

**TRANSPARENCE**  
CLIENTS ET OFFRES

**RESPONSABILITÉ**  
EMPLOYEUR

**CONFORMITÉ**  
ET LUTTE  
CONTRE LA FRAUDE

**ENGAGEMENT**  
SOCIÉTAL



**AMERICAN  
EXPRESS**

**RAPPORT DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE  
D'AMERICAN EXPRESS CARTE - FRANCE  
2016**

®

## Table des matières

<b>American Express en Bref</b> .....	<b>2</b>
<b>1 Responsabilité sociétale d'Entreprise</b> .....	<b>5</b>
1.1 Enjeux et engagements RSE .....	5
1.2 Les attentes des parties prenantes .....	6
1.3 Organisation de la RSE chez American Express Carte France .....	7
<b>2 Transparence clients et offres</b> .....	<b>8</b>
2.1 Information et conseil à la clientèle .....	8
2.2 Expérience et satisfaction clients .....	9
2.3 Expérience et satisfaction réseau de commerçants .....	10
2.4 Intégration de la RSE dans les prestations et offres .....	10
<b>3 Conformité et lutte contre la fraude</b> .....	<b>12</b>
3.1 Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts .....	12
3.2 Lutte contre la fraude .....	13
3.3 Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme .....	13
3.4 Sécurité et protection des données .....	13
3.5 Politique d'achat .....	14
<b>4 Responsabilité employeur</b> .....	<b>15</b>
4.1 Talents et compétences .....	15
4.2 Rémunérations et avantages .....	15
4.3 Santé, sécurité et bien-être .....	16
4.4 Diversité et égalité des chances .....	17
<b>5 Engagement sociétal</b> .....	<b>19</b>
5.1 Engagement des salariés .....	19
5.2 Mécénat .....	19
5.3 Contribution locale .....	20
5.4 Respect de l'environnement .....	20
5.5 Partenariats et vie associative .....	21
<b>6 Annexes</b> .....	<b>22</b>
6.1 Table de correspondance Grenelle II .....	22
6.2 Table de correspondance GRI G4 .....	24
6.3 Attestation de présence et de sincérité sur les informations RSE .....	28

Groupe attache une importance considérable aux principes d'éthique et de citoyenneté.

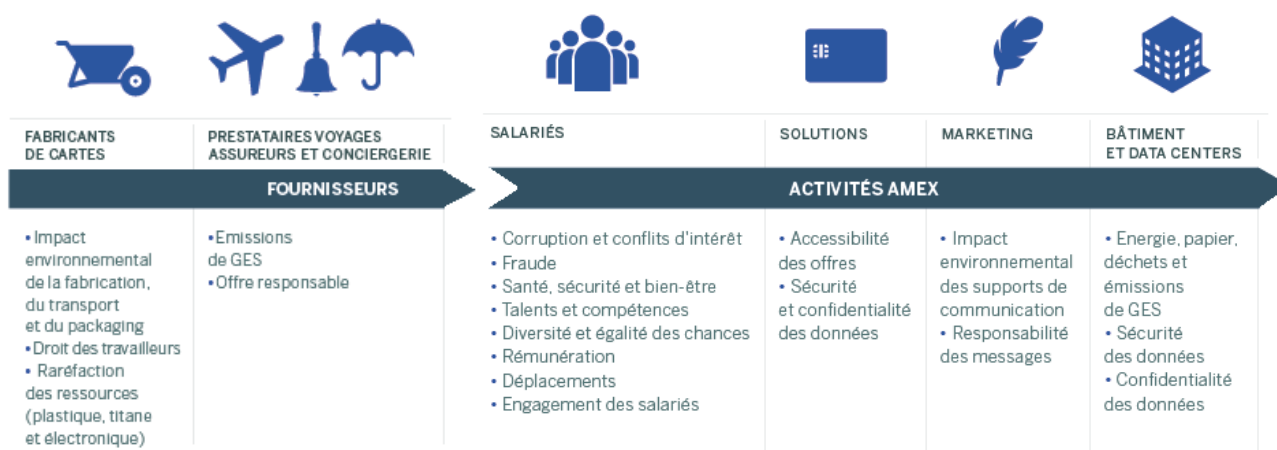
L'entreprise estime ainsi que rendre service à la communauté fait non seulement partie intégrante de la gestion d'une entreprise prospère mais relève également de la responsabilité individuelle de chacun de ses employés.

Fort de ces principes et d'une volonté de transparence sur ses différentes initiatives, le Groupe publie un bilan RSE depuis 2009 (voir sur notre site internet). American Express Carte France publie le sien pour la troisième année consécutive.

## American Express en Bref

<p><b>American Express dans le monde</b></p> <p>Groupe international présent sur 4 grandes activités :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cartes de paiement pour particuliers</li> <li>- Solutions de paiement pour petites et grandes entreprises</li> <li>- Gestion d'un réseau de commerçants</li> <li>- Voyages d'affaires</li> </ul> <p>110 millions de cartes de paiement en circulation représentant près de 1 038 milliards de dollars US de dépenses fin 2016</p> <p>Revenus: 32,1 milliards de dollars US et résultat net : 5,4 milliards de dollars US (2016)</p> <p>56 400 collaborateurs</p>	<p><b>American Express en France</b></p> <p>L'ensemble des activités du Groupe sont présentes en France</p> <p>2 000 collaborateurs, dont les 2/3 dédiés aux services client</p> <p>Une dizaine de sites en France, dont le siège à Rueil-Malmaison (92)</p> <hr/> <p><b>American Express Carte France</b></p> <p>597 collaborateurs chez American Express Carte France</p> <p>1 site en France (à Rueil-Malmaison)</p>
--	---

### Chaîne de valeur d'American Express Carte France



La chaîne de valeur représente l'ensemble des étapes de l'activité d'American Express Carte France et de ses fournisseurs. En amont, les fabricants de cartes, les prestataires voyages, les services de conciergerie et les assureurs sont les principaux acteurs de la chaîne de valeur. A titre d'exemple, les prestataires voyages d'American Express Carte France ont un impact sur l'environnement, à travers notamment les émissions de gaz à effet de serre des clients.

Les enjeux liés aux activités propres d’American Express Carte France sont nombreux et variés, couvrant la sécurité, la confidentialité des données à l’impact sur l’environnement (au travers des supports de communication par exemple), ou encore la gestion des ressources humaines, par exemple.

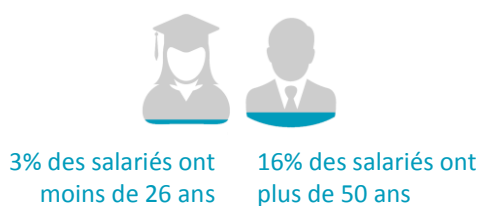
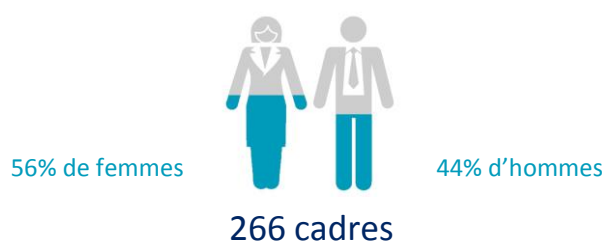
Enfin, en aval, la relation entre American Express Carte France, ses clients et les commerçants, est au cœur de son modèle économique. De nombreux enjeux clés font pleinement partie de sa politique RSE (sécurité et confidentialité des données, lutte contre le blanchiment de capitaux, satisfaction clients...).



## Les employés d'American Express Carte France

American Express Carte France emploie 597 salariés et sa masse salariale s'élève à 37,2 millions d'euros au 31 décembre 2016.

En termes d'organisation du temps de travail, les salariés sont répartis à 90% aux 35 heures (dont 45% en forfait jour), 6% entre 30 et 34 heures, 3% aux 28 heures et 1% à moins de 28 heures.



3,97% de salariés sont en situation de handicap

American Express Carte France a embauché 118 personnes au cours de l'année 2016 (51% sont des CDI et 53% des femmes). Par ailleurs, 114 personnes ont quitté l'entreprise<sup>1</sup> (dont 24,6% de démissions, 31,6% de licenciements, 14,0% de fins de contrats CDD et 29,8% d'autres départs).

American Express Carte France s'engage à respecter les principes fondamentaux de l'Organisation Internationale du Travail (dont la lutte contre le travail forcé et le travail des enfants), même si l'entreprise est faiblement exposée à ces enjeux en raison de son implantation en France.

<sup>1</sup> Dont 8 personnes ayant quitté l'entreprise au 31 décembre 2016.

# 1 Responsabilité sociétale d'Entreprise

## 1.1 Enjeux et engagements RSE

L'analyse de la chaîne de création de valeur d'American Express Carte France a permis d'identifier et de prioriser les impacts environnementaux, sociaux et sociétaux majeurs, qu'ils soient au sein de ses opérations, auprès de ses fournisseurs en amont ou de ses clients en aval.

Ces enjeux, structurés en 4 piliers, sont cohérents avec les objectifs du Groupe, l'article 225 de la loi Grenelle 2, les guidelines de la Global Reporting initiative G4 et les pratiques du secteur :



Pilier	Enjeux	Engagements et objectifs
<b>Transparence clients et offres</b> 	Information et conseil à la clientèle	Assurer la transparence et faciliter la compréhension des messages liés aux produits d'American Express Carte France
	Expérience et satisfaction clients	Maintenir le niveau de satisfaction des clients
	Expérience et satisfaction du réseau commerçant	Maintenir le niveau de satisfaction du réseau de commerçants
	Intégration de la RSE dans les prestations et offres	Intégrer la RSE dans les prestations et des services responsables
<b>Conformité et lutte contre la fraude</b> 	Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts	Mettre en place les moyens nécessaires pour proscrire toute corruption et conflits d'intérêts
	Lutte contre la fraude	Mettre en place les moyens nécessaires pour lutter contre la fraude
	Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme	Mettre en place les moyens nécessaires pour lutter contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme
	Sécurité et protection des données	Respecter la confidentialité de toutes les données personnelles détenues par American Express
<b>Employeur responsable</b> 	Politique d'achat	Limitier les risques RSE portés par les fournisseurs
	Talents et compétences	Accompagner les collaborateurs dans l'évolution de leurs métiers
	Rémunérations et avantages	Pratiquer une politique de rémunérations et avantages attractive
	Santé, sécurité et bien-être	Préserver la santé, la sécurité et le bien-être des collaborateurs
<b>Engagement sociétal</b> 	Diversité et égalité des chances	Lutter contre toute forme de discrimination
	Engagement des salariés	Mobiliser les collaborateurs en faveur d'engagements sociétaux
	Mécénat	Soutenir et célébrer la diversité du patrimoine culturel
	Contribution locale	Impacter de manière positive la société civile
	Respect de l'environnement	Réduire l'empreinte environnementale d'American Express Carte France et sensibiliser les salariés à la responsabilité sociétale
	Partenariats et vie associative	Participer aux réflexions sectorielles au travers des associations métiers

## 1.2 Les attentes des parties prenantes

American Express Carte France entretient des liens avec ses principales parties prenantes, en fonction de leur influence sur les opérations et des opportunités qu'elles peuvent représenter pour le Groupe.

Parties prenante prioritaires	Parties prenantes importantes	Parties prenantes à suivre
<b>Amex Corporate</b>	<b>Banques</b>	<b>Sous-traitants</b> (recrutement, informatique, sécurité, restauration...)
<b>Salariés</b> (IRP, commerciaux, services clients, collaborateurs et candidats)	<b>Partenaires clés</b> (Air France et Fnac)	<b>Institutions</b> (autorités de tutelle et administrative...)
<b>Clients</b> (Particuliers, TPE, Corporate et Commerçants)	<b>Concurrents</b>	<b>Associations</b> (consommateurs et professionnelles)
<b>Actionnaires et investisseurs</b>	<b>Fournisseurs</b> (cartes, voyages, évènements, conciergerie et assurances)	<b>Médias</b>

En 2015, American Express Carte France a approfondi sa démarche en analysant les attentes majeures de ses parties prenantes prioritaires.

Parties prenante prioritaires	Attentes majeures
<b>Amex Corporate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conformité (éthique, santé/sécurité, droits de l'homme...)</li> <li>- Satisfaction clients</li> <li>- Diversité des salariés</li> </ul>
<b>Salariés</b> (IRP, commerciaux, services clients, collaborateurs et candidats)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rémunérations équitables et motivantes</li> <li>- Avantages sociaux et épanouissement au travail</li> <li>- Engagement sociétal de l'entreprise</li> </ul>
<b>Clients</b> (Particuliers, TPE, Corporate et Commerçants)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taux de couverture du réseau commerçant</li> <li>- Service client performant et personnalisé</li> <li>- Transparence RSE</li> </ul>
<b>Actionnaires et investisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conformité (éthique, santé/sécurité, droits de l'homme...)</li> <li>- Performance financière et RSE</li> </ul>

Les relations avec ces différentes parties prenantes ainsi que les actions visant à satisfaire leurs attentes majeures sont traitées dans les différents chapitres du présent rapport.

### Evaluations investisseurs

American Express répond au questionnaire investisseur CDP (Carbon Disclosure Project) pour l'ensemble du Groupe. Cette initiative regroupe 827 investisseurs représentant 100 000 milliards de dollars d'investissements<sup>2</sup> et évalue la politique climatique globale du Groupe American Express.

### Evaluations clients

American Express Carte France est aussi soumise à de nombreuses demandes provenant de ses clients entreprises. Ces demandes peuvent être spécifiques à un client et American Express Carte France doit construire une réponse ad-hoc. Certains clients utilisent des plateformes unifiées et spécialisées comme Sedex ou EcoVadis.

American Express Carte France répond aux demandes de ses clients corporate sur ces deux plateformes. Pour Sedex, l'information est simplement transmise au client et ne fait pas l'objet d'une évaluation. Pour EcoVadis, la performance RSE d'American Express Carte France est évaluée et communiquée aux clients ayant fait appel à EcoVadis.

<sup>2</sup> Source : site internet du Carbon Disclosure Project ([www.cdp.net](http://www.cdp.net))

L'évaluation 2016, portant sur les performances 2015 d'American Express Carte France, est de 63/100. L'ensemble de la démarche a reçu d'EcoVadis (notation de référence internationale transmise aux acheteurs) le statut Gold, le plus haut niveau qu'il est possible d'obtenir. A ce titre, American Express Carte France figure parmi les 5% des mieux notés de son secteur en 2016. Certains de ses clients et prospects ont accès aux résultats. L'évaluation se détaille comme suit :

- 70 / 100 sur les sujets éthiques
- 60 / 100 sur les sujets sociaux
- 60 / 100 sur les sujets des achats et fournisseurs
- 60 / 100 sur les sujets environnementaux

American Express Carte France a progressé sur les sujets éthiques, achats et fournisseurs et environnementaux par rapport à l'année dernière. La formalisation de sa politique ainsi que la transparence expliquent en partie sa progression.

### **1.3 Organisation de la RSE chez American Express Carte France**

American Express Carte France dispose de nombreuses politiques internes au niveau du Groupe couvrant des sujets variés allant des achats à la conformité. L'application de ces politiques au sein des différentes lignes d'activité représente une première étape dans la démarche RSE de l'entreprise.

Un Comité RSE coordonne les démarches RSE en suivant l'avancement des plans d'actions et en s'assurant de la mise en place d'indicateurs de mesure de la performance. Il est aussi en charge de la communication des informations RSE dans le Rapport de Gestion, le rapport RSE et les questionnaires envoyés par ses clients.

Il est composé de membres représentatifs des fonctions transverses d'American Express Carte France et s'appuie sur un réseau de contributeurs internes.

Fonctions représentées au sein du comité RSE :


- Un représentant du bureau du Directeur Général
- Un représentant du département « Global Security »
- Un représentant du département « Ressources Humaines »
- Un représentant du département « Achats »
- Un représentant du département « Facility Management »
- Un représentant du département « Finances »
- Un représentant du département « Gestion des risques »
- Un représentant du département « Compliance & Ethics »

Le comité RSE reporte deux fois par an à la direction d'American Express Carte France.

Le chapitre RSE est intégré au rapport de gestion et une synthèse en est extraite afin d'être communiquée aux différentes parties prenantes. Les deux documents sont présentés au comité de direction (CET) d'American Express Carte France.



## 2 Transparence clients et offres

 <p>Transparence clients et offres</p>	100% des communications d'acquisition ou de fidélisation d'American Express Carte France sont passées par une instance de relecture en 2016
	1 250 plaintes et réclamations en 2016 (+20% par rapport à 2015)
	66% des relevés clients particuliers ont été dématérialisés en 2016

En tant qu'acteur de l'économie réelle, American Express Carte France fait une priorité de l'enjeu de transparence envers ses clients et souhaite ainsi aller au-delà des cadres réglementaires français. La qualité de service, la satisfaction des clients et la confiance du réseau de commerçants constituent la force d'American Express Carte France.

### 2.1 Information et conseil à la clientèle

100% des communications d'acquisition ou de fidélisation d'American Express Carte France sont passées par une instance de relecture

62% d'opt-in (clients particuliers qui acceptent de recevoir des offres personnalisées par e-mail)

5% de lost call rate (appels sans réponse des clients particuliers)

Suite à une réorganisation intervenue en 2015, l'activité SBS (« petites entreprises ») a été détachée de l'entité dédiée aux particuliers pour rejoindre l'entité Corporate. Le périmètre des chiffres fournis par l'entité Corporate couvre les « petites entreprises » (moins de 1 million de dollars US de revenus bruts) et exclut les grandes entreprises.

#### Validation interne des communications

American Express Carte France veille à ce que la communication à l'attention de ses clients soit transparente, informative, modérée en termes de fréquence et respectueuse des données privées des destinataires.

Tout d'abord, American Express Carte France s'engage à assurer la protection des données personnelles et le respect de la vie privée. 10 principes consultables sur le site American Express Carte France déterminent la façon dont l'entreprise et ses filiales collectent, utilisent, conservent, partagent, transmettent, suppriment ou traitent les données à caractère personnel.

Ensuite, la démarche marketing globale d'American Express Carte France inclut toute une série de recommandations pour assurer une clarté et une transparence de l'offre auprès des clients et prospects et prévenir toute incompréhension. Des chartes graphiques, règles de communication et plans de communication ont été définis pour chaque type de clients et de canal de diffusion et les équipes marketing veillent à les respecter.

Pour maintenir un haut niveau de qualité sur l'ensemble de ces communications et assurer leur conformité à la réglementation, des procédures sont strictement suivies.

En amont, le Comité des Offres contrôle la cohérence des offres, pour qu'elles soient adaptées à chaque typologie de clients. Le Comité est composé des différents responsables des offres (Premium, Core, Partenaires...).

En aval, deux organes assurent la relecture des communications :

- L'Advertising Review Board (ARB) d'American Express Carte France se réunit toutes les semaines pour revoir les documents destinés aux particuliers. Un processus d'autorisation accéléré est aussi possible (« fast-track ») en dehors des sessions fixes hebdomadaires.
- L'Advertising Review Board B2B (ARB B2B) se réunit quant à lui tous les quinze jours pour vérifier la relecture des documents destinés aux petites et grandes entreprises.

Chacun de ces deux comités est composé de représentants de chaque ligne d'activité (acquisition, fidélisation, relation client...) ainsi que d'un représentant du département « Compliance & Ethics ».

Un système d'audit interne de ces procédures (Process Risk Self Assessment) a par ailleurs été mis en place en 2015 et reconduit en 2016. 24 campagnes ont été testées en 2016 et aucune non-conformité n'a été détectée.

#### Canal et contenu des communications

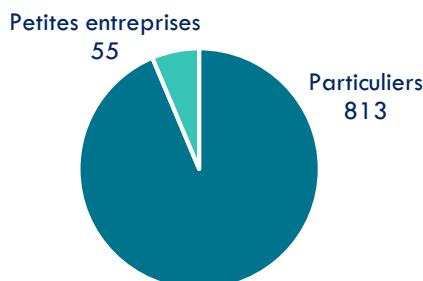
En 2016, 242 campagnes d'e-mailings ont été réalisées. Elles étaient principalement adressées aux clients particuliers et entreprises.

De plus, une interface client (MYCA, application mobile de gestion de comptes) offre depuis 2015 des informations plus structurées et une meilleure accessibilité et lisibilité des transactions.

De nombreuses communications ont également été lancées, ciblées en fonction de certains publics médias spécifiques.

Les particuliers sont les plus ciblés par les communications d’American Express Carte France (94% des campagnes en 2016).

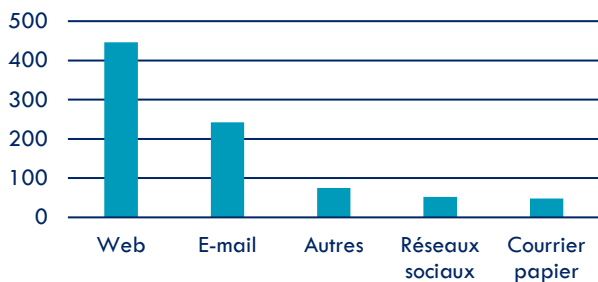
#### REPARTITION DES COMMUNICATIONS PAR CIBLE EN 2016



Les clients peuvent choisir le canal par lequel ils souhaitent être informés (mails, réseaux sociaux, courrier...). American Express Carte France ne contacte pas ses clients par SMS ou par téléphone dans le cadre de ses communications commerciales.

Parmi les différents canaux de diffusion choisis par les clients, les communications dématérialisées sont prépondérantes (plus de 85% des envois en 2016).

#### REPARTITION DES CAMPAGNES DE COMMUNICATIONS PAR CANAL EN 2016



Les Conditions Générales de Ventes (CGV) sont, conformément à la loi française, systématiquement rappelées ou accessibles via un renvoi. De plus, elles sont disponibles à tout moment sur le site internet.

#### Adéquation des communications avec les attentes clients

62% des clients particuliers souhaitent recevoir les communications d’American Express Carte France, ainsi que 66% des petites entreprises. En 2016, le taux d’ouverture des mailings est de 34% pour les particuliers et 39% pour les petites entreprises, et les taux de désinscription sont respectivement de 0,06% et de 0,6%. Ceci démontre une bonne adéquation entre

les communications d’American Express Carte France et les besoins des clients.

En 2016, 959 770 appels au service client Global Servicing Network ont été reçus par American Express Carte France et 95% de ces appels ont été traités.

Le service de conciergerie Travel & Lifestyle Services, dédié aux clients Premium, a quant à lui reçu 138 398 appels, dont 93% ont été traités.

## 2.2 Expérience et satisfaction clients

### 1 250 plaintes et réclamations en 2016 (+20% par rapport à 2015)

American Express Carte France a une politique exigeante en matière de satisfaction clients.

#### Evaluation de la satisfaction

Un service dédié d’enquête de satisfaction a été mis en place, « Voice of the Customer – VOC » (Voix du client), afin de faire remonter les attentes des clients. De plus, les clients ont la possibilité d’évaluer la qualité de service d’American Express en indiquant par exemple s’ils recommanderaient American Express Carte France à un ami. Cet indicateur primordial est suivi de près par American Express Carte France et impacte directement la rémunération des équipes dédiées à la relation client.

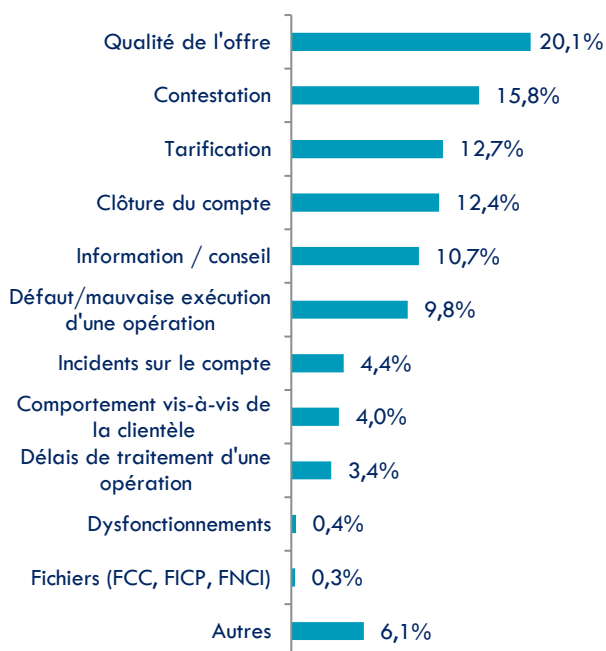
Les conseillers clientèle sont également sensibilisés pour anticiper au mieux les besoins des clients et renforcer la fidélité à la marque (Relationship Care®). Le Relationship Care® suit une éthique de travail qui valorise le dialogue et incite les conseillers à mettre à disposition des clients des offres personnalisées qui correspondent à leurs centres d’intérêts. Le savoir-faire des conseillers en matière de satisfaction clients est valorisé grâce au recueil de témoignages de titulaires de carte exprimant leur remerciement pour une prestation d’American Express Carte France.

Pour la quatrième année consécutive, la carte co-brandée Air France KLM - American Express a été récompensée par le prix de la « Best Affinity Credit Card » aux Freddie Awards 2016. Ce prix récompense les programmes de fidélité des acteurs internationaux de l’hôtellerie, de l’aérien et des moyens de paiement.

#### Gestion des plaintes

American Express Carte France a répondu à 1 250 plaintes et réclamations en 2016 (source : Déclaration à l’Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution). 94% de ces réclamations venaient des particuliers. Une augmentation de 20% des réclamations a été enregistrée par rapport à 2015.

## REPARTITION DES PLAINTES CLIENTS EN 2016



Par ailleurs, une réponse systématique est adressée à toute plainte nominative adressée au président ou à la direction générale.

### 2.3 Expérience et satisfaction réseau de commerçants

Le développement du réseau de commerçants autorisant le paiement par carte American Express est primordial pour assurer la satisfaction des porteurs de cartes.

Sur les deux dernières années, American Express a mis en place de nouvelles initiatives auprès des commerçants indépendants afin que les cartes American Express soient acceptées par de plus en plus d'établissements. De nouvelles offres et tarifications ont ainsi été proposées ainsi que des partenariats de distribution avec les principales banques. En 2016, le réseau d'acceptation des cartes est en constante évolution et augmentation, permettant ainsi d'augmenter la satisfaction des clients existants.

Les nombreux établissements affiliés au réseau American Express sont représentés dans l'ensemble des secteurs d'activités, et tout particulièrement dans l'univers des voyages (aérien et rail), de la restauration, de la grande distribution et du commerce de détail. Ces clients sont présents dans tous les segments du marché, de la chaîne au commerce indépendant et de proximité ainsi que le e-commerce.

Une équipe d'environ 50 collaborateurs accompagne les commerçants dans le développement de leur activité et l'utilisation des services American Express au quotidien. Au-delà du service de paiement par carte American Express, American Express Réseau de Commerçants, propose à ses affiliés :

- Une hotline accessible du lundi au vendredi en cas de litiges, fraudes ou simples demandes ;
- Des conseils, statistiques sur les titulaires des cartes American Express et analyses de données sectorielles et comparatives («Business Insights») ;
- La création d'un site internet et mobile permettant une présence sur internet et l'accès à une interface de gestion de leurs comptes ;
- Un référencement internet permettant aux consommateurs de situer les commerces acceptant les cartes American Express ;
- La mise à disposition d'experts du marketing.

### 2.4 Intégration de la RSE dans les prestations et offres

66% des relevés clients particuliers ont été dématérialisés en 2016

La quasi-totalité des cartes sont issues de sites certifiés ISO 14 001

#### Assistance aux voyageurs

American Express vend des prestations de voyages à ses clients professionnels au travers de l'entité American Express Global Business Travel. Celle-ci collabore avec des milliers de professionnels hautement qualifiés dans le monde entier afin d'assister 24/24 heures et 7/7 jours ses clients en voyages d'affaires. Ainsi, des outils de localisation et de suivi des voyageurs, un large réseau de communication et des groupes d'intervention d'urgence ont été mis en place afin d'assurer un service continu et de qualité. (voir le rapport RSE d'American Express Global Business Travel : [Global Business Travel sustainability report](#)).

#### Information CO<sub>2</sub> du transport

En Europe, les agences de voyage ont le devoir d'afficher les émissions de CO<sub>2</sub> liées aux voyages d'affaires, à minima sur les factures des clients. American Express Carte France se repose sur l'expertise d'American Express Global Business Travel pour se conformer à ces réglementations.

### **Communication client éco-responsable**

La diffusion, la prospection et la communication des offres d'American Express Carte France respectent certains critères de développement durable. Ainsi, American Express Carte France propose par défaut à ses clients particuliers de dématérialiser leurs relevés de compte. En 2016, 66% des relevés clients à destination des particuliers étaient dématérialisés. Les entreprises peuvent également opter pour des relevés dématérialisés (49% des relevés clients aux petites entreprises l'étaient en 2016). Outre les relevés clients, ACEF s'est engagé dans la dématérialisation de ses campagnes de communications, à destination de ses clients particuliers et des petites entreprises. En 2016, une grande partie des campagnes de communications envoyées aux clients particuliers ont ainsi été réalisées par l'intermédiaire de bannières web ou d'e-mails.

Néanmoins, 485 tonnes de papier ont été utilisées en 2016 pour les campagnes de communication. Ce papier est 100% certifié Forest Stewardship Council (FSC).

### **Fournisseurs responsables**

American Express Carte France attache une importance particulière au choix de tout nouveau prestataire. Ceux-ci sont systématiquement soumis à un processus de contrôle de pièces justificatives (dont une charte anti-corruption attestant de la bonne foi du prestataire).


En plus de cette démarche, American Express Carte France dialogue avec ses fournisseurs sur leurs pratiques environnementales. A titre d'exemple, l'ensemble des cartes - à l'exception des cartes haut de gamme « Centurion » - sont produites par Oberthur Technologies, qui est signataire du Pacte Mondial depuis 2006 et dont l'ensemble des usines sont certifiées ISO 14 001 en 2016.

Pour en savoir plus sur la politique d'achat, voir 3.5. Politique d'achats.

### **Santé des clients**

American Express Carte France a lancé la deuxième édition de l'opération Sleep for Miles, en partenariat avec Air France-KLM. Cette offre incite les français à dormir davantage en récompensant leurs heures de sommeil par des Miles, via une application dédiée.

### 3 Conformité et lutte contre la fraude



Tous les salariés doivent être formés annuellement au code de conduite, à la lutte contre la corruption, à la lutte contre le blanchiment de capitaux et à la sécurité et protection des données

Plus de 69 000 contacts proactifs liés à la sécurité

25 réclamations liées à la protection des données

Par son activité, American Express est exposé aux risques de blanchiment de capitaux et de financement du terrorisme, aux risques de corruption ou aux conflits d'intérêts, à l'utilisation frauduleuse des données clients ou de ses propres données.

Afin de réduire au maximum ces risques, le service « Compliance & Ethics » joue un rôle essentiel dans le dispositif de contrôle interne. Il conseille et s'assure que les collaborateurs respectent la réglementation ainsi que les procédures internes. Il revoit le contenu des différentes formations afin qu'elles soient adaptées au marché français, et suit l'évolution réglementaire en étroite collaboration avec le service juridique.

En 2016, American Express Carte France s'est mis en conformité avec la Loi Eckert portant sur l'identification des comptes inactifs et le transfert de leurs encours à la Caisse des Dépôts et Consignations.

American Express a également mis en place une cellule indépendante, appelée « Ombudsperson », disponible toute la semaine, 24 heures sur 24. Cette cellule a pour but de recueillir de façon confidentielle les situations délicates auxquelles un collaborateur pourrait être confronté. Elle joue un rôle de médiateur entre le collaborateur et sa hiérarchie afin de trouver une solution au problème rencontré (violation du code de conduite, fraude, harcèlement, discrimination, questions commerciales...). Ce dispositif fonctionne de façon indépendante des autres entités du Groupe. Il est directement géré par le président du Groupe.

Aucune sollicitation concernant le contrôle et la conformité n'a été enregistrée en 2016 par American Express Carte France.

#### Formation des collaborateurs à la conformité

En plus des sessions de e-learning obligatoires, des formations présentielles sont organisées annuellement par l'équipe Compliance & Ethics pour les nouveaux collaborateurs, ainsi que pour les populations de salariés travaillant dans les services les plus exposés aux risques de non-conformité (salariés en charge des nouveaux comptes et équipes crédit).

#### 3.1 Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts

86% de salariés formés à la lutte contre la corruption en 2016

##### Lutte contre la corruption

American Express dispose d'une politique donnant les directives et orientations à suivre concernant toute situation pouvant s'apparenter à de la corruption, notamment les invitations ou rétributions liées à l'univers professionnel (Meal, Gift & Entertain). Le Groupe dispose notamment d'un programme de déclaration des invitations et des rétributions, « Entertain ».

Ces directives sont intégrées entre autres au Code de Conduite et aux formations obligatoires annuelles auxquelles les salariés sont soumis.

##### Lutte contre les conflits d'intérêts

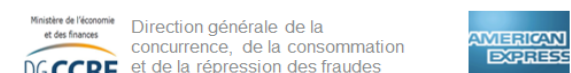
American Express dispose d'une politique donnant les directives et orientations à suivre concernant toute situation pouvant s'apparenter à du conflit d'intérêts.

#### Protection des données et des clients



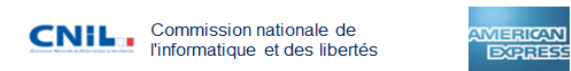
- Examen des rapports
- Remonte les plaintes clients
- Attribution de licences
- Rapport annuel, rapport du contrôle interne et états financiers
- Réponses aux plaintes clients

#### Fraudes et pratiques anti-concurrentielles



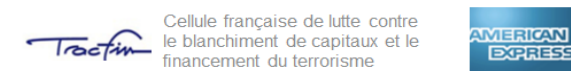
- Assignation
- Requêtes Ad hoc
- Réponses aux requêtes

#### Protéger la vie privée et les libertés numériques



- Requêtes Ad hoc
- Audit
- Rapport annuel
- Réponses aux requêtes

#### Lutte contre le blanchiment d'argent et le terrorisme



- Investigation
- Requête ad-hoc
- Déclarations de soupçon
- Réponses aux requêtes

Ces directives sont intégrées notamment au Code de Conduite et aux formations obligatoires annuelles auxquelles les salariés sont soumis.

### 3.2 Lutte contre la fraude

Plus de 69 000 contacts proactifs liés à la sécurité ont été émis par American Express en France en 2016

American Express dispose de deux dispositifs dédiés à la lutte contre la fraude.

D'une part, le département des Risques analyse les risques de fraude des personnes ou entreprises souhaitant devenir client d'American Express (Programme « Know Your Customer »).

D'autre part, le service « Global Fraud Risk Management » au Royaume-Uni prévient et analyse les transactions potentiellement frauduleuses. Il est aussi en charge d'informer les clients d'American Express en France. Ainsi, plus de 69 000 contacts « clients proactifs sécurité » ont été effectués en 2016 par SMS et e-mails afin de prévenir les clients de transactions potentiellement frauduleuses. 43% des clients contactés par SMS et/ou par e-mail ont répondu à ces contrôles de sécurité. 8 cas se sont avérés réellement frauduleux.

### 3.3 Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme

86% de salariés formés à la lutte contre le blanchiment de capitaux

American Express dispose d'une politique donnant les directives et orientations à suivre concernant toute situation pouvant s'apparenter à du blanchiment de capitaux (Anti-Money Laundering Policy - AML). Ces directives sont aussi intégrées au Code de Conduite et aux formations obligatoires annuelles auxquelles les salariés sont soumis.

Le service Compliance & Ethics travaille en étroite collaboration avec TRACFIN (Traitement du Renseignement et Action contre les Circuits Financiers clandestins). Afin de se conformer à la réglementation, des correspondants et déclarants TRACFIN sont désignés au sein d'American Express Carte France.

### 3.4 Sécurité et protection des données

86% de salariés formés à la sécurité et la protection des données en 2016

11 demandes d'exercice du droit d'accès aux informations personnelles en 2016

25 réclamations liées à la protection des données en 2016

Le Groupe American Express possède une politique qui donne les directives et les orientations à suivre pour toute situation pouvant s'apparenter à des risques liés à la confidentialité ou à la perte de données. Ces directives sont aussi intégrées au Code de Conduite et aux formations obligatoires annuelles auxquelles tous les salariés sont soumis.

En conformité avec la loi, American Express Carte France a désigné un Correspondant Informatique et Libertés (CIL) qui est le point de contact avec la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL). Le « Chief Information Security Officer » à New York gère, quant à lui, la protection des données internes à la société (édition des règles de confidentialité, Clean Desk Policy, les droits d'accès aux bases de données clients, la détection et la résolution de failles informatiques...).

De plus, le Groupe dispose d'un programme de déclaration de pertes de données, « Entreprise Incident Response Program » (EIRP), auprès d'une cellule dédiée. Ce programme permet de déclarer en ligne tout incident ayant potentiellement entraîné la perte d'information classifiée « restreinte » ou « secrète ».

#### Droit d'accès aux informations personnelles

Le respect du droit d'accès aux informations à caractère personnel est une composante essentielle du programme de sécurité et de protection des données du Groupe American Express.

En 2016, le Correspondant Informatique & Libertés a traité 11 demandes d'exercice du droit d'accès aux informations personnelles effectuées par des clients ou prospects d'American Express Carte France. De plus, American Express Carte France a enregistré 25 réclamations liées à la protection des données en 2016. Ces demandes recouvrent les demandes de rectification ou de suppression des données clients détenues. Le volume de ce type de demandes a augmenté depuis 2015 (12 demandes en 2015) mais reste peu élevé par rapport au nombre de clients.



### 3.5 Politique d'achat

Les principales catégories d'achats d'American Express Carte France sont, par ordre d'importance :

- Marketing & Communications
- Publicité
- Services Financiers et d'Assurance
- Services Professionnels et Consultants
- Services Client
- Bâtiment & Maintenance
- Technologie
- Télé service
- Ressources Humaines

American Express Carte France réalise ses achats presque exclusivement en France. Pour en savoir plus, voir chapitre 5.3. Contribution locale.

#### Conformité des fournisseurs

American Express s'assure de la fiabilité de ses fournisseurs de manière contractuelle.

Des évaluations de risques déterminent le niveau du suivi réalisé par American Express avant et après la contractualisation (ex : due diligences, visites).

Ces évaluations étudient de manière minutieuse les risques portés par chaque fournisseur selon sa famille d'achats et son implantation géographique. 7 axes sont spécifiquement étudiés :

- Conformité (protection du consommateur, corruption et sanctions, anti-trust...)
- Respect des données privées
- Réputation
- Engagements financiers
- Sécurité de l'information
- Continuité du service
- Sous-traitance

Suite aux évaluations, les fournisseurs sont catégorisés entre les fournisseurs critiques (qui peuvent avoir un impact majeur sur les opérations comme les data center), les tiers 1 (qui ont un risque fort, généralement

concernant la relation clients), les tiers 2 (qui ont un risque modéré) et les tiers 3 (qui ont un risque faible).

Certains marchés sont spécifiquement interdits car ils présentent de trop grands risques de fraude, de blanchiment de capitaux et de financement du terrorisme.

#### Relation fournisseurs


La comptabilité fournisseur est gérée au niveau du Groupe American Express par une entité basée en Inde (American Express India). Les directives d'achats sont alignées sur le délai légal de paiement maximum en France.

American Express Carte France commercialise des solutions de paiement B2B auprès de ses clients petites et grandes entreprises (Corporate Purchasing Card, vPayment...). Les avantages sont nombreux : amélioration des processus de paiement (dématérialisation, traçabilité des paiements...), optimisation du cashflow (délais de paiement réduits à J+5), etc. American Express Carte France offre à ses fournisseurs la possibilité d'utiliser ces solutions leur permettant d'optimiser leur chaîne de valeur sur différents items. En 2016, 32% des achats fournisseurs d'American Express Carte France ont été réglés par l'une de ces solutions de paiement B2B.

American Express Carte France a également recours au secteur dit « protégé » pour ses fournisseurs :

- Support à divers travaux administratifs au service des ressources humaines et au service des paies grâce à un salarié d'un prestataire ESAT (Etablissement et Service d'Aide au Travail)
- Contrat pour le recyclage du papier, des canettes, des bouteilles plastiques et des documents confidentiels avec Cèdre, une Entreprise Adaptée, qui soutient et emploie des personnes en situation de handicap.

## 4 Responsabilité employeur

	597 salariés en 2016
	3,97% des salariés en situation de handicap en 2016
	54% des postes permanents pourvus en interne en 2016
	11 464 heures de formations en 2016
	2,50% de budget au titre des augmentations individuelles de 2016
	86% des salariés ayant répondu à l'enquête de satisfaction annuelle estiment que leur hiérarchie leur accorde la flexibilité dont ils ont besoin pour équilibrer leur vie personnelle et professionnelle

*Le périmètre couvre l'ensemble des collaborateurs d'American Express Carte France et son site de Rueil-Malmaison (seul site de l'entité juridique en France).*

American Express Carte France comptait 597 salariés au 31 décembre 2016.

Le dialogue social avec les partenaires sociaux est au cœur de la démarche d'employeur responsable d'American Express Carte France. Il s'appuie sur le cadre légal français. Des réunions de négociation avec les organisations syndicales permettent de signer des accords sur des thématiques précises (intéressement, handicap, rémunération, mutuelle, dialogue social...). De plus, des points réguliers sont organisés avec le Comité d'Entreprise, le Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) et les délégués du personnel.

Le dialogue social imprègne plus largement la vie de l'entreprise à travers l'ensemble des relations et des interactions entre la direction, l'encadrement, les représentants du personnel et les salariés.

### 4.1 Talents et compétences

11 464 heures de formation en 2016

2,66% de la masse salariale en dépense de formation en 2016

54% des postes ouverts par American Express Carte France ont été pourvus en interne en 2016

La gestion des talents et des compétences est un axe de travail majeur qui s'articule autour de l'évaluation des compétences, de la formation, de la connaissance des métiers et de la mobilité interne.

#### Evaluation des compétences

American Express Carte France développe les compétences de ses équipes grâce à un plan de formation et à différents programmes adaptés aux besoins des salariés.

La performance des membres de la direction est évaluée par le Top Management, via un processus ad hoc (Talent Assessment).

Tous les ans, le manager et son collaborateur échangent sur le développement professionnel. Ces rencontres permettent d'alimenter les Plans de Formation et de Développement personnalisés de chaque collaborateur (le processus est formalisé sur outil en ligne : MySiteRH.com pour la formation et Navigator pour le plan de développement). Les programmes de gestion des compétences sont co-construits entre le collaborateur et son manager. Ils visent à identifier les objectifs de développement prioritaires du collaborateur et à construire un plan permettant de les atteindre à moyen terme.

En 2016, tous les collaborateurs ont réalisé leur entretien professionnel avec leur manager. Des entretiens individuels avec les ressources humaines sont également organisés afin de discuter du développement professionnel des salariés. Les Ressources Humaines effectuent régulièrement des revues des talents avec les managers des différentes lignes d'activité pour identifier les besoins d'évolution des salariés, les hauts potentiels et établir un plan de succession.

Des VAE (Validation des Acquis de l'Expérience) et des bilans de compétences sont pris en charge partiellement ou totalement par l'entreprise et peuvent venir compléter les évaluations et les entretiens dans la construction du plan de formation d'un collaborateur. En 2016, trois bilans de compétences et un VAE ont été effectués.



## Formation

La formation contribue à développer les compétences des collaborateurs et à assurer leur évolution professionnelle au sein de l'entreprise. Ainsi, en 2016, les collaborateurs ont bénéficié de 11 464 heures de formation, dont les dépenses associées correspondent à 2,66% de la masse salariale en 2016. American Express Carte France maintient donc son effort d'investissement dans la formation de ses collaborateurs, malgré la suppression de l'obligation légale de dépense de formation faites aux entreprises.

Les formations des collaborateurs sont de 4 types :

<b>FORMATIONS OBLIGATOIRES ANNUELLES</b>	<b>FORMATIONS INTERNES COMPETENCES METIERS</b>
<i>E-learning obligatoires pour tous et formations spécifiques obligatoires pour les populations de collaborateurs particulièrement exposées</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Code de conduite</li> <li>• Lutte contre la corruption et le blanchiment de capitaux</li> <li>• Sécurité et protection des données</li> </ul>	<i>Formations délivrées par les coachs et formateurs internes</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour des procédures et des politiques</li> <li>• Actualités métiers</li> <li>• Compétences métiers (ex : formation ventes pour les commerciaux) ...</li> </ul>
<b>FORMATIONS EXTERNES PLAN DE DÉVELOPPEMENT</b>	<b>FORMATIONS GRATUITES A LA CARTE</b>
<i>Formations délivrées par des externes</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement personnel</li> <li>• Bureautique et Langues</li> <li>• Management</li> <li>• Techniques métiers (ex : relation clients ou communication) ...</li> </ul>	<i>Centre de formation présentielle ou en ligne à la carte</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maintien anglais entre 12h-14h</li> <li>• Plateforme de e-learning « My Learning » pour tous les sujets transverses (informatique, langue...)</li> </ul>

## Mobilité interne et connaissance des métiers

En 2016, 39% des postes ouverts par American Express Carte France ont été pourvus par mobilité interne et 15% par promotion. En effet, l'outil de gestion des carrières et des compétences d'American Express Carte France, CareerTrack, permet aux collaborateurs d'accéder et postuler aux postes ouverts par American Express dans le monde. Chaque semaine, les postes disponibles sont diffusés par e-mail.

De nombreuses initiatives sont développées pour permettre aux collaborateurs de mieux connaître les autres métiers et ainsi faciliter la mobilité interne :

- Les candidats internes sont favorisés pour les remplacements temporaires (« Acting as ») et sont assurés de retrouver leur poste à la fin de la mission ;
- Les collaborateurs à temps partiel peuvent passer à temps complet sur une période déterminée, afin

de découvrir d'autres départements, et faciliter la mobilité entre activités (« Timesharing ») ;

- Une journée « OpenSpace » a été organisée en 2016 par la Blue Box Engagement Team (BBE).

De plus, toute nomination (arrivée ou promotion) est annoncée par e-mail à l'ensemble des collaborateurs.

### Actions spécifiques au management :

Les managers suivent des formations, internes ou externes, dédiées au développement de leur expertise managériale et des temps d'échanges sont aménagés afin de leur permettre de partager leur expérience avec les collaborateurs. Le programme *Leadership Community* les forme notamment aux problématiques de développement de carrière des employés, à la maîtrise du droit du travail, à l'entretien d'évaluation et aux enjeux de la paie. De plus, ils sont sensibilisés à promouvoir le modèle selon lequel 70 % de l'acquisition et du développement des compétences s'obtient par le métier, 20 % par le coaching réalisé par le manager ou des pairs plus expérimentés et 10 % par la formation.

## 4.2 Rémunérations et avantages

Masse salariale : 37,2 millions d'euros en 2016

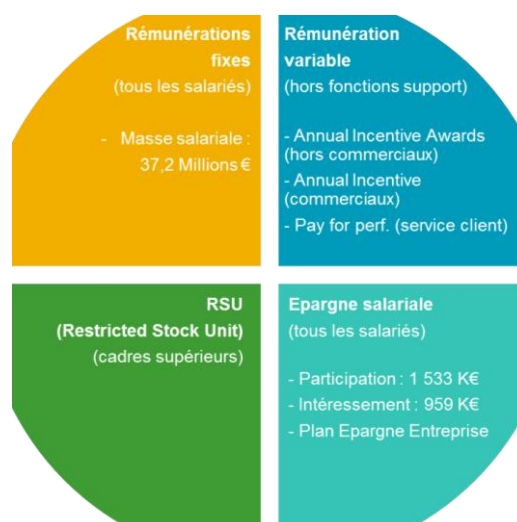
2,50% de budget au titre des augmentations individuelles de 2016

1 533 246 euros de participation en 2016

Les rémunérations et les avantages permettent de récompenser la performance collective et individuelle des collaborateurs d'American Express Carte France afin d'attirer et de garder les collaborateurs performants.

### Rémunérations

Les rémunérations se structurent autour de 4 axes.



Les augmentations et les rémunérations variables sont directement liées à la performance du collaborateur soit au travers des évaluations internes, soit au travers des enquêtes de satisfaction des clients. L'épargne salariale dépend, quant à elle, de la performance de l'entreprise et de l'augmentation des dépenses des porteurs de cartes American Express. Elle est répartie de manière égalitaire en fonction de l'ancienneté.

#### Avantages

La culture du Groupe American Express favorise la valorisation du travail de qualité et des efforts des collaborateurs. Ainsi, le programme Reward Blue, permet d'entretenir et de développer cet état d'esprit. Au travers de la plateforme Reward Blue, les collaborateurs peuvent se dire « merci » ou s'envoyer des Reward Blue pouvant donner lieu à une gratification. Selon le montant offert, une validation est faite par la hiérarchie de la personne récompensée. En 2016, 317 collaborateurs d'American Express Carte France ont reçu des Reward Blue, pour un montant total de 110 828 euros.

D'autres programmes, comme le « Chairman Award », le « Pinnacle Awards », le « President's Club », le « Ambassadeur's Club » ou le « Hall of Fame » viennent également récompenser les collaborateurs au niveau mondial. Ces distinctions peuvent être accompagnées d'un voyage, d'un évènement ou d'une prime.

#### Exemples de primes au sein d'American Express

Le meilleur commercial du mois de chaque ligne d'activité reçoit une prime exceptionnelle et un trophée. De plus, l'ancienneté est valorisée par des primes à chaque 20<sup>ème</sup>, 30<sup>ème</sup>, et 40<sup>ème</sup> anniversaire au sein du groupe American Express.

Enfin, au sein des services clientèle, les retours positifs des clients sont mis en avant et une fois par mois, des défis sont mis en place afin de remporter des cadeaux ou des primes.

### 4.3 Santé, sécurité et bien-être

#### Présence d'une infirmière sur le site

77% de taux de participation à l'enquête de satisfaction annuelle

86% des salariés ayant répondu à l'enquête de satisfaction annuelle estiment que leur hiérarchie leur accorde la flexibilité dont ils ont besoin pour équilibrer leur vie personnelle et professionnelle

1,2% de la masse salariale versée au Comité d'Entreprise

#### Santé et sécurité

L'application stricte des obligations légales (CHSCT, CE, DP) et de l'ensemble des recommandations de la médecine du travail, ainsi que la mise en place d'une cellule d'assistance et d'écoute constituent les piliers de la santé et sécurité au travail pour American Express Carte France.

Au-delà des obligations légales françaises en matière de dialogue social, American Express Carte France applique strictement l'ensemble des recommandations de la médecine du travail. Les thèmes abordés comprennent, notamment, les horaires de travail, les conditions de travail, l'organisation du poste de travail, le choix du matériel informatique (écrans, souris...).

De plus, une infirmière est présente à temps plein sur le site de Rueil-Malmaison afin de répondre aux urgences. Elle réalise également des études ergonomiques individuelles. Un service d'assistance sociale est à la disposition des salariés par téléphone ou sur site (2 demi-journées par mois) et un programme de soutien psychologique (Employee Assistant Program) est également accessible en cas de besoin. En 2016, cette cellule a enregistré 17 appels et un rendez-vous a été organisé avec le psychologue.

Enfin, une cellule indépendante, l'Ombudsperson, est disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 pour recueillir de manière totalement confidentielle les doléances d'ordre moral des collaborateurs et jouer le rôle de médiateur avec les responsables hiérarchiques.

#### Actions d'American Express Carte France suite aux attentats de juillet 2016

Suite aux attentats de novembre 2015, American Express Carte France avait déclenché une cellule de crise visant à s'assurer de la santé de ses salariés et à soutenir ceux directement ou indirectement touchés. Cette cellule a été réactivée à la suite de l'attentat de juillet 2016. Des exercices « alerte attentat » sont également organisés de façon régulière.

#### Bien-être au travail

American Express Carte France a mis en place une politique dédiée au bien-être des salariés. Une enquête d'opinion annuelle anonyme, «The Pulse», donne l'occasion aux collaborateurs du Groupe de s'exprimer sur différents thèmes : l'engagement, la loyauté, le développement professionnel et la carrière ainsi que le management. Les résultats de cette étude donnent lieu

à un plan d'action. En 2016, le taux de participation à l'enquête des salariés d'American Express Carte France était de 77%. Cette enquête révèle que 86% des répondants estiment que leur hiérarchie leur accorde la flexibilité dont ils ont besoin pour équilibrer leur vie personnelle et professionnelle.

Les collaborateurs d'American Express Carte France bénéficient de nombreux avantages et services, comme :

- Une carte American Express offerte ;
- Des réductions chez de nombreux commerçants grâce aux partenariats American Express ;
- Accompagnement à la recherche de logement avec un bailleur. American Express Carte France prend en charge les frais de réservation du bien immobilier ;
- Versement de 1,2% de sa masse salariale au Comité d'Entreprise donnant accès des prix préférentiels sur de nombreux services et des avantages sociaux ;
- L'accès à un coach sportif trois fois par semaine ;
- 30 places en crèche à proximité du lieu de travail ou du lieu de domicile du collaborateur ;
- Une conciergerie d'entreprise enrichie en 2016 de nouveaux services (coiffeur, réception colis et boutique sur site en plus des offres de pressing, courses, massages, assistance administrative...);
- 6 jours par an offerts aux salariés dont les enfants sont en situation de handicap (congés familiaux) ;
- 5 jours par an offerts aux salariés dont les enfants sont hospitalisés (congés familiaux mis en place en 2016) ;
- Organisation de covoiturages lors des travaux d'été du RER A.

Des petits déjeuners sont organisés avec la Directrice générale et accessibles à tous les salariés sur inscription. Enfin, chaque année, American Express Carte France organise une semaine sur la thématique de la santé au travail. En 2016, la troisième édition de l'opération **Octobre Parme**, organisée autour du thème des « Accidents de la Vie », a offert la possibilité aux salariés de bénéficier gratuitement des conseils d'un diététicien, de consultations d'un ostéopathe et d'une formation aux premiers secours. Des ateliers de sensibilisation à l'AVC et à l'arrêt du tabac ont été organisés et les collaborateurs ont eu l'opportunité de donner leur sang auprès de l'Etablissement Français du Sang.

De plus, les collaborateurs sont mobilisés et sensibilisés dans le cadre du Sidaction et du Téléthon, mais également dans le cadre d'opérations citoyennes diverses lancées à l'initiative des salariés eux-mêmes (Collecte de jouets, de vêtements, de livres, ...). Voir la partie 5.1 Engagement des salariés.

#### 4.4 Diversité et égalité des chances

61 % de femmes dans les effectifs en 2016

3,97% de salariés en situation de handicap en 2016

3% de salariés de moins de 26 ans en 2016

16% de salariés de plus de 50 ans en 2016

L'une des priorités du Groupe est d'intégrer des personnes issues d'horizons différents. Ce message de non-discrimination est un engagement fort issu de la Direction Générale du Groupe American Express. En effet, la diversité du personnel du Groupe constitue l'un des piliers du succès de la marque. Cet engagement se formalise dans les différents accords noués par American Express Carte France (Egalité professionnelle femmes-hommes, Handicap et Contrat de génération).

##### Egalité professionnelle femmes-hommes

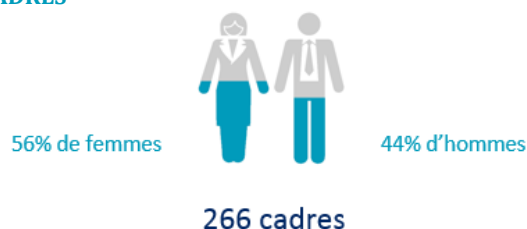
En 2016, American Express Carte France comptait 61% de femmes et 39% d'hommes.

Parmi les cadres, 56% sont des femmes. C'est pourquoi l'égalité professionnelle femmes-hommes est un axe fort de la politique diversité.

##### RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR SEXE



##### RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR SEXE PARMIS LES CADRES



« A statut égal, salaire égal » : un système de correction des inégalités salariales a été mis en place, dans le cas d'inégalités salariales, comme par exemple à la suite d'une évolution de poste.

De plus, 32% des promotions ont bénéficié aux collaboratrices d'American Express Carte France.

American Express Carte France a mis des actions en place pour faciliter les départs en congé maternité de ses salariées. Ainsi, des entretiens permettent de préparer le départ et le retour de l'employée pour prendre en compte ses besoins et adapter son poste de travail, si cela s'avère nécessaire.

American Express Carte France a également mis en place un programme de réservation de places en crèche. 30 places en crèche sont ainsi réservées aux salariés d'American Express Carte France.

Suite au succès rencontré l'année de son lancement, les collaborateurs d'American Express Carte France ont pérennisé le réseau bénévole WIN (Women's Interest Network), une initiative visant à mieux intégrer les femmes dans l'entreprise. Cette dernière a pour but de faire évoluer les mentalités afin de mieux intégrer la mixité femmes/hommes dans l'environnement de travail et de s'impliquer dans le développement personnel et professionnel tout en favorisant le « networking ». Le réseau WIN est ouvert à tous les collaborateurs, tout niveau hiérarchique ou département confondu et propose différents niveaux de participation au travers de comités, ateliers, conférences ou rencontres individuelles. L'année 2016 a vu se poursuivre les initiatives *Open your Door*, dont l'objectif est de promouvoir la mobilité inter-département et l'accessibilité du senior leadership ainsi que la participation à la deuxième conférence inter-réseaux regroupant des entreprises de secteurs variés sur le thème de la digitalisation et de la mixité. Pour sa troisième édition, la semaine Octobre Parme, menée conjointement avec la Mission Diversité, a connu un franc succès.

#### Etude sur les femmes dirigeantes de TPE

Dans son cycle d'études American Express – Opinion Way dédié aux petits patrons, American Express France s'est intéressé en 2016 au quotidien des femmes dirigeantes de petites entreprises. Ces dirigeantes, qui représentent 40% des patrons de TPE, ont été interrogées sur leur manière de concilier vie professionnelle et vie de famille.

#### Handicap

En 2016, 3,97% des salariés étaient en situation de handicap. Le handicap est, ainsi, intégré dans la politique de l'entreprise, notamment par la participation à des forums et salons de recrutement spécialisés ainsi qu'à travers la mise en œuvre de mesures de maintien à l'emploi.

De plus, plusieurs contrats ont été noués entre American Express Carte France et des entreprises du

secteur protégé employant du personnel en situation de handicap.

Au-delà de l'embauche de salariés en situation de handicap, American Express Carte France adapte chaque poste de travail afin de fournir un environnement de travail adapté aux besoins spécifiques de salariés en situation de handicap.

Des chèques Emploi Service Universel sont octroyés pour les collaborateurs en situation de handicap ou les salariés ayant des enfants en situation de handicap ou élevant seuls leurs enfants. 42 personnes en ont bénéficié en 2016, ce qui a représenté la somme totale de 40 000 euros.

Des jours sont également accordés aux collaborateurs en situation de handicap ou aux salariés ayant des enfants en situation de handicap afin de leur permettre d'aller à des rendez-vous ou impératifs médicaux.

Enfin, une partie de la taxe d'apprentissage est reversée aux écoles formant des jeunes en situation de handicap ou à des associations œuvrant en faveur de la diversité.

#### Contrat génération

En 2016, American Express Carte France comptait 3% de salariés ayant moins de 26 ans et 16% ayant plus de 50 ans. De plus, 17% des recrutements externes concernent des jeunes de moins de 26 ans.

#### Actions de sensibilisation à la diversité

- Dès leur arrivée et tout au long de leur activité, les collaborateurs sont sensibilisés au rôle de la « mission diversité » d'American Express.
- Organisation de campagne de sensibilisation à la diversité, à l'égalité professionnelle, au développement de carrière, à la formation (par la DRH et le réseau WIN).
- Organisation d'une semaine de la diversité permettant de sensibiliser les collaborateurs à des thèmes variés comme l'égalité professionnelle, le contrat génération ou le handicap. La sensibilisation au handicap a notamment été réalisée via le soutien à l'athlète handisport Badr Touzi en 2016 (voir la partie 5.1 Engagement des salariés).

## 5 Engagement sociétal



Près de 27 000 euros versés aux associations en 2016

186 millions d'euros d'achats et services externes en 2016

5,9 millions d'euros d'impôts et taxes en 2016

*Le périmètre couvre l'ensemble des collaborateurs d'American Express Carte France et son site, Rueil-Malmaison (seul site de l'entité juridique en France).*

### 5.1 Engagement des salariés

#### Près de 27 000 euros versés aux associations en 2016

Chaque année, American Express Carte France soutient l'engagement de ses salariés en faveur d'initiatives collectives et individuelles. Tous les salariés sont, par exemple, sollicités pour participer aux différentes actions engagées, l'engagement se faisant ensuite sur la base du volontariat. Les initiatives suivantes ont été menées en 2016 :

- **Semaine d'animation « Octobre Parme » sur la thématique des « Accidents de la Vie »** : animations, activités sportives (186 collaborateurs) et collecte de fonds (5 833 euros reversés au profit de l'Association Point Carré Handicap, qui accompagne la réinsertion de personnes nouvellement handicapées à l'hôpital de Garches).
- **Téléthon** : dons des collaborateurs et abondement de la société (15 237 euros) ;
- **Sidaction** : dons des collaborateurs de 3 778 euros ;
- **Semaine de la diversité** : collecte de denrées alimentaires en faveur de l'athlète handisport Badr Touzi et de 2 140 euros lors d'un petit-déjeuner / tombola pour sa préparation aux Jeux Paralympiques de Rio de Janeiro en septembre 2016 ;
- **Association Enfants du Mékong** : récolte de 30 kg de fournitures scolaires dans le cadre de l'opération « Coup de crayon pour les écoliers du Mékong » ;
- **Collectes de vêtements** au profit de La Cravate Solidaire et du Secours Populaire.

#### Opérations significatives menées par le Groupe :

- **Mise à disposition d'une hotline de secours gratuite pour Reporters Sans Frontières (SOS Presse)** : depuis plus de 20 ans, en cas d'urgence, les journalistes peuvent contacter ce numéro dédié et les équipes d'American Express Carte France prennent immédiatement en charge la demande tout en alertant un responsable de Reporters Sans Frontières (gratuit, 24h sur 24 et 7 jours sur 7).
- **Centre d'appel gratuit Sidaction dédié à la collecte de promesses de dons** : depuis plus de 10 ans, American Express Carte France met à disposition un centre d'appels. En 2016, une centaine de bénévoles ont répondu à près de 4 300 appels, et ainsi récolté 81 662 euros grâce à 2 151 promesses de dons.

### 5.2 Mécénat

Le mécénat d'American Express Carte France est géré par la Fondation du Groupe. Il vise à soutenir et célébrer la diversité du patrimoine culturel au travers de projets de préservation ou de découverte de sites historiques et d'œuvres culturelles majeures. Les programmes soutiennent un éventail de thématiques très larges : monuments historiques, danse, théâtre, musique, cinéma et autres arts « visuels ». Ces projets sont, par nature, menés de manière ponctuelle.

#### Opérations les plus significatives d'American Express Carte France avec la Fondation du Groupe

- Financement des cabinets d'Arts Graphiques du Nouvel Orsay en 2011 ;
- Valorisation de la Maison Van Gogh à Auvers-sur-Oise en 2013 ;
- Exposition d'une œuvre picturale dans la Galerie des Batailles du Château de Chantilly en 2013 ;
- Mise en œuvre d'un parcours trilingue au musée du Louvre en 2013 ;
- Participation à la rénovation de la Chapelle des Baptêmes de l'Eglise Notre-Dame-de-Lorette à Paris en 2016.



### 5.3 Contribution locale

63 collaborateurs vivent à Rueil-Malmaison et 176 dans le département en 2016

Près de 186 millions d’euros d’achats fournisseurs et services externes en 2016

Près de 42,5 millions d’euros de salaires annuels en 2016

Plus de 5,9 millions d’euros d’impôts, taxes et versements assimilés en 2016

En 2016, American Express Carte France a redistribué son chiffre d’affaires comme suit :

- Achats fournisseurs et services externes : près de 186 millions d’euros
- Salaires : près de 42,5 millions d’euros – dont 0,3 millions d’euros de participation aux résultats de l’entreprise
- Charges sociales : près de 18,1 millions d’euros
- Impôts, taxes et versements assimilés : plus de 5,9 millions d’euros.

Les achats fournisseurs et autres charges externes de l’entreprise (incluant la publicité, la sous-traitance, etc.) s’élèvent à 185,9 millions d’euros. American Express Carte France s’efforce de réaliser une grande partie de ses achats fournisseurs auprès de sociétés implantées en France.

De manière plus locale, le site d’American Express Carte France est au cœur de Rueil-Malmaison, en région parisienne. Cette implantation date de 1968 et a permis de soutenir le développement économique et l’image de marque du quartier. En effet, 63 collaborateurs vivent à Rueil-Malmaison et 176 vivent dans le département. De plus, une dizaine de sociétés de sous-traitance effectuent des prestations sur le site de Rueil-Malmaison. Elles représentent au total environ 50 emplois supplémentaires sur site. Les métiers représentés vont de la sécurité à la restauration, en passant par les services généraux, l’infirmerie, le courrier, l’informatique et l’entretien des locaux.

### 5.4 Respect de l’environnement

2 064 km en avion par salarié en 2016

10% d’occupation des salles de visioconférence en 2016

3 007 MWh d’énergie consommée par les bâtiments en 2016

American Express Carte France, de par ses activités et services, a un impact faible sur l’environnement.

Cette empreinte carbone est constituée des émissions provenant des déplacements professionnels et des consommations énergétiques des bureaux.

En 2016, l’empreinte carbone d’American Express Carte France a augmenté de 27% par rapport à 2015.

En tant qu’entreprise de moyens de paiement, American Express Carte France considère que l’impact de ses biens et services est limité et se concentre sur la réduction de ses impacts directs et indirects où les leviers d’action sont forts (notamment les déplacements professionnels de ses salariés). Une réflexion est en cours pour suivre ce point, en lien avec l’article 173 de la loi de transition énergétique.

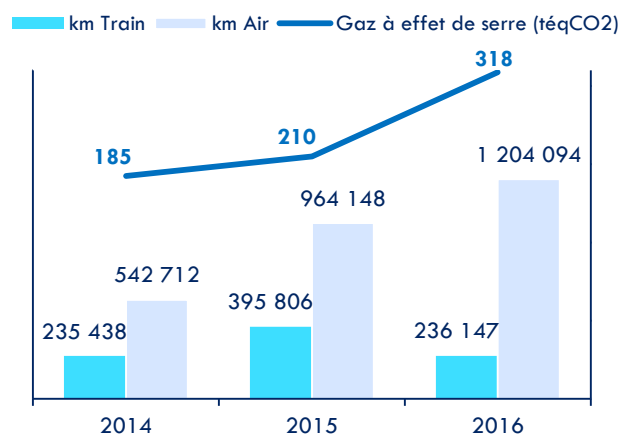
#### Déplacements professionnels

Afin de réduire les déplacements professionnels et les émissions de gaz à effet de serre associées, le Groupe American Express a mis en place plusieurs politiques « Voyage » opérationnelles autour d’axes forts :

- La classe économique (moins émettrice de gaz à effet de serre) est favorisée pour les trajets sur de courtes distances ou vols dont la durée est inférieure à 5 heures
- Les émissions de gaz à effet de serre des véhicules sont limitées en dessous de 200 grammes de CO<sub>2</sub> équivalent par kilomètre (85% des véhicules sont en dessous de 150 grammes de CO<sub>2</sub> équivalent par kilomètre en 2016)

Afin de limiter les déplacements professionnels, une politique de télétravail a été mise en place et deux salles de visio-conférence ont été aménagées. En 2016, 359 appels y ont été passés, soit l’équivalent de plus de 400 heures de communication. Le taux d’occupation moyen de ces salles était de 10% en 2016 (entre 2% et 17% suivant les mois).

#### KILOMETRES ET EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE DES DEPLACEMENTS DES COLLABORATEURS CES 3 DERNIERES ANNEES (HORS VOITURE)



Les déplacements professionnels des collaborateurs en avion ont fortement augmenté en 2016 pour atteindre une moyenne de 2 064 km parcourus en avion par collaborateur.

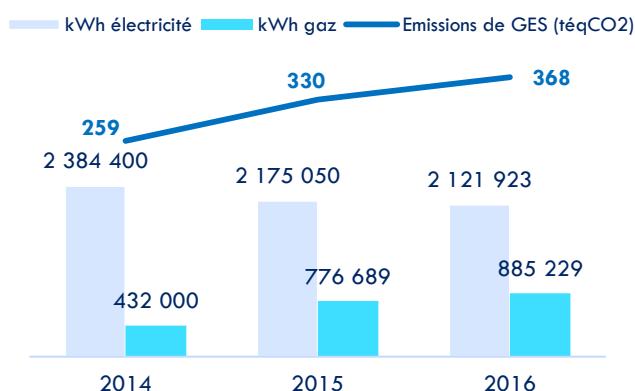
L'augmentation des émissions de gaz à effet de serre liées aux déplacements des collaborateurs est liée d'une part à un plus fort recours à l'avion et d'autre part à un changement de méthodologie de calcul des émissions de gaz à effet de serre en 2016.

### Bâtiment responsable

Les consommations du site de Rueil-Malmaison sont suivies et optimisées tous les mois par le gestionnaire de bâtiment.

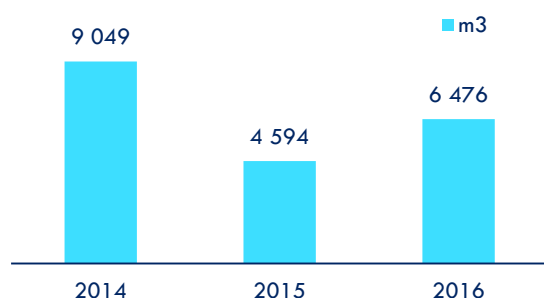
A noter : Le site, deux bâtiments de 4 et 6 étages, héberge également American Express Payment Services Ltd France sur un peu plus d'un étage. Les données environnementales incluent cette entité.

#### KWH ET EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE DU SITE AMERICAN EXPRESS CARTE FRANCE CES 3 DERNIERES ANNEES



En 2016, les émissions de gaz à effet de serre ont augmenté par rapport à 2015. Cette augmentation est liée à une consommation plus importante de gaz naturel pour le chauffage des locaux en 2016 par rapport aux années précédentes.

#### CONSOMMATIONS D'EAU DU SITE AMERICAN EXPRESS CARTE FRANCE CES 3 DERNIERES ANNEES

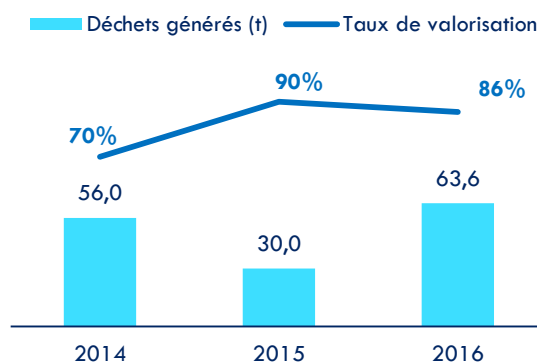


En 2016, les consommations d'eau ont augmenté par rapport à 2015.

American Express Carte France fait appel à plusieurs organismes spécialisés dans le traitement des déchets afin de traiter au mieux les différents déchets du site de Rueil-Malmaison :

- Les déchets courants (déchets alimentaires et déchets des corbeilles de bureau) sont collectés par Veolia ;
- Le papier (dont les documents confidentiels), les bouteilles de plastiques et les canettes sont quant à eux collectés et recyclés par Cèdre.

#### DECHETS GENERES PAR LE SITE AMERICAN EXPRESS CARTE FRANCE CES 3 DERNIERES ANNEES



### 5.5 Partenariats et vie associative

American Express Carte France participe activement aux réflexions de son secteur et des associations en lien avec ses métiers. Ainsi, American Express Carte France est membre des associations professionnelles suivantes :

Associations professionnelles les plus significatives :

- Club Entreprises et Handicap 92
- EBG (e-Business Groupe)
- ADETEM (Association des responsables Marketing)
- Le Cercle

## 6 Annexes

### 6.1 Table de correspondance Grenelle II

Ce rapport est le fruit d'un cycle de reporting annuel. Il porte sur l'année 2016 (1er janvier au 31 décembre) et met à jour les données déclarées dans la cadre du rapport RSE 2016.

1. Social	Correspondance et / justification
<b>1.a</b> Emploi	
Effectif total et la répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique	<b>American Express en bref</b> <i>(American Express Carte France n'est implanté qu'en région parisienne)</i>
Les embauches et les licenciements	<b>American Express en bref</b>
Les rémunérations et leur évolution	<b>4.2 Rémunérations et avantages</b>
<b>1.b</b> Organisation du travail	
Organisation du temps de travail	<b>American Express en bref</b>
<b>1.c</b> Relations sociales	
Organisation du dialogue social, notamment les procédures d'information et de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci	<b>4. Responsabilité employeur</b>
Le bilan des accords collectifs	<b>4. Responsabilité employeur</b>
<b>1.d</b> Santé et sécurité	
Les conditions de santé et de sécurité au travail	<b>4.3 Santé, sécurité et bien-être</b>
Le bilan des accords signés avec les organisations syndicales ou les représentants du personnel en matière de santé et de sécurité au travail	<i>Il n'y a pas d'accords signés en matière de santé et sécurité au travail</i>
<b>1.e</b> Formation	
Les politiques mises en œuvre en matière de formation	<b>4.1 Talents et compétences</b>
Le nombre total d'heures de formation	<b>4.1 Talents et compétences</b>
<b>1.f</b> Egalité de traitement	
Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes	<b>4.4 Diversité et égalité des chances</b>
Les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées	<b>4.4 Diversité et égalité des chances</b>
La politique de lutte contre les discriminations	<b>4.4 Diversité et égalité des chances</b>

2. Environnement	Correspondance et / justification
<b>2.a</b> Politique Générale en matière d'environnement	
L'organisation de la société pour prendre en compte les questions environnementales et, le cas échéant, les démarches d'évaluation ou de certification en matière d'environnement	<i>Le département « Real Estate » et un gestionnaire externe s'occupent de la gestion du site de Rueil-Malmaison. La cohérence de ce pilotage avec la politique RSE est assurée au niveau du comité RSE. Plus d'informations concernant la gouvernance de la RSE chez AECF peuvent être obtenues en section 1.3.</i>
Les actions de formation et d'information des salariés menées en matière de protection de l'environnement	<i>Compte tenu de la faible importance des enjeux environnementaux par rapport aux autres enjeux du Groupe, il n'y a pas eu d'actions ni de formations sur l'environnement en 2016. De plus, il n'y a pas de moyens spécifiquement consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions.</i>
Les moyens consacrés à la prévention des risques environnementaux et des pollutions	
<b>2.b</b> Pollution et gestion des déchets	
Les mesures de prévention et de réduction et de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement	<i>Les nuisances sonores n'ont pas été identifiées comme un enjeu majeur d'American Express Carte France tout comme des potentielles pollutions spécifiques (voir 1.1 Enjeux et engagements RSE)</i>



## Rapport de Responsabilité Sociétale 2016

Les mesures de prévention, de recyclage, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets	<b>5.4. Respect de l'environnement</b>
la prise en compte des nuisances sonores et de toute autre forme de pollution spécifique à une activité	<i>Les nuisances sonores n'ont pas été identifiées comme un enjeu majeur d'American Express Carte France tout comme des potentielles pollutions spécifiques (voir 1.1 Enjeux et engagements RSE)</i>
Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire	<i>La lutte contre le gaspillage alimentaire n'a pas été identifiée comme un enjeu majeur d'American Express Carte France. American Express Carte France a ouvert le dialogue avec son prestataire Eurest pour identifier les actions à mettre en œuvre. (voir 1.1 Enjeux et engagements RSE)</i>
<b>2.c Utilisation durable des ressources</b>	
La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales	<b>5.4. Respect de l'environnement</b> <i>L'eau consommée vient du réseau urbain du bassin parisien. Le bassin parisien est considéré comme ayant un risque eau moyen à fort par le WRI (World Resource Institut). Cependant, les consommations du site sont trop faibles pour impacter significativement le réseau.</i>
La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation	<b>2.4 Intégration de la RSE dans les prestations et offres</b>
La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	<b>5.4. Respect de l'environnement</b>
<b>2.d Changement climatique</b>	
Les postes significatifs d'émissions de gaz à effet de serre générés du fait de l'activité de la société, notamment l'usage des biens et services qu'elle produit	<b>5.4. Respect de l'environnement</b>
<b>2.e Protection de la biodiversité</b>	
Les mesures prises pour préserver ou développer la biodiversité	<i>La biodiversité n'a pas été identifiée comme un enjeu majeur d'American Express Carte France (voir 1.1 Enjeux et engagements RSE)</i>

<b>3. Sociétal</b>	<b>Correspondance et / justification</b>
<b>3.a Impact territorial, économique et social de l'activité de la société</b>	
En matière d'emploi et de développement régional	<b>5.3 Contribution locale</b>
Sur les populations riveraines ou locales	<b>5.3 Contribution locale</b>
<b>3.b Relations entretenues avec les personnes ou les organisations intéressées par l'activité de la société, notamment les associations d'insertion, les établissements d'enseignement, les associations de défense de l'environnement, les associations de consommateurs et les populations riveraines</b>	
Les conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations	<b>1.2 Les attentes des parties prenantes</b>
Les actions de partenariat ou de mécénat	<b>5.2 Mécénat</b>
<b>3.c Sous-traitance et fournisseurs</b>	
La prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux	<b>3.5 Politique d'achat et 2.4. Intégration de la RSE dans les prestations et offres</b>

## 6.2 Table de correspondance GRI G4

American Express Carte France s'appuie sur le niveau essentiel du référentiel GRI G4 pour soutenir l'élaboration et le suivi son reporting RSE.

Éléments Généraux	Code	Chapitre	Complet / Partiel
Fournir une déclaration du décideur le plus haut placé de l'organisation (directeur général, président ou cadre dirigeant de même niveau, par exemple) sur la pertinence du développement durable pour l'organisation et sur sa stratégie pour y contribuer	1	-	-
<b>Profil de l'entreprise</b>			
Indiquer le nom de l'organisation	3	American Express en bref	Complet
Indiquer les principales marques, produits et services.	4	American Express en bref	Complet
Indiquer le lieu où se trouve le siège de l'organisation.	5	American Express en bref	Complet
Indiquer le nombre de pays dans lesquels l'organisation est implantée et préciser le nom de ceux où l'organisation exerce d'importantes activités, ou qui sont particulièrement concernés par les thèmes de DD abordés dans le rapport	6	American Express en bref	Complet
Indiquer le mode de propriété et la forme juridique	7	-	-
Marchés desservis (répartition géographique, secteurs et types de clients)	8	American Express en bref	Complet
Indiquer la taille de l'organisation, notamment : - le nombre total de salariés - le nombre total de sites - le chiffre d'affaires net (pour les organisations du secteur privé) ou les recettes nettes (pour les organisations du secteur public) - le capital total, en séparant les dettes et les capitaux propres (pour les organisations du secteur privé) - la quantité de produits ou de services fournis.	9	American Express en bref	Partiel
Taille de l'organisation : - Indiquer le nombre total de salariés par type de contrat de travail et par sexe. - Indiquer le nombre total de salariés permanents par type de contrat de travail et par sexe. - Indiquer l'effectif total réparti par salariés, intérimaires et par sexe. - Indiquer la répartition de l'effectif total par région et par sexe. - Indiquer si une part importante du travail de l'organisation est assurée par des personnes ayant le statut juridique de travailleurs indépendants ou par des personnes autres que des salariés ou intérimaires, y compris les salariés ou intérimaires des prestataires. - f. Indiquer toute variation importante du nombre de personnes employées (ex : variations saisonnières de l'emploi dans le tourisme ou l'industrie agricole).	10	American Express en bref 4.4 Diversité et égalité des chances	Partiel
Indiquer le % des salariés couverts par une convention collective.	11	-	-
Décrire la chaîne d'approvisionnement de l'organisation	12	American Express en bref	Complet
Indiquer tous les changements substantiels de taille, de structure, de capital ou de la chaîne d'approvisionnement de l'organisation survenus au cours de la période de reporting, y compris : - les changements d'implantation ou les changements d'activités, incluant l'ouverture, la fermeture ou l'extension de sites - les modifications dans la structure du capital actif et des autres sources de capital, la préservation du patrimoine et autres opérations (pour le secteur privé) - les changements de localisation des fournisseurs, les modifications de la structure de la chaîne d'approvisionnement, ou des relations avec les fournisseurs, y compris sélection et résiliation.	13	4.3 Santé, sécurité et bien-être au travail	Partiel
Indiquer si la démarche ou le principe de précaution est pris en compte par l'organisation, et comment.	14	-	-
Répertorier les chartes, principes et autres initiatives en matière économique, environnementale et sociale, développés en externe et auxquels l'organisation a souscrit ou donné son aval.	15	-	-
Répertorier les affiliations à des associations (associations professionnelles par exemple) ou à des organisations nationales ou internationales de défense des intérêts dans lesquelles l'organisation : - occupe une fonction au sein de l'instance de gouvernance - participe à des projets ou à des comités - apporte des financements importants dépassant la simple cotisation - considère son adhésion comme stratégique. Cela s'applique principalement aux affiliations de l'organisation	16	5.5 Partenariats et vie associative	Partiel
<b>Aspects et périmètres identifiés</b>			
- Répertorier toutes les entités incluses dans les états financiers consolidés de l'organisation ou documents équivalents.	17	American Express en bref	Complet

## Rapport de Responsabilité Sociétale 2016

- Indiquer si une entité incluse dans les états financiers consolidés de l'organisation ou documents équivalents n'est pas prise en compte dans le rapport.			
- Expliquer le processus de contenu et du Périmètre des Aspects.	18	1. Responsabilité sociétale d'entreprise	Complet
- Expliquer comment l'organisation a mis en œuvre les Principes de reporting de contenu.			
Répertorier tous les Aspects pertinents identifiés	19	1. Responsabilité sociétale d'entreprise	Complet
Pour chacun des Aspects pertinents, indiquer le Périmètre de l'Aspect au sein de l'organisation, comme suit : indiquer si l'Aspect est pertinent au sein de l'organisation	20	1. Responsabilité sociétale d'entreprise	
- si l'Aspect n'est pas pertinent pour toutes les entités au sein de l'organisation (suivant la description du point G4-17), choisir l'une des deux approches suivantes et préciser : - soit la liste des entités ou groupes d'entités inclus dans le point G4-17 pour lesquels l'Aspect n'est pas pertinent, - soit la liste des entités ou groupes d'entités inclus dans le point G4-17 pour lesquels l'Aspect est pertinent - indiquer toute restriction spécifique concernant le Périmètre de l'Aspect au sein de l'organisation.			Complet
Pour chacun des Aspects pertinents, indiquer le Périmètre de l'Aspect en dehors de l'organisation, comme suit : indiquer si l'Aspect est pertinent en dehors de l'organisation	21	1. Responsabilité sociétale d'entreprise	
- si l'Aspect est pertinent en dehors de l'organisation, identifier les entités, groupes d'entités ou éléments concernés. En outre, décrire l'emplacement géographique où l'Aspect s'avère pertinent pour les entités identifiées - indiquer toute restriction spécifique concernant le Périmètre de l'Aspect en dehors de l'organisation			Complet
Indiquer les raisons et les conséquences de toute reformulation d'informations communiquées dans des rapports antérieurs.	22	-	-
Indiquer les changements substantiels concernant le Champ d'étude et le Périmètre des Aspects, par rapport aux précédentes périodes de reporting.	23	-	-
<b>Implication des parties prenantes</b>			
Fournir une liste des parties prenantes avec lesquels l'organisation dialogue	24		Complet
Indiquer les critères retenus pour l'identification et la sélection des parties prenantes avec lesquelles établir un dialogue	25		Complet
Indiquer l'approche de l'organisation pour impliquer les parties prenantes, y compris la fréquence du dialogue par type et par groupe de parties prenantes, et préciser si un quelconque dialogue a été engagé spécifiquement dans le cadre du processus de préparation du rapport	26	1.2 Les attentes des parties prenantes	Partiel
Indiquer les thèmes et préoccupations clés soulevées dans le cadre du dialogue avec les parties prenantes et la manière dont l'organisation y a répondu, notamment par son reporting. Indiquer les groupes de parties prenantes qui ont soulevé chacun des thèmes et questions clés	27		Complet
<b>Profil du rapport</b>			
Période de reporting (ex : année fiscale ou calendaire) pour les informations fournies.	28		Complet
Date du dernier rapport publié, le cas échéant.	29	6.1 Table de correspondance GII	Complet
Cycle de reporting (annuel, bisannuel par exemple).	30		Complet
Indiquer la personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu	31	-	-
- Indiquer l'option de « conformité » choisie par l'organisation. - Indiquer l'Index du contenu GRI pour l'option choisie - Indiquer la référence au Rapport de vérification externe, si le rapport a été vérifié en externe. GRI recommande d'avoir recours à une vérification externe, mais cela ne constitue pas une exigence pour être « en conformité » avec les Lignes directrices.	32	6.2 Table de correspondance GRI G4 6.3 Attestation de présence	Complet
- Indiquer la politique et pratique courante de l'organisation visant à solliciter une vérification externe du rapport. - Si cela ne figure pas dans le rapport de vérification accompagnant celui sur le développement durable, préciser le champ d'étude et la base de toute vérification externe. - Indiquer la relation existant entre l'organisation et les vérificateurs. - Préciser si l'instance supérieure de gouvernance ou des cadres dirigeants participent à la démarche pour solliciter une vérification du rapport de développement durable de l'organisation.	33	6.3 Attestation de présence	Partiel
<b>Gouvernance</b>			
Indiquer la structure de la gouvernance de l'organisation, y compris les comités de l'instance supérieure de gouvernance. Identifier les comités responsables des décisions relatives aux impacts économiques, environnementaux et sociaux.	34	-	-
<b>Ethique et intégrité</b>			
Décrire les valeurs, principes, normes et règles de l'organisation en matière de comportement, tels que les codes de conduite et codes d'éthique.	56	2. Transparence clients et offres 3. Conformité et lutte contre la fraude	Partiel

Éléments spécifiques	Code	Chapitre	Complet / Partiel
<b>Economie</b>			
<b>Performance économique</b>			
valeur économique directe créée et distribuée	EC1	5.3 Contribution locale	Complet
<b>Impacts économiques indirects</b>			
Impacts économiques indirects substantiels, y compris importance de ces impacts	EC8	5.3 Contribution locale	Partiel
<b>Pratiques d'achat</b>			
Part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels	EC9	5.3 Contribution locale	Partiel
<b>Environnement</b>			
<b>Energie</b>			
Consommation énergétique au sein de l'organisation	EN3	5.4 Respect de l'environnement	Complet
<b>Emissions</b>			
Émissions directes de gaz à effet de serre (scope 1)	EN15	5.4 Respect de l'environnement	Complet
Émissions indirectes de gaz à effet de serre (scope 2) liées à l'énergie	EN16		Complet
Autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (scope 3)	EN17		Complet
<b>Produits et services</b>			
Pourcentage de produits vendus et de leurs emballages recyclés ou réutilisés, par catégorie	EN28	2.4 Intégration de la RSE dans les prestations et les offres	Complet
<b>Conformité</b>			
Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations en matière d'environnement	EN29	-	-
<b>Evaluations environnementales des fournisseurs</b>			
Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur l'environnement dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	EN33	American Express en bref 3.5 Politique d'achat	
<b>Pratiques en matière d'emploi et travail décent</b>			
<b>Emploi</b>			
Nombre total et pourcentage de nouveaux salariés embauchés et taux de rotation du personnel par tranche d'âge, sexe et zone géographique	LA1	American Express en bref	Partiel
Avantages sociaux offerts aux salariés à temps plein et non aux intérimaires, ni aux salariés à temps partiel, par principaux sites opérationnels	LA2	4.2 Rémunérations et avantages	Complet
Retour au travail et maintien en poste après le congé parental, par sexe	LA3	4.3 Santé, sécurité et bien-être au travail	Complet
<b>Relations employeurs / employés</b>			
Délai minimal de préavis en cas de changement opérationnel, en indiquant si ce délai est précisé dans une convention collective	LA4	-	-
<b>Formation et éducation</b>			
Nombre moyen d'heures de formation par an, réparti par salarié, par sexe et par catégorie professionnelle	LA9	4.1 Talents et compétences	Partiel
Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière	LA10	4.1 Talents et compétences	Complet
<b>Diversité et égalité des chances</b>			
Composition des instances de gouvernance et répartition des salariés par catégorie professionnelle, en fonction du sexe, de la tranche d'âge, de l'appartenance à une minorité et d'autres indicateurs de diversité	LA12	4.4 Diversité et égalité des chances	Partiel
<b>Evaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs</b>			
Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les pratiques en matière d'emploi dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	LA15	American Express en bref 3.5 Politique d'achat	
<b>Social et société</b>			
<b>Communautés locales</b>			
Pourcentage de sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluations des impacts et des programmes de développement	SO1	5.3 Contribution locale	Complet
<b>Lutte contre la corruption</b>			
Communication et formation sur les politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption	SO4	3 Conformité et lutte contre la fraude	Complet
<b>Comportement anti-concurrentiel</b>			
Nombre total d'actions en justice pour comportement anticoncurrentiel, pratiques antitrust et monopolistiques et leurs issues	SO7	-	-
<b>Conformité</b>			
Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations	SO8	-	-
<b>Evaluation des impacts des fournisseurs sur la société</b>			

## Rapport de Responsabilité Sociétale 2016

Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur la société dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	SO10	American Express en bref 3.5 Politique d'achat	Partiel
<b>Social et responsabilité liée aux produits</b>			
<b>Etiquetage des produits et services</b>			
Résultats des enquêtes de satisfaction client	PR5	2.2 Expérience et satisfaction clients	Complet
<b>Communication marketing</b>			
Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires relatifs à la communication marketing, y compris la publicité, la promotion et les parrainages, par type de résultat	PR7	2.1 Information et conseil à la clientèle	Partiel
<b>Vie privée des clients</b>			
Nombre total de plaintes fondées pour atteinte à la vie privée et pour la perte de données des clients	PR8	3.4 Sécurité et protection des données	Complet
<b>Conformité</b>			
Montant des amendes substantielles reçues pour non-respect des lois et réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et de services	PR9	-	-



**pwc**

## 6.3 Attestation de présence et de sincérité sur les informations RSE

### **Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur les informations sociales, environnementales et sociétales figurant dans le rapport de gestion**

#### **Exercice clos le 31 décembre 2016**

Aux actionnaires,  
**American Express Carte France**  
4, rue Louis Blériot  
92500 RUEIL MALMAISON

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société American Express Carte France, désigné organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1060<sup>3</sup>, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2016, présentées dans le rapport de gestion (ci-après les « Informations RSE »), en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du code de commerce.

#### **Responsabilité de la société**

Il appartient au Conseil d'administration d'établir un rapport de gestion comprenant les Informations RSE prévues à l'article R.225-105-1 du code de commerce, préparées conformément au Référentiel de reporting de American Express Carte France utilisé par la société (ci-après le « Référentiel») et disponible sur demande au siège de la société.

#### **Indépendance et contrôle qualité**

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L.822-11-3 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques et des textes légaux et réglementaires applicables.

#### **Responsabilité du commissaire aux comptes**

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R.225-105 du code de commerce (Attestation de présence des Informations RSE) ;
- d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, de manière sincère conformément au Référentiel (Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE).

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 4 personnes et se sont déroulés entre décembre 2016 et mars 2017 sur une durée totale d'intervention d'environ 3 semaines. Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos experts en matière de RSE.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission ainsi qu'à la doctrine professionnelle de la Compagnie

<sup>3</sup> Dont la portée est disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)

nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention et, concernant l'avis motivé de sincérité, à la norme internationale ISAE 3000<sup>4</sup>.

## **1. Attestation de présence des Informations RSE**

### ***Nature et étendue des travaux***

Nous avons pris connaissance, sur la base d'entretiens avec les responsables des directions concernées, de l'exposé des orientations en matière de développement durable, en fonction des conséquences sociales et environnementales liées à l'activité de la société et de ses engagements sociétaux et, le cas échéant, des actions ou programmes qui en découlent.

Nous avons comparé les Informations RSE présentées dans le rapport de gestion avec la liste prévue par l'article R.225-105-1 du code de commerce.

En cas d'absence de certaines informations, nous avons vérifié que des explications étaient fournies conformément aux dispositions de l'article R.225-105 alinéa 3 du code de commerce.

### ***Conclusion***

Sur la base de ces travaux nous attestons de la présence dans le rapport de gestion des Informations RSE requises.

## **2. Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE**

### ***Nature et étendue des travaux***

Nous avons mené 7 entretiens avec 7 personnes responsables de la préparation des Informations RSE auprès des directions en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques, afin :

- d'apprécier le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité, son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations RSE et prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des Informations RSE.

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des Informations RSE au regard des caractéristiques de la société, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités, de ses orientations en matière de développement durable et des bonnes pratiques sectorielles.

Pour les informations RSE que nous avons considérées les plus importantes et dont la liste figure en annexe au présent rapport :

- au niveau de l'entité AECF, nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions), nous avons mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le rapport de gestion ;
- au niveau de l'entité AECF, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente 100% des effectifs considérés comme grandeur caractéristique du volet social, et 100% des données environnementales considérées comme grandeurs caractéristiques du volet environnemental.

Pour les autres informations RSE, nous avons apprécié leur cohérence par rapport à notre connaissance de la société.

---

<sup>4</sup> ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

Enfin, nous avons apprécié la pertinence des explications relatives, le cas échéant, à l'absence totale ou partielle de certaines informations.

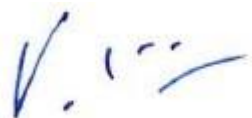
Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans les Informations RSE ne peut être totalement éliminé.

### **Conclusion**

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées de manière sincère conformément au Référentiel.

Neuilly-sur-Seine, le 12 mai 2017

L'un des Commissaires aux comptes  
PricewaterhouseCoopers Audit



Pierre Clavié  
Associé



Pascal Baranger  
Directeur au sein du Département Développement Durable

### **Annexe : Liste des informations que nous avons considérées comme les plus importantes**

Informations sociales :

- Effectif total et répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique ;
- Les embauches et les licenciements ;
- Nombre d'heures de formation ;
- Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes ;
- La politique de lutte contre les discriminations.

Informations environnementales :

- Les mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets ;
- La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables.

Informations sociétales :

- Impact territorial, économique et social de l'activité de la société en matière d'emploi et de développement régional ;
- Les actions engagées pour prévenir la corruption ;
- Les actions de partenariat ou de mécénat.