

Comment Flex, la startup créée par la Mutuelle Générale, veut transformer le marché de la qualité de vie au travail

Depuis 2020, Flex, un acteur innovant sur le marché des services aux entreprises, est développé dans le giron de La Mutuelle Générale. Rencontre avec Rosa Nait Saada, à la tête de ce projet entrepreneurial, destiné à améliorer le bien-être au travail et faciliter le quotidien des salariés.

Temps de lecture : minute

13 juin 2024

Lancée par la Mutuelle Générale en septembre 2020, en pleine crise sanitaire, Flex propose aux entreprises de toutes tailles et de tous secteurs des services clé en main pour favoriser le bien-être, la santé et l'engagement des collaborateurs - un marché couramment rassemblé sous la bannière de la QVT, pour "Qualité de Vie au Travail". "Aucune offre globale n'existait pour accompagner les entreprises de A à Z sur ces sujets", souligne Rosa Nait Saada, sa directrice, en revenant sur la genèse de ce projet.

Avec Flex, les entreprises peuvent accéder, via une plateforme 100% digitale, à un ensemble de services thématiques et personnalisables à proposer à leurs salariés dans le cadre de leur démarche d'amélioration de la QVT. Le catalogue d'offres comprend ainsi de l'aide aux devoirs, une conciergerie, un portail de loisirs, des formations, des solutions de prévention des risques ou encore des téléconsultations médicales et des bilans de santé. Le tout avec des outils permettant de faire connaître ces

solutions et d'en évaluer l'impact.

Un besoin identifié (presque) par hasard

De l'aveu même de Rosa Nait Saada, le projet est né un peu par hasard : à l'issue d'un événement où la Mutuelle Générale présentait l'ensemble des services proposés à ses clients, des dirigeants se sont montrés intéressés... mais sans pour autant vouloir changer d'assureur. D'où l'idée de créer une offre dédiée, à côté de l'activité d'assurance du groupe, pour les clients existants et les non-clients de la mutuelle.

"Nous avons ensuite construit notre offre en partant des besoins réels des salariés, identifiés lors de nombreux focus groups", explique la directrice de Flex, qui estime que c'est cette approche empirique qui distingue l'entreprise des offres concurrentes. *"Les concurrents pure-players proposent des services sur des thématiques spécifiques, tandis que d'autres assureurs ont aussi créé des filiales de services, mais en restant dans leur métier d'origine",* détaille-t-elle.

Quatre à six nouvelles offres par an

Chez Flex, une structure agile, avec des circuits de décision courts, permet à l'équipe de dix personnes d'adapter rapidement l'offre, pour répondre aux évolutions constantes des besoins des entreprises et de leurs salariés. Un exemple ? *"Avant le Covid, l'attention était surtout portée sur les TMS - les troubles musculo-squelettiques. Aujourd'hui, la problématique de la santé mentale est devenue prioritaire. Les besoins changent très vite, et encore plus depuis la crise sanitaire".*

Chaque année, Flex lance ainsi quatre à six nouvelles offres, et en abandonne deux ou trois. *"Par exemple, nous avons arrêté de proposer une application de formation STT (pour "Salarié sauveteur secouriste du travail", ndlr) lorsque nous avons identifié une solution en réalité virtuelle,*

bien plus efficace". En fonction des cas, l'équipe agrège des solutions existantes ou en crée de toute pièce. *"De plus en plus, nous faisons de l'ingénierie et de l'architecture de services, plutôt que de reprendre des services existants"*. Tout cela en s'appuyant sur un socle technologique développé en interne.

Démocratiser les bilans de santé

Dernier lancement en date : le bilan de santé Broca, qui vise à détecter les maladies silencieuses et favorise une prise en charge rapide. *"Jusqu'à maintenant, ces bilans de santé étaient surtout proposés aux membres des Comex dans les structures importantes, en raison de leur coût. Il n'y avait rien pour la cible cadres, ou alors à des prix prohibitifs. Nous avons donc listé tous les examens indispensables pour un check-up, en nous concentrant sur l'essentiel"*, explique Rosa Nait Saada.

Le bénéficiaire du bilan de santé a également un accès illimité pendant un an à une conciergerie médicale premium pour lui et ses ayants-droits, *"afin d'accéder si besoin à des rendez-vous chez des spécialistes en quelques semaines"*.

S'appuyant sur des ressources du groupe (communication, SI, force commerciale...), Flex dispose d'un cadre propice à l'innovation, tout en capitalisant sur les atouts de la Mutuelle Générale - en particulier la proximité avec ses clients. *"C'est toute la force de notre positionnement : nous gardons un pied dans l'assurance pour bien comprendre les clients, tout en étant dans l'innovation et la recherche de solutions différenciantes"*, conclut Rosa Nait Saada.



À lire aussi

De l'importance de la santé mentale dans les startups



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Benoit Zante

