



RAPPORT DU

COMITÉ

DE MISSION

2025



Le mot du Président de Comité de Mission

« 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, une appropriation responsable et locale des acteurs terrain Cofidis Group. »

Nicolas Hennon, Président du Comité de Mission Cofidis Group



Contexte

Ce rapport est la seconde publication depuis les modifications statutaires et le passage Société à Mission en 2024 pour 4 de nos filiales françaises (Cofidis Group, Creatis, Cofidis France, Monabanq).

Au-delà du cadre réglementaire, le Groupe a inclus l'ensemble des filiales européennes dans la feuille de route Entreprise à Mission détaillée ci-après.

Le Comité de Mission est constitué depuis septembre 2024 et s'est réuni 4 fois en 2025 lors de demi-journées consacrées.

Ce rapport dresse le bilan des actions menées lors de l'année 2025 qui ont principalement posé les bases, défini précisément nos leviers d'actions et apporté un socle commun de travail.

Nous nous engageons désormais dans la définition de nouveaux objectifs à moyen et long terme, afin de renforcer le positionnement de nos Sociétés à Mission dans la dimension d'utilité durable et stratégique de notre identité Groupe "Value for Humans".

Composition du Comité de Mission Cofidis Group

Membres externes :



Nicolas
Hennon



Armelle
Mougnot



Quentin
Badonnel



Vincent
Wisner

Membres internes :



Yasmina
Jamjam



Caroline
Jouhaud



Ruth
De Monte



Typhanie
Fournet

Représentant de l'actionnaire :



Aziz
Ridouan

Faits marquants relatifs à la gouvernance

Gouvernance globale de la mission : l'année 2025 marque l'étoffement de notre gouvernance jusqu'ici centrée autour des statuts de Société à Mission avec la création de l'équipe Impact durable pilotée par Valérie Delcourt nommée Directrice générale adjointe en charge de l'Impact Durable.

La direction de l'impact durable joue un rôle clé dans l'intégration de la politique de durabilité au cœur des affaires.

Six fonctions structurent cette direction : développement durable, impact sociétal, impact environnemental, engagement & transformation, gouvernance, data & méthodologie.

Gouvernances locales : En juin 2023, Creatis crée le service Développement Durable en charge de piloter l'implémentation des initiatives communautaires et spécifiques liées au statut de Société à Mission, d'orienter le développement commercial pour mettre son savoir faire au service de la société et d'intégrer pleinement les enjeux de la durabilité dans la stratégie d'entreprise.

En septembre 2025, cette gouvernance est renforcée par la création du service Qualité et Efficience EàM qui s'inscrit dans une volonté de respecter l'éthique des affaires et de l'usage de l'IA. Mais aussi de garantir un niveau de conseil pour les clients, de développer les KPI extra-financiers et collecter les preuves tangibles de ces engagements.

De 2024 à 2025, le Directeur Général et la Directrice de la Transformation de Creatis se sont engagés dans un parcours vers l'économie régénérative (CEC) avec pour finalité, l'écriture d'une feuille de route reprenant des objectifs bien définis.

Renforcement du rôle stratégique de la Société à Mission avec la mise en place d'un sponsor par mission. Il veille à ce que les objectifs sociaux, environnementaux et éthiques soient intégrés et respectés dans les décisions stratégiques et opérationnelles de la mission qu'il soutient pour en faire des leviers de création de valeur.

Faits marquants relatifs au plan de transformation et communication

Être Entreprise à Mission, c'est une transformation de l'intérieur avec des collaborateurs acteurs des changements, basée sur une démarche collaborative, des diagnostics menés, des propositions, des actions mises en œuvre et des résultats visibles.

Ainsi, **un premier plan de transformation** a été posé en 2025 (cibles prioritaires, objectifs et moyens) qui sera complété par un plan étoffé en 2026.

La transformation s'articule autour d'actions concrètes : adaptation des formations, kick off de la communauté impact durable, acculturation à la mesure d'impact des équipes Communication du Groupe, conférence pour les métiers de la finance, du juridique, data ou bien risque.

La communication autour de la Société à Mission s'ancre à la stratégie de communication au niveau Groupe ainsi qu'en local pour chaque entité. Après un temps fort collectif en juin 2024 pour fêter le passage « Société à Mission » avec nos 6800 collaborateurs, l'année 2025 a été dynamisée par des temps forts illustrant concrètement nos engagements (Magazine Hello spécial, Mission Tour).

Le plan de communication Groupe se déploie dans les 9 pays d'implantation (messages communs traduits dans chacune des langues) pour faire groupe avec une histoire commune.

Chaque entité communique sur ses actions pour renforcer l'appropriation en local.

Faits marquants gouvernance de la donnée

Mise en place d'une gouvernance de la donnée sur nos indicateurs répondant aux missions statutaires. Cette gouvernance est basée sur la **politique de la donnée** du Groupe.

Elle a permis de définir, un langage commun, des rôles et responsabilités, un suivi de la production de la donnée et sur sa **qualité**.

Sur chaque indicateur ont été identifiés un data owner (Responsable des indicateurs de son périmètre, il garantit leur définition, leur qualité. Il a une connaissance accrue des enjeux métier et est reconnu par l'entreprise pour ses compétences et sa connaissance de son périmètre. Il a un droit de surveillance sur les accès aux indicateurs qu'il produit), un data knower (Apporte son expertise data et métier au data owner sur les données utiles à la définition et au calcul des indicateurs de son périmètre. Il a un droit de regard et un devoir d'alerte sur la qualité de ses indicateurs.), un dictionnaire de donnée ainsi qu'un suivi de qualité de l'indicateur.

La gouvernance de la donnée est indispensable pour rendre les indicateurs robustes, qualitatif et suivables dans le temps pour l'ensemble des entités.

MISSION 1

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



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 Creatis, 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.



Faits marquants Creatis pour la mission 1

Comité éthique et solidaire

Mise en place d'un comité éthique et solidaire en vue d'étudier les situations de certains clients, parfois hors de nos processus et pour lesquelles nous devons nous adapter et proposer un accompagnement spécifique.

Ce comité nous permet de prendre le recul nécessaire afin de répondre aux situations complexes, vécues par nos clients.

Partenariat CONCILIAPRÊT

En 2025, Creatis a signé un partenariat avec CONCILIAPRÊT.

CONCILIAPRÊT aide les Clients / Débiteurs à trouver une solution amiable avec leurs créanciers pour solder leur dossier, prend en charge les créances renégociées, aide les clients à gérer leur budget et à se refinancer.

Creatis se positionne comme (re)financeur en proposant un regroupement de créances, incluant celle de CONCILIAPRÊT et d'autres établissements financiers.

Cette démarche permet aux clients de retrouver un espace budgétaire et de se rétablir financièrement.

Engagement 1 : Nous nous engageons à accompagner tous nos clients et partenaires dans leurs besoins d'immédiateté et de simplicité.

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">▪ Cadrage de projet terminé▪ Lancement des plans d'action pour l'entité▪ Suivi de l'indicateur NPS	<ul style="list-style-type: none">▪ Cadrage du projet "Communiquer avec encore plus de clarté et de pédagogie sur tous nos produits et nos services" terminé - portée et périmètre de la clarté définis▪ Diagnostic « clarté » lancé sur deux produits : assurance emprunteur et crédit renouvelable▪ Indicateur suivi : NPS calculé

Faits marquants :

- Constitution d'un groupe de travail transverse plusieurs filiales du Groupe (françaises et européennes) qui a abouti à une précision de l'engagement autour de la notion de clarté
- Construction d'une matrice de diagnostic avec des niveaux de maturité tous parcours client / tous produits sur la clarté
- Définition commune de la « clarté » à l'échelle du Groupe Cofidis
- Suite au diagnostic, travaux engagés sur deux produits : renouvelable et Assurance Des Emprunteurs (ADE)
- Le diagnostic a permis aussi de mesurer la maturité de toutes nos filiales sur la clarté et de partage des bonnes pratiques ☐ ces deux exercices seront désormais réalisés annuellement et s'insèrent dans le run des métiers de la relation client
- Ajout de 3 questions dans l'enquête annuelle Kantar/Net Promoter Score afin de questionner nos clients sur la perception de la responsabilité de Cofidis Group. Ces premiers résultats obtenus en 2025 constituent une base d'analyse.

Auto
évaluation de
la réalisation
de l'objectif

▲ En totalité
▲ Partiellement
▲ Non réalisé

Chiffres NPS

Suivi des engagements

EXPÉRIENCE CLIENTS ET PARTENAIRES

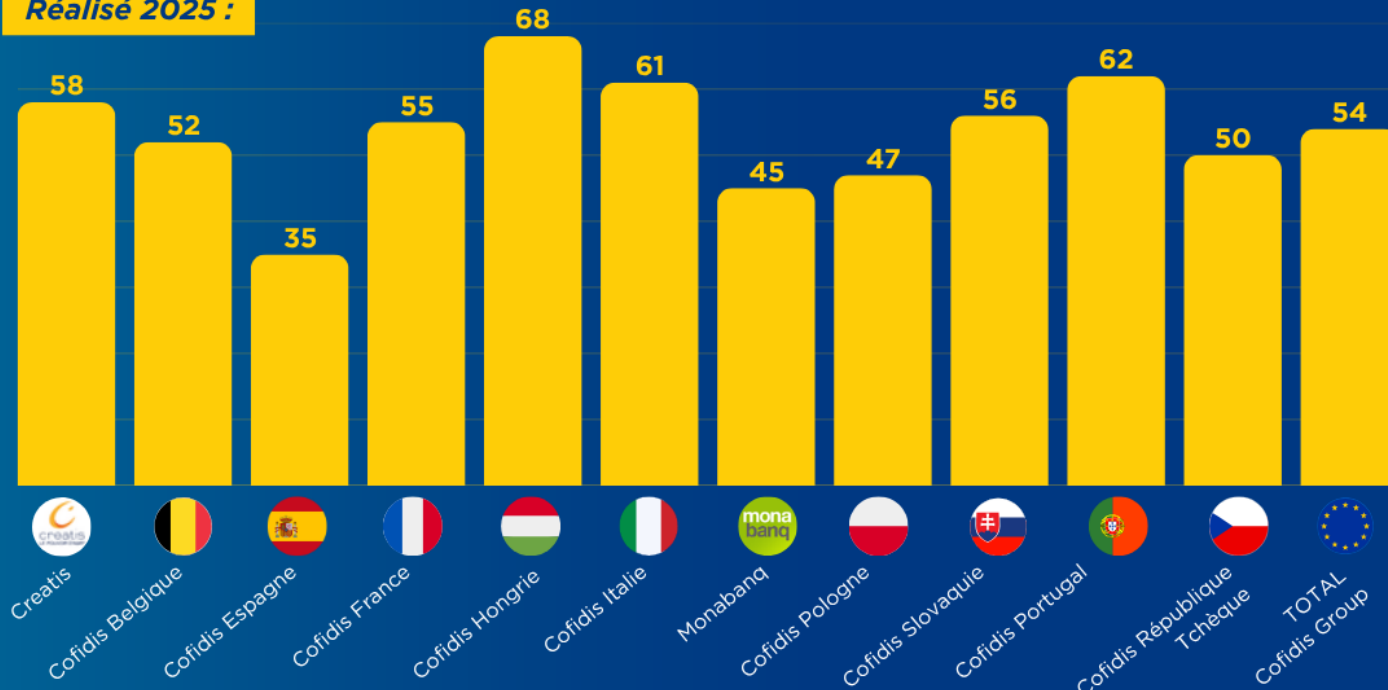


RECOMMANDATION CLIENT



NPS
Net Promoter Score
(Clients)

Réalisé 2025 :



*Données non fiabilisées à date, en cours d'actualisation

Engagement 2 : Nous nous engageons à accompagner chacun de nos clients tout au long de leur vie, sans discrimination, dans les bons moments comme dans les plus compliqués.

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">▪ Suivi de l'indicateur▪ Cadrage de projet terminé▪ Lancement des plans d'action pour l'entité ▪ Mise à jour de la politique de risque dans les entités ▪ Choix d'une université et lancement d'une étude en partenariat avec celle-ci à l'échelle européenne	<ul style="list-style-type: none">▪ Indicateur suivi : CSAT calculée▪ Cadrage du projet « faire une revue des pratiques commerciales » terminé▪ Plan d'actions sur les pratiques commerciales lancé ▪ Evolution de la politique de risque client du Groupe pour garantir l'absence de toute forme de critère discriminant dans les processus d'octroi ▪ Etude sur l'éducation financière finalisée en partenariat avec Nova school of business & economics

Faits marquants :

- Revue des pratiques commerciales à l'échelle du Groupe (tous produits, tous parcours client) pour identifier les sujets de travail prioritaires
- Les travaux sont en cours et incluent l'écriture d'une politique commerciale Groupe
- Réalisation d'une étude en partenariat avec Nova Business School & Economics
- Objectifs :
 - évaluer le niveau de santé financière dans nos pays d'implantation
 - identifier nos leviers d'action pertinents et impactant au regard de l'écosystème existant et du contexte propre à chaque pays.
- Un programme transverse aux 5 missions sera lancé en 2026.

Auto
évaluation de
la réalisation
de l'objectif

▲ En totalité
▲ Partiellement
▲ Non réalisé

Chiffres CSAT

Suivi des engagements

EXPÉRIENCE CLIENTS ET PARTENAIRES

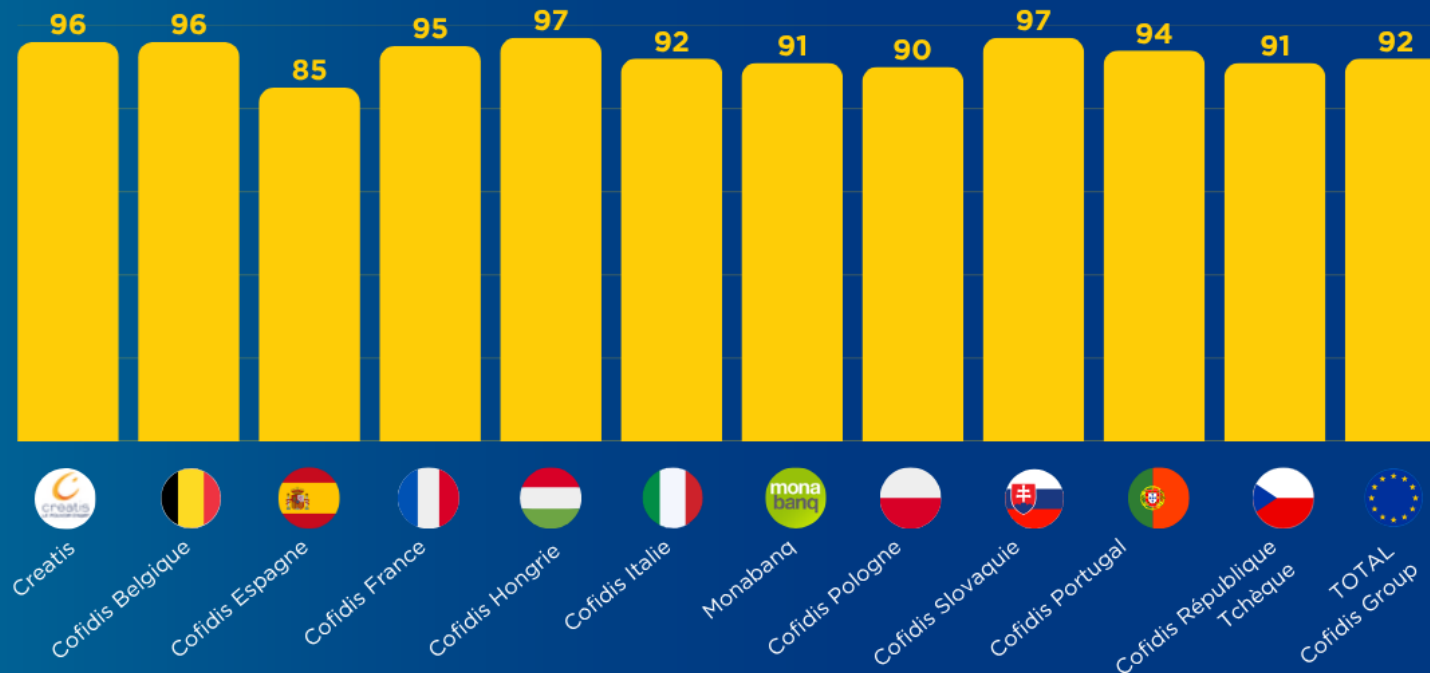


SATISFACTION CLIENT



CSAT
Customer SATisfaction

Réalisé 2025 :



Engagement 3 : Nous nous engageons à accompagner nos clients vers une consommation plus durable.

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">▪ Cadrage de projet terminé▪ Définition de l'indicateur « Part de production de financements qui favorisent la transition bas-carbone de l'UE »▪ Initialisation de chiffrage de l'indicateur « Part de production de financements qui favorisent la transition bas-carbone de l'UE »	<ul style="list-style-type: none">▪ Projets terminés :<ul style="list-style-type: none">▪ Revue des offres sur les périmètres pompe à chaleur, photovoltaïque, isolation▪ Revue des offres mobilité douce en B2C & B2B▪ Méthodologie de l'indicateur « Part de production de financements qui favorisent la transition bas-carbone de l'UE » définie▪ Indicateur « Part de financements qui favorisent la transition bas-carbone de l'UE » calculé

Faits marquants :

- Recensement complet des offres complet sur les périmètres définis qui a aussi permis un partage de bonnes pratiques entre métiers sur ces sujets

Indicateur :

- Méthodologie de l'indicateur « Part de production de financements qui favorisent la transition bas-carbone de l'UE » construite en accord avec les catégories définies dans le règlement de taxonomie européen.
- La premier exercice de collecte des données de l'indicateur a été effectué en même temps que l'exercice annuel de projection stratégique des données financières pour toutes les filiales du Groupe. Les exercices financiers et extra-financiers ont donc été intégrés.

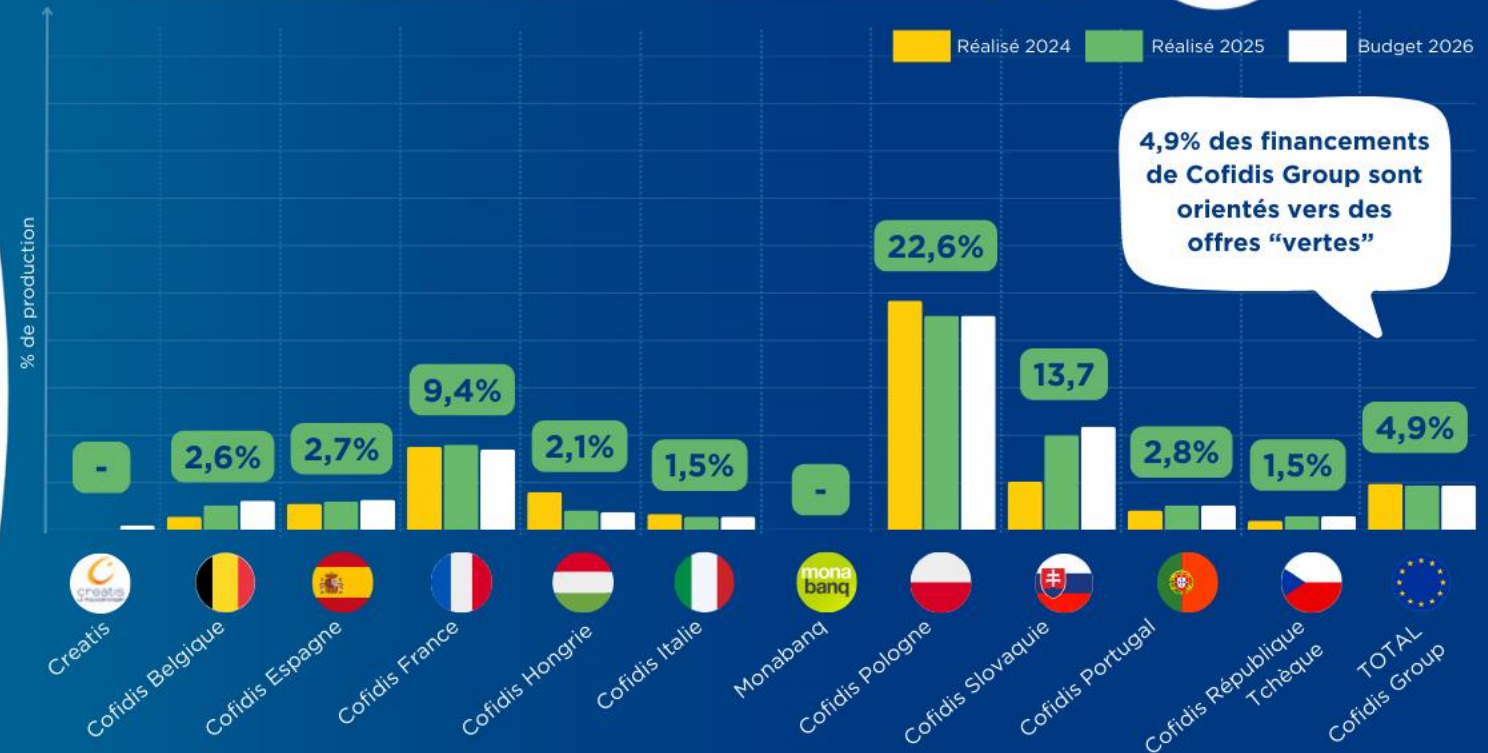
Part de financements qui favorisent la transition bas-carbone

Suivi des engagements

EXPÉRIENCE CLIENTS ET PARTENAIRES



Part de
FINANCEMENTS
qui favorisent la
TRANSITION
BAS-CARBONE
de l'Union Européenne



MISSION 2

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



Avis du Comité de Mission



La mission 2 illustre l'engagement de Creatis 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.

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.



Faits marquants Creatis pour la mission 2

Ateliers bien-être et performance

Chaque année depuis 2023, Creatis propose à ses collaborateurs une journée bien être et performance. Les collaborateurs sont ainsi invités à vivre une journée sous le signe du partage, de l'expérimentation et de l'engagement collectif.

Ces journées bien-être et performance chez Creatis sont des ateliers « conseils » permettant à chacun de travailler et performer dans des conditions de travail saines et adaptées.

Comité de coopération

Avec la création d'un comité de coopération regroupant semestriellement des personnes internes et externes à l'entreprise, Creatis se positionne comme pionnier en mettant la coopération comme un actif immatériel de l'entreprise.

Cette démarche est une preuve de notre identité d'Entreprise à Mission : nous cultivons une manière d'agir ensemble qui place l'humain et l'interdépendance au cœur de notre performance.

Engagement 1 : Nous nous engageons à offrir les mêmes opportunités à tous nos collaborateurs

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">• Calculer l'écart moyen de salaire H/F par catégorie et par âge• Mise en place d'un plan d'action correctif si des écarts sont constatés• Instruire un programme de recrutement et de reconnaissance des personnes en situation de handicap	<ul style="list-style-type: none">• Les écarts ont été calculés en 2025 sur les données 2024.• Les écarts constatés ont été corrigés pendant les périodes d'augmentations annuelles (début d'année 2025). A date, il n'y a plus d'écart non justifié observable.• Programme de « recrutement et de reconnaissance des personnes en situation de handicap » lancé

Faits marquants :

- Le calcul de l'écart moyen de salaire selon une méthodologie développée par le Crédit Mutuel Alliance Fédérale a nécessité des adaptations par Cofidis Group (taille critique des effectifs, contexte international)
- L'exigence réglementaire pour les entités françaises a été réhaussée (+/-5 % réglementaire, +/-3% exigence Cofidis Group). Cette règle a été appliquée telle quelle dans toutes les filiales en Europe alors qu'elles n'ont pas d'obligation réglementaire.
- Des écarts dans un pays ont été constatés et ont été comblés lors des campagnes d'augmentations individuelles annuelles.
- Le programme de recrutement et de reconnaissance des personnes en situation de handicap s'applique à toutes nos filiales en Europe y compris celles sans obligation réglementaire.
- La gouvernance articulée autour de référents handicap en local nommés en 2025 dans toutes les filiales permet d'animer le sujet au plus proche du terrain tout en conservant l'impulsion du Groupe.
- Le taux d'emploi des personnes en situation de handicap est suivi dans le Groupe à l'aide d'un indicateur spécifiquement construit et piloté dans le cadre de ce projet permettant un calcul harmonisé dans nos pays d'implantation dans toute l'Europe.

Auto
évaluation de
la réalisation
de l'objectif

▲ En totalité
▲ Partiellement
▲ Non réalisé

Engagement 2 : Nous nous engageons à favoriser le développement professionnel et le bien-être de nos collaborateurs

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">▪ Calculer le Score Trust Index (Great Place to Work)▪ Formaliser un plan d'action	<ul style="list-style-type: none">▪ Score Trust Index (Great Place to Work) calculé▪ Ajout de questions spécifique sur l'appropriation de l'Entreprise à Mission par les collaborateurs▪ Fichier de suivi des actions suite à l'enquête GPTW mis en place avec une consolidation Groupe▪ Mise en place d'un comité SQVCT + création d'une politique SQVCT (un des premiers livrables du comité)

Faits marquants :

- Score Trust Index (Great Place to Work) calculé pour toutes nos entités en 2025. Fort engagement de toutes les filiales durant cette enquête.
- Des questions spécifiques sur l'appropriation de l'Entreprise à Mission par les collaborateurs ont été ajoutées en 2025.
- A la suite de l'enquête :
 - Analyse des résultats puis élaboration de plan d'actions
 - Mise en place d'un fichier de suivi des actions Groupe notamment pour partager les bonnes pratiques

Score trust index

Suivi des engagements



EXPÉRIENCE COLLABORATEURS



Budget 2025 :
Certification de l'ensemble des filiales

Réalisé 2025 :
Toutes nos entités Cofidis en France et à l'international ainsi que Monabanq, Creatis et Synergie sont certifiées Great Place to Work.



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



creatis
LE POUVOIR D'AGIR®

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 de Creatis sur les enjeux clés de l'intelligence artificielle. Le déploiement d'une formation e-learning, destinée à l'ensemble de ses collaborateurs, 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 de l'employabilité des collaborateurs, en se concentrant sur les enjeux actuels et à venir.

Le Comité de Mission salue l'engagement de Creatis 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.



Faits marquants Creatis pour la mission 3

CREATIS LAB

CreatisLab est un programme conçu pour stimuler l'innovation en interne en encourageant les collaborateurs à adopter une mentalité entrepreneuriale. Il vise à exploiter les idées et les connaissances des collaborateurs, tout en alignant les projets sur les axes stratégiques de l'entreprise.

Comités de pratique IA

Nous structurons des communautés de pratique pour faire de l'IA un levier maîtrisé, partagé et utile à tous, en développant les compétences de manière concrète et collaborative.

Cette démarche garantit un usage responsable et éthique de l'IA, en ancrant les bonnes pratiques de l'IA au cœur de notre culture d'entreprise.

Engagement 1 : Nous nous engageons à accompagner nos collaborateurs dans la maîtrise des évolutions technologiques et la connaissance de la data

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">▪ Cadrage▪ Création d'un outil d'auto diagnostique des compétences	<ul style="list-style-type: none">▪ Cadrage du « programme de formation et de certification générique à la data et aux outils digitaux » terminé▪ Déploiement du groupe de Travail centré sur l'IA intitulé « IAVolution »

Faits marquants :

- Cadrage du « programme de formation et de certification générique à la data et aux outils digitaux », l'équipe projet a conclu que le sujet est trop large et pas assez spécifique.
- L'outil d'auto diagnostic, objectif 2025 qui devait être un prérequis à au programme de « programme de formation et de certification générique à la data et aux outils digitaux » n'a donc pas été mis en place.
- Au regard des enjeux de plus en plus prégnants sur l'IA, Cofidis Group a choisi de mettre l'accent sur ce thème en accord avec le Comité de Mission.
- Le Groupe a déployé un groupe de travail sur l'IA appelé « IAVolution » avec un champ d'actions pluriel (formation, identification des cas d'usages, impacts sur les métiers...).
- Le 1er volet du programme, la formation, est en cours de déclinaison dans toutes les entités.

Engagement 2 : Nous nous engageons à ne pas vendre les données de nos clients

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">▪ Cadrage▪ Revue de projet et de l'engagement▪ Mise en œuvre des actions définies dans projet	<ul style="list-style-type: none">▪ Cadrage réalisé pour « définir les conditions qui garantissent la non-commercialisation des données personnelles des clients »▪ Engagement révisé et précisé sur la « non vente »▪ Plan d'actions mis en œuvre :<ul style="list-style-type: none">▪ Mise en place d'une Charte sur la protection des données et formation sur la protection des données▪ Engagement des directeurs juridiques et des directeurs généraux à ne pas vendre les données▪ Insertion d'un chapitre sur la non vente des données dans le module de formation sur la RGPD▪ Clause d'audit sur la non vente dans les contrats de prestation

MISSION 4

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



creatis
LE POUVOIR D'AGIR®

Avis du Comité de Mission



Engagé de longue date dans des actions solidaires (missions Booster sur le campus, ateliers de coaching et de simulations d'entretien avec des jeunes dans plusieurs entités...), Creatis 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.



Faits marquants Creatis pour la mission 4

Challenge « courir pour toit »

S'engager et engager ses parties prenantes est une évidence pour Creatis qui a décidé d'embarquer ses courtiers pour qu'ils soient le reflet de ses engagements sociétaux.

Pour la 2ème fois avec le groupe EMPRUNTIS, Creatis s'est engagé dans une démarche de soutien auprès de l'association TOIT A MOI, pour lutter contre la sédentarité dans l'entreprise et le « sans-abrisme ».

Cette action met en valeur les causes communes que nos deux enseignes souhaitent soutenir.

Cocktail durable

Le cocktail durable est le moment de l'année permettant de réunir les collaborateurs le midi pour faire un bilan des actions réalisées par l'entreprise en sensibilisant chacun d'entre eux aux initiatives menées.

Cette année, les collaborateurs ont eu l'opportunité de participer activement au mécénat financier en sélectionnant personnellement l'association éligible à un don.

Engagement 1 : Nous nous engageons à soutenir des jeunes pour faciliter leur formation et leur insertion professionnelle

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)

- Mise en œuvre des actions définies dans les projets

Atterrissage 2025 ▲

- Cadrage du projet « programme de mentorat de jeunes ni en formation ni en emploi de 18-25 ans » terminé
 - Plan d'actions lancé
 - Validation de la définition du mentorat
 - Rédaction d'une politique de mécénat en cours
- Cadrage du projet « politique d'achat de fournitures et services favorisant l'insertion et l'inclusion » terminé
 - Plan d'actions en cours

Faits marquants :

- Un groupe projet composé de représentants de toutes les filiales a travaillé à une définition commune du mentorat pour Cofidis Group (causes, leviers d'action...) et ce pour les deux cibles des engagements de la mission 4 : les jeunes et les adultes.
- Ces travaux ont été menés avec le regard de l'écosystème associatif (Fondation des Possibles).
- Un plan d'actions a été lancé au sein du Groupe avec en éléments majeurs :
 - Rédaction d'une politique de mécénat (causes soutenues, règles de gestion, mise en place d'un comité mécénat)
 - Recensement de toutes les actions de mécénat déjà engagées dans les 12 filiales du Groupe
 - Suivi trimestriel avec toutes les filiales (point d'étape et cadencement)
- Indicateur d'impact en cours de construction.
- Le plan d'actions politique d'achat comprend la rédaction d'une politique Groupe qui sera déclinée localement y compris dans les pays pour lesquels ce type de livrable n'est pas courant.
- Elle est basée sur des fondamentaux réglementaires et des axes singuliers pour le Groupe.

Auto
évaluation de
la réalisation
de l'objectif

▲ En totalité
▲ Partiellement
▲ Non réalisé

Engagement 2 : Nous nous engageons à soutenir des adultes en difficultés pour favoriser leur insertion sociale et professionnelle

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">Mise en œuvre des actions définies dans les projets	<ul style="list-style-type: none">Cadrage du projet « programme de mentorat pour adultes en difficulté » terminé<ul style="list-style-type: none">Plan d'actions lancéValidation de la définition du mentoratRédaction d'une politique de mécénat en coursCadrage du projet « politique d'achat de fournitures et services favorisant l'insertion et l'inclusion » terminé<ul style="list-style-type: none">Plan d'actions en cours

Faits marquants :

- Un groupe projet composé de représentants de toutes les filiales a travaillé à une définition commune du mentorat pour Cofidis Group (causes, leviers d'action...) et ce pour les deux cibles des engagement de la mission 4 : les jeunes et les adultes.
- Ces travaux ont été menés avec le regard de l'écosystème associatif (Fondation des Possibles).
- Un plan d'actions a été lancé au sein du Groupe avec en éléments majeurs :
 - Rédaction d'une politique de mécénat (causes soutenues, règles de gestion, mise en place d'un comité mécénat)
 - Recensement de toutes les actions de mécénat déjà engagées dans les 12 filiales du Groupe
 - Suivi trimestriel avec toutes les filiales (point d'étape et cadencement)
- Indicateur d'impact en cours de construction.

Auto
évaluation de
la réalisation
de l'objectif

▲ En totalité
▲ Partiellement
▲ Non réalisé

MISSION 5

Contribuer de manière active à la transition écologique



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.

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 Creatis à maintenir cette dynamique et à définir de nouveaux objectifs environnementaux.



Faits marquants Creatis pour la mission 5

Conférence sur la biodiversité

L'objectif de cette conférence à destination des collaborateurs était d'analyser comment la biodiversité influence notre environnement global, y compris les secteurs financiers et de santé. Et sensibiliser à l'importance de la protéger.

Electrification des véhicules d'entreprise

Ayant pour engagement de réduire notre empreinte carbone, nous avons agi prioritairement sur notre scope 1 en prenant la décision d'électrifier la flotte automobile de l'entreprise à chaque renouvellement de contrat.

Engagement 1 : Nous nous engageons à réduire notre empreinte carbone

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">Mise en place de la gouvernance de la donnée permettant le calcul de l'empreinte carbone	<ul style="list-style-type: none">Synthèse des actionsGouvernance de la donnée et des acteursHarmonisation des périmètres et calculsFormation des leaders carbone sur le bilan carbone2019-2025 : calcul du bilan carbone sur le périmètre scope 1, scope 2 et déplacements professionnels soit 3.6 (baseline 2019)2023-2025 : calcul du bilan carbone sur le périmètre complet scope 1, scope 2 et l'ensemble du scope 3 à l'exception du 3.15 (empreinte du bilan) qui relève à date d'une action volontaire de chaque filiale (baseline 2023) – périmètre qui fera foi à compter de 2025

Faits marquants :

- Bilan carbone réalisé dans toutes les filiales.
- Bilan carbone réalisé sur un périmètre partiel, aligné sur le périmètre du Crédit Mutuel Alliance Fédérale
- Préparation à l'harmonisation de la mesure sur un périmètre complet pour toutes les filiales, déjà réalisé depuis 2023.
- Apprentissage collectif sur la donnée, les facteurs d'émission et les hypothèses (multi-pays, multi-facteurs).
- Processus de mesure carbone ancré dans les pratiques des 12 filiales à l'échelle de l'Europe.
- Lancement des premiers projets de décarbonation : rénovation des bâtiments, électrification de la flotte, sobriété des déplacements professionnels.

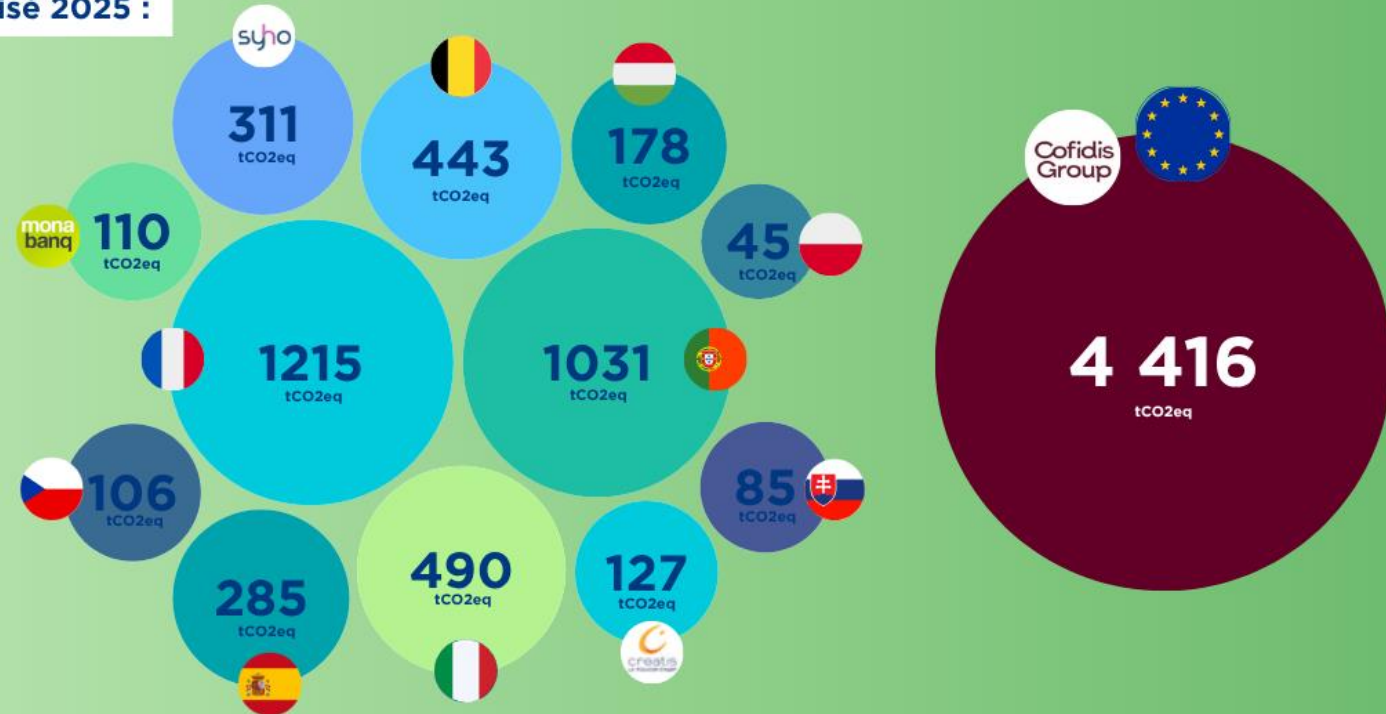


TRANSITION ÉCOLOGIQUE

EMPREINTE CARBONE - entreprise - (en tCO₂eq)



Réalisé 2025 :



Engagement 2 : Nous nous engageons à réduire notre empreinte plastique

Objectif 2025 (inscrit dans le 1er rapport du Comité de Mission)	Atterrissage 2025 ▲
<ul style="list-style-type: none">Mise en place d'une sensibilisation aux enjeux du plastiqueChoix d'un sujet d'étude sur le plastique avec une école	<ul style="list-style-type: none">Synthèse des actions (roadmap)Présentation Mesure plastique campusLivraison d'un module de sensibilisation au plastique / déploiement à organiserCadrage avec des écoles d'ingénieur / technique data sur une étude autour de l'empreinte plastique - choix de réorienter le sujet vers le carbone faute de data internes sur le plastique

Faits marquants :

- Première réflexion autour de l'empreinte plastique pour les 3 filiales françaises.
- Prospection auprès d'écoles spécialisées en data et de partenaires commerciaux, sans aboutissement faute de données exploitables.
- Intégration du sujet dans la politique d'achats responsables (Mission 4).
- Lancement d'une action de mécénat via la filiale italienne pour soutenir la collecte et la revalorisation des plastiques en mer.
- Déploiement prévu d'une action de sensibilisation sur les entités du campus.
- Constat d'une capacité d'action interne limitée.