



Communiqué de presse

## American Express célèbre la diversité et l'inclusion dans une nouvelle campagne conduite avec son partenaire, le Paris Saint-Germain



- Dans ce contexte si particulier de crise sanitaire et d'incertitudes économiques, American Express lance une campagne d'envergure centrée sur l'excellence de service que la marque délivre à ses clients et qui constitue l'essence de son engagement depuis sa création il y a 170 ans : qu'ils soient particuliers, chefs d'entreprise ou commerçants, American Express est là pour ses clients en toutes circonstances.
- Dans cette campagne conduite avec son partenaire, le Paris Saint-Germain, American Express fait le choix de mettre en scène la diversité et l'inclusion qui constituent les fondements de son organisation et les leviers de l'excellence de service qu'elle s'engage à délivrer à ses clients.
- En faisant le choix de valoriser au même titre les joueuses et les joueurs du Club, c'est en effet le pouvoir de l'intelligence plurielle et collective qu'American Express souhaite valoriser. American Express et le Paris Saint-Germain partagent en effet cette valeur commune : celle d'envisager l'inclusion et la diversité comme de véritables leviers de performance et de succès, que ce soit en entreprise ou sur le terrain.
- Lancée à partir d'aujourd'hui, le 2 novembre, et visible jusqu'à fin 2020, cette campagne signe le retour d'American Express en télévision en France, une première depuis 2006. Un film de 30 secondes sera diffusé sur les grandes chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, M6, ...), sur la TNT (C8, BFM TV, ...) et sur les chaînes sportives (RMC Sport, Be In Sport, L'Équipe TV, Téléfoot, ...). Un plan média digital et social media vient compléter le dispositif, sur des sites d'information généraliste et d'actualité sportive, sur YouTube et sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Twitter).

*« En tant qu'acteur international des services financiers, présent dans plus de 170 pays, American Express sert une grande pluralité de clients, de toutes origines, confessions religieuses ou orientations sexuelles. Nous sommes convaincus que la meilleure façon de bien les accompagner et de répondre à leurs besoins, c'est d'abord de leur ressembler. L'inclusion et la diversité sont au cœur de nos engagements et de notre organisation depuis toujours. C'est le pouvoir de l'intelligence plurielle et collective qui nous mène à satisfaire au mieux nos clients chaque jour », déclare Caroline Gaye, Directrice Générale d'American Express France.*

*« Nous sommes particulièrement fiers de cette campagne avec American Express, notre partenaire fidèle depuis 5 saisons, et de son soutien dans ces temps troublés », », commente Cynthia Marcou, Directrice sponsoring adjointe du Paris Saint-Germain. « Comme American Express, nous défendons les valeurs de respect, cultivons le sentiment d'appartenance, de solidarité, d'excellence et d'engagement passionné. La lutte contre toutes les formes de discrimination est également un engagement fondamental du Club, et s'exprime tant au travers de sa Fondation que de son travail aux côtés d'associations reconnues, telles SOS Racisme, la LICRA, le Paris Foot Gay ou Sportitude. Au travers de cet engagement et des initiatives en faveur de l'intégration et de l'inclusion menées par sa Fondation depuis 2000, le Paris Saint-Germain œuvre donc au quotidien en faveur de la promotion de la culture éthique, du respect des Droits fondamentaux et du vivre-ensemble : des valeurs au cœur même de cette campagne ».*

**Rueil Malmaison, le 2 novembre 2020 – À l'occasion du lancement de sa nouvelle campagne Corporate centrée sur l'excellence de service qu'elle délivre à ses clients, American Express réaffirme son engagement historique en faveur de l'inclusion et de la diversité aux côtés de son partenaire, le Paris Saint-Germain. Lancé à compter d'aujourd'hui, le 2 novembre, et visible jusqu'à fin 2020, un film de 30 secondes met en scène dix-neuf joueuses et joueurs emblématiques du Paris Saint-Germain, à l'instar de Grace Geyoro, Presnel Kimpembe, Irène Paredes, Marquinhos, Bénédicte Simon, Layvin Kurzawa, Ashley Lawrence ou encore Marco Verratti<sup>1</sup>.**

#### **L'INCLUSION ET LA DIVERSITÉ : SOURCES DE L'EXCELLENCE DE SERVICE ET LEVIERS DE CRÉATION DE VALEUR**

**En s'associant à son partenaire le Paris Saint-Germain et en choisissant de valoriser au même titre les joueuses de son équipe féminine et les joueurs de son équipe masculine, c'est le pouvoir de l'intelligence plurielle et collective qu'American Express souhaite célébrer dans sa nouvelle campagne.** American Express et le Paris Saint-Germain portent en effet cette valeur commune : celle d'envisager l'inclusion et la diversité comme de véritables leviers de performance et de succès, que ce soit en entreprise ou sur le terrain.

**La mission d'American Express réside dans l'excellence de service qu'elle garantit à ses clients : qu'ils soient particuliers, chefs d'entreprise ou commerçants, American Express est là pour eux en toutes circonstances. Une culture d'entreprise centrée sur l'accompagnement et résumée dans l'expression de «Powerful backing».**

**Pour être en mesure de satisfaire la très grande diversité des clients qu'elle accompagne dans plus de 170 pays dans le monde, de toutes origines, confessions religieuses ou orientations sexuelles, American Express porte deux convictions profondes : il est fondamental que son organisation reflète cette diversité et que l'ensemble des collaborateurs soient animés par cette culture d'entreprise.**

**Pour ce faire, American Express s'attache à construire, aux côtés de ses collaborateurs, un cadre de travail bienveillant, paritaire et inclusif.**

---

<sup>1</sup> Liste exhaustive des joueuses et des joueurs du Paris Saint-Germain partenaires de la campagne : Colin Dagba, Christiane Endler, Bandiougou Fadiga, Formiga, Presnel Kimpembe, Alessandro Florenzi, Grace Geyoro, Idrissa Gueye, Jordyn Huitema, Thilo Kehrer, Layvin Kurzawa, Ashley Lawrence, Luana, Marquinhos, Keylor Navas, Irène Paredes, Kays Ruiz-Atil, Bénédicte Simon et Marco Verratti.

**Au niveau mondial, American Express vient ainsi d'annoncer un plan d'investissement de 1 milliard de US dollars sur quatre ans en faveur de la diversité et de l'inclusion. Parmi les actions marquantes de ce plan figurent l'égalité salariale entre les hommes et les femmes à fin 2020, une meilleure représentativité des collaborateurs issus de la diversité à tous les niveaux de l'entreprise et des initiatives pour soutenir les dirigeants et dirigeantes d'entreprise issus de la diversité. Cette feuille de route sera mise en application par le Bureau Inclusion et Diversité, présidé par Robert Childs et placé sous la responsabilité du Président-Directeur Général d'American Express Steve Squeri.**

**Au niveau local, en France, un responsable diversité consacre 100% de son temps à la diffusion et à la sensibilisation des collaborateurs à la mission diversité portée par American Express à travers différentes initiatives : ateliers de réflexion, groupes de travail, conférences animées par des professionnels à l'instar du psychosociologue Patrick Scharnitzky, spécialiste des biais cognitifs, etc. Un chiffre particulièrement marquant illustre le succès de cette culture d'entreprise auprès des collaborateurs : 90 % d'entre eux recommanderaient American Express comme une entreprise où il fait bon travailler<sup>2</sup>. En 2019, l'entreprise s'est par ailleurs classée 10<sup>ème</sup> du classement Great Place to Work.**

**Pour aller encore plus loin et parce qu'American Express est convaincue que les moyens déployés pour atteindre ses objectifs sont tout aussi importants que les objectifs en soi, tous les collaborateurs sont évalués de manière égale sur leurs objectifs (le G pour « Goals ») que sur la manière de les atteindre (le L pour « Leadership »). Ainsi, parmi les attributs contenus sous le volet « Leadership », on retrouve à titre d'exemple la capacité à encourager l'écoute et la collaboration au sein d'une équipe ou encore l'attention portée par les managers à constituer des équipes diverses et inclusives.**

## **L'ÉGALITÉ PROFESIONNELLE FEMMES-HOMMES : UN AXE MAJEUR DE LA POLITIQUE DIVERSITÉ D'AMERICAN EXPRESS**

**American Express fait de l'égalité professionnelle femmes-hommes un axe fort de sa politique diversité. Ainsi, en 2020, American Express compte plus de 50% de femmes dans ses effectifs au niveau mondial. En France, l'entreprise compte 60% de femmes et 40% d'hommes et parmi les cadres, 53% sont des femmes. Son Index Parité Femmes-Hommes est quant à lui en progression et s'élève à un score de 85/100.**

**Au-delà d'une exigence éthique indiscutable, American Express défend l'idée que la parité, par la complémentarité des idées qu'elle insuffle dans un groupe participe largement au succès de l'entreprise. Une conviction qu'elle partage avec son partenaire le Paris Saint-Germain et qu'elle avait à cœur de donner à voir en mettant en avant ces femmes et ces hommes qui font la renommée, le succès et la grandeur du Club parisien.**

**Dans la continuité de ces engagements, American Express a lancé en février 2020 le « Projet Ambition » dans différents pays au sein desquels elle est présente à l'instar des Etats-Unis, l'Allemagne, l'Inde, ainsi que la France. Ce projet fait suite à constat établi au sein de l'organisation il y a plusieurs années : seul un tiers des femmes avec des fonctions à responsabilité s'étaient publiquement déclarées comme ambitieuses. Afin de déconstruire les stéréotypes qui entourent cette notion, une série d'actions ont été déployées : une enquête internationale visant à mesurer le rapport à l'ambition des femmes, des vidéos témoignages de femmes ayant fait preuve d'ambition pour elles-mêmes ou pour les autres, des conférences débat, ... avec pour objectif de donner à chacune les clés qui leur permettront de s'approprier cette notion et faire de l'ambition un enjeu collectif.**

---

<sup>2</sup> Source – American Express France, Rapport RSE 2019

Ainsi, le déploiement de sa nouvelle campagne s'inscrit dans la continuité des actions déjà menées et permet à American Express, à travers la voix du Paris Saint-Germain, de réaffirmer avec force son engagement en faveur de l'inclusion et la diversité.

**Toutes les informations sur la campagne sont accessibles ici : [americanexpress.fr/valeurs](https://americanexpress.fr/valeurs)**

**A PROPOS D'AMERICAN EXPRESS**

American Express est une société de paiement intégrée à l'échelle mondiale, qui offre à ses clients l'accès à des produits, des connaissances et des expériences qui enrichissent leur vie et contribuent à la réussite de leur entreprise. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [americanexpress.fr](https://americanexpress.fr).

**CONTACT PRESSE - AGENCE BABEL**

Sara Bonnet - 06 08 68 56 83 – [sara.bonnet@agencebabel.com](mailto:sara.bonnet@agencebabel.com)