

La marque Cofidis se réinvente avec une nouvelle identité dévoilée à l'occasion de la conférence de presse de lancement de l'équipe cycliste Cofidis

Villeneuve-d'Ascq – À l'occasion de la conférence de presse de lancement de l'équipe cycliste Cofidis, la nouvelle identité de la marque Cofidis a été dévoilée. Cette évolution marque une étape clé dans le développement du groupe en Europe : elle affirme une ambition renouvelée et renforce la cohérence, la lisibilité et l'impact de la marque dans l'ensemble des pays où elle est présente.

Filiale de Crédit Mutuel Alliance Fédérale, Cofidis Group, pionnier des services financiers à distance, regroupe trois marques complémentaires : Cofidis, Monabanq et Creatis. Né il y a plus de 40 ans dans la métropole lilloise, le Groupe est aujourd'hui implanté dans neuf pays européens et réunit plus de 6 600 collaborateurs, dont près de 3 000 en France.

La refonte de la marque Cofidis à l'échelle européenne a été présentée à l'occasion de la conférence de lancement de la saison de son équipe cycliste professionnelle. Initiée en France, la nouvelle identité sera déployée progressivement en Europe en 2026.

Ce choix s'inscrit dans une logique stratégique : aligner l'évolution de la marque avec une nouvelle phase de développement en Europe, portée par une ambition renforcée et par la volonté d'affirmer son positionnement de manière plus lisible, fondé sur la performance durable, l'excellence relationnelle et la responsabilité. Cette dynamique se traduit concrètement par une stratégie de modernisation — notamment via la digitalisation de ses parcours — et par une diversification destinée à gagner des parts de marché, en particulier en France, tout en consolidant ses positions en Belgique, en Italie et au Portugal et en accélérant son développement en Europe centrale.

Cette évolution intervient à un moment clé, alors que Cofidis Group, devenu Entreprise à mission en 2024, souhaite réaffirmer les principes qui structurent son action : responsabilité et clarté dans un environnement en profonde transformation.

Des fondamentaux solides, orientés vers l'utilité et la performance

Cofidis Group accompagne chaque jour des millions de clients avec des solutions financières simples et adaptées, conçues pour répondre aux besoins des particuliers et des partenaires commerçants. L'ensemble de ses solutions contribue à la protection et à la défense du pouvoir d'achat des Français.

« Cette évolution de la marque Cofidis n'est pas un exercice cosmétique. Elle traduit une étape dans la structuration du groupe et dans la manière dont nous affirmons notre positionnement en Europe. Nous avons souhaité une marque plus lisible, plus cohérente, capable d'accompagner notre développement et de refléter notre priorité : proposer des solutions financières utiles, responsables et performantes, au plus près des besoins réels de nos clients et partenaires », déclare Gilles Sauret, Président du directoire de Cofidis Group.

La nouvelle identité de marque de Cofidis s'inscrit pleinement dans une vision renouvelée : **faire en sorte que le crédit et les services financiers soient utiles à chacun et contribuent activement à la construction d'une société plus durable**. Cette ambition donne un cap et structure le développement de Cofidis, en affirmant son rôle d'acteur responsable à l'échelle européenne.

Elle repose également sur une promesse réaffirmée : **porter à chacun une attention sincère et sans jugement, proposer des solutions financières simples et adaptées, tout en agissant concrètement pour une société plus durable et inclusive**. Cette mission nourrit l'expression de la marque et traduit, dans chaque interaction, la proximité, l'exigence et l'engagement qui fondent la relation de Cofidis avec ses clients et ses partenaires.



Héritière de ses codes historiques, la marque Cofidis conserve son rouge et son jaune emblématiques tout en les réchauffant pour exprimer davantage de proximité, d'énergie et de bienveillance.

Le symbole de la marque Cofidis évolue et devient « l'Élan » : une forme ouverte et projetée vers l'avenir, qui incarne l'expérience attentionnée comme un mouvement vers l'autre, un rayonnement, une clarté nouvelle.

Associée à une typographie densifiée, plus lisible et plus affirmée, cette évolution traduit la solidité, la confiance et la cohésion qui fondent la relation du groupe envers les clients. L'ensemble de la charte graphique, enrichie de trajectoires et de courbes issues de l'Élan, ouvre un terrain d'expression moderne et chaleureux

« Concevoir cette nouvelle identité a été un travail d'alignement à l'échelle européenne. Ainsi, nous avons travaillé main dans la main avec les équipes du Cofidis Group et des neuf pays représentés pour construire un langage commun, capable de respecter l'héritage de la marque tout en traduisant l'expérience attentionnée et sincère, promesse spécifique et différenciante. Notre enjeu était de créer un système cohérent, structurant et durable, pensé pour révéler les nouvelles orientations du Groupe et fédérer l'ensemble des équipes. » **précise Valentine Proust, Directrice de création de l'agence Pixelis.**

Plus qu'un changement visuel, cette nouvelle plateforme clarifie l'architecture de marque, affirme un positionnement plus lisible.

Une marque portée par des valeurs claires et mobilisatrices

Pensée en collaboration avec l'agence Pixelis, la nouvelle plateforme de marque s'articule autour de trois valeurs structurantes : **l'engagement, la performance et la simplicité**, qui incarnent pleinement l'ambition stratégique de Cofidis.

L'engagement se traduit par la volonté d'accompagner durablement les clients, les partenaires et les collaborateurs, avec une responsabilité assumée dans l'impact des solutions proposées.

La performance est envisagée comme un moteur de création de valeur durable, au service de l'utilité économique, sociale et collective.

La simplicité, enfin, guide la conception des offres, des parcours et des relations, avec l'objectif de rendre les services financiers plus accessibles, plus lisibles et plus utiles au quotidien.

Un engagement durable et renouvelé envers le cyclisme, cohérent avec la trajectoire du Groupe

Cette dynamique se retrouve également dans l'engagement historique du Groupe en faveur du cyclisme professionnel, depuis 29 ans, en tant que sponsor unique. À l'occasion de cette nouvelle saison, Cofidis Group présente une équipe engagée dans une nouvelle dynamique, portée par l'arrivée d'un nouveau manager, Raphaël Jeune. L'équipe ambitionne de faire briller ses nouvelles couleurs sur les grandes épreuves du calendrier, des courses mythiques comme Paris-Nice jusqu'au Tour de France.

À travers ce sponsoring, Cofidis Group illustre une vision fondée sur la performance collective, l'exigence, la fidélité et l'engagement durable, en cohérence avec ses valeurs et son modèle.

« Cette saison marque une nouvelle étape pour l'équipe. Nous voulons renforcer notre dynamique collective afin de performer tout au long de l'année. L'objectif est clair : être visibles, offensifs, et porter fièrement les couleurs de la marque Cofidis sur les plus grandes courses du calendrier UCI » **déclare Raphaël Jeune, Manager général de l'équipe Cofidis.**

Avec cette nouvelle plateforme de marque, Cofidis Group affirme une volonté claire : continuer à se développer, à innover et à fédérer autour d'un cap lisible et partagé. Cette évolution accompagne un mouvement plus large de transformation et de projection, au service des clients, des collaborateurs et des partenaires dans toute l'Europe.

À propos de Cofidis Group

Filiale de Crédit Mutuel Alliance Fédérale, Cofidis Group est un pionnier des services financiers à distance. À travers ses trois marques commerciales – Cofidis, Monabanq et Creatis – Cofidis Group propose une large gamme de services financiers pour accompagner les particuliers et les commerçants partenaires dans leurs besoins financiers : prêts personnels, crédits à la consommation, solutions de paiement, services bancaires, assurance ou encore rachat de créances. L'ensemble de ces solutions contribue à la protection et à la défense du pouvoir d'achat des Français. Né il y a 40 ans dans la métropole lilloise, le Groupe est l'un des principaux acteurs du crédit à la consommation et de la banque digitale en Europe, avec une présence dans 9 pays européens. Acteur économique fortement engagé, le groupe emploie près de 6600 collaborateurs en Europe dont près de 3 000 en France.

Plus d'informations sur cofidis-group.com

Contact presse : Matthieu Sénécot, matthieu.senecot@vae-solis.com, 06 51 92 53 14