

# Performance Extra-financière



**TRANSPARENCE**  
clients et offres



**CONFORMITÉ**  
et lutte contre la fraude



**RESPONSABILITÉ**  
employeur



**ENGAGEMENT**  
sociétal



# Sommaire

Edito 3

---

American Express Carte France en Bref 4

---

Stratégie et organisation RSE 6

---



Transparence clients et offres 8

---

Information et conseil à la clientèle  
Expérience et satisfaction clients  
Expérience et satisfaction réseau de commerçants  
Intégration de la RSE dans les prestations et offres



Conformité et lutte contre la fraude 14

---

Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts  
Lutte contre la fraude  
Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme  
Sécurité et protection des données  
Politique achat



Responsabilité employeur 19

---

Talents et compétences  
Rémunérations et avantages  
Santé, sécurité et bien-être  
Diversité et égalité des chances



Engagement sociétal 27

---

Engagement des salariés et mécénat  
Contribution locale, partenariats et vie associative  
Respect de l'environnement

Annexes 32

---

Table de correspondance Directive Européenne  
Table de correspondance GRI  
Attestation de présence et de sincérité sur les informations RSE

«  
*Chez American Express, nous plaçons l'excellence du service au cœur de nos activités et de nos engagements.*

*Nous avons bâti une culture d'entreprise forte, dans laquelle la réussite est issue d'un travail collectif et du respect de chacun, et nous attachons une grande importance à mettre en œuvre une politique RSE en adéquation avec nos valeurs.*

*En 2016, nous avons défini quatre chantiers prioritaires pour notre politique RSE : la transparence, la conformité et la lutte contre la fraude, la responsabilité employeur et l'engagement sociétal. Sur ces quatre chantiers, la majorité des indicateurs sont positifs et/ou en progression. Nous pouvons être fiers de ces belles avancées, qui bénéficient à l'ensemble des collaborateurs et de nos parties prenantes.*

*Cette année s'affiche sous le signe de l'optimisme.*

*Nos actions et nos initiatives en RSE, collectivement portées par les collaborateurs et grâce au soutien de nos clients et fournisseurs, portent leurs fruits. Je suis heureuse de partager aujourd'hui ces résultats 2017 et nos objectifs pour 2018, qui sont la preuve de notre détermination à réaliser des performances responsables et à agir de manière exemplaire.*



»  
**Caroline Gaye**  
Directeur Général d'American Express Carte France

## ACTIVITÉS D'AMERICAN EXPRESS CARTE FRANCE

### American Express

American Express est un Groupe international ayant quatre activités :

- Cartes de paiement pour particuliers
- Cartes et solutions de paiement pour petites et grandes entreprises
- Gestion d'un réseau de commerçants
- Voyages d'affaires

### Le Groupe en quelques chiffres :

- Près de **113 millions** de cartes de paiement en circulation représentant près de 1 085 milliards de dollars US de dépenses fin 2017
- Revenus : 33,5 milliards** de dollars US et **résultat net : 2,7 milliards** de dollars US (2017)
- 55 000 collaborateurs**

L'ensemble des activités du Groupe sont présentes en France

### France

#### American Express en France



**2 000** collaborateurs, dont les 2/3 dédiés aux services client



**Une dizaine** de sites en France, dont le siège à Rueil-Malmaison (92)

### Carte France

#### American Express CARTE en France



**543** collaborateurs chez American Express Carte France



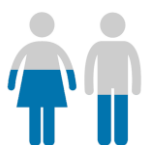
**1 site** en France (à Rueil-Malmaison)

## SALARIÉS ET ORGANISATION DU TRAVAIL

American Express Carte France emploie 543 salariés, dont 96% de CDI, et sa masse salariale s'élève à 39,6 millions d'euros au 31 décembre 2017.

En termes d'organisation du temps de travail, les salariés sont répartis à 46,6% en forfait jour (dont 4,0% à temps partiel), 45,5% aux 35h et 7,9% à temps partiel. Parmi les collaborateurs à temps partiel, 25% sont des hommes.

### 543 salariés



62% de femmes



3% ont moins de 26 ans

17% ont plus de 50 ans

American Express Carte France a embauché 82 personnes au cours de l'année 2017 (71% sont des CDI et 63% des femmes).

### dont 253 cadres



53% de femmes



4,15% de salariés en situation de handicap

Par ailleurs, 135 personnes ont quitté l'entreprise (dont 14,1% de démissions, 47,4 % de licenciements, 21,5% de fins de contrats CDD et 17,0% 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 la nature de ses activités et de son implantation en France.

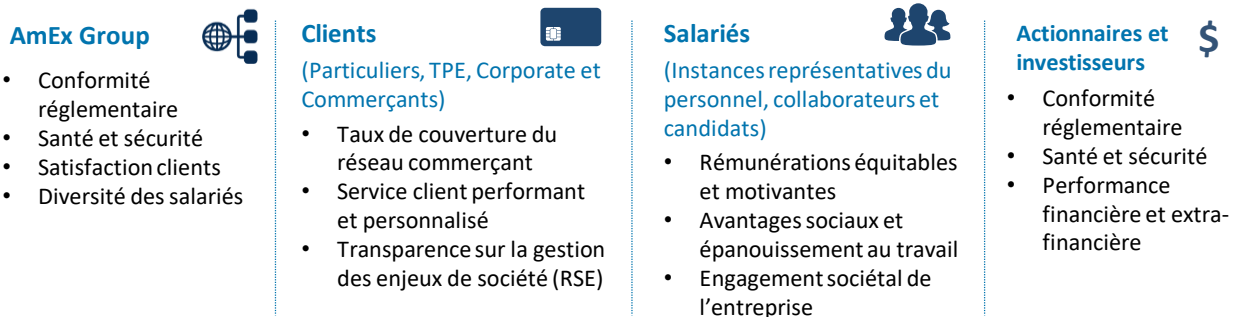
# CHAÎNE DE VALEUR ET PRINCIPAUX ENJEUX D'AMERICAN EXPRESS CARTE FRANCE

La chaîne de valeur représente l'ensemble des étapes de l'activité d'American Express Carte France (AECF) : de l'amont avec les fournisseurs jusqu'à l'aval avec les clients et commerçants. Les principaux enjeux tout au long de cette chaîne de valeur sont les suivants :



## LES ATTENTES DES PARTIES PRENANTES

American Express Carte France (AECF) 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. Les attentes des parties prenantes prioritaires sont résumées ci-dessous :



Les autres parties prenantes de AECF sont :





- Parties prenantes importantes : les banques, les partenaires clés (Air France KLM), les concurrents et les fournisseurs (carte, conciergerie et assurance).
- Parties prenantes à suivre : les sous-traitants (recrutement, informatique, sécurité, restauration...), les institutions (autorités de tutelles et administratives), les associations (de consommateurs et professionnelles), et les médias.

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.

## ENJEUX ET ENGAGEMENTS

L'analyse de la chaîne de valeur d'American Express Carte France (AECF) a permis d'identifier et de prioriser les impacts environnementaux, sociaux et sociétaux, 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</b> Clients et offres 	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</b> Et lutte contre la fraude 	Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts	Maintenir et améliorer les moyens et systèmes déjà en place pour proscrire toute corruption et conflits d'intérêts
	Lutte contre la fraude	Maintenir et améliorer les moyens et systèmes déjà en place pour lutter contre la fraude
	Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme	Maintenir et améliorer les moyens et systèmes déjà en place 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 traitées par American Express et ses sous-traitants
<b>RESPONSABILITÉ</b> Employeur 	Politique d'achat	Limiter 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</b> Sociétal 	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	

# ORGANISATION RSE

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 extra-financières 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. Il compte un représentant de chacun des départements suivants :



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 disponible afin d'être communiquée aux différentes parties prenantes. Le document est présenté au Conseil d'Administration (CA) d'American Express Carte France.

## EVALUATION DE LA POLITIQUE ET DE LA PERFORMANCE RSE

### 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>1</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.

L'évaluation 2017, portant sur les performances 2016 d'American Express Carte France, est de 73/100. 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 3% d'entreprises classées « Advanced » en 2017. Certains de ses clients et prospects ont accès aux résultats. L'évaluation se détaille comme suit :

80 / 100 sur les sujets éthiques  
70 / 100 sur les sujets sociaux  
70 / 100 sur les sujets des achats et fournisseurs  
70 / 100 sur les sujets environnementaux

American Express Carte France a progressé sur l'ensemble des sujets par rapport à l'année précédente. La formalisation de sa politique ainsi que la transparence expliquent en partie sa progression.

<sup>1</sup> Source : site internet du Carbon Disclosure Project ([www.cdp.net](http://www.cdp.net))



# Transparence clients et offres





## Transparence clients et offres

- Information et conseil à la clientèle
- Expérience et satisfaction clients
- Expérience et satisfaction réseau de commerçants
- Intégration de la RSE dans les prestations et offres



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



**61%** des clients particuliers souhaitent recevoir nos communications



**737** réclamations en 2017



**70%** des relevés clients particuliers ont été dématérialisés en 2017

### OBJECTIFS

- ✓ Communiquer de manière encore plus simple et plus claire sur les bénéfices et les avantages liés aux produits
- ✓ Mettre davantage en avant nos équipes et les témoignages clients
- ✓ Développer des partenariats avec de nouveaux commerçants dans le cadre de notre politique de diversification des produits et des services
- ✓ Renforcer et optimiser la dématérialisation des campagnes de communication pour les clients particuliers
- ✓ Poursuivre notre dialogue avec nos principaux fournisseurs

L'enjeu de transparence envers les clients est prioritaire pour American Express Carte France, qui souhaite aller au-delà des exigences du cadre réglementaire français. Dans ce cadre, la qualité de service, la satisfaction des clients et la confiance du réseau de commerçants constituent notre force.

Notre démarche marketing globale inclut toute une série de recommandations pour assurer la clarté et la transparence de l'offre auprès des clients et prospects et afin de prévenir toute mauvaise compréhension.

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) et l'Advertising Review Board B2B (ARB B2B). Depuis 2015, un système d'audit interne, le Process Risk Self Assessment, teste certaines campagnes de communication en vue d'identifier les éventuelles non-conformités. Les échanges et validations sont dorénavant systématiquement archivés sur une plateforme en ligne « International Marketing Hub » (IMH).

En termes de satisfaction clients, notre éthique de travail valorise le dialogue et pousse les conseillers à s'adapter à la situation du client (Relationship Care®). De plus, 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. En 2017, 61 % des clients particuliers ont souhaité recevoir des informations communiquées par AECF.

Par ailleurs, le développement du réseau de commerçants acceptant le paiement par carte American Express est primordial pour assurer la satisfaction des porteurs de cartes. Sur les trois dernières années, American Express a mis en place de nouvelles initiatives auprès des commerçants indépendants, comprenant de nouvelles offres et tarifications ainsi que des partenariats de distribution avec les principales banques. En 2017, le réseau d'acceptation des cartes est en constante évolution, permettant ainsi d'augmenter la satisfaction des clients existants.

Des actions de formation à la qualité des conseillers clientèle ont permis de faire nettement diminuer le nombre de plaintes et réclamations en 2017 (-41% par rapport à 2016).




Enfin, American Express Carte France adopte une démarche responsable dans ses offres et services. Ainsi, 70 % des relevés clients particuliers et 50% des relevés des petites entreprises étaient dématérialisés en 2017, en hausse par rapport à 2016 avec respectivement 66% et 49% de relevés dématérialisés. L'ensemble des communications à destination des clients (hors relevés) ont été effectuées sur du papier certifié FSC. 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 14001 en 2017.

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.



## Information et conseil à la clientèle

### Chiffres clés 2017

-  **100%** des communications d'acquisition ou de fidélisation d'American Express Carte France passent par une instance de relecture et d'approbation
-  **61%** des clients particuliers souhaitent recevoir nos communications
-  **4%** de lost call rate (appels des clients particuliers sans réponse)

### 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 amont et aval 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'historique des échanges et validations sur chaque document est désormais conservé dans une plateforme en ligne « International Marketing Hub » (IMH).
- 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 et 2017. La plateforme IMH a permis d'automatiser le système et aucune non-conformité n'a été détectée pour les campagnes testées en 2017.

### Adéquation des communications avec les attentes clients

61% des clients particuliers ont souhaité recevoir des offres personnalisées par e-mail et le taux d'ouverture de ces e-mails est de 37%. Le taux de désinscription des e-mailings n'était que de 0,02%, en baisse par rapport à 2016 (0,06% l'année précédente). Ceci démontre une bonne adéquation entre les communications d'American Express Carte France et les besoins des clients particuliers.

En 2017, 1 011 979 appels au service client Global Servicing Network ont été reçus par American Express Carte France et 96% de ces appels ont été traités. Le service de conciergerie Travel & Lifestyle Services, dédié aux clients Premium, a quant à lui reçu 136 148 appels, dont 93% ont été traités.

### Canal et contenu des communications

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 largement prépondérantes. Ainsi, la majorité des campagnes de communication adressées en 2017 par American Express Carte France à ses clients Particuliers et Entreprise ont été faites par campagnes d'e-mailing ou bannières web.

De nombreuses communications ont également été lancées sur les réseaux sociaux, ciblées selon les publics.

De plus, l'espace client, accessible depuis le site American Express, et l'application mobile de gestion du compte client Myca ont évolué en 2017 pour présenter notamment des informations plus structurées, des offres personnalisées en fonction des intérêts du client et une meilleure accessibilité et lisibilité des transactions.

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.



## Expérience et satisfaction clients

### Chiffres clés 2017



737 réclamations

*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.

#### Gestion des réclamations

American Express Carte France a répondu à 737 réclamations en 2017 (source : Déclaration à l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution), soit une baisse de 41% par rapport à 2016.

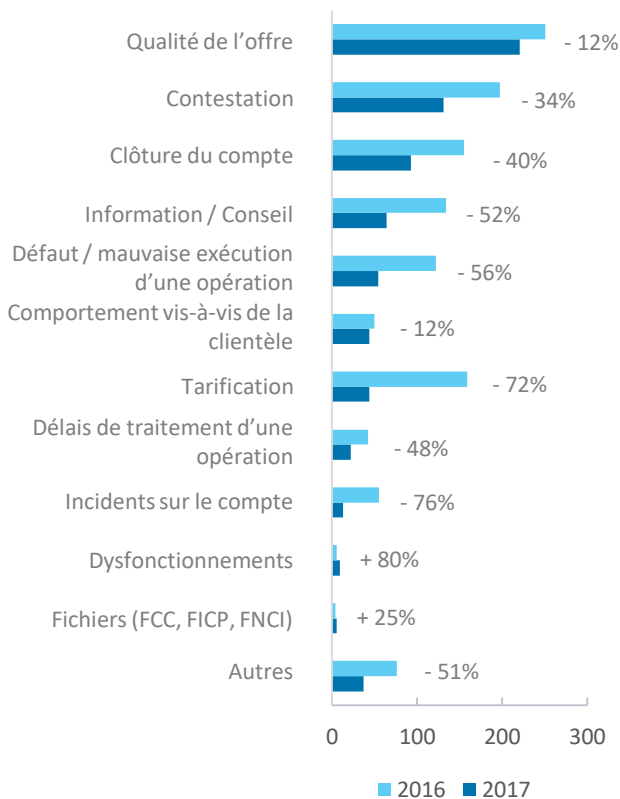
Les plus fortes baisses ont été enregistrées sur les catégories de réclamation Incidents sur le compte (-76%), Tarification (-72%) et Défaut/mauvaise exécution d'une opération (-56%) – voir détail des réclamations page suivante.

En 2017, 93% de ces réclamations venaient des particuliers.

La forte baisse observée dans le nombre de réclamations est notamment due à la mise en œuvre d'actions de formation du service Opérations à la qualité. Un travail sur la qualité de l'environnement de travail des conseillers clientèle a par ailleurs été mené. Intégré au programme Relationship Care®, cet axe de travail baptisé @Theoffice a été récompensé de la Palme de l'Expérience Collaborateur décernée par l'Association Française de la Relation Client (AFRC).



## REPARTITION DES RÉCLAMATIONS CLIENTS – COMPARAISON ENTRE 2016 ET 2017



Par ailleurs, une réponse systématique est adressée à toute réclamation nominative adressée à la direction générale.



## Expérience et satisfaction réseau de commerçants

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

Sur les trois 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 2017, le réseau d'acceptation des cartes a continué de croître, 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, l'équipe en charge du 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.



# Intégration de la RSE dans les prestations et offres

## Chiffres clés 2017



**70%** des relevés clients particuliers ont été dématérialisés en 2017



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

### 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. A fin 2017, 70% des relevés clients à destination des particuliers étaient dématérialisés. Les entreprises peuvent également opter pour des relevés dématérialisés (50% des relevés clients aux petites entreprises l'étaient en 2017). Globalement, de plus en plus de relevés client sont dématérialisés. La plus forte hausse a eu lieu pour les clients particuliers, dont le pourcentage de relevés dématérialisés était de 58% en 2015. Ceci traduit l'intérêt en hausse des clients pour l'offre digitale d'American Express Carte France.

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 2017, 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, 520 tonnes de papier ont été utilisées en 2017 pour les campagnes de communication. Ce papier est 100% certifié Forest Stewardship Council (FSC).

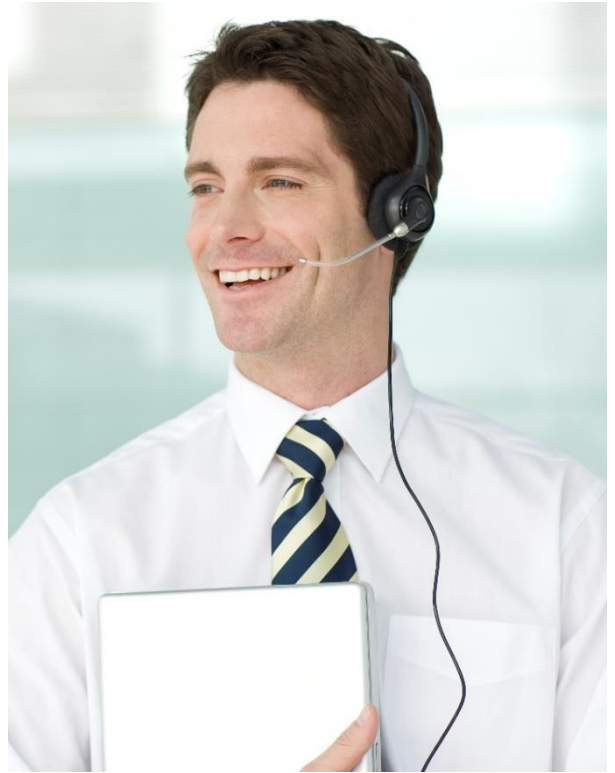
### Fournisseurs responsables

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-corrupcion 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 2017.

Pour en savoir plus sur la politique d'achat, voir le chapitre Politique d'achats (page 18).





# Conformité et lutte contre la fraude



## Conformité et lutte contre la fraude

- Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts
- Lutte contre la fraude
- Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme
- Sécurité et protection des données
- Politique achat



Plus de **94 000** contacts proactifs liés à la sécurité



**7** réclamations liées à la protection des données



**6** demandes d'exercice du droit d'accès aux informations personnelles

### OBJECTIFS

- ✓ Poursuivre les actions de sensibilisation et de communication sur les bonnes pratiques autour de l'éthique et de la lutte contre la fraude
- ✓ Renforcer les audits afin de disposer d'une liste enrichie et actualisée des partenariats et maîtriser parfaitement la liste des entités externes où nous sommes représentés

American Express est soumis aux risques de corruption et de conflits d'intérêts, à l'instar de toute entreprise. Cependant, ses activités d'organisme financier l'exposent également aux risques de fraude, de blanchiment de capitaux, de financement du terrorisme ou encore à la perte ou à l'utilisation frauduleuse de données clients ou appartenant directement à American Express.

Afin de réduire au maximum ces risques, le service « Conformité » 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.

American Express a également mis en place en mai 2017 une cellule d'écoute, Amex Ethics Hotline, disponible toute la semaine, 24 heures sur 24 en remplacement du dispositif d'« Ombudsperson ». Cette cellule a pour but de recueillir de façon confidentielle les situations d'ordre moral auxquelles un collaborateur pourrait être confronté. Elle joue un rôle de médiateur entre le plaignant et sa hiérarchie afin de trouver une solution au problème rencontré (violation du code de conduite, fraude, harcèlement, discrimination, questions commerciales...).

Le service « Global Fraud Risk Management », basé au Royaume-Uni, prévient et analyse les transactions potentiellement frauduleuses. Ainsi, plus de 94 000 contacts « clients proactifs sécurité » ont été effectués en 2017 par SMS et e-mails afin de prévenir les clients de transactions potentiellement frauduleuses. Ces contacts proactifs sont en constante augmentation depuis 2015 et ont cette année permis de détecter 11 cas réellement frauduleux.

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 2017, le Correspondant Informatique & Libertés a traité 6 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 7 réclamations liées à la protection des données en 2017. Ces demandes recouvrent les demandes de rectification ou de suppression des données clients détenues et leur volume, en baisse par rapport à 2016, est peu élevé par rapport au nombre de clients.




De plus, une rubrique dédiée du site commercial d'American Express France propose à ses clients internautes 10 réflexes de protection de leurs données personnelles lors de leurs achats en ligne. Les mesures de sécurité déployées par American Express France pour protéger les transactions de ses clients sont désormais présentées sous format vidéo, accessibles sur YouTube®, afin de sensibiliser les clients via divers canaux de communication.

Enfin, American Express Carte France s'assure de la fiabilité de ses fournisseurs de manière contractuelle. Certains marchés sont plus spécifiquement interdits, car ils représentent de trop grands risques de fraude, de blanchiment de capitaux ou de financement du terrorisme.



# Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts, la fraude, le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme

## Chiffres clés 2017

-  **79%** de salariés formés à la lutte contre la corruption
-  **61%** formés à la lutte contre le blanchiment des capitaux
-  Plus de **94 000** contacts proactifs liés à la sécurité

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.

American Express a également mis en place en mai 2017 une ligne d'éthique, Amex Ethics Hotline, disponible 24 heures sur 24 en remplacement du dispositif d'« Ombudsperson » qui a été définitivement supprimé en septembre 2017. Cette ligne d'éthique a pour but de recueillir de façon confidentielle les préoccupations en matière de conformité ou d'éthique auxquelles un collaborateur pourrait être confronté : violation du code de conduite, fraude, harcèlement, discrimination, questions commerciales... Elle joue un rôle de médiateur entre le collaborateur et sa hiérarchie afin de trouver une solution au problème rencontré. Ce dispositif fonctionne de façon indépendante des autres entités du Groupe et est accessible en ligne ou par téléphone.

### 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).

Ces directives sont intégrées entre autres au Code de Conduite et aux formations obligatoires annuelles auxquelles les salariés sont soumis. La base de données Amex Entertain est l'outil dédié à la gestion des invitations et rétributions et à leur approbation.

De plus, le département « Compliance & Ethics » a initié au second semestre 2017 un travail de cartographie des risques liés à la corruption afin de se mettre en conformité avec la Loi Sapin II. La finalisation de ce travail est prévue pour 2018.

### Lutte contre la fraude

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 94 000 contacts « clients proactifs sécurité » ont été effectués en 2017 par SMS et e-mails afin de prévenir les clients de transactions potentiellement frauduleuses. Il s'agit d'une augmentation d'environ 45% par rapport à 2015. Les modalités de contact des clients ont elles aussi évolué et les clients peuvent désormais choisir d'être contactés par mail ou par SMS uniquement, tandis que les contacts effectués par SMS en 2016 étaient presque systématiquement doublés d'un contact par mail.

48% des clients contactés par SMS et 40% de ceux contactés par e-mail ont répondu à ces contrôles de sécurité. 11 cas se sont avérés réellement frauduleux après une validation positive par SMS ou emails.





## Supervision



Autorité de contrôle  
prudentiel et de résolution



- Examen des rapports
- Remonte les réclamations clients
- Attribution de agréments
- Rapports annuels, rapport du contrôle interne et états financiers
- Réponses aux plaintes clients

## Fraudes et pratiques anti-concurrentielles



Ministère de l'économie  
et des finances  
Direction générale de la  
concurrence, de la consommation  
et de la répression des fraudes



- Assignation
- Requêtes Ad hoc
- Réponses aux requêtes

## Protection de la vie privée et les libertés numériques



Commission nationale de  
l'informatique et des libertés



- Requêtes Ad hoc
- Audit
- Réponses aux requêtes

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



Cellule française de lutte contre  
le blanchiment de capitaux et le  
financement du terrorisme



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

## Formation des collaborateurs à la conformité

En plus des sessions de e-learning obligatoires, des formations présentiellees sont organisées par l'équipe Compliance & Ethics à destination de populations de salariés selon leur degré d'exposition aux risques de non-conformité.

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

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

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.

La connaissance du client, via la procédure « Know Your Customer », est un élément clé du dispositif et de la gestion du risque de criminalité financière. L'efficacité du dispositif est également le résultat d'un travail d'équipe, puisque chaque collaborateur exerce son jugement professionnel en complément du respect de la réglementation et des procédures.



# Sécurité et protection des données

## Chiffres clés 2017

- ✓ 85% de salariés formés à la sécurité et la protection des données
- ➔ 6 demandes d'exercice du droit d'accès aux informations personnelles
- ➔ 7 réclamations liées à la protection des données

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 ».

Afin de sensibiliser ses clients à la protection de leurs données personnelles, le site d'American Express Carte France propose à ses clients des conseils et réflexes sécurité à adopter en cas d'achats en ligne.

## 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 2017, le Correspondant Informatique & Libertés a traité 6 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 7 réclamations liées à la protection des données en 2017. Ces demandes recouvrent les demandes de rectification ou de suppression des données clients détenues.



## Politique achat

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

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

American Express Carte France réalise ses achats presque exclusivement en France. Pour en savoir plus, voir le chapitre Contribution locale (page 30).

### 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.

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

- Données personnelles (sécurité de l'information)
- Criticité pour l'entreprise (continuité de service...)
- Conformité des services à risque (protection du consommateur, communication...)
- Interaction avec nos concurrents
- Transaction financières
- Accès aux données ou au système d'information
- Anti-corruption et sanction : lien juridique avec des organisations gouvernementales et famille d'achat à risque

Selon le niveau de risque, les fournisseurs doivent justifier de documents officiels (politique interne, procédure interne, norme,...) et/ ou avoir leurs sites d'accès et d'hébergement aux données sensibles audités. Le risque de réputation est également pris en compte lors de l'analyse des sept axes de risques décrits précédemment. Le recours à la sous-traitance peut faire l'objet de vérifications particulières selon les secteurs.

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 2017, 30,2% 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 – incluant les documents confidentiels –, des canettes, des bouteilles plastiques, des néons et des piles avec Cèdre, une Entreprise Adaptée, qui soutient et emploie des personnes en situation de handicap.





# Responsabilité employeur



## Responsabilité employeur

- Talents et compétences
- Rémunérations et avantages
- Santé, sécurité et bien-être
- Diversité et égalité des chances

- ✓ **36%** des postes pourvus en interne en 2017
- ✓ **53%** de femmes cadres
- ➔ **4,15%** des salariés en situation de handicap en 2017
- ~ **5 601** heures de formations en 2017
- ➔ **2,60%** de budget au titre des augmentations individuelles de 2017
- ✓ **83%** des salariés déclarent avoir un sentiment de réelle appartenance à la société

### OBJECTIFS

- ✓ Organiser des opérations en interne visant à faire découvrir les métiers de l'entreprise
- ✓ Communiquer sur la répartition femmes-hommes parmi les cadres
- ✓ Multiplier les invitations d'intervenants extérieurs lors d'évènements liés à la diversité
- ✓ Étendre la palette de services liés au bien-être au travail

American Express Carte France comptait 543 salariés au 31 décembre 2017.

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, et passe par la mise en place de réunions de négociation avec les organisations syndicales visant des accords sur des thématiques précises (intéressement, handicap, contrat de génération, travail à domicile, NAO, égalité professionnelle) ainsi que des points réguliers avec le Comité d'Entreprise, le 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.

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 (5 601 heures de formation, correspondant à 1 % de la masse salariale en 2017), de la connaissance des métiers (Acting as, Timesharing...) et de la mobilité interne (36 % des postes ouverts par American Express Carte France ont été pourvus en interne en 2017). Plusieurs actions de formation ont été déployées en 2017 à destination des managers, notamment via la Leadership Community qui leur permet de se former à diverses thématiques comme le droit social et la stratégie business. Au niveau global, un partenariat « American Express & Harvard Certificate in Leadership Excellence » a été mis en place. En outre, les collaborateurs bénéficient d'un programme de rémunération qui récompense la motivation, via une politique de prime à la performance individuelle. Ces conditions de rémunération globale permettent d'attirer, de garder et de récompenser les collaborateurs performants.

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

Enfin, le bien-être et la diversité constituent les deux autres priorités du Groupe. 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. Cette enquête révèle que 83 % des répondants déclarent avoir un sentiment de réelle appartenance à la société. De plus, les collaborateurs d'American Express Carte France bénéficient de nombreux avantages et services, parmi lesquels une carte American Express offerte, des réductions chez de nombreux commerçants, des places en crèche, une conciergerie d'entreprise et des journées offertes aux salariés dont les enfants ou parents sont hospitalisés.

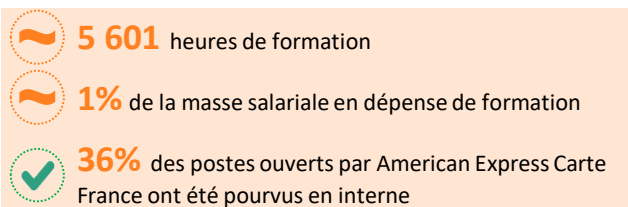
Cet engagement se formalise également dans les différents accords signés par American Express Carte France (Égalité professionnelle femmes / hommes, Handicap et Contrat de génération). Tout au long de l'année, nos collaborateurs sont sensibilisés à la diversité par les Ressources Humaines et notamment la direction de la Diversité. L'initiative Octobre Parme a ainsi été reconduite en 2017 en collaboration avec le réseau WIN pour la quatrième année et a porté sur la thématique des « Salariés aidants familiaux ». L'initiative a notamment permis aux salariés de bénéficier de conseils gratuits sur le rôle des aidants familiaux et sur les aides mobilisables au sein de l'entreprise et à l'extérieur. Par ailleurs, le réseau interne WIN (Women's Interest Network) s'implique depuis plusieurs années pour le développement professionnel et personnel des salariés et favorise le networking.

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).



## Talents et compétences

### Chiffres clés 2017



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 d'activités de développement des compétences 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 rencontre chacun de ses collaborateurs pour l'aider à définir son plan de développement à court et moyen terme. Ces rencontres permettent d'alimenter les Plans de Formation, de Développement et de Carrière personnalisés à chaque collaborateur (le processus est formalisé sur outil en ligne : MySiteRH.com® pour la formation et Navigator pour les plans de développement et de carrière). 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.

Effectués en 2016, les prochains entretiens professionnels auront lieu en 2018. Des entretiens individuels avec les ressources humaines sont par ailleurs 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 2017, huit bilans de compétences et trois VAE ont été effectués ou initiés (deux de ces bilans de compétence et deux des VAE sont encore en cours).

#### Formation

La formation contribue à développer les compétences des collaborateurs et à assurer leur évolution professionnelle au sein de l'entreprise. Ainsi, en 2017, les collaborateurs ont bénéficié de 5 601 heures de formation, dont les dépenses associées correspondent à 1 % de la masse salariale.

L'offre d'accompagnement et de développement des compétences des salariés s'est étoffée et structurée : conjointement aux actions de formations classiques du plan de formation, American Express offre à tous ses salariés dans le monde, la possibilité de se former avec une nouvelle plateforme LMS (Learning Management System) nommée Navigator.

Les formations des collaborateurs sont de 4 types :

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

#### Mobilité interne et connaissance des métiers

En 2017, 29% des postes ouverts par American Express Carte France ont été pourvus par mobilité interne, incluant les mobilités dans le cadre du dispositif « Acting As », et 7% 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 n'importe où dans le monde. Chaque semaine, les postes disponibles sont diffusés par e-mail à l'ensemble des collaborateurs.

De nombreuses initiatives sont développées pour permettre aux collaborateurs de mieux connaître les différents 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 »).
- Des sessions « Lunch & Learn » ont été organisées en 2017 par la Blue Box Engagement Team (BBE) afin de permettre à un petit groupe de collaborateurs d'échanger sur un sujet et/ou un collaborateur spécifique de découvrir un nouveau métier, service ou projet d'American Express.
- Les collaborateurs ont pu accompagner les responsables commerciaux en rendez-vous clientèle à l'occasion de l'opération marketing « On dit OUI ».
- Des sessions de double écoute sont organisées dans tous les services opérationnels et télé-commerciaux afin de permettre aux collaborateurs de découvrir le métier de conseiller clientèle / commerciaux et leur quotidien.

D'autre part, des dispositifs liés à la gestion de carrière comme le coaching, le mentoring, le shadowing (« Vis ma vie »), l'acting as (CDD interne) sont également proposés à l'ensemble des salariés.

Afin de faciliter l'intégration, 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.

En 2017, le programme Leadership Community les a formés notamment aux problématiques de droit social, de stratégie business, de gestion de la performance annuelle et de recrutement.

La Leadership Academy a également été mise en place en 2017, au niveau global, afin de former tous les People Leaders sur des sujets plus stratégiques.

La Leadership Academy découle d'un partenariat avec Harvard afin de créer « American Express & Harvard Certificate in Leadership Excellence ».

Le but est d'offrir à nos cadres un développement sur mesure par le biais de plusieurs modules. Grâce au programme, les participants acquerront des conseils pour renforcer leurs compétences en leadership, strategic thinking etc.

En mêlant des discussions virtuelles en direct avec des modules auto-rythmés, les participants sont en contact avec des pairs mondiaux dans des groupes pour apprendre et partager des perspectives tout en développant leur réseau.

À la fin de chaque programme, tous les participants reçoivent un certificat officiel « American Express & Harvard Certificate in Leadership Excellence ».

De plus, ils ont également été formés à l'application des nouvelles grilles de rémunérations et aux évolutions des outils techniques.

Enfin, chaque nouveau People Leader bénéficie d'un accompagnement personnalisé par l'un des membres du département RH selon son nouveau rôle, ses besoins et potentielles problématiques... Il est également automatiquement intégré dans un programme de formation en ligne – People Leader Foundations – délivré par nos équipes à New-York. Ces sessions sont en anglais et vont lui permettre d'accroître ses connaissances managériales mais également de développer son réseau interne (tous les nouveaux leaders au niveau global sont invités à cette formation).



# Rémunérations et avantages

## Chiffres clés 2017

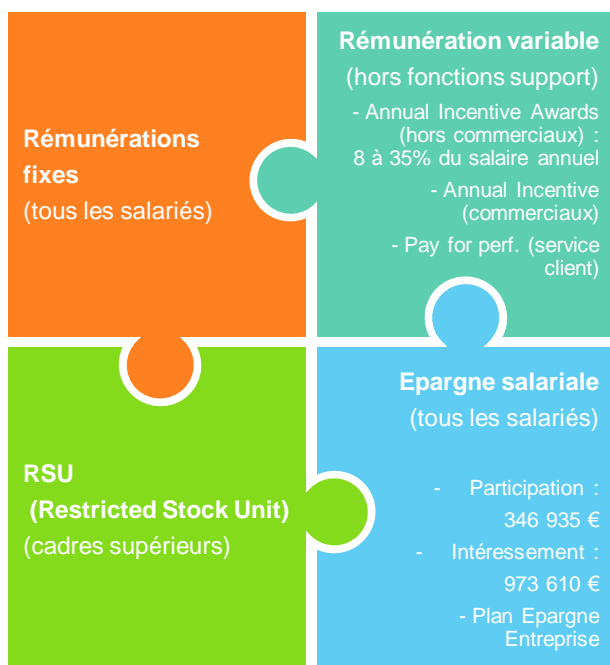
- ✓ Masse salariale : **39,6 millions** d'euros
- ↗ **2,60%** de budget au titre des augmentations individuelles
- ✓ **1 321 545** euros de participation et intéressement

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.

### Les rémunérations se structurent autour de 4 axes

La masse salariale d'American Express Carte France s'est élevée à 39,6 millions d'euros en 2017, soit une augmentation de +6,5 % par rapport à 2016.

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. Les salariés bénéficient de plus d'un accord d'intéressement.



### 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 2017, 430 collaborateurs d'American Express Carte France ont reçu des Reward Blue, pour un montant total de 121 573 euros.

D'autres programmes, comme le « Chairman Award », le « Pinnacle Awards », le « President'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 événement 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 20ème, 30ème, et 40ème 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.





# Santé, sécurité et bien-être

## Chiffres clés 2017

- ✓ Présence d'une **Infirmière** sur le site
- ✓ **68%** de taux de participation à l'enquête de satisfaction annuelle
- ✓ **83%** des salariés déclarent avoir un sentiment de réelle appartenance à la société
- ✓ **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 et de mener des actions de prévention et de sensibilisation (Stop Tabac, Nutrition, vaccination contre la grippe ...). 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 2017, cette cellule a enregistré 12 appels et deux rendez-vous ont été organisés avec le psychologue en face-à-face.

Enfin, une cellule d'écoute, l'Amex Ethics Hotline, 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 Londres

Un collaborateur de l'entreprise ayant été victime des attentats de Londres en 2017, l'entreprise a mis en place une cellule d'écoute psychologique sur site au bénéfice des salariés et apporté toute l'aide utile et nécessaire à la famille du collaborateur décédé. Une opération de soutien à la famille a également été organisée par les collaborateurs et a permis de récolter des fonds, directement versés à ses enfants.

### 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 2017, le taux de participation à l'enquête des salariés d'American Express Carte France était de 68%. 83% des salariés ayant répondu à l'enquête déclarent avoir un sentiment de réelle appartenance à la société et 87% estiment que le travail qu'ils accomplissent a un sens pour eux.

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 ;
- L'intégralité des sièges de bureau ont été changés au profit de sièges ergonomiques afin d'assurer aux salariés de meilleures conditions de travail ;
- Une conciergerie d'entreprise proposant de nombreux services (pressing, courses, massages, assistance administrative coiffeur, réception colis et boutique sur site...);
- 6 jours par an offerts aux salariés dont les enfants sont en situation de handicap (conгés familiaux) ;
- 5 jours par an offerts aux salariés dont les enfants sont hospitalisés (conгés familiaux mis en place en 2016) ;
- 6 jours par an offerts pour accompagner un parent hospitalisé ;
- Organisation de covoiturages lors des travaux d'été du RERA.

Enfin, chaque année, American Express Carte France organise une semaine sur la thématique de la santé au travail. En 2017, la quatrième édition de l'opération **Octobre Parme**, organisée autour du thème des « salariés aidants familiaux », a offert la possibilité aux salariés de bénéficier de conseils gratuits sur le rôle des aidants familiaux, les aides mobilisables au sein de l'entreprise et à l'extérieur et d'une formation aux premiers secours.



Au cours de la semaine, les collaborateurs ont eu l'opportunité de donner leur sang auprès de l'Etablissement Français du Sang et 158 d'entre eux ont participé à une course et collecte de fonds au profit de l'association Robert Debré.

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 de l'entreprise à travers le programme Serve2Gether ou bien par les salariés eux-mêmes (Collecte de jouets, de vêtements, de livres, ...). Voir la partie Engagement des salariés (page 29).



## Diversité et égalité des chances

### Chiffres clés 2017

- ✓ 62% de femmes dans les effectifs
- ↗ 4,15% de salariés en situation de handicap
- ~ 3% de salariés de moins de 26 ans
- ✓ 17% de salariés de plus de 50 ans

*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) mais également dans les consignes données aux managers en matière de diversité dans les recrutements. Trois accords ont été renouvelés en 2017, portant sur l'égalité professionnelle, le contrat génération et le handicap.*

### Egalité professionnelle femmes-hommes

En 2017, American Express Carte France comptait 62% de femmes et 38% d'hommes.

Parmi les cadres, 53% sont des femmes. C'est pourquoi l'égalité professionnelle femmes-hommes est un axe fort de la politique diversité.

Afin de répondre à l'objectif « A statut égal, salaire égal », un système de correction des inégalités salariales a été mis en place pour répondre notamment aux cas d'inégalités salariales à la suite d'une évolution de poste.

De plus, 56% 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. Le retour de congé maternité se fait de manière progressive sur une période de 15 jours, avec maintien du salaire à taux plein.

Depuis 2016, 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 2017 a vu se poursuivre les initiatives After Work et Lunch & Learn dont l'objectif est de découvrir d'autres métiers, d'autres collègues, les conférences sur des thématiques aussi variées que la confiance en soi, la place des femmes et les relations de travail, boostez votre profil LinkedIn.

Pour sa quatrième édition, la semaine Octobre Parme, co-organisée par le réseau WIN avec la Mission Diversité, a connu un franc succès.

## RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR SEXE

543 salariés



## RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR SEXE PARMIS LES CADRES

253 cadres



### Conférence sur la thématique « Savoir parler de ses réussites pour se valoriser » organisée par le réseau WIN

Au cours de cette conférence ouverte à tous, les salariés ont pu acquérir des outils concrets et une nouvelle façon de se positionner :

- Comprendre l'importance de la communication non verbale
- Accroître son influence, sa visibilité et son impact
- Apprendre à travailler son image en milieu professionnel.

## Handicap

En 2017, 4,15% 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 (voir chapitre Politique achat).

Au-delà de l'embauche de salariés en situation de handicap, American Express Carte France adapte si nécessaire les postes 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. 33 personnes en ont bénéficié en 2017, ce qui a représenté la somme totale de 28 500 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 2017, American Express Carte France comptait 3% de salariés ayant moins de 26 ans et 17% ayant plus de 50 ans. De plus, 9% 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).
- Communication adressée à l'ensemble des collaborateurs détaillant les nouvelles mesures des accords renouvelés en 2017 liés à l'égalité professionnelle, le contrat génération ou le handicap (voir la partie Engagement des salariés page 29).



# Engagement sociétal



## Engagement sociétal

- Engagement des salariés et mécénat
- Contribution locale, partenariats et vie associative
- Respect de l'environnement



**Plus de 22 500** euros versés aux associations en 2017



**191** millions d'euros d'achats et services externes en 2017



**5,4** millions d'euros d'impôts et taxes en 2017



**54** kgCO<sub>2</sub>e par porteur de cartes en 2017

### OBJECTIFS

- ✓ Valoriser en termes de communication l'engagement de nos salariés
- ✓ Intégrer de plus en plus des critères de responsabilité sociétale dans les appels d'offres
- ✓ Programmer des rencontres avec les sous-traitants, notamment ceux de notre site, pour échanger sur leurs politiques et pratiques de responsabilité sociétale
- ✓ Promouvoir davantage la politique Voyages
- ✓ Optimiser le calcul de nos émissions de gaz à effet de serre et **mettre en place un plan d'action dédié**
- ✓ Étudier la faisabilité de la mise en place d'un système d'optimisation énergétique des services logiciels, de détecteurs de mouvements, d'un audit énergétique du siège et le tri et le suivi des déchets en lien avec le prestataire de la restauration de notre siège

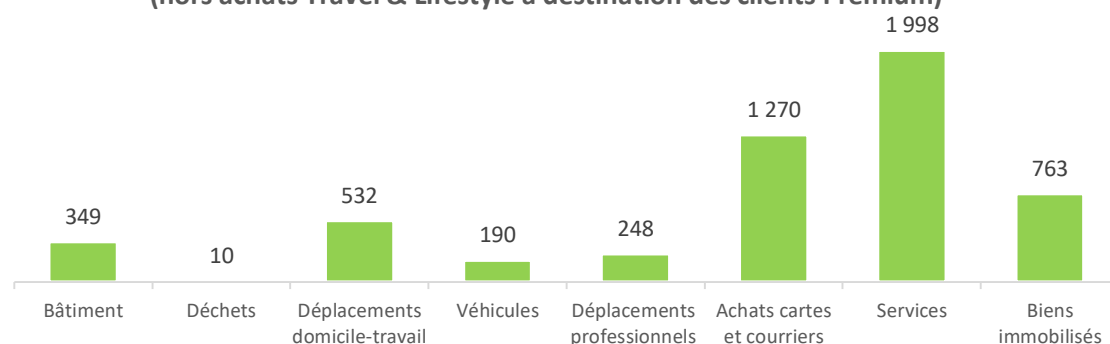
American Express Carte France s'engage de différentes manières, grâce à des actions régulièrement organisées en faveur de la solidarité et de l'environnement, au mécénat et à la mise en place de partenariats.

Ainsi, chaque année, American Express Carte France soutient l'engagement de ses salariés en faveur d'initiatives collectives et individuelles (Semaine d'animation « Octobre Parme » sur la thématique des « Salariés aidants familiaux », Téléthon, Sidaction, collecte de vêtements et jouets pour différentes associations...).

Notre mécénat est principalement orienté autour du soutien et de la promotion du patrimoine culturel. Différents sites en ont bénéficié ces dernières années, comme le Musée du Louvre, la Maison de Van Gogh, le Musée d'Orsay et tout récemment l'Église Notre-Dame-de-Lorette à Paris. Les projets portés par American Express Carte France auprès de la fondation du Groupe sont conséquents, même s'ils sont menés de manière ponctuelle.

Enfin, American Express Carte France, du fait de la nature de ses activités et services, a un faible impact sur l'environnement. Son empreinte carbone est principalement constituée des émissions provenant de son activité d'agence de voyage et conciergerie à destination des clients Premium – activité Travel & Lifestyle Services –, qui représente plus de 90% des émissions totales. En dehors de ce postes, les émissions les plus significatives sont liées aux achats notamment les services, les cartes et les immobilisations.

### Emissions de GES 2017 en tCO<sub>2</sub>e (hors achats Travel & Lifestyle à destination des clients Premium)



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).



## Engagement des salariés et mécénat

### Chiffres clés 2017



**Plus de 22 500** euros versés aux associations en 2017

#### Engagement des salariés

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 2017 :

- Lancement en France du programme mondial de bénévolat « Serve2Gether » qui a connu un beau succès avec déjà plus de 100 collaborateurs volontaires enrôlés et 3 opérations lancées :
  - Demi-journée d'échanges avec les résidents de l'EHPAD Korian Mandoline (8 bénévoles) dans le cadre de la semaine « Octobre Parme »
  - Dons de jouets neufs et présence de 5 collaborateurs bénévoles pour l'opération « Noël des enfants » à Robert Debré
  - Actions solidaires intra-entreprise au profit de 4 associations (Love In A Box, L'un Est L'Autre, L'Armée du Salut et Aurore) : 120 bénévoles
- Semaine d'animation « Octobre Parme » sur la thématique des « Aidants familiaux » : animations, activités sportives (158 coureurs/marcheurs) et collecte de fonds (5 712 euros reversés au profit de l'Association Robert Debré, qui a pour objectif de redonner le sourire aux enfants hospitalisés)
- Téléthon : dons des collaborateurs et abondement de la société (15 877 euros)
- Sidaction : dons des collaborateurs de 1 024 euros à l'occasion du petit-déjeuner / tombola
- Collecte de vêtements au profit de l'association « J'aide la chance », fondée par une ancienne collaboratrice d'AECF
- Organisation d'une demi-journée de présentation des associations dans lesquelles les collaborateurs sont impliqués
- Collecte annuelle des pièces jaunes\*
- Collecte de fonds pour l'association Miniku (association de protection féline)\*

#### 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 2017, environ 150 bénévoles ont récolté 149 833 euros grâce à 3 674 promesses de dons.

#### 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 ;
- Participation à un projet renouvellement de la signalisation des œuvres d'art du Musée du Louvre, via l'octroi d'une bourse aux American Friends of the Louvre en 2017.

\* montants récoltés non inclus dans le total versé aux associations en 2017



## Contribution locale, partenariats et vie associative

### Chiffres clés 2017

- ✓ **59** collaborateurs vivent à Rueil-Malmaison et **153** dans le département
- ✓ **Près de 191 millions** d'euros d'achats fournisseurs et services externes
- ✓ **Près de 47 millions** d'euros de salaires annuels
- ✓ **Plus de 5,4 millions** d'euros d'impôts, taxes et versements assimilés

#### Contribution locale

Face à son chiffre d'affaires, American Express Carte France a porté ses investissements et charges de fonctionnement 2017 à hauteur de :

- Près de 191 millions d'euros en achats fournisseurs et services externes
- Près de 47 millions d'euros en salaires
- Près de 19,8 millions d'euros en charges sociales
- Plus de 5,4 millions d'euros en impôts, taxes et versements assimilés :

Les achats fournisseurs et autres charges externes de l'entreprise (incluant la publicité, la sous-traitance, etc.) s'élevaient à 190,8 millions d'euros. American Express Carte France réalise 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, 59 collaborateurs vivent à Rueil-Malmaison et 153 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'infirmier, le courrier, l'informatique, l'audit et l'entretien des locaux.

#### 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)
- Les Etats de la France



## Respect de l'environnement

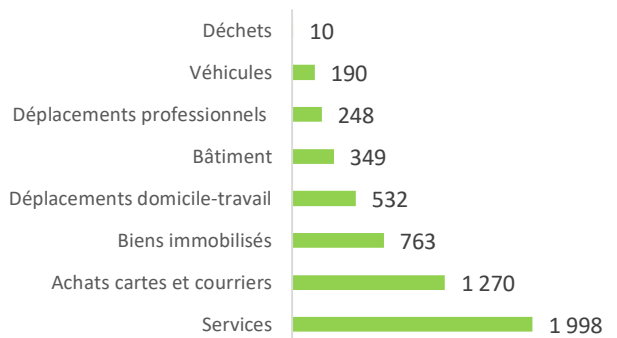
### Chiffres clés 2017

- 🌊 **54** kgCO<sub>2</sub>e par porteurs de cartes
- ✓ **19** km en moyenne entre le site d'American Express Carte France et le domicile des salariés
- 🌊 **48%** des salariés se rendant au travail en métro, à vélo ou à pied
- 🌊 **3 476** km parcourus en moyenne par salariés en déplacements professionnels
- 🌊 **0,5** kg de papier en moyenne par porteur de carte
- 🌊 **193** kWh d'énergie consommée par m<sup>2</sup>

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

Cette empreinte carbone est constituée à plus de 90% par les activités d'agence de voyage et de conciergerie à destination des clients Premium (activité Travel & Lifestyle Services). Les autres émissions sont principalement dues aux achats, notamment ceux liés aux services, cartes et immobilisations.

### EMISSIONS DE GES 2017 EN TCO<sub>2</sub>E (HORS ACHATS VOYAGES & CONCIERGERIE)



En tant qu'entreprise de moyens de paiement, American Express Carte France considère que ses leviers d'action sont faibles sur ses achats et se concentre sur la réduction de ses impacts des déplacements professionnels, domicile-travail et les consommations de son bâtiment.

## Déplacements professionnels

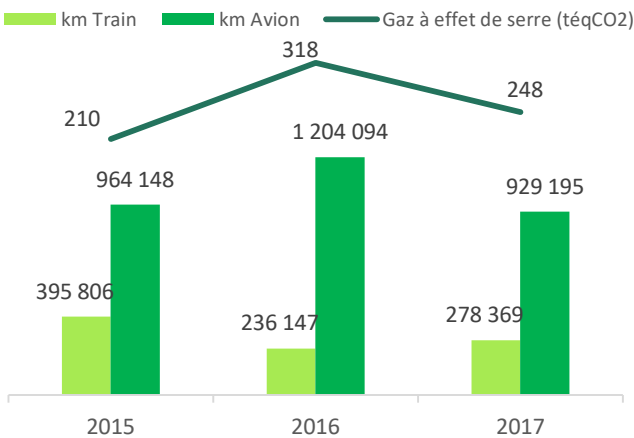
Afin de réduire les déplacements professionnels et les émissions de gaz à effet de serre associées, le Groupe American Express a mis en place plusieurs politiques « Voyage » opérationnelles autour d'axes forts :

- 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
- En 2017, 96% des véhicules de la flotte d'AECEP sont en dessous de 150 grammes de CO<sub>2</sub> équivalent par kilomètre et 66% sont même en dessous de 110 grammes de CO<sub>2</sub> équivalent par kilomètre.

Afin de limiter les déplacements professionnels, une politique de télétravail a été mise en place et l'ensemble des salariés a désormais la possibilité d'organiser des vidéo-conférences via l'outil Webex.

Les déplacements professionnels des collaborateurs en avion ont diminué en 2017. Les kilomètres parcourus par collaborateurs s'élevaient à 3 476 km tous modes de transport confondus.

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



## Bâtiment responsable

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

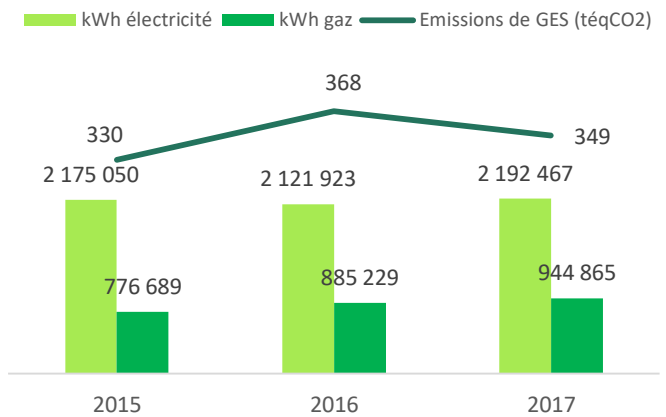
A noter : Le site, deux bâtiments de 4 et 6 étages, héberge également American Express Payment Services Ltd France sur un peu plus d'un étage. Les données environnementales incluent cette entité.

Au global, les émissions de gaz à effet de serre ont diminué par rapport à 2016. Cette diminution est en grande partie due à un changement méthodologique puisque le facteur d'émission de l'électricité a été mis à jour. A facteur d'émission constant, les émissions de gaz à effet de serre augmentent de 5%. On constate en effet une consommation plus importante de gaz naturel pour le chauffage des locaux en 2017 par rapport aux années précédentes.

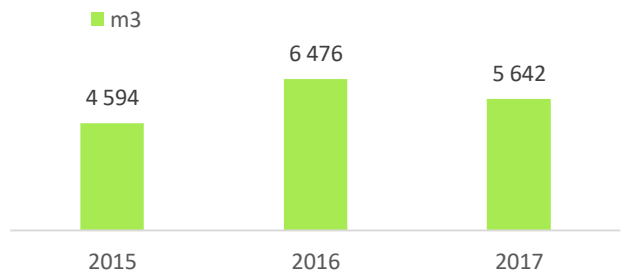
En 2017, les consommations d'eau ont diminué par rapport à 2016, qui avait été marquée par des fuites sur un compteur défectueux.

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, les canettes, les néons et les piles sont quant à eux collectés et recyclés par Cèdre.

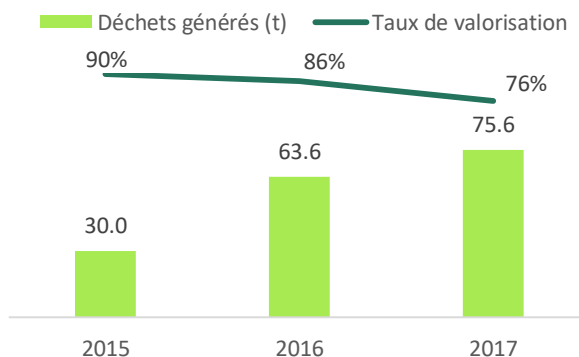
## KWH ET EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE DU SITE AMERICAN EXPRESS CARTE FRANCE CES 3 DERNIERES ANNEES



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



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



# Annexes

Table de correspondance Grenelle II

Table de correspondance GRI G4

Attestation de présence et de sincérité sur les informations RSE



# Table de correspondance Grenelle II

Ce rapport est le fruit d'un cycle de reporting annuel. Il porte sur l'année 2017 (1er janvier au 31 décembre).

1.	Social	Correspondance et / justification	Page
1.a	Emploi		
	Effectif total et la répartition des salariés par sexe, par âge et par zone géographique	<b>Salariés et organisation du travail</b> <i>(American Express Carte France n'est implanté qu'en région parisienne)</i>	4
	Les embauches et les licenciements	<b>Salariés et organisation du travail</b>	4
	Les rémunérations et leur évolution	<b>Rémunérations et avantages</b>	23
1.b	Organisation du travail		
	Organisation du temps de travail	<b>Salariés et organisation du travail</b>	4
1.c	Relations sociales		
	Organisation du dialogue social, notamment les procédures d'information et de consultation du personnel et de négociation avec celui-ci	<b>Responsabilité employeur</b>	20
	Le bilan des accords collectifs	<b>Responsabilité employeur</b>	20
1.d	Santé et sécurité		
	Les conditions de santé et de sécurité au travail	<b>Santé, sécurité et bien-être</b>	24
	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>	-
1.e	Formation		
	Les politiques mises en œuvre en matière de formation	<b>Talents et compétences</b>	21
	Le nombre total d'heures de formation	<b>Talents et compétences</b>	21
1.f	Egalité de traitement		
	Les mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes	<b>Diversité et égalité des chances</b>	25
	Les mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées	<b>Diversité et égalité des chances</b>	25
	La politique de lutte contre les discriminations	<b>Diversité et égalité des chances</b>	25

2. Environnement	Correspondance et / justification	Page
<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 dans la section « Organisation RSE » page 7.</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 2017. 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 la section « Chaîne de valeur et principaux enjeux d'American Express Carte France, page 5)</i>	-
Les mesures de prévention, de recyclage, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets	<b>Respect de l'environnement</b>	30
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 la section « Chaîne de valeur et principaux enjeux d'American Express Carte France, page 5)</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 la section « Chaîne de valeur et principaux enjeux d'American Express Carte France, page 5)</i>	-
<b>2.c</b> Utilisation durable des ressources		
La consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales	<b>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 Ressource Institut). Cependant, les consommations du site sont trop faibles pour impacter significativement le réseau.</i>	30
La consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité dans leur utilisation	<b>Intégration de la RSE dans les prestations et offres</b>	13
La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	<b>Respect de l'environnement</b>	30
<b>2.d</b> Changement climatique		
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>Respect de l'environnement</b>	30
<b>2.e</b> Protection de la biodiversité		
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 la section « Chaîne de valeur et principaux enjeux d'American Express Carte France, page 5)</i>	-

3.	Sociétal	Correspondance et / justification	Page
3.a	Impact territorial, économique et social de l'activité de la société		
	En matière d'emploi et de développement régional	Contribution locale, partenariats et vie associative	30
	Sur les populations riveraines ou locales	Contribution locale, partenariats et vie associative	30
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		
	Les conditions du dialogue avec ces personnes ou organisations	Les attentes des parties prenantes	5
	Les actions de partenariat ou de mécénat	Engagement des salariés et mécénat	29
3.c	Sous-traitance et fournisseurs		
	La prise en compte dans la politique d'achat des enjeux sociaux et environnementaux	Politique d'achat	18
		Intégration de la RSE dans les prestations et offres	13

# 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.

Eléments 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 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	American Express en bref Politique achat	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	Contribution locale, partenariats et vie associative	Partiel

Eléments Généraux	Code	Chapitre	Complet / 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
- 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		Complet
- Expliquer comment l'organisation a mis en œuvre les Principes de reporting de contenu.			
Répertorier tous les Aspects pertinents identifiés	19		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			
- 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 :	20	American Express en bref	Complet
- soit la liste des entités ou groupes d'entités inclus dans le point G4-17 pour lesquels l'Aspect n'est pas pertinent,		Stratégie et organisation RSE	
- 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.			
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			
- 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	21		Complet
- indiquer toute restriction spécifique concernant le Périmètre de l'Aspect en dehors de l'organisation			
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	American Express en bref	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	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.		Table de correspondance GRI G4	
- Indiquer l'Index du contenu GRI pour l'option choisie		Attestation de présence	
- 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		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.	33	Attestation de présence	Partiel
- 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.			
<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	Transparence clients et offres 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	Contribution locale	Complet
<b>Impacts économiques indirects</b>			
Impacts économiques indirects substantiels, y compris importance de ces impacts	EC8	Contribution locale	Partiel
<b>Pratiques d'achat</b>			
Part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels	EC9	Contribution locale	Partiel
<b>Environnement</b>			
<b>Energie</b>			
Consommation énergétique au sein de l'organisation	EN3	Respect de l'environnement	Complet
<b>Emissions</b>			
Émissions directes de gaz à effet de serre (scope 1)	EN15		Complet
Émissions indirectes de gaz à effet de serre (scope 2) liées à l'énergie	EN16	Respect de l'environnement	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	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 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	Rémunérations et avantages	Complet
Retour au travail et maintien en poste après le congé parental, par sexe	LA3	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	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	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	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 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	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	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>			
Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur la société dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	SO10	American Express en bref Politique d'achat	Partiel

Éléments spécifiques	Code	Chapitre	Complet / Partiel
<b>Social et responsabilité liée aux produits</b>			
<b>Étiquetage des produits et services</b>			
Résultats des enquêtes de satisfaction client	PR5	<b>Expérience et satisfaction clients</b>	<i>Complet</i>
<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	<b>Information et conseil à la clientèle</b>	<i>Partiel</i>
<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	<b>Sécurité et protection des données</b>	<i>Complet</i>
<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	-	-

# Rapport d'assurance de l'Organisme Tiers Indépendant (OTI)



**AMERICAN EXPRESS CARTE - FRANCE**

**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 2017**



**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 2017**

Aux actionnaires,

AMERICAN EXPRESS CARTE - FRANCE  
4, rue Louis Blériot  
92500 RUEIL MALMAISON

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société AMERICAN EXPRESS CARTE - FRANCE désigné organisme tiers indépendant et accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1060 (portée disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2017, 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 document « AMEX - Référentiel - Outil consolidation » 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) ;

---

*PricewaterhouseCoopers Audit, 63, rue de Villiers, 92208 Neuilly-sur-Seine Cedex  
Téléphone: +33 (0)1 56 57 58 59, Fax: +33 (0)1 56 57 58 60, [www.pwc.fr](http://www.pwc.fr)*

- 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).

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur la conformité aux autres dispositions légales applicables le cas échéant, en particulier celles prévues par la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 dite Sapin II (lutte contre la corruption).

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 4 personnes et se sont déroulés entre fin novembre 2017 et début avril 2018 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 nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention et, concernant l'avis motivé de sincérité, à la norme internationale ISAE 3000 (Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information).

## **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 5 entretiens avec une dizaine de 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 est présentée en annexe :

- 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, vérifié les calculs sur la base de sondages et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le rapport de gestion ;
- 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. Ces travaux représentent 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.

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

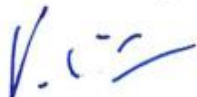
Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du 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 11 avril 2018

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, dont indicateurs pourcentage de femmes dans les effectifs, pourcentage de salariés de moins de 26 ans, pourcentage de salariés de plus de 50 ans ;
- Embauches et licenciements ;
- Nombre total d'heures de formation, dont indicateur nombre d'heures de formation en 2017 ;
- Mesures prises en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes, dont indicateur pourcentage de femmes cadres ;
- Mesures prises en faveur de l'emploi et de l'insertion des personnes handicapées, dont indicateur pourcentage des salariés en situation de handicap en 2017.

Informations environnementales :

- Mesures de prévention, de recyclage, de réutilisation, d'autres formes de valorisation et d'élimination des déchets ;
- Consommation d'énergie, mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et recours aux énergies renouvelables ;
- Mesures prises pour préserver la biodiversité.

Informations sociétales :

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



## AMERICAN EXPRESS CARTE – FRANCE

Société Anonyme au capital de 77 873 000 Euros

Siège social : 4, rue Louis Blériot 92 500 Rueil Malmaison

Tél. 01 47 77 30 00

[www.americanexpress.com/fr/](http://www.americanexpress.com/fr/)

Contact : [rse@aexp.com](mailto:rse@aexp.com)