



Rapport d'impact 2025

25.08.2026

Sommaire

1. 2025, l'année où Benefiz a changé d'échelle
2. Notre raison d'être
3. 2025 en chiffres
4. Notre modèle d'impact
5. Objectif #1 : Développer l'accès aux avantages sociaux
6. Objectif #2 : Développer des avantages sociaux créateurs de valeur durable
7. Objectif #3 : Réduire les inégalités d'accès
8. Objectif #4 : Construire un modèle d'innovation sociale durable
9. Focus #1 : Les courtiers comme multiplicateurs d'impact
10. Focus #2 : Rentabilité et mission
11. Gouvernance de la mission
12. Nos apprentissages 2025
13. Feuille de route 2026
14. Conclusion



PRÉAMBULE SUR LES RÉSULTATS 2025

2025, l'année où Benefiz a changé d'échelle

En 2025, Benefiz a franchi deux étapes majeures : l'entreprise a dépassé les 70 millions d'euros de volume d'affaires et atteint la rentabilité.

Ces résultats confirment l'adoption de notre modèle et sa capacité à s'inscrire dans la durée. Ils nous permettent d'accompagner davantage d'entreprises et de salariés, tout en continuant à investir dans notre produit, notre accompagnement et la qualité de nos services.

Pour une entreprise à mission, la solidité économique n'est pas une finalité. Elle est la condition d'un impact plus durable : aider les TPE et PME à améliorer leur performance économique tout en renforçant leur performance sociale.

2025 a également marqué une clarification de notre stratégie. Depuis sa création, Benefiz s'appuie sur les courtiers pour rendre les avantages sociaux plus accessibles aux TPE et PME. Nous avons choisi de renforcer cette orientation en faisant du courtage notre principal canal de développement, aux côtés des professionnels qui conseillent déjà ces entreprises au quotidien.

Ce deuxième rapport de mission mesure ce que ce changement d'échelle rend possible : plus d'entreprises accompagnées, des avantages sociaux mieux compris et davantage de pouvoir d'achat pour les salariés.





BENEFIZ, SOCIÉTÉ À MISSION DEPUIS 2021

Notre raison d'être

Benefiz est devenue une société à mission en 2021.

En choisissant ce statut, la Société reconnaît que sa Mission n'est pas réductible à la seule recherche du profit.

Nous pensons que les hommes et les femmes sont la véritable richesse de toute entreprise. Aujourd'hui plus que jamais, l'engagement de l'entreprise envers ses collaborateurs est un prérequis essentiel pour assurer sa réussite. Elle fait donc face à un nouveau défi : offrir des avantages sociaux généreux tout en préservant l'équilibre économique de la structure.

La Société souhaite aider les entreprises à prendre soin de leurs collaborateurs et à protéger leur avenir, en leur permettant de bénéficier d'avantages destinés à préserver leur santé, à se protéger contre les aléas de la vie et à améliorer leur qualité de vie au travail.

La Société souhaite aider les entreprises à allier performance sociale et performance économique dans le respect de la planète.





2025 en chiffres

En 2025, Benefiz a poursuivi son développement tout en atteignant la rentabilité.

Nombre de salariés accompagnés	46 152
Nombre d'entreprises clientes	6 828
Nombre de courtiers actifs	390
Nombre d'entreprises équipées d'au moins trois avantages sociaux	375
Montant total chargé sur la Cagnotte	9,2 millions €
Part des dépenses Cagnotte hors titres-restaurant	26 %
Taux d'activation salariés	90 %
NPS RH / Admin	35
NPS salariés	46
Montant collecté pour le fonds d'action sociale	415 650 €
Part du capital détenue par les salariés	14 %
Part des bénéfices dans la rémunération	35 %

Ces chiffres doivent être lus comme les indicateurs d'une même trajectoire : rendre les avantages sociaux plus accessibles, mieux utilisés, plus durables et plus lisibles, tout en construisant une entreprise capable de porter cette mission dans le temps.



Notre modèle d'impact

L'impact de Benefiz repose sur une chaîne simple.

Benefiz conçoit, digitalise et opère des avantages sociaux. Les courtiers les diffusent et les conseillent aux entreprises. Les entreprises les déploient plus simplement. Les salariés y accèdent, les comprennent et les utilisent.

Cette chaîne d'impact nous oblige à mesurer plusieurs dimensions :



L'accès

Combien de salariés,
d'entreprises et de courtiers
sont concernés ?



L'usage

Les dispositifs sont-ils
réellement activés et utilisés ?



La qualité

Les RH, dirigeants, courtiers et
salariés perçoivent-ils la valeur
du service ?



La transformation

Les pratiques évoluent-elles
dans la durée ?

En 2025, nous avons souhaité faire évoluer nos indicateurs en ce sens : mesurer non seulement notre activité, mais aussi nos résultats. Notre objectif pour les prochaines années est d'aller plus loin dans la mesure de l'impact réel sur les entreprises et les salariés.



OBJECTIF #1

Développer l'accès aux avantages sociaux

Le premier engagement de Benefiz consiste à promouvoir la mise en place et le développement des avantages sociaux en entreprise, et à agir via ces dispositifs en faveur du bien-être et du pouvoir d'achat des collaborateurs.

En 2025, cet objectif s'est traduit par la poursuite de notre diffusion auprès des TPE/PME et par le renforcement de notre réseau de courtiers partenaires.

Ces indicateurs permettent de mesurer à la fois la diffusion de Benefiz et la profondeur d'adoption. L'enjeu n'est pas seulement d'équiper davantage d'entreprises, mais d'aider ces entreprises à structurer une politique d'avantages sociaux plus complète, plus lisible et mieux pilotée.

Le développement du canal courtage joue ici un rôle central. Les courtiers connaissent les entreprises qu'ils accompagnent. Ils interviennent aux moments clés : mise en place d'un contrat, renouvellement, arbitrage budgétaire, évolution des garanties, réflexion sur la rémunération globale. En travaillant avec eux, Benefiz peut diffuser plus largement son approche des avantages sociaux, sans réduire cette diffusion à un simple enjeu de volume.

Les indicateurs suivis sont les suivants :

	2025	Objectif 2026
Nombre de salariés accompagnés	46 152	> 55 000
Nombre de courtiers actifs	390	468
Nombre d'entreprises équipées d'au moins trois avantages sociaux	375	700
NPS RH / Admin	35	< 40

Ce que nous retenons de 2025 : l'accès progresse lorsque les dispositifs sont simples à déployer, compréhensibles pour les dirigeants, utiles pour les salariés et portés par des interlocuteurs capables d'en expliquer la valeur.



OBJECTIF #2

Développer des avantages sociaux créateurs de valeur durable

Le deuxième engagement de Benefiz porte sur le développement d'avantages sociaux durables.

Nous entendons cette durabilité dans plusieurs dimensions : sociale, économique et environnementale. Un avantage social durable doit créer de la valeur pour le salarié, renforcer son pouvoir d'achat, rester soutenable pour l'entreprise, s'inscrire dans un cadre clair et permettre des usages adaptés aux besoins réels.

La Cagnotte Benefiz permet de mesurer une partie de cette valeur créée. Elle donne aux salariés accès à une enveloppe d'avantages sociaux utilisable dans plusieurs catégories. L'indicateur de TPV permet d'approcher l'usage réel de cette enveloppe, tandis que la part des dépenses hors titres-restaurant permet de savoir si les salariés utilisent la Cagnotte au-delà de l'usage alimentaire traditionnel.

Sur l'épargne salariale, la part des encours ISR ou ESG constitue un premier indicateur. Il devra être complété, lorsque cela sera possible, par des indicateurs d'usage plus précis : nombre de salariés concernés, comportements d'investissement, compréhension des supports proposés.

Les indicateurs suivis sont les suivants :

	2025	Objectif 2026
Montant total chargé sur la Cagnotte	9,2 millions d'euros	13 millions d'euros
Part des dépenses Cagnotte hors titres-restaurant	26 %	28 %
Part des encours ISR / ESG	100 %	100 %
Montant collecté pour le fonds d'action sociale	415 650 €	500 000 €

Ce que nous devons améliorer : mieux mesurer la durabilité concrète des avantages sociaux. Un montant distribué ou collecté ne suffit pas toujours à démontrer un impact : nous devons progresser dans la mesure de l'usage réel et de la contribution de ces dispositifs au quotidien des salariés.



OBJECTIF #3

Réduire les inégalités d'accès

Le troisième engagement de Benefiz consiste à agir pour l'égalité de traitement de tous et à promouvoir la solidarité en matière d'avantages sociaux, de sécurité et de droit au bien-être.

Cet objectif est central pour Benefiz, car les avantages sociaux restent encore trop souvent moins accessibles, moins lisibles ou moins complets dans les TPE/PME que dans les grandes entreprises.

Le pourcentage de contrats sans distinction entre cadres et non-cadres permet de mesurer l'universalité des dispositifs mis en place. C'est un indicateur important, car il montre si les avantages sociaux bénéficient largement aux salariés ou s'ils reproduisent des différences de traitement internes.

Le taux d'activation des salariés permet d'aller plus loin. Il ne suffit pas qu'un salarié soit éligible à un avantage, encore faut-il qu'il y accède réellement. Il doit comprendre le dispositif pour l'utiliser et percevoir l'impact sur son pouvoir d'achat. C'est pourquoi nous souhaitons désormais distinguer l'accès théorique de l'accès réel.

Le NPS salariés complète cette lecture. Il permet de mesurer la qualité perçue par les bénéficiaires finaux, et pas seulement par les décideurs ou les administrateurs.

Les indicateurs suivis sont les suivants :

	2025	Objectif 2026
Pourcentage de contrats sans distinction cadre / non-cadre	56 %	60 %
Nombre d'entreprises équipées d'au moins trois avantages sociaux	375	700
Taux d'activation salariés	90 %	90 %
NPS salariés	46	> 40

Ce que nous retenons de 2025 : réduire les inégalités d'accès ne consiste pas seulement à signer davantage de contrats. Cela suppose de rendre les avantages sociaux compréhensibles, activables et utiles pour les salariés concernés.



OBJECTIF #4

Construire un modèle d'innovation sociale durable

Le quatrième engagement porte sur les leviers d'innovation sociale durables que Benefiz explore en interne. Cet objectif reflète notre volonté d'appliquer à nous-mêmes une partie de ce que nous défendons auprès de nos clients : une approche de la rémunération globale, du partage de la valeur, de la flexibilité et de la qualité de vie au travail qui ne soit pas décorative, mais structurante.

Ces indicateurs ne prétendent pas résumer à eux seuls la qualité du modèle social de Benefiz. Ils permettent néanmoins de suivre plusieurs dimensions importantes : l'engagement des équipes, la capacité à fidéliser, le partage de la valeur et l'alignement entre notre produit et notre propre politique sociale.

Benefiz s'est construite sur un modèle 100 % remote largement fondé sur la confiance et l'autonomie. Ce modèle doit continuer d'être évalué et rester à la fois lisible pour les équipes et compatible avec la croissance de l'entreprise.

Les indicateurs suivis sont les suivants :

	2025	Objectif 2026
Turnover volontaire	2 %	< 5 %
Part du capital détenue par les salariés	14 %	15 %
Part des bénéfices dans la rémunération	35 %	35 %

Ce que nous retenons de 2025 : notre modèle interne doit rester un terrain d'expérimentation exigeant. Nous ne cherchons pas à présenter Benefiz comme une entreprise modèle parfaite mais à construire une organisation cohérente avec notre mission, capable de conjuguer engagement, performance, transparence et qualité de vie au travail.



FOCUS #1

Les courtiers comme multiplicateurs d'impact

En 2025, Benefiz a franchi une nouvelle étape dans son engagement auprès des courtiers. Historiquement au cœur de notre développement, ils sont peu à peu devenus notre principal levier d'impact.

En effet, les courtiers ne sont pas seulement un canal de distribution : ils sont des interlocuteurs de confiance pour les TPE/PME. Ils connaissent les dirigeants, les contraintes budgétaires, les enjeux de renouvellement, les attentes des salariés et les obligations réglementaires. En travaillant avec les courtiers, Benefiz peut toucher davantage d'entreprises tout en renforçant la qualité du conseil en matière d'avantages sociaux.

Le courtier joue un rôle clé à plusieurs moments de la vie de l'entreprise : identifier les besoins, comparer les dispositifs, expliquer les arbitrages, accompagner la mise en place, aider à la communication, anticiper les renouvellements et contribuer à la fidélisation de l'entreprise cliente.

Notre ambition est d'aider les courtiers à passer d'une logique centrée sur le contrat à une approche plus large d'optimisation des avantages sociaux. Il ne s'agit pas de remplacer leur rôle par la technologie, mais de leur donner les outils, les données et l'accompagnement nécessaires pour renforcer leur conseil.

Les indicateurs suivis sont les suivants :

	2025	Objectif 2026
Nombre de courtiers actifs	390	468
Taux de renouvellement des courtiers actifs	60 %	65 %
Nombre de nouveaux courtiers codés dans l'année	200	200
NPS courtier	56	> 40
Nombre de courtiers ayant vendu plusieurs benefits	220	250
Nombre de participants aux évènements et formations dédiés	110	200

Ce focus est important pour notre mission. Si nous voulons rendre les avantages sociaux plus accessibles aux TPE/PME, l'enjeu n'est pas seulement de convaincre directement plus d'entreprises mais d'équiper les professionnels qui les accompagnent déjà.

En 2026, nous souhaitons mieux mesurer cet impact indirect.



FOCUS #2

Rentabilité et mission

2025 est l'année où Benefiz a atteint la rentabilité. Cet élément fait partie intégrante de notre trajectoire d'impact.

La rentabilité renforce notre capacité à poursuivre notre mission dans la durée. Elle nous permet d'investir dans le produit, d'améliorer la qualité de service, d'accompagner les courtiers, de soutenir nos clients et de construire une entreprise moins dépendante des cycles de financement externes.

Atteindre la rentabilité ne signifie pas que la mission devient secondaire. Au contraire, cela nous permet de l'affirmer davantage. Pour Benefiz, l'enjeu des prochaines années sera de maintenir cet équilibre : continuer à croître, renforcer l'impact, préserver la qualité de service et rester aligné sur les engagements inscrits dans nos statuts.





MÉTHODOLOGIE

Gouvernance de la mission

Le comité de mission accompagne Benefiz dans le suivi de l'exécution de ses engagements.

Composition du comité de mission en 2025 :

- Christophe Triquet, CEO et co-fondateur de Benefiz
- Benjamin Clarenson, CPO et co-fondateur de Benefiz
- César Chanut, Chief of Revenue & Strategy Officer
- Caroline Landré, Chief Financial Officer
- Charlotte Lafont, Partner chez Ring Capital

En 2025, le comité s'est réuni quatre fois. Il a notamment travaillé sur :

- L'atteinte de la rentabilité et « l'impact sur l'impact »
- L'analyse et le bilan de l'impact du premier rapport à mission
- La prise de recul sur la mission, 5 ans après le début de la commercialisation de Benefiz

Les principales recommandations formulées ont été de :

- Faire converger encore plus les KPIs Impact avec les KPIs opérationnels
- Renforcer le levier "Courtiers" pour démultiplier l'Impact
- Structurer les étapes de création d'Impact en lien avec l'horizon long-terme de Benefiz
- Poursuivre le pilotage de Benefiz autour du triptyque croissance, rentabilité et qualité de service, moteur de notre impact.
- En 2026, le comité poursuit son travail sur la fiabilisation des indicateurs, la mesure de l'impact indirect via les courtiers et l'amélioration de la lisibilité entre activité, résultat et impact.





BILAN

Nos apprentissages 2025

2025 nous a permis de clarifier plusieurs points. D'abord, nos indicateurs doivent mieux distinguer les moyens de l'impact. Le nombre de courtiers actifs, d'entreprises équipées ou de dispositifs déployés est élevé, mais il ne suffit pas à montrer ce qui change réellement pour les salariés. Nous devons donc continuer à renforcer les indicateurs d'usage, de satisfaction et de transformation.

Ensuite, l'accès théorique ne suffit pas. Un salarié peut être éligible à un avantage sans l'activer ni percevoir l'impact sur son pouvoir d'achat. Le taux d'activation, les usages de la Cagnotte et le NPS salariés deviennent donc des indicateurs essentiels pour mesurer l'impact réel.

Enfin, l'impact de Benefiz se fait de plus en plus par des relais. Les courtiers, les RH, les dirigeants et les administrateurs jouent un rôle déterminant dans la manière dont les avantages sociaux sont compris et utilisés. Notre mission consiste aussi à les accompagner.





VISION

Feuille de route 2026

En 2026, Benefiz poursuit quatre priorités.

La première consiste à renforcer la mesure de l'usage par les salariés. Nous voulons mieux comprendre ce qui est réellement activé, utilisé et valorisé par les bénéficiaires.

La deuxième est de structurer un tableau de bord d'impact dédié au canal courtage. Le développement indirect doit être mesuré non seulement en volume, mais aussi en qualité d'accompagnement, en profondeur d'équipement et en impact final sur les entreprises et le pouvoir d'achat des salariés.

La troisième est de renforcer la qualité de nos indicateurs d'impact. Les avantages sociaux sont au cœur de notre mission. Nous souhaitons donc mieux mesurer la manière dont ils sont utilisés et la valeur qu'ils créent pour les entreprises et les salariés.

La quatrième consiste à maintenir l'équilibre entre la croissance, la rentabilité et la qualité de service. La rentabilité atteinte en 2025 ouvre une nouvelle phase. Elle crée une responsabilité : celle de construire un modèle durable, capable de grandir sans perdre l'exigence qui fonde la mission de Benefiz.





UNE ANNÉE DE PREUVE

Conclusion

2025 a été une année de preuve. Benefiz a démontré qu'il était possible de construire un modèle rentable tout en poursuivant une mission sociale claire : aider les TPE et PME à conjuguer performance économique et performance sociale.

Cette performance sociale repose sur trois dimensions : plus de pouvoir d'achat, plus de bien-être et plus de sens pour les collaborateurs. Rendre les avantages sociaux plus accessibles doit en effet permettre aux salariés de tirer davantage de valeur des dispositifs mis en place par leur entreprise.

L'année écoulée a également confirmé le rôle central des courtiers. En s'appuyant sur eux, Benefiz ne fait pas seulement évoluer son modèle de distribution : l'entreprise élargit la diffusion de son impact auprès des TPE, des PME et de leurs salariés.

L'enjeu de 2026 est de poursuivre cette trajectoire avec exigence pour mieux mesurer les gains de pouvoir d'achat générés, renforcer l'usage des dispositifs, accompagner les courtiers dans leur rôle de conseil et continuer à construire une entreprise pleinement alignée sur sa mission.

