

Rapport d'Impact  
et de Performance 2025.

Du coeur,  
de l'exigence,  
de l'impact.



Cofidis Group



**Édité par Cofidis Group.**

Directrice de publication : Katia Caniot.

Comité de rédaction : Cécile Lechere, Delphine Fourmy, Alice Papadopoulos.

Conception / rédaction : Mathilde Salmon - [www.aproposde.fr](http://www.aproposde.fr)

Direction artistique / design / accessibilité : Gwenaëlle Dhé - [www.dhenae.com](http://www.dhenae.com)

Crédit Photos : ©Mathilde L'Azou, ©John Lelong, Magnific & Unsplash.

Impression : L'imprimerie partagée - [www.imprimeriepartage.fr](http://www.imprimeriepartage.fr)

# Sommaire

Du cœur, de l'exigence, de l'impact.	4
Carte d'identité.	8
Bilan financier & extra-financier.	9
Comité exécutif.	10
Panorama de la gouvernance.	11
Value for Humans, reflet de la transformation du groupe.	12
Une nouvelle plateforme de marque, symbole de notre transformation.	14
<b>Impact durable</b> .....	<b>16</b>
• Du cadrage à la démonstration d'impact.	18
• Élargir notre cercle d'influence et d'impact.	19
• Une Entreprise à Mission engagée autour de 5 missions.	20
• Actions 2025 pour répondre à nos engagements.	24
• L'éducation au service de la santé financière.	34
<b>Ensemble</b> .....	<b>36</b>
• Attirer et accueillir chaque talent.	38
• Renforcer l'inclusion et l'équité.	40
• Accompagner et faire grandir nos talents.	46
• Améliorer l'expérience collaborateur.	52
• Innover pour progresser.	56
<b>Performant</b> .....	<b>58</b>
• Améliorer l'expérience client.	60
• Développer notre activité grâce aux partenariats BtoB.	72
• Innover pour transformer nos activités.	76
<b>Solidaire</b> .....	<b>80</b>
• S'engager collectivement pour la santé et l'inclusion.	82
• Favoriser l'égalité des chances et l'insertion pour tous.	86
• Agir pour la préservation de l'environnement.	92
<b>Team Cofidis.</b> .....	<b>98</b>
Nos implantations.	102

# Du cœur, de l'exigence, de l'impact.

**2025 a été une année particulièrement exigeante.**

**Quel regard portez-vous sur ces 12 derniers mois pour Cofidis Group ?**

2025 a confirmé à quel point notre environnement est devenu instable, imprévisible et complexe, tant sur les plans économiques, politiques que sociétaux. Nos métiers étant directement liés à l'économie réelle, nous ressentons très rapidement les chocs de marché. Pourtant, dans ce contexte, **le groupe a démontré une réelle capacité de résilience et d'adaptation.**

Les synergies avec Crédit Mutuel Alliance Fédérale et nos filiales ont joué un rôle essentiel en soutenant la dynamique collective et en confirmant la solidité de notre modèle. Cette **capacité à agir ensemble et rapidement, à tester, mesurer, ajuster et anticiper** les évolutions du marché reste une grande force pour Cofidis Group.

**Comment décririez-vous aujourd'hui le cap stratégique du groupe ?**

Notre cap est plus que jamais centré sur une **vision long terme** : construire une croissance rentable, durable et utile. Cela passe par la poursuite du développement de nos filiales en Europe centrale, l'adaptation continue de notre activité en Espagne et la montée en puissance de Monabanq au sein du groupe et dans la stratégie digitale de Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Mais au-delà des enjeux de développement, nous voulons continuer à faire vivre ce qui fait la singularité de Cofidis Group : **une relation client profondément humaine**, reconnue dans l'ensemble de nos pays. Quelles que soient les évolutions technologiques, **l'humain restera au cœur de notre modèle.**

**En quoi le statut d'Entreprise à Mission influence-t-il les décisions du groupe ?**

Être Entreprise à Mission nous pousse à prendre des décisions qui intègrent pleinement les enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux. **Cela prolonge naturellement la manière dont nous conduisons la stratégie du groupe depuis toujours** : dans le temps long, en construisant une relation durable avec nos clients, nos partenaires et nos collaborateurs. La durabilité et la rentabilité ne s'opposent pas : elles sont indissociables si l'on veut construire un **groupe solide** et capable d'avoir un **impact positif** dans la durée.



**Gilles Sauret,**  
Président du Directoire de Cofidis Group.

## Qu'est-ce qui distingue aujourd'hui la culture de Cofidis Group ?

Cofidis Group est un groupe **profondément humain**. Depuis l'origine, nous construisons des relations dans la durée, avec une attention particulière portée à l'engagement des collaborateurs comme à la qualité de la relation client.

Le groupe a grandi, s'est diversifié et complexifié, mais nous avons conservé cette culture fondée sur l'engagement, la simplicité et la performance. Notre projet d'entreprise **Value for Humans** traduit justement cette volonté de donner un cadre commun, simple et fédérateur à l'ensemble de nos collaborateurs, quels que soient leur métier, leur pays ou leur filiale. **« Faire groupe » crée une valeur collective plus forte et plus solide que la simple somme des entités.**

## La transformation de Cofidis Group repose aussi sur les liens créés avec ses collaborateurs, clients, partenaires et territoires. Que représente pour vous cette notion de lien ?

Le lien, c'est ce qui permet de faire groupe. C'est cette capacité à connecter les expertises, les cultures, les expériences et les énergies pour aller plus loin ensemble. J'ai toujours eu la conviction que notre force viendrait de notre capacité à créer cette dynamique collective entre les femmes et les hommes du groupe.

## Quels seront les principaux défis du groupe pour les trois prochaines années ?

**L'instabilité permanente et les polycrises** représentent notre plus grand défi. Cela nous oblige à prendre des décisions rapides et adaptées, tout en conservant une vision long terme.

Notre deuxième défi est celui de la **rentabilité**. Le crédit à la consommation n'est pas un marché de haute rentabilité. Cependant, c'est un métier profondément utile et ancré dans la vie quotidienne de nos clients, dans leurs projets comme dans les moments plus difficiles. C'est ce qui en fait aussi sa valeur.

Enfin, nous devons continuer à **améliorer notre efficacité opérationnelle** tout en gardant l'humain au cœur de notre modèle. La confiance accordée aux collaborateurs, leur engagement et leur capacité à évoluer avec le groupe sont déterminants pour relever les défis à venir.

Ce que nous vivons est exigeant, mais c'est aussi une preuve de notre capacité à nous adapter et à construire l'avenir. Tant que nous sommes capables de nous remettre en question, d'échanger et d'avancer ensemble, alors nous sommes capables d'écrire une **histoire collective positive** pour le groupe.

**C'est pourquoi, je souhaite dire à l'ensemble de nos collaborateurs et partenaires que j'ai pleine confiance en notre capacité à relever, ensemble, les challenges qui se présentent à nous avec la confiance renouvelée de Crédit Mutuel Alliance Fédérale.**



**Croissance rentable,  
performance  
opérationnelle,  
durabilité.**

## La parole à...

### Nicolas Wallaert, Directeur Général de Cofidis Group.

Dans un contexte économique, technologique et sociétal particulièrement exigeant, nous devons donner un nouvel élan à notre transformation. En 2025, la priorité a été d'initier un travail de structuration autour de trois piliers indissociables : croissance rentable, performance opérationnelle et durabilité.

#### La structuration de la gouvernance

Nous avons pour cela revu la gouvernance de Synergie afin de garantir un accompagnement rapproché de chacune de nos filiales selon ses enjeux, tout en s'assurant qu'elles s'inscrivent dans la stratégie du groupe. Les **coopérations opérationnelles** sont désormais plus nombreuses, notamment avec nos filiales françaises.

#### « Pure player des services financiers »

Notre transformation repose sur notre capacité à **innover**. Cofidis Group est aujourd'hui une entreprise profondément technologique : plus de 90 % de nos crédits sont réalisés en ligne et nous traitons chaque année des millions d'interactions digitales avec notamment une API unique pour nos neuf pays. Depuis huit ans, nous accompagnons Amazon en Europe, preuve de notre capacité à proposer des parcours simples, fluides et performants.

Mais derrière la technologie, il y a avant tout des femmes et des hommes engagés au service de nos clients. Nous assumons être un modèle **100 % humain et 100 % digital**, dans lequel la technologie renforce la qualité de la relation sans jamais remplacer l'humain. Cette exigence d'excellence relationnelle constitue l'un des marqueurs forts de notre identité.

#### Une nouvelle Direction de l'Impact Durable

L'année a également été marquée par la création de la Direction de l'Impact Durable.

Notre ambition est claire : faire en sorte que la performance économique s'accompagne d'une responsabilité sociale et environnementale. Nous souhaitons « éclairer les choix » de nos clients, « éclairer leur chemin » vers une consommation plus durable. Cela se traduit par une volonté de les accompagner toujours plus dans leurs projets de vie, en finançant par exemple des solutions de mobilité douce ou de rénovation énergétique, mais aussi de faire de l'éducation financière un levier d'autonomie pour des décisions plus éclairées.

#### Une dynamique devenue réalité

Ce qui me rend particulièrement fier cette année, c'est d'avoir vu cette dynamique devenir une réalité, en quelques mois seulement, au sein d'un groupe qui exerce un métier profondément utile, au cœur de la vie quotidienne et des projets de ses clients. Fin 2025, le groupe était déjà engagé dans cette nouvelle trajectoire, avec une **vision alignée, plus collective**, des **synergies renforcées** et une **ambition commune**.

Et je souhaite pour cela remercier sincèrement l'ensemble des équipes qui ont, chacune à leur niveau, contribué à cet élan positif.

#### L'avenir : accélérer par l'innovation

En 2026, notre priorité sera d'accélérer notre **développement rentable** en France et en Europe, de faciliter et accélérer l'adoption des nouvelles technologies, notamment de l'intelligence artificielle, et de faire vivre pleinement notre nouveau projet d'entreprise **Value for Humans**. Plus qu'un projet, c'est une vision commune qui affirme notre volonté de faire encore plus groupe, autour de nos trois valeurs : l'engagement, la performance et la simplicité.



# Carte d'identité Cofidis Group



3 enseignes

Cofidis

monabanq



9 pays

 Belgique.

 Espagne.

 France.

 Hongrie.

 Italie.

 Pologne.

 Portugal.

 République tchèque.

 Slovaquie.

1 GEIE

synergie

5 activités

1. Le crédit à distance.
2. Le rachat de crédits.
3. L'assurance.
4. La banque en ligne.
5. Les solutions de paiement en plusieurs fois.

6 650 collaborateurs.

15 filiales.

12 235 110 clients.



Médaille  
d'argent  
EcoVadis

Cofidis  
+6 pts vs 2024.

# Bilan financier & extra-financier

**23 193 M€**

**Encourts brut.**

+9.95 % vs 2024.

**1 644 M€**

**Produit net bancaire.**

+13.07 % vs 2024.

## Social

**7,7 %\***

de personnes en situation de handicap.

**11 %**

de collaborateurs seniors (> 55ans).

**93 %**

de CDI dans le groupe.

**64 %**

de femmes dans les effectifs du groupe.

**62**

nationalités.

## Sociétal

**90**

associations soutenues en Europe.

**82 %**

des collaborateurs déclarent qu'il fait vraiment bon travailler chez Cofidis Group.

(Enquête Great Place To Work 2025).

## Environnemental

**-28 %**

Entre 2019 et 2025.

de réduction de l'empreinte carbone sur les postes liés à l'énergie, aux fuites de gaz réfrigérants, à la flotte automobile et aux déplacements professionnels.

Chiffres au 31.12.2025.

\* En France.

# Comité exécutif



**Gilles Sauret\***  
Président  
du Directoire  
Cofidis Group.

## Directions opérationnelles



**Nicolas Wallaert\***  
Directeur Général  
Cofidis Group.  
Directeur Général  
Cofidis France.



**Amandine Montac**  
Directrice Générale  
Monabanq.



**Alessandro Borzacca**  
Directeur Général  
Cofidis Italie.



**Céline Motte**  
Directrice Générale  
Cofidis Espagne.

## Directions transverses



**Vincent Laurin\***  
Directeur Finance, Risque et  
Juridique.



**Olivier Kling**  
Directeur du Développement  
et de l'Expérience Client.



**Katia Caniot**  
Directrice des Ressources  
Humaines et de la  
Communication.

## Conseil de Surveillance

La mission du Conseil de Surveillance est de veiller au bon fonctionnement du groupe et d'en rendre compte aux actionnaires.



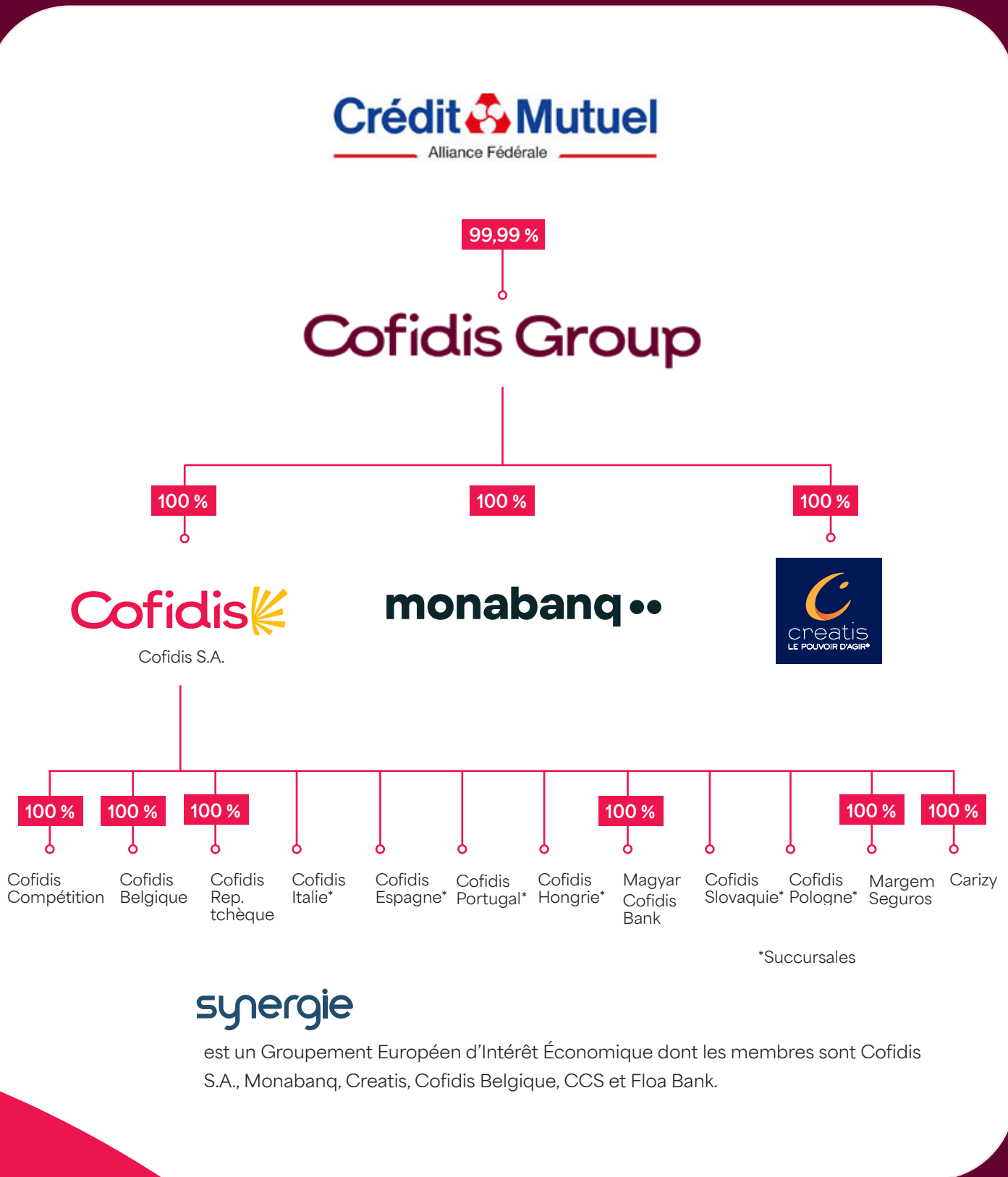
**Daniel Baal**  
Président de Crédit Mutuel Alliance  
Fédérale et Président du Conseil  
de Surveillance de Cofidis Group.

### Alexandre Saada

Vice-Président du Conseil  
de Surveillance.

**Marie Laure-Barthelemy,  
Isabelle Ferrand,**  
membres du Conseil de Surveillance.

# Panorama de la gouvernance





# Value for Humans, reflet de la transformation du groupe.

Pour accompagner notre transformation, dans un environnement en évolution constante, nous avons fait évoluer notre projet d'entreprise. « Value for Humans » définit désormais pour l'ensemble du groupe un cadre clair et partagé, en plaçant l'utilité, la performance et l'humain au cœur de notre développement.

## Cofidis Group devenu Entreprise à Mission en 2024.

Le monde évolue rapidement, et avec lui, les enjeux auxquels nous devons répondre ainsi que les attentes de nos parties prenantes. La durabilité, l'impact social et environnemental sont devenus des priorités au même titre que la performance économique.

Dans ce contexte, Cofidis Group a fait le choix, en 2024, de devenir Entreprise à Mission. Une décision majeure, qui traduit notre volonté d'être encore plus utile à la société en inscrivant notre action dans une trajectoire mesurable et durable.

## Accompagner notre transformation.

Pour accompagner l'évolution et le développement du groupe à l'échelle européenne, grâce notamment à une solidité et une maturité plus fortes sur nos marchés, mais aussi pour renforcer nos engagements, nous avons écrit un nouveau projet d'entreprise : **Value for Humans**.

Il réaffirme notre identité en tant que groupe solide, humain et performant et reflète nos ambitions et notre cap commun.

Il a été défini avec un objectif de clarté et de simplicité, afin d'être partagé et approprié par tous. Il reflète ce qui nous unit : une culture du collectif, une relation humaine authentique et la volonté de conjuguer durabilité et performance.

Notre projet est construit sur trois piliers :

**Faire Groupe,**

**Être utile,**

**Humain et Performant.**



## Value for Humans : 3 piliers solides.

### Faire Groupe

Nous avançons ensemble, en valorisant la diversité de nos métiers et de nos implantations. La coopération est au cœur de notre fonctionnement : elle nous permet de progresser collectivement et de faire de nos singularités des forces.

**Faire Groupe, c'est mieux travailler ensemble en cultivant nos différences.**

### Être utile

L'utilité guide nos choix et nos actions. Elle se traduit par notre capacité à avoir un impact concret et positif, pour nos clients comme pour la société.

Notre statut d'Entreprise à Mission en est l'illustration, en inscrivant cette exigence dans la durée et en nous invitant à mesurer nos impacts au-delà de la seule performance économique.

**Être utile, c'est mesurer l'impact, pas seulement l'intention**

### Humain et Performant

Dans un environnement en constante évolution, nous faisons un choix clair : placer l'humain au cœur de nos décisions.

Dans nos métiers de services financiers, la performance repose avant tout sur les femmes et les hommes qui composent notre groupe. C'est en conciliant exigence de résultats et attention portée à chacun que nous créons les conditions d'une performance durable.

**Humain et performant, c'est construire une performance qui s'inscrit dans le temps.**

## Trois valeurs partagées par tous.

Ces piliers s'appuient sur des valeurs communes à l'ensemble du groupe :

### engagement, performance et simplicité.

« Value for Humans » incarne cette dynamique. C'est notre manière d'être et d'agir, avec nos collaborateurs, nos clients et nos partenaires. Ce projet nous rassemble et nous met en mouvement, autour d'un cap clair : faire de l'humain notre priorité, parce qu'il sera toujours notre meilleure garantie de cohésion, de performance et de singularité.

# Une nouvelle plateforme de marque, symbole de notre transformation.

L'évolution de notre plateforme de marque s'inscrit dans une logique de continuité. Elle accompagne à la fois la transformation du groupe, notamment liée à ses engagements en tant qu'Entreprise à Mission, et aussi son ambition de développement à l'échelle européenne, portée par notre nouveau projet d'entreprise « Value for Humans ».

## Cofidis Group : des trajectoires singulières, une direction commune.

Pour refléter notre évolution, celle d'un groupe solide, humain et performant, nous avons fait évoluer notre plateforme de marque. Elle s'inscrit dans notre nouvelle vision d'entreprise : rendre le crédit et les services financiers réellement utiles à chacun, et contribuer à une société plus durable. Elle donne un cap clair au développement du groupe et affirme son rôle d'acteur européen responsable avec une ambition commune : créer de la valeur durable en plaçant l'humain au cœur de chaque décision.

Au-delà de son expression visuelle, cette identité traduit une vision collective : celle d'un groupe composé de trajectoires multiples, qui se croisent, se complètent et avancent dans une même direction. Elle reflète la richesse de nos singularités (métiers, marques, pays, expertises) réunies au service d'un projet commun à l'échelle européenne.

## Une identité groupe qui relie chacune de nos marques.

Pour accompagner chacune de nos marques, et en miroir de notre nouveau projet d'entreprise « Value for Humans », nous avons fait le choix collectivement de faire évoluer l'identité de nos marques en France et en Europe.

Cofidis a été la première à faire évoluer ses codes.

Ce changement illustre l'évolution de Cofidis qui poursuit sa transformation en conjuguant performance durable, excellence relationnelle et responsabilité. Cette dynamique se traduit, au niveau européen, par une stratégie de modernisation (notamment la digitalisation de ses parcours) et par la diversification de ses activités. L'objectif : renforcer ses positions en France, en Belgique, en Italie et au Portugal, tout en accélérant son développement en Europe centrale.



## Un nouveau logo symbole de l'identité de la marque Cofidis.

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.

Son symbole évolue pour devenir « **l'Élan** » : une forme ouverte et tournée vers l'avenir, qui incarne le mouvement vers l'autre, la clarté et l'attention portée à chacun.

Associée à une typographie plus lisible et affirmée, cette évolution traduit la solidité, la confiance et la cohésion qui fondent la relation du groupe avec ses clients.

L'ensemble de la charte graphique ouvre un territoire d'expression visuel et émotionnel, à la fois moderne, cohérent et chaleureux.

« 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.**

## Un déploiement progressif pour toutes nos marques.

Initiée en France, la démarche de rebranding sera déployée progressivement sur l'ensemble de nos marques et dans tous nos pays au cours de l'année 2026. Elle traduit une conviction forte : nous sommes un groupe solide, qui assume son rôle et son ambition, un groupe humain et performant, qui place la relation au cœur de son modèle, tout en valorisant la diversité des marques qui le composent.



## Monabanq, une nouvelle identité plus accessible et digitale.

Après 20 ans d'existence, et pour suivre la dynamique du groupe, Monabanq modernise son image tout en conservant les éléments qui font sa reconnaissance. Une identité modernisée, plus digitale, et un vert emblématique repensé pour renforcer l'accessibilité, cette évolution réaffirme sa singularité autour d'une promesse forte : placer « les gens avant l'argent », en valorisant une relation plus humaine et engagée.

# Impact durable





# Être Entreprise à Mission : s'engager dans une transformation profonde.

## 18

Du cadrage à la démonstration d'impact.

## 19

Élargir notre cercle d'influence et d'impact.

## 20

Une Entreprise à Mission engagée autour de 5 missions.

## 24

Actions 2025 pour répondre à nos engagements.

## 34

L'éducation au service de la santé financière.

# “ Du cadrage à la démonstration d’impact.

Cofidis Group poursuit avec constance sa trajectoire d’Entreprise à Mission dans un **contexte économique, sociétal, réglementaire plus exigeant**, qui appelle les entreprises engagées à **persévérer et continuer à ouvrir de nouvelles voies plus durables et soutenables dans leur métier**.

Le Comité de Mission constate une **progression réelle et structurée de la démarche d’Entreprise à Mission**, avec des fondations désormais robustes : missions posées, engagements identifiés, cadrages aboutis, indicateurs définis, gouvernance installée et premières preuves auditées dans l’ensemble des missions. Ces preuves si essentielles qui démontrent que nous agissons bien à hauteur des ambitions posées dans la stratégie qui sert la Mission ; et ce partout dans l’entreprise, dans les pays, dans les métiers. **Les 12 engagements ont été opérationnellement réalisés**, traduisant une réelle appropriation de la démarche par les équipes et l’installation de fondations réelles ; avec une solidité constatée (à cranter en 2026) autour des engagements concernant **l’expérience client, l’inclusion des collaborateurs, l’éthique de la donnée et la structuration de la trajectoire carbone, où les dispositifs sont désormais opérationnels**.

Le défi qui s’ouvre désormais consiste à franchir un nouveau cap : passer du cadrage à la démonstration d’impact mesurable, avec des engagements plus SMART, plus audacieux, davantage corrélés au cœur du modèle d’affaires et harmonisés à l’échelle du groupe.

Ce beau chemin parcouru en 2025 a été rendu possible par un haut niveau d’engagement des équipes "Impact Durable" (structuration de la stratégie, incarnation du projet, présence terrain, communication, écoute, sens, ...), une **implication réelle** des représentants du Comité Exécutif Cofidis Group (Nicolas et Katia) lors des comités et sur le terrain, une présence exigeante, précise, challengeante, éclairante et soutenante des membres (externes et internes) du Comité Mission et bien sûr une appropriation responsable et locale des acteurs terrain Cofidis Group.

Pour tout cela, **MERCI et BRAVO**.  
**Rendez-vous fin 2026 avec encore plus de preuves, d’impacts et de joie partagée à vivre ensemble ce projet mission.**

**Nicolas Hennon,**  
Président du Comité  
de Mission Cofidis Group.



Nicolas apporte au Comité de Mission son expérience de dirigeant passionné et engagé, et souhaite soutenir notre démarche en apportant son regard extérieur de « créateur de valeur ».



# “ Élargir notre cercle d'influence et d'impact.

L'année 2025 a confirmé notre conviction : nous sommes désormais engagés dans une transformation profonde, portée par l'urgence climatique et les attentes de nos parties prenantes.

La création de la Direction de l'Impact Durable en septembre s'inscrit dans cette dynamique. Véritable boussole, elle intègre l'impact durable au cœur de notre stratégie, de nos opérations et de nos décisions, en s'appuyant sur une coopération étroite entre nos 12 entités dans 9 pays et sur nos partenaires.

Notre approche consiste à initier des actions concrètes, puis à amplifier rapidement celles qui démontrent leur efficacité. Elle nous permet de déployer un socle commun d'engagements, tout en laissant à chaque entité la liberté d'adapter ses actions.

Nous concentrons ainsi nos efforts sur des domaines où notre impact est direct et mesurable : **santé financière, qualité de vie au travail, transition énergétique, sobriété** de la donnée et trajectoire carbone.

Cette transformation repose sur quatre principes :

**Défricher** de nouveaux leviers d'action, **coopérer** avec nos parties prenantes, **prioriser** les initiatives à fort impact et, enfin, **prouver** par des mesures robustes la réalité des résultats obtenus.

Je tiens à remercier chaleureusement nos équipes d'horizons variés (Directions métiers, fonctions supports, acteurs de terrain, communauté et team Impact Durable) qui portent ces projets au quotidien et les transforment en actions tangibles. Ainsi que le Comité de Mission qui nous apporte soutien, conseils et challenge, toujours avec bienveillance.

**Leur mobilisation démontre que la transformation devient possible lorsque la volonté collective, la gouvernance et les moyens avancent ensemble.**

Le chemin reste exigeant, mais notre conviction est claire :

**la performance durable n'est pas une contrainte, c'est une condition de la performance de demain.**

En 2026, notre priorité sera de transformer nos orientations en impacts mesurables et reproductibles, pour amplifier ce qui crée de la valeur pour l'entreprise et pour la société. Les fondations sont posées. À nous de continuer à apprendre, à progresser et à élargir notre cercle d'influence et d'impacts mesurables, avec confiance et détermination.



**Valérie Delcourt,**  
Directrice Générale Adjointe Impact Durable  
Cofidis Group.



# Une Entreprise à Mission engagée autour de 5 missions.

En mai 2024, Cofidis Group est devenu Entreprise à Mission.

Dans ce cadre, le groupe a inscrit 5 missions dans ses statuts, liées à des engagements précis.

## Nos 5 missions et nos engagements.

### Mission 1

**Exercer de manière responsable nos activités de crédit, de services financiers, et améliorer en permanence l'expérience de nos clients et partenaires.**

#### Engagements

- 1.1 Accompagner tous nos clients et partenaires dans leurs besoins d'immédiateté et de simplicité.
- 1.2 Accompagner chacun de nos clients tout au long de leur vie, sans discrimination, dans les bons moments, comme dans les plus compliqués.
- 1.3 Accompagner nos clients vers une consommation plus durable.

### Mission 2

**Être un groupe inclusif et améliorer en permanence l'expérience de nos collaborateurs.**

#### Engagements

- 2.1 Offrir les mêmes opportunités à tous nos collaborateurs.
- 2.2 Favoriser le développement professionnel et le bien-être de nos collaborateurs.

### Mission 3

Mettre la technologie et l'innovation au service de nos clients, partenaires et collaborateurs, dans le respect de la vie privée de chacun.

#### Engagements

- 3.1 Accompagner nos collaborateurs dans la maîtrise des évolutions technologiques et la connaissance de la data.
- 3.2 Nous nous engageons à protéger les données de nos clients ainsi qu'à ne pas les vendre.

### Mission 4

Contribuer par nos actions solidaires au développement socio-économique de nos territoires.

#### Engagements

- 4.1 Soutenir des jeunes pour faciliter leur formation et leur insertion professionnelle.
- 4.2 Soutenir des adultes en difficulté pour favoriser leur insertion sociale et professionnelle.

### Mission 5

Contribuer de manière active à la transition écologique.

#### Engagements

- 5.1 Réduire notre empreinte carbone.
- 5.2 Réduire notre empreinte plastique.

## Entreprise à Mission :

La qualité de « société à mission » est une qualité attribuée aux sociétés qui **intègrent des objectifs sociaux et/ou environnementaux** dans leurs statuts et ajustent leur mode de fonctionnement pour garantir leur atteinte. Au-delà de la seule recherche du profit, la société à mission se donne pour objectif de **contribuer positivement à la société ou à l'environnement**.

Source : <https://entreprendre.service-public.fr/>



## Le Comité de Mission. Challenger, décider et coopérer.

Pour sa première année de fonctionnement effectif, le Comité de Mission s'est réuni à **quatre reprises** en 2025 et a participé à des **ateliers dédiés sur chaque mission**.

Aux côtés des membres du **Comité Exécutif - Katia Caniot, Nicolas Wallaert et Valérie Delcourt** depuis sa nomination - ces temps d'échange ont été l'occasion de **mieux comprendre les réalités de notre activité** dans le contexte actuel, de challenger nos avancées et de formuler la rédaction de l'avis du Comité.

Au fil des rencontres, un **rituel de fonctionnement** s'est installé, mêlant actualités business, témoignages des entités et analyses de problématiques concrètes. Ce cadre a favorisé un dialogue riche et constructif avec les dirigeants, contribuant à faire émerger une vision collective du chemin à parcourir pour une cause commune :

**Être utile en aidant les gens à améliorer leur bien-être au travers d'une consommation plus durable.**

Le Comité de Mission est composé de : 4 membres externes tous volontaires, 4 membres internes et d'un représentant de Crédit Mutuel Alliance Fédérale. Le Comité veille à la mise en œuvre concrète des engagements.



### Nicolas Hennon

Président du Comité de Mission Cofidis Group, Associé de Chapter-2.



### Armelle Mougenot

Responsable de la Fondation des Possibles, apporte son regard sur les enjeux sociaux et sociétaux.



### Quentin Badonnel

Senior Sustainability Manager chez Grosvenor Property UK, apporte son regard sur les enjeux environnementaux.



### Vincent Wisner

Directeur Général de Prophil, apporte son regard sur les enjeux d'efficacité économique et contribution au bien commun.



### Yasmina Jamjam

Conseillère Commerciale chez Cofidis France.



### Caroline Jouhaud

Leader Entreprise à Mission chez Monabanq.



### Typhanie Fournet

Responsable Communication Interne chez Cofidis Group.



### Ruth De Monte

Conseillère Commerciale chez Creatis.



### Aziz Ridouan

Directeur du Cabinet et de l'Engagement d'entreprise de Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

# Actions 2025 pour répondre à nos engagements.

Les actions menées au cours de l'année 2025 ont principalement permis de poser les fondations, de définir nos leviers d'action et d'apporter un socle de travail commun pour l'ensemble des entités de Cofidis Group.

## Mission 1 : Expérience clients et partenaires.

### Communiquer de façon plus claire et pédagogique.

Dans l'ensemble de nos filiales, les contenus d'une grande majorité de nos communications ont été revus pour être plus clairs, plus accessibles afin de permettre à chacun de prendre des décisions éclairées.

**85 %** des clients du groupe considèrent notre communication claire. (Source Etude Kantar)

### Déployer des solutions adaptées et solidaires.

Notre groupe déploie une gamme de solutions pour accompagner ses clients dans les moments de fragilité. Ces dispositifs s'appuient sur des comités dédiés et l'implication de l'ensemble des métiers pour protéger et favoriser le rebond des clients.

Cette dynamique s'illustre notamment chez **Monabanq**, avec des **produits favorisant une gestion maîtrisée** (la carte à contrôle de solde ou le service gratuit d'écrêtage et de compensation entre compte courant et épargne) et des offres d'épargne solidaire (Livret pour Agir permettant de reverser ses intérêts à une association). La gamme de dispositifs solidaires chez **Cofidis** et **Creatis** a été renforcée : **prêts à taux zéro ou préférentiels** pour les personnes en situation de handicap ou vivant des moments de bascule de vie, **reports de mensualité et recouvrement solidaire** avec l'implication des conseillers pour détecter les cas de fragilité.

Le partenariat de Creatis avec **Neoprets** facilite l'identification d'un nouveau financeur aux personnes en difficultés financières.

Enfin, dans les filiales concernées par des **catastrophes naturelles**, un dispositif de report de mensualités est déclenché, ainsi qu'un accompagnement client dédié pour permettre de soutenir les sinistrés.

## Accompagner nos clients vers une consommation plus durable.

### Rendre la rénovation énergétique accessible.

Notre groupe accompagne ses clients dans leurs **projets d'amélioration de l'habitat et de transition énergétique**, en facilitant l'accès à la rénovation ou au déploiement des **énergies renouvelables**. **Cofidis Belgique** continue la commercialisation de son offre **Home Improvement** (jusqu'à 50 000€ à taux bonifié), des solutions dédiées sont lancées en **France**, en direct et via des partenaires. **Cofidis Group** est également présent sur le marché des énergies renouvelables dans plusieurs pays européens, pour accompagner la transition énergétique de ses clients.

### Faciliter l'accès aux mobilités douces.

**Cofidis Group** occupe une place de premier plan dans le **financement de la mobilité douce, notamment le vélo**. Présents de longue date sur ce marché en **Espagne** et au **Portugal**, nous sommes aujourd'hui leader du financement vélo en **France** (60 000 vélos à taux zéro entre 2024 et 2025) et en **Espagne**, avec des offres accessibles qui ont déjà permis à des dizaines de milliers de clients de s'équiper. En **Belgique**, 1 000 vélos ont été financés à taux zéro. En complément, le groupe développe des **offres pour les véhicules électriques et hybrides d'occasion** en **Pologne**, **Slovaquie** et **Portugal**, contribuant ainsi à rendre la mobilité plus responsable accessible au plus grand nombre.

### Développer l'économie circulaire.

Notre groupe développe des solutions qui **prolongent la durée de vie des produits et matériels et encouragent leur réutilisation**. Dans plusieurs pays, comme en **Espagne** avec **Option Plus** ou en **France** avec **Cofidis Protect+** et des offres de reprise, ces dispositifs permettent aux clients de **réparer, rénover ou donner une seconde vie** à leurs équipements. Cette dynamique contribue aussi à décarboner notre portefeuille de financements, en favorisant des produits moins émissifs. Le développement de ces offres s'appuie, en France, sur un **Responsable de marché économie circulaire** dédié et des partenariats, avec l'adhésion à la **coalition Circul'R**, pour accélérer le développement de ces solutions.

**622 M€** de financements bas carbone en 2025 (rénovation énergétique, énergie renouvelable, mobilité bas carbone), soit +13 % Vs N-1.

soit **5 %** du financement du groupe, **23 %** des financements de Cofidis Pologne, **14 %** de Cofidis Slovaquie et **10 %** chez Cofidis France.

### Avis du Comité de Mission

Le Comité de Mission émet un avis favorable sur la mission 1, saluant une transformation ambitieuse au cœur du modèle d'affaires. Les travaux engagés ont permis de poser des bases solides, notamment autour de l'enjeu transverse de clarté, appelant désormais des actions plus ciblées. L'accompagnement des clients tout au long de leur vie, nourri par une étude sur la culture financière en Europe, a permis de définir une stratégie à déployer pour Cofidis Group, dans une logique d'amélioration continue et de vigilance constante. Enfin, la mise en place d'un indicateur de financement favorisant la transition bas carbone des clients du groupe constitue une étape clé, qui devra s'accompagner d'un alignement renforcé entre performance financière et extra-financière pour garantir la pérennité du modèle.

## Mission 2 : Expérience collaborateurs.



### Maintenir une égalité salariale femmes / hommes.

La **rémunération** constitue un point clé d'équité de traitement entre les collaborateurs. Un plan d'action est mis en place pour **corriger les écarts**, s'il y en a, par catégorie et par âge. Ainsi plus aucun écart non justifié n'existe au sein de notre groupe.

### Renforcer l'inclusion des personnes en situation de handicap.

Le **handicap** peut également être à l'origine de différences de traitement entre les équipes. Un **plan de recrutement** a été mis en place ainsi qu'une **démarche de sensibilisation des collaborateurs** à l'inclusion des personnes touchées par un handicap. Ces actions portent leurs fruits puisque chaque entité a nommé un référent handicap qui déploie son plan d'actions. Des partages réguliers de bonnes pratiques ont lieu permettant à tout le groupe de progresser sur ce thème.

### Emploi des personnes en situation de handicap.

4,55 %*	chez Creatis.
2,42 %	chez Cofidis Espagne.
9,55 %*	chez Cofidis France.
> 1,06 %	chez Cofidis Hongrie.
3,75 %	chez Cofidis Italie.
4,05 %*	chez Monabanq.
2,56 %	chez Cofidis Slovaquie.
6,69 %*	chez Synergie.
4,03 %	chez Cofidis Portugal.
> 1,79 %	chez Cofidis République tchèque.

### Avis du Comité de Mission

La mission 2 illustre l'engagement de Cofidis Group en faveur de ses collaborateurs, notamment à travers le renforcement de l'inclusion des personnes en situation de handicap. Amplifiée avec le statut d'Entreprise à Mission, cette dynamique montre la cohérence entre convictions et actions dans l'ensemble des entités, y compris celles non soumises à un cadre réglementaire sur le sujet. Par ailleurs, l'analyse des écarts de rémunération entre les femmes et les hommes confirme la solidité des pratiques du groupe. Le Comité de Mission recommande de maintenir cette vigilance tout en ouvrant de nouveaux axes de progrès, notamment autour de la parité.

\*indicateur BOETH URSSAF au 31 décembre 2025

## Favoriser la qualité de vie au travail.

Nous nous engageons à favoriser le développement professionnel et le bien-être de nos collaborateurs : toutes nos entités sont certifiées **Great Place to Work®**. Un plan d'action consolidé au niveau groupe est créé pour renforcer l'impact de nos actions.

## Améliorer la santé au travail.

Au-delà du bien-être des collaborateurs, la performance durable englobe plus largement l'amélioration de la santé au travail : santé physique, mentale et sociale. Pour travailler ces enjeux, un **comité SQVCT** (Santé, Qualité de Vie et Conditions de Travail) est créé au niveau du groupe. Des actions concrètes sont définies pour 2026.

### Avis du Comité de Mission

Le Comité de Mission salue l'atteinte des objectifs en matière de développement professionnel et de bien-être des collaborateurs. Il valorise l'analyse fine du Trust Index de l'étude **Great Place to Work®**, déployée dans chaque entité pour adresser les enjeux locaux tout en maintenant une cohérence globale. Il souligne l'importance de relier étroitement les plans d'actions aux résultats de l'enquête et recommande de renforcer la prise en compte du développement professionnel dans les décisions de promotion et de mobilité.

## Perception des collaborateurs Cofidis Group.

Selon l'enquête **Great Place to Work®** de 2025 :

**67 %** des collaborateurs déclarent que le statut d'Entreprise à Mission donne du sens à leur métier.

**72 %** estiment que les engagements pris par Cofidis Group sont suffisamment impactants.

**67 %** déclarent que leur entreprise met en place des actions concrètes de prévention et de soutien sur le sujet de la santé mentale.



## Mission 3 : Technologie et innovation.

### Former nos collaborateurs à la connaissance data et à l'intelligence artificielle.

Un plan de transformation et d'accompagnement dédié à la data, à l'IA et à l'IA générative a été déployé à l'échelle de notre groupe afin d'en favoriser l'adoption par tous les collaborateurs, tout en préservant notre singularité humaine et la performance de nos activités. Structuré autour de l'acculturation, de la formation et de l'accompagnement, il s'appuie sur l'identification de cas d'usage et l'analyse des impacts sur les métiers et les compétences.

**+ de 90 %** des collaborateurs français formés aux 3 modules e-learning de notre formation IAvolution : construire l'avenir avec l'IA.

### Avis du Comité de Mission

Les actions menées en 2025 autour du programme IAvolution, soutenues par des investissements significatifs dans des solutions d'IA souveraines et sécurisées, ont permis de recentrer l'engagement du groupe sur les enjeux clés de l'intelligence artificielle. Le déploiement d'une formation e-learning, destinée à l'ensemble des collaborateurs francophones puis à l'international en 2026, répond à l'enjeu de maîtrise de ces évolutions. Le Comité de Mission recommande désormais de renforcer l'adoption des outils d'IA, pour développer la performance et l'employabilité des collaborateurs, en se concentrant sur les enjeux actuels et à venir.



## Protéger les données de nos clients et ne pas les vendre.

La protection des données personnelles constitue un engagement central pour **Cofidis Group**. Nous nous engageons à protéger les données de nos clients et ne pas les vendre. **Pour garantir la pérennité de ces pratiques, plusieurs dispositifs ont été mis en place** : mobilisation des directions générales et juridiques, formalisation dans une politique dédiée et intégration des enjeux de protection des données dans les formations des collaborateurs.

### Avis du Comité de Mission

Le Comité de Mission salue l'engagement de Cofidis Group à ne pas vendre les données de ses clients, une pratique éthique consolidée par des actions concrètes et une politique désormais formalisée. Il souligne la cohérence de cette démarche, inscrite dans la durée, et encourage le Groupe à poursuivre ses efforts en renforçant encore ses dispositifs de protection des données.



## Mission 4 : Actions solidaires et développement des territoires.

### Écrire notre politique de mécénat.

En 2025, notre groupe a structuré son engagement en faveur du mécénat. Nous avons écrit une **politique** dédiée, visant à mieux piloter les financements, renforcer la cohérence avec les enjeux stratégiques du groupe et en mesurer l'impact.

### Cadrer notre politique de mentorat.

Une **définition commune** du mentorat a été posée pour l'ensemble de nos filiales, accompagnée d'une organisation dédiée (réfèrent par entité) afin de gagner en lisibilité et en efficacité. Le programme, mené en partenariat avec des associations, repose à la fois sur un soutien financier ou sur l'engagement direct de collaborateurs, pour accompagner des bénéficiaires de 16 à 67 ans dans une logique de transmission, de partage d'expérience et d'insertion durable.

**Le mentorat est l'accompagnement individuel bénévole d'un jeune ou d'un adulte par un mentor, qui peut aussi bien être lycéen qu'étudiant, actif ou retraité. C'est une relation d'aide, de transfert de connaissances et d'expériences.**

### Avis du Comité de Mission

Engagé de longue date dans des actions solidaires, Cofidis Group a structuré en 2025 sa démarche autour du mentorat, en posant un cadre commun à l'ensemble des entités et en identifiant des partenaires associatifs clés pour déployer des actions plus cohérentes et impactantes. Cette dynamique, qui soutient à la fois les publics accompagnés et le développement des collaborateurs, repose sur une co-construction avec les parties prenantes. Le Comité de Mission recommande de poursuivre cette approche, en renforçant la formation des mentors et en définissant des indicateurs d'impact pour piloter durablement le programme.



## Cadrer notre politique d'achat et les relations avec nos fournisseurs.

En 2025, la signature de la **charte Relations Fournisseurs et Achats Responsables** par les **entités françaises** marque une étape importante, renforcée par la mise à jour de la **Politique Achats Responsables** pour mieux intégrer ces critères dans les process d'évaluation et de sélection. Cette démarche s'appuie également sur la sensibilisation des équipes et l'évaluation systématique des nouveaux fournisseurs via des questionnaires RSE et la demande de justificatifs afin de mieux qualifier et piloter les engagements dans la durée.

Cela permet d'intégrer progressivement les **enjeux sociaux, environnementaux et éthiques** dans nos pratiques d'achats, en tenant compte des engagements de nos fournisseurs en matière **d'inclusion, d'ancrage local et de responsabilité globale**. L'ensemble des contrats intègre une **clause déontologique** encadrant les comportements attendus, notamment sur l'éthique des affaires, la lutte contre la corruption et le respect des droits humains.



## Mission 5 : Contribuer à la transition écologique.

### Réduire notre empreinte carbone.

#### Organiser la gouvernance sur la mesure carbone.

En 2025, Cofidis Group a structuré son organisation en matière de pilotage carbone, en nommant des **Leaders Carbone** dans chaque entité pour collecter les données, déployer les chantiers et définir les plans d'action. Cette année a marqué une montée en compétence des équipes sur les enjeux de mesure (données, facteurs d'émission, trajectoires), notamment grâce à la définition d'une **méthode commune** permettant de consolider la démarche à l'échelle du groupe.

#### Réaliser un bilan carbone annuel dans chaque filiale.

Toutes nos entités ont réalisé leur **bilan carbone**, accompagnées par un prestataire externe pour le réaliser au format GHG Protocol. Toutes les données ont ensuite été consolidées au niveau du groupe.

**-28 %** d'émissions de CO<sub>2</sub>

Gains CO<sub>2</sub> par scope sur l'ensemble du groupe entre 2019 et 2025 sur le périmètre partiel (Energie, flotte, gaz réfrigérant, électricité, déplacements professionnels) :

Scopes	2025	2025 vs 2019
Scope 1 <b>Émissions directes</b>	2 509 tCO <sub>2</sub> e	-12 %
Scope 2 <b>Émissions liées à la consommation d'électricité</b>	783 tCO <sub>2</sub> e	-56 %
Scope 3 <b>Déplacements professionnels</b>	1 134 tCO <sub>2</sub> e	-24 %
<b>Total général</b>	<b>4 425 tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>-28 %</b>

## Réduire l'impact carbone de nos consommations énergétiques.

Dans une trajectoire alignée avec les Accords de Paris, chaque entité a engagé des actions concrètes de décarbonation : électrification des flottes, rénovation des bâtiments et réduction des déplacements professionnels. Ces initiatives, reconnues par plusieurs labels (BREEAM, ISO 50001, LEED), produisent des résultats significatifs : en **France**, les rénovations permettent jusqu'à **60 % d'économies d'énergie** et **70 % de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>**. Par ailleurs, des progrès importants ont été réalisés en matière d'**électricité renouvelable**, désormais couverte à **100 % en France, en Belgique et en Italie**, avec en complément le développement de l'**autoconsommation** en Belgique grâce à l'installation de panneaux solaires.

## Réduire notre empreinte plastique.

Cofidis Group a structuré sa démarche de réduction de l'empreinte plastique en faisant évoluer ses actions d'initiatives ponctuelles vers une **approche coordonnée à l'échelle du groupe**. Cette démarche s'inscrit dans l'objectif de supprimer progressivement les plastiques à usage unique dans les activités internes. L'ensemble des filiales s'est mobilisé autour de cet engagement, notamment à travers la suppression des gobelets et des bouteilles en plastique ainsi que l'installation de fontaines à eau. Cette dynamique est également soutenue par l'**évolution de la politique d'achats responsables**. La priorité donnée à ces actions a pu être mise en évidence lors de la **première évaluation de l'empreinte plastique** de l'entreprise, réalisée en 2024 à partir des données de l'année 2023 en France. Sensibilisation et renforcement du tri des déchets sont venus compléter cette dynamique qui s'inscrit désormais dans les pratiques quotidiennes des équipes.

## Avis du Comité de Mission

Le Comité de Mission souligne les progrès significatifs réalisés en 2025, marqués par une structuration du pilotage carbone (périmètre clarifié, méthode harmonisée, responsabilités définies) et une mobilisation de l'ensemble des filiales. Les premières actions de décarbonation, comme la rénovation des bâtiments en France ou l'électrification des flottes, constituent un socle solide à amplifier, avec un enjeu d'homogénéisation des impacts entre entités.

## Avis du Comité de Mission

La réduction du plastique a franchi une étape avec le passage à une démarche structurée à l'échelle du groupe (suppression du plastique à usage unique, premières mesures d'empreinte, sensibilisation des collaborateurs), même si le principal levier reste lié aux achats responsables. Le Comité encourage ainsi Cofidis Group à maintenir cette dynamique et à définir de nouveaux objectifs environnementaux.

# L'éducation au service de la santé financière.

Développer une culture commune pour prendre soin de la santé financière de nos collaborateurs, clients et des citoyens.

## Une étude pour cadrer notre action.

En 2025, **Cofidis Group** a renforcé son engagement en faveur de la culture financière, au cœur de ses métiers et de son engagement d'Entreprise à Mission. Convaincu que la santé financière est un levier clé de durabilité et de résilience, le groupe mobilise ses parties prenantes pour permettre à chacun de mieux comprendre et gérer sa situation financière.

Pour guider nos actions, nous avons mené une étude **au niveau européen** en collaboration avec la **Nova School of Business and Economics**. Elle couvre l'ensemble des pays du groupe et a permis de cartographier les principaux défis de la culture financière et d'identifier les spécificités et leviers propres à chaque pays. Sur cette base solide, nous avons pu écrire une stratégie à la fois globale et locale, adaptée aux besoins les plus importants de nos entités.

## Un programme structuré déployé à partir de 2026.

À partir de 2026, **Cofidis Group** déploiera un programme d'éducation financière fondé sur les enseignements de l'étude menée en 2025. Modules de formation aux collaborateurs, actions auprès d'associations locales, auprès des clients, autant d'actions déployées dans les filiales qui sont amenées à se renforcer et se structurer.



# Ensemble





## Une attention sincère portée à chacun, la richesse du collectif.

**38**

Attirer et accueillir chaque talent.

**40**

Renforcer l'inclusion et l'équité.

**46**

Accompagner et faire grandir nos talents.

**52**

Améliorer l'expérience collaborateur.

**56**

Innover pour progresser.

# Attirer et accueillir chaque talent.

Notre marque employeur se construit dans la durée, à travers des engagements concrets en faveur de l'inclusion, de l'équité et du développement des talents. Nous veillons à ouvrir nos portes à des profils variés, à accompagner chaque parcours et à créer les conditions d'un environnement respectueux et stimulant. Cette ambition se traduit par des actions coordonnées, en France comme à l'international, pour attirer, intégrer et faire grandir chacun au sein du groupe.



## Incarner notre marque employeur.

L'humain est au cœur de la performance de notre groupe, notre marque employeur s'en fait l'écho et se construit sur l'authenticité et l'engagement de nos équipes. Notre page LinkedIn groupe illustre cette conviction en partageant la réalité de nos métiers et le quotidien de nos collaborateurs.

**En France**, où un **programme de leader advocacy** a été lancé, et chez **Cofidis Espagne** où neuf collaborateurs volontaires ont été formés à la prise de parole, les équipes se font de véritables ambassadrices de nos entreprises en s'exprimant sur leur quotidien sur les médias digitaux. Cette implication dans la valorisation de notre groupe se traduit également par un **programme de cooptation** mis en place au sein de chaque filiale française, ayant permis près de **500 recommandations** rien qu'en France en 2025.

France

Espagne

## Créer un lien fort avec les jeunes générations.

Convaincu que le lien avec les talents se construit bien avant le recrutement, notre groupe multiplie les initiatives pour aller à la rencontre des nouvelles générations.

Chez **Cofidis Portugal**, le **programme NEXT Employer Branding** renforce notre présence sur les campus et lors d'événements tels que l'ISCTE IBS Career Forum, le Product Weekend ou la Lisbon Service Jam, à travers conférences, ateliers collaboratifs et défis d'innovation. Depuis 2023, 72 actions ont ainsi été menées, dont 16 en 2025 réunissant plus de 4 400 participants. Cette dynamique s'est accompagnée de la troisième édition du **programme Génération Pro**, avec l'intégration de 14 stagiaires, ainsi que de stages d'été ouverts aux jeunes et aux familles de collaborateurs. Chez **Cofidis Belgique**, l'accueil de stagiaires dans nos différents métiers permet également de transmettre nos savoir-faire et d'offrir une première expérience professionnalisante, au bénéfice des étudiants, comme des équipes qui les accompagnent.

Portugal

Belgique



## Diversifier nos sources de recrutement pour garantir équité et diversité.

Afin d'élargir nos viviers de candidats et de garantir des processus de recrutement équitables et inclusifs, nous déployons une stratégie de recrutement multicanale, combinant candidatures directes, actions de sourcing sur les réseaux et partenariats avec des écoles et universités. Cette complémentarité permet de diversifier les profils et d'ouvrir nos recrutements à des parcours variés, en cohérence avec nos valeurs.

En **France**, la formation des équipes Recrutement et Carrières à l'**inbound recrutement** - faire connaître l'entreprise et ses valeurs afin d'attirer des talents - renforce l'attractivité organique de nos métiers.

Chez **Cofidis Portugal**, la participation à des **Talent Bootcamps**, forums emploi et événements dédiés à la communauté digitale contribue à attirer des profils technologiques et numériques, en phase avec l'évolution de nos expertises et de nos métiers.

France

Portugal

# Renforcer l'inclusion et l'équité.

Au sein de Cofidis Group, nous faisons de l'inclusion un fil conducteur dans nos pratiques tout au long du parcours de nos collaborateurs. La diversité des âges, des profils et des parcours est une force que nous cultivons au quotidien. Nous veillons à créer des passerelles entre générations, à accompagner les débuts de carrière comme les fins de parcours et à favoriser la transmission des savoirs. Pensées en cohérence avec notre engagement d'Entreprise à Mission, nos actions visent à ouvrir nos métiers à des profils variés tout en garantissant un environnement de travail équitable, respectueux et propice à l'épanouissement de chacun.

**+80** personnes recrutées issues des Quartiers Prioritaires de la Ville (France).

## Recruter des profils spécifiques via des partenariats engagés.

Fidèle à notre engagement sociétal et à nos promesses d'Entreprise à Mission, nous plaçons l'inclusion au cœur de notre politique de recrutement. En 2025, plusieurs partenariats ont ainsi été déployés pour ouvrir plus largement l'accès à l'emploi dans nos entreprises.

Chez **Cofidis France**, un contrat de professionnalisation expérimental de neuf mois, mené avec le GEIQ (aujourd'hui **UNIK**), vise à recruter et accompagner des collaborateurs en situation de handicap.

Le dispositif **POEI** (Préparation Opérationnelle à l'Emploi Individuelle), conduit avec **Génération France** et **France Travail**, permet à des personnes éloignées de l'emploi de suivre une formation de six semaines au métier de la relation client avant une intégration en CDD de neuf mois. Enfin, un partenariat avec **Sénior à votre service** renforce la visibilité de nos opportunités auprès des profils seniors, affirmant notre volonté d'ouvrir nos métiers à tous les parcours.

France



Grâce au Forum de recrutement UNIK, j'ai rejoint Cofidis en juin 2025 pour un contrat de professionnalisation. Ma formation de 9 mois m'a permis d'apprendre le métier de téléconseiller, malgré quelques moments de stress. J'ai toujours été bien accompagné par mes formateurs, mon équipe, mon manager Thomas, et mes parrains Laurette et Maxime, qui m'ont soutenu dès mon arrivée, dans un cadre incroyable.



**Christian Turco**,  
Conseiller  
commercial -  
Cofidis France.





## Innover pour recruter de façon plus objective.

Afin de garantir des processus plus objectifs et transparents, nous faisons évoluer nos pratiques.

En **France**, l'expérimentation de **People In** permet de recruter sans CV à travers des mises en situation évaluant l'appétence commerciale et l'aisance relationnelle des candidats. Avec 90 % de taux de réalisation des tests et **92 % de satisfaction** (NPS), cette démarche renforce et améliore l'expérience candidat tout en élargissant la diversité des profils recrutés. Chez **Cofidis Italie**, la solution **Echo** propose un questionnaire comportemental mesurant soft skills, motivation et valeurs afin de réduire les biais décisionnels. Chez **Cofidis Espagne** et **Portugal**, l'harmonisation des pratiques (critères explicites, étapes standardisées, entretiens structurés et feedback systématique) garantit à chaque candidat une expérience équitable et cohérente, en ligne avec notre volonté de transparence et d'ouverture.

France

Italie

Espagne

Portugal

### Zoom sur

## Cofidis Group : création d'un CFA dédié à la relation client.

Implanté à Villeneuve-d'Ascq, le CFA (Centre de Formation des Apprentis) de Cofidis Group a été créé pour répondre à un double enjeu : renforcer l'employabilité dans le territoire des Hauts-de-France et anticiper les besoins en compétences dans les métiers de la relation client.

Lancé en mai 2025, ce programme de formation intitulé **Devenez Conseiller-e Commercial-e Relation Client à Distance** a accueilli une première promotion de 13 apprenants aux profils volontairement diversifiés (jeunes en réorientation, adultes en reconversion, seniors, personnes en situation de handicap), recrutés avec l'appui de **France Travail**. Le parcours débute par une remise à niveau de 3 mois dans le cadre d'une **POEI** (Préparation Opérationnelle à l'Emploi Individuelle), animée avec **2IAcademy**, puis se poursuit par une alternance de 12 mois préparant à la certification **CRCD** (Conseiller en Relation Client à Distance - niveau bac), combinant formation théorique, tutorat et immersion progressive au sein des entités du groupe (Cofidis, Monabanq, Creatis et Synergie), avec l'objectif d'une insertion professionnelle durable.

« *Ce CFA est bien plus qu'un simple outil de recrutement. Il reflète notre engagement profond à créer des ponts avec les personnes éloignées de l'emploi. Avec cette initiative, nous jouons pleinement notre rôle d'entreprise ancrée localement, qui forme, qui insère et qui contribue au développement économique de notre territoire.* », souligne **Katia Caniot**, Directrice des Ressources Humaines et de la Communication de Cofidis Group.



## Favoriser les liens intergénérationnels : recruter des jeunes, accompagner les séniors.

Convaincu que la richesse d'une entreprise repose sur la complémentarité et les liens entre les générations, notre groupe déploie des dispositifs dédiés aux jeunes comme aux seniors.

En 2025, **167 alternants** ont rejoint les **entités françaises**, suivant un parcours structuré : intégration dédiée, matinales mensuelles thématiques (feedback, intergénérationnel, CV), formations et communauté d'alternants tout au long de leur mission. Chaque année, de nombreux étudiants sont notamment formés aux **métiers de la relation client** avec comme objectif de leur transmettre les codes, les compétences et la culture de l'entreprise. Cet engagement s'inscrit dans une dynamique globale d'ouverture, incluant l'accueil de **stagiaires**, ou en **jobs saisonniers**. La qualité de cet accompagnement a été reconnue par l'obtention, pour la première fois, de la certification Entreprises Engagées lors de la cérémonie Lycées & Entreprises s'engagent, saluant notamment le partenariat durable noué entre **Cofidis France** et le lycée Gaston Berger de Lille.

Chez **Cofidis Espagne**, le **Welcome Talent Program**, combinant formation métiers et transversales, accueille plus de 30 stagiaires par an.

Côté séniors, chez **Cofidis Group**, 738 collaborateurs de plus de 55 ans bénéficient d'un accompagnement spécifique. En 2025, 62 ont participé à un **entretien de revue de carrière** pour faire le point sur leur parcours et les dispositifs de Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels. Trois tables rondes réunissant 40 collaborateurs seniors ont permis de co-construire des actions concrètes : FAQ retraite, simulateur de prime retraite et réflexion sur le **mentorat** et le **mécénat de compétences** des collaborateurs en fin de carrière. En complément, deux ateliers intergénérationnels ont réuni 35 collaborateurs fin 2025, afin d'échanger et de **partager des expériences** pour dépasser les préjugés liés à l'âge et ouvrir de nouvelles dynamiques de collaboration.

France

Espagne

### Zoom sur

## Cofidis Portugal : Génération Pro accompagne les jeunes diplômés.

Déployé pour accompagner les jeunes diplômés dans leur première expérience professionnelle, le programme **Generation Pro**, désormais dans sa troisième édition, illustre l'engagement de Cofidis Portugal en faveur de l'emploi des jeunes et la volonté de la filiale d'anticiper les besoins en compétences de demain. En 2025, il a enregistré 1 225 candidatures et permis à **44 jeunes talents** d'intégrer un parcours de 12 mois, combinant participation à des projets stratégiques et mentorat individualisé.

À l'échelle du groupe

**731** jeunes de moins de 26 ans (11%).**738** collaborateurs de plus de 55 ans (11%).**167** alternants (France).

CERTIFIED

HappyIndex® Trainees  
FRANCE 2025

## Zoom sur Cofidis Group : s'engager aux côtés des réservistes.

En octobre 2025, Cofidis Group a signé une Convention de Soutien aux Politiques de Réserve Opérationnelle avec la Garde Nationale pour l'ensemble de ses entités françaises. Cet engagement traduit la volonté de notre groupe de soutenir les collaborateurs qui choisissent de s'engager au service de l'intérêt général.

Concrètement, le dispositif prévoit une autorisation d'absence de 12 jours par an, le maintien de la rémunération intégrale, la réduction du délai de prévenance à trois semaines et la simplification des démarches pour permettre une mobilisation rapide en cas d'urgence. Autant de mesures destinées à faciliter l'engagement citoyen de nos collaborateurs réservistes.

« *C'est un moment symbolique, fort de sens. Cet acte s'inscrit pleinement dans notre ambition d'être un employeur responsable et inclusif. Leur engagement nous inspire et nous rappelle que l'on peut être à la fois collaborateur et citoyen, professionnel et solidaire* », souligne Nicolas Wallaert, Directeur Général de Cofidis Group.

## Créer un environnement de travail inclusif et équitable.

### Recruter des collaborateurs en situation de handicap.

Notre groupe poursuit son engagement historique en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap. Depuis septembre 2025, une **Responsable Handicap et Aidants** pilote les actions des entités françaises et accompagne les filiales internationales dans leurs objectifs d'amélioration et de promotion de la qualité de vie des personnes concernées et de leurs aidants. **Cofidis Hongrie** a participé pour la deuxième année au **salon de l'emploi spécialisé handicap** organisé par la fondation **Main dans la main**. Témoignages, retours d'expérience, échanges entre candidats et entreprises ont réuni 30 candidats et 33 représentants de 17 entreprises lors de cette édition. Chez **Cofidis Portugal**, toutes les offres, dont les offres de stages, sont diffusées auprès des talents en situation de handicap en lien avec le tissu associatif local. Enfin, chez **Cofidis Belgique**, une **Référente Handicap** dédiée sensibilise les équipes et accompagne désormais les recrutements.

France

Hongrie

Portugal

Belgique



## Sensibiliser les équipes au handicap.

Nous déployons, dans l'**ensemble de nos filiales**, des actions de sensibilisation au handicap afin de faire progresser durablement la culture de l'inclusion. Dans les **filiales européennes**, la **SEEPH 2025** a constitué un temps fort, rythmé par des communications dédiées, des formations, des ateliers en réalité virtuelle, l'organisation de **DuoDays**, des conférences et un challenge inter-entreprises. Les **Handi'Hauts'Lympics** à Amiens (France) ont réuni collaborateurs et partenaires, avec six représentants des quatre filiales françaises. Chez **Cofidis Belgique**, une campagne complète (e-learning sur les handicaps invisibles, témoignages, interventions externes) a été menée. Chez **Cofidis Espagne**, la **fresque du handicap** et des formations dédiées aux équipes recrutement ont été lancées. **Cofidis Portugal** a mobilisé ses équipes autour de l'**Inclusive Month** et la Journée internationale lors de conférences et tables rondes. Chez **Cofidis Pologne** (où le sujet est nouveau) et **Cofidis Italie**, des ateliers immersifs et formations spécifiques, notamment pour le service client, renforcent la compréhension des handicaps visibles et invisibles.

[Belgique](#) [France](#) [Espagne](#) [Portugal](#)  
[Pologne](#) [Italie](#)

“ Sensibiliser au handicap : c'était l'objectif de cette campagne, pour déconstruire les idées reçues et encourager une culture d'entreprise plus inclusive, attentive aux différences et aux besoins de chacun. ”

Charlène Decottignies,  
Référente Handicap - Cofidis Belgique.





## Lutter contre le sexisme.

Engagé pour un environnement de travail respectueux et inclusif, **Cofidis Group** a rejoint en janvier 2025 l'initiative **#StOpE**, Stop au sexisme ordinaire au travail, initiative portée par l'AFMD (Association Française des Managers de la Diversité) et rassemblant 300 organisations. Cette démarche vise à **mutualiser les bonnes pratiques pour transformer durablement les cultures professionnelles**. Elle s'inscrit dans un contexte où les femmes représentent 64 % des effectifs du groupe et où l'**index égalité femmes-hommes** constitue un indicateur de pilotage clé.

Chez **Cofidis Espagne**, cet engagement se traduit concrètement par un atelier de **sensibilisation à la violence de genre**, animé par la Fondation MUM (Mujeres Unidas Contra el Maltrato), réunissant 22 collaborateurs afin d'identifier les signaux d'alerte et renforcer les **dispositifs de prévention**.

France Espagne

**64%** de femmes  
dans le groupe.

## Zoom sur



## Cofidis Group : engagé en faveur de l'inclusion LGBT+.

Notre groupe a réaffirmé en novembre 2025, pour ses quatre entités françaises, la signature de la **Charte d'Engagement LGBT+** initiée par L'Autre Cercle. Cette démarche, renouvelée trois ans après une première signature, vise à promouvoir durablement l'inclusion des personnes LGBT+ au travail. En 2025, **Florine Scarceriaux**, collaboratrice de Cofidis France, a été nommée **Rôle Modèle LGBT+**, et le groupe a pris part à une table ronde inter-entreprises dédiée à l'inclusion LGBT+ en entreprise.

# Accompagner et faire grandir nos talents.

Accompagner et faire grandir nos talents, c'est d'abord permettre à chaque collaborateur d'intégrer l'entreprise dans les meilleures conditions, avant de lui donner les moyens de développer pleinement son potentiel et de construire un parcours professionnel riche et évolutif. Nous investissons ainsi dans l'onboarding et le développement des compétences managériales, digitales et métiers pour offrir à chacun des opportunités concrètes d'apprentissage, de mobilité et de progression. À travers des dispositifs structurés et partagés entre filiales, nous créons ainsi les conditions d'un épanouissement individuel durable, au service de la performance collective du groupe.

## Créer des parcours d'intégration sur-mesure.

L'intégration des nouveaux collaborateurs fait l'objet d'une attention particulière quelle que soit l'entité concernée. Chez **Cofidis Italie**, par exemple, le parcours d'une nouvelle recrue débute **avant son arrivée** grâce à des communications dédiées présentant la culture de l'entreprise, les espaces de travail et la mission, puis se prolonge via un **onboarding structuré** clarifiant rôle, objectifs, interlocuteurs et ressources dédiées. Chez **Cofidis Espagne**, un **nouveau parcours individuel, digital et interactif**, est désormais associé à une session collective en présence du Directeur Général de l'entreprise. Ce dispositif a permis de réduire de 50 % le temps passé par les équipes RH espagnoles sans perdre en qualité. Plus de 200 suivis ont été réalisés depuis janvier 2025, avec un taux de satisfaction de 9/10. Chez **Cofidis France**, le **préboarding digital** avec **Workelo** et l'**accompagnement managérial dans la durée** (via la création de binômes et de temps d'échanges réguliers) renforcent le lien humain et la confiance au démarrage de mission. Enfin, chez **Cofidis Portugal** et **Cofidis Slovaquie**, des parcours d'intégration associent rencontres, supports métiers et suivi managérial permettant aux nouveaux arrivés d'être rapidement opérationnels, sereinement.

Italie

Espagne

France

Portugal

Slovaquie

### Zoom sur

## Cofidis Group : un Code de déontologie garant d'une conduite responsable.

Le Code de déontologie à l'échelle du groupe formalise les règles légales et internes qui guident chacun de nos collaborateurs dans l'exercice de ses missions. Il encadre notamment la **protection de l'information**, la **qualité de service client** et la **prévention de la corruption**. Présenté dès l'intégration, il fait l'objet d'un **engagement formel signé par chaque collaborateur**. Son application est suivie par la hiérarchie et les services compétents via des contrôles réguliers. L'objectif est de **sensibiliser 100 % des nouveaux collaborateurs** dès leur arrivée.

## Accompagner nos talents dans leur évolution.

### Accompagner les managers d'aujourd'hui et préparer les leaders de demain.

Le développement des compétences managériales de nos managers actuels et en devenir, constitue un levier structurant dans l'ensemble de nos filiales.

Chez **Cofidis Italie**, le programme **Accelerate** accompagne 60 profils commerciaux dans un format hybride déployé sur deux ans, durant près de 50 heures, autour de quatre compétences clés : **préparation, communication, gestion des objections et résilience**.

Chez **Cofidis République tchèque**, 17 managers ont suivi 35 heures de formation fondées sur la **méthodologie Gallup CliftonStrengths**, méthode basée sur l'identification et l'exploitation de leurs talents naturels, pour favoriser la satisfaction au travail. Cette formation a été complétée par des ateliers thématiques et du coaching individuel. En **France**, l'équipe managériale de **Carizy**, récemment intégrée au groupe, a participé pour la première fois au séminaire managers Cofidis



autour du thème **La terre des futurs désirables**, tandis que les managers commerciaux ont intégré le parcours **managers de proximité** du groupe.

Chez **Cofidis Espagne**, les collaborateurs identifiés à « haut potentiel » bénéficient d'un **assessment individuel** puis d'un programme dédié combinant formations et expériences à la carte ; chaque année, 10 à 15 talents rejoignent ce dispositif. À l'échelle du **groupe**, cette dynamique s'est également traduite en 2025 par le lancement d'un **parcours d'un an** destiné aux futurs potentiels cadres dirigeants des filiales françaises et européennes, conçu avec l'IESEG Lille, le Campus des Dirigeants et MandarinCo. Onze participants ont intégré cette première promotion pour renforcer leur **vision stratégique**, leur **expertise bancaire** et leur **posture de futur membre de Comité de Direction**.

Italie République tchèque France Espagne

### Zoom sur

#### Cofidis Group : un programme d'assessment managers et Responsables d'Activité.

Au sein de notre groupe, l'assessment constitue une étape clé dans l'évaluation du potentiel managérial et l'accompagnement des projets professionnels. Un dispositif, conçu comme une expérience immersive, se déroule sur une journée hors des murs, alternant exercices individuels et collectifs autour de la prise de parole, de la cohésion d'équipe, de la prise de décision et du leadership. Ce programme a été renforcé en 2025 pour les managers de proximité et les Responsables d'Activité. Il a concerné 21 collaborateurs en 2025.



## Co-construire les engagements réciproques entre managers et collaborateurs.

Au sein de **Cofidis Group**, le dialogue entre les managers et leurs équipes est central. Aussi, impliquer chacun dans la définition des attendus d'un manager et des membres de son équipe est une pratique commune dans plusieurs de nos entités. Chez **Cofidis Italie**, par exemple, dans le prolongement du **Manifeste du Manager** déjà réalisé, la DRH a engagé l'élaboration d'un **Manifeste du Collaborateur**, construit en co-création avec les équipes et destiné à définir les comportements attendus, avec une intégration envisagée au système d'évaluation. Chez **Cofidis Espagne**, le modèle **TeamUp**, lancé en 2024, a simplifié l'**évaluation des collaborateurs** en passant de 20-30 comportements à cinq à six compétences clés évalués. Dans la suite du processus, plus de 1 000 feedbacks ont été adressés par des collaborateurs à 94 managers, permettant ainsi de **faciliter les échanges en équipe et la compréhension des besoins des collaborateurs** envers leurs managers.

Le projet **KOM UNI CAT** de **Cofidis Pologne** a été déployé afin de favoriser une **meilleure communication entre les managers et leurs équipes**. Complété par les rencontres régulières baptisées **HR Express**, le dispositif permet de communiquer régulièrement sur toutes les nouveautés et événements qui touchent directement les collaborateurs aussi bien au niveau local qu'au niveau de notre groupe. Chez **Cofidis Portugal**, le modèle de compétences **Power Skills** a permis de structurer et de **valoriser les compétences clés** au sein de l'entité. Il est enrichi par un cadre transversal venant **clarifier les rôles et les bonnes pratiques** à suivre.

Italie

Espagne

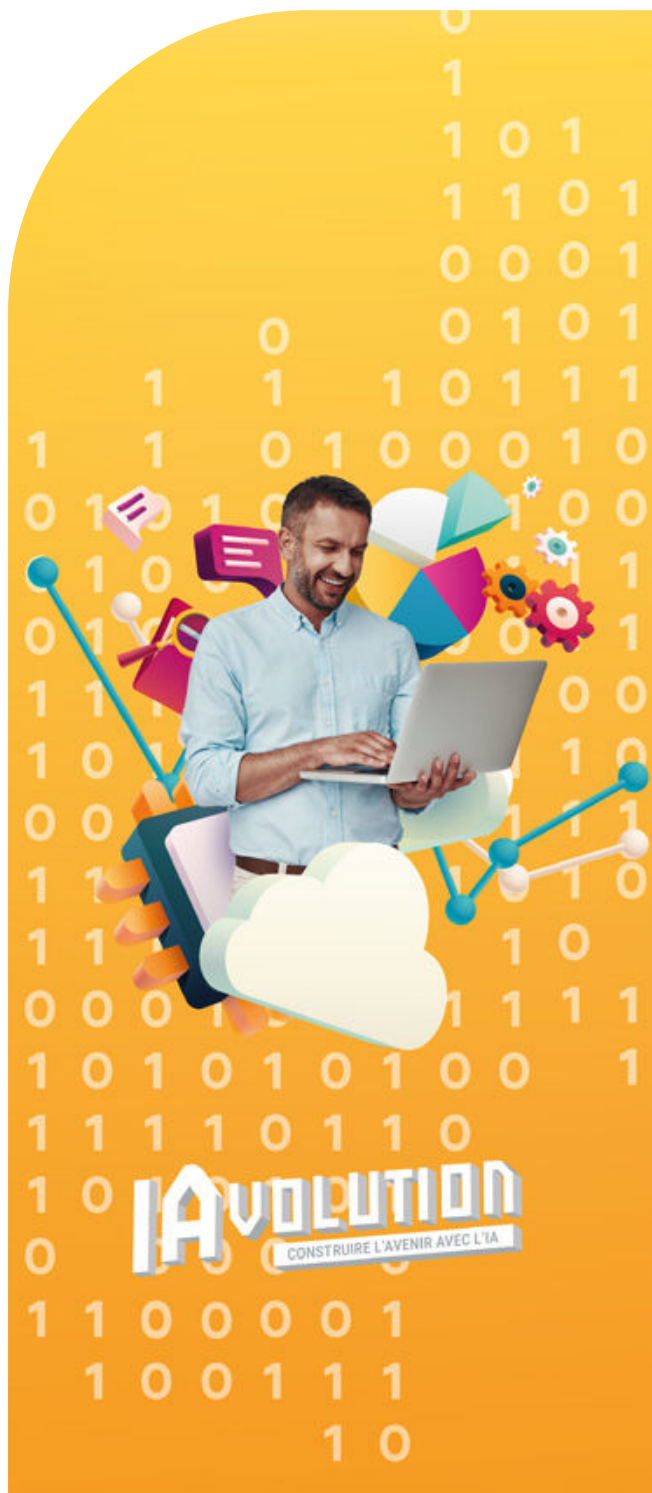
Pologne

Portugal

### Zoom sur

## Cofidis Group : NEWS, une information partagée avec tous les collaborateurs.

Afin de renforcer la transparence et la circulation de l'information, Cofidis Group a lancé en 2025, NEWS, une plateforme intranet multilingue remplaçant l'ancien journal interne. Accessible à l'ensemble de nos collaborateurs, elle diffuse les actualités business, RH et les initiatives locales, offrant une vision claire et simultanée de la vie du groupe à chaque collaborateur. Une belle manière d'illustrer notre culture managériale fondée sur l'écoute active, le partage d'information et la valorisation des réussites individuelles et collectives.



## Développer les compétences de nos équipes.

### Accompagner les collaborateurs à l'intégration de l'IA dans leurs métiers.

La montée en compétences des collaborateurs sur le sujet de l'intelligence artificielle constitue un axe structurant de la transformation digitale du groupe. En 2025, **Cofidis Group** a déployé **IAvolution**, un parcours 100 % digital accessible à l'ensemble des collaborateurs, afin d'**acculturer aux enjeux de la DATA, de l'IA et de l'IA générative** dans le monde professionnel. Les premiers retours témoignent d'un grand intérêt et d'un bon niveau de satisfaction des collaborateurs formés. Chez **Cofidis Belgique**, ce dispositif est complété par des **sessions d'information et de démonstration**, organisées en ligne et en présentiel, ainsi que par des **ateliers** pour répondre aux besoins spécifiques de chaque métier et accompagner le changement organisationnel. Chez **Cofidis Espagne et Portugal**, l'IA générative est intégrée aux formations via des **simulations de situations de communication, négociation ou vente** avec feedback immédiat, permettant un apprentissage via l'expérimentation directe et une culture d'amélioration continue.

Groupe

### Zoom sur

### Cofidis Group : un Comité Formation pour structurer la dynamique collective.

Fin 2025, la Direction des Ressources Humaines du groupe a lancé son premier **Comité Formation**. Composé de l'ensemble des responsables formation des filiales, il a vocation à devenir un **espace d'échange et d'innovation**, où les bonnes pratiques, innovations et enjeux locaux sont partagés. Au-delà des échanges, le Comité vise à faire émerger des **priorités communes**, mutualiser outils et expertises et construire des actions alignées avec la stratégie de notre groupe. Une nouvelle étape dans la consolidation de notre communauté formation plus collaborative et performante au service de l'ensemble des entités du groupe.



## Développer les compétences métiers.

Le développement des compétences métiers s'inscrit dans une approche structurée au sein de toutes nos filiales.

Chez **Cofidis Espagne** par exemple, les conseillers commerciaux peuvent suivre un **itinéraire certifiant** reconnu par une université partenaire. En 2025, six d'entre eux ont obtenu la certification de **Conseiller Professionnel du Crédit à la Consommation**. Chez **Cofidis Portugal**, l'enrichissement du catalogue de formation sur les sujets data mindset, IA et intelligence émotionnelle, s'articule avec le **programme Step Up - Bourses d'étude** et des revues trimestrielles entre managers et collaborateurs pour ajuster les parcours et accompagner les mobilités.

Chez **Cofidis Pologne** et **Slovaquie**, la structuration des dispositifs (Outil **FORMAD**, **Académie managériale**, formations ciblées pour les équipes Sales et Recouvrement) renforce à la fois l'expertise technique et les compétences comportementales.

Espagne

France

Portugal

Pologne

Slovaquie

### Zoom sur

## Monabanq : la Pépinière des Talents, un dispositif pour faire grandir les talents.

Depuis 2023, Monabanq a lancé la Pépinière des Talents, un dispositif de formation terrain structuré comme un véritable espace d'incubation des talents. Conçu pour accompagner les nouveaux arrivants, les collaborateurs en mobilité interne ou en reconversion, ainsi que les experts souhaitant approfondir leur pratique métiers, ce parcours permet à chacun de trouver sa place et de progresser à son rythme. Les deux premières semaines réunissent métiers supports et conseillers clientèle autour d'un socle commun sur la culture de l'entreprise et la compréhension de l'expérience client. Le parcours se poursuit ensuite en individuel pour les conseillers, encadrés par des experts. Une illustration concrète de la volonté de Monabanq de placer l'humain et l'apprentissage collectif au cœur de l'expérience collaborateur.

**250** collaborateurs formés aux produits, aux parcours clients et à la culture bancaire grâce à la Pépinière des Talents.



# Améliorer l'expérience collaborateur.

Offrir à nos collaborateurs la meilleure expérience possible au sein de notre groupe constitue un pilier essentiel de notre engagement envers nos équipes. Nous veillons à développer un environnement de travail qui favorise la santé, le bien-être, la convivialité et des conditions matérielles adaptées aux nouvelles façons de travailler. De nombreuses actions et initiatives menées dans les différentes filiales du groupe, permettent de placer l'équilibre, la solidarité et la qualité de vie au cœur de notre performance collective.

## Porter les enjeux santé & bien-être au plus haut niveau.

En novembre 2025, **Cofidis Group** a lancé un premier **Comité Santé & Bien-être**, réunissant les représentants RH de chaque entité, afin d'harmoniser les pratiques et partager les retours d'expérience. En **France**, la sensibilisation a débuté dès septembre 2024 par une **conférence** de trois heures auprès des Comités de Direction et du COMEX, étendue en juin 2025 à l'ensemble des managers, avant le déploiement d'une **formation dédiée à la SQVCT** en 2026. Par ailleurs, les DRH des filiales françaises ont suivi fin 2025 une formation certifiante de quatre jours **Référent Santé Sécurité et QVCT**, confirmant le pilotage stratégique de ces enjeux.

Groupe

## Veiller au bien-être psychologique des équipes.

Le bien-être psychologique des équipes fait l'objet d'actions concrètes et structurées dans plusieurs filiales. Chez **Cofidis Italie**, le partenariat avec la **Coopérative Minotauro**, à travers le programme **Officine Minotauro**, propose ateliers, workshops et mentorat autour de la **redéfinition des trajectoires professionnelles et personnelles**. Un service d'**aide psychologique SERENIS** complète ce dispositif : accessible de manière anonyme, il offre jusqu'à neuf séances gratuites par collaborateur.

Chez **Cofidis Portugal**, le **programme CofiWELL** déploie un accompagnement global 24/7 pour les collaborateurs et leurs familles (soutien psychologique, coaching, assistance sociale et financière), complété par un **programme de soutien à la parentalité** intégrant notamment une plus grande flexibilité au travail et un accompagnement au retour. Autant d'initiatives qui placent l'équilibre émotionnel au cœur de l'engagement collectif.

Italie

Portugal

## Zoom sur



## Cofidis Pologne : création d'un Fonds Social.

En 2025, Cofidis Pologne a créé son Fonds Social, dispositif comparable à un comité d'entreprise, destiné à renforcer le soutien apporté aux collaborateurs. Ce fonds permet de fournir des aides financières complémentaires, notamment pour les vacances, les fêtes de Noël ou en cas de situations exceptionnelles telles qu'un décès ou une maladie. Cette initiative traduit l'attention concrète portée à la solidarité et à l'accompagnement des équipes dans les moments clés de leur vie personnelle.

## Multiplier les actions concrètes sur le terrain.

Au-delà du pilotage stratégique, plusieurs de nos filiales déploient des actions concrètes, quotidiennes, pour renforcer la qualité de vie au travail des équipes. Chez **Cofidis Hongrie**, par exemple, la **culture d'entreprise favorable aux familles** se traduit par une journée dédiée dans les bureaux, une colonie de vacances gratuite de cinq jours (20 enfants bénéficiaires en 2025), ainsi que des dispositifs modulables : horaires flexibles, télétravail hybride, congé paternité prolongé et programme de réintégration après congé parental.

Chez **Cofidis Slovaquie**, l'amélioration des conditions ergonomiques de travail, le télétravail jusqu'à deux jours par semaine et les temps partiels s'accompagnent d'initiatives régulières : programme sportif (yoga, running, challenges du plus grand nombre de kilomètres parcourus...), journée Santé, ateliers nutrition, Fruit Day... Autant d'actions concrètes illustrant l'attention portée au bien-être des équipes au quotidien.

Hongrie

Slovaquie

## Développer la convivialité au sein de nos entreprises.

La convivialité entre collaborateurs et la reconnaissance de nos managers envers leurs équipes font partie de notre culture. Chez **Cofidis Group**, la 13<sup>e</sup> édition du **United Campus** a rassemblé plus de 2000 collaborateurs de **Cofidis France**, **Monabanq**, **Creatis** et **SynerGIE** autour d'une soirée **aux couleurs du Grand départ du Tour de France** qui avait lieu à Lille.

Chez **Cofidis Espagne**, le renforcement des micro-animations, la création d'un réseau de correspondants et des temps forts comme le **Family Day** ou **les 35 ans de Cofidis Espagne** ont contribué à faire progresser les indicateurs de l'enquête **Great Place to Work®** : 78 % des collaborateurs estiment que les événements spéciaux sont célébrés (+21 points Vs 2024) et 61 % se sentent reconnus (+11 points Vs 2024). Chez **Cofidis République tchèque**, l'initiative solidaire **Bake with Cofidis** propose à chaque équipe de préparer un petit-déjeuner commun pour tous les collègues, les contributions volontaires collectées pendant l'événement sont reversées à une œuvre caritative.

France

Espagne

République tchèque

### Zoom sur



### Cofidis Group : le campus revisité pour plus de flexibilité et de confort.

En France, la rénovation du **Campus Cofidis Group** s'est poursuivie en 2025 avec une transformation en profondeur des espaces de travail. L'objectif : créer un **environnement plus modulable et plus collaboratif**, aligné avec les nouvelles pratiques du travail hybride. Des espaces flexibles intègrent désormais du mobilier ergonomique, des salles de réunion connectées et des zones de détente favorisent le bien-être. Les collaborateurs profitent de plus de **lumière naturelle**, d'aménagements végétalisés et participent à une **réduction significative de l'empreinte carbone** grâce à des solutions énergétiques plus durables.

**-70 %** de CO<sub>2</sub>  
dès qu'un bâtiment  
est rénové.

**60 %** de gain  
énergétique dès  
qu'un bâtiment est  
rénové.

## Veiller à la santé de nos collaborateurs.

### Faire bouger nos équipes lors d'évènements sportifs.

La pratique sportive et la prévention santé font pleinement partie de la culture d'entreprise de notre groupe. En 2025, **Cofidis Group** réunit plus de 400 collaborateurs au **CREPS** (Centre Régional d'Etude de la Performance Sportive) de Wattignies (France) pour la 22<sup>e</sup> édition du **Sports & Games Trophy**, autour de 12 disciplines sportives. Quelques mois plus tôt, 38 collaborateurs de **Cofidis France**, **Monabanq**, **Creatis** et **SynerGIE** avaient remporté six trophées sur huit aux **Jeux Régionaux du Sport d'Entreprise** sur ce même site français. **Cofidis Pologne** a accueilli 74 collaborateurs issus de 12 filiales pour courir ensemble les 42,195 km du **Marathon de Varsovie**, renforçant notre tradition sportive. Chez **Cofidis Hongrie**, cours gratuits (yoga, renforcement), équipes financées et participation à des événements nationaux complètent notre engagement quotidien en faveur de la pratique sportive et de la santé pour nos équipes.

France

Pologne

Hongrie

### Organiser des actions de prévention santé.

La santé de nos collaborateurs fait l'objet d'actions concrètes et régulières dans plusieurs de nos filiales. Chez **Cofidis Hongrie**, des journées annuelles de **dépistage** ont mobilisé largement les équipes : 360 collaborateurs pour le mélanome, 176 pour le diabète et 400 pour des marqueurs de cancer. La vaccination contre la grippe a réuni 45 participants et la venue d'un opticien sur site a permis à 80 collaborateurs d'être équipés. Le **Programme d'Aide aux Employés**, accessible aussi aux familles, offre un soutien psychologique, financier et juridique anonyme. Chez **Cofidis République tchèque**, une **Journée Prévention** a rassemblé 108 participants autour d'une conférence, d'échanges et de bilans de santé. Enfin, en France, le **Parcours du Cœur** a sensibilisé les équipes de **Cofidis Group** aux risques cardiovasculaires à travers des ateliers et des dépistages.

Hongrie

République tchèque

France

## Zoom sur

### Cofidis Group : le Plan Vélo, un engagement concret pour la santé.

Encourager les mobilités douces, c'est agir pour la santé de nos collaborateurs. Lancé en mai 2024 avec **Azfalte**, le Plan Vélo de Cofidis Group a déjà séduit plus de 550 collaborateurs, soit près d'un collaborateur sur cinq, positionnant le groupe comme 1<sup>ère</sup> flotte de vélos d'entreprises des Hauts-de-France et parmi les employeurs français précurseurs sur ce dispositif. Pour dix euros par mois, chacun peut bénéficier d'un vélo électrique d'entreprise adapté à ses besoins : un vélo familial peut être proposé aux jeunes parents qui souhaitent véhiculer leurs enfants et une maman d'enfant en situation de handicap a quant à elle été équipée avec un vélo adapté.

**51 km** parcourus / mois /  
collaborateur en moyenne.

**93 %** des utilisateurs estiment  
que ce programme améliore leur  
perception de l'entreprise.

# Innover pour progresser.

Dans chacune de nos filiales, nous faisons de l'innovation RH et de l'agilité au travail un levier au service de l'engagement et de la transformation des pratiques managériales. Nous encourageons des approches nouvelles, participatives et évolutives, où l'expérimentation et l'intelligence collective permettent de repenser nos modes de collaboration. Chaque collaborateur peut ainsi devenir acteur de l'évolution de notre organisation et de l'expérience de travail collectif.

## Développer une culture du « test & learn ».

Chez **Cofidis Group**, pour favoriser l'innovation, nous avons fait le choix de faire de l'expérimentation un levier d'engagement et de performance des équipes. Chez **Cofidis Italie** par exemple, les **CALL4IDEAS** permettent à chaque collaborateur volontaire de soumettre ses idées à un **Comité Innovation Transversal**, avec un accompagnement méthodologique pour tester à petite échelle ; la Communauté Innovation a notamment conduit un **Défi Recouvrement** mobilisant plusieurs dizaines de participants et lancé trois chantiers entre 2023 et 2024, avec des effets visibles sur le coût du risque et la satisfaction client. **Cofidis Espagne**, a lancé les **Innovation Sprints** intégrés au programme **WelcomeTalent**. Ils donnent aux nouvelles recrues l'autonomie pour prototyper et présenter leurs solutions à la Direction ; les projets les plus prometteurs sont testés puis intégrés aux réflexions produit.

Chez **Cofidis Portugal**, **NEXT by Cofidis** structure l'**acculturation digitale** (masterclasses IA, Data Mindset, NEXT Day) et encourage l'**expérimentation continue**. Côté pilotage, le **programme Data RH de Cofidis Group** (195 heures, 98 % de satisfaction) et le **Défi Data** réunissant 80 dirigeants renforcent une prise de décision éclairée par la donnée. Ces exemples montrent que, partout en Europe, le Test & Learn est devenu une pratique commune : un moyen d'agir, de coopérer et de faire évoluer les pratiques au plus près des besoins des clients et des équipes.

Italie Portugal Espagne France

“ Ce que j'ai le plus apprécié dans l'Innovation Sprint, c'est de combiner la pensée critique avec des outils d'IA pour proposer, dans un temps limité, une amélioration répondant à un besoin réel. Mais aussi construire et présenter une solution structurée devant l'audience. ”

Marc Cobo,  
Alternant au sein  
de la Direction Data  
& Transformation -  
Cofidis Espagne.





## Favoriser l'agilité.

Au sein de notre groupe, nous renforçons l'agilité en combinant **Communautés de Facilitateurs, espaces dédiés et initiatives inspirantes.**

En **France**, la **Communauté Agile**, ouverte à tous les métiers, a conçu le module **Agile au quotidien**, déployé depuis novembre 2025 pour ancrer des pratiques concrètes, expérimenter de nouvelles façons de collaborer et cultiver une posture d'adaptation continue. Sur notre campus en France, **l'espace Maké Maké** (espace collaboratif dédié à la créativité et à l'intelligence collective, son nom évoque l'idée de « faire différemment ») et les **deux salles Innovation Discovery** offrent des espaces favorisant la co-construction et l'expérimentation. Une **Communauté de 19 facilitateurs** internes dédiés à l'animation de l'intelligence collective a été formée. Elle a animé 75 ateliers de co-construction en 2024-2025 dans les quatre entités françaises du groupe.

En février 2025, une **Learning Expedition** a aligné le Comex et les Directions Générales afin de sortir du cadre opérationnel, anticiper les tendances et diffuser une culture de l'audace ; une expédition similaire destinée aux Chefs de Service et dédiée à l'IA générative a permis d'identifier 13 cas d'usage en trois mois et autant de plans d'accompagnement. La **Semaine de l'innovation managériale** a réuni 50 managers autour de trois thèmes clé animés en ateliers ludiques : les valeurs, les pratiques managériales, l'inclusion LGBTQIA+. Autant d'initiatives menées pour développer l'agilité et favoriser l'innovation dans chaque filiale.

France

Great  
Place  
To  
Work®

82 % des collaborateurs déclarent qu'il fait vraiment bon travailler chez nous.

L'ensemble des initiatives déployées au sein du groupe et de nos filiales portent leurs fruits. Pour la deuxième fois consécutive, toutes nos entités Cofidis en France et à l'international, ainsi que Monabanq, Creatis et Synergie, ont obtenu la certification Great Place To Work®. Cette distinction vient confirmer la cohérence et l'efficacité des politiques menées en faveur de la confiance, de l'inclusion, du développement des compétences et du bien-être au travail.

“ Cette certification reflète surtout l'engagement quotidien de nos équipes et de nos managers à faire vivre une culture où chacun peut évoluer, contribuer et s'épanouir durablement. ”



**Katia Caniot,**  
Directrice des Ressources Humaines et de la Communication - Cofidis Group.

# Performant





# Une expérience plus humaine et innovante, une performance plus durable.

## 60

Améliorer l'expérience client.

**65** - Notre excellence relationnelle récompensée.

**68** - Baromètre de l'expérience client.

**70** - Accompagner les clients fragiles avec des solutions dédiées.

## 72

Développer notre activité grâce aux partenariats BtoB.

## 76

Innover pour transformer nos activités.

# Améliorer l'expérience client.

Dans un environnement en constante évolution, nous faisons de notre offre de services un levier clé pour mieux répondre aux attentes de nos clients et soutenir notre développement. À travers nos différentes filiales, nous enrichissons en continu nos services pour les rendre plus utiles, plus accessibles et plus adaptés aux usages émergents.

## Développer notre offre de services pour mieux répondre aux besoins clients.

### Renforcer l'expérience client grâce à des services innovants.

Dans l'ensemble des filiales de notre groupe, nous développons notre offre de services dans une logique d'amélioration de l'expérience client et d'optimisation de la performance commerciale.

Chez **Cofidis Hongrie**, où Cofidis et Cofidis Bank coexistent suite à l'intégration de Magyar Cetelem Bank, un **centre d'appels commun** a été mis en place permettant aux clients de naviguer facilement entre les deux entités et d'être orientés vers le bon service. Résultat : la qualité de la relation s'est améliorée ainsi que le traitement de milliers de demandes chaque mois. **Cofidis Italie** a quant à elle lancé le **Club Now** pour enrichir l'expérience de paiement fractionné **PagoDIL**. **Cofidis Espagne** a lancé une campagne **Promo Express** pour tester une offre de prêt personnel particulièrement compétitive, soutenue par un dispositif média d'envergure et un pilotage quotidien des performances. **Cofidis Pologne** a initié le programme **Voix du client** pour structurer l'écoute client à chaque point de contact. Ce programme

s'accompagne de **formations des conseillers** à l'empathie et à la personnalisation, contribuant à renforcer la qualité des interactions. Enfin, **Creatis** expérimente un dispositif de contre-proposition tarifaire ciblée, permettant d'ajuster les conditions aux clients les plus fidèles afin de renforcer la **fidélisation** et d'améliorer les taux de transformation.

Dans le même esprit, **Carizy** a mené deux évolutions importantes au cœur de son modèle. D'une part, la refonte complète de son **référentiel d'identification** des véhicules permet désormais de couvrir plus largement les modèles récents et d'améliorer la précision des informations proposées aux clients. D'autre part, la **modernisation du système de cotation**, avec un nouveau partenaire, offre des estimations plus justes et plus compétitives. Ces évolutions, combinées à des actions commerciales comme l'uniformisation des stocks B2B et B2C ou encore le partenariat avec **Crédit Mutuel Leasing (CML)** pour renforcer les approvisionnements et le reconditionnement, contribuent à fluidifier l'expérience client tout en améliorant la performance globale.

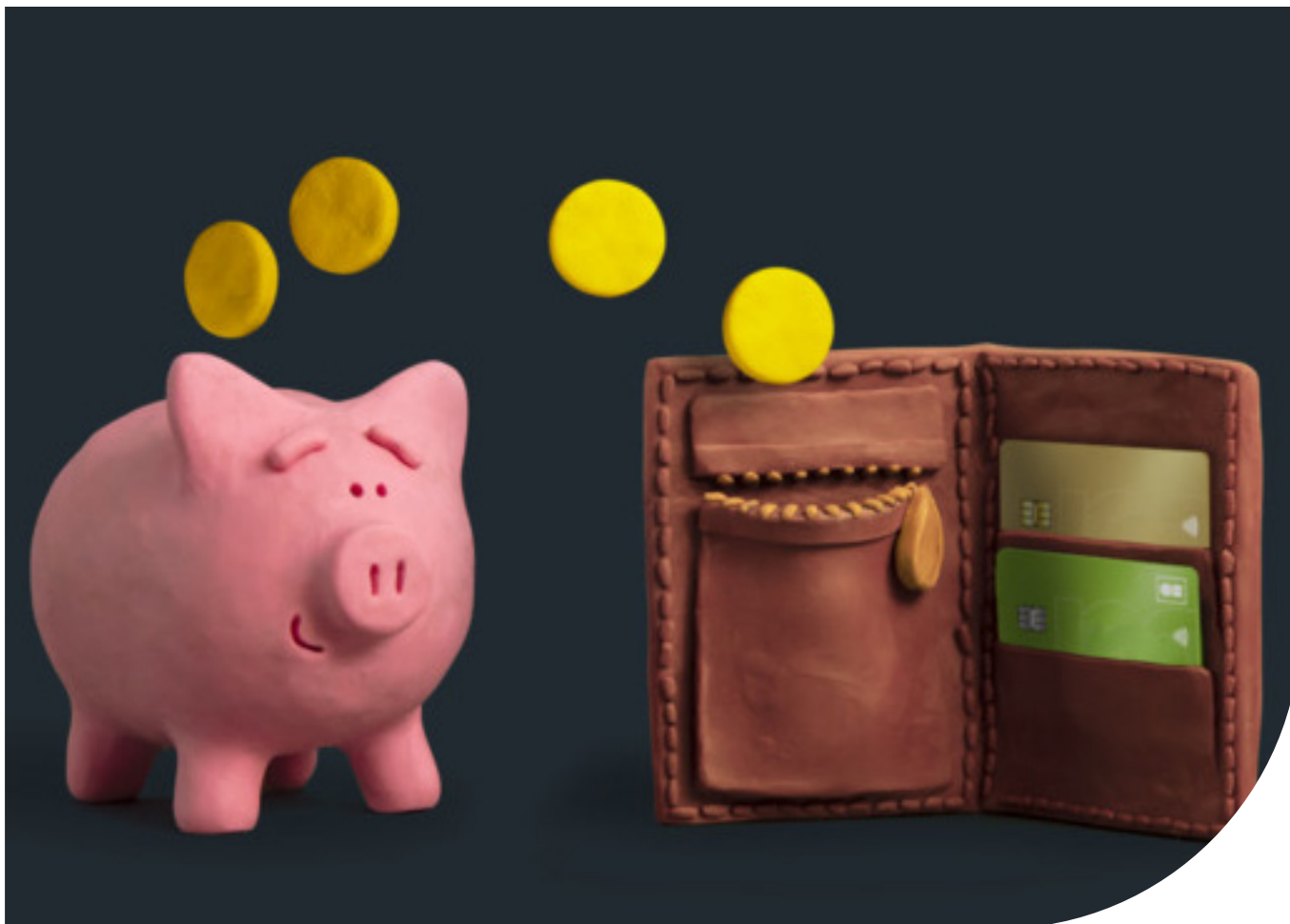
Espagne

France

Hongrie

Italie

Pologne



## Faciliter l'accès au financement via des services personnalisés.

Au sein de nos filiales, l'offre de services évolue pour proposer un accompagnement toujours plus personnalisé, utile et concret.

**Creatis** s'inscrit dans cette dynamique en testant de nouveaux partenariats serviciels, notamment avec **Papernest**, afin d'aider les clients à **mieux gérer leurs dépenses** et à réaliser des économies, tout en les accompagnant dans des moments de vie parfois difficiles.

De son côté, **Monabanq** poursuit l'évolution de son offre autour de son produit de conquête, le **compte courant**, avec un objectif clair : rendre les services bancaires plus accessibles, transparents et adaptés à chaque profil. Cela se traduit par la mise en place d'un **outil de recommandation** permettant d'orienter les prospects vers le compte le plus pertinent selon leurs usages, la baisse du dépôt initial à 1€ pour lever les freins à l'entrée, ou encore l'introduction de fonctionnalités facilitant la gestion budgétaire (compte rémunéré, carte à contrôle de solde, avantages pour les comptes joints). Cette logique se prolonge par de nouveaux services incarnant la promesse « **Les gens avant l'argent** », comme **Monabudget**, dispositif gratuit d'optimisation de l'épargne permettant d'éviter les découverts, ou encore le partenariat avec **EDF Solutions Solaires**, qui facilite l'accès à des solutions d'énergie renouvelable via une offre clé en main. Enfin, **Monabanq**, en lien avec **Cofidis France** a également repensé la documentation de son produit **Preventio** Assurance décès invalidité en adoptant une approche centrée sur les besoins et les étapes de vie, en collaboration avec **In Clear Terms**, et les experts métiers, afin de rendre les offres plus lisibles et compréhensibles pour ses clients.

France

## Développer les compétences relationnelles au service de l'expérience client.



### Zoom sur

#### Creatis : la coopération au cœur de la performance collective.

Pour renforcer la performance de sa Direction Expérience Client, Creatis a déployé une initiative innovante basée sur la **coopération et l'entraide** entre équipes, notamment lors des périodes de forte activité.

Une **équipe d'entraide** de **48 collaborateurs volontaires** a été constituée, réunissant des profils aux compétences transverses ou souhaitant développer de nouvelles aptitudes. Formés régulièrement, ces collaborateurs peuvent être mobilisés en renfort pour assurer **une meilleure continuité de service** et une gestion plus fluide lors des pics d'activité.

Sur une période de quatre mois, **83 jours d'entraide** ont ainsi été réalisés, illustrant l'engagement des équipes et l'efficacité du dispositif. Au-delà de la performance opérationnelle, cette démarche favorise la polycompétence, les mobilités internes et une meilleure compréhension des métiers, contribuant ainsi à renforcer la cohésion et **l'agilité**.

Pour notre groupe, la **formation à la relation client** constitue un levier important pour harmoniser les pratiques et renforcer la qualité de service. **Cofidis Group** anime ainsi des ateliers réguliers réunissant les filiales autour de problématiques opérationnelles concrètes (polyvalence, gestion des pics d'activité, attractivité des métiers). Ces temps d'échange favorisent le **partage d'expériences**, de **bonnes pratiques** et la co-construction de règles communes à tous.

Dans cette dynamique, **Creatis** a déployé une formation dédiée à **l'optimisation de la vente conseil** auprès des équipes du Centre de Relation Client, élargie à l'ensemble de la Direction Expérience Client. Axée sur l'écoute active, la compréhension des besoins et la capacité à proposer des solutions personnalisées, elle améliore la qualité des interactions et la capacité des conseillers à instaurer une relation de confiance avec les clients.

France



## Écouter pour mieux comprendre nos clients.

À l'échelle de **Cofidis Group**, la culture client se déploie à travers des dispositifs mêlant écoute active et rencontres. Pour la première fois, des **tables rondes** ont été organisées avec des clients en situation de contentieux afin de mieux comprendre leurs attentes et leurs irritants. Les premiers enseignements soulignent l'importance de l'empathie, la considération et l'adaptation aux situations individuelles, ainsi que la capacité à s'ajuster aux préférences de contact, notamment en diversifiant les canaux de communication.

Parallèlement, nous valorisons la qualité des interactions écrites à travers la participation des équipes **Monabanq**, **Creatis** ou encore **Cofidis France** à la **Dictée de la relation client**, initiative portée par l'AFRC (Association Française de la Relation Client). Cet événement met en lumière l'importance de la clarté et de la qualité rédactionnelle dans la relation client.

**Cofidis France** a également organisé la deuxième édition de son **Mois de la Relation Client** : plus de 500 écoutes clients réalisées, 2 000 cartes d'attention envoyées ou encore des temps de partage et de formation. La création des **trophées internes QUALICOF'**, fondés sur l'évaluation de communications avec les clients sur la base de critères d'émotion et de considération, vient illustrer cette volonté d'ancrer durablement l'**excellence relationnelle** au cœur de nos pratiques.

France

### Zoom sur

## Cofidis France : le Club Pôle Nord - AMARC dédié à la relation client.

Depuis sa création en 2023, le Club Pôle Nord - AMARC, porté par Cofidis France, s'affirme comme un véritable **lieu de rencontres** et de partage autour de la relation client. À chaque édition, il réunit près de **120 structures** issues de secteurs variés, venues échanger leurs pratiques, croiser leurs regards et s'enrichir mutuellement.

En 2025, trois rendez-vous ont rassemblé une centaine d'entreprises autour de sujets concrets et actuels : la **personnalisation** et l'**accompagnement client** chez **Vilogia**, l'**inclusion** des clients et des collaborateurs chez **AlterEos**, et les apports de l'**intelligence artificielle** pour faire évoluer la relation et l'expérience client, lors d'une session accueillie par **Cofidis France**.



# Notre excellence relationnelle récompensée.

Une nouvelle fois, l'ensemble des démarches menées par nos filiales en faveur de la qualité de la relation client a été reconnue par des labels attribués par des organismes reconnus.

## Cofidis France



- Symétrie des attentions - « Equipe heureuse / clients heureux »



- Trophée HCG Les Echos de la meilleure relation client dans le secteur Banque Finance



- Élu Service Client de l'année 2026 - « Solutions de paiement »



- Trophée Qualiweb 2025

## Cofidis Italie



- Trophée de l'innovation financière



- Top 100 des produits 2025 - Classi Editori



- 1er prix Radio Key Award - catégorie Finance

## Monabanq



- Élu Service Client de l'année 2026 - « Banque en ligne pour les particuliers »



- Trophées MoneyVox de la banque

## Cofidis République tchèque



- Top 10 Indice du crédit responsable



- Médaille d'or Golden Crown - catégorie des prêts non bancaires

## Cofidis Espagne



- Prix de la meilleure stratégie omnicanale pour l'expérience client



- Élu Service Client de l'année 2026

## Cofidis Portugal



- Marque de confiance des consommateurs 2025



- Meilleure réputation du secteur choix des professionnels



- Meilleure réputation du secteur choix du consommateur

## Cofidis Hongrie



- 1er prix Excellent service « call center »

## S'outiller pour améliorer la relation client.

### Utiliser l'intelligence artificielle pour personnaliser la relation.

Au sein de **Cofidis Group**, l'intelligence artificielle devient un levier incontournable pour enrichir la relation client, avec une conviction forte : **soutenir le conseiller sans jamais le remplacer**.

L'ambition est claire : **conjuguer le meilleur du digital et de l'humain**, en outillant les équipes pour gagner en efficacité, tout en préservant une relation personnalisée avec chaque client.

Plusieurs solutions sont ainsi déployées, comme le **RAG** (Retrieval Augmented Generation) permettant d'interroger les bases de connaissances en langage naturel, l'**OCR** (Optical Character Recognition) pour faciliter l'analyse des justificatifs ou encore des outils d'analyse des intentions clients.

Dans les filiales, ces innovations prennent différentes formes. **Cofidis Belgique** utilise un **assistant IA** pour accompagner les conseillers dans leurs recherches d'information métier, leur permettant de répondre plus rapidement et avec plus de précision aux clients. Chez **Monabanq**, l'outil **Call assist**, développé avec la **Cognitive Factory**, génère automatiquement des comptes rendus d'appels structurés, libérant du temps pour se concentrer sur l'essentiel : **l'échange avec le client**.

Enfin, **Carizy** utilise un **dispositif conversationnel** déployé via WhatsApp. Disponible en continu, cette solution qualifie instantanément les leads vendeurs, améliore la réactivité perçue et fluidifie la transmission aux équipes commerciales. Résultat : 30 % des leads sont désormais traités en moins de cinq minutes.

Belgique

France





## Piloter l'expérience client par la donnée et les process.

L'amélioration de l'expérience client s'appuie sur une approche structurée, combinant optimisation des process, collecte et analyse de la donnée et évolution des outils.

Chez **Cofidis Belgique**, la démarche **First Time Right** vise à apporter au client une réponse claire, complète et proactive dès le premier contact, en identifiant les points de friction et en simplifiant les parcours. Cela s'accompagne d'un pilotage renforcé de **la voix du client et des collaborateurs**, suivi en Comité de Direction de l'entreprise, avec des résultats tangibles : **un taux de satisfaction client de 90 %** et une progression continue de la satisfaction maximale.

**Cofidis Pologne** modernise ses outils et optimise les parcours. Le déploiement de la solution **Genesys** permet ainsi une gestion plus fluide et intelligente des interactions, avec une vision client unifiée et un routage des demandes adapté aux compétences des conseillers. Résultat : une hausse de **66 % de la productivité**. Parallèlement, une nouvelle approche de **segmentation client** simplifie l'accès aux offres, facilite les ventes croisées et renforce la fidélisation, tout en s'appuyant sur une collaboration étroite entre les équipes Risque, Marketing et Service client.

Enfin, la **cartographie des parcours**, déployée en 2025 par **Cofidis Pologne**, permet désormais d'identifier les irritants à chaque étape du parcours client (de l'octroi au recouvrement) et d'alimenter en continu les plans d'amélioration.

Belgique

Pologne

# Baromètre de l'expérience client.

Chaque année, le baromètre de l'expérience client, en partenariat avec **Kantar**, mesure l'expérience des clients de nos filiales à l'échelle européenne : **satisfaction**, **recommandation**, **qualité de service** sont passées au crible.

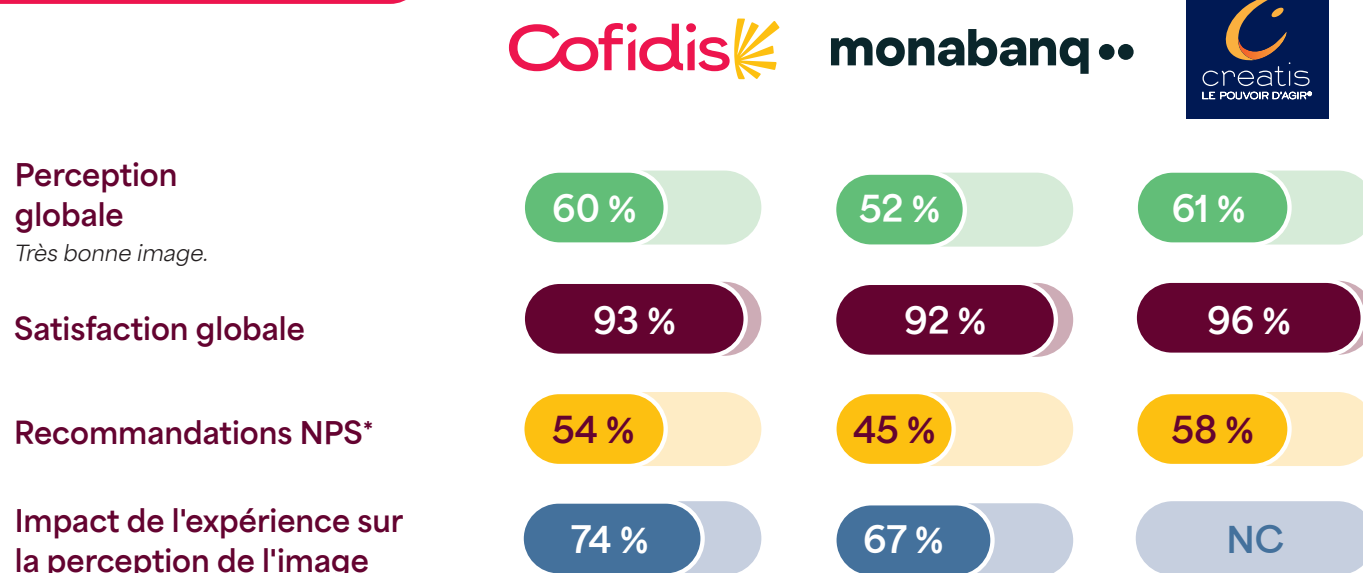
## Deux nouveautés en 2025

**2 nouveaux pays intégrés à l'enquête pour Cofidis** : République tchèque et Pologne, intégrant désormais l'ensemble des filiales Cofidis.

Un focus sur l'**engagement social, sociétal et environnemental** du groupe afin d'évaluer la notoriété sur le sujet et la perception détaillée sur certains piliers et mesurer l'impact des expériences vécues par nos clients.

En 2025, près de **20 000** clients ont été interrogés.

## Les chiffres clés



\*NPS = Promoteurs - Détracteurs

## Plus de la moitié des clients déclare avoir une excellente image.

Les clients de Cofidis, de Monabanq et de Creatis ont tous une excellente perception de la marque dont ils sont clients.

## Plus de 9 clients sur 10 satisfaits.

Des clients qui sont majoritairement tous satisfaits, quelle que soit la marque : entre 20% (Monabanq), 30% (Cofidis et Creatis), 16% (Direction des Contentieux) de clients extrêmement satisfaits.

## Près de 6 clients sur 10 promoteurs.

Des clients très enclins à recommander leur organisme : des niveaux de promotion élevés et des niveaux de détraction restreints pour les 3 marques du groupe.

### De nouveaux enjeux au cœur de l'expérience client

Cofidis

monabanq



Pratiques commerciales responsables

86 %

88 %

93 %

Communications claires

85 %

90 %

92 %

Engagement sur les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux

90 %

83 %

92 %

## Une posture responsable reconnue mais qui ne ressort pas encore comme un levier différenciant.

Pour toutes les marques, les pratiques commerciales sont considérées comme responsables, les communications jugées claires (tous canaux).

Les enjeux d'entreprise à mission, valorisés par le groupe, sont bien perçus des clients qui s'accordent tous majoritairement à dire que les marques de Cofidis Group sont engagées et actives sur les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux.

## Placer l'attention et l'humain au cœur de la relation client.

Dans nos différentes filiales, la communication auprès des clients évolue pour être à la fois plus claire, plus cohérente et plus proche de leurs attentes. Pour **Cofidis Hongrie**, le passage de Cetelem à **Cofidis Bank** a été accompagné d'un dispositif simple et transparent, déployé en plusieurs temps sur les canaux du quotidien (emails, Viber, site, Netbank). L'objectif était de rassurer les clients et de leur expliquer concrètement ce qui changeait, ou plutôt ce qui ne changeait pas pour eux. Cette approche progressive a permis d'installer rapidement la nouvelle marque, avec déjà 25 % de la population sensibilisée quelques mois après.

Chez **Cofidis Belgique**, le travail porte sur la cohérence de la relation dans la durée, avec la définition d'une **signature relationnelle commune**. L'idée est simple : faire en sorte que chaque interaction, quel que soit le canal, reflète les mêmes valeurs et la même qualité de relation. Cette signature, partagée en interne, a vocation à guider les pratiques au quotidien.

Enfin, **Cofidis Italie** a franchi un cap en termes de visibilité avec le lancement de **sa première campagne TV** « Magari dopo ? Magari Cofidis ! ». Diffusée largement et relayée sur les réseaux sociaux, cette campagne installe la marque dans le paysage italien avec un **ton accessible et engageant**. Une prise de parole remarquée, qui a également été récompensée lors du Radio Key Award, et qui accompagne la montée en puissance de Cofidis sur ce marché.

Belgique Hongrie Italie

Dès le départ, nous avons accordé une grande importance au projet de changement de marque, car la confiance de nos clients est essentielle pour nous. Nous voulions faire preuve de la plus grande transparence en leur expliquant clairement les étapes à venir, les délais et la manière dont cette évolution les impacterait. C'était aussi une opportunité de leur offrir une première impression positive de la marque Cofidis, une impression qui ne se donne qu'une seule fois. Le taux de notoriété de 25 %, atteint en seulement quelques mois, est particulièrement encourageant et nous en sommes très fiers, car cela a été le fruit d'une collaboration réussie entre les deux entreprises.

Andrea Frei,  
Responsable de la marque  
et de la communication -  
Cofidis Hongrie.



## Accompagner les clients fragiles avec des solutions dédiées.

Face aux difficultés que peuvent rencontrer certains clients, nos filiales ont mis en place des dispositifs spécifiques. L'enjeu est d'apporter un soutien concret, en tenant compte des réalités de vie et des situations de fragilité de chacun.

Chez **Creatis**, l'accompagnement des clients va au-delà des solutions financières classiques. Avec le Comité Solidaire **Agir avec Cœur**, l'entreprise a mis en place un dispositif dédié aux situations exceptionnelles qui peuvent fragiliser temporairement un client. Ainsi, un comité pluridisciplinaire analyse chaque situation et propose des réponses : prise en charge de mensualités ou de frais, ajustement des conditions de remboursement, voire annulation partielle de dette. L'objectif est simple : éviter que des difficultés ponctuelles ne se transforment en situations durables, tout en tenant compte de la réalité de chaque parcours de vie.

Dans la même logique, Creatis explore des partenariats pour ses clients les plus fragiles, comme le test mené avec l'**association Crésus** autour de l'application BGV, dédiée à la gestion budgétaire et à l'accès aux droits sociaux.

Une démarche encore en apprentissage, mais qui traduit la volonté d'élargir l'accompagnement au-delà du crédit.

De son côté, **Cofidis France** a poursuivi en 2025 le renforcement de son dispositif d'accompagnement des clients en difficulté. Cela passe par une meilleure détection des situations de fragilité, la formation des conseillers (notamment à la gestion des émotions), et la mise en place de solutions adaptées comme les reports, les prises en charge assurantielles ou les dispositifs solidaires. La création d'un **comité spécifique** permet également de coordonner les actions entre les différentes directions et d'assurer un suivi plus structuré des situations.

Dans les deux cas, la démarche est la même : proposer des réponses justes, adaptées et humaines, en tenant compte des réalités vécues par les clients.



# Développer notre activité grâce aux partenariats BtoB.

Les partenariats constituent un levier central de développement pour notre groupe, en lien direct avec les évolutions des marchés et des usages. Ils nous permettent d'élargir notre présence, de créer de nouvelles opportunités commerciales et d'apporter des solutions toujours plus pertinentes à nos partenaires et à leurs clients. Dans l'ensemble de nos filiales, ces collaborations s'inscrivent dans une logique de croissance durable, fondée sur la confiance, la proximité et la création de valeur pour tous.

## Renforcer notre performance grâce à de nouveaux partenariats.



Dans l'ensemble des entités du groupe, le développement commercial s'appuie sur des partenariats et l'ouverture à de nouveaux marchés, avec pour objectif de renforcer la performance, tout en proposant des solutions toujours plus adaptées aux besoins des clients.

Chez **Cofidis France**, cette dynamique se traduit par une forte accélération des signatures, avec plus de **1 500 nouveaux partenaires en Mass Market** et des accords avec des acteurs majeurs comme **Ford** ou **GrandVision**, ainsi qu'un développement significatif sur la **mobilité douce**.

**Cofidis Italie** se développe à la fois sur le e-commerce, avec un partenariat stratégique signé avec **Shopify**, et sur le développement de réseaux clés, notamment dans la santé (**groupe San Donato**), le secteur dentaire (Association Nationale des Dentistes Italiens - **ANDI**), ou encore avec des partenaires comme **Audionova** et le groupe bancaire **Sparkasse**, renforçant durablement les volumes de contrats et la position sur le marché. Des prises de parole en radio nationale soutiennent des opérations de co-marketing avec **Decathlon**. Déployées tout au long de l'année en magasin, en ligne et sur les réseaux sociaux, elles valorisent le paiement fractionné **PagoDIL**.

Pour **Cofidis Espagne**, l'année est marquée par une expansion dans des secteurs stratégiques comme l'optique, le mobilier ou l'électroménager, ainsi que par des partenariats avec des acteurs majeurs du e-commerce et du retail comme **Deporvillage**, **Decathlon** Espagne ou **Bedland**, soutenus par une approche omnicanale.



En parallèle, **Cofidis Hongrie** sécurise et développe ses positions avec le renouvellement de son partenariat exclusif avec **Auchan**, tandis que **Cofidis Belgique** consolide ses relations avec des partenaires clés comme **Base Telenet** et développe de nouvelles collaborations, notamment avec **Éggo** dans l'aménagement de la maison.

Pour **Cofidis Pologne**, la stratégie passe par l'ouverture à de nouveaux marchés, avec des partenariats dans l'automobile (**Nest Leasing**), la santé, la construction modulaire ou encore les énergies renouvelables, élargissant significativement le périmètre d'activité. Enfin, **Cofidis Slovaquie** accélère sa diversification, notamment dans les technologies vertes (**Green Technology**), l'équipement de la maison (**Planeo**) et l'automobile (**Carvago**), avec plusieurs partenariats à fort potentiel.

**Belgique** **Espagne** **France** **Hongrie** **Italie** **Pologne**

## Mieux comprendre nos marchés pour accélérer notre croissance.

Notre performance commerciale s'appuie sur une meilleure compréhension de nos marchés et une capacité à nous adapter rapidement aux usages et aux secteurs d'activités. Chez **Cofidis France**, cette démarche se traduit par des **études stratégiques** sur des marchés clés comme la **mobilité douce**, l'**économie circulaire** ou la **rénovation énergétique**, afin d'anticiper les besoins des partenaires et d'identifier de nouveaux leviers de développement. Cette proximité se renforce par une présence sur le terrain, notamment à travers des événements comme **Prodays** ou le salon **Produrable**.

Malgré un marché du crédit en recul, **Cofidis Hongrie** consolide ses positions sur son marché, tout en ouvrant de nouvelles perspectives de développement notamment avec le lancement du **leasing ouvert**, produit clé sur le marché local, ou encore la montée en puissance du partenaire **Pritex**.

De son côté, **Cofidis Portugal** poursuit sa croissance en renforçant sa présence sur des segments stratégiques. Cette évolution s'appuie notamment sur l'accélération du digital, avec un e-commerce en très forte progression et le déploiement de solutions innovantes comme le **social commerce** ou le **PayLink**, qui contribuent à élargir les opportunités commerciales et à améliorer la performance globale.

**France** **Hongrie** **Portugal**



## Accompagner les nouveaux usages.

Les partenariats mis en place dans nos différentes filiales visent également à accompagner nos clients dans leur transition vers des modes de déplacement plus sobres, en combinant offres de financement et dispositifs de communication.

**Cofidis Hongrie** a par exemple développé l'initiative **Go Green** qui a permis de fédérer de grands acteurs du sport comme **Decathlon**, **Intersport** ou **Hervis** autour de la promotion du vélo électrique, avec une offre de crédit gratuit sur dix mois, soutenue par une campagne de communication multicanale d'envergure.

De son côté, **Cofidis Belgique** a lancé une offre vélo à taux 0 % pour faciliter l'accès à une mobilité plus sobre, en lien étroit avec ses partenaires. Une démarche également portée par **Cofidis France**, où la **mobilité douce** représente près de 65 M€ financés pour **32 000 vélos distribués**, soutenue par une présence importante sur les salons professionnels et le renforcement des dispositifs de visibilité, notamment un nouveau site internet.

Belgique

France

Hongrie

Italie

## Innover pour proposer des financements et services toujours plus adaptées.

Dans l'ensemble de nos filiales, l'innovation se met au service de solutions plus simples, plus flexibles et mieux adaptées aux usages des clients comme des partenaires. **Cofidis France** a par exemple lancé **Cofidis Protect+**, une offre complète de garanties et de services couvrant l'ensemble des biens du foyer, pensée pour accompagner les usages dans la durée et déjà récompensée pour son caractère innovant. Parallèlement, le développement du terminal de paiement **TPE TETRA**, en partenariat avec **Ingenico**, permet de proposer des solutions de paiement fractionné directement en point de vente, dans une logique de **parcours client simplifié** et 100 % digital.

Pour **Cofidis Hongrie**, l'innovation passe par la digitalisation complète des parcours avec **E-com 3.0**, un processus autonome et sans papier qui fluidifie les démarches, réduit les coûts et améliore l'expérience utilisateur, notamment pour les partenaires confrontés à des contraintes opérationnelles.

De son côté, **Cofidis République tchèque** accélère sur le e-commerce et les parcours omnicanaux avec une nouvelle version de **CofidisPay**, ainsi qu'une solution dédiée aux points de vente physiques (**CofidisPayTip**), permettant de générer des demandes de financement directement via smartphone grâce à un QR code. L'offre se complète avec une solution dédiée au financement de projets liés à l'**énergie verte**, illustrant l'intégration des enjeux environnementaux dans les produits proposés.

**Cofidis Espagne**, a lancé **Fracciona** une solution omnicanale permettant de financer des achats en ligne comme en magasin, avec des modalités de paiement flexibles. Enfin, **Cofidis Pologne** innove dans le financement automobile avec **Autogotówka**, un produit combinant la simplicité d'un prêt personnel et les avantages d'un crédit auto, offrant aux clients plus de liberté dans leurs projets.

Espagne

France

Hongrie

République tchèque

Pologne

## Renforcer l'accompagnement de nos partenaires.

Partout dans notre groupe, l'accompagnement des partenaires évolue pour gagner en efficacité, en réactivité et en pertinence.

**Cofidis France** a créé un service dédié à l'assurance affinitaire et une équipe data pour mieux exploiter les informations afin d'offrir une réponse plus efficace et personnalisée à ses clients. Le lancement de la **cellule 3M** (Mass, Middle, Mobilité douce) illustre cette volonté d'être au plus près des besoins opérationnels, avec un accompagnement concret de centaines de partenaires et de points de vente chaque mois. Cette approche est également soutenue par des initiatives internes comme la **Semaine Immersion Insight**, visant à renforcer la culture partenariale et les compétences des équipes.

**Cofidis République tchèque** a fait évoluer sa stratégie sur le **canal broker** afin de mieux répondre aux attentes des clients en proposant des offres adaptées via les conseillers financiers, avec à la clé une hausse de la production de 40%. De son côté, **Cofidis Pologne** a engagé un travail en profondeur sur ses processus internes, avec la mise en place du catalogue **Hermes** pour simplifier les négociations commerciales et d'un

nouveau cadre tarifaire plus lisible et plus agile. Ces évolutions permettent de gagner en efficacité, de réduire les délais et de sécuriser les opérations, tout en améliorant la lisibilité pour les partenaires.

Enfin, **Cofidis Portugal** poursuit la diversification de ses offres, notamment avec le développement de solutions d'assurance, de nouveaux dispositifs marketing et un partenariat avec **OLX**, ainsi que l'intégration de solutions directement en point de vente dans le parcours automobile.

France

Pologne

Portugal

République tchèque



# Innover pour transformer nos activités.

L'intelligence artificielle est un levier d'innovation et un outil majeur d'accompagnement de nos équipes dans la transformation de notre groupe, en lien direct avec les évolutions des métiers et des usages. Si elle nous permet de gagner en performance, de faire évoluer nos pratiques et de proposer des solutions toujours plus adaptées, elle s'inscrit avant tout au service de l'humain, qui reste au cœur des décisions et des actions. Dans l'ensemble de nos filiales, ces innovations se déploient progressivement, selon la maturité et le rythme d'acculturation de chacun.

## Déployer l'intelligence artificielle pour accompagner notre transformation.

### Structurer et accélérer le déploiement de l'IA.

Chez **Cofidis Group**, l'intelligence artificielle s'affirme comme un véritable levier de transformation. En 2025, notre centre de compétences a évolué pour devenir la **Cellule d'Accélération IA**, avec pour objectif d'identifier, développer et déployer des projets liés à l'efficacité opérationnelle, l'expérience client, partenaire et collaborateur. Cette structuration permet notamment d'industrialiser le développement de solutions d'**IA générative** et d'**OCR intelligent**, mises à disposition des filiales et des métiers.

Dans le même temps, une **gouvernance dédiée** a été mise en place pour encadrer les usages, en intégrant les enjeux **d'éthique, d'organisation du travail et d'évolution des compétences**. Le groupe s'appuie par ailleurs sur une **charte éthique** pour une **IA de confiance** basée sur cinq principes fondateurs (Protection des données, Transparence et documentation, Inclusion et respect de l'environnement, Confiance de l'IA, Robustesse - suivi de la qualité de service) et 26 engagements, garantissant notamment une supervision humaine des outils et une attention à leur impact environnemental.

Cette dynamique s'inscrit dans une logique de diffusion à l'échelle internationale, avec des travaux en cours pour rendre ces solutions accessibles à **l'ensemble des filiales**. Basée sur le socle technologique de la **Cognitive Factory** et sur l'implication conjointe des équipes RH et Communication, la Cellule d'Accélération IA accompagne ainsi concrètement les métiers dans l'appropriation de ces nouveaux outils et la transformation de leurs pratiques.

Groupe



## Acculturer notre Direction et nos collaborateurs à l'IA.

En parallèle du développement des outils d'IA au sein de **Cofidis Group**, nous portons une attention particulière à l'acculturation de l'ensemble des collaborateurs. Le programme **IAvolution**, porté par une équipe pluridisciplinaire, et sponsorisé par la Direction, en est le socle. Déployé dans l'ensemble des filiales et traduit en plusieurs langues, il propose un parcours structuré autour de la **data**, de l'**IA** et de l'**IA générative**, avec une large adhésion des équipes.

Groupe

### 3 modules d'acculturation

**Évoluer avec la Data**  
77 % des collaborateurs formés.

**Évoluer avec l'IA**  
69 % des collaborateurs formés.

**Évoluer avec l'IA Générative**  
65 % des collaborateurs formés.

En complément, des temps forts de mobilisation sont organisés, comme le **Défi Data**, qui a réuni les instances de direction autour des enjeux stratégiques liés à la data et à l'IA, et favorise le partage d'expériences, la compréhension des usages et des cadres réglementaires. En parallèle, le déploiement progressif d'outils d'IA dans les filiales s'accompagne de **sessions d'onboarding** pour faciliter leur prise en main et encourager leur usage au quotidien.

Ces actions permettent d'ancrer progressivement de nouveaux réflexes, qu'il s'agisse de dialoguer avec une IA, de synthétiser des contenus ou d'optimiser certaines tâches, tout en gardant une approche équilibrée entre performance et dimension humaine.



Au sein de **Creatis**, il existe des communautés de pratique d'intelligence artificielle générative. Nous y avons participé dans le but de tester des cas d'usage spécifiques à notre service marketing et d'améliorer nos missions quotidiennes. De plus, cette expérience nous a permis d'enrichir nos connaissances sur l'IA et son fonctionnement. Se familiariser avec cet outil nous permet de rester connectées aux avancées technologiques de demain.

**Justine Szlapka et Ines Chenin,**  
Communication & Marketing  
- Creatis.





## Accompagner nos métiers.

Déjà bien ancrées dans nos usages, les solutions d'IA traditionnelles continuent de se développer, avec par exemple des **analyseurs d'emails** déployés dans plusieurs filiales, des **assistants virtuels** sur différents périmètres métier ou encore des serveurs vocaux interactifs en langage naturel. Cette base solide est aujourd'hui enrichie par l'IA générative, avec le déploiement de premiers **assistants RAG** (Retrieval-Augmented Generation), capables de s'appuyer sur la documentation interne pour aider les équipes, notamment sur les métiers de l'octroi.

Dans nos filiales, ces usages prennent des formes très concrètes. Chez **Monabanq**, la solution **Call Assist** est en test. Elle permet d'automatiser la transcription, la qualification et le résumé des appels, offrant aux conseillers un gain de temps précieux et une meilleure qualité de suivi, tout en leur permettant de se concentrer sur la relation avec le client. En parallèle, **Cofidis France** et d'autres filiales utilisent l'IA pour analyser la **voix du client** à partir de verbatims, facilitant l'exploitation des retours clients à grande échelle.

L'IA est également mobilisée pour améliorer les fonctions support et la diffusion de la connaissance, avec par exemple la mise en production d'un **agent IA dédié à la veille Data & IA**, capable de collecter, analyser et prioriser les informations utiles pour les équipes. Enfin, pour **Cofidis Portugal**, l'IA est mise au service de décisions plus responsables, avec des modèles de risque repensés pour être à la fois plus performants et plus équitables, ainsi que la structuration d'une gouvernance dédiée.

France

Portugal



**Conformité de la qualification et pertinence du résumé : un effet waouh assuré à chaque déploiement métier ! Une adoption instantanée par les conseillers avec un ressenti immédiat de gain de temps en fin d'appel et de soulagement d'une tâche répétitive.**



**Anne-Sophie Bouclet,**  
Responsable de service Accueil, Engagement  
et Fidélisation Client - Monabanq.





## Zoom sur

### Cofidis Group : accompagner les filiales dans leur maturité data.

Pour structurer notre transformation, nous avons lancé une démarche d'auto-évaluation de la maturité data à l'échelle du groupe. Co-construit avec les équipes de **Cofidis France**, **Cofidis Italie** et **Cofidis Belgique**, ce dispositif permet à chaque entité de se situer en tant qu'entreprise **data driven**, à la fois sur ses cas d'usage et sur le **déploiement de sa gouvernance des données**.

Au total, les 12 filiales ont été évaluées à travers un questionnaire structuré de 47 questions, leur permettant de disposer d'un état des lieux précis et d'identifier leurs axes de progrès. L'**indice global de maturité** atteint **57 %**, traduisant un niveau déjà engagé, en progression vers des pratiques plus avancées.

À partir de ce diagnostic, chaque entité a pu définir son propre plan d'action, avec un objectif clair : renforcer la gouvernance des données, partager les meilleures pratiques et suivre les progrès dans la durée.

# Solidaire





## Des engagements portés par nos équipes, un impact durable pour la société.

### 82

S'engager collectivement pour la santé et l'inclusion.

### 86

Favoriser l'égalité des chances et l'insertion pour tous.

**88** - Faire de l'éducation financière un levier d'autonomie pour tous.

**91** - Créer des partenariats en faveur de l'égalité des chances.

### 92

Agir pour la préservation de l'environnement.

# S'engager collectivement pour la santé et l'inclusion.

La solidarité fait partie intégrante de la culture de notre groupe. Elle s'exprime à travers de nombreuses initiatives portées par nos collaborateurs. Les actions de sensibilisation, de prévention et les défis sportifs solidaires permettent à chacun de s'engager pour soutenir des causes d'intérêt général. Cette mobilisation, permet de renforcer à la fois l'impact de nos actions et le lien entre nos collaborateurs.



**600**  
collaborateurs  
mobilisés.

**733**  
missions  
solidaires.

**35**  
associations  
soutenues.

## Encourager l'engagement solidaire de nos collaborateurs.

C'est l'engagement de nos collaborateurs qui donne toute sa force à notre action solidaire.

En France, **Cofidis Group** a développé les **Missions Booster**, un dispositif lancé par **Cofidis France** en 2022 permettant à chaque collaborateur de consacrer une à deux journées de travail à des associations locales. Fort de son succès, le dispositif a rapidement été étendu à **Creatis**, **Synergie** et **Monabanq**. **Cofidis Belgique**, déploie également le programme **Cofisolidaire**, qui permet aux collaborateurs de consacrer une partie de leur temps de travail à des actions de bénévolat. Ces initiatives illustrent notre volonté de mettre les compétences et l'énergie de nos équipes au service de l'intérêt général et de soutenir durablement leur engagement citoyen.

France

Belgique





## Sensibiliser nos équipes à leur santé.

“ Avec la Ligue italienne pour la lutte contre le cancer, nous mettons la prévention au cœur de notre engagement. Nous offrons à nos collaborateurs des consultations préventives au sein même de l'entreprise. Ces moments sont précieux, car ils permettent à chacun de prendre soin de sa santé. Je suis très fière de ce que nous construisons : la prévention sauve des vies !



Samantha Colombo,  
Communication Interne  
& RSE - Cofidis Italie

La prévention et la sensibilisation aux enjeux de santé prennent la forme d'actions solidaires qui mobilisent directement les collaborateurs des différentes filiales de notre groupe.

En France par exemple, **Cofidis Group** s'engage lors d'**Octobre Rose** et **Novembre** : en 2025, plus de 450 collaborateurs ont participé à des **marches, ateliers pédagogiques** ou **actions solidaires**, permettant à la fois de sensibiliser aux cancers féminins et masculins et de collecter 7 500 € pour les associations partenaires. D'autres initiatives ont également favorisé la **prévention** : don de cheveux pour réaliser des perruques, confection de bonnets chirurgicaux, ou encore animation d'ateliers (palpation, témoignages...) par l'association Jeune & Rose.

**Cofidis Italie** poursuit son partenariat avec la **Ligue italienne contre le cancer** (LILT) de Milan, Monza et Brianza en organisant des **examens de prévention directement dans l'entreprise**. 120 collaborateurs ont ainsi pu bénéficier de dépistages dermatologiques et sénologiques, financés par l'entreprise. Chez **Cofidis Slovaquie**, l'année 2025 a été placée sous le signe de la **prévention des maladies graves**, via des actions d'information menées avec plusieurs organisations partenaires. Les équipes participent notamment à des campagnes régulières de **don du sang**, comme le fait également **Cofidis Group**.

France

Italie

Slovaquie

## Mobiliser nos collaborateurs par le sport.

Le sport constitue un puissant levier pour mobiliser les collaborateurs autour de causes solidaires.

En **France**, **Cofidis Group** a ainsi engagé ses équipes dans plusieurs défis sportifs solidaires. Cinq collaborateurs ont participé au Challenge **#JEPEUX2025** lors du **Paris-Roubaix Challenge** aux côtés de l'athlète paraplégique **Axel Alletru**, parcourant 70 km sur les mythiques pavés du Nord de la France, au profit de la recherche contre la maladie de Charcot. **10 500 € ont ainsi pu être reversés** à l'Institut du Cerveau. Plus largement, plus de 1 000 collaborateurs répartis dans les neuf pays du groupe ont participé au **Challenge Cofidis Group** en marchant, courant ou pédalant pour soutenir l'association **World Cleanup Day**. Les collaborateurs se mobilisent également lors de marches solidaires, comme les **Foulées de Ludopital** ou la **Marche du Ruban Rose** à Lille.

Chez **Cofidis Italie**, 20 collaborateurs ont pris part au **Marathon de Milan** au profit d'actions solidaires, tandis que 130 collaborateurs ont participé à la **Course de la Pigjama**, organisée pour soutenir les enfants du service d'oncologie pédiatrique de l'Institut du cancer de Milan. **Cofidis Espagne**, a renouvelé sa participation à la **marche solidaire Magic Line Sant Joan de Déu** à Barcelone : plus de 50 collaborateurs et leurs proches ont parcouru la ville pour soutenir des projets sociaux destinés aux personnes en situation de vulnérabilité, en complément de l'organisation de « **braderies solidaires** » internes. En **France**, **Cofidis Group**, ainsi que **Creatis** et son partenaire **Empruntis**, se sont mobilisés dans le challenge sportif **Courir pour Toit** au profit de l'association **Toit à Moi**. Enfin, **Cofidis République tchèque** a participé à l'évènement **BĚHÁM PRO DĚTI - Running for Children**, pour soutenir **Nadace DEJME DĚTEM ŠANCI** qui aident les enfants et jeunes issus de foyers.

France

Italie

Espagne

République tchèque



### Zoom sur

#### Cofidis Group : quand le cinéma se fait la voix de l'inclusion.

Cofidis Group a soutenu, en tant que mécène, la production et la réalisation du film **Let Me Run**, produit par Les Gros Films et diffusé sur Canal+. À travers le parcours de quatre femmes sportives et militantes, ce documentaire montre comment le sport peut devenir un puissant levier d'émancipation et d'égalité et transformer les regards.

En présence de son réalisateur **Philippe Fontana** et de **Michaël Jérémiasz**, ancien champion paralympique et co-producteur, une avant-première à l'UGC de Villeneuve d'Ascq, a permis à plus de 200 collaborateurs d'échanger autour des valeurs **d'inclusion, de diversité et d'égalité femmes-hommes**, au cœur de la culture d'entreprise de notre groupe. À travers cette action de mécénat, nous réaffirmons notre volonté de soutenir des projets qui font évoluer les mentalités et donnent de la visibilité à celles et ceux qui œuvrent pour une société plus inclusive.



# Favoriser l'égalité des chances et l'insertion pour tous.

La solidarité fait partie intégrante de la culture de notre groupe. Elle se vit au quotidien, par l'engagement de nos collaborateurs. Les actions de sensibilisation, de prévention et les défis sportifs solidaires permettent à chacun de s'engager pour soutenir des causes d'intérêt général. Cette mobilisation, permet de renforcer à la fois l'impact de nos actions et le lien entre nos collaborateurs.



## Faciliter l'insertion professionnelle des jeunes et des publics éloignés de l'emploi.

Sur les territoires où nous sommes présents, nous développons des initiatives concrètes pour favoriser l'insertion professionnelle des personnes éloignées de l'emploi ou en situation de précarité.

**Cofidis France** multiplie les actions en faveur des jeunes en marge des parcours scolaires traditionnels, notamment à travers son partenariat avec **l'École de la 2<sup>ème</sup> Chance** initié il y a cinq ans. Pour ces jeunes, les équipes de Cofidis participent à l'organisation d'ateliers CV, de rencontres métiers et de temps d'échanges. Un groupe de jeunes a également été accompagné pendant trois semaines dans le cadre d'un **parcours de découverte professionnelle**. Cette dynamique s'est renforcée avec l'accompagnement de **deux adultes en difficulté** via l'association **UNIK Emploi**, amenant à des CDI ou certifications ; ainsi qu'avec l'ouverture d'un **Centre de Formation pour Apprentis (CFA)** par **Cofidis Group**, dont la première promotion accueille 13 alternants.

Fort de son partenariat avec la **Fondation San Carlo**, **Cofidis Italie** s'engage dans la lutte contre les formes de pauvreté et l'accompagnement vers l'emploi dans la région de Milan où l'entreprise contribue à soutenir des dispositifs d'accueil, de **formation** et d'**insertion** pour des **publics en**

**difficulté.** Par ailleurs, l'entreprise s'associe à l'entreprise sociale **Bee.4**, qui propose des activités de services aux entreprises au sein d'**établissements pénitentiaires**. Des détenus sont formés à des métiers tels que la gestion de données, l'assemblage ou le contrôle qualité constituant un véritable levier de réinsertion.

Enfin, **Cofidis Slovaquie** collabore avec l'**OZ Ulita** pour accompagner des jeunes en difficulté.

Autant d'initiatives qui illustrent la volonté du groupe de contribuer, à son échelle, à l'inclusion professionnelle et au développement des territoires.

France

Italie

Slovaquie



## Zoom sur



## Cofidis Portugal : des appartements solidaires au siège.

Pour contribuer à réduire le nombre de sans-abris, qui touche près de 13 000 personnes au Portugal, Cofidis Portugal, en partenariat avec les associations **CRESCER** et **Bureaux du Cœur**, a mis en place **deux appartements communautaires** au sein de son siège. Ces logements offrent un hébergement temporaire sécurisé et digne, avec les équipements essentiels permettant aux personnes accueillies de retrouver stabilité et intimité. En deux ans, sept personnes ont déjà bénéficié de ce dispositif, complété par un soutien technique et psychologique ainsi que par des actions de formation. L'objectif : un retour vers une vie autonome.



## Faire de l'éducation financière un levier d'autonomie pour tous.

Pour Cofidis Group, agir en entreprise responsable et solidaire, c'est aussi permettre à chacun de mieux comprendre les mécanismes financiers qui influencent les décisions du quotidien.

Cette ambition s'est concrétisée en 2024 avec une **étude européenne** pilotée depuis la France par la Direction de l'Impact Durable, en partenariat avec **Nova School of Business and Economics**, école de commerce portugaise. Elle pose les fondements d'un programme européen d'éducation financière destiné à **accompagner clients, collaborateurs et citoyens vers des choix plus éclairés et responsables**. L'objectif est d'agir sur l'ensemble de l'écosystème de notre groupe, en proposant des ressources communes, en sensibilisant les jeunes publics et en renforçant la crédibilité de **Cofidis Group** comme acteur engagé d'une finance plus accessible.

**Cofidis Portugal** déploie une approche complète auprès de différents publics : la plateforme digitale **Contas Connosco** propose des contenus pédagogiques sur la gestion budgétaire ou le crédit à plus d'un million de visiteurs par an, tandis que l'outil en ligne **Cofidiz Traduz** simplifie des notions financières parfois complexes. En parallèle, **l'École de Finance**, en partenariat avec **Junior Achievement Portugal**, a permis de dispenser **2000 heures de sessions d'éducation financière** et d'entrepreneuriat auprès de **20 000 étudiants**, et ce grâce aux **160 collaborateurs** bénévoles.

Chez **Cofidis Espagne**, depuis 2025, des ateliers d'éducation financière animés par des collaborateurs auprès d'adultes accompagnés par la **Fundació Marianao** rendent les informations financières accessibles à des publics confrontés à des difficultés socio-économiques, tandis qu'un parcours de formation développé avec **AFI Escuela** permet

aux collaborateurs de renforcer leurs propres compétences financières.

**Cofidis France** explore des formats innovants pour sensibiliser les publics les plus jeunes, notamment via des messages pédagogiques diffusés sur **Twitch** (202K vues délivrées) ou un **mini-jeu mobile** conçu avec **Gameloft** encourageant des choix de consommation responsables qui a rassemblé plus de **630 000 joueurs** uniques avec un taux d'engagement de 92 %.

Chez **Monabanq**, la rubrique **Nos conseils** rend accessible au plus grand nombre des contenus pratiques sur la banque, l'épargne ou la sécurité financière, tandis que l'initiative **Un banquier dans ma classe** continue de sensibiliser des élèves de primaire (CM2).

Les **solutions solidaires** de **Creatis** permettent aux clients en **situation de fragilité** de bénéficier de services adaptés, avec notamment le **prêt solidaire** à taux préférentiel. Notre filiale met également à disposition l'application **Budget Grande Vitesse** (BGV) développée par **CRÉSUS** pour mieux comprendre et gérer son budget.

**Cofidis Italie** collabore avec la **FEduF - Fondation pour l'Éducation Financière et l'Épargne** pour intervenir directement dans les écoles et a lancé une campagne d'**edutainment** sur les réseaux sociaux, où des collaborateurs partagent, à travers des situations de vie concrètes, des clés de compréhension sur la finance du quotidien.

Enfin, pour **Cofidis Slovaquie**, cet engagement se traduit par des **formations Finax**, **des articles de blogs** et **des FAQ** dédiées afin d'accompagner à la gestion de leur budget.



## Soutenir l'insertion sociale pour tous.

### Rendre la culture accessible.

Convaincu que la culture constitue elle aussi un levier important d'ouverture et d'inclusion, notre groupe s'engage pour rendre les manifestations culturelles accessibles au plus grand nombre.

En **France**, dans la région des Hauts-de-France, le groupe soutient notamment le **Printemps de l'Orchestre** aux côtés de l'**Orchestre National de Lille**. En 2025, 41 interventions musicales gratuites ont été organisées dans des écoles, structures médico-sociales ou EHPAD, permettant à plus de 1 000 enfants et adultes dont certains en situation de handicap, souvent éloignés de la culture, de vivre une expérience artistique. Cet engagement s'inscrit aussi dans la durée avec le **mécénat** du **Colisée Théâtre de Roubaix**, renouvelé depuis 15 ans, qui contribue à proposer des tarifs accessibles et des invitations solidaires à plus de 50 structures sociales du territoire.

France

“ La culture peut transformer des vies et renforcer le lien social. Nous sommes fiers de contribuer à lever les barrières qui empêchent certains d'accéder à ces moments uniques. ”

Gilles Sauret,  
Président du Directoire - Cofidis Group.



## Zoom sur

### Cofidis Hongrie : engagée pour les jeunes en situation de handicap.

Cofidis Hongrie soutient depuis plusieurs années l'**Institut Pető**, reconnu pour sa méthode d'éducation conductive destinée à développer l'autonomie des enfants et jeunes adultes en situation de handicap moteur et cérébral. En 2025, ce partenariat s'est renforcé avec un **contrat de mécénat de 3 millions de HUF par an pendant trois ans**, complété par l'engagement des collaborateurs lors de collectes solidaires, d'ateliers artisanaux ou d'animations organisées lors de journées dédiées. Les équipes se sont également mobilisées à l'occasion du **Challenge Cofidis Group**, lors duquel elles ont remporté la médaille d'argent, permettant ainsi de reverser **1 500 €** à l'institut.



### Améliorer le quotidien des enfants défavorisés.

Les équipes se mobilisent également à l'échelle européenne pour soutenir les enfants défavorisés et améliorer leurs conditions de vie.

**Cofidis Pologne** s'engage régulièrement dans des actions solidaires : préparation de **cadeaux de Noël** pour des enfants d'une école du sud-est du pays, participation à l'événement caritatif **Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy**, qui a permis de collecter **180 000 € pour un service d'onco-hématologie pédiatrique**, ou encore soutien à des initiatives favorisant la mobilité des enfants défavorisés grâce au financement de vélos reconditionnés. Lors du **Bike Expo de Varsovie**, les visiteurs ont parcouru 1 200 km sur un vélo installé sur le stand Cofidis, permettant de collecter **6 000 €** pour la **fondation Wielka Radość na Małych Kólkach**. Chez **Cofidis Slovaquie**, les collaborateurs se mobilisent également lors de **journées de bénévolat** pour améliorer les espaces de vie d'enfants et de familles, notamment dans des écoles maternelles et centres familiaux.

**Cofidis République tchèque**, soutient depuis plusieurs années l'association **Let's Give Children a Chance**, qui accompagne les enfants et jeunes adultes issus de foyers d'accueil vers l'autonomie. En 2025, plus de **8 000 €** ont été collectés grâce à différentes actions impliquant les collaborateurs : journées de bénévolat, soutien financier aux foyers, **financement de bourses éducatives** ou encore initiatives solidaires destinées aux jeunes.

Enfin, **Monabanq** soutient financièrement l'association **SOS Village d'Enfants** permettant à des enfants d'une même fratrie, placés dans des familles séparées, de grandir ensemble et de soutenir des projets tels que la création d'une bibliothèque et l'accompagnement de jeunes majeurs vers l'autonomie.

Pologne Slovaquie France République tchèque

## Nouer des partenariats en faveur de l'égalité des chances.

Permettre à chacun d'accéder à l'éducation, à l'emploi mais aussi à la culture et au sport, quels que soient son origine sociale ou son parcours, constitue une priorité. Cet engagement se traduit par de nombreux partenariats et initiatives destinés à lever les freins à l'orientation, à la formation et à l'insertion professionnelle.

En France, plusieurs actions illustrent cette dynamique. Avec l'association **FACE MEL Hainaut**, **Cofidis Group** participe à des dispositifs d'accompagnement des jeunes, comme le programme **Premiers pas en entreprise**, qui a permis à **32 collégiens** de découvrir le monde professionnel lors d'une semaine d'immersion sur le campus, rythmée par des rencontres avec les collaborateurs, des ateliers d'orientation et des échanges autour de l'égalité filles-garçons. Les initiatives **Jeux de la Diversité** ou **Les filles ont le sens de l'orientation** mobilisent également les équipes pour encourager les jeunes à élargir leurs perspectives professionnelles. Dans le même esprit, **44 collaborateurs** se sont engagés aux côtés de la **Fondation des Possibles** pour accompagner des lycéens de filières professionnelles à travers des forums métiers, des simulations d'entretien, des ateliers d'orientation.

L'engagement du groupe s'exprime aussi à travers des partenariats éducatifs de long terme. **Cofidis Group** poursuit son engagement auprès de la **Fondation IÉSEG** afin de favoriser l'accès aux études au plus grand nombre et de lever les freins financiers. Notre groupe accompagne également l'**école associative Le Cours La Cordée**, implantée à Roubaix, à travers un mécénat autour du **projet vélo**. Ce programme mobilise chaque année des **collégiens issus de quartiers prioritaires** autour de défis collectifs : en 2025, 38 collégiens, dont trois en situation de handicap, ont relevé le défi de relier **Aix-la-Chapelle, Maastricht, Bruxelles et Lille**, soit **300 km en trois jours**. Au-delà de la performance sportive, ces projets renforcent la confiance en soi, l'esprit d'équipe et l'ouverture

au monde. En parallèle, **Cofidis France** soutient la **Fondation de l'Université Catholique de Lille**, notamment à travers des initiatives facilitant l'inclusion des **étudiants en situation de handicap** et la valorisation de projets étudiants engagés lors des **Trophées de l'Engagement**.

Afin d'amplifier l'impact de ces actions, **Cofidis Group** a signé une convention de **mécénat** en faveur de l'inclusion et de l'égalité des chances avec la communauté **Les entreprises s'engagent**. Ce partenariat au niveau national permet notamment de co-construire des programmes d'accompagnement, en particulier dans les quartiers prioritaires, au bénéfice des jeunes, des personnes en situation de handicap ou des publics éloignés de l'emploi.

En Europe, les filiales contribuent également à ouvrir de nouvelles perspectives aux jeunes talents. **Cofidis Belgique** accueille régulièrement des étudiants de la **Haute École Louvain en Hainaut (HELHa)** afin de leur faire découvrir les métiers de l'entreprise. **Cofidis Hongrie** développe des actions de mentorat avec l'**Université Corvinus** et propose des stages en partenariat avec l'**ESSCA Budapest**.

**Cofidis République tchèque** participe pour la quatrième année au programme **IPW** porté par l'**Université technique de Prague**, qui met en relation étudiants européens et entreprises autour de projets réels. Les équipes se mobilisent également pour accompagner des jeunes issus de foyers d'accueil, notamment à travers des ateliers éducatifs sur l'intelligence artificielle et la prévention de la fraude financière.

# Agir pour la préservation de l'environnement.

La préservation de la planète est un défi collectif qui nous concerne tous.

Dans l'ensemble de nos filiales, nous sensibilisons nos collaborateurs aux enjeux environnementaux et développons des projets pour réduire l'empreinte de nos activités. En parallèle, nous concevons des solutions de financement destinées à accompagner nos clients dans leur propre transition environnementale et à encourager des modes de consommation plus durables.

## Sensibiliser nos collaborateurs à la transition écologique.

Pour pouvoir agir efficacement, il est nécessaire d'être informé. Aussi, nous déployons des initiatives pour sensibiliser nos collaborateurs aux enjeux environnementaux et encourager des pratiques plus durables

Les équipes de **Cofidis Group** ont participé à des projections et échanges, autour notamment du documentaire **100 marathons vus du cœur**, dont la réalisation a été soutenue par le groupe. Ce film retrace l'histoire du nordiste Nicolas Vandenelsken, qui a parcouru **100 marathons en 100 jours** à travers la France en 2022 pour **sensibiliser aux enjeux climatiques** et au concept d'**une seule santé** (lien entre santé humaine, santé animale et santé de la planète). D'autres actions complètent cette dynamique : défis de mobilité douce, formations ou encore conférences sur la biodiversité, comme celles proposées par **Creatis** lors de la **Journée de la Terre**. Des actions pédagogiques sont également proposées tout au long de l'année : sensibilisation au tri dès l'intégration, quiz ludiques ou formations telles que la **Fresque**

**du climat** (chez **Cofidis Belgique** également) et l'**Atelier 2 Tonnes**, pour mieux comprendre les enjeux du dérèglement climatique.

**Cofidis Pologne**, utilise la plateforme **Activy** pour mobiliser les équipes autour de défis sportifs et écologiques, avec un suivi des émissions de CO<sub>2</sub> évitées.

**Cofidis Hongrie**, soutient des initiatives de sensibilisation à la nature, comme le concours organisé avec le **Parc national Danube-Ipoly**, destiné à encourager les lycéens à découvrir et préserver leur environnement. Plus de 100 élèves de 27 lycées de 15 arrondissements de Budapest ont participé au concours.

Enfin les équipes de **Cofidis Italie**, ont soutenu la startup **Ogyre** dont la mission est de soutenir les pêcheurs qui collectent chaque jour les **déchets marins** notamment en Italie. Elles ont nettoyé une plage de ses **déchets plastiques**, accompagnées par un biologiste pour expliquer les enjeux de la biodiversité marine.

France

Belgique

Pologne

Hongrie

Italie

**Zoom sur**



**Cofidis Group : se mobiliser pour la planète lors du World Cleanup Day.**

Chaque année, Cofidis Group et ses filiales s'engagent à l'occasion du **World Cleanup Day** pour sensibiliser les collaborateurs à la protection de l'environnement. En 2025, plus de **1 000 collaborateurs répartis dans neuf pays** ont participé au Challenge groupe en marchant, courant ou pédalant pour la planète. Ensemble, ils ont réalisé **126 millions de pas**, soit près de 2,5 fois le tour de la Terre, permettant de reverser **5 000 €** à l'association World Cleanup Day France. Chez **Creatis**, la collecte de déchets menée avec le groupe Empruntis a permis de collecter **37,6 kg de déchets** tout en sensibilisant les équipes aux impacts environnementaux. Chez **Cofidis République tchèque**, les collaborateurs ont également pris part à cette initiative internationale en collectant **45 kg de déchets** lors d'une journée dédiée.

**World Cleanup Day avec la Fondation Crédit Mutuel Alliance Fédérale :**

- Plus de 1 500 personnes mobilisées en France et en Europe,
- Près de 8 tonnes de déchets collectés,
- 20 000 € reversés à World Cleanup Day France.

En France

**27** tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub> évitées.

**27** tonnes de biodéchets triés, dont

**2 716** kilos compostés avec Les Alchimistes.

**Diminuer les volumes de nos déchets.**

Pour réduire nos déchets, nous avons fait le choix de passer par la sensibilisation de nos collaborateurs et la mise en place d'actions sur les lieux de travail.

En **France**, les équipes de **Cofidis Group** participent à des initiatives comme le **Clean up Desk dédié au numérique**. Sur le campus des entités françaises, des **dispositifs de tri** sont déployés dans tous les bâtiments, complétés par des initiatives spécifiques comme le **recyclage des mégots** via **TchaoMégot** et la **suppression des gobelets jetables** dans les distributeurs de boissons.

**Cofidis Espagne** a également lancé des **campagnes internes de sensibilisation** au tri des déchets à travers des supports pédagogiques et la distribution d'une tasse réutilisable à chaque collaborateur, encourageant ainsi la **réduction des plastiques** et des produits jetables. Ces initiatives illustrent l'implication de nos équipes au quotidien, autour d'**écogestes** simples mais efficaces pour préserver les ressources.

France

Espagne



**65 000** kg de déchets recyclés avec le soutien d'Elise.

**100 %** des collaborateurs sensibilisés aux enjeux environnementaux.

## Zoom sur



### Cofidis Espagne et Slovaquie : restaurer les écosystèmes.

Dans plusieurs de ses filiales, **Cofidis Group** soutient des initiatives visant à restaurer les écosystèmes et renforcer la biodiversité. **Cofidis Espagne** a contribué en 2025 à un projet de restauration de la **posidonie océanique à Formentera**, un écosystème marin essentiel capable de capter jusqu'à **15 fois plus de CO<sub>2</sub> qu'une forêt terrestre équivalente**. Grâce à la plantation de **1 500 plants**, menée avec l'organisation environnementale **Ecoimpact**, ce projet permettra de régénérer un habitat abritant plus de **400 espèces marines** et de capter plus de **100 tonnes de CO<sub>2</sub>** sur son cycle de vie.

Chez **Cofidis Slovaquie**, les collaborateurs participent depuis trois ans au projet **Forêt Cofidis**, mené avec les experts de **Lesy SR** pour replanter des arbres dans les zones touchées par des catastrophes naturelles dans les Carpates. Initialement lancé comme une activité de team building, ce projet est devenu un véritable pilier de la culture environnementale de la filiale. À ce jour, plus de **15 400 arbres** ont été plantés, contribuant à restaurer plus de **2,5 hectares de forêt** et à soutenir l'initiative nationale **Un million d'arbres pour la Slovaquie**.

## Réduire notre impact environnemental.



### Limitier les émissions de gaz à effet de serre liées à nos bâtiments et transports.

Dans plusieurs de nos filiales, nous agissons pour réduire nos émissions de CO<sub>2</sub>, notamment à travers la transition énergétique de nos bâtiments, l'évolution des mobilités et le renforcement du pilotage de notre bilan carbone.

**Cofidis Belgique** a ainsi engagé la transformation progressive de sa flotte automobile : celle-ci est désormais composée de **35 % de véhicules 100 % électriques et 14 % hybrides**, complétée par l'installation de bornes de recharge sur le parking des bureaux, qui ont permis d'effectuer 1 500 recharges en 2025. Elle agit également sur la consommation énergétique de ses bâtiments, en optant pour une **électricité 100 % verte** issue de sources solaires et éoliennes produites en Belgique, et ce en complément de l'installation de **2 025 panneaux photovoltaïques** depuis 2022.

À l'échelle du groupe, la mobilité douce constitue également un levier majeur de décarbonation. Lancé en 2024, le **Plan Vélo Cofidis Group**, développé avec **Azfalte**, équipe aujourd'hui **plus de 550 collaborateurs** d'un vélo d'entreprise afin de réduire l'impact des trajets domicile-travail. Les utilisateurs parcourent en moyenne **51 km par mois**, permettant d'éviter environ **57 tonnes de CO<sub>2</sub> chaque année**. Ce dispositif s'inscrit dans une démarche globale de mobilité durable, aux côtés d'initiatives comme le **Forfait Mobilité Durable**, et contribue à faire de Cofidis Group l'un des employeurs français les plus engagés en faveur de l'écomobilité. Parallèlement, le groupe renforce le **pilotage de son impact environnemental** : en 2025, de nouvelles missions dédiées au bilan carbone (Carbon Leader et référents KPIs) ont été créées afin de structurer la mesure des émissions et d'affiner l'analyse de l'empreinte carbone des activités.

Belgique

France



## Promouvoir l'économie circulaire.

Conscients de l'impact bénéfique que l'économie circulaire peut avoir sur la préservation des ressources naturelles, nous développons des initiatives dédiées pour promouvoir l'économie circulaire et encourager la seconde vie des objets.

En **France**, **Cofidis Group** a notamment organisé sur son campus un **marché durable** réunissant collaborateurs, une dizaine d'associations et partenaires locaux autour d'ateliers d'**upcycling**, de **repair cafés** ou encore de **collectes de vêtements** et de livres solidaires.

**Cofidis Portugal**, sensibilise les collaborateurs au réemploi et au recyclage, notamment à travers des **Pop-Up Stores solidaires** où chacun peut déposer des objets inutilisés et en récupérer d'autres, avec un taux de **réutilisation proche de 90 %**. Les biens restants ont été donnés à des associations locales. Un **Repair Café**, accompagné d'un **Flash Talk sur la circularité**, a également permis aux collaborateurs de réparer équipements électroniques ou vêtements et de réfléchir collectivement à l'importance de prolonger la durée de vie des objets.

De son côté, **Cofidis France** renforce sa stratégie en faveur de l'économie circulaire avec la nomination d'un **Responsable dédié**, la définition d'une **feuille de route articulée autour de trois grandes ambitions** (transformer le portefeuille de financement vers des produits circulaires, contribuer à la croissance de l'entreprise et orienter les consommateurs vers une consommation plus responsable) et d'**indicateurs circulaires**, ainsi que des actions d'acculturation menées auprès des collaborateurs et partenaires, notamment lors d'événements comme le marché durable ou le **salon Prourable**. Notre filiale développe également de nouvelles offres contribuant à ce modèle, telles que l'**assurance Protect+** ou l'offre de reprise Vorwerk-Thermomix, et a rejoint le **réseau Circul'R** pour accélérer sa transition vers des modèles plus durables.

Chez **Cofidis Belgique**, cette démarche se traduit par la création d'une **recyclerie interne**, permettant aux collaborateurs de déposer vêtements, jouets ou petits équipements afin de favoriser leur réemploi et de soutenir des associations locales.

Portugal

France

Belgique





## Accompagner nos clients dans leur transition environnementale.

Notre groupe développe des solutions de financement pour accompagner la transition énergétique et encourager des modes de consommation plus durables.

**Cofidis France** a lancé la gamme **Prêt à changer**, destinée à faciliter l'accès à des équipements à moindre impact environnemental. Elle inclut notamment le **Crédit Vélo** (incluant l'assurance vol, casse et vandalisme), qui soutient le développement de la mobilité douce, ainsi que le **Prêt Rénovation Énergétique**, permettant aux ménages de financer leurs travaux d'isolation, de chauffage ou l'installation de panneaux solaires lorsque les aides publiques ne couvrent pas l'ensemble des coûts.

Dans le même esprit, **Monabanq** a noué un partenariat avec **EDF Solutions Solaires** afin de proposer l'installation et le financement de panneaux photovoltaïques pour les particuliers.

**Cofidis Belgique** propose l'offre **Home Improvement**, qui accompagne les projets de rénovation de l'habitat, y compris les rénovations énergétiques. **Cofidis Pologne** finance depuis plusieurs années des équipements liés aux énergies renouvelables, tels que les panneaux photovoltaïques, les pompes à chaleur ou les éoliennes domestiques, ainsi que des véhicules hybrides ou électriques via les offres **EcoCredit** et **EcoLeasing**.

France

Belgique

Pologne

# Team Cofidis

Sur les routes comme en dehors, la Team Cofidis porte fièrement les couleurs du groupe et incarne pleinement ses valeurs : engagement, performance et simplicité. 2025 a permis à l'équipe de réaffirmer à la fois ses ambitions sportives et son rôle dans le développement du cyclisme. Formation de haut niveau, elle s'inscrit comme un collectif engagé, au service du sport et de ceux qui le font vivre.





## Un nouveau manager pour une nouvelle dynamique.

L'arrivée de **Raphaël Jeune** comme entraîneur en octobre 2025 marque une nouvelle étape et une ambition forte pour l'équipe : retrouver le plus haut niveau international. Ce changement intervient après une saison exigeante, marquée par la relégation de l'équipe masculine en ProTeam. Une situation qui n'entame toutefois pas les perspectives pour 2026, l'équipe restant engagée sur les grandes courses, dont le Tour de France.



## Une première victoire féminine au Portugal.

La victoire d'**Amalie Dideriksen** lors de la première étape du **Tour du Portugal féminin** a marqué un temps fort de la saison, d'autant plus symbolique que **Cofidis Portugal** est sponsor principal de l'événement. Première victoire de la saison pour l'équipe féminine, elle illustre le travail collectif déterminant mené pour créer les conditions du succès.



## Un partenariat avec le STAB Vélodrome de Roubaix, haut lieu du cyclisme.

Le partenariat signé en 2025 entre Cofidis et le **STAB Vélodrome de Roubaix**, lieu emblématique du cyclisme régional et national, marque une étape importante pour l'équipe. Il offre une présence visible de la marque sur la piste et des usages concrets : présentation annuelle de l'équipe, tests de performance et baptêmes de piste proposés aux collaborateurs.



## Le départ historique du Tour de France sur les terres nordistes de Cofidis.

Le **Grand Départ du Tour de France** à Lille, une première pour l'équipe, a constitué un moment fort pour Cofidis, entreprise nordiste. Entre rencontres avec les collaborateurs, animation de la caravane et performance remarquée de **Benjamin Thomas**, porteur du maillot à pois sur la première étape, l'événement a illustré pleinement l'ancrage local et les valeurs collectives du groupe.

## La caravane Cofidis, au plus près du public.

Présente sur les grandes courses comme le **Tour de France**, **Grand Prix de Denain** ou les **4 Jours de Dunkerque**, la caravane Cofidis renforce le lien avec les supporters. Au fil des événements sportifs, et avant le passage des coureurs, elle porte haut les couleurs de l'entreprise et fait vivre l'esprit de l'équipe en partant à la rencontre du public.



### Zoom sur La famille Cofidis : le podcast au cœur de la Team

Lancé en 2025, le podcast **La famille Cofidis** propose une immersion dans les coulisses de l'équipe, à travers des échanges animés par le journaliste sportif **Samuel Ollivier**. Loin de l'actualité sportive, chaque épisode donne la parole à un membre de la Team (coureurs, staff ou proches) qui partage son parcours, ses moments de vie et ce qui fait ce qu'elle est aujourd'hui.

Avec six premiers épisodes (dont **Bryan Coquard**, la photographe **Mathilde L'Azou** ou encore le directeur sportif **Roberto Damiani**), ce podcast révèle l'envers du décor et renforce le lien avec les supporters, en valorisant l'esprit d'équipe et la proximité qui caractérisent Cofidis.

En complément de ce podcast, la Team Cofidis est très présente sur les réseaux sociaux, rassemblant plus de **400 000 abonnés**. Ces plateformes prolongent l'expérience en partageant le quotidien de l'équipe, ses temps forts et ses performances, pour faire vivre l'aventure au plus près des fans.

## Rendre accessible et transmettre la passion du cyclisme professionnel.

### Les deux premiers contrats professionnels paracyclistes mondiaux.

En 2025, Cofidis a franchi une nouvelle étape dans son engagement en faveur de l'inclusion avec la signature des premiers contrats professionnels au monde pour des paracyclistes : **Katell Alençon** et **Mathieu Bosredon**. Déjà membres de l'équipe et figures reconnues du cyclisme, ils peuvent désormais se consacrer pleinement à leur carrière dans un cadre structuré.

Au-delà d'un symbole fort, cette initiative traduit une volonté marquée de faire évoluer le sport de haut niveau vers plus d'équité. Elle confirme l'engagement durable de Cofidis pour une pratique du cyclisme plus inclusive.



Effectif : 51

**30** hommes,  
9 nationalités.

**15** femmes,  
8 nationalités.

**6** paracyclistes Français,  
1 femme / 5 hommes.

### Soutenir et promouvoir le cyclisme auprès du grand public.

La Team Cofidis s'engage au quotidien pour développer le cyclisme et accompagner les nouvelles générations. À travers des initiatives comme **Paris-Roubaix Juniors** ou le programme **Graines de Pistard** au STAB Vélodrome de Roubaix, l'équipe contribue à faire émerger les talents de demain et à offrir aux jeunes des expériences immersives au plus près du haut niveau.

Cet engagement se prolonge sur le terrain, aux côtés des acteurs locaux, avec le soutien au **Comité Nord de Cyclisme**, au **Mini Tour Cofidis** ou encore au **club SportLiveCycling**. Autant d'initiatives qui participent à rendre le cyclisme accessible, à transmettre la passion du sport et à faire vivre cette dynamique au cœur des territoires.

# Nos implantations

## Cofidis Group/SynerGIE

Parc de la Haute Borne  
61 avenue Halley  
59667 Villeneuve d'Ascq Cedex  
[www.cofidis-group.com](http://www.cofidis-group.com)

## Cofidis France

Parc de la Haute Borne  
61 avenue Halley  
59667 Villeneuve d'Ascq Cedex  
[www.cofidis.fr](http://www.cofidis.fr)

## Cofidis Italie

Via Giovanni Antonio Amadeo 59  
20 134 Milano  
[www.cofidis.it](http://www.cofidis.it)

## Cofidis Belgique

Chaussée de Lille 422a  
7501 Orcq  
[www.cofidis.be](http://www.cofidis.be)

## Cofidis Hongrie

1134 Budapest, Váci út 23-27  
[www.cofidis.hu](http://www.cofidis.hu)

## Cofidis Pologne

ul. Domaniewska 39 A  
02-672 Warszawa  
[www.cofidis.pl](http://www.cofidis.pl)

## Cofidis Espagne

Pl. de la pau s/n  
Edificio 1 WTC Almeda Park 1  
08 940 Cornellà de Llobregat  
Barcelona  
[www.cofidis.es](http://www.cofidis.es)

## Cofidis Portugal

Edifício Natura Towers,  
Rua Frederico George, N°37  
1649-070 Lisboa  
[www.cofidis.pt](http://www.cofidis.pt)



 **Cofidis République tchèque**

Bucharova 1423/6

158 00 Praha 5

[www.cofidis.cz](http://www.cofidis.cz)

 **Cofidis Slovaquie**

Landererova 12

811 09 Bratislava

[www.cofidis.sk](http://www.cofidis.sk)

 **Creatis**

Parc de la Haute Borne

61 avenue Halley

59667 Villeneuve d'Ascq Cedex

[www.creatis.com](http://www.creatis.com)

 **Carizy**

C/O Work&Share, 1

00-101 Terrasse Boieldieu,

92800 Puteaux

[www.carizy.com](http://www.carizy.com)

 **Monabanq**

Parc de la Haute Borne

61 avenue Halley

59667 Villeneuve d'Ascq Cedex

[www.monabanq.com](http://www.monabanq.com)

 **Cofidis Compétition**

ZAC de Ravennes les Francs

6 avenue Poincaré

59910 Bondues

[www.equipecofidis.com](http://www.equipecofidis.com)





# Cofidis Group

Parc de la Haute Borne  
61 avenue Halley  
59667 VILLENEUVE D'ASCQ Cedex  
[www.cofidis-group.com](http://www.cofidis-group.com)



Nous suivre sur LinkedIn  
[www.linkedin.com/company/cofidis-group](https://www.linkedin.com/company/cofidis-group)