

Déclaration de performance extra-financière



CONFORMITÉ
et lutte contre la fraude



TRANSPARENCE
clients et offres



RESPONSABILITÉ
employeur



ENGAGEMENT
sociétal

Sommaire

| | |
|--|----|
| Edito | 3 |
| Présentation des activités et du périmètre | 4 |
| Organisation de la RSE | 5 |
| Le modèle d'affaires | 5 |
| Les risques extrafinanciers | 8 |
| Enjeux et politique RSE | 10 |



Conformité et lutte contre la fraude 11

- Lutte contre la fraude
- Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts
- Réglementation fiscale
- Sécurité et protection des données



Transparence clients et offres 21

- Qualité et transparence des offres entreprises
- Qualité et transparence des offres particuliers
- Conseil et accompagnement des clients notamment en cas de risques d'impayés



Responsabilité employeur 29

- Attraction des talents
- Talents et compétences
- Santé, sécurité, bien-être et dialogue social
- Rémunérations et avantages
- Diversité et égalité des chances



Engagement sociétal 27

- Impact climatique
- Engagement des salariés et mécénat

Edito



Chez American Express, nous attachons une importance majeure à réaffirmer la contribution sociale qui nous incombe en tant qu'entreprise. Parce que l'univers des services financiers est trop souvent réduit aux seuls indicateurs de performance économique, nous pensons qu'il est indispensable de rappeler combien la dimension humaine est au fondement même de nos activités. Au-delà d'être un opérateur financier, American Express est avant tout un opérateur de services qui s'attarde à garantir un impact positif de ses actions sur les environnements au sein desquels il s'insère. Cet engagement se mesure à l'aune de nos indicateurs de performance RSE qui sont pour une large majorité en progression sur l'année 2018.

En France, notre démarche RSE se veut globale et transversale. Chez American Express, nous envisageons le développement de nos activités en intégrant une réflexion à l'égard de l'ensemble des parties prenantes qui composent notre écosystème. Fondée sur quatre piliers que sont la conformité et la lutte contre la fraude, la transparence des offres et la satisfaction client, la responsabilité employeur et l'engagement sociétal ; notre politique RSE rend compte de la volonté d'American Express de placer l'excellence du service au cœur de ses pratiques et de ses engagements.

Forts d'une culture d'entreprise dans laquelle la réussite est issue d'un travail collectif conduit dans le respect de chacun, nos actions et nos initiatives RSE sont pleinement portées par nos collaborateurs, avec le soutien de nos clients et de nos fournisseurs.

Nous pouvons être fiers de ces belles avancées. Elles nous encouragent à poursuivre le travail engagé, et je sais pouvoir compter sur l'ensemble de nos collaborateurs et de nos parties prenantes qui contribuent à faire d'American Express une entreprise performante, responsable et exemplaire.



Caroline Gaye
Directeur Général d'American Express
Carte France

PRÉSENTATION DES ACTIVITÉS ET DU PÉRIMÈTRE

Fondé en 1850, American Express est un groupe international, premier émetteur mondial de cartes non bancaires et acteur majeur dans les services financiers. Filiale du groupe américain American Express, la société American Express Carte France (AECF) propose des cartes de paiement internationales associées à un ensemble de services garantissant sécurité et assistance partout dans le monde. Ces moyens de paiement s’adressent aussi bien aux particuliers qu’aux professionnels implantés en France.

Le schéma ci-dessous présente l’imbrication des activités d’American Express Carte France au sein du Groupe American Express.



Cette déclaration de performance extrafinancière présente des informations sur l’activité d’American Express Carte France.

Toutefois, l’activité d’American Express Carte France est fortement liée aux activités du Groupe et d’American Express Payment Services Ltd, qui gère l’affiliation du réseau de commerçants. De ce fait, pour assurer la qualité des données communiquées et pour permettre une meilleure compréhension de l’activité, certaines informations relatives au Groupe American Express et à la société American Express Payment Services Ltd ont été ajoutées.

ORGANISATION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE (RSE)

La politique RSE d'AECF est mise en œuvre de manière transversale par les différentes directions métiers.

De nombreuses politiques internes sont déployées en adéquation avec les valeurs de la société. Ces politiques couvrent des sujets variés et opérationnels relatifs par exemple aux achats, à la conformité, à la transparence des processus opérationnels, à la satisfaction client ou encore aux conditions de travail des collaborateurs.

Un Comité RSE coordonne ces démarches. Il propose des objectifs et des axes d'action en accord avec les enjeux majeurs de l'activité. Il suit ensuite l'avancement des plans d'action et s'assure de la mise en place d'indicateurs de mesure de la performance. Il est aussi en charge de la communication des informations extrafinancières dans le Rapport de Gestion.

Ce Comité RSE est composé de membres représentatifs des fonctions transverses d'AECF et compte un représentant de chacun des départements suivants :



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

La déclaration de performance extrafinancière est intégrée 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.

LE MODÈLE D'AFFAIRES

Des entretiens auprès des différentes directions du Groupe ont permis d'identifier la dynamique de création de valeur d'American Express Carte France. Sur la base de ces entretiens, une première version du modèle d'affaires a été élaborée. Ce modèle d'affaires a ensuite été finalisé par le Comité RSE puis validé par la Direction Générale. Le modèle d'affaires présente l'activité de la société ainsi que les tendances de marché dans lesquelles elle s'inscrit. Il permet d'identifier les différentes ressources mobilisées par la société pour créer de la valeur.

TENDANCES DU SECTEUR DE

- **L'évolution du cadre réglementaire** (RGPD, protection des consommateurs et identification online, 2e Directive sur les Services de Paiement, Open Banking, etc.) entraînant une plus forte attention des clients à la protection des données personnelles

- **Une complexification de la** nouveaux acteurs, notamment GAFA, etc.), entraînant une accor offres et des attentes des cli

RESSOURCES

GROUPE AMERICAN EXPRESS

- Des fonctions supports globales
- Des process et des outils groupe
- Des investissements groupe
- Un accès au marché interbancaire
- Des efforts de R&D mutualisés
- Une mise sur le marché d'offres plus rapide, vérifiées sur des marchés tests
- Une antenne strat'up aux Etats-Unis



RESSOURCES HUMAINES

- 44% de cadres et 56% de non-cadres
- 2,95% de la masse salariale consacrée en dépense de formation
- 99% des collaborateurs ayant bénéficié de formations sur l'exercice
- Un service client internalisé disponible 7j/7 et 24h/24



RESSOURCES TECHNOLOGIQUES

- Des services et des outils internalisés à la pointe
- Partenariats avec des start-up innovantes
- Des équipes d'experts sur tous les sujets stratégiques



RESSOURCES ÉCONOMIQUES

- 99,99% du capital détenus par American Express France SAS
- Ensemble des besoins en fond de roulement assurés en interne au sein du Groupe



RESSOURCES SOCIÉTALES

- 198,9 M€ d'achats AECF
- Un réseau de partenaires variés pour répondre aux attentes de nos clients
- Equipe centralisée sur un site de 14 690 m²

ACTIVITÉS

VALEURS DU GROUPE

- CUSTOMER COMMITMENT
- QUALITY
- INTEGRITY
- TEAMWORK

GROUPE AMERICAN EXPRESS

COLLABORATEURS

FOURNISSEURS

PARTENAIRES

Innover pour améliorer nos offres et premiumiser nos services

Proposer des services adaptés, sécurisés et différenciés

Étudier être à l'écoute des besoins et des attentes de nos clients

ACTIONNAIRES & INVESTISSEURS

BANQUE

LES SOLUTIONS DE PAIEMENT

concurrence avec l'entrée de l'univers du digital (Fintech, digitalisation des paiements)

- Un renforcement de la sécurité des moyens de paiements (Solutions 3DS), notamment dans le cadre de la lutte contre la fraude et le renforcement de la cybersécurité

ACTIVITÉS

- RESPECT FOR PEOPLE
- GOOD CITIZENSHIP
- A WILL TO WIN
- PERSONAL ACCOUNTABILITY



AMERICAN EXPRESS

Services, clients

Développer notre portefeuille clients et le fidéliser

Développer le réseau de commerçants acceptant nos cartes

et toutes les activités

ES

CLIENTS PARTICULIERS

CLIENTS TPE, PME

CLIENTS GRANDS GROUPES

COMMERÇANTS

AUTORITÉS RÉGULATRICES

CRÉATION DE VALEURS

CAPITAL HUMAIN

- 37,4 M€ de masse salariale
- Prix RH (AFRC, formation, Great Place to Work, ...)
- 54% de femmes cadres
- 4,17% du personnel en situation de handicap

CAPITAL TECHNOLOGIQUE

- Optimisation du système 3D Secure
- De nouveaux services et fonctionnalités en ligne

CAPITAL ÉCONOMIQUE

- 301 M€ de chiffre d'affaires soit +4,15% par rapport à 2017
- Evolution du portefeuille clients Particuliers : +3,04% par rapport à 2017
- Evolution du portefeuille clients Corporate : -1,89% par rapport à 2017

CAPITAL SOCIÉTAL

- 87% de fournisseurs en France
- Statut Gold Ecovadis (73 sur 100)
- 9,99 M€ d'impôts et taxes
- 11 opérations de collecte (fonds ou biens) auprès des collaborateurs au profit d'associations

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 l'activité du Groupe. Les attentes des parties prenantes prioritaires sont résumées ci-dessous :

AmEx Group



- Conformité réglementaire
- Santé et sécurité
- Satisfaction clients
- Diversité des salariés

Clients



(Particuliers, TPE, Corporate et Commerçants)

- Taux de couverture du réseau commerçant
- Service client performant et personnalisé
- Transparence sur la gestion des enjeux de société (RSE)

Salariés



(Instances représentatives du personnel, collaborateurs et candidats)

- Rémunérations équitables et motivantes
- Avantages sociaux et épanouissement au travail
- Engagement sociétal de l'entreprise

Actionnaires et investisseurs



- Conformité réglementaire
- Santé et sécurité
- Performance financière et extra-financière

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. .

RISQUES EXTRAFINANCIERS





Afin d'identifier les informations les plus pertinentes au regard de l'activité, les conséquences sociales, les conséquences environnementales et les questions de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption ont été étudiées.

L'ensemble des risques extrafinanciers engendrés par l'activité d'AECF et relatifs à ces thématiques ont été identifiés par le Comité RSE. Ces risques ont ensuite été hiérarchisés en fonction de leur impact sur l'activité et sur les parties prenantes ainsi que de leur probabilité d'occurrence. L'identification des risques clés permet d'adapter la politique RSE d'AECF en fonction des sujets prioritaires.

37 risques ont été analysés et 10 risques significatifs ont été déterminés comme prioritaires :

1. Blanchiment des capitaux, fraude et financement du terrorisme
2. Ne pas trouver les profils adéquats au bon fonctionnement de l'activité
3. Capacité à faire monter en compétence les collaborateurs pour répondre aux attentes du business
4. Attractivité, qualité et transparence des offres clients GCS (BtoB)
5. Corruption, conflits d'intérêts
6. Non-conformité à la réglementation fiscale
7. Non-respect de la confidentialité des données à caractère privé/personnel
8. Attractivité, qualité et transparence des offres clients PCS (BtoC)
9. Impayés des clients et contentieux
10. Risques psychosociaux

L'activité AECF est une activité de service concentrée sur un site unique. De ce fait, aucun risque lié aux conséquences environnementales n'apparaît comme prioritaire. Toutefois, soucieux d'avoir une démarche RSE globale et transversale, les émissions de gaz à effet de serre générées du fait de l'activité seront abordées à la manière d'un risque principal.

| Engagements RSE | Enjeux | Risques majeurs associés | Traitement du risque |
|--|---|---|----------------------|
| Conformité et lutte contre la fraude  | Lutte contre la fraude | • Blanchiment d'argent, fraude | p. 10 |
| | Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts | • Corruption, conflits d'intérêts | p. 11 |
| | Respect de la réglementation fiscale | • Non-conformité à la réglementation fiscale | p. 12 |
| | Sécurité et protection des données | • Non-respect de la confidentialité des données à caractère privé/personnel | p. 13 |
| Transparence clients et offres  | Qualité et transparence des offres entreprises | • Attractivité, qualité et transparence des offres clients GCS (BtoB) | p. 15 |
| | Qualité et transparence des offres particuliers | • Attractivité, qualité et transparence des offres clients PCS (BtoC) | p. 16 |
| | Conseil et accompagnement des clients notamment en cas de risques d'impayés | • Impayés des clients et contentieux | p. 17 |
| Employeur responsable  | Attraction des talents | • Ne pas trouver les profils adéquats au bon fonctionnement de l'activité | p. 20 |
| | Montée en compétences des collaborateurs | • Capacité à faire monter en compétence les collaborateurs pour répondre aux attentes du business | p. 21 |
| | Santé, sécurité, bien-être et dialogue social | • Risques psychosociaux | p. 22 |
| Engagement sociétal  | Impact climatique | • Emissions de gaz à effet de serre contribuant au changement climatique | p. 28 |

Au regard de l'activité d'AECE et de l'analyse des risques, l'économie circulaire et la lutte contre le gaspillage alimentaire n'ont pas été identifiées comme des risques majeurs.

Pour chaque risque extrafinancier majeur cité ci-dessus, le Comité RSE a identifié :

- Les politiques permettant de mettre en évidence l'organisation, les ressources et les engagements ;
- Les actions et procédures de diligence raisonnable incluant les codes, les chartes d'engagement, les audits, les formations et toutes les actions déployées en 2018 pour atténuer la survenance ou l'impact des risques ;
- Les résultats de ces politiques et les KPI (indicateurs clés de performance).

En parallèle au traitement des risques majeurs, thématiques matérielles (non reliées à un risque) ont également été développées.

ENJEUX ET POLITIQUE RSE

L'analyse du modèle d'affaires et des risques extrafinanciers d'American Express Carte France (AECF) a permis d'identifier et de prioriser les impacts environnementaux, sociaux et sociétaux. Au-delà des risques, certains sujets matériels ont été identifiés d'après les priorités de la société et les pratiques sectorielles.

L'ensemble des enjeux extrafinanciers de l'activité d'AECF sont structurés en 4 piliers :



Conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires :

- Lutte contre la fraude
- Respect de la réglementation fiscale
- Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêt
- Sécurité et protection des données



Transparence clients et offres:

- Qualité et transparence des offres entreprises
- Qualité et transparence des offres particuliers
- Conseil et accompagnement des clients notamment en cas de risques d'impayés



Responsabilité employeur :

- Attraction des talents
- Talents et compétences
- Santé, sécurité, bien-être et dialogue social
- Rémunérations et avantages
- Diversité et égalité des chances



Engagement sociétal :

- Impact climatique
- Engagement des salariés et mécénat



Conformité et lutte contre la fraude

À l'instar de toute entreprise, American Express est soumise aux risques de corruption et de conflits d'intérêts. 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.

THEMES

- Lutte contre la fraude
- Respect de la réglementation fiscale
- Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêt
- Sécurité et protection des données

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

POLITIQUE GÉNÉRALE

Afin de réduire au maximum ces risques, le service « Conformité » joue un rôle essentiel dans le dispositif de contrôle interne. Il assure une veille constante des réglementations et des lois qui s'appliquent à l'activité d'AECF en étroite collaboration avec le service juridique. Il s'assure que la société réponde aux requêtes des différentes autorités régulatrices :

- L'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution de la Banque de France ;
- La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ;
- La Commission nationale de l'informatique et des libertés ;
- La cellule française de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme.

Ce service s'assure de la bonne application de ces réglementations dans les procédures internes. Il revoit également le contenu des différentes formations internes afin de les adapter aux évolutions réglementaires.

L'ensemble des collaborateurs est soumis au Code de Conduite. Le Code de Conduite détaille les points de vigilance et les engagements de chaque collaborateur envers ses pairs, les actionnaires, les clients, les partenaires commerciaux, et envers la société. En cas de question ou de signalement, différents interlocuteurs sont identifiés pour conseiller les collaborateurs. Différents canaux d'aide permettent aux collaborateurs de remonter des informations et de trouver l'assistance adéquate.

Les individus qui ne respectent pas le Code de Conduite, les politiques, les procédures de la Société ou les lois et règlements applicables seront soumis aux autorités réglementaires pertinentes et feront l'objet de mesures disciplinaires internes pouvant aller jusqu'au licenciement.

Des sessions d'e-learning obligatoires sont suivies annuellement par l'ensemble des collaborateurs. En parallèle, des formations présentiels sont organisées par l'équipe Conformité à destination des salariés les plus exposés aux risques de non-conformité.



Conformité et lutte contre la fraude

LUTTE CONTRE LA FRAUDE

Les politiques existantes :

La lutte contre la fraude est aussi bien menée au niveau national avec des ressources internes à AECF qu'au niveau international avec les ressources du Groupe American Express. Le service « Global Fraud Risk Management », basé au Royaume-Uni, prévient et analyse les transactions potentiellement frauduleuses.

En cas de transaction potentiellement frauduleuse, les clients sont contactés pour contrôler le bien-fondé de leur transaction.

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

Le Groupe 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).

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. Ce dispositif liste l'ensemble des vérifications à effectuer et les modalités d'évaluation des risques clients afin d'anticiper tout risque de fraude.

Les actions menées :

- ✓ Les dispositifs de lutte contre la fraude sont intégrés au Code de Conduite et aux **formations obligatoires** suivies par l'ensemble des salariés.
- ✓ 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.
- ✓ En cas de suspicion de fraude ou de non-respect des procédures, des contacts sont identifiés pour faciliter la remontée des signalements. **Amex Ethics Hotline** est une ligne d'éthique (disponible 24 heures sur 24) qui 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.

RESULTATS

- ✓ **116 774 contacts « clients proactifs sécurité »** ont été effectués en 2018 par SMS et e-mails afin de prévenir les clients de transactions potentiellement frauduleuses.
- ✓ Sur ces contacts « clients proactifs sécurité », **7 cas** se sont avérés réellement **frauduleux** après une validation positive du client par SMS ou emails.

KPI

+ 24% de contacts « clients proactifs sécurité » ont augmenté par rapport à 2017

97% des collaborateurs ont suivi une formation concernant la lutte contre le blanchiment des capitaux



Conformité et lutte contre la fraude

LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET LES CONFLITS D'INTÉRÊTS

Les politiques existantes :

Le département « Conformité » est responsable de l'évaluation continue des risques de corruption et de la mise à jour la cartographie des risques de corruption.

American Express dispose d'une politique donnant les directives et orientations à suivre concernant toute situation pouvant s'apparenter à de la corruption, ou à du conflit d'intérêts et 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 un outil dédié à la gestion des invitations, des rétributions et à leur approbation.

Le processus d'achats est particulièrement contrôlé. Pour l'ensemble de ses fournisseurs, AECF s'assure que la société n'a pas de lien avec des organisations criminelles. American Express s'assure de la fiabilité de ses fournisseurs de manière contractuelle. AECF a défini une procédure achat qui permet d'évaluer l'ensemble des fournisseurs et de maîtriser les risques de fraude, de corruption ou de conflit d'intérêts. Les principales catégories d'achats d'American Express Carte France sont, par ordre d'importance :

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

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.

Les actions menées :

- ✓ **Amex Ethics Hotline** permet aux collaborateurs de signaler tout manquement au Code de Conduite de manière confidentielle.
- ✓ American Express Carte France réalise ses achats presque exclusivement en France.

Des **évaluations de risques sont menées pour chaque fournisseur**. Ces évaluations déterminent le niveau du suivi du fournisseur qui sera réalisé par American Express. Les critères d'évaluation permettent de hiérarchiser 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 les concurrents
- Transactions financières
- Accès aux données ou au système d'information
- Anticorruption et sanction : lien juridique avec des organisations gouvernementales et famille d'achat à risque

Selon le niveau de risque défini, les fournisseurs doivent justifier de documents officiels (politique interne, procédure interne, norme...) et/ou accepter un audit de leurs sites d'accès et d'hébergement aux données sensibles. Le niveau de risque impacte également la fréquence d'évaluation. Plus le risque est élevé, plus l'évaluation devra être renouvelée régulièrement. 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.



LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET LES CONFLITS D'INTÉRÊTS

Les fournisseurs sont classés en quatre catégories :

- Les fournisseurs critiques qui peuvent avoir un impact majeur sur les opérations comme par exemple, les data center ;
- Les fournisseurs tiers 1 pour lesquels les risques potentiels sont élevés. Ces fournisseurs incluent généralement la relation client.
- Les fournisseurs tiers 2 qui ont un risque potentiel modéré ;
- Les fournisseurs tiers 3 qui ont un risque faible.

Suite à des audits, et lorsque des failles sécuritaires faibles ou modérées sont identifiées, AECF propose un plan d'action au fournisseur afin que ce dernier puisse se mettre en conformité dans un délai prédéfini suivant l'évaluation et pérenniser ses relations commerciales avec AECF.

RESULTATS

- ✓ Dans **100%** des cas, AECF s'assure que ses fournisseurs n'ont **pas de lien avec des organisations criminelles**.

KPI

97% des collaborateurs ont suivi une formation concernant la lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts

REGLEMENTATION FISCALE

Les politiques existantes :

Le groupe s'engage à respecter les lois, la réglementation fiscale et à s'acquitter de ses impôts et taxes.

Des sessions d'e-learning obligatoires sont suivies annuellement par l'ensemble des collaborateurs. En parallèle, des formations présentielles sont organisées par l'équipe Conformité à destination des salariés les plus exposés aux risques de non-conformité.

RESULTATS

- ✓ Au titre de 2018, AECF a enregistré **5.1** millions d'euros en impôts et taxes et **4.9** millions d'euros en impôts sur les sociétés.



SÉCURITÉ ET PROTECTION DES DONNÉES

Les politiques existantes :

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 signé par l'ensemble des collaborateurs et aux formations annuelles obligatoires.

Conformément au Règlement Général sur la Protection des Données, American Express Carte France a désigné un délégué à la protection des données 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 au Groupe (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...).

American Express Carte France s'engage à assurer la protection des données personnelles et le respect de la vie privée de ses clients. 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

Les actions menées :

- ✓ 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 aux collaborateurs 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 commercial d'American Express Carte France propose des conseils sur le sujet. Une rubrique du site présente les **10 bons réflexes à adopter pour protéger ses données personnelles** lors d'achats en ligne. Des vidéos accessibles sur YouTube® permettent également de sensibiliser les clients aux mesures de sécurité déployées par American Express France pour protéger leurs transactions.

RESULTATS

- ✓ 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 2018, le Délégué à la Protection des données a traité **21** demandes liées à la sécurité et à la protection des données personnelles ont été remontées :
 - 10 sur la durée de conservation ;
 - 7 droits à l'oubli ;
 - 2 droits de rectification ;
 - 1 droit à la portabilité ;
 - 1 SAR (Subject Access Request).

KPI

97% des collaborateurs ont suivi une formation à la sécurité et à la protection des données personnelles.



Transparence clients et offres

La transparence envers les clients est prioritaire pour American Express Carte France, qui souhaite établir une relation de confiance avec ses clients et prévenir tout risque de mauvaise compréhension des offres.

THEMES

- Qualité et transparence des offres entreprises
- Qualité et transparence des offres particuliers
- Conseil et accompagnement des clients notamment en cas de risques d'impayés

OBJECTIFS

- Communiquer de manière encore plus simple et plus claire sur les frais, les commissions, les bénéfices et les avantages liés aux produits
- Mettre davantage en avant les 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

POLITIQUE GÉNÉRALE

American Express Carte France a une politique exigeante en matière de satisfaction client. L'excellence du service client est une priorité. Concernant la transparence envers ses clients, AECF souhaite aller au-delà des exigences du cadre réglementaire. Dans ce cadre, la qualité de service, la transparence des offres et la confiance du réseau de commerçants sont les piliers de la politique de satisfaction client.

Conformément à la législation française, les Conditions Générales de Ventes (CGV) sont systématiques rappelées ou accessibles via un renvoi.

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.

La démarche marketing globale inclut toute une série de recommandations pour assurer la clarté et la transparence de l'offre auprès des clients et des prospects. Un processus de relecture et de validation est défini pour l'ensemble des communications. La bonne application de ces processus est vérifiée par des audits internes (Process Risk Self Assessment).

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 afin que les cartes American Express soient acceptées par un plus grand nombre d'établissements. De nouvelles offres et tarifications ont été proposées ainsi que des partenariats de distribution avec les principales banques. 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.

En 2018, 41 000 nouveaux commerçants français ont rejoint le réseau d'American Express » qui est le chiffre qu'on donne publiquement – si on donne en plus le % de croissance on peut calculer le nombre total de commerçants dans le réseau, 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.



QUALITÉ ET TRANSPARENCE DES OFFRES ENTREPRISES

Les politiques existantes :

Des chartes graphiques, règles de communication et plans de communication ont été définis pour chaque type de clients et de canal de diffusion. 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 de validation amont et aval sont strictement suivies.

En amont, le Comité des Offres s'assure de la cohérence des offres par rapport aux attentes des clients entreprises mais aussi, de leur clarté et de leur transparence.

En aval, l'Advertising Review Board B2B garantit la relecture des communications. Ce Comité se réunit toutes les semaines pour revoir les documents destinés aux petites et grandes entreprises.

Il est composé de représentants de chaque ligne d'activité (acquisition, fidélisation, relation client...) ainsi que d'un représentant du département « Conformité ».

Les actions menées :

- ✓ Les clients peuvent choisir le **canal** (mails, réseaux sociaux, courrier...) par lequel ils souhaitent recevoir les **informations American Express**. Par ailleurs, 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 2018 par American Express Carte France aux clients Entreprise ont été faites par campagnes d'e-mailing ou bannières web.
- ✓ Au-delà de ces points de vigilance sur la transparence des offres, le **service client** est disponible pour répondre à toutes les questions complémentaires des clients.
- ✓ Afin de répondre aux **critères d'achats responsables** de ses clients entreprises, American Express Carte France est soumise à de nombreuses demandes en termes de transparence. 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** qui permettent de renforcer la transparence au niveau des processus achats. 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.

- ✓ **100% des communications** d'acquisition ou de fidélisation d'American Express Carte France passent par une **instance de relecture et d'approbation**.
- ✓ La dernière **évaluation EcoVadis** portait sur les performances 2017 d'American Express Carte France. Le score obtenu s'élevait à **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. À ce titre, le score d'American Express Carte France était supérieur ou égal à 99% de toutes les entreprises évaluées par EcoVadis en 2018. L'évaluation est une moyenne des évaluations suivantes :
 - ✓ 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.
- ✓ **98%** des appels reçus au service client ont été traités.



Transparence clients et offres

QUALITÉ ET TRANSPARENCE DES OFFRES ENTREPRISES



Les clients sont invités à noter s'ils recommanderaient les services d'AECF sur une échelle de 1 à 10. Le taux de recommandation est un pourcentage des meilleures notes attribuées par les clients. Cet indicateur est donc un indicateur d'excellence qui montre le taux de clients qui seraient prêts à prescrire les services d'AECF.

Objectif 2018 pour les clients Corporate : 28,3%

KPI

28,6% des clients ont déclaré qu'ils seraient prêt à recommander AECF.

QUALITÉ ET TRANSPARENCE DES OFFRES PARTICULIERS

Les politiques existantes :

Des chartes graphiques, règles de communication et plans de communication sont définis spécifiquement pour les clients particuliers. Afin de s'assurer de la conformité des communications, des comités de validation dédiés aux clients particuliers relisent les productions du service Marketing.

En amont, le Comité des Offres contrôle la cohérence des offres et en aval l'Advertising Review Board (ARB) d'American Express Carte France relit le contenu des communications. L'ARB 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). Ce comité est composé de représentants de chaque ligne d'activité (acquisition, fidélisation, relation client...) ainsi que d'un représentant du département « Conformité ».

Les actions menées :

- ✓ La **plateforme interne IMH** permet d'automatiser la vérification du bon respect des procédures de communication.
- ✓ Comme pour les clients entreprises, les particuliers peuvent **choisir le canal par lequel ils souhaitent recevoir les informations American Express**. Par ailleurs, American Express Carte France ne contacte pas ses clients par SMS ou par téléphone dans le cadre de ses communications commerciales. La majorité des campagnes de communication adressées en 2018 par American Express Carte France à ses clients particuliers ont été faites par campagnes d'e-mailing ou bannières web.
- ✓ Plusieurs communications ont également été lancées sur les réseaux sociaux, ciblées selon les publics.
- ✓ Le service client est disponible pour répondre à toutes les questions des clients concernant les offres.

RESULTATS

- ✓ **100% des communications** d'acquisition ou de fidélisation d'American Express Carte France passent par une instance de **relecture et d'approbation**
- ✓ En 2018, seule une irrégularité mineure a été relevée par la plateforme interne IMH. Cette irrégularité n'a cependant pas nécessité de correction de la campagne concernée.
- ✓ Les **conseillers clientèle** sont disponibles **24h/24 et 7j/7** pour répondre aux questions des clients. En 2018, **1 219 373 appels** au service client Global Servicing Network ont été reçus par American Express Carte France et **94%** de ces appels ont été traités.

KPI

56,5% des clients recommandent les services d'American Express Carte France.



CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT CLIENT NOTAMMENT EN CAS DE RISQUES D'IMPAYÉS

Les politiques existantes :

Afin de favoriser la satisfaction client et de limiter tout risque de contentieux, AECF mise sur la qualité de l'accompagnement de ses clients. Des conseillers clientèle qualifiés sont disponibles 24h/24 pour conseiller, assister et répondre aux requêtes des clients.

Un collaborateur est entièrement dédié à l'analyse des retours clients afin de trouver des solutions globales et structurelles aux problématiques individuelles. Ce collaborateur aide les conseillers clientèle à monter en compétence et partage les bonnes pratiques observées. Il identifie des formations ciblées et adaptées aux besoins des conseillers et des clients.

Un service dédié d'enquête de satisfaction, « Voice of the Customer – VOC » (Voix du client), permet de faire remonter les attentes des clients. À travers ces enquêtes, les clients ont la possibilité d'évaluer la qualité de service d'American Express et d'indiquer des axes d'amélioration du service. Le taux de recommandation des services d'AECF est suivi de près et impacte directement la rémunération des équipes dédiées à la relation client.

AECF suit les comportements d'achats et les risques d'impayés de ses clients. En cas de risque d'impayé, les clients sont accompagnés et conseillés par une équipe d'une soixantaine d'analystes crédit, basés au siège de Rueil-Malmaison. Lorsqu'un prélèvement est rejeté par la banque, le client est contacté par un analyste crédit afin de comprendre le motif du rejet, et de trouver une solution. L'analyste s'appuie sur une procédure opérationnelle qui lui permet de trouver la meilleure solution avec le client, pendant une période pouvant aller jusqu'à 90 jours. À l'issue de cette période, si le client n'a pas remboursé son encours, le dossier est transmis au recouvrement, qui peut se faire soit à l'amiable soit au contentieux. Dès que la situation le permet, c'est-à-dire quand la situation ne concerne ni un dossier de surendettement de la Banque de France, ni une procédure collective, ni un cas de décès, la situation fait l'objet d'un effort de recouvrement amiable.

Les actions menées :

- ✓ Les conseillers sont formés durant **15 jours** avant de pouvoir accompagner les clients. Les conseillers clientèle sont formés pour anticiper au mieux les besoins des clients et renforcer la fidélité à la marque (Relationship Care®). Le **Relationship Care®** définit 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'intérêt. Le savoir-faire des conseillers en matière de satisfaction client est valorisé grâce au recueil de témoignages de titulaires de carte exprimant leur remerciement pour une prestation d'American Express Carte France.
- ✓ Afin d'améliorer l'accessibilité du service client pour l'ensemble de ses clients, American Express a mis en place une fonctionnalité de **visioconférence en langue des signes** permettant aux conseillers client d'échanger plus facilement avec les clients sourds et malentendants.

Pour 2018, sur le total des **9923** dossiers de recouvrements,

8694 ont été traités à l'amiable, soit **88%** des cas de recouvrement.

Cela représente une hausse du nombre total de dossiers par rapport à l'an dernier (7702 dossiers de recouvrement en 2017) mais une part traitée à l'amiable stable (88% en 2017).

KPI

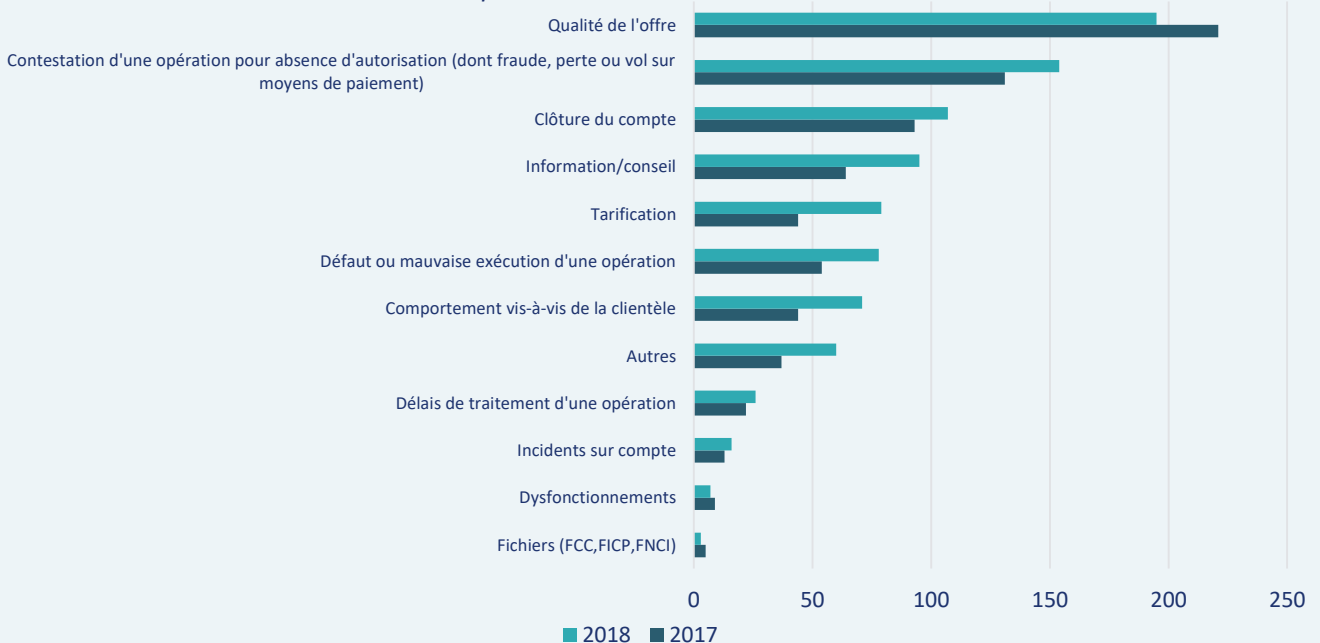


CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT CLIENT NOTAMMENT EN CAS DE RISQUES D'IMPAYÉS

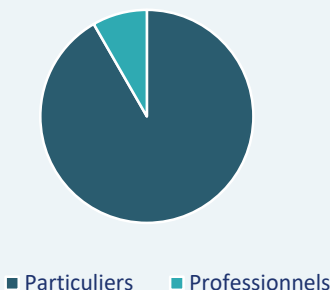
- ✓ American Express Carte France a répondu à **891 réclamations** en 2018, soit une augmentation de **21%** par rapport à 2017. Cette hausse est en partie due à la croissance de l'activité, puisque le nombre de réclamations relevées est stable pour 100 000 euros de chiffre d'affaires réalisé. En effet, environ 3 réclamations ont été remontées en 2017 et 2018 pour 100 000 euros de chiffres d'affaires.
- ✓ Les différentes catégories des réclamations sont définies selon le modèle de l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution.

Répartition des réclamations clients

Comparaison entre 2017 et 2018



Répartition des réclamations par typologie de client



- ✓ Les augmentations les plus significatives concernent la tarification, la catégorie « autres » et le comportement vis-à-vis de la clientèle.
- ✓ Une **diminution de 12%** des réclamations est à constater concernant la qualité de l'offre.
- ✓ La plupart de ces réclamations proviennent des clients particuliers.
- ✓ Par ailleurs, **9923 dossiers de recouvrement** ont été recensés en 2018.



Responsabilité employeur

Pour attirer les talents nécessaires à la croissance de l'activité et conserver les collaborateurs expérimentés, une rémunération attractive et de bonnes conditions de travail sont indispensables au bon fonctionnement de la société.

THEMES

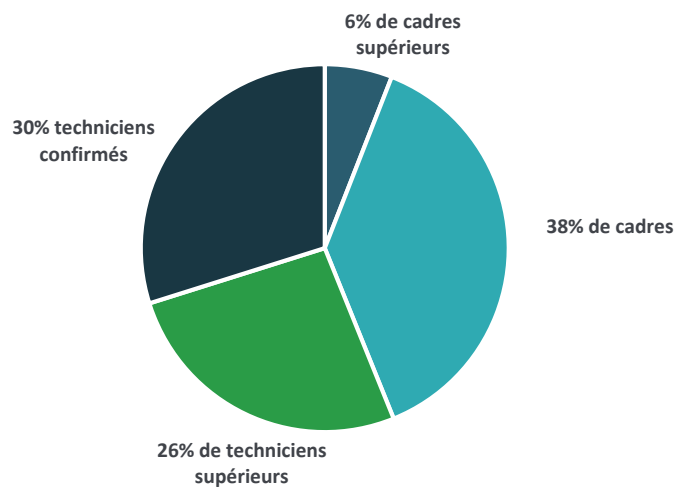
- Attraction des talents
- Montée en compétences des collaborateurs
- Santé, sécurité, bien-être et dialogue social
- Rémunérations et avantages
- Diversité et égalité des chances

OBJECTIFS

- Développer l'attractivité de la marque employeur
- Recruter les compétences nécessaires au bon fonctionnement de l'activité
- Étendre la palette des services liés au bien-être au travail

American Express Carte France comptait 556 salariés au 31 décembre 2018.

Répartition des effectifs par statut



AECF porte une attention particulière à la gestion des talents et des compétences, à la qualité du dialogue social, aux conditions de travail et à la promotion de la diversité parmi ses équipes.



Responsabilité employeur

ATTRACTION DE NOUVEAUX TALENTS

Les politiques existantes :

Les recrutements sont confiés à une équipe dédiée présente sur site et soutenue par la Direction des Ressources Humaines.

Afin de définir les axes stratégiques et répondre au mieux aux besoins en recrutement des différentes lignes d'activités, chaque année une réunion est organisée entre l'équipe en charge des recrutements, un responsable RH et chacun des directeurs de ligne d'activité.

De plus, lors de chaque ouverture de poste, une rencontre est organisée entre le responsable d'équipe et l'équipe en charge des recrutements afin d'évaluer le contenu du poste, les profils recherchés et la stratégie de recrutement à adopter (ouverture du poste en interne uniquement, mobilisation de partenaires externes habituels, ouverture des postes à des cabinets spécialisés, ...).

Les actions menées :

- ✓ Tout d'abord, dans le but d'attirer de nouveaux talents, l'équipe de recrutement a été renforcée en 2018.
- ✓ Chaque semaine, les postes disponibles sont diffusés à l'ensemble des collaborateurs, ceci notamment afin de promouvoir la mobilité interne.
- ✓ Un programme et une prime ont été mis en place de manière à favoriser la **cooptation**. Une vérification de la véracité des informations contenues sur le CV du candidat retenu est systématiquement effectuée avant embauche finale. Par ailleurs, afin de faciliter l'intégration, toute nomination (arrivée ou promotion) est annoncée par e-mail à l'ensemble des collaborateurs.
- ✓ Enfin, les canaux de diffusion des offres d'emploi ont été diversifiés (Pôle Emploi, Monster, Indeed, Glassdoor, LinkedIn, Meteo-Job). Plusieurs partenariats ont été définis avec des écoles et universités (notamment l'IESEG, l'ESSEC, l'INSEC et KEDGE).

RESULTATS

- ✓ En 2018, AECF employait 556 collaborateurs et a réalisé **121** recrutements externes.

KPI

42% de hausse des recrutements externes par rapport à 2017

TALENTS ET COMPÉTENCES

Les politiques existantes :

La gestion des talents et des compétences est considérée comme une priorité par les équipes de Ressources Humaines. Elle s'organise autour de différents piliers : l'évaluation des compétences, de la formation, de la connaissance des métiers et de la mobilité interne.

L'évaluation des compétences et des besoins en formation des collaborateurs est réalisée via différents canaux :

- Entretien et évaluation annuelle avec le manager ;
- Entretien individuel avec les ressources humaines ;
- Bilan de compétences éventuel.

American Express Carte France accompagne le développement de ses équipes grâce à un plan de formation et de développement des compétences adaptés aux besoins de chacun.



Responsabilité employeur

TALENTS ET COMPÉTENCES

Des entretiens individuels annuels menés par les managers permettent d'alimenter un Plan de Formation, de Développement et de Carrière personnalisé pour chaque collaborateur. Les programmes de gestion des compétences visent à identifier les objectifs de développement prioritaires du collaborateur et à construire un plan permettant de les atteindre à moyen terme.

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.

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 au travers d'une nouvelle plateforme LMS (Learning Management System) nommée Navigator.

Les formations des collaborateurs sont de 4 types :

| | |
|---|---|
| <p>FORMATIONS OBLIGATOIRES ANNUELLES</p> <p><i>E-learning pour tous et formations spécifiques pour les plus exposés</i></p> <p>Code de conduite Lutte contre la corruption Lutte contre le blanchiment de capitaux et financement du terrorisme Sécurité et protection des données</p> | <p>FORMATIONS INTERNES COMPÉTENTES MÉTIERS</p> <p><i>Formations délivrées par les coaches et formateurs internes</i></p> <p>Mise à jour des procédures et des politiques Actualités Compétences métiers (ex : ventes pour les commerciaux) ...</p> |
| <p>FORMATIONS EXTERNES PLAN DE DÉVELOPPEMENT</p> <p><i>Formations délivrées par des externes</i></p> <p>Développement personnel Bureautique et Langues Management Techniques métiers (ex : relation clients, communication...)</p> | <p>FORMATIONS « GRATUITES » A LA CARTE</p> <p><i>Centre de formation présentielle ou en ligne à la carte</i></p> <p>Anglais entre 12h-14h Plateforme de e-learning « Navigator » pour tous les sujets transverses (informatique, gestion de projet...)</p> |

Les actions menées :

- ✓ Des dispositifs liés à la gestion de carrière comme le **coaching**, le **mentoring**, le **shadowing** (« Vis ma vie »), l'**Acting as** (CDD interne) sont proposés aux salariés afin de leur permettre de diversifier leurs compétences et de découvrir de nouvelles activités.
- ✓ Des programmes de formation spécialisés sont proposés aux managers pour développer leur expertise managériale et partager leur expérience avec les collaborateurs. Le **Programme Community** permet de se former aux problématiques de droit social, de stratégie business, de gestion de la performance annuelle et de recrutement.



Responsabilité employeur

TALENTS ET COMPÉTENCES

Les actions menées :

- ✓ Au niveau global, la **Leadership Academy**, développée en partenariat avec Harvard, forme tous les People Leaders sur des sujets plus stratégiques. 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 ».
- ✓ 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 automatiquement intégré dans un programme de formation en ligne – People Leader Foundations – délivré par les équipes American Express de New-York. Ces sessions permettent aussi bien d'accroître ses connaissances managériales que de développer son réseau interne.

RESULTATS

- ✓ La formation contribue à développer les compétences des collaborateurs et à assurer leur évolution professionnelle au sein de l'entreprise. Ainsi, en 2018, les collaborateurs ont bénéficié de **17 610 heures de formation**, ce qui représente **32 heures de formation par collaborateur**. Les heures de formation ont augmenté car les formations réalisées à distance sur la plateforme sur Navigator sont désormais intégrées au suivi des formations.
- ✓ 39 collaborateurs ont participé au dispositif Acting as
- ✓ 9 collaborateurs ont participé au programme People Leader

KPI

2,95% de la masse salariale sont dédiés aux dépenses de formation

SANTÉ, SÉCURITÉ, BIEN-ÊTRE ET DIALOGUE SOCIAL

Les politiques existantes :

En matière de santé et de sécurité au travail, American Express Carte France est tout d'abord garante de l'application des obligations légales (CHSCT, CE, DP) et de la mise en œuvre de l'ensemble des recommandations formulées par la médecine du travail. Les thèmes abordés avec les instances représentatives du personnel comprennent, notamment, les horaires de travail, les conditions de travail, l'organisation du poste de travail, le choix du matériel informatique (écrans, souris...). Chaque année, un programme de prévention des risques professionnels et d'amélioration des conditions de travail est défini en fonction des besoins identifiés. Ce programme de prévention permet de proposer des mesures de prévention des risques professionnels, des actions d'information et de formation et d'y allouer les moyens adaptés.

Au-delà de ces mesures, American Express Carte France a mis en place une politique dédiée au bien-être des salariés qui se concrétise notamment par le déploiement de services de conciergerie et par divers avantages en nature.

Les actions menées :

- ✓ 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.
- ✓ 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.



Responsabilité employeur

SANTÉ, SÉCURITÉ, BIEN-ÊTRE ET DIALOGUE SOCIAL

Les actions menées :

- ✓ Enfin, chaque année, American Express Carte France organise une **semaine sur la thématique de la santé au travail**. En 2018, la cinquième édition de l'**opération Octobre Parme**, dédiée au stress au travail, a offert la possibilité aux salariés de bénéficier d'ateliers de relaxation (yoga, sophrologie, massage), d'études ergonomiques de leurs postes de travail, et de participer à une conférence sur le burnout.
- ✓ Afin de limiter le stress lié aux déplacements domicile-travail, le télétravail est en cours de déploiement.

Les collaborateurs d'American Express Carte France bénéficient par exemple des services suivants :

- 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 ;
 - Un Comité d'Entreprise (CE) 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 soit 9 places supplémentaires par rapport à l'année précédente ;
 - L'intégralité des sièges de bureau a été changée 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 (congés familiaux) ;
 - 5 jours par an offerts aux salariés dont les enfants sont hospitalisés (congés 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 RER A.
- ✓ En septembre 2018, une semaine **Amex Rocks For You** a été organisée pour informer les employés de l'ensemble des avantages existants. De nombreux stands d'information ont été proposés tout au long de la semaine pour présenter les avantages RH, CE, retraite, intéressement, participation et assurance.

RESULTATS

- ✓ Le déploiement des trois accords renouvelés en 2017 (Égalité professionnelles, Génération, Handicap) a été poursuivi afin de travailler à l'atteinte des objectifs fixés. Dans le cadre de l'accord sur l'égalité professionnelle, American Express s'est engagée à améliorer l'accompagnement des collaborateurs concernés par le congé maternité, adoption ou parental. Dans ce cadre, plusieurs mesures ont été mises en place :
 - L'ensemble des processus et avantages liés à la parentalité sont consultables sur le réseau interne à la société.
 - Un entretien est prévu le mois précédent le départ.
 - Dans les deux semaines après le retour de congé, le collaborateur peut échanger avec un collaborateur RH afin de faciliter sa reprise.
 - Durant le congé parental, le collaborateur peut, s'il le souhaite, rester informé par mail ou courrier des actualités générales de la vie de l'entreprise.



Responsabilité employeur

SANTÉ, SÉCURITÉ, BIEN-ÊTRE ET DIALOGUE SOCIAL

RESULTATS

- ✓ 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 2018, le **taux de participation** à l'enquête des salariés d'American Express Carte France était de **68%**.
- ✓ AECF a été récompensé pour son engagement auprès de ses collaborateurs. La société a notamment été récompensée par U-Spring au trophée du Printemps des universités d'entreprise pour sa stratégie innovante en matière d'employabilité, de développement des compétences et du capital humain. Ce prix met en avant la capacité d'AECF à s'adapter aux besoins en développement de l'ensemble de ses collaborateurs, quel que soit leur métier.

L'ensemble des mesures menées dans le cadre de la politique santé sécurité permet de limiter les accidents du travail. En 2018, le **taux de fréquence des accidents du travail** des collaborateurs d'AECF s'élevait à **6,04**. Ce taux de fréquence est inférieur à la moyenne nationale. En effet, d'après le rapport sur les conditions de travail publié par le Ministère du Travail, le taux de fréquence moyen des entreprises de service (banques, assurances, administrations, etc.) était de 7,7 pour un million d'heures travaillées en 2014.

KPI

82% des **salariés** ayant répondu à l'enquête « The Pulse » **recommanderaient American Express** comme entreprise où il fait bon travailler.



Responsabilité employeur

RÉMUNÉRATIONS ET AVANTAGES

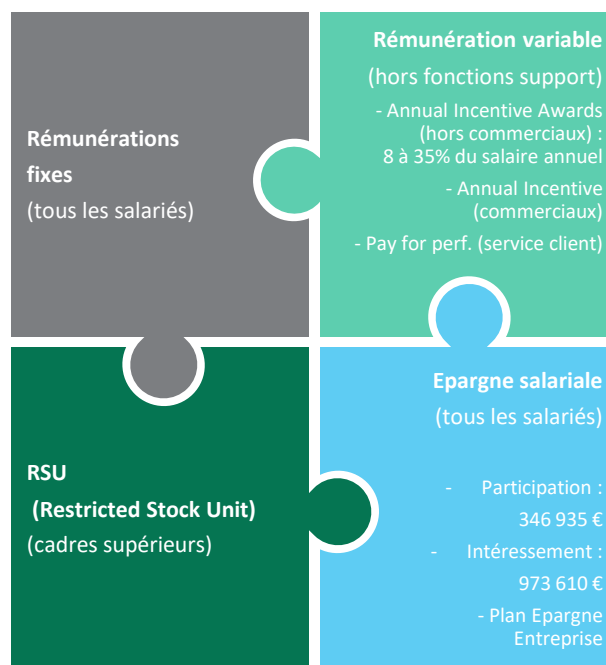
Les politiques existantes :

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 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.

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.

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 international et faire vivre la culture du Groupe. Ces distinctions peuvent être accompagnées d'un voyage, d'un évènement ou d'une prime.



RESULTATS

✓ La masse salariale d'American Express Carte France s'est élevée à **37** millions d'euros en 2018, soit une diminution de **7 %** par rapport à 2017.

✓ En 2018, **2 250 000** euros d'intéressement ont été versés aux collaborateurs. Ce chiffre est en nette progression (**+70%**) par rapport à l'année précédente.



DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES

Les politiques existantes :

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 (Égalité 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.

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.

RESULTATS

- ✓ En 2018, American Express Carte France comptait 60% de femmes et 40% d'hommes. Parmi les **cadres, 53% étaient des femmes**. L'égalité professionnelle entre femmes et 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.



Engagement social

Afin d'avoir une démarche RSE globale, AECF souhaite mener des actions plus larges qui s'étendent au-delà des risques majeurs identifiés. De ce fait, AECF est attentif aux émissions de Gaz à Effet de Serre générées par son activité. L'impact environnemental des activités d'AECF est principalement lié aux déplacements des collaborateurs ainsi qu'aux consommations énergétiques du site de Rueil-Malmaison. Par ailleurs, AECF souhaite entretenir de bonnes relations avec les populations et les associations riveraines. .

THEMES

- Impact climatique
- Engagement des salariés et mécénat

OBJECTIFS

- Formaliser le calcul des émissions de gaz à effet de serre afin d'assurer un suivi annuel des évolutions et de mettre en place un plan d'action adapté
- Valoriser l'engagement solidaire des salariés

POLITIQUE GÉNÉRALE

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.

Notre politique de mécénat est principalement orientée autour du soutien et de la promotion du patrimoine culturel.

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 ses achats de services et de fournitures pour les courriers clients et les cartes AECF qui représentent plus de 80% des émissions totales. En dehors de ce poste, les émissions les plus significatives sont liées aux immobilisations de biens, aux déplacements professionnels et aux consommations énergétiques du bâtiment. En 2018, l'activité d'AECF a généré 11 965 tCO₂e, soit une diminution de 16% par rapport à 2017.



IMPACT CLIMATIQUE

Les politiques existantes :

AECF comptabilise ses émissions de CO2 annuelles.

L'empreinte carbone d'AECF est constituée à plus de 80% par les achats nécessaires à son activité. 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. => je reformulerais en « Tout en étant attentif à l'impact environnemental de ses achats, American Express Carte France a lancé en parallèle des efforts sur la réduction de ses impacts des déplacements... »

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 et évalue la politique climatique globale du Groupe American Express. Ce dispositif impose aux entreprises de définir des objectifs de réduction de GES et d'augmenter leur recours aux énergies renouvelables.

Le Groupe souhaite réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 85% à horizon 2040 (sur la base des émissions de 2011).

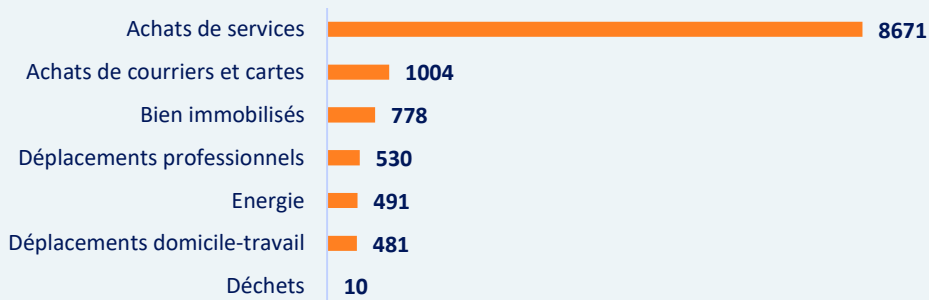
Enfin, un projet de déménagement du site de Rueil est prévu à horizon 2020. L'objectif est d'améliorer le confort des collaborateurs, et de diminuer les consommations énergétiques du bâtiment.

Les actions menées :

- ✓ Afin de maintenir de bonnes conditions de travail sur le site de Rueil-Malmaison, un plan d'action a été mené au courant de l'année 2018 pour réaliser les réparations nécessaires et changer le matériel obsolète.
- ✓ Le catalogue des voitures de fonction et de service a été actualisé. Afin de limiter les émissions de particules fines, les voitures diesel ont été déréférencées et des modèles de voitures électriques ont été intégrés.

- ✓ American Express Carte France, de par ses activités et services, a un impact faible sur l'environnement (**21,5 tCO₂e/collaborateur**).
- ✓ Sur l'année 2018 le site AECF a consommé **2 409 MWh d'électricité** et **1 418 MWh de gaz naturel**. Par ailleurs, sur cette même année, les collaborateurs d'AECF ont parcouru 611 180 kilomètres en avion et 313 047 kilomètres en train dans le cadre de leurs déplacements professionnels.
- ✓ L'activité d'AECF en 2018 a ainsi généré **11 965 tCO₂e** réparties sur les postes d'émissions suivants :

EMISSIONS DE GES 2018 EN TCO₂E





IMPACT CLIMATIQUE

KPI

- ✓ Entre 2017 et 2018, les **émissions GES d'AECF ont diminué de 16%** notamment grâce à la baisse des dépenses allouées aux achats de service et une diminution de l'utilisation de l'avion dans le cadre des déplacements professionnels

ENGAGEMENT DES SALARIÉS ET MÉCÉNAT

Les politiques existantes :

Chaque année, American Express Carte France soutient l'engagement de ses salariés en faveur d'initiatives collectives et individuelles. Tous les ans, des collectes de fonds sont organisées à l'initiative des collaborateurs ou de la société. De plus, AECF permet aux collaborateurs qui le souhaitent de bénéficier, sur leur temps de travail, d'une demi-journée par an pour soutenir une action de bénévolat autour d'une thématique spécifique (handicap, écologie, personnes âgées, etc.).

Les actions menées :

- ✓ Une collecte de fonds annuelle est organisée par AECF au profit du téléthon. Les dons des collaborateurs sont abondés par la société.
- ✓ En soutien au Sidaction, AECF a organisé un petit déjeuner et une tombola en avril 2018. Cette initiative est l'occasion de sensibiliser les collaborateurs, de collecter des fonds, mais aussi de mettre gratuitement à disposition des bénévoles de l'association des plateaux téléphoniques pour réceptionner les appels des donateurs.
- ✓ Le programme de bénévolat « Serve2Gether » initié en 2017 a été renouvelé en 2018. Ce programme, en partenariat avec la startup Benenova, permet de proposer des actions citoyennes aux collaborateurs afin de favoriser leur engagement et leur sentiment d'appartenance à une communauté.

RESULTATS

- ✓ En 2018, **124** collaborateurs se sont engagés dans des **actions bénévoles**.
- ✓ Au total, **11 initiatives collectives** ou individuelles ont permis aux collaborateurs de s'impliquer dans le projet de leur choix.



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/

Contact : rse@aexp.com

AECF

**Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné
organisme tiers indépendant, sur la déclaration de
performance extra-financière figurant dans le rapport de
gestion**

Exercice clos le 31 décembre 2018



Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion

Exercice clos le 31 décembre 2018

A l'assemblée générale de la société AECF - AMERICAN EXPRESS CARTE France,

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société AECF (ci-après « l'entité ») désigné organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1060 rév.2 (portée d'accréditation disponible sur le site www.cofrac.fr), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2018 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance.

La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité, (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont disponibles sur demande au siège de la société.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. 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, de la doctrine professionnelle et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné OTI

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

*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*

Société d'expertise comptable inscrite au tableau de l'ordre de Paris - Ile de France. Société de commissariat aux comptes membre de la compagnie régionale de Versailles. Société par Actions Simplifiée au capital de 2 510 460 €. Siège social : 63, rue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine. RCS Nanterre 672 006 483. TVA n° FR 76 672 006 483. Siret 672 006 483 00362. Code APE 6920 Z. Bureaux : Bordeaux, Grenoble, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Nantes, Neuilly-Sur-Seine, Nice, Poitiers, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulouse.

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur :

- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Nature et étendue des travaux

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention ainsi qu'à la norme internationale ISAE 3000 - *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*.

Nous avons mené des travaux nous permettant d'apprécier la conformité de la Déclaration aux dispositions réglementaires et la sincérité des Informations :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'entité, de l'exposé des principaux risques sociaux et environnementaux liés à cette activité ainsi que des politiques qui en découlent et de leurs résultats ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et les principaux risques liés à l'activité de l'entité, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance ;
- nous avons vérifié, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques présentés, que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 ;
- nous avons apprécié le processus de sélection et de validation des principaux risques ;
- nous nous sommes enquis de l'existence de procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité ;
- nous avons apprécié la cohérence des résultats et des indicateurs clés de performance retenus au regard des principaux risques et politiques présentés ;
- nous avons apprécié le processus de collecte mis en place par l'entité visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- nous avons mis en œuvre pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants et dont la liste est donnée en annexe :
 - o des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;

- des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux couvrent 100% des données des indicateurs clés de performance et résultats sélectionnés pour ces tests ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes et dont la liste est donnée en annexe ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'entité.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés 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.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 4 personnes et se sont déroulés entre début février et fin mars 2018 sur une durée totale d'intervention de 3 semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené 8 entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les personnes responsables de la finance, de la conformité, des ressources humaines, santé et sécurité, environnement et achats.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Neuilly-sur-Seine, le 16 avril 2019

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

Indicateurs clefs de performance et autres résultats quantitatifs :

Indicateurs sociaux

- Evolution du nombre de recrutement externe de 2017 à 2018 ;
- Taux des dépenses de formation sur la masse salariale en 2018 ;
- Evolution de la part des collaborateurs qui recommanderaient American Express comme entreprise où il fait bon travailler ;
- Taux de fréquence des AT et l'évolution du taux de fréquence des AT par rapport à 2017 ;
- Effectif total au 31 décembre 2018 ;
- Nombre d'heures de formation en 2018 ;
- Nombre d'accords signés et valables en 2018 ;
- Taux de satisfaction des salariés en 2018.

Indicateurs sociétaux

- Part des collaborateurs formés à la lutte contre le blanchiment des capitaux ;
- Evolution du nombre de contacts « clients proactifs sécurité » effectués en 2018 par SMS et e-mails afin de prévenir les clients de transactions potentiellement frauduleuses par rapport à 2017 ;
- Evolution du RTF (Taux de satisfaction) de 2017 à 2018 ;
- Taux d'appels avec réponse ;
- Part des salariés formés à la lutte contre la corruption, à la sécurité et la protection des données ;
- Taux d'évolution des demandes d'exercice du droit d'accès aux informations personnelles de 2017 à 2018 ;
- Taux de recouvrement amiable en 2018 ;
- Evolution du nombre de dossiers traité à l'amiable en 2018 par rapport à 2017 ;
- Nombre de contacts « clients proactifs sécurité » effectués en 2018 par SMS et e-mails afin de prévenir les clients de transactions potentiellement frauduleuses ;
- Nombre de communications clients revues et validées ;
- Nombre de collaborateurs AECF formés à la lutte contre la corruption en 2018 ;
- Pourcentage de cas pour lesquels AECF s'assure que ses fournisseurs n'ont pas de lien avec des organisations criminelles ou gouvernementales ;
- Montant des impôts sur payés sur les sociétés en 2018 au titre de 2017 ;
- Nombre de demandes d'exercice du droit d'accès aux informations personnelles en 2018 ;
- Pourcentage des communications clients revues et validées avant leur communication ;
- Nombre de dossier de recouvrement traités à l'amiable en 2018.

Indicateurs environnementaux

- Evolution des émissions GES d'AECF entre 2017 à 2018 ;
- Consommation de gaz en KWh en 2018 ;
- Consommation d'électricité en KWh en 2018.

Informations qualitatives (actions et résultats) :

- Informations relatives au risque de blanchiment des capitaux, fraude ;
- Informations relatives au risque lié à la difficultés à recruter les profils nécessaires au bon fonctionnement de l'activité ;
- Informations relatives au risque lié au manque de compétences pour répondre aux attentes du business ;
- Informations relatives au risque de non adéquation des offres aux attentes clients GCS (BtoB) ;
- Informations relatives au risque lié à la corruption, conflits d'intérêts ;
- Informations relatives au risque lié à la non-conformité à la réglementation fiscale ;
- Informations relatives au risque lié au non-respect de la confidentialité des données à caractère privé/personnel ;
- Informations relatives au risque lié à la non-adéquation des offres aux attentes clients PCS (BtoC) ;
- Informations relatives au risque lié aux impayés des clients et contentieux ;
- Informations relatives aux risques psychosociaux ;
- Informations relatives au risque lié aux contributions au changement climatique.