



AMERICAN EXPRESS, 130 ANS D'ESPRIT DE SERVICE EN FRANCE

EN FRANCE DEPUIS
130
ans



Bureau American Express, 11 rue Scribe, Paris (1926)

Juin 2025

CONTACTS PRESSE

Xavier Roc – Directeur de la Communication EMEA – xavier.roc@aexp.com
Marilyn Florent – Responsable Communication France – marilyn.florent@aexp.com
Agence Babylone – americanexpress@babylone.fr

EDITO DE CAROLINE GAYE

DIRECTRICE GENERALE FRANCE



« Depuis 130 ans en France, American Express continue d'évoluer avec son époque, tout en restant fidèle à son ADN : l'excellence du service, l'innovation et un engagement indéfectible à offrir la meilleure expérience client au monde. »

Depuis notre création en 1850 en tant que société de transports de biens, jusqu'à la société de services financiers et lifestyle¹ de premier plan que nous sommes aujourd'hui, une chose n'a pas changé : notre engagement à allier service, confiance et sécurité au bénéfice de chacun de nos clients.

Guidée par son engagement envers ses clients, notre entreprise n'a cessé d'évoluer, d'innover et de remettre en question le statu quo tout au long de son histoire. Alors que nous célébrons cette année les 175 ans de la création d'American Express, nous célébrons également les 130 ans de notre présence en France. En 1895, American Express a choisi Paris et la rue Halévy dans le quartier de l'Opéra Garnier pour y établir son premier bureau international en dehors de l'Amérique du Nord, marquant ainsi le début d'une longue histoire en France.

En 1900, c'est rue Scribe qu'American Express installe son bureau emblématique qui est rapidement devenu un point de repère incontournable pour les voyageurs américains, qui venaient y échanger leur Traveler Chèques contre des Francs, récupérer leur courrier ou obtenir des informations sur les hôtels en vogue, les restaurants à la mode, ...

Tout au long du 20ème siècle, American Express a continué d'accompagner ses clients étrangers, tout en diversifiant son offre pour servir une clientèle locale, française, de la première Carte à débit différé lancée dans le pays en 1964, à la Carte Corporate pour les voyageurs d'affaires disponible à partir de 1975, en passant par le lancement de la Carte Gold en 1985, de la Carte Platinum en 1996, ou celui de la Carte Centurion en 2004. Toujours à l'écoute de ses clients, l'entreprise est à la pointe de l'innovation depuis des générations en s'attachant à proposer des produits incluant des avantages uniques et des expériences haut de gamme que les titulaires de Cartes souhaitent et attendent. Aujourd'hui, Millennials et Génération Z représentent plus de 60% de ses nouveaux clients à travers le monde, preuve que sa vision du service et de l'exclusivité séduit une nouvelle génération de clients.

Être un Membre American Express, c'est accéder à bien plus qu'un moyen de paiement. Notre service client internalisé et disponible 24/7 incarne notre engagement phare auprès de nos clients en leur offrant une assistance de chaque instant. Plus qu'un simple accompagnement, American Express leur ouvre les portes d'un style de vie, en collaboration avec les plus grands noms du voyage, de la gastronomie, de la culture et du divertissement.







Notre réseau de partenaires joue un rôle clé dans cette dynamique, tout comme notre réseau de commerçants. En 2023 et 2024, plus de 225 000 nouveaux établissements en France l'ont rejoint et acceptent désormais les paiements American Express². Cela témoigne une nouvelle fois de la valeur des clients American Express, qui dépensent en moyenne davantage que les titulaires d'autres cartes de paiement³.

Depuis 130 ans en France, American Express continue d'évoluer avec son époque, tout en restant fidèle à son ADN : l'excellence du service, l'innovation et un engagement indéfectible à offrir la meilleure expérience client au monde.

Je mesure d'autant plus la portée de cet anniversaire que, cette année, je célèbre aussi mes dix ans en tant que Directrice générale d'American Express France. Dix années riches où j'ai pu observer la passion indéfectible de nos collaborateurs pour satisfaire nos clients. Leur engagement quotidien est au cœur de notre promesse d'excellence.

À travers cette Gazette, clin d'œil aux journaux de la Belle Epoque, nous souhaitons célébrer ce dialogue constant entre le passé, le présent et l'avenir. Car l'essence d'American Express est là : respecter notre héritage tout en restant en mouvement, à l'écoute d'un monde qui change, et de comportements et attentes qui évoluent. Parce qu'au fond, chaque client American Express est unique et mérite le meilleur. C'est ça, l'esprit de service.

Caroline Gaye
Directrice générale d'American Express France

	<p>Un chiffre d'affaires de 65,9 milliards de US\$ au niveau mondial en 2024.</p> <p>65,9M^{ds}</p>
	<p>Environ 146 millions de Cartes en circulation dans le monde</p> <p>146M</p>
	<p>Les Cartes American Express sont acceptées chez plus de 108 millions de commerçants dans environ 200 pays et territoires à travers le monde. American Express s'engage à être présent partout où ses titulaires de Carte vivent, travaillent et voyagent. Depuis 2017, le nombre de commerçants acceptant la Carte American Express dans le monde a été multiplié par quatre.</p> <p>108M</p>
	<p>Plus de 225 000 nouveaux commerçants ont rejoint le réseau American Express en France en 2023 et 2024¹</p> <p>225 000</p>
	<p>Les Millennials et la Génération Z représentent plus de 60% de nos nouveaux clients à travers le monde</p> <p>60%</p>
	<p>Notre service client est disponible 24/7</p> <p>24/7</p>

(1) Style de vie
(2) Source : Etabli sur le nombre de contrats commerçants affiliés entre janvier 2023 et décembre 2024.
(3) En France, les titulaires de Carte American Express dépensent en moyenne 2,5 fois plus par transaction que la moyenne des cartes bancaires et de paiement utilisées dans le pays. Source : Données internes à American Express concernant les titulaires de Carte française qui dépensent à travers l'Europe et en comparaison à l'étude «Global Data Payment Card» qui inclut les transactions avec des cartes de titulaires locaux en France et à l'international, incluant les terminaux de paiements en physique et à distance, pour les commerçants dont le règlement est en devise locale, compte tenu de leur marché, 2024.

UN ACCOMPAGNEMENT CENTRÉ SUR LE SERVICE, LA CONFIANCE ET LA SÉCURITÉ

L'accès au Service Client 24h/24 7j/7

Nos conseillers clientèle sont dédiés à répondre aux demandes de nos clients, par téléphone 24h/24 et 7j/7, ou via le chat depuis l'App Amex, en France et à l'étranger.



Un niveau d'assurances élevé

Selon le type de carte, American Express offre à ses clients différentes couvertures d'assurance. Il peut s'agir d'une garantie de protection des achats, d'une garantie pour les voitures de location, d'une assurance annulation et report de voyage, d'une assistance médicale et de frais médicaux, d'une assistance neige et montagne. Les clients peuvent avoir l'esprit tranquille grâce à la diversité des prestations d'assurance proposées¹.



(1) Les garanties et niveaux d'assurance varient selon le type de Cartes.

Un paiement fluide, partout, tout le temps

Paiement sans contact, mobile, via smart-phone ou montre connectée : American Express s'adapte aux nouveaux usages de ses titulaires, sans jamais transiger sur la sécurité des transactions.



La sécurité intégrée au cœur de chaque transaction en ligne

Avec le système d'authentification SafeKey®, American Express protège ses clients contre la fraude lors de leurs transactions en ligne auprès des commerçants adhérents. Chaque client peut établir sa liste de « commerçants de confiance » pour ses prochains achats. Une opportunité pour fluidifier les achats en ligne sans rogner sur la sécurité des transactions.



AIR FRANCE ET KLM : DES PARTENAIRES DE LONGUE DATE



Carte American Express - Air France (1998)

AIR FRANCE KLM

En 1998, American Express lançait sa première Carte co-marquée pour les particuliers avec Air France. Ensuite, notre partenariat avec Air France et KLM n'a cessé de se développer. Aujourd'hui, en France, les Cartes AIR FRANCE KLM - AMERICAN EXPRESS s'adressent à tous les profils : particuliers, petites et moyennes entreprises, et grands groupes.

En 2024, une nouvelle étape a été franchie avec le lancement du service « Pay with Miles » en France. Une innovation qui offre à nos clients une liberté inédite : utiliser leurs Miles Flying Blue comme bon leur semble, pour des dépenses du quotidien ou pour s'offrir une escapade à l'autre bout du monde.

LA CARTE PLATINUM AMERICAN EXPRESS FAIT VIVRE LE VOYAGE ET LE LIFESTYLE¹ EN GRAND

Vivre la culture autrement

Les Membres Platinum bénéficient du meilleur des grands spectacles dans un cadre exceptionnel : une loge avec vue imprenable à l'Accor Arena, au Stade de France et un accès à un salon VIP à Paris La Défense Arena². Ils profitent également de billets en avant-première, de packs VIP exclusifs et d'accès privilégiés pour les spectacles les plus attendus, tout au long de l'année².

Des voyages plein d'attentions

Avec la Carte Platinum, chaque déplacement devient une expérience unique : agence de voyage dédiée, accès à plus de 1700 salons d'aéroport dans le monde, accès aux salons Eurostar, des avantages exclusifs dans une sélection de plus de 2500 hôtels à travers le monde dans le cadre des programmes Fine Hotels + Resorts et The Hotel Collection².

Un accès aux plus grandes tables de la scène gastronomique

Les Membres Platinum profitent d'accès privilégiés dans une sélection de plus de 200 restaurants parmi les plus prisés de France, et même d'une table pré-réservée dans certains d'entre eux². Assiettes créatives, atmosphères vibrantes et savoir-faire d'exception composent une expérience culinaire unique, enrichie d'un crédit annuel jusqu'à 200 euros remboursé dans cette sélection de restaurants².



L'émotion du sport au premier rang

American Express est Partenaire officiel des équipes masculines et féminines du Paris Saint-Germain. Les Membres Platinum et une sélection de clients American Express³ ont accès toute l'année à des places exclusives et peuvent effectuer leurs réservations via leur Conciergerie Billetterie². Ils peuvent également vivre des expériences uniques². Dans le cadre de notre partenariat global avec la Formule 1, les Membres Platinum ont accès à des préventes pour les Grand PrixTM tout au long de la saison et bénéficient d'avantages et expériences exceptionnels lors de certaines courses⁴.

Les avantages exclusifs du programme Fine Hotels + Resorts pour les Membres Platinum² :

Les Membres Platinum bénéficient d'avantages exclusifs dans des hôtels prestigieux sélectionnés par American Express à travers le monde.

- Arrivée matinale, selon disponibilité ;
- Surclassement de chambre à l'arrivée, selon disponibilité ;
- Petit-déjeuner quotidien offert, pour 2 personnes ;
- Départ tardif à 16h garanti ;
- Wi-Fi offert dans la chambre ;
- Un bénéfice additionnel propre à chaque hôtel, par exemple un bon à valoir sur les boissons et repas pris à l'hôtel ou un massage pour deux personnes.

Pour plus d'informations sur la Carte Platinum American Express, scannez ce QR Code



(1) Style de vie

(2) Des conditions s'appliquent.

(3) Les titulaires de la Carte Centurion American Express, Carte AIR FRANCE KLM - AMERICAN EXPRESS PLATINUM et la Carte Gold American Express.

(4) Dans la limite des stocks disponibles, des conditions s'appliquent.

Aurélié Doudrich,
Vice-Présidente chez American Express France en charge de la fidélisation des clients

« Proposer des expériences et des bénéfices exclusifs à nos clients fait partie intégrante de la valeur d'American Express. Nous enrichissons régulièrement nos produits avec de nouveaux bénéfices pour satisfaire les besoins de nos clients. Les partenariats que nous avons noués sont essentiels pour répondre aux aspirations et aux besoins de nos clients qui sont en constante évolution. »

DÉVELOPPER DES PARTENARIATS QUI ONT DU SENS POUR NOS CLIENTS



© Jair Lanes

Alain Ducasse, Chef

DANS PLUSIEURS ÉTABLISSEMENTS DU GROUPE ALAIN DUCASSE, UNE SÉLECTION DE CLIENTS AMERICAN EXPRESS¹ BÉNÉFICIE D'UN ACCÈS PRIVILÉGIÉ OU D'UNE TABLE PRÉRÉSERVÉE.

« Le French art de vivre, c'est une attention portée aux détails, une exigence discrète et un respect profond des savoir-faire. C'est cette même philosophie que nous partageons avec American Express. Depuis toujours, leur volonté de soutenir la gastronomie française, d'encourager la création et de promouvoir le travail des artisans d'exception rejoint nos propres engagements. En offrant à leurs clients l'accès à des expériences culinaires uniques, ils contribuent à faire rayonner l'art de vivre à la française dans ce qu'il a de plus noble et de plus inspirant. »



Sébastien Perrier, Chief Revenue Officer, Accor Arena

DES BÉNÉFICES EXCLUSIFS À L'ACCOR ARENA POUR UNE SÉLECTION DE CLIENTS AMERICAN EXPRESS¹.

« Promesse d'émotions, chaque événement devient un moment de communion. Aux côtés d'American Express, nous partageons la même ambition : offrir bien plus qu'un instant de divertissement. Notre partenariat illustre notre engagement commun à proposer une expérience exclusive, intense et mémorable. »



© Paris Saint-Germain

Richard Heaselgrave, Chief Revenue Officer, Paris Saint-Germain

DES BÉNÉFICES EXCLUSIFS AVEC LE PARIS SAINT-GERMAIN POUR UNE SÉLECTION DE CLIENTS AMERICAN EXPRESS².

« Plus qu'un partenariat, notre collaboration avec American Express est la rencontre d'une vision d'un sport qui fait vibrer, qui rassemble, et qui exige le meilleur. Ensemble, nous donnons vie à des expériences qui marquent à jamais le cœur de nos supporters. »

(1) Les titulaires de la Carte Platinum American Express, Carte Centurion American Express et Carte AIR FRANCE KLM - AMERICAN EXPRESS PLATINUM

(2) Les titulaires de la Carte Gold American Express, Carte Platinum American Express, Carte Centurion American Express et Carte AIR FRANCE KLM - AMERICAN EXPRESS PLATINUM

LE PARRAINAGE : QUAND NOS CLIENTS DEVIENNENT NOS MEILLEURS AMBASSADEURS

Le parrainage, au cœur de l'expérience American Express

Depuis sa création, American Express cultive un lien privilégié avec ses membres, fondé sur la confiance, l'excellence du service et la sécurité. Notre programme mondial de parrainage « Member Get Member » a été créé en France à la fin des années 1990. Il repose sur une dynamique simple et précieuse : le parrain est récompensé lorsque la demande de carte de son filleul est acceptée. Cela permet d'engager nos clients ambassadeurs et de toucher leur communauté partageant un style de vie similaire.

La satisfaction, moteur d'une communauté engagée

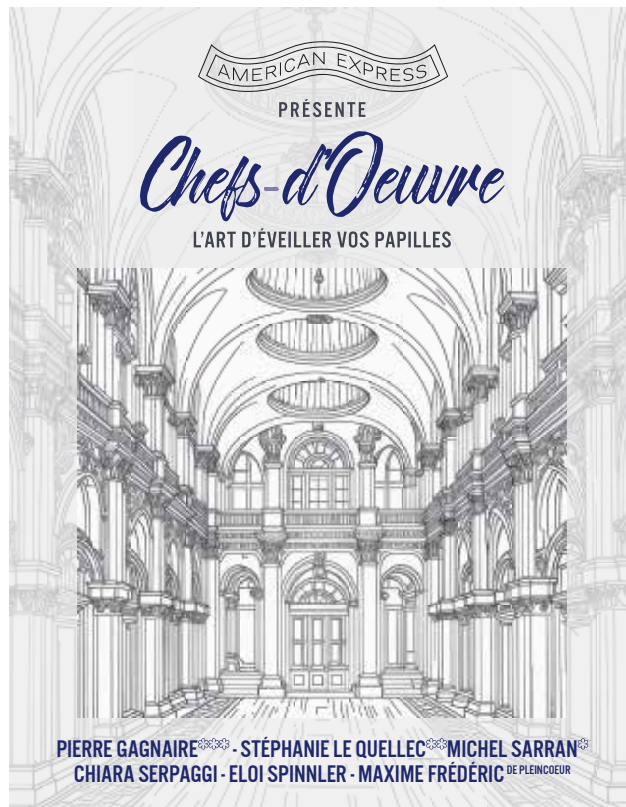
Le parrainage est aujourd'hui un canal majeur d'acquisition de nouveaux clients. Son succès illustre la force de l'attachement de nos clients à la marque : un attachement qui ne se décrète pas, mais se construit, patiemment, autour d'expériences uniques, d'attentions sincères et d'une qualité de service irréprochable.

Des expériences qui font vibrer l'époque

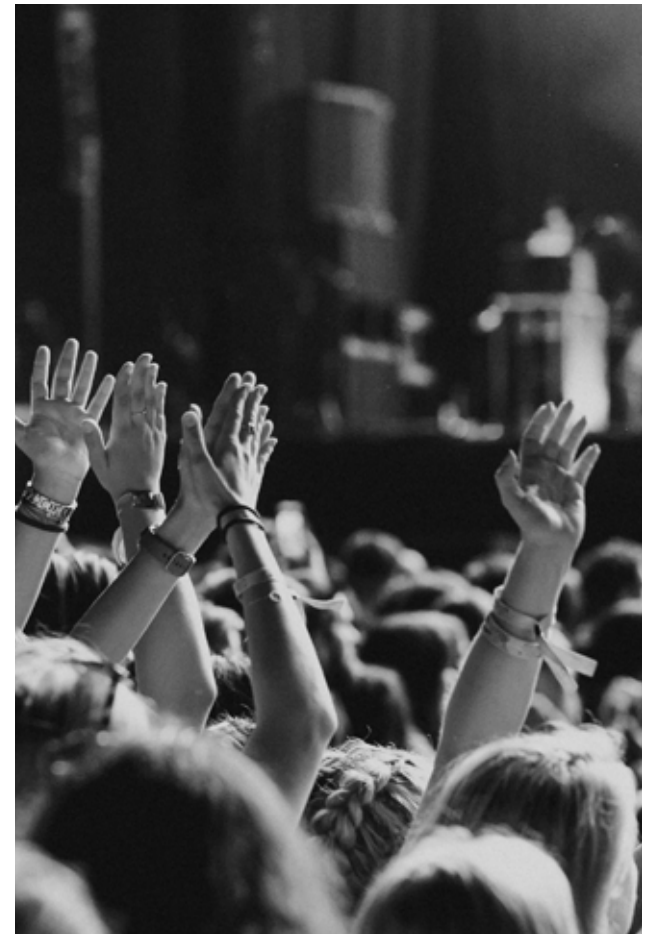
Notre programme de parrainage repose sur une offre expérientielle unique, structurée autour de trois piliers : la gastronomie, la culture et le divertissement. Nous proposons à nos parrains un accès privilégié à des événements d'exception : DJ Sets et concerts privés avec des artistes de renom, ou encore événements gastronomiques rassemblant de grands Chefs au cœur d'un lieu culturel entièrement privatisé pour l'occasion.

Parmi ces événements, Chefs-d'Œuvre, dont la prochaine édition se tiendra au Musée des Arts décoratifs le 10 septembre prochain et accueillera notamment les Chefs étoilés Pierre Gagnaire, Stéphanie Le Quellec et Michel Sarran.

Autant d'instants rares où gastronomie, musique et culture se rencontrent, incarnant une marque résolument tournée vers les passions de ses clients et les goûts de l'époque.



10.09.25
MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS
Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière.



Matthieu Pillet-Will, Vice-Président chez American Express France en charge de l'acquisition de nouveaux clients

« Le parrainage est aujourd'hui un canal majeur d'acquisition de nouveaux clients en France. Il repose sur une offre expérientielle unique, structurée autour de trois piliers : la gastronomie, la culture et le divertissement. Nous créons des moments exclusifs, en lien avec les centres d'intérêt de nos clients, comme des événements gastronomiques avec des Chefs étoilés, des concerts privés avec des artistes de renom, ... Cela permet d'impliquer nos clients ambassadeurs et de toucher leur communauté partageant un style de vie similaire. »

LE RÉSEAU DE COMMERÇANTS AMERICAN EXPRESS, UN ÉCOSYSTÈME PERFORMANT OÙ CHAQUE TRANSACTION RENFORCE LA RELATION CLIENT

Depuis 130 ans en France, American Express tisse des liens uniques entre ses titulaires de cartes et un réseau de commerçants toujours plus dynamique.

Un réseau en forte croissance

Aujourd'hui, plus de 108 millions de commerçants acceptent la Carte American Express dans environ 200 pays et territoires à travers le monde.

Depuis 2017, le nombre de commerces acceptant la Carte American Express dans le monde a été multiplié par quatre. En France, la dynamique est particulièrement forte.

En 2023 et 2024, plus de 225 000 nouveaux établissements ont rejoint notre réseau¹ en France, illustrant la confiance croissante des commerçants dans la valeur apportée par American Express.



Une clientèle qui dépense plus

Les commerçants affiliés au réseau American Express bénéficient d'un atout majeur : l'accès à notre clientèle disposant d'un pouvoir d'achat supérieur. Les titulaires de Cartes American Express France dépensent en moyenne 2,5X plus par transaction par rapport à la moyenne des cartes de crédit et de paiement en France².



Des leviers de fidélisation

Le programme Membership Rewards® permet aux titulaires de Carte American Express de cumuler des points à chaque dépense, qu'ils peuvent ensuite convertir en récompenses, en remises ou en voyages.

Parallèlement, American Express propose des « Amex Offers ». Ce sont des offres de cashback³ destinées à l'ensemble des titulaires de Cartes American Express et cartes AIR FRANCE KLM - AMERICAN EXPRESS. Elles sont disponibles tout au long de l'année dans de nombreuses enseignes partenaires.



Un soutien aux commerces de proximité

American Express soutient depuis longtemps les petites entreprises locales et a lancé il y a plus de 15 ans la campagne « Small Business Saturday » aux États-Unis pour stimuler leur activité.

Forte de ce succès, American Express a ensuite créé « Shop Small », une initiative au long cours pour soutenir les commerces de proximité du monde entier. Du 2 au 30 juin 2025, American Express organise la sixième édition de l'opération « Shop Small » en France. Les titulaires de Cartes American Express se voient rembourser 5 euros pour toute dépense de 20 euros ou plus effectuée avec leur Carte American Express chez un commerçant de proximité éligible⁴.

En 2025, American Express a lancé pour la première fois en France le programme "Backing International Small Restaurants". Destiné à soutenir les restaurants indépendants, ce programme va attribuer cette année 10 subventions de 13 000 euros à dix établissements éligibles situés dans la Métropole du Grand Paris. L'objectif est clair : financer des rénovations stratégiques, moderniser les équipements et aider ces acteurs essentiels de la vie locale à pérenniser leur activité.



(1) Source : Etabli sur le nombre de contrats commerçants signés entre janvier 2023 et décembre 2024.

(2) Source : Données internes à American Express concernant les titulaires de Carte française qui dépensent à travers l'Europe et en comparaison à l'étude «Global Data Payment Card» qui inclut les transactions avec des cartes de titulaires locaux en France et à l'international, incluant les terminaux de paiements en physique et à distance, pour les commerçants dont le règlement est en devise locale, compte tenu de leur marché, 2024.

(3) Offre de remboursement.

(4) Cette offre est valable deux fois chez deux commerçants différents pendant la durée de la campagne.

Sophie Mahussier,
Vice-Présidente chez American
Express France en charge
du réseau de commerçants

« American Express s'engage à être présent partout où ses titulaires de Carte vivent, travaillent et voyagent. Nous sommes profondément attachés à l'idée que chaque commerçant de notre réseau bénéficie d'une réelle opportunité de croissance en s'appuyant sur la valeur que nous leur apportons au quotidien »

NOTRE HISTOIRE EN FRANCE

