EASYCASH

RAPPORT DE MISSION 2026

1ÈRE ÉDITION

Rapport basé sur les échanges entre Easy Cash et le Comité de mission de 2024 à 2026.

"N'oublions jamais qu'un petit groupe de citoyens réfléchis et engagés peut changer le monde ; en fait, cela se passe toujours ainsi."

MARGARET MEAD

EASYCASH

SOMMAIRE

Editos Anne-Catherine Péchinot & Magali Cottave — P 4

EASY CASH, SOCIÉTÉ À MISSION — P 6

01 Présentation du groupe Easy Cash — P 8

A. Notre raison d'être et nos valeurs — P 9-11

B. Nos chiffres clés — P 12-13

C. Notre modèle d'affaires — P 14-15

D. Nos éléments différenciants — P 16-17

E. Notre gouvernance — P 18-19

02 Présentation de la mission — P 20

A. Notre Comité de mission — P 21

B. Notre modèle de mission — P 22-23

03 Premières années d'accomplissement — P 24

A. Créer des lieux d'échange et de partage — P 26-29

B. Faire de la seconde vie et du réemploi des incontournables au service de la durabilité — P 30-33

C. Faire grandir nos collaborateurs, nos clients et nos partenaires en faisant l'école de l'occasion — P 34-39

EDITOS

Construire ensemble, avec exigence et enthousiasme.

“ Ces premières années du Comité de mission d'Easy Cash ont été des années fondatrices - faites de temps d'échange, de questionnements partagés, de regards croisés et de débats riches. Deux années qui ont permis de poser les bases solides d'une mission vivante, exigeante et profondément alignée avec ce que nous sommes.

De Paris à Bordeaux, de La Maison des Canaux à la Climate House, en passant par l'espace des Acteurs de la Compétence, nous avons ouvert un espace de dialogue précieux, où nos choix ont été discutés, challengés, enrichis par des regards complémentaires et engagés. Ces échanges nous ont permis de prendre du recul, d'interroger nos évidences, d'identifier certains angles morts – mais surtout de renforcer la cohérence et l'ambition de notre trajectoire.

Ce que le Comité a observé au fil de ce premier cycle, c'est qu'Easy Cash ne se contente pas d'habiller sa mission de bonnes intentions : elle prend des décisions qui comptent : renoncer à une partie du chiffre d'affaires en engageant l'arrêt programmé des bijoux neufs ; déployer la réparation pour esquisser un modèle pleinement circulaire – Achat, Réparation, Vente ; partager ses outils et son savoir-faire avec tout un secteur, via l'École de l'Occasion ; construire une stratégie bas-carbone rigoureuse. Ce sont ces actes-là qui donnent au Comité l'élan et la légitimité pour continuer d'accompagner, d'encourager et, lorsque c'est nécessaire, de challenger l'entreprise.

Loin d'un exercice formel, cette première année a été marquée par une coopération sincère, nourrie par l'écoute, la transparence et le respect des rôles de chacun. Ensemble, nous avons appris, découvert, parfois douté, souvent confirmé, toujours progressé. Et osons le dire : ce fut une source réelle de plaisir et de joie.

Des fondations solides sont posées. Des chantiers restent ouverts – clarifier l'articulation entre objectifs statutaires et opérationnels, renforcer les indicateurs d'impact, élargir progressivement le champ de la durabilité au-delà du carbone. C'est précisément parce que la mission d'Easy Cash est exigeante qu'elle est crédible. Et c'est cette cohérence entre les mots et les actes qui nous conforte dans une conviction forte : Easy Cash est bel et bien sur la voie d'une entreprise qui transforme. ”

Anne-Catherine Péchinot

Présidente et Directrice générale
Easy Cash

“ Le 20 février 2025, à Paris, le Comité de mission d'Easy Cash s'est réuni pour la première fois. Ce jour-là, au-delà des présentations et des formalités, s'est posée une question simple et exigeante : qu'est-ce qu'Easy Cash veut vraiment changer ? La réponse tient en une phrase, la raison d'être de l'entreprise « Partager des envies d'entreprendre pour une société plus humaine et écologique en rendant la seconde vie désirable à tous » et en trois objectifs statutaires que ce premier cycle de travail nous a permis d'éprouver, de questionner et déjà de voir vivre.

Sur le premier objectif, créer des lieux d'échanges et de partage, le Comité a vu naître les premiers espaces de convivialité en magasin, lors de l'atelier participatif du 29 septembre 2025 à La Maison des Canaux, puis lors de la revue de la feuille de route à la Climate House à Bordeaux le 5 mai 2026. Sur le deuxième, faire de la seconde vie et du réemploi des incontournables au service de la durabilité, le Comité a salué une décision rare et structurante : l'arrêt programmé du neuf sur certaines catégories de bijoux, conjugué au déploiement de la réparation et à une stratégie bas-carbone parmi les plus rigoureuses du secteur. Sur le troisième enfin, faire grandir les collaborateurs, les clients et les partenaires en devenant l'école de l'occasion, le Comité a découvert, lors de la réunion du 3 février 2026 chez les Acteurs de la Compétence à Paris, une ambition qui dépasse les murs d'Easy Cash pour irriguer tout un écosystème (formations, outils, partenariats) au service d'une seconde main qui devient la norme plutôt que l'exception.

Cette cohérence n'est pas le fruit du hasard. Elle trouve une partie de ses racines dans le parcours de la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) auquel Easy Cash a participé en Nouvelle-Aquitaine en 2023 et 2024 et qui a profondément marqué la manière dont l'entreprise pense sa feuille de route. Loin d'une logique de simple réduction d'impact, le parcours CEC invite les entreprises à se projeter dans un modèle régénératif : non plus seulement faire moins de mal, mais activement reconstituer ce qui a été abîmé : les ressources, les sols, les liens entre les humains et leur environnement, et plus largement le Vivant. C'est cette ambition que le Comité retrouve, en germe, dans plusieurs choix d'Easy Cash : renoncer à des pans de chiffre d'affaires (et par conséquent à une croissance volumique) pour ne plus vendre de neuf qui n'allonge pas la durée de vie des produits, transformer les magasins en lieux qui réparent et régénèrent autant les objets que le lien social, ou encore ouvrir ses outils et son savoir-faire pour que la seconde main devienne un réflexe collectif plutôt qu'un avantage individuel.

Entre Paris, Mérignac, La Maison des Canaux, l'espace de travail des Acteurs de la Compétence et la Climate House à Bordeaux, ce premier cycle de travail a confirmé ce qui a été pressenti dès janvier 2025 : Easy Cash ne se contente pas d'habiller sa mission de bonnes intentions, elle prend des décisions qui coûtent. C'est cette cohérence entre les mots et les actes, renforcée par la clarté de la stratégie à visée régénérative d'Easy Cash, qui donne au Comité l'élan et la légitimité pour continuer d'accompagner, d'encourager et lorsque c'est nécessaire, de challenger l'entreprise sur le chemin qui reste à parcourir.

Pour la formulation de ses avis, le Comité a retenu une méthode en deux temps pour chaque objectif statutaire : un temps d'observation où chaque membre réagit librement à la feuille de route présentée par l'entreprise, puis un temps de formulation d'un avis collectif, destiné à figurer dans le présent rapport et à terme, dans le rapport de gestion soumis à l'assemblée. Le présent rapport présente, pour chacun des trois objectifs statutaires, une synthèse des observations du Comité, quelques citations représentatives des échanges, ainsi que l'avis collectif du Comité. ”

Magali Cottave

Présidente du Comité
de mission

EASY CASH SOCIÉTÉ À MISSION

01.

PRÉSENTATION DU GROUPE EASY CASH

A NOTRE RAISON D'ÊTRE ET NOS VALEURS

Depuis 2001, nous sommes acteurs de l'économie circulaire en proposant à nos clients un commerce de proximité vertueux. Nous permettons à des chefs d'entreprise de créer leurs magasins ainsi qu'à nos salariés de pouvoir devenir gérant associé. Au fil de ce parcours, nous sommes devenus les leaders français de l'achat revente et avons sans cesse innové pour valoriser le métier de l'occasion et promouvoir la seconde main : lancement d'un site e-commerce en 2011, recentrage sur des gammes de produits et professionnalisation de nos services en 2013, ou encore mise en place de garanties commerciales alignées sur le neuf. Aujourd'hui et pour demain, nous sommes fiers d'inscrire nos engagements sociaux et environnementaux dans nos statuts !

Chaque année Easy Cash donne une seconde vie à 8 millions d'objets.

Transmettre ce goût de la seconde vie à nos clients, nos collaborateurs, nos partenaires, mais aussi aux acteurs du retail et aux générations futures, c'est le fondement de nos métiers.

NOS MÉTIERS SONT GUIDÉS PAR NOTRE RAISON D'ÊTRE ET ANIMÉS PAR NOS VALEURS

CONVIVIALITÉ

Chez Easy Cash, nous aimons nous rassembler et créer des liens dans une énergie positive !

ENGAGEMENT

Il y a chez nous cet esprit conquérant rempli de la conviction de faire toujours mieux, encore plus, jamais assez, pour le bien des uns et des autres et pour le bien de notre monde.

TRANSMISSION

L'humain est notre ancre. Nous avançons avec la perspective et l'enthousiasme incontournables d'offrir à qui le souhaite notre passion, notre savoir-faire et nos valeurs.

PERFORMANCE

Notre exigence est un leitmotiv qui nous anime chaque jour dans la conduite de nos projets.

Nous avons une conviction : la démocratisation de la seconde main, en diffusant les principes de l'économie circulaire auprès du plus grand nombre, contribuera activement au mieux-vivre de tous.

C'est pourquoi, nous avons co-construit, en 2023, notre Raison d'Être avec notre réseau, nos franchisés, nos équipes au siège et en magasin, nos clients et nos partenaires. Un travail résolument fédérateur, tourné vers l'avenir et qui a posé un cap clair, enthousiasmant et engagé :

" Partageons nos envies d'entreprendre pour une société plus humaine et écologique en rendant la 2nd vie désirable à tous "

Une Raison d'Être qui est depuis juin 2024 ancrée dans nos statuts, nous élevant au rang de Société à Mission. Une qualité qui s'accompagne de 3 engagements statutaires, vraies boussoles pour guider nos actions.

- **Créer des lieux d'échange et de partage**
- **Faire de la seconde vie et du réemploi des incontournables au service de la durabilité**
- **Faire grandir nos collaborateurs, nos clients et nos partenaires en faisant l'école de l'occasion**

2023

- **Avril** → Définition de la stratégie RSE articulée autour de 4 piliers et 10 enjeux
- **Juillet** → Obtention du label Enseigne Responsable
- **Septembre** → Écriture de notre Raison d'Être
- **Septembre à Juin 2024** → Participation à la Convention des Entreprises pour le Climat

2024

- **Janvier** → Entrée de la Directrice RSE au Comité de direction
- **Mars** → Édition du 1er Rapport RSE
- **Avril** → Édition du 1er Bilan carbone
- **Juin** → Dépôt des objectifs statutaires et attribution de la qualité de Société à mission
- **Septembre** → Construction de la stratégie Easy Cash AL(L)READY 2030
- **Octobre** → Réalisation de l'analyse de double matérialité avec le cabinet de conseil Des Enjeux et des Hommes

2025

- **Septembre** → Édition de notre premier livre blanc « Émissions évitées et seconde main : de l'intuition à la mesure » en collaboration avec Aktio
- **Octobre** → Génération de nos premiers crédits carbone sur la base de nos émissions évitées, grâce au standard Rainbow
- **Décembre** → Construction de la trajectoire décarbonation à partir de la méthodologie Act Pas-à-Pas

B NOS CHIFFRES CLÉS

N°1

1er réseau français d'achat-vente d'objets d'occasion et reconditionnés

avec plus de **160 points de vente** en France en 2025
- **154 magasins** dont 33 succursales & asso
- **1 site web** easycash.fr
- **des corners en grande distribution**

322 M€

De CA en 2025 (+13% vs 2024)
2,2M€ de CA moyen par magasin

Smartphone = 32% du CA
Gaming = 19,7%
Luxe = 23%
Informatique = 12,8%

1600

collaborateurs au siège et en magasin

4,3 M

De transactions en 2025

avec un panier moyen côté vente à 99,33€ (+11%)
et côté rachats à 172,25€ (+11%)

6M

de clients

16,3 M

De produits achetés et vendus en 2025

MARQUE PRÉFÉRÉE des Français

Réélue Marque Préférée des Français pour la deuxième fois consécutive*

* Etudes réalisées du 19 au 24 avril 2023 et du 26 au 28 mars 2025 par OpinionWay dans la catégorie enseigne de bien d'occasion, auprès d'un échantillon représentatif de plus de 1200 Français âgés de 18 ans et plus.

C NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES

Chez Easy Cash, notre cœur d'activité repose sur l'achat, la vente et le reconditionnement de produits d'occasion.

L'achat : Un circuit court et de proximité

L'achat est l'essence même de notre activité puisque **83% des produits mis en vente sont rachetés localement,** auprès de particuliers.

Grâce à notre maillage national, **nos achats proviennent d'un rayon de 20km autour du magasin.** Ce modèle en circuit court maximise les impacts positifs de l'économie circulaire en contribuant à une économie locale et sociale.

Des produits mis en vente sont rachetés localement en 2025

La vente : L'accès à une nouvelle manière de consommer

Pour permettre de démocratiser la seconde main en l'identifiant comme une réelle alternative au neuf, proposer une offre de qualité est essentiel. Notre exigence porte sur nos produits comme l'expérience client et l'excellence opérationnelle de nos magasins :

Testés et contrôlés

• **Tous nos produits sont testés et contrôlés** avant d'être mis en vente pour garantir un usage 100% fonctionnel et y attribuer un prix juste. Pour fixer nos prix, nous avons développé depuis 2011 un outil interne exclusif : Easy Price®, une côte Argus de la seconde main, qui indexe le prix de nos produits en temps réel sur l'ensemble des transactions (achat-vente) au sein de notre réseau.

Garantie & Services

• L'achat ou la vente de nos produits sont associés à des services et garanties au standard du neuf : **garantie 2 ans, satisfait ou remboursé sous 30 jours, authentification des produits de luxe, expertise des bijoux.**

Charte QSP

• Notre Charte QSP, créée en 2022, nous permet d'évaluer nos magasins au travers d'un système de notation sur 3 leviers essentiels : **Qualité de gestion, Service client, Performance commerciale.**

Le reconditionnement : Prolonger la durée de vie des produits

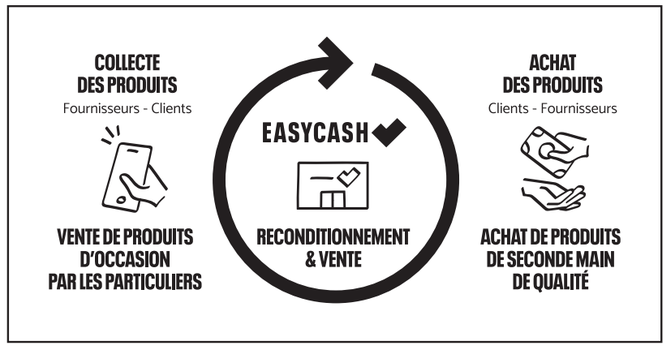
Au-delà des tests réalisés sur nos produits, en 2024, nous avons souhaité aller encore plus loin dans notre démarche, c'est-à-dire de non seulement donner une seconde vie à un produit mais aussi de **rallonger sa durée de vie pour accentuer l'impact positif du réemploi.**

Nous avons pour cela proposé deux services complémentaires : **des prestations de réparation et une assurance téléphonie.**

C'est en démocratisant l'accès à une consommation plus responsable que nous contribuons, jour après jour, à une économie plus durable et inclusive.

En redonnant vie à des objets, nous proposons une alternative concrète à l'achat du neuf, tout en répondant aux attentes économiques et écologiques de nos clients.

Chaque transaction réalisée participe à un modèle de valeur qui combine utilité sociale, réduction de l'empreinte environnementale et création d'emplois locaux. Notre modèle est résolument incarné par les liens humains entre nos équipes, en magasin et au siège, et nos clients.



D LES ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS DU GROUPE

Les outils digitaux les plus performants du marché

- **Une expertise dans l'évaluation et la tarification -** *le bon prix toute l'année*
- **Une capacité de suivi des KPIs forte**
- **Easy Price l'outil de pricing le plus puissant du marché**

Pragma c'est le partage de notre modèle qui repose sur notre outil construit pour acheter et vendre des produits de seconde main. Aujourd'hui, des milliers d'acteurs du commerce souhaite intégrer la seconde main dans leur modèle mais ne savent pas comment. Ils manquent d'expertise métier, d'outils de gestion adaptés, de références de prix fiables. Easy Cash, possède exactement ce dont l'écosystème a besoin.

Un organisme de formation dédié

- **Un centre de formation reconnu** *- Certifié Qualiopi*
- **Services ouverts à la fois aux équipes Easy Cash mais également en externe -** *Permettant d'avoir des équipes formées à la seconde main*

Easy Formation est un organisme de formation pionnier, spécialiste de la filière de la seconde vie dans le retail. Certifié Qualiopi depuis 2022, nous accompagnons particuliers, professionnels et entreprises dans la structuration et le développement des compétences liées au marché de la seconde main. Nous nous engageons à « faire école » en transmettant notre goût de l'occasion et notre savoir-faire en interne comme en externe.

Une filière intégrée à la chaîne de valeur

- **Une plateforme de sourcing exclusive pour le réseau**
- **Un positionnement de l'offre sur les enjeux business du réseau** *- Des produits à forte marge, forte rotation, faible prix ou rares*
- **Un statut d'entreprise sociale et solidaire qui participe à la création d'emplois locaux et inclusifs**

En 2024, **Kyklos** entreprise de l'économie sociale et solidaire a été créée pour réparer des smartphones entrée et moyenne gammes. L'objectif, accompagner le développement des magasins Easy Cash en leur proposant une offre de produits reconditionnés différenciante sur le marché et française.

Un modèle franchiseur-franchisé

- **Un modèle gagnant-gagnant** *(Expertise locale et motivation des franchisés)*
- **Un système de redevance unique dans le secteur** *(en % de la marge brute générée)*
- **Mutualisation des ressources dans un but d'économie d'échelle et une cohérence de l'offre sur le réseau** *(un siège avec des services experts et des outils propriétaires)*

E NOTRE GOUVERNANCE

En juillet 2025, nous avons ouvert une nouvelle phase de notre développement en intégrant deux nouveaux investisseurs régionaux de référence dans notre capital : Multicroissance et Océan Participations. Ouest Croissance, présent au capital depuis 2017, a réaffirmé également son soutien en réinvestissant.

Cette évolution capitalistique s'accompagne d'un renforcement de la participation du Comité de Direction, signe de son implication à long terme dans le projet.
Dans le même temps, Jérôme Taufflieb, cofondateur du groupe, transmet la présidence à Anne-Catherine Péchinot, tout en continuant à apporter son expertise au Conseil d'Administration.

« Cette opération s'inscrit dans la continuité de notre projet d'entreprise. Elle confirme la solidité de notre modèle et nous donne les moyens d'aller plus loin et plus vite pour accompagner notre croissance dans les années à venir, en capitalisant sur une gouvernance stable, engagée et alignée »
explique Anne-Catherine Péchinot, Directrice Générale et Présidente d'Easy Cash

Le Comité stratégique valide les enjeux stratégiques et financiers en ligne avec la feuille de route.

Management

Anne-Catherine Péchinot
Présidente

Fondateurs

Jérôme Taufflieb
Co-fondateur & franchisé
Magasins :
Orléans centre / Tours Nord
Tours Sud

Frédéric Lesieur
Co-fondateur & franchisé
Magasins :
Lyon centre / Villeurbanne

Financiers

Julien Arnaudeau
Directeur d'Investissement chez Ouest Croissance

Philippe Disconzi
Directeur de Participations chez Multicroissance

Vincent Bouraud
Chargé d'Investissement chez Océan Participations

Le Comité de direction pilote et met en action le plan stratégique.

Anne-Catherine Péchinot
Présidente

Virginie Decamps-Lainé
Directrice des opérations

Sophie Monnereau
Directrice de l'impact

Ludovic Policarriere
Directeur marketing & e.commerce

Christian Radice
Directeur administratif & financier

Valentin Klein Di Giacomo
Directeur SI, Business Développement et Innovation

02. PRÉSENTATION DE LA MISSION

A NOTRE COMITÉ DE MISSION

Easy Cash a souhaité que son Comité de mission soit constitué de parties prenantes à la fois internes et externes, afin de réunir des experts thématiques ainsi que des référents métiers.

Ce choix reflète une volonté délibérée d'équilibre et de pluralité : en associant des profils internes – issus du réseau de franchisés, des équipes siège et magasin – à des personnalités extérieures indépendantes, le Comité dispose d'une double lecture, à la fois opérationnelle et critique.

Cette composition garantit que le suivi des engagements statutaires ne se limite pas à une auto-évaluation, mais s'appuie sur des regards extérieurs compétents. Le rôle de ce Comité est de suivre, valider et challenger le déploiement de la mission d'Easy Cash ainsi que le respect de ses trois engagements statutaires.

La diversité des profils retenus – alliant expertise en économie circulaire, connaissance du secteur du réemploi et des lieux d'échange, maîtrise de l'impact, et sensibilité aux enjeux sociaux et environnementaux – renforce ainsi la crédibilité du rapport de mission auprès de l'ensemble des parties prenantes et témoigne du sérieux avec lequel Easy Cash entend incarner sa qualité de Société à Mission.

Le Comité a pour rôle de suivre, valider et challenger le déploiement de notre mission et le respect de nos engagements statutaires.

Anne-Catherine Péchinot
Présidente Easy Cash Groupe

Sophie Monnereau
Directrice de l'impact Easy Cash Groupe

Magali Cottave
Présidente CINOV et Groupe CSD

Lyndon Dauvergne
Franchisé Easy Cash Caen & Le Mans Nord

François Niol
Directeur Easy Cash Vannes

Justine Lemaire
Responsable de Marques Easy Cash Groupe

Laurent Barbezieux
Co-fondateur Aktio

Clémence Belloir
Chargée de mission animation et coordination réseau - Bordeaux Métropole

B NOTRE MODÈLE DE MISSION

VISION

Raison d'être

Partageons nos envies d'entreprendre pour une société plus humaine et écologique en rendant la 2° vie désirable à tous

Objectifs statutaires

OBJECTIF STATUTAIRE N°1	OBJECTIF STATUTAIRE N°2	OBJECTIF STATUTAIRE N°3
Créer des lieux d'échanges et de partage	Faire de la seconde vie et du réemploi des incontournables au service de la durabilité	Faire grandir nos collaborateurs, nos clients et nos partenaires en faisant l'école de l'occasion

LEVIERS

Objectifs opérationnels

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Développer des coopérations et des synergies durables sur notre chaîne de valeur
- Donner au consommateur les moyens de devenir acteur de ses choix de consommation
- Transformer les magasins en espaces de convivialité favorisant les échanges entre clients, équipes et communauté locale

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Renoncer au neuf quand il n'allonge pas la durée de vie des produits
- Faire de la réparation un service accessible dans chaque point de vente Easy Cash
- Mesurer et réduire l'empreinte de notre activité et valoriser notre contribution nette à l'économie circulaire

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Faire de la seconde vie la norme et accompagner les acteurs du neuf dans cette transition
- Développer les talents de nos collaborateurs et favoriser la promotion interne
- Rendre désirable et valoriser le secteur de la seconde vie

03.

PREMIÈRES ANNÉES D'ACCOMPLISSEMENT

APPRÉCIATION DU COMITÉ DE MISSION PAR OBJECTIF STATUTAIRE

OBJECTIF STATUTAIRE N°1

CRÉER DES LIEUX D'ÉCHANGES ET DE PARTAGE

Nous nous engageons à toujours améliorer la satisfaction de nos clients et collaborateurs en favorisant le partage d'expériences car nous croyons sincèrement que demain, l'abondance de liens aura plus de valeur que l'abondance de biens. C'est dans cet esprit que nous concevons nos magasins, notre site internet, nos outils et notre siège social, comme autant de lieux où tisser des liens chaleureux.

Objectifs opérationnels

1 DÉVELOPPER DES COOPÉRATIONS ET DES SYNERGIES DURABLES SUR NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

« Nous construisons un réseau de partenaires engagés, performants et alignés avec notre mission. »

PROJET N°1
Structurer et développer une filière circulaire intégrée avec Kyklos

Indicateurs
- Nombre de téléphones reconditionnés
- Part de marché des produits issus de Kyklos en magasin

Cibles 2027
- 50 000 téléphones reconditionnés en 2027
- 22% de part de marché

Résultats 2025
- 15 387 téléphones reconditionnés
- Part de marché non mesurée en 2025

Moyens
- Création de la filière Kyklos avec une équipe composée de 3 associés et de 6 employés
- Développement de la plateforme et évolution de l'interface en février 2026

PROJET N°2
Engager nos fournisseurs et prestataires dans une démarche de progrès

Indicateurs
Part de fournisseurs de maturité RSE de niveau 1, de niveau 2 (bilan carbone effectué) ou de niveau 3 (objectifs carbone définis)

Cibles 2027
- 50% des fournisseurs de maturité RSE de niveau 1
- 40% de niveau 2
- 10% de niveau 3

Résultats 2025
- 59% des fournisseurs de maturité RSE de niveau 1
- 33% de niveau 2
- 8% de niveau 3

Moyens
- Charte RSE déployée
- Questionnaire de maturité RSE à réviser tous les 3 ans
- Accompagnement des fournisseurs de maturité RSE de niveau 1

2 DONNER AU CONSOMMATEUR LES MOYENS DE DEVENIR ACTEUR DE SES CHOIX DE CONSOMMATION

« Nous donnons aux consommateurs l'opportunité de faire des choix de consommation éclairés et responsables. »

PROJET N°1
Développer les profils de consommateurs engagés dans la seconde main

Indicateurs
Part de clients mixtes (acheteurs et vendeurs)

Cibles 2027
13% de clients mixtes

Résultats 2025
13% de clients mixtes

Moyens
Conception du nouveau programme de fidélité en 2025 et en test sur 2026

PROJET N°2
Augmenter le taux de rachat des produits vendus (taux de circularité)

Indicateurs
- Taux de circularité des produits
- Taux de circularité des téléphones

Cibles 2027
- 3% de circularité des produits
- 7% de circularité des téléphones

Résultats 2025
- 2.58% de circularité des produits
- 5.9% de circularité des téléphones

Moyens
Favoriser le rachat en ligne de produits depuis l'espace client

PROJET N°3
Développer des offres dédiées facilitant le choix de produits et services responsables

Indicateurs
- Livrables de l'offre
- Chiffre d'affaires de l'offre Seconde Chance

Cibles 2027
Déploiement de l'offre : 2026 sur le web / 2027 en magasin

Résultats 2025
Identification et définition des produits Seconde Chance : évolution du logiciel de caisse

Moyens
Développement des outils et des communications

3 TRANSFORMER LES MAGASINS EN ESPACES DE CONVIVIALITÉ FAVORISANT LES ÉCHANGES ENTRE CLIENTS, ÉQUIPES ET COMMUNAUTÉ LOCALE

« Nous transformons nos magasins en lieux vivants et conviviaux, favorisant les échanges, la rencontre et l'ancrage local pour créer du lien entre les personnes autour d'une consommation plus responsable. »

PROJET N°1
Créer des temps réguliers d'animation pour transformer le magasin en lieu vivant et interactif

Indicateurs
Part de magasins ayant réalisé au moins une animation en point de vente

Cibles 2027
50% des magasins

Résultats 2025
45% des magasins

Moyens
Animation en magasin pour tous à l'occasion des 25 ans Easy Cash

PROJET N°2
Étendre l'expérience Easy Cash au-delà de l'acte d'achat-vente en magasin

Indicateurs
Part de magasins possédant un espace de convivialité en magasin

Cibles 2027
50% des magasins équipés d'un espace de convivialité

Résultats 2025
26% des magasins équipés d'un espace de convivialité

Moyens
Conception d'espaces accueil, gaming et enfants et déploiement des prototypes

OBSERVATION DU COMITÉ DE MISSION

Le Comité salue une dynamique réelle et porteuse de sens autour de cet objectif statutaire. Easy Cash a posé en peu de temps, plusieurs premières pierres concrètes pour transformer ses magasins en espaces de convivialité (espaces gaming, coins enfants, animations en point de vente) et ces réalisations sont accueillies comme des signaux encourageants d'un changement de posture vis-à-vis du rôle même du magasin.

Le Comité note avec satisfaction que cette ambition s'accompagne d'une volonté affirmée de coopération sur l'ensemble de la chaîne de valeur, illustrée notamment par la structuration de la filière Kyklos et par la charte achats et services responsables, qui témoignent d'une approche d'entreprise étendue, ouverte à ses partenaires et à ses fournisseurs.

Le Comité apprécie également les premières avancées du côté consommateur, avec le renouvellement du programme de fidélité et l'offre Seconde Chance, qui ouvrent des pistes prometteuses pour faire du client un acteur engagé de la seconde vie.

Ces premières briques constituent, aux yeux du Comité, une base solide et crédible sur laquelle bâtir une ambition plus large : mieux articuler ces projets entre eux avec le sens profond de l'objectif statutaire (créer de véritables lieux d'échanges et de partage), se doter d'indicateurs d'usage et de lien social reflétant cette ambition et lever progressivement les contraintes opérationnelles (espace disponible, appropriation par les équipes, arbitrages économiques) qui freinent encore son déploiement.

Le Comité est confiant dans la capacité d'Easy Cash à transformer cet élan initial en une véritable signature de marque, dans la continuité de la dynamique observée sur les autres objectifs statutaires.

Ces premières briques constituent, aux yeux du Comité, une base solide et crédible sur laquelle bâtir une ambition plus large.

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION

Justine Lemaire

« Cet objectif est l'incarnation de notre valeur de convivialité et de la dimension humaine de notre raison d'être, dans un contexte où le commerce physique ne doit plus être uniquement un lieu de transaction mais aussi un lieu d'expérience. Etendre cet objectif à la chaîne de valeur permet une prise de hauteur à la notion de lieux d'échange et de partage. Cependant, sa mise en œuvre reste partiellement alignée avec cette ambition, certaines actions relevant davantage d'enjeux de durabilité ou de sensibilisation. Je recommande de clarifier les notions et d'identifier des projets centrés sur la coopération, la réciprocité et l'humain. »

« Pour aller plus loin, il serait essentiel d'explorer de nouvelles pistes, telles que des ateliers thématiques, des événements réguliers ou un renforcement des partenariats avec les acteurs associatifs locaux. Une piste complémentaire consisterait à développer des « cafés réparation », combinant convivialité et utilité. Je recommande d'abord de clarifier la définition et les attentes concrètes associées à l'évolution des magasins, pour aligner les actions sur des objectifs réalistes et mesurables. »

Clémence Belloir

POINTS D'AMÉLIORATION ENVISAGÉS PAR LE COMITÉ :

1 Le Comité estime toutefois que ces réalisations, bien réelles, ne couvrent encore qu'une partie de l'ambition portée par l'objectif statutaire. Il recommande, pour le prochain exercice, de clarifier la définition opérationnelle des notions d'échange et de partage, afin de distinguer plus nettement ce qui relève véritablement de la convivialité et du lien humain, de ce qui relève de la durabilité de la chaîne de valeur (objectif statutaire 2) ou de la montée en compétence des parties prenantes (objectif statutaire 3).

2 Concernant l'objectif opérationnel 3 « Transformer les magasins en espaces de convivialité favorisant les échanges entre clients, équipes et communauté locale », le Comité salue le projet d'espaces de convivialité et d'animations en magasin comme une première étape pertinente, mais recommande de dépasser la seule logique d'équipement des points de vente pour aller vers une véritable transformation de l'expérience magasin. Il recommande de mettre en place des indicateurs d'usage et de création de lien (fréquentation des espaces, participation aux animations, partenariats avec des acteurs associatifs locaux), et d'adopter une approche différenciée selon les typologies de magasins (centre-ville, périphérie).

3 Enfin, concernant le projet d'engagement des fournisseurs dans une démarche de progrès, le Comité recommande de préciser les conséquences attendues en cas de non-progression des fournisseurs les moins matures, afin de rendre la démarche plus engageante.

Le Comité considère que l'objectif statutaire n°1 traduit une ambition essentielle de la Raison d'Être d'Easy Cash – celle de dépasser le rôle de simple commerçant pour devenir un acteur de lien social et territorial. Il salue les premières réalisations engagées en 2025-2026, en particulier la conception d'espaces d'accueil, gaming et enfants en magasin, ainsi que le déploiement d'animations en point de vente, dont la généralisation est prévue à l'horizon 2030.
Au regard de l'ensemble des éléments présentés par la société, le Comité considère que cet objectif est en cours de construction. Les fondations posées sont jugées pertinentes et la dynamique encourageante et l'entreprise est invitée à faire émerger de nouveaux projets dans les territoires afin d'approfondir le sens de l'action.

OBJECTIF STATUTAIRE N°2

FAIRE DE LA SECONDE VIE ET DU RÉEMPLOI DES INCONTOURNABLES AU SERVICE DE LA DURABILITÉ

Notre ambition a toujours été de rendre la seconde main désirable pour proposer une vraie alternative au neuf. Notre offre produits comme nos services sont donc alignés aux standards du neuf (produits testés et contrôlés, authentifiés, garantis 2 ans et satisfaits ou remboursés sous 30 jours…) et nous souhaitons minimiser notre empreinte environnementale en prolongeant au maximum la durée de vie des produits, notamment par la généralisation d'ateliers de réparation en magasin.

Objectifs opérationnels

1 RENONCER AU NEUF QUAND IL N'ALLONGE PAS LA DURÉE DE VIE DES PRODUITS

« Nous faisons le choix courageux et structurant de renoncer au neuf lorsqu'il ne sert pas l'allongement de la durée de vie des produits – parce que notre mission nous engage à privilégier la cohérence sur la facilité, et l'impact sur le volume. »

PROJET N°1
Mettre en place l'arrêt programmé du neuf - catégorie bijoux plaqué or/argent

Indicateurs
- Taux de CA achat plaqué or/argent neuf pour les filiales
- Taux de CA achat plaqué or/argent neuf pour les franchisés (Année de référence 2023)

Cibles 2027
- -60% pour les filiales
- -40% pour les franchisés

Résultats 2025
- -54% pour les filiales
- -33% pour les franchisés

Moyens
2025 annonce au réseau de l'engagement de renoncement aux bijoux plaqué or/argent neuf et développement de revenus de remplacement

2 FAIRE DE LA RÉPARATION UN SERVICE ACCESSIBLE DANS CHAQUE POINT DE VENTE EASY CASH

« Réparer plutôt que remplacer, c'est l'acte le plus concret que nous puissions poser pour allonger la vie des produits. En déployant la réparation dans l'ensemble de notre réseau, nous transformons chaque magasin en acteur de la durabilité. »

PROJET N°1
Déployer la réparation téléphonie dans l'ensemble du réseau

Indicateurs
- Nombre d'ateliers de réparation en surface de vente
- Nombre de magasins faisant de la réparation interne hors SAV

Cibles 2027
- 40 ateliers en surface de vente
- 65 magasins faisant de la réparation

Résultats 2025
- 25 ateliers de réparation en surface de vente (février 2026)
- 45 magasins font de la réparation interne hors SAV (février 2026)

Moyens
- Communication sur le service de réparation sur le site web
- Contrat cadre de fourniture de pièces détachées
- Coup de pouce Répar'

PROJET N°2
Former les collaborateurs à la réparation

Indicateurs
Nombre de collaborateurs formés à la réparation

Cibles 2027
40 collaborateurs formés à la réparation

Résultats 2025
60 collaborateurs formés à la réparation

Moyens
- Premier partenariat de formation avec Save puis avec Fixit formation
- Refonte du catalogue de formation

3 MESURER ET RÉDUIRE L'EMPREINTE DE NOTRE ACTIVITÉ, ET VALORISER NOTRE CONTRIBUTION NETTE À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

« Nous assumons pleinement notre responsabilité environnementale : en mesurant ce que nous émettons, en réduisant ce que nous pouvons, et en valorisant ce que nous évitons – parce que la seconde main n'a de sens que si elle prouve qu'elle est une réponse concrète à la transition écologique. »

PROJET N°1
Réduire notre empreinte carbone

Indicateurs
Intensité carbone scopes 1, 2 et 3 en kgCO2eq/k€ de CA

Cibles 2027
154.2 kgCO2eq/k€ de CA

Résultats 2025
151.3 kgCO2eq/k€ de CA

Moyens
Construction de notre trajectoire et du plan de décarbonation avec la méthode Act Pas-à-Pas

PROJET N°2
Valoriser et communiquer notre impact évité

Indicateurs
Tonnes de CO2 évitées

Cibles 2027
39 000 tonnes

Résultats 2025
34 968 tonnes

Moyens
Mesure de nos émissions évitées avec la méthodologie de Rainbow

PROJET N°3
Rendre l'impact visible et compréhensible pour nos parties prenantes

Indicateurs
Référencer nos actions de communication et notre impact

Cibles 2027
Renforcer la notoriété et la crédibilité d'Easy Cash sur les sujets d'impact

Résultats 2025
- Publication des bilans carbone et rapports RSE sur notre site et notre compte LinkedIn
- Communication de l'impact carbone et des émissions évitées du produit sur le site web et le ticket de caisse
- Prises de parole RP régulières (interviews multi-canales)

Moyens
- Edition de bilans carbone et rapports RSE
- Evolution du site web et logiciel de caisse pour intégration des données d'impact
- Organisation d'une table ronde
- Disponibilité pour interviews et événements
- Podcasts divers

OBSERVATION DU COMITÉ DE MISSION

Le Comité salue sur cet objectif statutaire le niveau de maturité et de cohérence le plus élevé observé dans la feuille de route d'Easy Cash et y voit la preuve la plus tangible, que la mission n'est pas un discours mais une transformation en cours. La décision d'engager l'arrêt programmé du neuf sur les catégories, plaqué or et argent, constitue aux yeux du Comité un acte fondateur, qui crédibilise l'ensemble de la démarche.

Le Comité apprécie tout autant le déploiement de la réparation, qui dote Easy Cash d'une compétence stratégique nouvelle et ouvre la voie à une diversification cohérente de son modèle, jusqu'à esquisser dans les échanges, l'image d'un Easy Cash « Achat – Réparation – Vente », pleinement circulaire.

Sur le plan environnemental, le Comité considère que la stratégie bas-carbone d'Easy Cash (bilan carbone scopes 1/2/3, trajectoire de décarbonation selon la méthode ACT, certification des émissions évitées via le standard Rainbow) se situe au meilleur niveau du secteur et témoigne d'une rigueur exemplaire, à la hauteur des attentes que l'on peut avoir d'un acteur leader de la seconde main.

Ces avancées prises ensemble, donnent au Comité une grande confiance dans la capacité d'Easy Cash à approfondir encore cette trajectoire : élargir l'arrêt du neuf à d'autres catégories de produits, étendre la réparation au-delà de la téléphonie et enrichir progressivement la mesure de durabilité au-delà de l'indicateur carbone, notamment vers la biodiversité et les matières, autant de prolongements naturels d'une dynamique déjà solidement engagée.

Le niveau de maturité et de cohérence le plus élevé observé dans la feuille de route d'Easy Cash

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION

Laurent Barbezieux

« Pour la réparation, je considère qu'il serait pertinent d'interroger les clients Easy Cash sur la pertinence d'une formation « niveau 0 » (entretien, nettoyage, réparation basique sur les modèles le permettant). Concernant la mesure d'impact carbone, Easy Cash est au meilleur standard du marché. Pour aller plus loin Easy Cash pourrait ajouter d'autres indicateurs d'impact (biodiversité, matière) dans une logique d'analyse de cycle de vie produit ; la précision de l'impact par produit pourra être améliorée, ce qui nécessite des remontées d'informations des fournisseurs plus détaillées. Enfin concernant la communication externe, elle pourrait à l'avenir davantage engager les consommateurs, par exemple en « gamifiant » l'indicateur d'émissions évitées (compteur individuel, objectif collectif). »

« Cette orientation est particulièrement pertinente au regard de la Raison d'Être de l'entreprise. Je recommande de poursuivre l'analyse de l'ensemble des catégories de produits afin d'identifier d'autres opportunités de réduction du recours au neuf. Les moyens mis en œuvre sont cohérents avec l'objectif poursuivi, et je recommande de renforcer le suivi des indicateurs relatifs à la couverture du réseau, au nombre de réparations réalisées et au niveau d'habilitation des équipes. Les actions engagées sont pertinentes et nécessaires pour piloter efficacement les impacts environnementaux, et je recommande de poursuivre les efforts de mesure et de fiabilisation des indicateurs, tout en renforçant la communication auprès des parties prenantes.» »

François Niol

POINTS D'AMÉLIORATION ENVISAGÉS PAR LE COMITÉ :

1 Si le Comité salue l'internalisation de la compétence réparation, à travers le déploiement d'ateliers en surface de vente et la structuration de parcours de formation par niveaux, il recommande de poursuivre cette dynamique au-delà du seul périmètre de la téléphonie, afin d'anticiper l'évolution des usages et la raréfaction potentielle de certaines ressources, et suggère d'étudier la pertinence d'une formation de « niveau 0 » à destination des clients (entretien, nettoyage, petites réparations).

2 Concernant l'arrêt du neuf, le Comité recommande d'élargir l'analyse à l'ensemble des catégories de produits et des rayons où des produits neufs sont encore commercialisés, afin de clarifier le critère d'allongement de la durée de vie et d'assurer une cohérence d'ensemble avec la formulation, volontairement large, de l'objectif opérationnel 1.

3 Sur la mesure et la réduction de l'empreinte environnementale, le Comité considère que les travaux engagés – bilan carbone scopes 1/2/3, trajectoire de décarbonation selon la méthode ACT, certification des émissions évitées – constituent un excellent niveau de maturité et contribuent à la progression du secteur. Il recommande toutefois de préciser, dans les prochains rapports, que la trajectoire porte sur une intensité carbone (kgCO2eq/k€ de CA) et non sur une réduction en valeur absolue des émissions, afin d'éviter toute ambiguïté de lecture et invite l'entreprise à interroger le niveau d'ambition de cette trajectoire au regard d'une mission explicitement écologique. Il recommande également d'élargir, à terme, les indicateurs de durabilité à d'autres enjeux que le carbone (biodiversité, matières), et de préciser les modalités de valorisation et de cession des crédits carbone générés.

4 Enfin, le Comité recommande de renforcer la pédagogie auprès des consommateurs et des équipes sur les enjeux de l'impact carbone, et de développer des formats de communication plus engageants (par exemple la valorisation individuelle ou collective des émissions évitées).

Le Comité considère que l'objectif statutaire n°2 est celui sur lequel Easy Cash démontre la plus grande maturité et la plus forte cohérence avec sa Raison d'Être. La décision de mettre en place l'arrêt programmé du neuf sur les bijoux, plaqué or et argent, constitue aux yeux du Comité, un signal fort et structurant, qui traduit une volonté réelle d'aligner les pratiques commerciales sur la mission, au prix d'un renoncement assumé d'une partie du chiffre d'affaires et de la marge.
Au regard de l'ensemble de ces éléments, le Comité considère que cet objectif est respecté pour ce premier exercice. Les décisions engagées sont jugées ambitieuses, cohérentes et conformes aux meilleurs standards du secteur, sous réserve des points de clarification et d'approfondissement mentionnés ci-dessus pour les exercices suivants.

OBJECTIF STATUTAIRE N°3

FAIRE GRANDIR NOS COLLABORATEURS, NOS CLIENTS ET NOS PARTENAIRES EN FAISANT L'ÉCOLE DE L'OCCASION

Conscients que les évolutions de comportement nécessaires à la transition passeront par la sensibilisation du plus grand nombre, nous officialisons par cet engagement notre vocation à « faire école » sur l'occasion. Nous avons entrepris de développer nos formations, déjà reconnues en interne grâce à notre organisme de formation Easy Formation certifié Qualiopi, à l'externe auprès de particuliers et professionnels du secteur ou souhaitant sauter le pas de la seconde main.

Objectifs opérationnels

1 FAIRE DE LA SECONDE VIE LA NORME ET ACCOMPAGNER LES ACTEURS DU NEUF DANS CETTE TRANSITION

« Nous ne nous contentons pas d'être un acteur de la seconde main : nous mettons notre expertise, nos outils et notre data au service de toute une filière. En accompagnant les acteurs du neuf dans leur transition, nous accélérons la normalisation de l'occasion au-delà de notre propre réseau. »

PROJET N°1
Doter l'écosystème des outils et expertises Easy Cash pour passer le cap de la seconde main

Indicateurs
- Nombre de points de vente utilisant les outils Easy Cash pour proposer de la deuxième main
- CA de vente des outils Easy Cash (Pragma)

Cibles 2027
- 150 points de vente utilisent les outils Easy Cash pour proposer de la deuxième main
- 536k€ de CA de vente des outils Easy Cash

Résultats 2025
76k€ de CA de vente des outils Easy Cash

Moyens
- Commercialisation des outils Easy Cash
- Test des outils par Kidkanaï en magasin Easy Cash

PROJET N°2
Ouvrir l'École de l'Occasion à l'écosystème

Indicateurs
Nombre de personnes formées externes à Easy Cash

Cibles 2027
30 personnes externes formées

Résultats 2025
47 personnes externes formées

Moyens
- Certification de la formation : acheteurs de produits de seconde main
- Création d'une page web dédiée à l'école de l'occasion

2 DÉVELOPPER LES TALENTS DE NOS COLLABORATEURS ET FAVORISER LA PROMOTION

« En structurant des parcours de formation, en reconnaissant les compétences et en ouvrant des voies d'évolution claires, nous faisons d'Easy Cash un employeur engagé où chaque talent peut grandir, progresser et construire une carrière dont il est fier. »

PROJET N°1
Créer et déployer les formations en multi-formats

Indicateurs
- Nombre d'heures de formation/collaborateur (groupe)
- Taux de mobilisation avec 5 actions de formation avec e-learning (franchises)

Cibles 2027
- 10,7 heures de formation/collaborateur (groupe)
- 61% de mobilisation avec 5 actions de formation avec e-learning (franchises)

Résultats 2025
- 9 heures de formation/collaborateur (groupe)
- 53% de mobilisation avec 5 actions de formation avec e-learning (franchises)

Moyens
Création d'une plateforme et d'un catalogue de formations

PROJET N°2
Créer des parcours de formation franchisés

Indicateurs
Nombre de franchisés formés au total

Cibles 2027
14 franchisés formés

Résultats 2025
Recherche et déploiement d'un partenariat de formation avec Kedge Business School

Moyens
Création du parcours

PROJET N°3
Faire de la promotion interne un marqueur

Indicateurs
Taux de Lauréats du Parcours Manager devenu associé ou franchisé

Cibles 2027
Identifier de nouveaux profils, potentiels franchisés ou associés

Résultats 2025
37% des lauréats sur les 5 dernières promotions du Parcours Manager devenus associés ou franchisés

Moyens
Intégration de la dimension circulaire et RSE au parcours manager

3 RENDRE DÉSIRABLE ET VALORISER LE SECTEUR DE LA SECONDE VIE

« Nous agissons sur l'ensemble des leviers pour faire de la seconde vie un secteur désirable : une marque qui s'impose dans les esprits, des métiers reconnus par des certifications et une filière de formation qui attire les talents de demain. »

PROJET N°1

Construire la notoriété d'Easy Cash et porter la seconde main comme une évidence auprès des consommateurs, des médias, des pouvoirs publics

Indicateurs

- Croissance du taux de notoriété global
- Croissance du taux de notoriété par cible

Cibles 2027

- 12% de notoriété spontanée
- Croissance de la notoriété chez les CSP+

Résultats 2025

- 9,1% de notoriété spontanée
- +10pts de notoriété assistée chez les 18-24 ans

Moyens

- 1ère campagne d'influence
- Easy Cash speaker sur de nombreux salons et évènements externes
- Nouvelle campagne de notoriété (média on et offline)

PROJET N°2

Valoriser les métiers de la seconde vie en déployant et créant des formations certifiantes

Indicateurs

Nombre d'acheteurs internes certifiés

Cibles 2027

50 acheteurs internes certifiés

Résultats 2025

7 acheteurs internes certifiés

Moyens

Certification de la formation : acheteurs de produits de seconde main

PROJET N°3

Développer un parcours en alternance dédié aux métiers de la seconde main

Indicateurs

Nombre d'alternants Noschool

Cibles 2027

70 alternants Noschool

Résultats 2025

63 alternants NoSchool

Moyens

Création d'une formation en alternance avec le partenaire Noschool

OBSERVATION DU COMITÉ DE MISSION

Le Comité salue sur cet objectif statutaire, un changement de posture particulièrement encourageant d'Easy Cash vis-à-vis de l'ensemble de son écosystème, porté par une ambition résolument tournée vers l'humain.

Le volet « collaborateurs » apparaît comme une réussite déjà bien installée : la structuration des parcours de formation métiers, le déploiement de la formation « Chef d'Entreprise » à destination des franchisés en partenariat avec Kedge Business School et les premiers travaux engagés sur la cartographie des talents et la promotion interne, témoignent d'une volonté forte de faire grandir les équipes et d'en faire un véritable marqueur culturel. Le Comité apprécie tout particulièrement le choix d'ouverture qui caractérise le volet « partenaires » : en décidant de partager ses propres outils (Athena, Easy Price) et son savoir-faire avec l'ensemble du secteur à travers l'École de l'Occasion, Easy Cash fait le choix audacieux d'accélérer la transition de toute une filière plutôt que de préserver un avantage concurrentiel ; un choix que le Comité considère comme l'un des signaux les plus forts de sincérité de la mission.

Le lancement du premier partenariat de test et la signature d'un contrat de développement, confirment que cette ambition commence déjà à se concrétiser au-delà des intentions. Ces deux dynamiques déjà bien engagées, donnent au Comité une base solide pour encourager Easy Cash à structurer, avec la même ambition, le volet « clients » de cet objectif, en construisant un plan d'actions dédié à la pédagogie et à la sensibilisation des consommateurs aux enjeux de la seconde main, qui viendrait compléter harmonieusement les progrès déjà accomplis auprès des collaborateurs et des partenaires.

L'AVIS DU COMITÉ DE MISSION

Clémence Belloir

« L'objectif est particulièrement important pour permettre un changement durable des comportements et il est cohérent avec la mission d'Easy Cash. Je recommande de renforcer les actions de sensibilisation et de pédagogie auprès des consommateurs afin de les aider à faire des choix plus éclairés et à mieux comprendre les enjeux de l'économie circulaire et de la seconde vie. Un des enjeux de cet objectif sera de pouvoir mesurer l'appropriation réelle des outils et contenus proposés par les différentes parties prenantes et de faire évoluer les objectifs en fonction des retours d'expérience. »

« Je considère que le volet « collaborateur » est largement traité, et c'est sans doute la première pierre à l'édifice. Pour ce qui est des « partenaires », même si je constate qu'un plan est en marche, ceci reste expérimental à mes yeux à date. En revanche pour la partie « clients », cette dernière me paraît peu ou pas traitée dans cet objectif en réalité. Je recommanderai pour l'exercice prochain de creuser ce point. »

Lyndon Dauvergne

POINTS D'AMÉLIORATION ENVISAGÉS PAR LE COMITÉ :

1 Concernant le volet collaborateurs, le Comité considère que les actions engagées (catalogue de formation structuré en parcours métiers, formation « Chef d'Entreprise » pour les franchisés en partenariat avec Kedge Business School, premiers travaux sur la cartographie des talents et la promotion interne) sont menées avec pertinence et ambition. Il recommande de poursuivre le suivi des indicateurs de participation, d'évolution de carrière et de taux de promotion interne et de finaliser la définition des objectifs encore en cours (notamment sur le taux de postes de direction pourvus en interne).

2 Concernant le volet partenaires, le Comité salue le lancement du test des outils Easy Cash auprès d'un premier partenaire et la signature d'un contrat de développement, ainsi que l'ouverture de l'École de l'Occasion à un public externe. Il recommande de structurer dès à présent l'offre commerciale associée et de fixer des objectifs chiffrés sur le nombre de personnes formées en externe et le nombre de points de vente accompagnés.

3 Concernant le volet clients, le Comité considère que ce volet reste à ce jour le moins abouti et recommande qu'il fasse l'objet d'un plan d'actions spécifique pour le prochain exercice, structuré autour de la pédagogie et de la sensibilisation des consommateurs aux enjeux de l'économie circulaire et de la seconde main et non de la seule notoriété de la marque, qui relèverait davantage selon nous de l'objectif statutaire 2. Le Comité recommande à ce titre d'envisager le rattachement de l'objectif opérationnel 1.2 (consommateur acteur de ses choix) à l'objectif statutaire 3, et le rattachement de l'objectif opérationnel 3.3 (notoriété et valorisation du secteur) à l'objectif statutaire 2, afin de mieux faire correspondre chaque objectif opérationnel au sens de l'objectif statutaire qu'il sert.

Le Comité considère que l'objectif statutaire 3 traduit une ambition particulièrement importante pour permettre un changement durable des comportements de consommation, et qu'il est cohérent avec la mission d'Easy Cash. Il salue la structuration d'un programme complet de formation interne et externe, dans un secteur où les référentiels reconnus restent rares, ainsi que le choix d'ouvrir à l'écosystème des outils initialement développés en interne (Athena, Easy Price), choix que le Comité interprète comme une volonté d'accélérer la transition de l'ensemble du secteur plutôt que de préserver un avantage exclusif.
Au regard de l'ensemble de ces éléments, le Comité considère que cet objectif est respecté pour les volets collaborateurs et partenaires, qui ont bénéficié de progrès significatifs sur un cap clair et ambitieux. Il considère en revanche que le volet clients n'est pas encore traité à la hauteur de l'ambition de l'objectif statutaire et invite l'entreprise à en faire une priorité du prochain exercice.

LA CONCLUSION DU COMITÉ DE MISSION

Au terme de ce premier cycle de travail, le Comité de mission considère que le modèle de mission d'Easy Cash est globalement cohérent, structuré et ancré dans le cœur d'activité de l'entreprise. La Raison d'Être – partager des envies d'entreprendre pour une société plus humaine et écologique en rendant la seconde vie désirable à tous – se décline de manière lisible dans les trois objectifs statutaires, eux-mêmes traduits en objectifs opérationnels et en projets concrets couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur.

Le Comité salue le caractère sincère et engageant de la démarche, illustré par des décisions structurantes telles que l'arrêt programmé du neuf sur certaines catégories de bijoux, le déploiement de la réparation, la construction d'une stratégie bas-carbone certifiée, et l'ouverture de l'École de l'Occasion à l'écosystème. Ces réalisations témoignent d'une dynamique positive et d'un engagement réel de l'entreprise, deux ans après l'attribution de sa qualité de Société à mission.

Le Comité identifie néanmoins trois axes de vigilance pour les exercices à venir. Premièrement, la répartition de certains objectifs opérationnels entre les trois objectifs statutaires manque parfois de cohérence : plusieurs projets actuellement rattachés à l'objectif statutaire 1 (chaîne de valeur, consommateur, taux de circularité) semblent davantage relever de la durabilité (objectif 2) ou de la montée en compétences des parties prenantes (objectif 3), tandis que la notoriété, rattachée à l'objectif 3, pourrait relever de l'objectif 2. Le Comité recommande de repartir du sens de chaque objectif statutaire pour mieux catégoriser les objectifs opérationnels et identifier les angles morts.

Deuxièmement, le Comité relève que certains indicateurs mesurent davantage l'activité ou le chiffre d'affaires (heures de formation, nombre de lieux de réparation, chiffre d'affaires Pragma) que l'impact réel attendu au titre de la mission, et que certaines formulations relèvent davantage de l'intention, que de l'engagement chiffré. Le Comité recommande de poursuivre le travail de définition d'indicateurs d'impact partagés le cas échéant avec les partenaires, et de veiller à la cohérence explicite entre les objectifs opérationnels et les indicateurs retenus.

Troisièmement, le Comité observe que le volet écologique de la Raison d'Être (une société plus humaine et écologique) est aujourd'hui essentiellement traité sous l'angle carbone. Si cette priorisation paraît pertinente pour les deux premiers exercices, le Comité recommande d'élargir progressivement le champ de la durabilité à d'autres dimensions environnementales, notamment la biodiversité et les matières, afin de répondre plus largement à l'ambition écologique affichée.

Le Comité souligne enfin la qualité et la transparence des éléments présentés, y compris pour les résultats encore en construction et considère que cette transparence est elle-même un excellent marqueur de la sincérité de la démarche.

Au regard de l'ensemble des éléments examinés, le Comité de mission considère que le modèle de mission d'Easy Cash est pertinent, cohérent, crédible et ambitieux. Les fondations posées jusqu'alors sont solides et la trajectoire engagée est encourageante. Le Comité invite l'entreprise à poursuivre cette dynamique en clarifiant l'articulation entre objectifs statutaires et opérationnels, en renforçant les indicateurs d'impact et en élargissant progressivement le champ de la durabilité au-delà du carbone – autant de chantiers qui constitueront naturellement la feuille de route du prochain cycle de travail du Comité sur le soutien objectif duquel Easy Cash peut compter.

CONCLUSION & PERSPECTIVES

Ces deux premières années de mission ont posé des fondations solides. Les premiers jalons sont en place, les indicateurs commencent à raconter une histoire cohérente, et la dynamique collective – entre l'entreprise et le Comité de mission – s'est révélée être une vraie force. Ce qui s'ouvre devant nous est aussi exigeant qu'enthousiasmant.

CONSOLIDER CE QUI FONCTIONNE, SANS S'ENDORMIR

Plusieurs chantiers affichent des résultats encourageants : la réduction du neuf dans les bijoux progresse, les ateliers de réparation se déploient, Kyklos prend forme, et la mesure de l'impact carbone devient plus précise. Ces avancées sont réelles mais elles ne doivent pas masquer les zones où le chemin reste long : la circularité des produits n'est encore qu'à 2,58%, le taux de clients mixtes acheteurs-vendeurs plafonne à 13 %, et l'École de l'Occasion n'a pas encore pleinement ouvert ses portes à l'externe. Ce sont précisément ces chantiers-là qui seront déterminants pour prouver, dans les prochaines années, que la mission d'Easy Cash est opérationnelle et non déclarative.

LE RÔLE DU COMITÉ DE MISSION : UN REGARD QUI COMPTE

Ces deux premières années ont confirmé la valeur d'un Comité de mission qui ne se contente pas de valider, mais qui interroge, challenge et enrichit. Dans les années à venir, ce rôle devra s'approfondir : passer d'un contrôle des réalisations à une contribution active à la priorisation des enjeux, à l'identification des tensions entre performance économique et exigences de la mission, et à la représentation des parties prenantes les plus éloignées du cœur de l'entreprise – les communautés locales, les collaborateurs du réseau, les consommateurs engagés.

LES DÉFIS À RELEVER

Le Comité de mission a identifié plusieurs points de vigilance qui méritent d'être traités. Aussi l'animation du réseau de franchisés reste un levier sous-exploité : si 45 % des magasins ont réalisé une animation, c'est encore trop peu pour ancrer une culture de la convivialité à l'échelle du réseau. La formation externe et la certification des métiers de la seconde main, promesses fortes de l'objectif 3, devront passer du stade de l'intention à celui de la réalité dès 2026. Enfin, la trajectoire de décarbonation, bien qu'engagée avec la méthode Act Pas-à-Pas, devra se traduire en engagements chiffrés et opposables pour crédibiliser durablement la parole d'Easy Cash sur le terrain de la transition écologique.

Easy Cash entre dans une nouvelle phase de la Société à mission : la preuve que la mission peut être à la fois sincère et opérationnelle, ambitieuse et mesurable, collective et exigeante.

Ce rapport n'est pas un bilan de conformité. C'est le récit d'une entreprise qui a choisi de se lier à ses engagements par les statuts, et qui assume désormais d'en rendre compte – avec ses avancées, ses manques, et ses questions ouvertes. C'est dans cet esprit que la mission d'Easy Cash prend tout son sens : non pas comme un label acquis, mais comme un cap à tenir, année après année, avec rigueur et avec envie.

Sophie Monnereau
Manager de la mission et Directrice de l'Impact Easy Cash

La seconde main est une réponse concrète aux enjeux de notre temps. Easy Cash a la chance, et la responsabilité, d'en être l'un des acteurs les plus visibles en France. Cela oblige. Et cela inspire.

EASYCASH

C'EST L'OCCASION DE CHANGER