

SOLUCIA

RAPPORT DE MISSION

ANNÉE 2025

No. 1

<https://www.soluciaspj.fr>



SOMMAIRE

1. Edito	2
2. Qui sommes-nous ?	3
3. Devenir société à mission	5
3.1. 2024 : année de co-construction avec le COMEX et les managers	
3.2. Novembre 2024 : séminaire pour embarquer l'ensemble des collaborateurs	
3.3. Mars 2025 : acquisition de la qualité de société à mission	
4. Notre Comité de mission	6
5. Pilotage de la mission	8
6. Notre Mission	9
6.1. Une raison d'être et quatre engagements	9
6.2. Déclinaison des objectifs opérationnels	10
6.3. Ambitions et enjeux à venir	20
7. Conclusion	21



1. EDITO

Pour nous tous, 2025 restera une année fondatrice pour Solucia. En devenant société à mission le 28 mars, nous avons franchi une étape décisive : celle d'assumer pleinement notre ambition d'entreprise engagée, utile et responsable.



Cette transformation n'est pas un simple changement de statut. Elle marque l'inscription durable de notre raison d'être — **donner à chacun le pouvoir d'exercer ses droits, grâce à un collectif expert, créatif et engagé pour une société plus juste** — au cœur de toutes nos décisions, de nos métiers et de notre relation avec nos partenaires.

Ce premier rapport retrace ce chemin. Il témoigne d'une année où nous avons pris le temps de nous écouter, de nous comprendre et de nous aligner. Une année où le Comité exécutif, le Comité opérationnel de mission (COM'ON), les équipes et nos partenaires ont contribué, chacun à leur manière, à façonner une mission vivante et concrète.

La mission est tout sauf une posture marketing. Elle n'est pertinente que lorsqu'elle se traduit en actes : le maintien d'une grande qualité de service reconnue par nos bénéficiaires, l'intégration d'un outil pour renforcer l'accessibilité téléphonique aux personnes en situation de handicap, le renforcement d'un modèle commercial juste avec nos partenaires, ou encore l'amplification d'un mécénat de compétences largement plébiscité.

Cette année a également été une année d'apprentissage précieuse. Le déploiement d'un score de confiance dans certaines enquêtes de satisfaction, la maturation de nos travaux sur le fonds de soutien, ou encore la planification d'un premier bilan carbone en 2026 témoignent de notre volonté d'avancer avec rigueur, au bon rythme, et sans renoncer à l'exigence de qualité qui nous guide depuis longtemps.

Le Comité de mission, que j'ai l'honneur de présider, a joué un rôle clé dans ce mouvement : challenger, éclairer, encourager. À ses côtés, le COM'ON a incarné sur le terrain l'énergie collective nécessaire pour ancrer la mission comme boussole du quotidien de l'entreprise.

En 2026, cette dynamique se prolonge. Nous voulons mobiliser durablement les équipes, structurer davantage le mécénat de compétences, et poursuivre un développement commercial aligné avec notre mission. Notre ambition reste intacte : démontrer, par la preuve, qu'une entreprise d'assurance peut tracer un chemin exigeant, conciliant performance, équité et impact sociétal.

Je remercie chaleureusement les équipes, nos partenaires distributeurs, nos bénéficiaires et notre actionnaire pour la confiance qu'ils nous accordent. Ensemble, nous consolidons les fondations d'un modèle plus juste, plus humain et plus utile.

ANNE DAVILLÉ

Présidente du Comité de mission
Directrice Engagements et Produits



2. QUI SOMMES-NOUS ?

Solucia est une compagnie d'assurance créée en 2006, historiquement spécialisée en protection juridique et en garanties affinitaires.

Notre mission est d'accompagner particuliers et professionnels dans la compréhension et la défense de leurs droits. Nous nous engageons ainsi à rendre le droit plus simple et accessible, en proposant des solutions adaptées à chaque situation rencontrée par nos assurés, afin de leur redonner le pouvoir d'agir.

Convaincus que le droit doit être une solution et pas un problème, nous construisons dans la durée des partenariats avec les distributeurs de nos offres et services.



Nos 4 domaines d'activité :

- Le renseignement juridique
- La protection juridique
- L'accompagnement administratif et juridique
- Les garanties affinitaires

NOS CHIFFRES CLÉS 2025

39,5

Millions d'euros de chiffre d'affaires

3

Millions de bénéficiaires particuliers

45

Partenaires

185%

Ratio de solvabilité

9,1/10

Satisfaction sur le renseignement juridique

8,5/10

Satisfaction sur la protection juridique



3. DEVENIR SOCIÉTÉ À MISSION



3.1. 2024 : ANNÉE DE CO-CONSTRUCTION AVEC LE COMEX ET LES MANAGERS

Solucia a souhaité débiter dès 2024 les travaux pour acquérir la qualité de société à mission, encouragée par plusieurs dynamiques :

- L'expérience réussie de notre actionnaire Tutélaire, devenu mutuelle à mission dès 2020
- Les convictions personnelles des membres du Comité Exécutif (COMEX).
- Le développement de nos engagements associatifs.



Tout au long de l'année 2024, l'entreprise a été accompagnée par le cabinet externe « Tenzing Conseil ».

Le choix de ce cabinet s'est rapidement imposé comme étant le plus pertinent pour Solucia.

Tenzing est en effet lui-même entreprise à mission (2020), labellisé B Corp (2018), et premier cabinet de conseil en stratégie opérationnelle labellisé « Économie Sociale et Solidaire ».

Le cabinet reverse par exemple chaque année 25% de ses résultats nets pour développer et pérenniser des associations qui œuvrent en faveur de la réussite éducative.

Tenzing a animé de nombreux ateliers collaboratifs, essentiels pour garantir une ambition claire, alignée avec les enjeux de notre secteur et les valeurs de Solucia :

- **Des entretiens avec nos parties prenantes (clients et partenaires)**

Ces échanges nous ont permis de recueillir la perception de ceux que nous accompagnons au quotidien. Nos points forts d'après eux : l'humain, l'agilité, la créativité et le professionnalisme ; avec la conscience forte d'une évolution ces dernières années.

- **Des échanges avec le COMEX**

Ces ateliers ont permis de définir notre vision à long terme, de formaliser notre raison d'être en questionnant chaque mot, ainsi que d'identifier et formaliser nos engagements statutaires, qui constituent désormais le socle de notre mission.

- **Des ateliers avec le Com n'Co (collectif managérial) et le COMEX**

La contribution des managers a permis de décliner les engagements en objectifs opérationnels concrets, de co-construire nos priorités sociales et environnementales, et de préparer la mobilisation des collaborateurs autour de la mission.



- **Un questionnaire sur la société à mission envoyé à l'ensemble des collaborateurs**

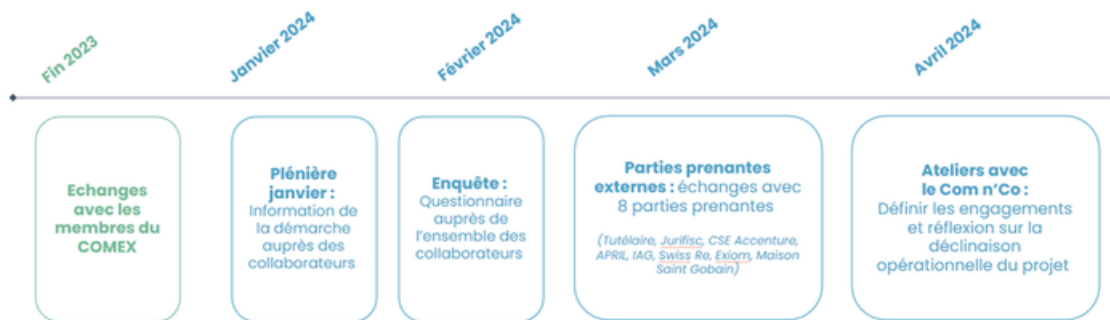
L'objectif de ce questionnaire a été de recueillir les avis des collaborateurs sur notre projet, ainsi que leur niveau de connaissance sur le concept de société à mission. Avec 77% de participation, ce questionnaire a révélé que la majorité des collaborateurs avait déjà entendu parler de la société à mission. 20% d'entre eux ne connaissaient toutefois pas cette qualité, représentant un enjeu majeur d'acculturation à ce sujet. Globalement, l'entreprise s'est montrée très enthousiaste à l'idée de devenir société à mission (score de 7,2/10 ; 10 correspondant au niveau d'enthousiasme maximal).

Ce questionnaire nous a également donné l'opportunité de sonder les équipes sur les types de projets à impact pour lesquels elles souhaiteraient s'engager. Celles-ci ont notamment mentionné :

- leur intérêt pour participer au choix d'associations que pourrait soutenir Solucia
- leur souhait d'effectuer des missions de mécénat de compétences.



3. DEVENIR SOCIÉTÉ À MISSION



3.2. NOVEMBRE 2024 : SÉMINAIRE POUR ENGAGER L'ENSEMBLE DES COLLABORATEURS

Pour partager les travaux menés depuis début 2024, Solucia a organisé en novembre 2024 un séminaire réunissant tous les collaborateurs.

Cet événement nous a permis d'expliquer les raisons pour lesquelles nous avons choisi de devenir entreprise à mission, ainsi que les enjeux stratégiques de cette évolution. Il a également été l'occasion de présenter notre raison d'être et nos engagements.



Enfin, ce séminaire nous a permis d'impliquer l'ensemble de l'entreprise dans notre passage en société à mission, grâce à deux ateliers participatifs où chacun a pu exprimer ses idées et partager ses attentes.

Nous avons d'abord proposé aux différents groupes constitués de matérialiser de façon créative l'ambition de Solucia, en dessinant l'entreprise d'aujourd'hui et celle de demain, puis en restituant à l'ensemble des collaborateurs les symboles choisis.



Nous avons ensuite invité chacun et chacune à réfléchir à l'élaboration des « Convictions des Solucioners », un document synthétisant ce en quoi nous croyons. Pour ce faire, les collaborateurs ont renseigné quelles étaient, selon eux, les valeurs cardinales de l'entreprise, ses exigences, ou encore leurs ambitions en tant que Solucioners.

3.3. MARS 2025 : ACQUISITION DE LA QUALITÉ DE SOCIÉTÉ À MISSION

Le choix de notre organisation en Groupement d'Intérêt Économique (GIE) nous a conduits à analyser les différentes options possibles concernant le périmètre opérationnel de la mission. Ce périmètre est aujourd'hui réparti entre Solucia Protection Juridique, Judicial et le GIE Solucia Gestion. Cependant, le GIE Solucia Gestion, n'étant pas une société au sens de la réglementation, ne peut pas porter la qualité d'entreprise à mission.

C'est pourquoi nous avons décidé de modifier les statuts de Solucia PJ et de Judicial, afin qu'elles puissent intégrer ce périmètre et assumer pleinement cette qualité. Les moyens nécessaires pour atteindre les ambitions de cette transformation sont quant à eux mutualisés entre les trois structures, garantissant une mise en œuvre cohérente et partagée.

Les statuts de Solucia ont été déposés au Greffe du Tribunal de Commerce le 7 mars 2025, et enregistrés le 28 mars 2025.



4. NOTRE COMITÉ DE MISSION

4.1. CRÉATION ET COMPOSITION DU COMITÉ DE MISSION

Pour garantir la mise en œuvre et le suivi de nos engagements, nous avons formé notre Comité de mission en 2025.

Le Comité de mission est un organe majeur de la gouvernance des entreprises à mission. Il a notamment pour rôle de s'assurer du suivi de l'exécution de la mission, définie dans les statuts de l'entreprise ; de vérifier la cohérence entre les actions de l'entreprise et sa raison d'être, ainsi que ses objectifs sociaux et environnementaux.

Il évalue également l'impact des activités de l'entreprise au regard de sa mission et formule des recommandations pour améliorer sa mise en œuvre.

Pour cette première année, nous avons choisi de constituer un Comité de mission composé exclusivement de collaborateurs internes. Notre passage en société à mission étant encore récent, cette configuration a permis aux membres du Comité de s'approprier pleinement la mission et d'en comprendre toutes les implications.

Cela nous a également permis de représenter les différents métiers et expertises de l'entreprise ; nous assurant ainsi que la vision du Comité est bien transversale et équilibrée.

À l'avenir, nous envisageons d'intégrer progressivement des membres externes au sein du Comité de mission, tels que des experts du droit ou des partenaires, afin d'enrichir la diversité des points de vue et de renforcer l'indépendance de l'évaluation.

2
RÉUNIONS
ANNUELLES

6
MEMBRES
INTERNES

2
INVITÉS
PERMANENTS



ANNE DAVILLÉ
Directrice
Engagements et Produits
Présidente du Comité de mission



Emmanuelle THIESSON
Directrice
du Développement
Membre du Comité de mission



Céline VAN ACKER
Directrice adjointe
Indemnisation et Services
Membre du Comité de mission



Laure BAYER CARDINAL
Responsable
des Ressources Humaines
Membre du Comité de mission



Théodore VARENNES
Contrôleur de gestion
Membre du Comité de mission



Elisabeth DE COURSON
Chargée de projets RH & RSE
Membre du Comité de mission



Cécile TARDIEU
Directrice générale
Invitée permanente



Laurent SENGIER
Président du Directoire
Invité permanent

4.2. COMITÉS DE MISSION EN 2025

Comme nous l'avions planifié, le Comité de mission s'est réuni deux fois en 2025 :

- Le 11 avril 2025

Cette première réunion a permis de poser un cadre clair autour du rôle du Comité, en précisant les responsabilités qui incombent à cet organe : évaluer l'avancement de la mission, formuler des recommandations et contribuer à son amélioration continue.

Le Comité a également passé en revue la feuille de route de mission. Il a notamment acté l'intégration systématique des reportings de nos actions environnementales au pilotage de la feuille de route. Ces données, jusqu'ici exploitées de manière ponctuelle, sont désormais consolidées et suivies mensuellement.

- Le 25 septembre 2025

Ce deuxième Comité a constitué un temps d'échange essentiel pour réexaminer la pertinence de la mise en place d'un fonds de soutien, sujet que nous avons intégré à notre feuille de route 2025 pour nos engagements client et sociétal.

Il a été décidé que dans un premier temps, la priorité serait donnée à la structuration de notre politique de mécénat de compétences. Le Comité a en effet souligné l'importance de formaliser un cadre d'intervention et de suivre de manière précise nos actions de mécénat.

L'objectif est de mobiliser plus efficacement l'expertise de nos métiers au service de projets sociétaux, afin de faire du mécénat un outil majeur de notre stratégie d'impact.



5. PILOTAGE DE LA MISSION

En complément du Comité de mission, Solucia a créé en janvier 2025 un Comité opérationnel de mission (COM'ON), spécifiquement conçu pour piloter la mise en œuvre concrète de ses engagements.

Ce comité réunit des collaborateurs volontaires, représentant la diversité des métiers et des expertises de l'entreprise, et a pour rôle de :

- Suivre la feuille de route de mission, les actions et les indicateurs de performance associés
- Identifier les freins, les opportunités, et proposer des ajustements si nécessaire
- Valider les différents projets de communication interne pour maintenir l'adhésion des équipes.

4
RÉUNIONS
ANNUELLES

12
MEMBRES
INTERNES
PERMANENTS

“

J'ai rejoint le Comité opérationnel pour être partie prenante et contributeur du projet mission car je soutiens vivement cette démarche de la part de l'entreprise. [Cela me permet de] participer à un projet transverse au sein de l'entreprise avec des sujets différents de mon scope habituel.

”

Anthony BENHAMOU

- Anne-Lorraine ARNAL, Responsable produits
- Nathalie AUDIER, Juriste
- Laure BAYER CARDINAL, Responsable des ressources humaines
- Anthony BENHAMOU, Responsable partenariats
- Dalila BOUALLEG, Juriste
- ANNA CHAUVIGNÉ, MANAGER OPÉRATIONNELLE OUTILS, MÉTHODES ET PROCESS
- ANNE DAVILLÉ, DIRECTRICE ENGAGEMENTS ET PRODUITS
- Elisabeth DE COURSON, Chargée de projets RH & RSE
- Kévin LELAY, Manager opérationnel services juridiques
- Céline VAN ACKER, Directrice adjointe indemnisation et services
- Théodore VARENNES, Contrôleur de gestion
- Tania ZINI, Cheffe de projet ADV & MOA

Dans le cadre du lancement du COM'ON, nous avons proposé à l'ensemble des membres de réaliser une **Fresque de la mission**. L'atelier a été l'occasion d'harmoniser les connaissances du groupe sur la société à mission, et de mieux comprendre et d'approfondir ses notions et ses enjeux.



6. NOTRE MISSION

6.1. UNE RAISON D'ÊTRE ET QUATRE ENGAGEMENTS ASSOCIÉS

Donner à chacun le pouvoir d'exercer ses droits, grâce à un collectif expert, créatif et engagé pour une société plus juste.

1 CLIENTS

Apporter à nos clients, avec une pleine considération, un soutien décisif et humain.

2 PARTENAIRES

Développer en toute confiance des relations équitables avec nos partenaires autour d'une ambition partagée : être utile à nos clients.

3 COLLABORATEURS

Permettre à chacun de vivre une expérience marquante et stimulante au sein d'un collectif attentif à son impact sur la société

4 SOCIÉTAL

Servir les causes auxquelles nous croyons pour accompagner la transition vers un monde plus respectueux de l'humain et de son environnement



L'avis du Comité de mission sur la raison d'être

La raison d'être reflète avec sincérité l'intention de Solucia. Elle s'inscrit dans la continuité des actions que menait l'entreprise avant de devenir société à mission, tout en étant structurante pour son avenir.

Elle est fidèle à la culture d'entreprise à laquelle les équipes sont pleinement attachées : rendre le droit et l'assurance compréhensibles et accessibles à tous.

Sa vocation d'œuvrer pour une société plus juste la rend ambitieuse et inspirante, sans pour autant être inatteignable. Sa formulation est claire, cohérente, et permet de comprendre aisément la mission de Solucia.



6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

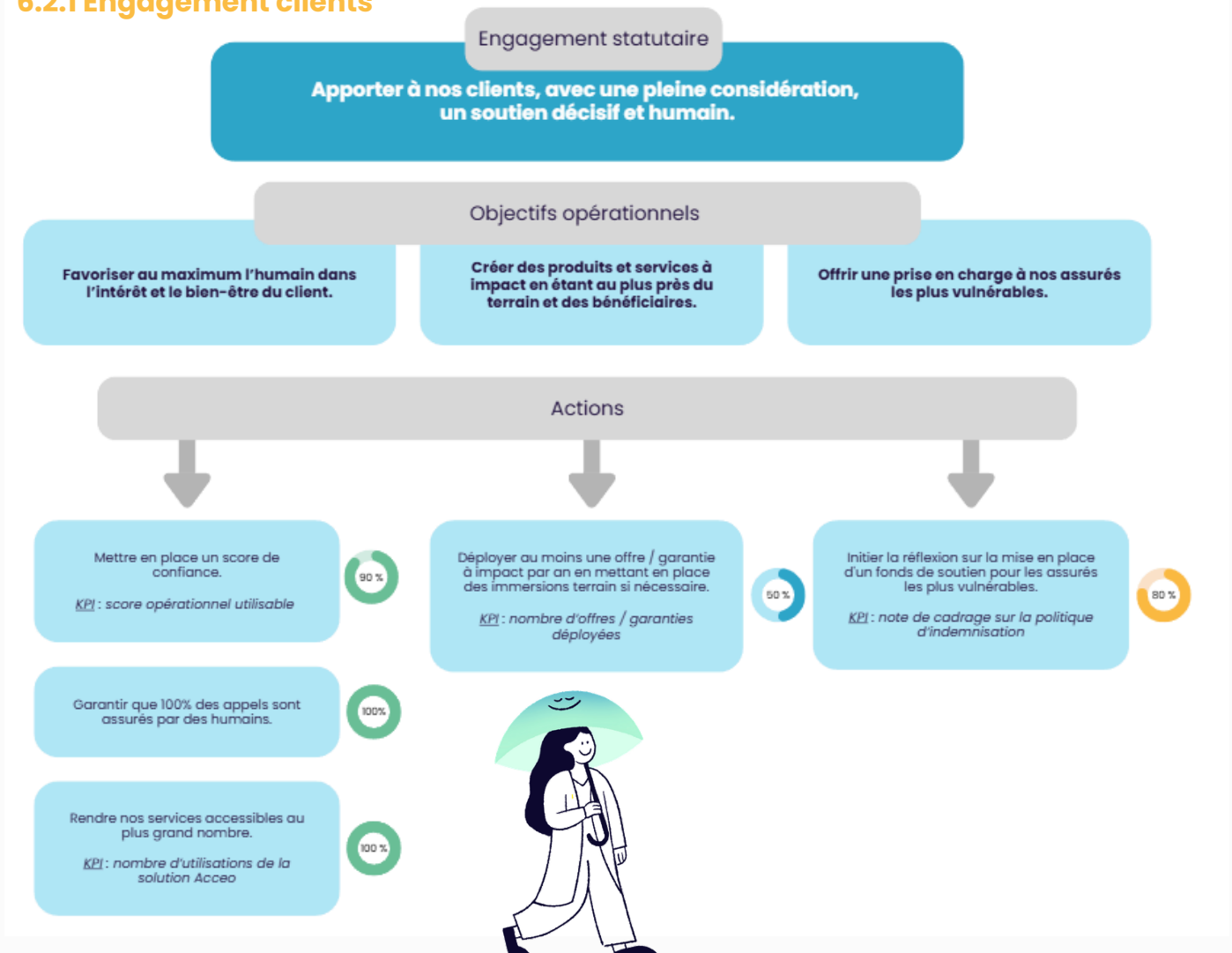
Le passage de Solucia en société à mission a inclus la traduction de nos engagements statutaires en objectifs opérationnels mesurables. Cette déclinaison a été essentielle pour s'assurer que notre raison d'être ne soit pas seulement une intention mais qu'elle devienne bien un guide dans la stratégie de Solucia et dans l'exercice de nos métiers.

A chaque objectif opérationnel ont été associés des actions et des indicateurs de performance.

Des trajectoires ont été identifiées pour certains indicateurs ; nous avons alors renseigné leurs cibles à N+1.

D'autres indicateurs n'ont pas été transposés en cibles chiffrées, dans la mesure où ils reflètent une réalité opérationnelle n'étant pas destinée à évoluer. Nous suivons plutôt leur déploiement et leur pérennisation sur plusieurs années.

6.2.1 Engagement clients



L'avis du Comité de mission

L'engagement clients incarne pleinement la volonté de Solucia de mettre la dimension humaine et l'utilité de ses actions au cœur de son activité.

Le Comité estime que les actions mises en place ont permis de respecter cet engagement. Il ne définit pas le fait que certaines actions n'aient pas été atteintes à 100% comme un échec. Il considère que les atteintes partielles reflètent le travail des Solucioners sur l'année, avec les ajustements de priorités et les contraintes de disponibilité que cela implique.

En ce sens, le Comité loue notamment l'ambition et les efforts déployés pour traduire opérationnellement la prise en charge des assurés les plus vulnérables.

En souhaitant rendre ses services accessibles au plus grand nombre et déployer des garanties à impact, l'engagement clients fait écho à l'engagement sociétal, assurant la cohérence globale de la mission.



6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

1 Favoriser au maximum l'humain dans l'intérêt et le bien-être du client

En lien avec l'objectif opérationnel « Favoriser au maximum l'humain dans l'intérêt et le bien-être du client », nous avons choisi de **mettre en place un score de confiance**, avec comme indicateur de suivi l'établissement d'un score opérationnel et utilisable.

Initialement appelé « score de considération », la terminologie a été revue en cours d'année 2025, pour correspondre davantage à la relation de confiance que nous avons à cœur de développer avec chacun de nos clients.

Afin de calculer ce score, nous avons intégré la question dans l'enquête de satisfaction relative à l'ouverture d'un dossier protection juridique.

Concernant l'enquête de satisfaction dédiée au renseignement juridique, le manque de flexibilité de la plateforme Mediatech a empêché l'intégration du score de confiance. Celui-ci sera mis en production lors du changement d'outil prévu en 2026, avec la mise en place de Skeepers Feedback Management.



La cible d'un score opérationnel et utilisable est atteinte.
Score au T1 2025 : 8,1/10 (101 retours) ; T2 : 7,8 (192 retours) ; T3 : 8,0 (298 retours) ; T4 : 7,9 (409 retours).



Trajectoire 2026 : un score supérieur à 8,2 grâce à la digitalisation de la déclaration de litige, ainsi qu'à la sensibilisation régulière des juristes et des assistantes.
Un rappel des clients avec un score de confiance faible est également prévu, pour comprendre les causes racines et améliorer le process.

Avec le développement de l'intelligence artificielle et des agents conversationnels, nous avons à cœur de **garantir que tous les appels que nous adressent nos assurés sont traités par nos juristes**.



La cible de 100% de traitement humain des appels est atteinte.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

Afin de **rendre nos services accessibles au plus grand nombre**, nous avons mis en place la solution « Acceo ». Il s'agit d'un outil permettant de mettre en relation par téléphone nos clients sourds ou malentendants avec nos juristes.



La cible est atteinte : la solution a été utilisée à 8 reprises sur l'année 2025.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

2 Créer des produits et services à impact en étant au plus près du terrain et des bénéficiaires

En lien avec l'objectif opérationnel « Créer des produits et services à impact », nous avons choisi comme action de **déployer au moins une offre ou garantie à impact par an**.

En 2025, nous avons co-conçu avec un partenaire une garantie proposée aux particuliers. Celle-ci vise à accompagner les assurés faisant face à des événements traumatiques, en leur apportant soutien émotionnel, indemnisation rapide et assistance administrative.

Par ailleurs, le groupe de travail « Offres et Services » aura notamment pour ambition d'étudier en 2026 les différentes offres à impact que nous pourrions déployer en fonction des besoins de la société.



Si la garantie a bien été créée et déployée, nous avons cependant attribué une atteinte de 50% de la cible. Nous estimons que nous n'avons pas développé cette action autant que souhaité, notamment en raison de priorités réglementaires ayant diminué le temps disponible pour ce sujet.



Trajectoire 2026 : élargissement des garanties pénales à d'autres formes de violences que les seules agressions physiques.

3 Offrir une prise en charge à nos assurés les plus vulnérables

Afin d'offrir une prise en charge à nos assurés les plus vulnérables, nous avons comme ambition d'**initier une réflexion sur la mise en place d'un fonds de soutien**.

Cette réflexion s'est déroulée sur les quatre trimestres de 2025. Nous avons pris contact auprès de confrères ayant déjà un fonds de soutien opérationnel, et organisé un groupe de travail pour étudier les modalités pratiques exigées pour mettre en place un tel dispositif. Il s'est avéré qu'au regard de notre maturité sur le sujet, la mise en place du fonds de soutien en 2025 aurait été prématurée.

Dans un premier temps, il nous a semblé plus judicieux d'initier une note de cadrage à ce sujet, pour ensuite pouvoir développer l'idée sur un temps plus long.



Fin 2025, la réflexion sur le fonds de soutien a bien été initiée.



Trajectoire 2026 : rédaction complète de la note de cadrage.

6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

6.2.2 Engagement partenaires

Engagement statutaire

Développer en toute confiance des relations équitables avec nos partenaires autour d'une ambition partagée : être utile à nos clients.

Objectifs opérationnels

Accompagner nos partenaires dans l'évolution des modèles pour une répartition plus équitable de la valeur.

S'inscrire dans une démarche d'écoute et de co-construction pour distribuer des offres utiles à nos partenaires et nos clients.

Intégrer des critères éthiques et/ou RSE dans la sélection et le renouvellement de nos partenaires.

Actions

Accompagner les partenaires sur la communication de nos garanties.

KPI : nombre de partenaires accompagnés (en portefeuille vs. affaires nouvelles)

100 %

Proposer lorsque c'est pertinent l'enrichissement des offres aux partenaires.

KPI : nombre de partenaires ayant bénéficié d'un enrichissement de leurs offres

100 %

Réaliser un état des lieux de l'engagement RSE de nos partenaires.

KPI : cartographie RSE de nos partenaires et alimentation au fil des onboardings

100 %

Maîtriser le S/P sur les offres des partenaires.

KPI : taux de S/P distingué par branche, affaires nouvelles et portefeuille

100%

Intégrer des critères RSE dans les audits partenaires.

KPI : taux de partenaires audités

20 %



L'avis du Comité de mission

Le Comité constate que l'engagement partenaires est un des engagements les plus structurants pour Solucia, étant donné le business model de l'entreprise.

Il tient à souligner les efforts fournis pour rendre l'activité de l'entreprise la plus vertueuse possible, notamment en adressant l'enjeu majeur de la répartition de la valeur entre assurés, distributeurs et assureur.

Le Comité note cependant que l'intégration de critères RSE dans la sélection et le renouvellement des partenaires peut s'avérer un exercice complexe, conduisant à des arbitrages potentiellement délicats à mener.



6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS



1 Accompagner nos partenaires dans l'évolution des modèles pour une répartition plus équitable de la valeur

Nous travaillons aux côtés de nos partenaires pour **améliorer la communication de nos garanties auprès de nos clients**, afin que ceux-ci puissent bénéficier d'une information claire concernant leurs contrats. Différentes actions ont été mises en place :

- Des kits de communication ainsi qu'un accompagnement marketing sont mis à la disposition des partenaires. L'objectif a été revu en cours d'année dans un souci d'efficacité opérationnelle : les kits de communication sont systématiquement proposés au lancement d'une nouvelle offre mais ils ne sont produits par l'équipe marketing que si nos partenaires en font la demande.
- Lors des 40 Comités de pilotage avec nos partenaires ayant eu lieu en 2025, nos Responsables partenariats ont systématiquement rappelé aux partenaires l'importance de cette communication.
- En novembre 2025, Solène Gringore, juriste, a animé un webinar pour un de nos partenaires historiques, visant à sensibiliser les bénéficiaires sur les fraudes, notamment dans le contexte du Black Friday.



L'objectif d'amélioration de la communication de nos garanties auprès de nos clients est atteint.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

Un des enjeux majeurs de notre secteur d'activité consiste à assurer une répartition équilibrée de la valeur entre les assurés, les partenaires distributeurs et l'entreprise. C'est pourquoi nous avons comme objectif de mettre en place un effet de « vase communicant » vertueux : augmenter le taux de sinistres / primes (rapport entre le montant des sinistres provisionnés et le montant des primes encaissées sur les offres partenaires), tout en faisant baisser le taux de commissionnement en contrepartie.

Pour ce faire, nous **pilotons le taux de commission de nos partenaires**, en fonction de leur branche d'activité (branche 16 : perte pécuniaire ou branche 17 : protection juridique), et de leur ancienneté (portefeuille historique ou affaires nouvelles).



En 2025, le taux de commission moyen des nouveaux partenariats s'est monté à 28,2%, alors qu'il était de 57,6% en moyenne sur l'ensemble des partenaires historiques (i.e. souscrits jusqu'à 2022 inclus). Le ratio de sinistres / primes est quant à lui passé de 12,5% (partenariats historiques) à 45,4% (nouveaux partenariats). Ces deux éléments témoignent d'une meilleure répartition de la valeur entre les parties prenantes.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

2 S'inscrire dans une démarche d'écoute et de co-construction pour distribuer des offres utiles à nos partenaires et nos clients

Afin de proposer des offres les plus adaptées aux besoins de nos partenaires et de nos clients, nous faisons le choix de **les enrichir lorsque cela s'avère pertinent, en collaboration avec nos partenaires distributeurs**.

L'indicateur de suivi associé à cette action est le nombre de partenaires qui ont bénéficié d'un enrichissement de leurs offres.

- Au T1 2025, nous avons ainsi enrichi des offres d'un de nos partenaires, avec notamment l'élargissement des faits générateurs sur les offres liées à la perte pécuniaire. Cette évolution a nécessité de revoir 92 conditions générales de garanties. Nous avons également acté de rendre possible la reprise des sinistres de 2023 et 2024 pour un montant équivalent à 30.000€.
- Au T2, l'offre d'un contrat de prévoyance d'un partenaire a été enrichie avec l'ajout de la garantie violences intrafamiliales, développée en interne en 2024. Nous avons par ailleurs refusé un développement d'offre qui nous paraissait inutile pour le client final.
- Au T3, une offre permettant d'indemniser rapidement et simplement des assurés victimes d'un choc post-traumatique a été proposée à un partenaire.
- Nous avons également enrichi notre cartographie produits en intégrant un S/P par produit, le nombre et la nature des réclamations ainsi que le taux de refus de prise en charge pour garantie non acquise.

Notre enjeu ? Piloter dans une optique d'élargissement des garanties et des plafonds, de suppressions des exclusions inutiles et de conformité réglementaire.



Ainsi, au 31/12/2025, 86% de nos garanties ont été revues en ce sens.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

3 Intégrer des critères éthiques et/ou RSE dans la sélection et le renouvellement de nos partenaires

L'avis du comité de mission

Afin d'intégrer des critères RSE dans la sélection et la pérennisation de nos relations commerciales avec les partenaires, deux actions ont été mises en place :

- Une cartographie RSE des partenaires, documentée par les informations trouvées sur leurs sites Internet. Elle vise à évaluer le degré de maturité de chaque partenaire en matière de responsabilité sociétale, en analysant notamment leur prise en compte des enjeux sociétaux, environnementaux, ainsi que des aspects liés à leur gouvernance.

100 %

Fin 2025, la cartographie est réalisée.



Trajectoire 2026 : sélection d'un partenaire affichant des engagements RSE, dans le but de partager des bonnes pratiques et / ou de co-construire des actions communes.

23 partenaires étudiés, contribuant au moins à 100.000€ de primes à l'année
6 mentionnent des engagements RSE sur leurs sites internet
1 partenaire est société à mission : Tutélaire
Soit 26% de ces partenaires qui affichent des engagements RSE

CRITERES DE NOTATION		
Aucun engagement RSE identifiable, aucune communication ou action concrète.	0	16 partenaires
Engagements très faibles/réglementaires, communication floue, respect de la loi PACTE.	1	1 partenaire
Engagements partiels (environnementaux ou sociétaux), communication modérée, démarches en cours.	2	1 partenaire
Engagements solides (environnementaux et sociétaux), communication et gouvernance claires, actions suivies.	3	2 partenaires
Entreprise à mission ou équivalent, stratégie RSE globale et cohérente et suivie, communication transparente.	4	3 partenaires

- L'intégration de critères RSE dans les audits de nos partenaires, avec comme indicateur le taux de partenaires audités. La cible de cet objectif est d'avoir 80 à 90% de nos partenaires audités sur un cycle d'audit à minima triennal.

20 %

En 2025, la réflexion sur l'ajout des critères RSE aux audits partenaires a été initiée. Les critères n'ont cependant pas été intégrés aux audits réalisés sur la période.

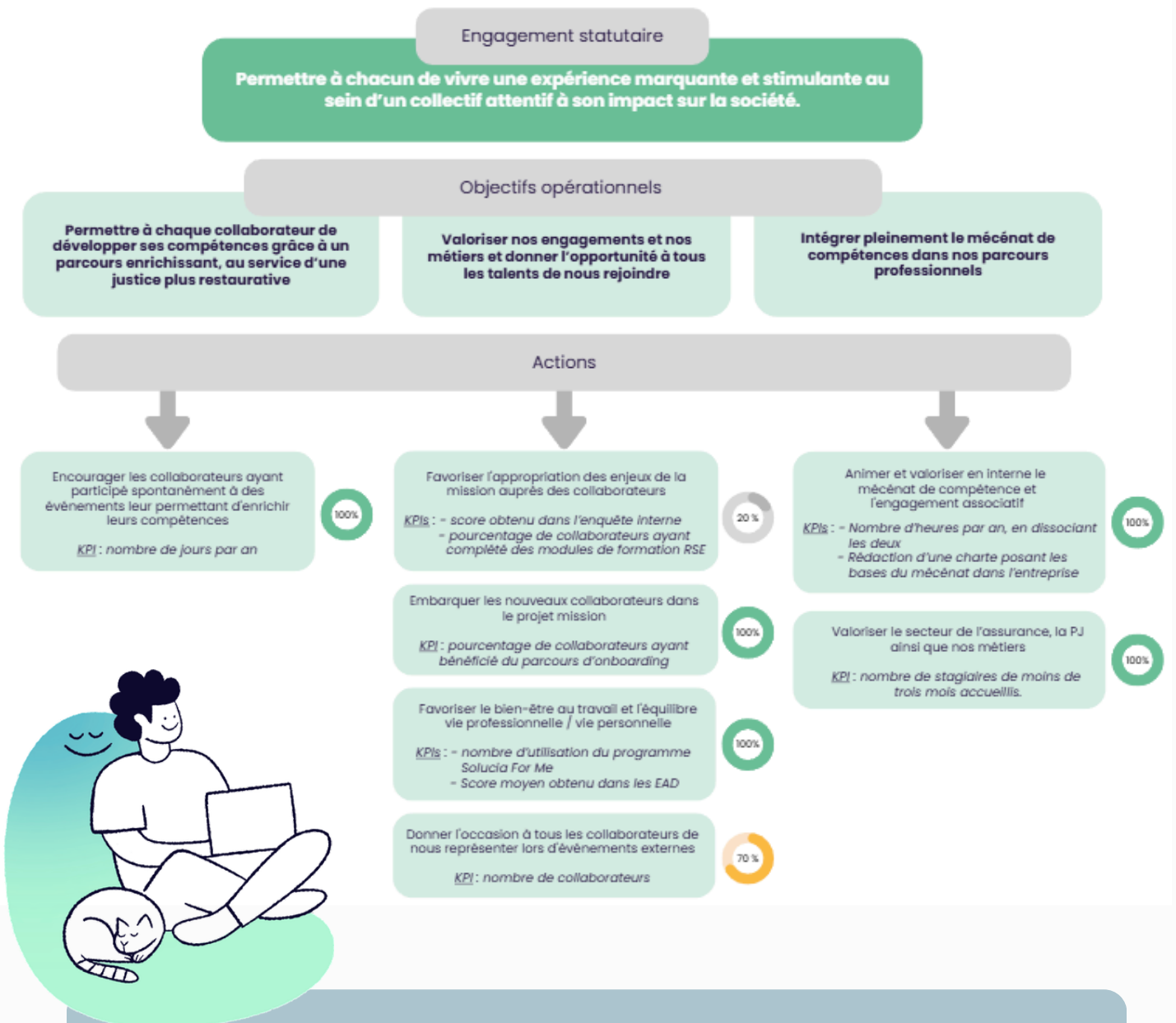


Trajectoire 2026 : poursuite de la réflexion sur le sujet.



6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

6.2.3. Engagement collaborateurs



L'avis du Comité de mission

Le Comité tient à souligner la pleine attention accordée à l'expérience des collaborateurs en tant que Solucioners ; ce que viennent confirmer les enquêtes et retours exprimés sur les opportunités proposées au cours de l'exercice.

Dans l'ensemble, il estime que l'engagement a été respecté. Les Solucioners sont engagés, tant dans leurs tâches professionnelles que dans les projets associatifs auxquels ils dédient du temps. Convaincus de l'impact de leurs missions, ils participent pleinement à la réalisation de la mission de Solucia.

Le Comité a conscience que cette première année en tant qu'entreprise à mission a été centrée sur l'appropriation et la structuration de la démarche. La place accordée à la communication a pu s'en trouver réduite. Grâce aux résultats acquis au long de l'année 2025, les premiers éléments de 2026 témoignent d'une communication réussie auprès des collaborateurs.



6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

1 Permettre à chaque collaborateur de développer ses compétences grâce à un parcours enrichissant, au service d'une justice plus restaurative

Pour **permettre à chacun de développer ses compétences**, nous souhaitons encourager nos collaborateurs à participer à des événements leur permettant d'approfondir leurs connaissances sur des sujets qui les intéressent.

En 2025, nos collaborateurs juristes ont ainsi consacré six journées à des événements ou conférences juridiques sur leur temps de travail. Par exemple, un de nos juristes, Théophile TARABAY, a participé à un colloque international sur la propriété intellectuelle le 7 octobre 2025 à l'Université Paris Sorbonne.

Le 25 novembre 2025, nos managers juridiques Anna CHAUVIGNE et Kévin LELAY ont assisté aux "RDV Transformations du Droit" à la Cité des Sciences de Paris.



La cible est atteinte.



Trajectoire 2026 : développement d'un outil de suivi pour comptabiliser les heures de l'ensemble des services.

2 Valoriser nos engagements et nos métiers et donner l'opportunité à tous les talents de nous rejoindre

Il est essentiel que nous **embarquions et favorisons l'appropriation de notre mission par l'ensemble des collaborateurs**.

Chaque mois nous publions le « **Suivi Opérationnel Courant** » (SOC), un document détaillant l'activité de chacune de nos directions. Nous y avons intégré des indicateurs clés de notre feuille de route de mission, tels que le score de confiance obtenu à l'ouverture des enquêtes RJ, le taux de commission moyen pratiqué, ou encore le nombre de collaborateurs ayant bénéficié de notre parcours d'onboarding. Nous partageons ce document aux équipes afin qu'elles puissent être informées, mois par mois, de l'avancée des différents projets liés à la mission.

Nous avons également souhaité mettre en place une enquête interne visant à évaluer la connaissance des collaborateurs sur différents sujets liés à notre mission, tels que notre raison d'être ou les engagements que nous avons pris.

L'idée est de poser :

- une question socle, revenant chaque année et permettant ainsi de suivre d'année en année la progression de cette appropriation.
- deux autres questions, changeant chaque année, en fonction des actualités et des informations partagées aux collaborateurs.

Enfin, début 2025, nous avons souhaité **développer des modules de formations sur les sujets RSE et sur l'entreprise à mission**, à dispenser à l'ensemble de l'entreprise. La plateforme de formation en e-learning initialement envisagée a finalement été écartée, son coût étant jugé trop élevé au regard de l'usage prévu.



- Fin 2025, les questions de l'enquête interne sont en cours de réflexion
- Nous poursuivons la réflexion afin d'identifier la solution la plus adaptée pour déployer les modules de formation.



Trajectoire 2026 :

- Envoi de l'enquête interne au premier semestre 2026 ; mise en place d'actions de communication et de suivi
- Modules de formation RSE mis de côté.

Afin d'embarquer les nouveaux collaborateurs dans le projet mission, nous mettons un point d'honneur à intégrer, dans leur parcours d'intégration, un temps dédié à la présentation des travaux engagés depuis 2024.

En 2025, 100% des nouveaux arrivants ont ainsi bénéficié d'un parcours incluant un partage spécifique des informations liées à la mission.

A l'issue de ce parcours, une enquête de satisfaction leur est envoyée, afin de recueillir leurs avis sur la manière dont nous communiquons sur la mission, et les éventuelles améliorations que nous pourrions y apporter.

- A la question « *Es-tu satisfait.e de la manière dont le projet d'entreprise à mission t'a été présenté lors de ton onboarding ?* » nous avons obtenu une note moyenne de 4,7/5.
- A la question « *Comment évalues-tu ta compréhension de la Mission de Solucia (raison d'être /engagements/ objectifs)* », la note moyenne est de 4,5/5.
- A la question « *A quel point te sens-tu concerné.e par l'entreprise à mission et investi.e dans ta contribution à ses enjeux* », la note moyenne est de 4,7/5.



La cible est atteinte.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Nous avons à cœur de **favoriser le bien-être au travail et l'équilibre vie professionnelle / vie personnelle**. C'est pourquoi nous avons mis en place le programme d'accompagnement Solucia For Me. Dédié à l'ensemble des collaborateurs et à leurs ayants-droits, il leur permet de bénéficier d'une assistance sociale et familiale, d'un soutien psychologique et de téléconsultation médicale gratuitement.

Loisirs du comité de mission



37 collaborateurs ont utilisé le programme en 2025.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

L'équilibre vie professionnelle / vie personnelle fait également l'objet d'une enquête à l'occasion des Entretiens Annuels D'évaluation (EAD).

La question « *Si je vous demande d'auto-évaluer votre équilibre activité professionnelle/vie personnelle, familiale (note de 1 à 5, 1 étant le moins bon, 5 étant le meilleur) que répondez-vous ? Est-ce que votre équilibre activité professionnelle/vie personnelle et familiale vous satisfait ?* » est posée à l'ensemble des collaborateurs.



En 2025, le score moyen obtenu dans l'enquête était de 4,9/5 pour 51 répondants.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

Valoriser nos engagements et nos métiers, c'est aussi **donner l'occasion à tous les collaborateurs de nous représenter lors d'événements externes**.

Tout au long de l'année, 27 Solucioners nous ont représenté lors de 152 évènements, contribuant ainsi au rayonnement et à la notoriété de Solucia sur le marché assurantiel.



Bien que de nombreux collaborateurs aient représenté Solucia lors d'évènements externes, nous n'estimons pas que la cible soit pleinement atteinte. En effet, les collaborateurs mobilisés étaient majoritairement ceux dont les fonctions justifiaient naturellement leur présence à ces évènements. L'objectif initial, qui visait à offrir cette opportunité à l'ensemble des collaborateurs, n'a donc pas été réalisé à 100%.



Trajectoire 2026 : ajustement de la cible aux collaborateurs ayant des fonctions justifiant leur présence aux évènements externes

3 Intégrer pleinement le mécénat de compétences dans nos parcours professionnels

Solucia s'est initiée au mécénat de compétences dès 2022, convaincue de l'intérêt de cette pratique à la fois pour les associations bénéficiaires comme pour nos collaborateurs.

En 2025, notre objectif a été de **l'intégrer pleinement dans nos parcours professionnels**.

Nous avons ainsi réalisé 117 heures de mécénat de compétences, pour un total de 720 heures d'engagement solidaire.



La cible est atteinte, ces chiffres dépassant largement l'objectif annuel fixé à 630 heures d'engagement.



Trajectoire 2026 : développement d'un outil de suivi pour comptabiliser les heures de l'ensemble des services.

Afin de **cadre la pratique du mécénat de compétences**, nous avons comme projet de rédiger une charte visant à en poser les bases dans l'entreprise.

Après avoir mûri cette réflexion, et eu égard à la taille de Solucia, il nous a semblé que la rédaction d'une charte n'était pas l'approche la plus adaptée.

Nous avons plutôt choisi de sensibiliser nos collaborateurs au mécénat grâce à l'intervention de l'association UP for Humanness, venue témoigner et présenter cette pratique aux équipes à l'occasion d'un petit déjeuner dans nos locaux en mars 2025.



La cible est atteinte.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

Enfin, grâce au mécénat de compétences nous souhaitons **valoriser le secteur de l'assurance, la protection juridique ainsi que l'ensemble de nos métiers**. C'est pourquoi nous accueillons ponctuellement des stagiaires de moins de trois mois pour leur faire découvrir notre entreprise et l'environnement professionnel dans lequel nous évoluons.



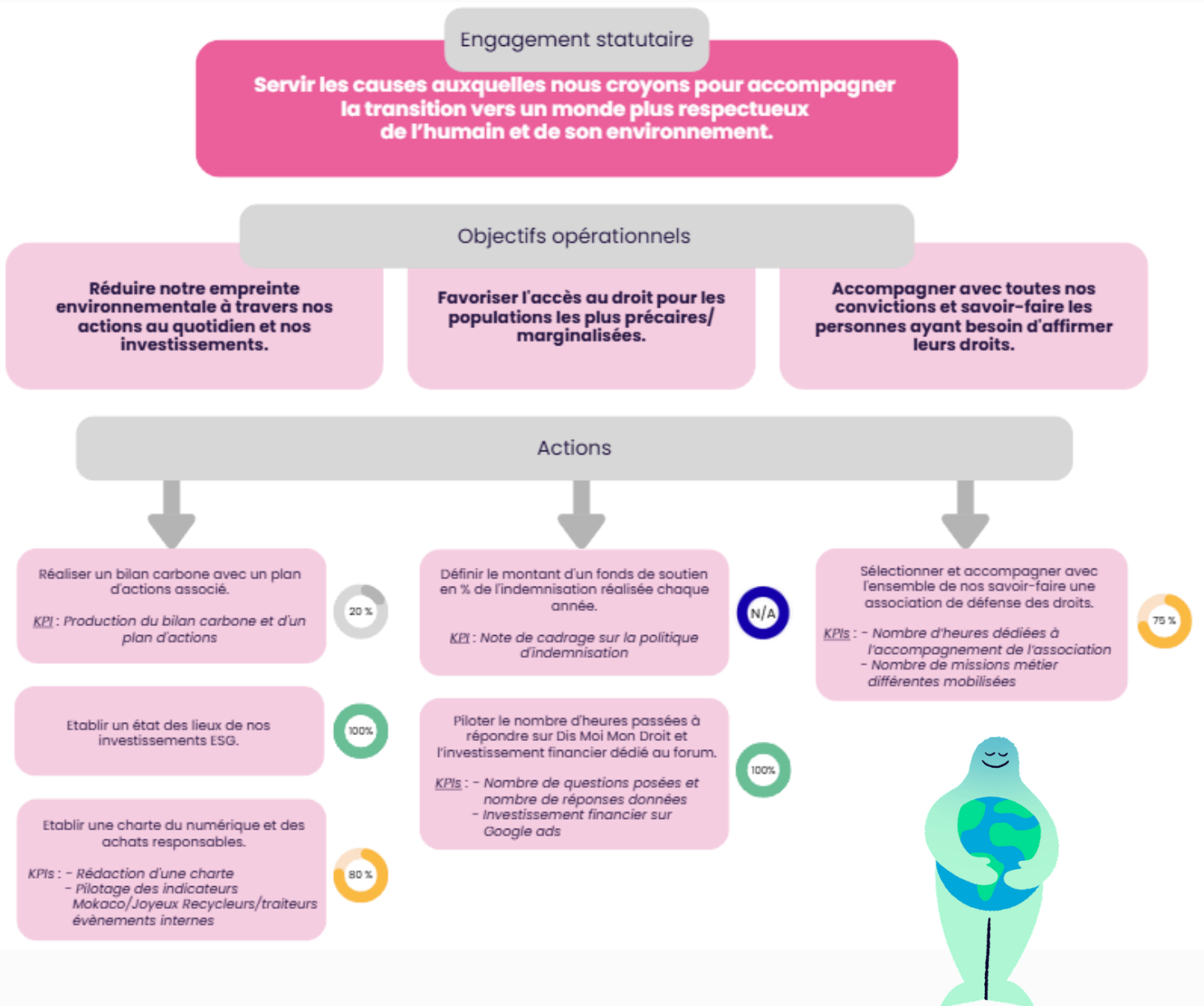
7 stagiaires ont ainsi été accueillis au long de l'année.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

6.2.4. Engagement sociétal



L'avis du Comité de mission

Le Comité note que Solucia a entrepris des actions cohérentes avec ses convictions sociétales. La réalisation d'un état des lieux de ses investissements ESG, d'une charte des achats responsables, ou la volonté d'effectuer son bilan carbone, témoignent de la mise en œuvre de moyens concrets pour atteindre ses engagements.

Le Comité a identifié un point de vigilance concernant la capacité de Solucia à mettre en place un fonds de soutien pour les populations les plus précaires.

Il recommande dans un premier temps de poursuivre l'effort de suivi et d'évaluation des actions de mécénat de compétences. Cela permettra à l'entreprise de structurer davantage son impact sociétal, tout en menant des actions alignées avec son niveau de maturité.

Tout comme pour les autres engagements, le Comité ne juge pas l'atteinte partielle de certaines actions comme un résultat négatif, mais comme l'expression des ajustements réalisés par les équipes au long de l'année.



6.2. DÉCLINAISON DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS



1 Réduire notre empreinte environnementale à travers nos actions au quotidien et nos investissements

Afin de réduire notre empreinte environnementale, il nous a semblé pertinent de commencer nos actions par la **réalisation d'un bilan carbone**. Nous avons pris contact avec My CO², structure intégrée au cabinet de conseil Carbone 4 et spécialisée en stratégie bas carbone.



Eu égard aux coûts associés, nous avons décalé ce projet pour l'année 2026.



Trajectoire 2026 : réalisation du bilan carbone et mise en place du plan d'actions associé.

Il nous a également semblé important de **réaliser un état des lieux de nos investissements ESG**.

Ce rapport nous a été transmis par notre partenaire Ostrum Asset Management. Il indique notamment que la qualité extra-financière de la note ESG de notre portefeuille est meilleure que celle de l'indice de référence utilisé par Ostrum.



La cible est atteinte.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

Toujours dans l'optique de réduire notre empreinte environnementale, nous avons voulu **établir une charte du numérique et des achats responsables**. Plusieurs groupes de travail ont été réunis sur le sujet.



Fin 2025, la charte est finalisée à 80%.



Trajectoire 2026 : rédaction complète de la charte et intégration dans une démarche de mise en conformité plus globale suite à l'arrivée de notre futur Responsable Conformité et Contrôle Interne en février 2026.

2 Favoriser l'accès au droit pour les populations les plus précaires/ marginalisées

Afin de favoriser l'accès au droit pour les personnes les plus marginalisées, nous avons initialement pensé **définir le montant d'un fonds de soutien en pourcentage de l'indemnisation réalisée chaque année**.

Tout comme pour la mise en place d'un fonds de soutien pour nos assurés (engagement clients), notre maturité sur le sujet n'est pas encore suffisamment avancée pour nous lancer dans un tel projet.



La réflexion se poursuit en 2026 sur la suite à donner à cette action.

Par ailleurs, nous avons **mis en place le forum juridique en ligne « Dis Moi Mon Droit »**, qui permet à chacun d'obtenir gratuitement des réponses à des questions juridiques du quotidien. L'objectif de ce service est de faciliter l'accès au droit, en offrant des réponses claires et fiables, rédigées par nos juristes.

Bien que le forum ne soit pas un fonds de soutien à proprement parler, il constitue une autre forme de soutien que nous souhaitons pérenniser.



En 2025, nos juristes ont consacré 53 heures à répondre aux questions posées sur le forum.

Un budget de 8 477,13€ a également été consacré à des campagnes publicitaires sur Google afin d'accroître la visibilité de Dis Moi Mon Droit.



Trajectoire 2026 : engagement à maintenir.

3 Accompagner avec toutes nos convictions et savoir-faire les personnes ayant besoin d'affirmer leurs droits

Enfin, notre engagement sociétal consiste aussi à accompagner les personnes ayant besoin d'affirmer leurs droits. Dans cette optique, nous avons choisi comme action de **sélectionner et accompagner avec l'ensemble de nos savoir-faire une association de défense des droits**.

En 2025, nous avons accompagné UP for Humanness, association dédiée à l'insertion sociale et professionnelle de personnes fragilisées et à la recherche-action sur des enjeux majeurs pour faire émerger des pratiques et politiques nouvelles au service d'un monde plus humain.

- Notre équipe Conformité a apporté des réponses aux questionnements juridiques de l'association, pour un total de 5 heures.
- Notre direction Marketing a consacré 3 heures à des sujets liés à la gratuité publicitaire.
- Nous avons également soutenu l'association à hauteur de 10.000€ sur l'année. 5000€ ont été donnés à l'occasion de la soirée de levée de fonds du Parvis Solidaire (mars 2025). 5000€ supplémentaires ont été versés en juin 2025.



La cible d'accompagnement d'une association est atteinte à 75%. L'aide accordée à UP for Humanness a eu lieu sur les deux premiers trimestres 2025. Les équipes n'ont pas été sollicitées sur les derniers trimestres.



Trajectoire 2026 : poursuite des recherches afin d'identifier quelle structure accompagner. Conformément aux attentes des collaborateurs exprimées lors du séminaire de novembre 2024, les équipes seront invitées à choisir, parmi une sélection d'associations, celle qu'elles souhaitent soutenir pour l'année.

6.3. AMBITIONS ET ENJEUX À VENIR

Notre récente acquisition de la qualité de société à mission ouvre un vaste champ d'amélioration et de consolidation de nos pratiques.

Dans cette perspective, plusieurs enjeux ont été identifiés pour l'année à venir.



Mobiliser durablement les collaborateurs autour de notre mission

L'appropriation des sujets liés à la mission par l'ensemble des Solucioners constitue pour nous un enjeu central. Nous souhaitons encourager l'engagement interne autour de notre mission et développer des espaces de participation accessibles à l'ensemble des collaborateurs, afin de renforcer leur implication sur ces sujets.

Afin de partager nos enjeux et nos ambitions, nous pensons ainsi :

- organiser des déjeuners réunissant les membres du COM'ON et les collaborateurs volontaires ;
- proposer à tous les collaborateurs de participer aux réunions trimestrielles du COM'ON ;
- dédier un temps fort de communication à l'occasion de la publication du rapport de mission en juin 2026.

Développer le mécénat de compétences

Il s'agit de structurer davantage cette démarche et d'en faire la promotion auprès des équipes afin de leur en faciliter l'accès. Nous souhaitons associer en 2026 les collaborateurs au choix de la ou des associations que nous accompagnerons sur le même format que pour UP for Humanness. Il est également essentiel que nous mettions en place un suivi précis du temps consacré au mécénat et de la valorisation financière qui lui est associée.

Poursuivre la mission au cœur du développement commercial

Au niveau commercial, le suivi du plan stratégique de l'entreprise implique par lui-même le respect des engagements de l'entreprise à mission. À ce titre, nous n'avons pas identifié de changement majeur à anticiper dans la conduite de nos activités de développement.



7. CONCLUSION

Notre passage en société à mission n'a pas seulement ancré ou modifié ce que nous faisons : il a transformé notre idée de l'entreprise.

En 2025, nous avons posé les premières pierres d'un modèle d'assurance où l'humain reste essentiel, où la confiance se construit dans la durée, et où chaque action — petite ou grande — participe à rendre le droit plus accessible, plus simple, plus juste.

Ce rapport retrace nos premiers pas, mais surtout l'élan qui nous porte.

Il montre comment la mission a révélé le meilleur de Solucia : la force du collectif, la créativité des équipes, l'engagement de nos partenaires, la confiance de nos bénéficiaires. Il montre aussi qu'une entreprise peut choisir un chemin différent : un chemin qui conjugue performance et utilité, expertise et empathie, innovation et responsabilité.

Nous savons que le parcours ne fait que commencer. Beaucoup reste à construire, à expérimenter, à affiner. Mais une chose est certaine : la mission n'est plus un horizon lointain. Elle est devenue une boussole, une manière d'être, une promesse que nous nous engageons à tenir.

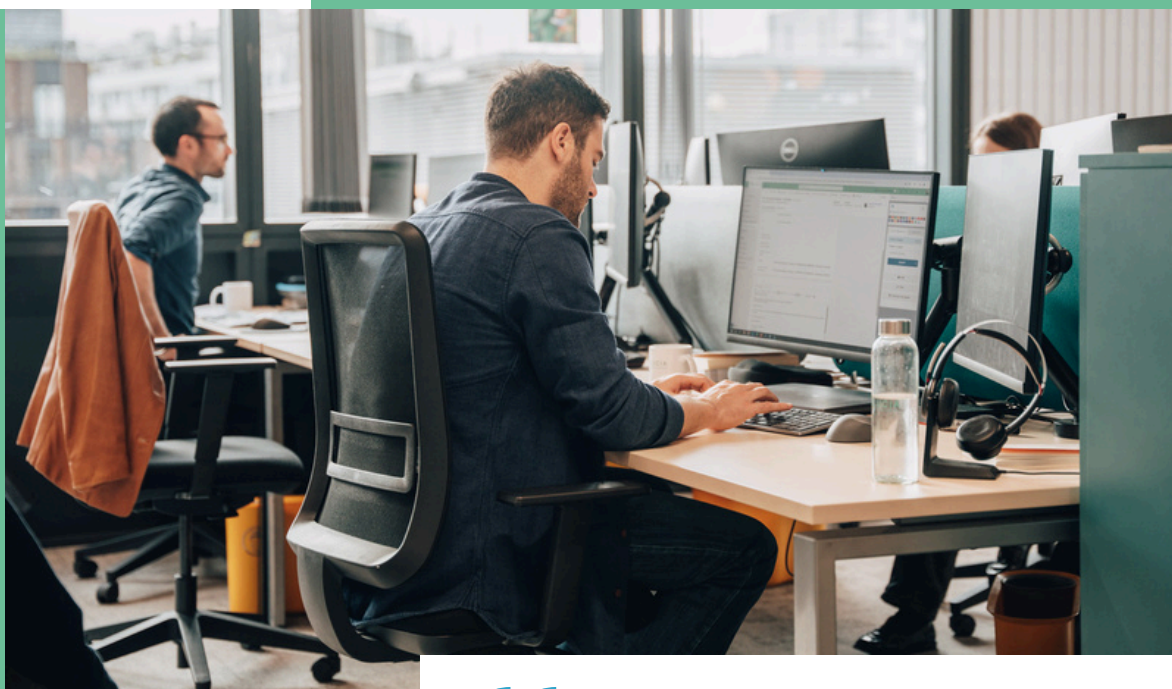
En 2026, nous allons poursuivre cette dynamique avec détermination.

En mobilisant encore davantage nos équipes. En renforçant notre impact social. En continuant à co-concevoir avec nos partenaires des solutions qui servent réellement les droits et les intérêts de nos clients. En faisant du mécénat de compétences un vecteur puissant de transformation. En incarnant, par nos actes, l'idée qu'une assurance peut être un promoteur de solidarités.

Nous remercions celles et ceux — collaborateurs, partenaires, clients, actionnaire — qui rendent ce chemin possible. Grâce à vous, Solucia avance avec confiance vers un modèle plus inspirant, plus humain, plus utile. Et ce n'est qu'un début.



SOLUCIA



Donner à chacun le pouvoir
d'exercer ses droits,
grâce à un collectif expert,
créatif et engagé pour une
société plus juste.



NOUS CONTACTER

Téléphone : 01 44 87 59 80

Email : contact@soluciaspj.fr

Adresse : 111 avenue de France, 75013 Paris