.
- ▶ **Recette** : la fiche recette est désormais intégrée directement dans le magazine.

En plus de cette nouvelle approche éditoriale, l'iMag n'est plus envoyé automatiquement en version papier. Dans un souci de réduction de consommation de papier et d'impact écologique du transport, le magazine est transmis en version électronique par mail à nos adhérents. Il est également consultable sur notre site internet.

La mutuelle laisse l'opportunité à ceux et celles qui le souhaitent, de continuer à le recevoir en version papier sur simple demande auprès des Agences ou du service Relation adhérents.





LA CONFORMITÉ, UN ENJEU EXIGEANT FACTEUR DE PERFORMANCE

Identités Mutuelle opère dans un contexte réglementaire particulièrement dense et complexe.

Les organismes assureurs sont soumis à une réglementation en constante évolution, incluant la directive distribution assurances, le Règlement sur la résilience opérationnelle numérique, le RGPD, ainsi que les textes relatifs à la lutte contre le blanchiment, le financement du terrorisme, la corruption ou les conflits d'intérêts.

L'application de ces réglementations requiert une expertise pointue et une collaboration étroite entre les services. Le dispositif de vérification de la conformité est défini dans une politique approuvée par le Conseil d'administration, auquel la fonction clé conformité rend compte annuellement.

Le service juridique et conformité joue un rôle central dans ce dispositif.

Ses missions consistent à identifier les réglementations applicables, informer les équipes de leur impact et les accompagner dans leur mise en conformité opérationnelle.

Le service est composé de quatre personnes : deux juristes, une collaboratrice gérant les réclamations, et la responsable du service, qui est aussi Déléguée à la protection des données (DPD). La DPD s'assure de la prise en compte du RGPD par les collaborateurs. Le service juridique effectue une veille réglementaire et diffuse en moyenne deux lettres d'actualités juridiques par mois.

L'enjeu principal est de mettre en œuvre ces réglementations complexes et coûteuses (en moyens humains et financiers) avec agilité afin de limiter le risque de non-conformité et, par conséquent, le risque de sanction par les autorités de contrôle (ACPR, CNIL, DGCCRF).

Au-delà de la contrainte, l'objectif est de transformer cette réglementation perçue comme «subie» en une opportunité d'améliorer nos pratiques. Le service juridique accompagne ainsi les équipes en amont et tout au long des projets pour assurer que les exigences réglementaires sont comprises et appliquées. Chaque service contribue avec ses compétences pour atteindre un double objectif : la conformité aux lois et l'adéquation aux intérêts et besoins de nos adhérents.

Un exemple concret de mise en conformité en 2024 (et se poursuivant en 2025) est la **protection des données personnelles**, spécifiquement la conservation des données. Identités Mutuelle a défini les durées de conservation et procède à la suppression des données qui ne sont plus nécessaires. Des ateliers ont été organisés avec les services pour mettre en place des actions concrètes comme la purge des boîtes mails, de nouvelles modalités de classement des dossiers, et la suppression de données anciennes. La mutuelle déploie également l'utilisation d'un coffre-fort numérique pour les échanges de données afin de réduire le risque de fuite.

Le service réclamations, rattaché au service juridique et conformité, est un dispositif clé. Il reçoit, recense et traite les réclamations des adhérents. L'analyse des réclamations permet de détecter les pratiques sources d'insatisfaction, comme des garanties mal décrites, des conseils inadaptés, des défaillances dans le tiers payant, des remboursements non conformes ou des délais d'intervention jugés trop longs. Identités Mutuelle s'efforce de respecter la Recommandation de l'ACPR (2024-R-02 du 2 juillet 2024) relative au traitement des réclamations. Nous disposons d'un service dédié, d'une procédure écrite, d'un suivi précis, et les adhérents sont informés du dispositif et de la possibilité de recourir au médiateur en cas de désaccord. Le médiateur d'Identités Mutuelle depuis 2024 est CNPM Médiation. Un reporting mensuel est adressé au comité de direction et aux managers pour la mise en place de mesures correctives (formation, adaptation de la documentation). Toute non-conformité identifiée via les réclamations est signalée au responsable de la fonction clé conformité.

CHIFFRES CLÉS DU SERVICE RÉCLAMATIONS

▶ 428 DOSSIERS TRAITÉS

En 2024, contre 571 en 2023 soit une baisse de 25% liée notamment au raccourcissement des délais de versement des prestations et à l'amélioration de l'accès au Service Relation Adhérent (SRA).

▶ 256

de ces réclamations concernent le portefeuille Cap 20 000, principal canal de vente.

▶ 31 JOURS

C'est le délai moyen de réponse, contre 19 jours en 2023. Cet allongement découle du traitement de réclamations plus complexes nécessitant l'intervention de plusieurs interlocuteurs.

▶ 7 RÉCLAMATIONS

ont été reçues via les réseaux sociaux.

▶ 8 SIGNALEMENTS

ont été faits auprès de la DGCCRF.

▶ 5 DOSSIERS

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



NOS AGENCES, COEUR BATTANT DE L'ESS : LIEN SOCIAL ET SOLIDAIRE AU QUOTIDIEN

Dans un contexte où le lien social et la proximité humaine sont plus que jamais des valeurs à préserver, notre mutuelle a poursuivi son engagement en faveur de l'économie sociale et solidaire en multipliant les actions concrètes destinées à nos adhérents. Tout au long de l'année, des événements ont été organisés sur l'ensemble du territoire, renforçant notre présence et notre rôle d'acteur de confiance.

Ces actions témoignent de notre volonté d'être bien plus qu'une complémentaire santé en offrant une véritable expérience de lien et de partage.

Nos actions ESS se sont articulées autour de quatre axes majeurs :

ACTIVITÉ PHYSIQUE - BOUGER ENSEMBLE, SE RETROUVER AUTREMENT



RANDONNÉE À FORBACH - CUEILLETTE ET CRÉATION FLORALE

Dans un esprit à la fois ludique, sensoriel et intergénérationnel, une randonnée a été organisée à Forbach avec notre partenaire le Club Barrabino autour du thème de la nature et de la fin des récoltes. Les participants ont cueilli diverses plantes et fleurs pour composer un bouquet personnalisé.

Une manière poétique de se reconnecter à la nature et de partager un moment de simplicité et d'échange.

RANDONNÉE À GARDANNE - DE CARRY-LE-ROUET À SAUSSET-LES-PINS



Dans les Bouches-du-Rhône, l'agence de Gardanne en partenariat avec la GV rando a convié nos adhérents à une marche le long du sentier du littoral. Cette marche a permis aux participants d'allier activité physique douce, découverte du patrimoine naturel et convivialité.

Ces moments en plein air sont autant d'opportunités de créer du lien social et de favoriser le bien-être.



COURSES SOLIDAIRES - MOBILISATION POUR LA LUTTE CONTRE LE CANCER DU SEIN

A l'occasion des « Foulées Roses », une course organisée par notre partenaire l'Association Courir à Saint Gervais, l'agence d'Orléans, nos adhérents ainsi que des milliers de participants se sont réunis pour une noble cause. Identités Mutuelle était présente pour remettre les récompenses, l'occasion de présenter nos engagements.

Cet événement met en lumière l'importance du dépistage précoce tout en fédérant nos adhérents autour d'une cause de santé publique.

La dimension collective, festive et engagée de ces courses illustre l'alliance de la prévention et de la solidarité.

CULTURE - NOURRIR LA CURIOSITÉ, ENCOURAGER L'EXPRESSION



VISITE DES MONDES SOUTERRAINS - LOUVRE LENS

Une visite guidée du Louvre-Lens a permis aux participants de découvrir les mondes souterrains liés à l'histoire minière de la région.

Une plongée dans le passé, entre mémoire ouvrière et valorisation du patrimoine, qui a suscité l'intérêt et l'émotion des anciens mineurs et de leurs proches.

ATELIER «DE L'ÉCRITURE À LA PAROLE» À GARDANNE



En partenariat avec l'Apparté, cet atelier a offert un espace d'expression et de créativité. En partant de l'écriture personnelle, les participants ont partagé leurs œuvres, renforçant ainsi la confiance en soi, l'écoute bienveillante et la mise en mots de vécus intimes ou collectifs.

Un véritable outil d'inclusion et de développement personnel.

« Cette expérience a été enrichissante, j'ai appris à avoir confiance en moi en public »



SAINTE BARBE - UN RENDEZ-VOUS ANNUEL QUI REND HOMMAGE À NOS ADHÉRENTS MINEURS

Dans la tradition des régions minières, nos agences ont honoré Sainte Barbe, patronne des mineurs, lors d'un temps fort symbolique de mémoire, de respect et de solidarité qui rassemble anciens travailleurs du fond et nouvelles générations. Nos conseillers ont partagé avec nos adhérents des spécialités gastronomiques et traditions régionales. C'était l'occasion de visiter la Maison du Mineur à Alès ou bien de découvrir un documentaire sur les mines de plomb de Bleiberg à Forbach.

« Très belle journée, un retour dans le passé très agréable et très instructif, continuez à nous faire rêver »

PRÉVENTION - ÊTRE ACTEUR DE SA SANTÉ AU QUOTIDIEN



JOURNÉE NATIONALE DE L'AUDITION - DÉPISTAGES GRATUITS EN AGENCES

À l'occasion de cette journée nationale, nos conseillers se sont associés à des professionnels de l'audioprothèse pour proposer des bilans auditifs gratuits à nos adhérents. Leur santé et leur audition font partie de nos préoccupations, ces dépistages réalisés au sein de nos agences, ont permis un accès privilégié à un service de prévention souvent négligé.

L'accueil en agence, personnalisé et rassurant, a contribué au succès de cette opération.

« Très positif, bonne initiative de la part de la Mutuelle, encore merci »

ENVIRONNEMENT - L'ART DE RECYCLER



ATELIER DÉCORATION À FORBACH

Dans une démarche d'éducation au développement durable et de valorisation des savoir-faire manuels, l'agence de Forbach en partenariat avec le Club Barrabino a organisé un atelier créatif de fabrication de décorations à partir de matériaux de récupération.

Ces moments partagés favorisent la transmission de pratiques écoresponsables et renforcent le sentiment d'appartenance à une communauté engagée.

COLLECTE DE CHAUSSETTES USAGÉES - DONNER UNE SECONDE VIE AU TEXTILE



Pour la deuxième année consécutive, une collecte de chaussettes usagées et orphelines a été organisée en agences, en partenariat avec l'association Les Chaussettes Solidaires. Cette action de recyclage sensibilise à l'économie circulaire et permet de collaborer avec des structures spécialisées dans la transformation textile.

Une manière concrète de donner une seconde vie aux objets du quotidien et de lutter contre le gaspillage.



NOS AGENCES, AU COEUR DU LIEN AVEC NOS ADHÉRENTS

Nos conseillers en agences sont au cœur de ce lien avec nos adhérents. Disponibles et bienveillants, ils les accompagnent, les informent et les soutiennent. Leur implication dans l'organisation des événements et des ateliers est essentielle pour assurer une continuité humaine entre les services et les besoins réels, reconnaissant chaque adhérent dans sa singularité.



INNOVER SOCIALEMENT ET SOLIDAIREMENT : PARTENARIATS NATIONAUX, RÉGIONAUX ET COMMUNICATION

En 2024, le département Innovation et Solidarité a été réorganisé et ses actions réparties au sein de divers services.

Le service des ressources humaines a accentué son action de prévention santé en proposant des conférences et des articles sur l'intranet, il a, également, pris en charge la collecte des produits d'hygiène et l'organisation des Boîtes de Noël pour les plus démunis.

Les partenariats régionaux ont été concentrés sur ceux qui avaient le plus de succès auprès de nos adhérents et du grand public. De nombreuses activités ont été organisées pour créer des liens de proximité avec nos adhérents.

Pour les partenariats associatifs nationaux, l'accent a été mis sur l'implication de nos parties prenantes, adhérents, salariés, délégués et administrateurs dans nos actions et principes.



FAIRE VIVRE NOTRE DIFFÉRENCE «ESS»

En 2024, nous nous sommes attachés à faire vivre et comprendre notre appartenance à l'économie sociale et solidaire par plusieurs actions :

-  La création d'une vidéo
-  La sensibilisation de nos publics aux actions de l'économie sociale et solidaire
-  Le renforcement des liens avec nos associations partenaires



I- EXPLIQUER CE QU'EST L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE EN VIDEO

Les principes de l'ESS sont mal connus par le grand public, et pourtant, cette économie constitue une véritable alternative à l'économie classique dite « capitaliste ». Elle est plus respectueuse de l'humain et de l'environnement.

Les mutuelles n'ont pas toujours su expliquer leurs principes différenciants par rapport à leurs concurrents. Identités Mutuelle a pris la parole sur ce sujet, avec d'autant plus de légitimité que les sociétés de secours minières du 19ème siècle sont à l'origine de la création de l'économie sociale et solidaire.

Trouver des mots et des arguments convaincants c'est le travail entrepris, en mode projet, avec des responsables de plusieurs services et les témoignages précieux des « acteurs » de la vidéo. Quelles sont les valeurs à transmettre, quels sont les bénéfices concrets pour nos parties prenantes ?

Nous avons choisi d'en mettre plusieurs en exergue comme **le principe démocratique, la non-lucrativité, l'utilité sociale, le lien créé avec les adhérents, les missions sociales et environnementales.**

Stéphane Gaudu Directeur Général, introduit la vidéo en expliquant que la force d'une mutuelle de l'ESS c'est de donner, à ses adhérents, un pouvoir d'agir sur leur santé. Les salariés œuvrent chaque jour pour que les adhérents puissent l'exercer dans les meilleures conditions.



Carine Lobry administratrice, revient sur les principes de démocratie, de non-lucrativité et d'utilité sociale, en présentant l'engagement des élus, et les actions concrètes de la mutuelle en faveur des adhérents.

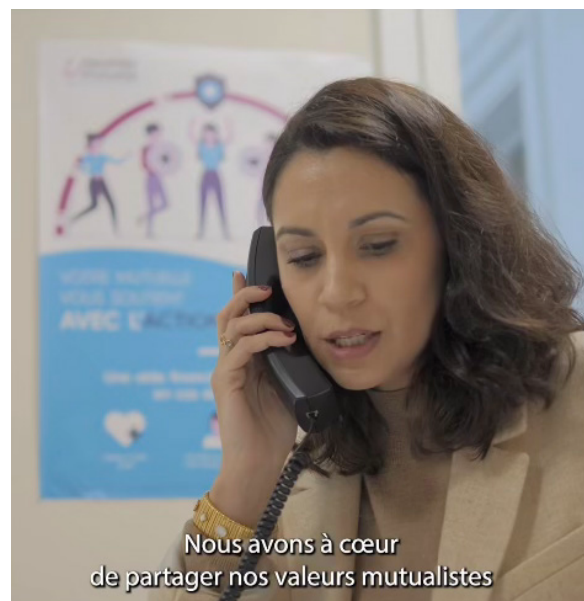


Malika, chargée de clientèle à Gardanne parle du lien de proximité créé avec les adhérents qui donne tout son sens à son travail. Elle explique les garanties et les prestations tout au long de la vie du contrat. Les actions organisées par l'agence renforcent cette relation.

Jean-Joël, contrôleur de gestion, témoigne de son adhésion aux projets proposés par la mutuelle qui l'incite à adopter des gestes écoresponsables, en triant ses déchets, supprimant ses mails, en collectant des chaussettes orphelines ou en participant aux boîtes de Noël ou aux Frigos solidaires.

Gwen témoigne de son « parcours » d'adhérente, elle met l'accent sur la qualité de l'accueil en agence ou par téléphone, l'impression d'être écoutée et considérée. Elle parle également de la relation de confiance qui s'instaure avec la mutuelle.

Enfin, Dounia, fondatrice des Frigos solidaires, explique le partenariat entre son association et Identités Mutuelle, construit autour d'une histoire et de valeurs communes.



II- DONNER DE LA VISIBILITÉ À NOS PRINCIPES

Les principes de l'économie sociale et solidaire ont été présentés lors d'un événement CIM qui réunit, chaque année, l'ensemble des salariés. La présentation comprenait la théorie, avec l'histoire et les principes de cette économie, et la pratique avec des quiz sur ses acteurs, lois et les raisons de nos choix de partenariats associatifs.

La vidéo ESS a été présentée aux salariés du siège et de Levallois, à l'occasion d'un déjeuner, dans un esprit de cohésion interne, avant sa diffusion auprès du grand public.

Plusieurs salariés ont participé à sa réalisation soit en témoignant soit en faisant de la figuration pour mettre en scène et illustrer les propos.

Elle a été présentée sur les différentes lettres d'informations destinées aux adhérents, élus, sur le site de la mutuelle, sur l'outil intranet.

Pour toucher le grand public, la vidéo a été publiée sur les réseaux sociaux de la mutuelle, en entier et par chapitres.

Elle sera rediffusée, en 2025, accompagnée d'articles. La pédagogie est faite de répétitions



La vidéo « L'Economie sociale et solidaire dans notre quotidien » sur les réseaux sociaux

La vidéo a été diffusée sur la page Facebook d'Identités Mutuelle, sur YouTube et LinkedIn.

YouTube : 3 500 vues

Facebook : couverture : 100 000 / vues : 27 000 /

Clics site : 1 500

LinkedIn : 50 likes / 20 republications



III- LE RENFORCEMENT DES LIENS AVEC LES ASSOCIATIONS PARTENAIRES

LES CHAUSSETTES SOLIDAIRES

Nous avons décidé de poursuivre le partenariat avec cette association, les collectes ayant eu du succès dans les agences ainsi que l'atelier réalisé avec les salariés.

Nous avons participé à l'organisation du défilé de l'association, à la mairie du 18ème à Paris. Tous les vêtements avaient été réalisés en fil de chaussettes recyclé et illustraient bien le slogan de la campagne : **Faire du beau avec de l'inutile**. Une dizaine de salariés ont pu y assister et le logo d'Identités Mutuelle était présent dans les éléments de communication.

Une collecte a été relancée dans les agences fin 2024.

LES FRIGOS SOLIDAIRES EN 2024

Plusieurs événements marquants pour l'association Les Frigos Solidaires.

Implication des Salariés IM

Pour impliquer les salariés dans cette action, une présentation des réalisations et projets de l'association a été réalisée au cours d'un déjeuner préparé par Malika Mebtoul, cofondatrice de l'association, constitué essentiellement de plats anti-gaspi.

Un moment convivial et rassembleur autour des actions écoresponsables et des explications de Malika sur une alimentation saine et locale.



Un site pour plus de visibilité

L'association a mis en ligne son site, clair, intuitif, pratique, réalisé gratuitement par une agence de développement. Il comporte une présentation de l'association, une carte avec toutes les adresses des Frigos. Il met en valeur le partenariat avec notre mutuelle et constitue un point de contact facile d'accès pour les structures intéressées par cette action.

Des Frigos dans des entreprises

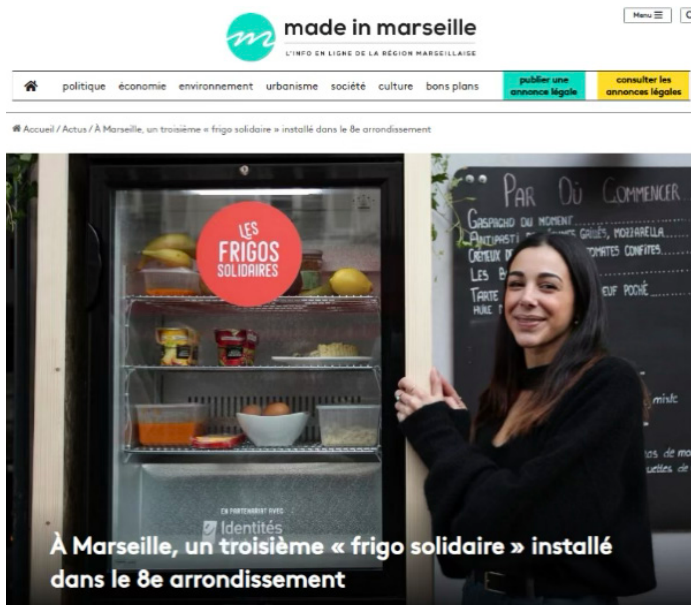
Un point essentiel de 2024 est l'ouverture de Frigos solidaires dans des entreprises : chez Gestia Solidaire à Lyon et chez Janus intérim à Carvin, dans le cadre du partenariat. Aujourd'hui, ce sont 3 entreprises engagées qui participent à cet élan écoresponsable, ce qui ouvre des perspectives de développement pour l'association.

Des Frigos fabriqués localement et en insertion

Utiliser du bois recyclé et réduire les distances de livraison, c'est, le moyen pour l'association de s'ancrer encore plus dans ses territoires. Un 1er atelier a été trouvé à Lesquin dans les locaux de Vitamine T, grand groupe d'insertion pour livrer les partenaires des Hauts-de-France. Un second est situé à Marseille pour ceux du sud et fabriqué par des jeunes en difficulté.

Des Frigos européens

L'association a été invitée à Turin avec d'autres initiatives européennes similaires : les Frigos italiens sont attachés à créer du lien social, les Frigos suisses privilégient la lutte contre le gaspillage, les Frigos belges sont très similaires aux français mais n'ont pas l'autorisation des municipalités pour occuper l'espace public.



LA FONDATION TERRITORIALE DES LUMIÈRES

Nous sommes partenaires depuis 2018, date de sa création, de la Fondation territoriale des lumières et sommes au Comité exécutif qui prend les décisions sur les associations à soutenir. En 2024, la Fondation a décidé de soutenir des projets sur une plus longue durée. En 2023, le projet retenu était l'alimentation et a conduit au financement de Frigos solidaires. En 2024, c'était l'éducation et l'insertion des jeunes.

La Fondation a soutenu 90 projets depuis sa création. Pour Identités Mutuelle, cette participation permet d'être en lien direct, avec les acteurs du bassin minier Hauts-de-France.



Inauguration du Frigo Solidaire de Montigny-en-Gohelle, juin 2024

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

ALÈS (30100)

1, rue Saint-Vincent
04 66 52 22 96

GARDANNE (13120)

24, boulevard Carnot
04 42 65 87 48

ORLEANS (45000) - Agence Muros

26, boulevard Marie Stuart
02 38 53 77 11

