



Performance

Une nouvelle année de croissance pour la CARAC, fruit d'un travail collectif et d'une stratégie ambitieuse tournée vers l'avenir.

En 2024, la CARAC a poursuivi son développement. Renforcer sa qualité de service et la proximité avec ses adhérents ont été deux enjeux prioritaires pour la mutuelle tout au long de l'année. Avec un nouveau record de performance commerciale atteint, la CARAC confirme la pertinence de son modèle.

Renforcer l'accessibilité, un enjeu en faveur de la performance

En 2024, la CARAC a confirmé la pertinence de ses orientations en poursuivant avec succès son développement. La CARAC a poursuivi l'évolution de son modèle relationnel et renforcé sa proximité.



Combiner performance, accessibilité et durabilité

Dans un contexte où les enjeux sociétaux et environnementaux évoluent rapidement, le Groupe CARAC confirme en 2024 son statut d'acteur de confiance sur le marché de l'épargne de long terme. Avec un chiffre d'affaires consolidé de 1,4 milliard d'euros (en hausse de 81%), le groupe a prouvé qu'il était capable de conjuguer efficacité économique et engagement sociétal.

La CARAC est fidèle à ses convictions historiques : une proximité renforcée dans les territoires, un conseil personnalisé pour accompagner chacun selon ses besoins, mais également des investissements durables et responsables. Sans oublier de renforcer tant ses offres que son modèle relationnel, en ajoutant la vente à distance à ses canaux traditionnels de distribution.



« En tant que Mutuelle à mission, nous défendons l'idée d'une proximité renforcée dans les territoires et d'un conseil personnalisé pour accompagner chacun selon ses besoins. »

Michel Andignac
— Directeur général

Renforcer la joignabilité : le choix de la téléphonie

L'évolution du modèle relationnel de la CARAC répond à un besoin majeur : renforcer la qualité de service offert aux adhérents, en améliorant notamment l'accessibilité à travers une nouvelle stratégie de gestion de la téléphonie. En 2024, la CARAC a ainsi fait le choix d'internaliser une plateforme téléphonique et de la baser en France, en complément du « welcome bot » déjà en service pour détecter le motif d'appel du correspondant.



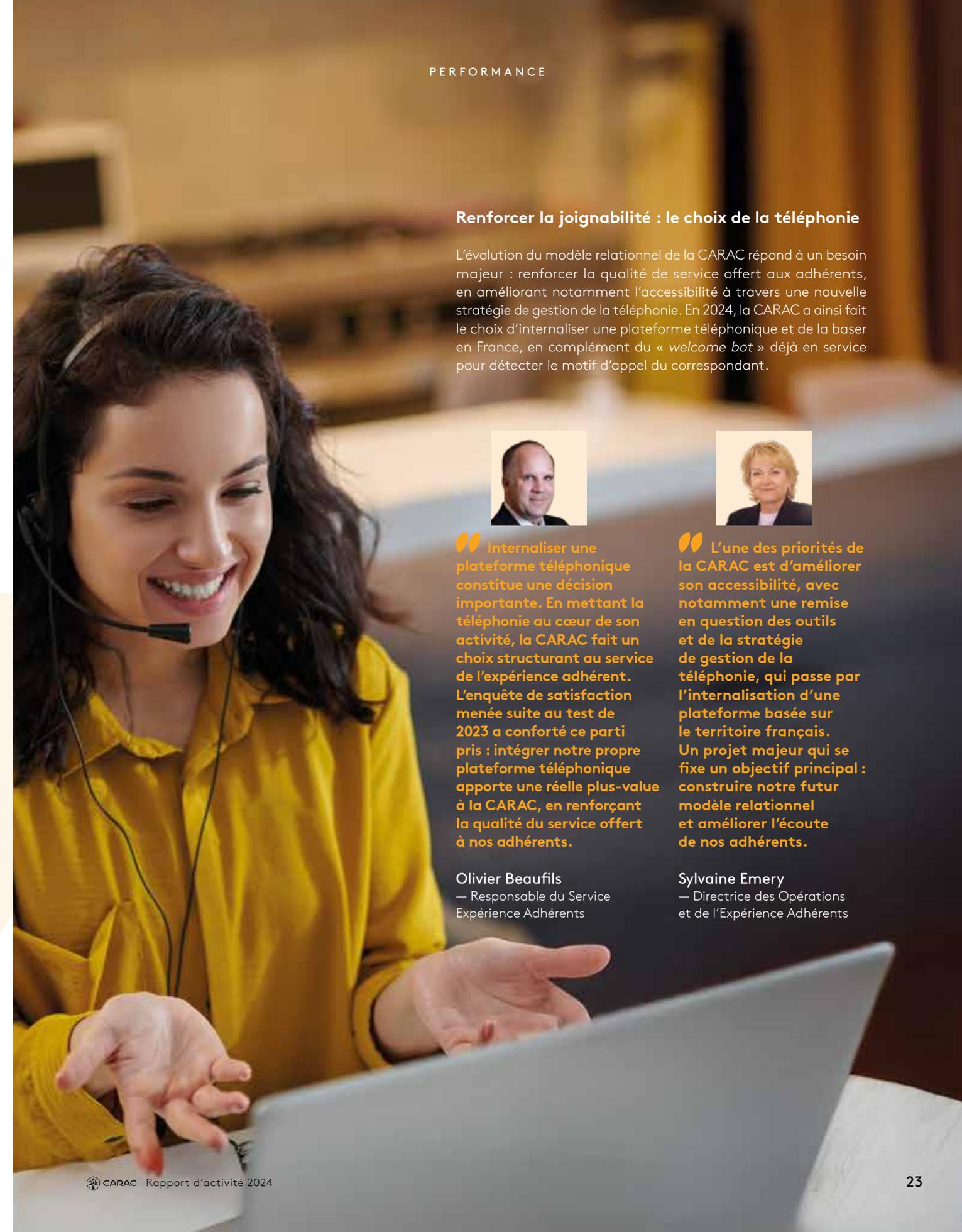
« Internaliser une plateforme téléphonique constitue une décision importante. En mettant la téléphonie au cœur de son activité, la CARAC fait un choix structurant au service de l'expérience adhérent. L'enquête de satisfaction menée suite au test de 2023 a conforté ce parti pris : intégrer notre propre plateforme téléphonique apporte une réelle plus-value à la CARAC, en renforçant la qualité du service offert à nos adhérents. »

Olivier Beaufiles
— Responsable du Service Expérience Adhérents



« L'une des priorités de la CARAC est d'améliorer son accessibilité, avec notamment une remise en question des outils et de la stratégie de gestion de la téléphonie, qui passe par l'internalisation d'une plateforme basée sur le territoire français. Un projet majeur qui se fixe un objectif principal : construire notre futur modèle relationnel et améliorer l'écoute de nos adhérents. »

Sylvaine Emery
— Directrice des Opérations et de l'Expérience Adhérents



Optimiser la relation adhérents

La plateforme téléphonique a démarré son activité en avril 2024, avec l'intégration de l'équipe EZRA au sein de la DOEA. Les conseillers, qui répondent à nos adhérents, transfèrent pour traitement les appels entrants, selon leur nature, aux services concernés : réseau commercial, gestion, etc.

Puis, en octobre 2024, la CARAC a lancé sa plateforme de distribution à distance (DAD), rattachée à la Direction du Développement. Elle est dédiée à la gestion des demandes téléphoniques de tout type. DAD accompagne l'action de nos conseilles mutualistes, qui ne peuvent traiter toutes les sollicitations simultanées en raison de leur volume.

Cette plateforme constitue un nouveau canal de distribution au service des adhérents et prospects de la CARAC. Elle intervient sur les appels entrants à caractère commercial et sur l'exploitation des pistes digitales, des campagnes marketing et des partenariats. À fin 2024, son équipe dédiée commercialisait deux solutions : le PER Secteur Public et la Retraite Mutualiste du Combattant. Les équipes EZRA et DAD exercent désormais leur activité respective au sein d'un centre d'appels situé à Villeneuve d'Ascq, inauguré début 2025.



Inauguration du centre d'appels, notamment en présence de Pierre Lara et Michel Andignac.



Notre modèle se renforce tant d'un point de vue technologique, que commercial ; nous mettons en place des synergies nouvelles et sommes actuellement en discussion pour que cette dynamique de croissance perdure au-delà de l'année 2024.

Malek Bendafi
— Directeur du Développement et des Partenariats



L'ouverture de la plateforme est un symbole fort de l'adaptabilité et de l'agilité de nos équipes.

Virginie Cappelle
— Responsable Centre Relation Adhérent (EZRA)



L'ambition de DAD ? Contribuer à la belle dynamique commerciale de la CARAC, aujourd'hui et durant les années à venir.

Dimitri Level
— Responsable Plateforme de Distribution à Distance

Garantir un accueil de qualité en agence

En 2024, la CARAC s'est plus que jamais attachée à tenir ses engagements en matière de proximité et d'accueil de ses adhérents sur l'ensemble du territoire français. Une volonté qui s'est notamment traduite par l'inauguration en février 2025 des agences d'Angers et de Bordeaux, qui ont déménagé. La CARAC traduit ainsi dans les faits son parti pris de conserver le lien précieux et tangible qui la lie à ses adhérents et à leur famille. Complément précieux des autres canaux d'échange, les agences accueillent le public, contribuant ainsi à renforcer la relation de confiance entre l'adhérent et son conseiller.



LE NOUVEAU MAILLAGE DÉCRYPTÉ

Deux questions à Mickaël Suet
— Directeur du Réseau Commercial

Qu'est-ce que ce nouveau maillage va changer concrètement ?

M.S. Cette proximité permet de multiplier les interactions avec nos adhérents.

En limitant l'extension géographique des portefeuilles, nous réduisons les temps de trajet de nos conseillers, pour leur permettre de voir plus d'adhérents. Aujourd'hui, nos conseillers peuvent ainsi mieux répondre aux demandes, s'assurer que la situation de l'adhérent est adaptée aux contrats qu'il détient, etc : en résumé, ils peuvent apporter un conseil ajusté. Cette dimension est une véritable valeur ajoutée, centrale dans notre stratégie commerciale.

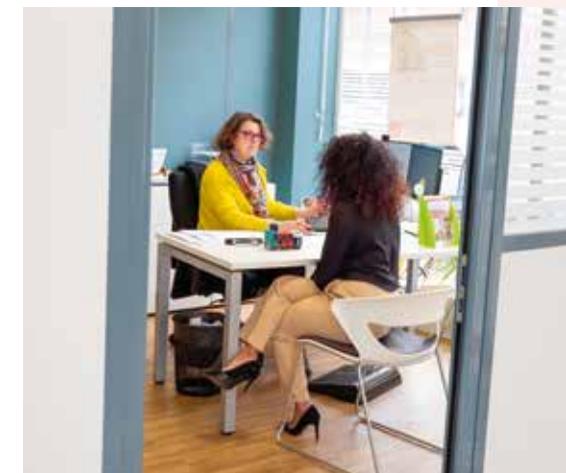
Quel intérêt en termes de développement pour la CARAC ?

M.S. Comme évoqué ci-dessus, non seulement la relation commerciale avec nos adhérents et prospects gagne en qualité, mais ce maillage accroît nos opportunités de conquêtes sur le marché de l'assurance vie. Enfin, il permet de renforcer notre présence sur le territoire et notre visibilité, en réponse à l'une de nos ambitions clés : promouvoir le rayonnement de la marque CARAC partout en France.

Repenser le maillage du réseau commercial

En 2024, afin d'optimiser son organisation opérationnelle tout en renforçant la satisfaction de ses adhérents, la CARAC a repensé son maillage territorial déployé au 1^{er} janvier 2025. La nouvelle carte de France du Réseau compte désormais cinq régions et vingt-deux zones, l'Île-de-France devenant une région à part entière.

Ce nouveau maillage est le fruit d'un travail de plusieurs mois. La segmentation du portefeuille a notamment permis de faire le point concernant les profils des adhérents (les patrimoniaux, le grand public, l'âge, la proximité d'une agence CARAC, etc). L'analyse de ces éléments a dès lors permis de proposer un découpage adapté et une distribution de portefeuilles cohérente. Enfin, point essentiel, le maillage commercial a été travaillé en parallèle avec celui des Conseils de section, dans le respect du modèle coordonné de la CARAC.



Une offre en constante évolution

Enrichir son offre et diversifier ses canaux de distribution ont fait partie des orientations prioritaires. En ajustant sa gamme de produits, ses garanties et services, la mutuelle CARAC répond aux besoins et attentes de ses adhérents et prospects.

Toujours mieux répondre aux besoins des adhérents

La société évolue et, avec elle, les besoins du public. Au-delà des adhérents de toujours, qu'elle continue de servir avec exigence, la CARAC s'est attachée, en 2024, à convaincre de nouveaux publics tels que des plus jeunes et des profils plus patrimoniaux.

À année exceptionnelle, opérations exceptionnelles. En 2024, la mutuelle a fait évoluer ses offres pour répondre notamment aux exigences réglementaires de la Loi Industrie Verte et en développant ses services (CARAC partenaire de vie Dhomplus). Plusieurs campagnes promotionnelles ont été lancées dans le cadre de notre centenaire.

La souscription se digitalise

Depuis 2024, adhérents et prospects peuvent souscrire en ligne à deux contrats : la Retraite Mutualiste du Combattant (RMC) et le PER Carac Secteur Public. Ergonomique et sécurisé, le service permet de mener les démarches en toute autonomie et en quelques clics, jusqu'à la signature électronique. Une procédure qui peut être réalisée, si besoin, avec l'aide d'un conseiller grâce à un rappel immédiat, l'envoi d'un courriel ou lors d'un rendez-vous. Depuis le lancement de l'adhésion en ligne à la RMC, de nombreux contrats ont été souscrits : un succès qui démontre la capacité de la CARAC à répondre aux attentes de ses adhérents actuels et futurs.



« Nous avons à cœur de faire évoluer en permanence notre offre afin de rester au plus près des besoins de nos adhérents et des meilleurs standards du marché, le tout en restant fidèle aux valeurs humaines de la CARAC. »

Myriam Souveton
— Directrice Marketing, Digitalisation, Innovation

« C'est intuitif, fluide, rapide. J'ai très vite trouvé les grands points qui m'intéressaient et les réponses attendues. Ça m'a conforté dans mon choix de finaliser l'inscription. »

Tom
— Un adhérent CARAC
âgé de 29 ans



Accompagner la dynamique patrimoniale

En 2024, la CARAC a organisé vingt soirées patrimoniales. Chaque trimestre, au cœur de ses quatre régions, elle a invité ses adhérents et prospects dans un lieu prestigieux pour une soirée dédiée à la gestion et à la transmission du patrimoine. Un dispositif commercial de proximité, au service du développement, qui permet d'initier et de renforcer le dialogue avec les adhérents.



« Lors des soirées patrimoniales, des thèmes complexes – économie, fiscalité, transmission – sont abordés avec beaucoup de pédagogie pour proposer une information complète et accessible. Ces soirées facilitent la prise de rendez-vous individuelle pour obtenir une préconisation sur mesure, adaptée à chaque situation personnelle. »

Bruno-Philippe Gondet
— Responsable régional Nord-Ouest



INNOVER ENSEMBLE AVEC LES HACKATHONS

« Une question à Tom Ferrer, — Responsable Innovation, Direction Marketing, Digitalisation et Innovation. »

« Un hackathon, qu'est-ce que c'est ?
T.F. Créé dans le monde de l'informatique, le hackathon est, au départ, une compétition qui réunit, pendant un temps déterminé, plusieurs compétiteurs, dans l'objectif de résoudre un problème. Au sein d'une entreprise, le hackathon contribue à promouvoir la culture innovation et à renforcer l'engagement du collectif. »



« Le hackathon nous a permis de trouver des solutions ensemble, afin d'améliorer la gestion des dossiers, en réduisant notamment nos délais de traitement. Je suis vraiment contente d'avoir ainsi un peu apporté ma pierre à l'édifice ! »

Carla Cattura
— Assistante régionale Nord-Ouest

Une dynamique de succès

En 2024, le Groupe CARAC a poursuivi avec détermination sa trajectoire de croissance, confirmant à travers ses performances commerciales la pertinence de ses choix et de son modèle.



La CARAC, groupe mutualiste indépendant, affiche une forte dynamique et des ambitions affirmées sur le marché de l'épargne de long terme. En 2024, son produit net assurance et son résultat d'exploitation ont tous deux connu une croissance à deux chiffres sous l'effet des opérations de croissance externe (Selencia, Astream), d'une collecte nette très positive (430 millions d'euros) et d'un rendement financier performant dans la durée (3,76% pour le fonds général CARAC en 2024).

Autant de performances qui lui ont permis d'offrir une rémunération de l'épargne parmi les plus compétitives du marché, tout en préservant un niveau élevé des réserves (Provision pour Participation aux Excédents consolidée à fin 2024 de 581 millions d'euros). Enfin, le résultat net part du groupe est en augmentation de 5%, à 76 millions d'euros, en ligne avec la croissance de son bilan.

15 000 nouveaux adhérents

en 2024 (37 % de progression par rapport à 2023)

DES PRODUITS MULTIRÉCOMPENSÉS

En 2024, la performance des produits de la CARAC a de nouveau été saluée par la presse financière qui leur a décerné plusieurs prix.



Label Sélection Premium 2024/2025 par Good Value for Money

Au regard des caractéristiques et des qualités de Carac Épargne Patrimoine, Good Value for Money a une nouvelle fois attribué sa Sélection Premium 2024/2025 à ce contrat.

« Un représentant cordial et compétent qui allie la qualité du placement aux conseils avisés. Une très bonne expérience que je recommande. »

« Mon père, client de la CARAC depuis de nombreuses années, m'a parrainé pour une assurance vie. Le conseiller a été pertinent et très clair dans ses explications. »



« Je suis très satisfaite des services de la CARAC. Ma conseillère a pris le temps de bien comprendre mes besoins afin de me proposer un produit adapté à mon futur projet immobilier. »



Oscar du meilleur contrat d'assurance vie proposé par un assureur mutualiste

En décernant pour la 3^e année consécutive l'Oscar de l'assurance vie à Carac Épargne Patrimoine, le jury du magazine Gestion de Fortune récompense l'initiative de la CARAC pour répondre au plus près des attentes des épargnants, grâce à un contrat proposant 0% de frais sur versement et accessible dès 500 € versés.



« J'ai souscrit un PER auprès de la CARAC. L'accueil à l'agence est au top : personne souriante et agréable, de très bon conseil, sans compter sa réactivité ! »



Trophée d'Or des contrats d'assurance vie

Le contrat « Carac Épargne Patrimoine » a reçu le Trophée d'Or du magazine Le Revenu. Ce prix permet à la CARAC d'obtenir une récompense dans la catégorie « Meilleurs contrats des mutuelles » à l'occasion de la 47^e édition des meilleures assurance vie de frais sur versement et accessible dès 500 € versés.

« La CARAC est un organisme efficace et compétent qui donne confiance. Toutes les réponses ont été apportées à nos questions et le conseil s'est avéré précieux lors du bilan patrimonial. »

* Commentaires d'adhérents Carac, recueillis sur la plateforme de gestion des avis clients Custplace.

La construction d'un groupe, acteur de confiance tourné vers l'avenir

Dans un monde en perpétuelle transformation, marqué par des défis économiques, sociaux et environnementaux de plus en plus complexes, se dessine la nécessité d'agir autrement. Face à ces enjeux, le groupe CARAC entend jouer avec conviction son rôle : celui d'un acteur de confiance, résolument tourné vers l'avenir.

Chaque jour, nous nous engageons à bâtir un avenir plus solidaire, plus inclusif et plus durable. Parce que nous croyons que la performance ne se mesure pas uniquement en chiffres, mais aussi grâce à l'engagement et la mobilisation d'un collectif humain attaché à créer des gages d'empreintes positives.

Être un groupe responsable, c'est oser innover sans perdre de vue nos valeurs. C'est conjuguer ambition économique et conscience sociale. C'est avancer ensemble, avec nos collaborateurs, nos élus et nos partenaires, pour créer des solutions durables qui répondent aux besoins d'aujourd'hui et anticiper ceux de demain.

Notre ambition est claire : participer activement à la construction d'un avenir où la confiance, la solidarité et la durabilité ne sont pas des options, mais des fondations.

LA CARAC, GROUPE MUTUALISTE INDÉPENDANT, EST UN ACTEUR DE CONFIANCE SUR LE MARCHÉ DE L'ÉPARGNE DE LONG TERME.



Il est composé de :
La CARAC, mutuelle d'épargne de retraite et de prévoyance de référence sur le marché français de l'assurance vie et de l'épargne retraite avec des solutions performantes et inscrites sur le long terme. La mutuelle CARAC dispose d'un réseau de collaborateurs sur l'ensemble du territoire qui, grâce à leur expertise, conseillent et accompagnent les épargnants dans la durée, face aux complexités du monde financier.



Selencia, société d'assurance spécialisée dans la création et la gestion de contrats d'assurance vie au service de ses partenaires Conseillers en gestion de patrimoine. Selencia a rejoint le Groupe CARAC en 2023.



Le Groupe CARAC est entré en septembre 2024 au capital d'Astream, société de gestion indépendante spécialisée dans la gestion d'actifs et de fonds immobiliers. Avec une participation de 52 % de son capital, cet arrimage reflète l'ambition du groupe d'élargir son expertise et sa proposition de valeur, avec l'accès à un secteur à fort potentiel qui est l'industrie du tourisme.

Des partenaires qui partagent les valeurs de la CARAC

Année après année, la CARAC apporte une nouvelle dimension à sa stratégie de développement en se rapprochant de partenaires partageant ses valeurs. Des acteurs mutualistes, des sociétés en gestion de portefeuille comme Astream, des conseillers en gestion de patrimoine avec sa filiale Selencia, des acteurs technologiques qui partagent une démarche innovante de cocréation de valeur.

Dans ce cadre, la CARAC a ainsi déjà conclu des partenariats avec des acteurs de confiance auprès desquels elle met à disposition des solutions d'épargne, de retraite et de prévoyance. Ceux-ci se répartissent en trois grandes catégories : Communauté Défense, Handicap et Vulnérabilité, Économie Sociale et Solidaire, et comptent parmi eux la mutuelle Unéo et des associations comme APF France handicap ou l'Unapei, pour l'épargne solidaire.



Ce partenariat s'inscrit dans une vision industrielle que nous partageons pour concevoir une plateforme innovante de gestion d'actifs ; et qui s'appuie sur une forte culture entrepreneuriale et les savoir-faire de toutes les parties.

Pascal Savary
— Président d'Astream



Michel Andignac, Directeur général de la CARAC
Bertrand Hau, Directeur général de Selencia.

Nous sommes heureux de renforcer notre collaboration avec Astream, partenaire de longue date. Leur savoir-faire permettra non seulement d'enrichir encore notre offre mais également d'ancrer notre vision de marier développement économique et développement responsable sur le long terme.

Michel Andignac
— Directeur général de la CARAC

Depuis son arrimage au groupe CARAC, Selencia Patrimoine bénéficie d'un rebond commercial significatif porté par un renforcement de ses moyens commerciaux, l'attractivité de son offre et une amélioration continue de ses services.

Bertrand Hau
— Directeur général de Selencia

Accompagner les publics bénéficiaires

Grâce à ses partenaires, la CARAC est en mesure de diversifier ses canaux de distribution, tout en adaptant son offre pour accueillir de nouveaux adhérents comme les agents du secteur public et de la défense, ou encore les personnes en situation de vulnérabilité.

En 2024, la CARAC s'est ainsi par exemple rapprochée d'Intégrance, afin de conjuguer leurs savoir-faire respectifs en faveur de ses adhérents en situation de handicap et de vulnérabilité. Intégrance distribue désormais le contrat CARAC Épargne Protection (CEPRO), tandis que la CARAC, de son côté, promeut les offres de santé d'Intégrance auprès de ses adhérents seniors à domicile qui ne sont pas militaires ou des personnes âgées dépendantes hébergées en établissements hospitaliers pour personnes âgées dépendantes (Ehpad).

Toujours en 2024, la CARAC et le Groupe Intérieure ont conclu un accord de distribution en épargne et retraite, afin de compléter l'offre de services réservée aux adhérents, agents de la fonction Publique, et les jeunes.

Enfin, la CARAC a également conclu un partenariat avec la Banque Française Mutualiste (BFM), qui lui permet de proposer aux adhérents de la BFM un PERin répondant parfaitement à leurs attentes en termes de performance, de sécurité et de durabilité. La CARAC met ainsi son expertise dans le domaine de la retraite individuelle au service des 24 mutuelles sociétaires de la BFM et de leurs 3,6 millions d'adhérents.