

# Performance extra-financière



**CONFORMITÉ**  
lutte contre la fraude et  
éthique des affaires



**TRANSPARENCE**  
clients et offres



**RESPONSABILITÉ**  
employeur



**ENGAGEMENT**  
sociétal



Rapport RSE 2020  
AMERICAN EXPRESS Carte – FRANCE

# Sommaire

Edito	3
Présentation des activités et du périmètre	4
Modèle d'affaires et Organisation de la RSE	5
Risques extra financiers et stratégie RSE	8
Tableau de bord RSE	9



## Conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires 10

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



## Transparence clients et offres 16

- Qualité et transparence des offres entreprises
- Qualité et transparence des offres particuliers
- Conseil et accompagnement des clients notamment en cas de risques d'impayés
- Intégration de la RSE dans les prestations et offres



## Responsabilité employeur 22

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



## Engagement sociétal 30

- Respect de l'environnement
- Engagement des salariés et mécénat

Annexes	35
---------	----

- Table de correspondance GRI
- Rapport d'assurance de l'Organisme Tiers Indépendant (OTI)

# Edito



Le 17 mars 2020, aura pour beaucoup d'entre nous, marqué le début d'une nouvelle ère, d'une nouvelle expérience inédite à la fois sur le plan personnel mais aussi professionnel avec l'avènement du premier confinement en France. Dès les premières heures, les équipes d'American Express Carte France auront été sur le pont pour écouter, accompagner, conseiller et guider nos clients. Excellence et qualité de service auront été les maîtres mots, avec un engagement sans faille 24/24h 7/7j. Plus que jamais ce principe d'excellence qui nous guide depuis plus de 170 ans, et qui est dans l'ADN d'American Express, aura donné une impulsion positive et une énergie collaborative sans précédent au service de nos clients.

Bien évidemment, nous n'avons pas attendu cette crise sanitaire pour nous remettre en question et évoluer. En 170 ans, nos clients ont changé et nous en même temps pour mieux répondre à leurs préoccupations et celles de la société dans son ensemble : enjeux environnementaux, inclusion sociale, acceptation de la différence de l'Autre... Autant de sujets fondamentaux sur lesquels nous travaillons afin de nous inscrire dans une relation durable et de confiance avec l'ensemble de nos parties-prenantes.

Aujourd'hui, nous mettons tout en œuvre pour être une entreprise encore plus inclusive, tournée vers la société moderne et ce 21<sup>ème</sup> siècle que nous abordons ensemble. En tant que grand groupe international nous avons une responsabilité qui est celle de faire grandir celles et ceux qui travaillent avec nous, donner l'exemple et guider.

Au-delà de la pandémie qui aura, et a encore, des répercussions économiques et sociales, nous avons fait le choix chez American Express Carte France de nous réinventer et d'écrire une nouvelle page pour notre société en France. Emménagement dans de nouveaux locaux plus en phases avec les besoins et les attentes de nos collaborateurs, définition au niveau mondial d'objectifs ambitieux afin de réduire nos gaz à effet de serre de 85% à l'horizon 2040, meilleure qualité de vie au travail... Pour y parvenir nous avons mis en place plusieurs groupes de travail pour aborder, avec justesse et discernement, ces enjeux. Vous trouverez dans notre rapport RSE l'ensemble des actions menées qui vous permettront de mieux cerner l'étendue de nos actions concrètes sur le terrain.

Dès 2016, nous lançons quatre chantiers prioritaires, qui sont désormais les piliers de notre politique RSE : conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires ; responsabilité employeur ; transparence clients & offres ; 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.

*Plus que jamais je suis fière de mes équipes et de mener, avec eux, avec vous, American Express Carte France.*

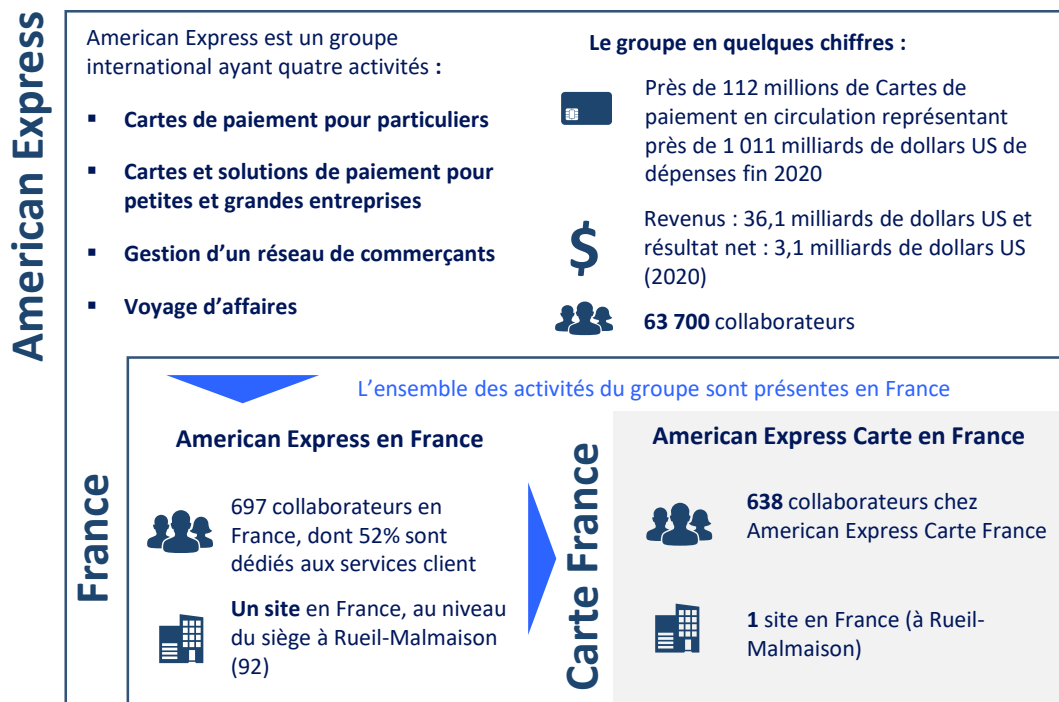


**Caroline Gaye**  
Directrice Générale d'American Express  
Carte France

# 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 Company, la société American Express Carte France (AECF) propose des cartes et des solutions 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.



Le suivant rapport RSE intègre la déclaration de performance extra-financière liée à l'activité d'American Express Carte France.

A noter, l'activité d'American Express Carte France (AECF) est fortement liée aux activités du groupe et à celles d'American Express Payment Europe SL (AEPE), qui gère le 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 Europe SL ont été ajoutées.

# MODÈLE D’AFFAIRE ET ORGANISATION

American Express est un groupe international présent dans le voyage et les services financiers au travers de 4 grandes activités : Cartes pour particuliers, Cartes & solutions de paiement pour petites et grandes entreprises, Réseau de commerçants et Voyages d’Affaires & Change. American Express Carte France est la filiale du groupe en France en charge des activités d’émetteur de cartes. Elle prend en charge directement les activités liées au Cartes pour les particuliers, pour les clients en libéral, et pour les entreprises. La gestion des activités pour le réseau des commerçants relève de la responsabilité d’American Express Payment Europe SL (AEPE), American Express Carte France (AECF) réalise la mission du groupe en France, en s’appuyant sur des valeurs fortes , afin de faire de la marque «AMERICAN EXPRESS», la première marque financière au monde.

## Relations 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 l’activité du groupe. Les attentes des parties prenantes prioritaires sont résumées ci-dessous :

<b>AmEx Group</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Conformité réglementaire</li><li>• Santé et sécurité</li><li>• Satisfaction clients</li><li>• Diversité des salariés</li></ul>	<b>Clients</b>  (Particuliers, TPE, Corporate et Commerçants) <ul style="list-style-type: none"><li>• Taux de couverture du réseau commerçant</li><li>• Service client performant et personnalisé</li><li>• Transparence sur la gestion des enjeux de société (RSE)</li></ul>	<b>Salariés</b>  (Instances représentatives du personnel, collaborateurs et candidats) <ul style="list-style-type: none"><li>• Rémunérations équitables et motivantes</li><li>• Avantages sociaux et épanouissement au travail</li><li>• Engagement sociétal de l’entreprise</li></ul>	<b>Actionnaires et investisseurs</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Conformité réglementaire</li><li>• Santé et sécurité</li><li>• Performance financière et extra-financière</li></ul>
---	--	--	---

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.

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. .

## 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 extra-financières 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 :

 Bureau du Directeur Général	 Achats	 Conformité	 Gestion des risques
 Finances	 Real Estate	 Global Security	 Ressources Humaines

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

La déclaration de performance extra-financière 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.

- **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 acc 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 startup aux Etats-Unis
- Une marque d'une forte renommée s'appuyant sur 170 ans d'histoire



### Ressources Humaines

- 44% de cadres et 56% de non-cadres
- 2,46% de la masse salariale consacrée en dépense de formation
- 98% des collaborateurs ont bénéficié de formations sur l'exercice



### 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 ECONOMIQUES

- 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 SOCIETALES ET ENVIRONNEMENTALES

- 193,4M€ d'achats de biens et services
- Un réseau de partenaires variés pour répondre aux attentes de nos clients
- Equipe centralisée sur un site de 14 690 m²
- Des Cartes conçues dans des sites ISO 14001

## ACTIVITES

### VALEURS DU GROUPE

- WE BACK OUR CUSTOMERS
- WE RESPECT PEOPLE
- WE WIN AS A TEAM
- WE MAKE IT GREAT

**American Express Carte France**  
filiale française à 100% du groupe American Express

### COLLABORATEURS

638 collaborateurs chez AECF

### FOURNISSEURS

Fabricants de Cartes, prestataires de conciergerie, assureurs

### PARTENAIRES

Innov  
pour améliorer  
nos offres et  
premiumiser  
nos services

Propose  
des service  
adaptés  
sécurisé  
et différenc

ACTIONNAIRES  
& INVESTISSEURS

BANQ

Etudier  
être à l'éco  
des besoin  
des atten  
de nos cli

# ES SOLUTIONS DE PAIEMENT

concurrence avec l'entrée de  
t de l'univers du digital (Fintech,  
céleration de la digitalisation des  
nts

- 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

## VITES

- WE EMBRACE DIVERSITY
- WE SUPPORT OUR COMMUNITIES
- WE DO WHAT'S RIGHT
- WE STAND FOR INCLUSION



1 site en France  
(à Rueil-Malmaison)

er  
ces  
,  
s  
iants

évelopper notre  
portefeuille client  
et le fidéliser

Développer  
le réseau de  
commerçants  
acceptant  
nos Cartes

et  
oute  
ns et  
tes  
ents

UES

AUTORITES  
REGULATRICES

CONSUMERS  
CLIENTS  
PARTICULIERS

62% \*

SBS  
CLIENTS  
PROFESSIONS  
LIBERALES, MICRO-  
ENTREPRISES

17%\*

CORPORATE  
CLIENTS  
ENTREPRISES

21%\*

COMMERCANTS

Activités prises en charge  
par AEPE

## CREATION DE VALEURS



### CAPITAL HUMAIN

- 40,9 M€ de masse salariale
- Prix RH (AFRC, formation, Great Place to Work, ...)
- 53% de femmes cadres
- 4,23% du personnel en situation de handicap en 2019<sup>1</sup>
- 100% de salariés formés aux programmes de conformité



### CAPITAL TECHNOLOGIQUE

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



### CAPITAL ECONOMIQUE

- 273 M€ de PNB (Produit Net Bancaire), soit -1,4% par rapport à 2019
- Evolution du portefeuille clients Particuliers : -4,51% par rapport à 2019
- Evolution du portefeuille clients Corporate : -2,9% par rapport à 2019



### CAPITAL SOCIETAL

- 82% de fournisseurs en France
- Statut Platinum Ecovadis (73 sur 100)
- 12,2M€ d'impôts et taxes
- 7 initiatives collectives et individuelles auprès des collaborateurs au profit d'associations

Exprimé en pourcentage des dépenses \*

<sup>1</sup> A la suite d'une modification de la législation OETH courant 2020, AECF ne sera pas en mesure de publier la donnée 2020



# RISQUES EXTRAFINANCIERS ET STRATEGIE RSE

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 extra-financiers 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 11 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 marché
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
11. Respect de l'environnement

En réponse à la déclaration de performance extra-financière, le risque lié au respect de l'environnement a été intégré à la liste des risques prioritaires listés ci-dessus. L'activité d'AECF est une activité de service concentrée sur un site unique. De ce fait, l'économie circulaire, la lutte contre le gaspillage alimentaire, la lutte contre la précarité alimentaire, le respect du bien-être animal, et l'alimentation responsable, équitable et durable n'ont pas été identifiées comme des risques majeurs.

## STRATEGIE RSE

L'analyse du modèle d'affaires et des risques extra-financiers 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 extra-financiers 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
- Politique d'achat

### Responsabilité employeur :

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

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

### Engagement sociétal :

- Respect de l'environnement
- Engagement des salariés et mécénat





















Pour chaque risque extra-financier majeur, cité ci-après, 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 raisonnables incluant les codes, les chartes d'engagement, les audits, les formations et toutes les actions déployées en 2020 pour atténuer la survenance ou l'impact des risques ;
- Les résultats de ces politiques et les KPI (indicateurs clés de performance).

Les sujets suivants n'ont pas été identifiés comme des risques, au titre de la déclaration de performance extra-financière : Politique d'achat, intégration de la RSE dans les prestations et offres, rémunérations et avantages, diversité et égalité des chances et engagement des salariés et mécénat.



# TABLEAU DE BORD RSE

Engagement RSE	Enjeux	Sélection de résultat ou Indicateur clé de performance	2019	2020	Tendance
<b>Conformité lutte contre la fraude et éthique des affaires</b> 	Lutte contre la fraude <i>Risque : Blanchiment d'argent, fraude</i>	★ Nombre de contacts « clients proactifs sécurité » Nombre de cas avérés réellement frauduleux	88 621 13	55 867 10	
	Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts <i>Risque : Corruption, conflits d'intérêts</i>	★ Pourcentage des salariés formés à la lutte contre la corruption et les conflits d'intérêt	100	100	
	Respect de la réglementation fiscale <i>Risque : Non-conformité à la réglementation fiscale</i>	★ Montant des impôts et taxes payés (en m€)	5,08	5,89	
	Sécurité et protection des données <i>Risque : Non-respect de la confidentialité des données à caractère personnel</i>	★ Nombre de demandes traitées liées à la sécurité et à la protection des données personnelles	23	32	
	Politique d'achat	★ Pourcentage des cas pour lesquels AECF s'assure que ses fournisseurs n'ont pas de lien avec des organisations criminelles.	100%	100%	
<b>Transparence clients et offres</b> 	Qualité et transparence des offres entreprises <i>Risque : Attractivité, qualité et transparence des offres clients GCS (BtoB)</i>	★ Pourcentage de satisfaction client (RTF)	48	34	
	Qualité et transparence des offres particuliers <i>Risque : Attractivité, qualité et transparence des offres clients PCS (BtoC)</i>	★ Pourcentage de satisfaction client (RTF)	53	54	
	Conseil et accompagnement des clients notamment en cas de risques d'impayés <i>Risque : Impayés des clients et contentieux</i>	★ Pourcentage des cas de recouvrements traités à l'amiable	88	86	
	Intégration de la RSE dans les prestations et offres	★ Pourcentage des relevés clients dématérialisés	78	78	
	Attraction des talents <i>Risque : Ne pas trouver les profils adéquats au bon fonctionnement de l'activité</i>	★ Nombre de recrutements externes réalisés dans l'année	148	47	
<b>Employeur responsable</b> 	Montée en compétences des collaborateurs <i>Risque : Capacité à faire monter en compétence les collaborateurs pour répondre aux attentes du business</i>	★ Pourcentage de la masse salariale dédiée à la formation	2,11	2,46	
	Santé, sécurité, bien-être et dialogue social <i>Risque : Risques psychosociaux</i>	★ Pourcentage de salariés qui recommandent AECF comme une entreprise où il fait bon travailler	92	92	
	Rémunération et avantages	★ Masse salariale en M€	41,1	40,9	
	Diversité et égalité des chances	★ Pourcentage de femmes cadres	52	53	
<b>Engagement sociétal</b> 	Respect de l'environnement <i>Risque : Emissions de gaz à effet de serre contribuant au changement climatique</i>	★ Emissions de gaz à effet de serre en (Teg CO <sub>2</sub> )	50 739	26 392	
	Engagement des salariés et mécénat <i>Risque : Risque de dégradation de la marque employeur</i>	★ Nombre de collaborateurs engagés dans des actions bénévoles <sup>1</sup>	168	N/A	

<sup>2</sup>indicateur non applicable en 2020 du fait de la crise sanitaire



# Conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires

*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	OBJECTIFS	
<ul style="list-style-type: none"><li>Lutte contre la fraude</li><li>Respect de la réglementation fiscale</li><li>Lutte contre la corruption et les conflits d'intérêt</li><li>Sécurité et protection des données</li><li>Politique d'achat</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>Poursuivre les actions de sensibilisation et de communication sur les bonnes pratiques autour la lutte contre la fraude, la lutte contre la corruption, la sécurité et la protection des données</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>Assurer une validation des comptes sans commentaire sur les pratiques fiscales</li></ul>

## 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 DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes) ;
- La CNIL (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.

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. En 2020, il a été mis à jour afin notamment d'intégrer le programme de prévention de la violence au travail.

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 couvrant les domaines ci-dessus cités sont suivies annuellement par l'ensemble des collaborateurs. En parallèle, des formations sont organisées par l'équipe Conformité à destination des salariés les plus exposés aux risques de non-conformité (comme les services en charge de la relation clientèle, service nouveaux comptes, etc). Ces derniers sont déterminés en fonction de leur niveau d'accès aux systèmes d'information internes d'AECF. Les collaborateurs disposant d'accès à des informations et des systèmes sensibles sont les plus ciblés par la formation en présentiel. Celle-ci présente le rôle du service conformité, celui des régulateurs, l'état de la réglementation, et l'importance de la surveillance des flux dans le cadre des activités d'AECF.



# Conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires

## LUTTE CONTRE LA FRAUDE

### Les politiques existantes :

American Express Carte France s'engage à mettre en place les actions nécessaires pour la lutte contre la fraude.

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**, appuyé sur des formations et des procédures mises à leur disposition, en complément du respect de la réglementation et des procédures.
- ✓ En cas de suspicion de fraude ou de non-respect des procédures, la ligne d'assistance éthique **Amex Ethics Hotline**, disponible 24 heures sur 24, permet aux collaborateurs, sous-traitants, vendeurs ou fournisseurs de signaler anonymement des problèmes potentiels concernant la conformité ou les questions éthiques. Une fois soumises, toutes les préoccupations sont transmises à des personnes spécialement formées au sein d'American Express qui examineront rapidement et, le cas échéant, enquêteront sur le rapport. La ligne d'assistance éthique 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

- ✓ **55 867 contacts « clients proactifs sécurité »** ont été effectués en 2020 par SMS et e-mails afin de prévenir les clients de transactions potentiellement frauduleuses.
- ✓ Sur ces contacts « clients proactifs sécurité », **10 cas** se sont avérés réellement **frauduleux** après une validation positive du client par SMS ou emails.

### KPI

**100%** des collaborateurs ont suivi une formation concernant la lutte contre le blanchiment des capitaux



# Conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires

## LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET LES CONFLITS D'INTÉRÊTS

### Les politiques existantes :

American Express Carte France s'engage à mettre en place les actions nécessaires pour la lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts.

Le service « Global Anti-Corruption » est responsable de l'évaluation continue des risques de corruption et de la mise à jour de 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.

### Les actions menées :

- ✓ La ligne d'assistance éthique **Amex Ethics Hotline** permet aux collaborateurs de signaler tout manquement au Code de Conduite de manière confidentielle.
- ✓ Un portail interne et accessible à l'ensemble des collaborateurs permet de signaler sans délai tout conflit d'intérêt avéré ou potentiel, ou de demander une approbation de transaction. Il est communiqué dans le code de conduite.

### RESULTATS

**619** collaborateurs ont suivi une formation concernant la lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts.

### KPI

**100%** des collaborateurs ont suivi une formation concernant la lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts.

## RESPECT DE LA REGLEMENTATION FISCALE

### Les politiques existantes :

American Express Carte France s'engage à respecter la réglementation fiscale qui lui est applicable. Pour cela, AECF met en place des procédures de contrôles internes et externes pour assurer sa conformité avec la réglementation fiscale.

En interne, AECF s'appuie sur le référentiel établi par la loi américaine Sarbanes-Oxley (SOX). Plusieurs niveaux de contrôle pour établir la production des déclarations fiscales ont donc été définis ; un processus établi par trois collaborateurs différents : un préparateur de la déclaration fiscale, un vérificateur de la tâche et un approuvateur.

En tant qu'établissement financier, AECF missionne deux Commissaires aux Comptes indépendants pour la vérification de ses comptes sociaux. Il est prévu une revue du résultat fiscal au cours de la mission. Pour information, les 3 derniers contrôles fiscaux ont porté sur les exercices de 2012 à 2019.

### Les actions menées :

Par ailleurs, AECF utilise des cabinets externes pour déposer ses déclarations fiscales sur les différents portails de l'Administration fiscale pour garantir la conformité et le respect des échéances de celles-ci.

En termes de formation, et afin d'être tenus au courant des activités et évolutions de leur métier, l'équipe d'AECF en charge de ces sujets participe fréquemment à des ateliers externes sur les lois de finance et les nouvelles dispositions applicables en la matière.

### RESULTATS

- ✓ Au titre de 2020, AECF a enregistré **5,9** millions d'euros en impôts et taxes et **6,4** millions d'euros en impôts sur les sociétés.

### KPI

Aucun commentaire sur les pratiques fiscales d'AECF n'a été formulé par ses commissaires aux comptes sur les comptes annuels de 2020.



# Conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires

## SÉCURITÉ ET PROTECTION DES DONNÉES

### Les politiques existantes :

Le Groupe American Express s'engage à faire évoluer son programme de protection des données afin de respecter les exigences des régulateurs et les attentes de ses clients. American Express Carte France s'engage à assurer la protection des données personnelles et le respect de la vie privée de ses clients et de ses employés. [La déclaration en ligne d'American Express sur la protection des Données Personnelles](#), consultable sur le site American Express Carte France informe les personnes concernées sur la manière dont l'entreprise et ses filiales collectent, utilisent, conservent, partagent, transmettent, suppriment ou traitent les données à caractère personnel.

Le groupe American Express a développé un programme de protection des données reposant sur une politique globale et des procédures d'application. Ce programme comprend les dispositifs assurant du respect de la limitation de la finalité d'un traitement de données, la minimisation des données, la limitation des durées de conservation des données, la qualité des données, la protection des données dès la conception et la protection des données par défaut, la base juridique du traitement ou encore, le traitement de catégories particulières de données à caractère personnel, ... Ces directives sont également intégrées au Code de Conduite signé par l'ensemble des collaborateurs et aux formations annuelles obligatoires.

L'ensemble de ces politiques et procédures est couvert par un programme composé de trois niveaux de contrôle :

- 1) Par les lignes d'activités
- 2) Par les équipes Privacy et Compliance
- 3) Par l'audit interne

Ces contrôles sont portés à la connaissance du Comité de Sécurité & Confidentialité des Informations d'American Express Carte France.

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 ».

Conformément au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), 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 » est responsable, quant à lui, de la protection et la sécurité de l'ensemble des données traitées par American Express (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, lutte contre le phishing et autre forme de cyber-attaque...).

### Les actions menées :

✓ En 2020, le Groupe American Express a revu son programme de conformité au RGPD. Il en a résulté des améliorations substantielles en termes de purge des données personnelles, de réponses aux demandes d'exercice des droits des personnes (exemple : droit d'accès), de contrôles relatifs aux choix de communication de nos clients. Les améliorations engagées sur 2020 se poursuivent sur 2021.

✓ American Express a mis en œuvre les recommandations de la CNIL en matière de cookies (les cookies non essentiels sont soumis à l'accord préalable des usagers de notre site internet).

### 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 2020, **32** demandes ont été traitées, liées à la sécurité et à la protection des données personnelles :
  - 19 SAR (Subject Access Request, Demandes d'accès aux données personnelles);
  - 13 droits à l'oubli
- 1 réclamation de catégorie « Privacy »
- 0 réclamation soumise à la CNIL
- 12 analyses d'impact relatives à la protection des données personnelles complétées en 2020 incluant données personnelles traitées en France

### KPI

**100%** des collaborateurs ont suivi une formation à la sécurité et à la protection des données personnelles.



# Conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires

## POLITIQUE D'ACHAT

### Les politiques existantes :

Le processus d'achat 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'achat 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'achat sont alignées sur le délai légal de paiement maximum en France.

### Les actions menées :

- ✓ 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 de 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 de réévaluation. 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.

- ✓ À la suite de cette évaluation, une hiérarchisation des risques est réalisée. Les fournisseurs sont classés en cinq catégories :
  - Les fournisseurs critiques qui peuvent avoir un impact majeur sur AECF;
  - 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 uniquement lié aux critères anticorruptions.
  - Les fournisseurs tiers 4 qui ont un risque faible

Suite à des audits, et lorsque des failles sécuritaires faibles ou modérées sont identifiées, AECF propose un plan d'actions 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.



## Conformité, lutte contre la fraude et éthique des affaires

- ✓ American Express Carte France commercialise des solutions de paiement B2B auprès de ses clients petites et grandes entreprises (Corporate Purchasing Card, vPayment, Buyer Initiated International Payment...). Les avantages sont nombreux : amélioration des processus de paiement (dématérialisation, traçabilité des paiements...), optimisation du cashflow (délais de paiement réduits, par exemple 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 2020, 40% 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 la société Cèdre, une Entreprise Adaptée, qui soutient et emploie des personnes en situation de handicap.
- ✓ Afin d'aider ses fournisseurs pendant la crise sanitaire en 2020, American Express Carte France a accéléré le paiement des factures pour les petites entreprises.

### RESULTATS

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





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

## 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.

Afin de favoriser la satisfaction client, AECF mise sur la qualité de l'accompagnement. 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.

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 s'appuie sur un panel d'outils internes 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 60 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 :



# Transparence clients et offres

- 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 2019, 65 000 nouveaux commerçants français ont rejoint le réseau d'American Express. 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 :

American Express Carte France s'engage à mettre en place les actions de communication en faveur de la qualité et la transparence de ses offres entreprises.

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 ».

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.

### 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 2020 par American Express Carte France aux clients Entreprises ont été faites par des 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.
- ✓ En 2020, pour faire face à la pandémie de Covid-19, certaines mesures ont été mises en place pour accompagner les clients dans cette période difficile, comme l'assouplissement ou l'allongement des délais de paiement.
- ✓ 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 d'achat. 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.
- ✓ Dans le contexte de crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19, des communications proactives auprès des clients B2B ont été mises en place par les responsables de portefeuille afin d'anticiper les besoins des clients.



## Transparence clients et offres

### Le soutien d'American Express Payment Europe SL (AEPE) aux commerçants pendant la crise sanitaire

Dès le début de l'épidémie de Covid-19 et des restrictions associées, AEPE a mis en place une série de mesures de soutien à son réseau de commerçants, avec dans un tout premier temps une aide logistique avec la distribution de gel hydroalcoolique auprès de nos commerçants affiliés, puis très rapidement la mise en place de l'allongement des délais de réponses aux contestations clients passant de 14 à 30 jours.

### RESULTATS

- ✓ **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 2019 d'American Express Carte France. Le score obtenu s'élevait à **73/100**. L'ensemble de la démarche a reçu de la part d'EcoVadis (notation de référence internationale transmise aux acheteurs) le **statut Platinum**, 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 2020. 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.
- ✓ **99%** des appels reçus au service client ont été traités.



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.

### KPI

**34,2%** des clients ont déclaré qu'ils seraient prêts à recommander AECF.

## QUALITÉ ET TRANSPARENCE DES OFFRES PARTICULIERS

### Les politiques existantes :

American Express Carte France s'engage à mettre en place les actions de communication en faveur de la qualité et la transparence de ses offres particuliers.

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.

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 sur chaque document est désormais conservé dans une plateforme en ligne « International Marketing Hub » (IMH). La cohérence des offres est contrôlée depuis cette plateforme, qui se charge de la validation des contenus.

### 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 2020 par American Express Carte France à ses clients particuliers ont été faites par des campagnes d'e-mailing, bannières web ou sur l'application mobile AMEX.
- ✓ 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.



## Transparence clients et offres

- ✓ Pour s'adapter aux besoins des clients lors de la crise sanitaire, la stratégie de communication a été modifiée pour être en adéquation avec les préoccupations des clients. La communication a été axée sur la continuité des services, les numéros à contacter etc.

### RESULTATS

- ✓ **100% des communications** d'acquisition ou de fidélisation d'American Express Carte France passent par une instance de **relecture et d'approbation**
- ✓ En 2020, 2 irrégularités ont été relevées sur la plateforme interne IMH, elles ont été résolues et corrigées avant publication.
- ✓ Les **conseillers clientèle** sont disponibles **24h/24 et 7j/7** pour répondre aux questions des clients. En 2020, **942 734 appels** au service client Global Servicing Network ont été reçus par American Express Carte France et **97,2%** de ces appels ont été traités. Ces appels peuvent être traités par un conseiller, ou bien dans le cadre d'une assistance vocale préenregistrée.

### KPI

**54 %** des clients recommandent les services d'American Express Carte France sur les offres classiques d'AECF.

**67 %** des clients recommandent AECF sur les services voyages et conciergerie.

## CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT DES CLIENTS NOTAMMENT EN CAS DE RISQUES D'IMPAYÉS

### Les politiques existantes :

American Express Carte France s'engage à mettre en place les actions de conseil et d'accompagnement de ses clients, notamment en cas de risques d'impayés.

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 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 (Customer First®). Le **Customer First®** 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.

### KPI

Pour 2020, sur le total des **8 064** dossiers de recouvrements traitables à l'amiable (exclusion des cas exceptionnels cités ci-dessus)

**6 911** ont été traités à l'amiable, soit **86%** des cas de recouvrement.

Cela représente une baisse du nombre total de dossiers par rapport à l'an dernier (9 818 dossiers de recouvrement en 2019) mais une part traitée à l'amiable en légère baisse (88% en 2019).



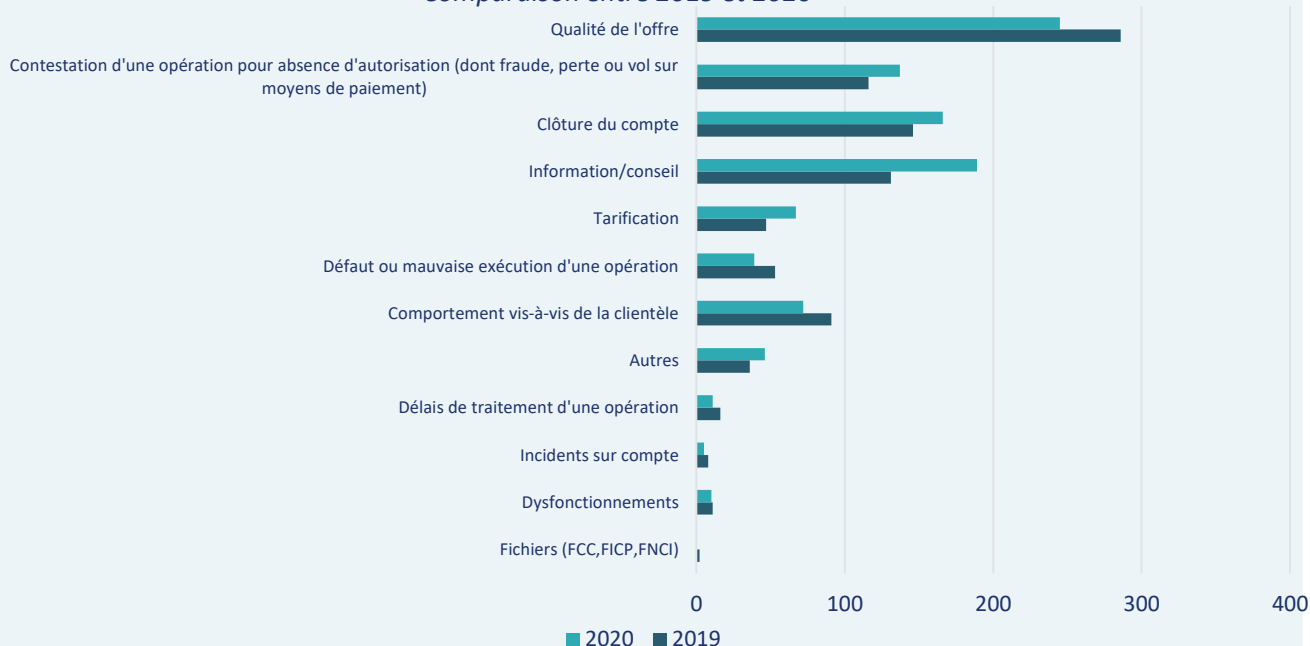
## Transparence clients et offres

### CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT DES CLIENTS NOTAMMENT EN CAS DE RISQUES D'IMPAYÉS

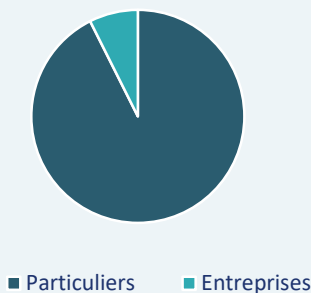
- ✓ American Express Carte France a répondu à **987 réclamations** en 2020, soit une augmentation de **6%** par rapport à 2019.
- ✓ Les différentes catégories de réclamations sont définies selon le modèle de l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution.

#### Répartition des réclamations clients

Comparaison entre 2019 et 2020



#### Répartition des réclamations par typologie de client



- ✓ Une légère augmentation du volume total des réclamations 2020 vs 2019 (+4,56%)
- ✓ Les augmentations les plus significatives concernent information/conseil (+44%) et la tarification (+43%).
- ✓ Une augmentation de 18% des réclamations concernant les contestation d'opérations.
- ✓ La plupart de ces réclamations proviennent des clients particuliers.
- ✓ Par ailleurs, **8 064 dossiers de recouvrement** ont été recensés en 2020.



# Transparence clients et offres

## INTEGRATION DE LA RSE DANS LES PRESTATATIONS ET OFFRES

### Les politiques existantes :

AECF s'engage depuis plusieurs années pour proposer à ses clients une communication éco-responsable. Cela passe par la dématérialisation des factures principalement. Les fournisseurs sont eux-aussi étudiés à l'aune de leurs engagements RSE.

### Les actions menées :

- ✓ 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 2020, 78% des relevés clients à destination des particuliers et des petites entreprises étaient dématérialisés.
- ✓ Auprès de tous ses fournisseurs, AECF propose la dématérialisation de l'envoi et de l'enregistrement des factures avec la solution Stream. Outre le gain de temps associé et la réduction de la consommation de papier, cela contribue à l'optimisation de la relation fournisseurs à travers une meilleure traçabilité des factures.
- ✓ Outre les relevés clients, AECF s'est engagé dans la dématérialisation de ses campagnes de communication, à destination de ses clients particuliers et des petites entreprises. En 2020, une grande partie des campagnes de communications envoyées aux clients particuliers ont ainsi été réalisées par l'intermédiaire de bannières web, d'e-mails ou via l'application mobile d'AECF.
- ✓ Néanmoins, 222 tonnes de papier ont été utilisées en 2020 pour les campagnes de communication. Ce papier est 100% certifié Forest Stewardship Council (FSC). **Cette quantité est en diminution de 43% par rapport à 2019. Cela est dû à une concentration des efforts sur la digitalisation.**
- ✓ L'ensemble des Cartes - à l'exception des Cartes haut de gamme « Centurion » - sont produites par IDEMIA, qui est signataire du Pacte Mondial et dont l'ensemble des usines sont certifiées ISO 14 001 en 2020.
- ✓ L'ensemble des communications papier sont imprimées par MSP, fournisseur certifié ISO 14 001.
- ✓ Depuis 2020, AECF s'est associé à Reforest'Action pour proposer à ses clients de convertir tout ou partie de leur Back-end rebate en un équivalent d'arbres plantés sur des projets visant à restaurer des forêts dégradées ou à lutter contre la déforestation. AECF s'est engagé dans 2 projets avec Reforest'Action: un projet de reforestation dans le Pays de la Loire et un projet de protection de forêt au Brésil. L'engagement de AECF avec Reforest'Action s'établit à 10 000€.

## RESULTATS

**78%** des relevés clients particuliers ont été dématérialisés en 2020

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



# 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

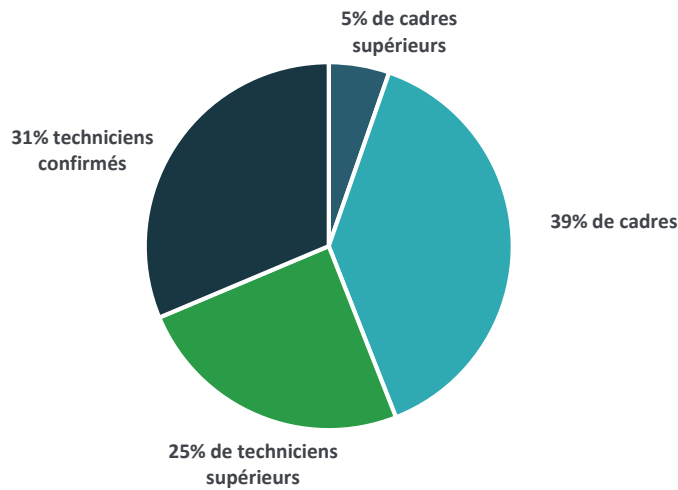
- Attraction des talents
- Montée en compétences des collaborateurs
- Santé, sécurité, bien-être et dialogue social
- Rémunérations et avantages
- Diversité et égalité des chances

## OBJECTIFS

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

American Express Carte France comptait 638 salariés au 31 décembre 2020.

## Répartition des effectifs par statut



American Express Carte France s'engage à mettre en place les actions nécessaires à l'atteinte des objectifs cités ci-dessus en terme d'attractivité et de recrutement, de développement des compétences et de gestion des risques psychosociaux.

AECF porte également une attention particulière à la qualité du dialogue social et à la promotion de l'inclusion et de la diversité parmi ses équipes.





# Responsabilité employeur

## ATTRACTION DE NOUVEAUX TALENTS

### Les politiques existantes :

Chez American Express, nous sommes convaincus que la meilleure façon de satisfaire nos clients est de prendre soin de nos employés. L'excellence du service que nous leur délivrons est au cœur de nos préoccupations et nous ne l'envisageons pas sans la mise en œuvre d'une culture d'entreprise bienveillante, inclusive et respectueuse à l'égard de nos collaborateurs.

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, un processus de ré-internalisation de la fonction « recrutement » a été entamé en 2019 et achevé en 2020. A cet effet, l'équipe de recrutement a été renforcée et réinternalisée en 2020 atteignant 6 collaborateurs.
- ✓ A chaque ouverture de poste, une alerte est diffusée 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, JobTeaser). Des relations ont été établies avec des écoles et universités (notamment un partenariat avec l'IESEG et des contacts ont été initiés avec l'EDHEC ou l'INSEEC).

### RESULTATS

- ✓ En 2020, AECF employait 638 collaborateurs et a réalisé **47** recrutements externes.

### KPI

**68%** de baisse des recrutements externes par rapport à 2019 en raison du contexte sanitaire

## TALENTS ET COMPÉTENCES

### Les politiques existantes :

Convaincus que notre capital humain fait notre force, nous veillons à prendre soin de nos collaborateurs en mettant en place des dispositifs pour accompagner leur carrière. American Express propose ainsi de nombreux programmes de formation à tous les niveaux de l'entreprise. Manager ou expert, chacun peut se développer en fonction de ses envies et de ses talents, et nous veillons à ce qu'il existe de nombreuses passerelles entre nos entités pour offrir des opportunités de carrière riches et motivantes. 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, la formation, la connaissance des métiers et la mobilité.



# Responsabilité employeur

## TALENTS ET COMPÉTENCES

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 adapté aux besoins de chacun.

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.

La responsable Formation rencontre de manière récurrente les directeurs des différentes lignes d'activité afin de les accompagner dans l'anticipation et l'identification des compétences clés et des formations associées nécessaires au déploiement de leur plan stratégique.

Par ailleurs, l'équipe Formation multiplie les rendez-vous individuels sur le terrain autant que collectifs en intervenant au sein de réunions d'équipe. Elle rend l'activité Formation davantage accessible et visible de tous par le biais du Carrefour Carrières Virtuel (communication mensuelle par mail) ou alors par l'organisation de Workshops (ateliers) dédiés à des sujets spécifiques, entre autres. Un espace dédié 100% à la Formation Professionnelle Continue a aussi été créé sur notre Intranet, The Square.

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 :

### FORMATIONS OBLIGATOIRES ANNUELLES

*E-learning pour tous et formations spécifiques pour les plus exposées*

Code de conduite  
Lutte contre la corruption  
Lutte contre le blanchiment de capitaux et financement du terrorisme  
Sécurité et protection des données

### FORMATIONS INTERNES COMPÉTENCES MÉTIERS

*Formations délivrées par les coaches et formateurs internes*

Mise à jour des procédures et des politiques  
Actualités  
Compétences métiers (ex : ventes pour les commerciaux) ...

### FORMATIONS EXTERNES PLAN DE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

*Formations délivrées par des externes*

Développement personnel  
Bureautique et Langues  
Management  
Techniques métiers (ex : relation clients, communication...)

### FORMATIONS « GRATUITES » A LA Carte

*Centre de formation présentielle ou en ligne à la Carte*

Anglais entre 12h-14h  
Plateforme de e-learning  
« Navigator » pour tous les sujets transverses (informatique, gestion de projet...)



# Responsabilité employeur

## Les actions menées :

- ✓ Des dispositifs liés à la gestion de carrière comme le **coaching** (du manager ou du service RH), le **mentoring**, l'**Acting as** (mission à durée déterminée sur un autre poste) sont proposés aux salariés afin de leur permettre de diversifier leurs compétences et de découvrir de nouvelles activités.
- ✓ Un responsable formation au niveau EMEA dédié à l'équipe GCS (clients BtoB) a été recruté afin d'accompagner l'équipe des commerciaux dans l'identification des compétences clés de demain sur leur métier, d'élaborer leur programme de formation annuel et de le déployer en interne.
- ✓ Une vaste campagne de recrutements « en alternance » a été menée conjointement via les équipes Global Talent & Acquisition (GTA), Colleague Market Partner (CMP) et Formation pour mener à bien ce projet. Et 25 apprentis ont été embauchés jusqu'en 2022, au sein des différentes lignes de business (marketing, RH, B2B, B2C,...) pour les accompagner au quotidien dans leurs activités.
- ✓ Des programmes de formation spécialisés sont proposés aux managers pour développer leur expertise managériale et partager leur expérience avec les collaborateurs. La communauté « Leadership Community », espace d'échanges de rencontres et de formations, permet aux responsables d'équipes de se former à différentes problématiques internes et externes (ex : stratégie business, droit social, gestion de la performance) tout en leur permettant de créer une vraie communauté de partage en interne. Le programme a pour objectif de développer leur sens de la curiosité, d'ouverture d'esprit et de leadership et de favoriser les échanges et la connaissance croisée des différentes activités de l'entreprise.
- ✓ Au niveau global, la situation sanitaire a quelque peu ralenti le déploiement annuel de la **Leadership Academy**, qui, 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 du monde entier 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 – New People Leader Learning Program – délivré en partenariat avec Harvard par des équipes American Express aux Etats-Unis. Ces sessions permettent aussi bien d'accroître ses connaissances managériales que de développer son réseau interne.
- ✓ Lors de la crise sanitaire, des programmes de mobilité interne ont été mis en place entre les services connaissant une baisse d'activité (service conciergerie par exemple) et les services avec une activité en hausse (service crédit). Les collaborateurs volontaires ont, ainsi, été formés et détachés pour des missions internes. Celles-ci leur ont permis d'acquérir de nouvelles compétences au sein du groupe.

## RESULTATS

- ✓ La formation contribue à développer les compétences des collaborateurs et à assurer leur évolution professionnelle au sein de l'entreprise. Ainsi en 2020, les collaborateurs ont bénéficié de 22 689 **heures de formation**, ce qui représente **35,8 heures de formation par collaborateur formé**. L'ensemble du catalogue de formation a été proposé en distanciel à partir de mars 2020.
- ✓ **9** nouveaux collaborateurs ont bénéficié du dispositif **Acting as**
- ✓ **100** collaborateurs ont participé au programme **Leadership Community**, ce qui représente **402** départs en formation.

**98%** des collaborateurs présents au 31 décembre 2020 ont bénéficié d'une formation sur l'exercice

## KPI

**2,46%** de la masse salariale sont dédiés aux dépenses de formation

## SANTÉ, SÉCURITÉ, BIEN-ÊTRE ET DIALOGUE SOCIAL

### Les politiques existantes :

En matière de dialogue social et de santé et de sécurité au travail, American Express Carte France est tout d'abord garante de l'application des obligations légales et de la mise en œuvre de l'ensemble des recommandations formulées la médecine du travail. A ce titre, les instances représentatives du personnel ont évolué en 2019 suite à l'organisation de nouvelles élections de représentation du personnel et à la nomination d'un CSE (Comité Social et Economique). Le CSE se substitue aux anciennes instances représentatives du personnel (CE, DP et CHSCT). 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. Chaque année, un programme de prévention des risques professionnels et d'amélioration des conditions de travail est défini en fonction des besoins identifiés.



# Responsabilité employeur

Le déploiement et le suivi de ce programme est assuré par un consultant externe dédié. 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.

## 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** (Nutrition, vaccination contre la grippe ...). Elle réalise également des études ergonomiques individuelles. Un **service d'assistance sociale** est à la disposition des salariés et un programme de soutien psychologique (Healthy Minds) est également accessible en cas de besoin. Dans le contexte de travail à distance généralisé, des téléconsultations ont été mises en place ainsi qu'une cellule d'écoute renforcée, le dispositif pour la Vaccination de la grippe a été maintenu grâce à la prise en charge du coût relatif à la vaccination sur note de frais ou la vaccination gratuite à la pharmacie de Rueil-Malmaison.
- ✓ Dans le contexte de crise sanitaire, le télétravail a été déployé pour l'ensemble des salariés à 100% dès le mois de mars 2020. Le télétravail a été effectif à 100% grâce à la prise en charge du transfert de matériel au domicile des collaborateurs qui en faisaient la demande.
- ✓ De nouvelles négociations sur l'accord télétravail ont été entamées afin de préparer un accord de télétravail viable sur le long terme en sortie de crise sanitaire.
- ✓ Un processus spécifique pour le suivi et le soutien des salariés en fragilité psychologique et en situation de handicap a été mis en place en 2020.
- ✓ Un webinaire sur « l'ergonomie en télétravail » a été proposé aux salariés.
- ✓ La responsable Inclusion et Diversité assure un suivi particulier auprès des salariés en situation de handicap et porte une attention particulière à leurs conditions de travail et à l'aménagement de leur poste de travail à leur domicile.
- ✓ Lors de la période de crise sanitaire, certaines salariées femmes en situation de maltraitance ou d'isolement ont pu être accompagnées par une équipe pluridisciplinaire composée de l'infirmière, le médecin du travail, l'assistante sociale et la responsable Inclusion et Diversité.
- ✓ Un procédure de signalement des cas de souffrance psychologique qui implique les leaders a également été mise en place pour pallier aux situations d'isolement dues au télétravail forcé/subi.
- ✓ Des conversations régulières ont été mises en place pour soutenir les équipes managériales dans la gestion du management à distance (partage d'expériences) et des difficultés quotidiennes rencontrées par leurs équipes en télétravail (Q&A gestion de crise, conduite à tenir si suspicion de Covid, ...).
- ✓ Des animations (e-rencontres-nous) ont été proposées afin de maintenir le lien des salariés entre eux et réduire ainsi la situation d'isolement.
- ✓ Liberté de travailler sur l'ensemble du territoire métropolitain (y compris à l'étranger jusqu'en septembre 2020).
- ✓ Un kit sanitaire composé de masques et gel hydroalcoolique a été envoyé aux domiciles des collaborateurs sur demande pour leurs RDV externes.
- ✓ AECF n'a pas eu recours au chômage partiel en 2020.

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 (CSE) qui, dans le cadre de ses attributions liées à la gestion des activités socio-culturelles, permet aux salariés d'accéder à des activités et loisirs à tarifs préférentiels ;
- L'accès à un coach sportif trois fois par semaine en distanciel ;



# Responsabilité employeur

- 39 places en crèche à proximité du lieu de travail ou du lieu de domicile du collaborateur ;
- L'intégralité des demandes de matériel, mobilier de bureau, sièges de bureau et écrans, a reçu une réponse positif et le matériel a été livré à domicile afin d'assurer aux salariés de meilleures conditions de travail en télétravail ;
- Les prestations de conciergerie sur site (pressing, courses, massages, assistance administrative coiffeur,...) ont été proposés à domicile ;
- 6 jours par an sont offerts aux salariés dont les enfants sont en situation de handicap (congés familiaux) ;
- 5 jours par an sont offerts aux salariés dont les enfants sont hospitalisés (congés familiaux mis en place en 2016) ;
- 6 jours par an sont offerts pour accompagner un parent ou conjoint hospitalisé ;
- L'intégralité des salaires a été maintenu pour l'ensemble des salariés quelque soit la situation (fermeture des écoles, chaos technique...), de plus la possibilité les aides de l'Etat aux entreprises ont été prolongées jusqu'en août 2020.

## RESULTATS

- ✓ Le déploiement de deux accords renouvelés en 2020 pour 3 ans (Égalité professionnelle, 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 engagé 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 d'AECF.
  - Un entretien est prévu le mois précédent le départ en congé maternité.
  - 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.
  - Le retour de congé maternité, parental ou d'adoption se fait de manière progressive avec un maintien de salaire à taux plein.

## RESULTATS

- ✓ Une enquête d'opinion annuelle anonyme, « The Colleague Experience Survey », 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 2020, le **taux de participation** à l'enquête des salariés d'American Express Carte France était de **80%**.

## KPI

L'ensemble des mesures menées dans le cadre de la politique santé sécurité permet de limiter les accidents du travail. En 2020, une mise à jour de la méthodologie de calcul été effectuée afin de reporter les accidents de travail sans arrêt au même titre que ceux avec arrêt. L'amélioration de ce reporting a été rendue possible grâce à un meilleur suivi et contrôle entre les données de paie et celles de l'infirmerie.

Le **taux de fréquence des accidents du travail (avec arrêt)** des collaborateurs d'AECF s'élevait à **4,49**. Ce qui représente une hausse de 5% par rapport à 2019.

Le **taux de fréquence des accidents du travail (avec et sans arrêt)** des collaborateurs d'AECF s'élevait à **5,61**. Ce qui représente une baisse de 60% par rapport à 2019.

**92%** des **salariés** ayant répondu à l'enquête «The Colleague Experience Survey » **recommanderaient American Express** comme entreprise où il fait bon travailler. Ce taux est stable par rapport à 2019.



# Responsabilité employeur

## RÉMUNÉRATIONS ET AVANTAGES

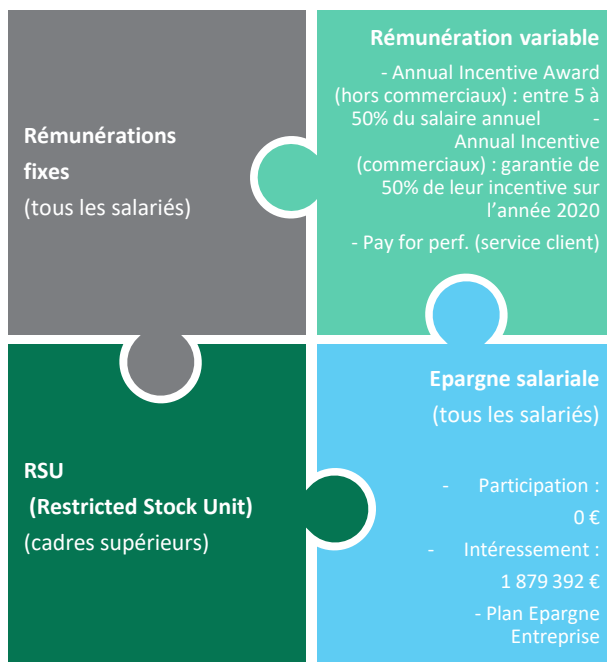
### Les politiques existantes :

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 fidéliser 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 du temps de présence du collaborateur durant l'exercice considéré. Les salariés bénéficient de plus d'un accord de participation.

### Actions menées:

- ✓ 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 » au travers de Cartes « e-thanks » ou s'envoyer des Reward Blue sous forme de points 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 « 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 (suspendu pour le moment), d'un événement ou d'une prime.
- ✓ En 2020, malgré la crise liée à la pandémie de Covid-19 et la forte baisse d'activité, American Express a garanti à ses commerciaux le paiement de 50% de leur rémunération variable.



### RESULTATS

- ✓ La masse salariale d'American Express Carte France s'est élevée à **40,9** millions d'euros en 2020, soit stable par rapport à 2019.
- ✓ En 2020, le montant brut de la prime d'intéressement versé aux collaborateurs s'élevait à **1 879 392 euros**.



# Responsabilité employeur

## DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES

### Les politiques existantes :

Nous nous attachons à mettre en œuvre une culture d'entreprise diverse et inclusive. Nous servons des clients très divers dans plus de 170 pays et nous sommes convaincus que pour les servir au mieux, nos collaborateurs doivent refléter cette diversité.

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.

C'est ainsi qu'une responsable Inclusion et Diversité France consacre 100% de son temps au pilotage et à la diffusion de la politique Inclusion et Diversité ainsi qu'à la sensibilisation des collaborateurs.

### Actions menées:

- ✓ En 2020, American Express Carte France a mis en place deux groupes de travail en charge d'établir un plan d'action Inclusion et Diversité pour 2021. Cette instance a concentré sa réflexion sur les thématiques suivantes : Les Origines et l'Orientation Sexuelle. Une des initiatives suggérée est le lancement en 2021 d'un Conseil Inclusion et Diversité constitué de 30 salariés bénévoles et qui auront pour mission de soutenir la politique Inclusion et Diversité de l'entreprise.
- ✓ Les mesures contenues dans les accords handicap et égalité professionnelle, renouvelées en 2020 permettent de pérenniser les actions menées en faveur des salariés en situation de handicap et des femmes. C'est ainsi par exemple que sont maintenus les entretiens avant et après le congé maternité pour évoquer sereinement l'évolution de carrière et évaluer les besoins des salariées.
- ✓ Une formation à l'inclusion et à la diversité est obligatoire pour l'ensemble des collaborateurs et une formation spécifique à la diversité et à l'inclusion dans le cadre de processus de recrutement a été dispensée aux équipes concernées.

## RESULTATS

- ✓ En 2020, American Express Carte France comptait 61% de femmes et 39% 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. L'indice d'égalité professionnelle est de **91/100**.





# Engagement sociétal

*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 solidaire 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 l'environnement, de la solidarité et du mécénat.

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 de voyages et de conciergerie et de ses achats de services et de fournitures pour les courriers clients et les Cartes AECF, qui représentent plus de 90% des émissions totales. En dehors de ces 2 postes, les autres émissions les plus significatives sont liées aux déplacements domicile-travail, aux véhicules du parc automobile et aux consommations énergétiques du bâtiment.

En 2020, AECF a généré 26 392 tCO<sub>2</sub>eq, soit 48% de moins qu'en 2019 sur le même périmètre. Cette diminution est due à l'impact de la crise sanitaire sur l'activité d'AECF :

- Le télétravail généralisé et la fermeture des bureaux ont généré une diminution de 13% des émissions liées à la consommation énergétique des bâtiments, de 85% de celles liées aux déplacements professionnels et de 71% de celles liées aux déplacements domicile-travail.
- Les restrictions de déplacements et fermeture des lieux de loisir ont eu un fort impact sur le principal poste d'émissions d'AECF : les offres voyages et conciergerie. Celles-ci ont diminué de 76% en 2020 par rapport à 2019.
- Les émissions liées aux achats de biens et services ont augmenté de 17%. Cela est principalement dû aux achats dans la catégorie Facility Management et Opérations, pour accompagner le déménagement d'AECF dans ses nouveaux locaux.

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.



## RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

### Les politiques existantes :

American Express Carte France s'engage à mettre en place les actions de mesure de son empreinte environnementale.

AECF comptabilise ses émissions de CO<sub>2</sub> de façon annuelle. En 2019, AECF a mis à jour son bilan carbone avec la distinction des 3 scopes d'émissions de gaz à effet de serre en y intégrant pour la première fois l'activité de voyage et de conciergerie.

L'empreinte carbone d'AECF est constituée à plus de 90% par son activité de voyages et de conciergerie, ainsi que par l'achats de services et de fournitures 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 l'impact des déplacements professionnels, domicile-travail et les consommations de son bâtiment.

American Express répond au questionnaire investisseur CDP (Carbon Disclosure Project) pour l'ensemble du groupe. Cette initiative regroupe 872 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).

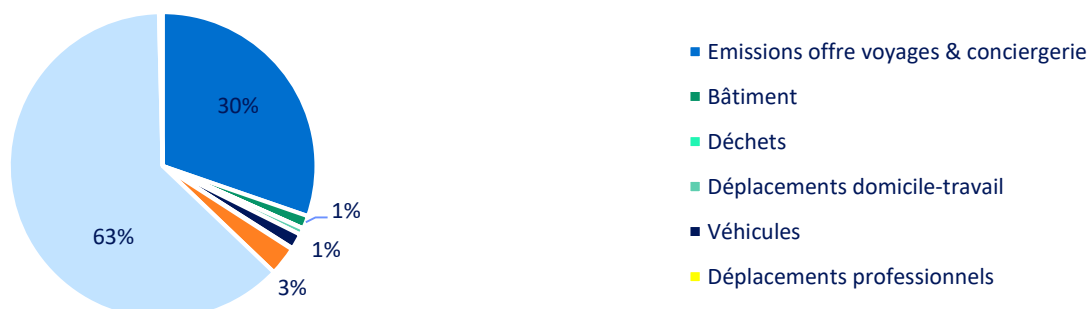
Enfin, le projet de déménagement du site de Rueil Malmaison a été concrétisé en décembre 2020. En intégrant un bâtiment certifié HQE, l'objectif est d'améliorer le confort des collaborateurs et de diminuer les consommations énergétiques du bâtiment.

### Les actions menées :

- ✓ Des opérations « vide ton bureau » ont été organisées en 2020 afin d'optimiser le traitement des déchets sur le site de Rueil et de préparer efficacement le déménagement. L'ensemble du mobilier a été donné aux collaborateurs, à des associations ou à des écoles.
- ✓ 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 (75 tCO<sub>2</sub>e/collaborateur).
- ✓ Sur l'année 2020, le site AECF a consommé **1 818 795 kWh d'électricité** et **1 229 197 kWh de gaz naturel**. Par ailleurs, sur cette même année, les collaborateurs d'AECF ont parcouru 150 771 kilomètres en avion et 26 881 kilomètres en train dans le cadre de leurs déplacements professionnels.
- ✓ Le bilan carbone d'AECF est réparti selon les 3 postes d'émissions suivants

	Scope 1	Scope 2	Scope 3
tCO <sub>2</sub> e	679	109	25 603
%	2,6%	0,4%	96,9%

- ✓ Le scope 3 se répartit selon les postes suivants :





# Engagement sociétal

## RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

### Déplacements professionnels

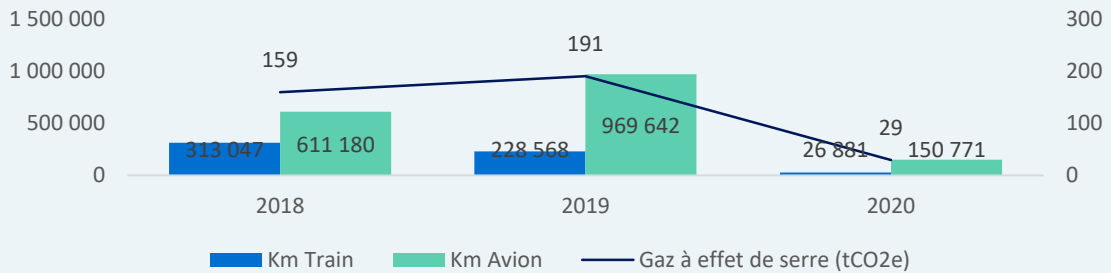
Afin de réduire les déplacements professionnels et les émissions de gaz à effet de serre associées, AECF s'appuie sur la politique « Voyage » du groupe American Express et applique les lignes directrices opérationnelles associées.

Par exemple, la classe économique (moins émettrice de gaz à effet de serre) est favorisée pour les trajets sur de courtes distances ou vols dont la durée est inférieure à 5 heures.

Les émissions de gaz à effet de serre en tCO<sub>2</sub>e diminuent sur 2018 et 2019 suite à la mise à jour du facteur d'émission du transport aérien. Elles sont de 159 au lieu de 279 en 2018, 191 au lieu de 311 en 2019.

KWH ET EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE DU SITE American Express Carte France  
CES 3 DERNIERES ANNEES

RESULTATS



### Bâtiment responsable

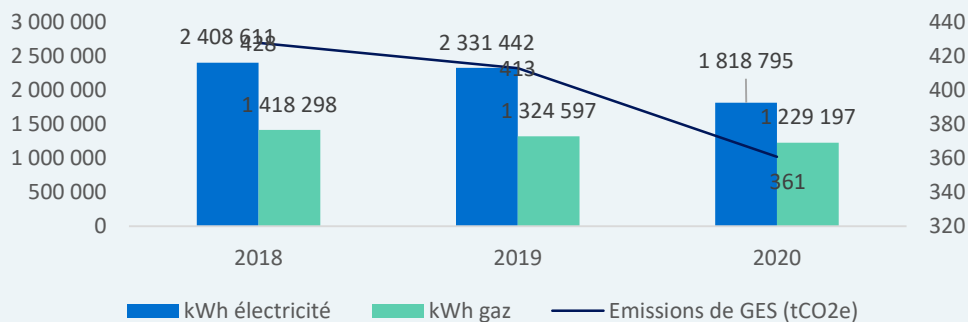
Les consommations du site de Rueil-Malmaison sont suivies et optimisées tous les mois par le gestionnaire de bâtiment.

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

Les émissions de gaz à effet de serre ont diminué de 13% par rapport à 2019. Les émissions de gaz à effet de serre en tCO<sub>2</sub>e diminuent sur 2019 suite à la mise à jour du facteur d'émission de l'électricité. Elles sont de 413 au lieu de 405 en 2019.

KWH ET EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE DU SITE American Express  
Carte France CES 3 DERNIERES ANNEES

RESULTATS



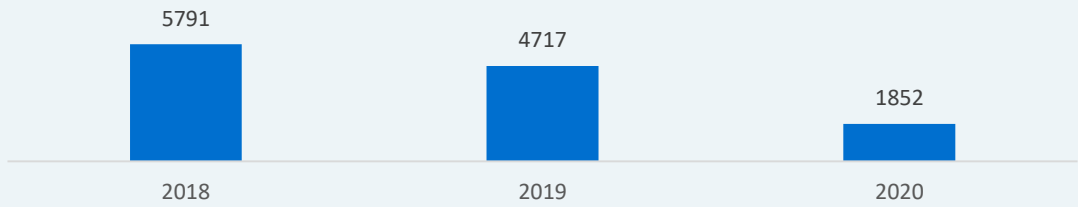


# Engagement sociétal

## RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

RESULTATS

CONSOMMATIONS D'EAU DU SITE American Express Carte France CES3 DERNIERES ANNEES

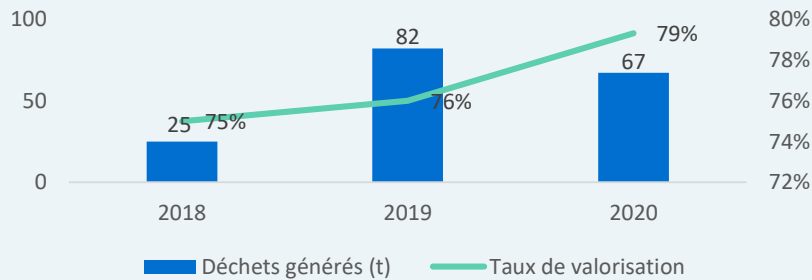


Entre 2019 et 2020, la consommation d'eau d'AECF a diminué de 61%

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 la société Cèdre.

RESULTATS

DECHETS GENERES PAR LE SITE American Express Carte France CES 3 DERNIERES ANNEES



KPI

✓ Entre 2019 et 2020, les émissions GES liées aux consommations énergétiques d'AECF ont diminué de **13%**.



## 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 (Téléthon, Sidaction, collecte de vêtements et jouets pour différentes associations...). Ainsi, 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, lien intergénérationnel, éducation, etc.) dans le cadre du programme Serve2Gether. Malgré la crise sanitaire, AECF a tenu à maintenir ces initiatives en adaptant les sollicitations des collaborateurs au contexte (initiatives à distance, mise en lien des collaborateurs avec des associations...).

Le mécénat au sein du groupe, via la Fondation American Express 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 plus récemment l'Église Notre-Dame-de-Lorette à Paris. Localement AECF réalise tous les ans de nombreuses actions :

### Les actions menées :

- ✓ Le programme d'activités de bénévolat « Serve2Gether » a été adapté en 2020 afin de répondre aux besoins liés au contexte sanitaire. Ce programme a permis de solliciter l'ensemble des collaborateurs autour d'actions citoyennes afin de favoriser leur engagement et leur sentiment d'appartenance à une communauté. Les opérations suivantes ont marqué l'année 2020:
  - ✓ Création d'une gazette, d'un cahier de jeux pour un Ehpad afin de permettre aux résidents de ne pas couper le lien.
  - ✓ Envoi de plus de 250 cartes de Vœux aux résidents d'un Ehpad à Boulogne pour palier à l'isolement des résidents pour les fêtes de fin d'année.
  - ✓ Lors du premier confinement les collaborateurs ont été invités à réaliser des dessins, textes, poèmes pour des résidents d'EHPAD.
  - ✓ Une réserve civique a été créée pour fabriquer des masques à destination d'une association dont la mission principale est la solidarité alimentaire.
  - ✓ Les collaborateurs ont été mis en contact avec l'association Benenova afin de préparer des repas pour les plus démunis.
  - ✓ Une collecte de vêtements a été organisée tout au long de l'année, puis délivrée à l'association J'aide la chance.
- ✓ Dans le cadre de la vente de l'immeuble, le choix a été fait de donner l'ensemble du mobilier de l'immeuble. Les principaux dons qui ont marqué cette année de déménagement sont:
  - ✓ Don de mobilier (bureau, chaises, armoires, tables, luminaires...) à tous les collaborateurs qui en ont fait la demande sans limite ni condition ;
  - ✓ Don de mobilier à des associations (via Benenova, Sécurité Civile) et à des écoles (Ecole Maternelle de Sarcelles, Ecole Notre Dame dans le 78) ;
  - ✓ Don du matériel utilisé pour les cours de sport à l'hôpital Bichat à Paris pour la recherche clinique des patients ;
  - ✓ Don de fournitures, de déguisements, d'accessoires de bureau, de papier à des écoles et aux centres de loisirs de Rueil Malmaison ;
  - ✓ Don de masques à la pharmacie de Rueil pour être distribués aux personnels soignants lors de la pénurie de masque pendant le premier confinement.
- ✓ Une collecte de fonds annuelle est organisée au profit du Téléthon. Traditionnellement, les dons des collaborateurs sont abondés par la société. Cette année, AECF a décidé de donner le montant de 3 000€. Le Président a aussi incité, via une communication, l'ensemble des collaborateurs à faire des dons à des associations françaises.
- ✓ AECF a participé à l'initiative du Paris-Saint Germain en versant 20 000 euros à la plateforme #PSGengagé destiné à venir en aide aux soignants de l'AP-HP, au Secours Populaire et Action contre la faim.
- ✓ Les collaborateurs ont été invités à planter un arbre via la plateforme Plant A Tree de l'association The Nature Conservancy, l'objectif de 50 000 arbres a été dépassé avec un total 100 000 arbres plantés l'échelle du Groupe.



# Engagement sociétal

## ENGAGEMENT DES SALARIÉS ET MÉCÉNAT

### 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 ;
- American Express a accordé un don de 500 000 euros pour la reconstruction de Notre-Dame de Paris et a lancé un programme pour abonder les dons faits par ses collaborateurs en Europe en 2019 ;
- Soutient la Fondation Abbé Pierre à hauteur de 100 000 dollars dans le cadre du « Fonds d'urgence SDF » pour les sans-abris et les personnes mal logées en 2020.

### RESULTATS

- ✓ Au total, **6 initiatives collectives** ou individuelles ont permis aux collaborateurs de s'impliquer dans le projet de leur choix.

# Annexes

Table de correspondance GRI G4

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



# Table de correspondance GRI 1/2

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

GRI	Niveau	Informations	Correspondance dans le rapport	Complet/Partiel
<b>Eléments Généraux</b>				
102-1	Core	Nom de l'organisation	Page de garde	Complet
102-2	Core	Activités, marques, produits et services	Le modèle d'affaires	Complet
102-3	Core	Lieu géographique du siège	Le modèle d'affaires	Complet
102-4	Core	Lieux géographiques des sites d'activités	Le modèle d'affaires	Complet
102-5	Core	Capital et forme juridique	4ème de couverture	Complet
102-6	Core	Marchés desservis	Présentation des activités et du périmètre	Complet
102-7	Core	Taille de l'organisation	Le modèle d'affaires	Complet
102-8	Core	Effectif de l'organisation	Le modèle d'affaires et la répartition des effectifs par statut	Complet
102-9	Core	Chaîne d'approvisionnement de l'organisation	Le modèle d'affaires	Partiel
102-10	Core	Modification significative de l'organisation et de sa chaîne d'approvisionnement	-	
102-11	Core	Principe de précaution	-	
102-12	Core	Chartes, principes et autres initiatives externes	-	
102-13	Core	Adhésion à des associations nationales ou internationales	-	
102-14	Core	Déclaration du décideur le plus haut placé sur la pertinence du développement durable pour l'organisation et sa stratégie	Edito	Complet
102-16	Core	Valeurs, principes, normes et règles de l'organisation tels que les codes de conduite et codes d'éthique	Politique générale en matière de conformité et de lutte contre la fraude	Partiel
102-18	Core	Structure de la gouvernance de l'organisation, y compris les comités de l'instance supérieure de gouvernance.	-	
102-40	Core	Liste des groupes de parties prenantes avec lesquels l'organisation a noué un dialogue	Le modèle d'affaires et relations parties-prenantes	Partiel
102-41	Core	Pourcentage de l'ensemble des salariés couverts par une convention collective	-	
102-42	Core	Critères retenus pour l'identification et la sélection des parties prenantes avec lesquelles établir un dialogue	Le modèle d'affaires et relations parties-prenantes	Complet
102-43	Core	Approche de l'implication des parties prenantes	Relations parties prenantes	Complet
102-44	Core	Enjeux et préoccupations majeures soulevées	Relations parties prenantes	Complet
102-45	Core	Entités incluses dans la consolidation financière : incluant les justifications d'exclusion	Présentation des activités et du périmètre	Complet
102-46	Core	Définition du contenu du rapport et des périmètres des enjeux	Présentation des activités et du périmètre	Complet
102-47	Core	Liste des enjeux pertinents	Risques extra-financiers	Complet
102-48	Core	Réaffirmation des informations	-	
102-49	Core	Modifications relatives au reporting	Risques extra-financiers - analyse de risques 2020	Complet
102-50	Core	Période de reporting	01/01/2020 au 31/12/2020	Complet
102-51	Core	Date du dernier rapport publié, le cas échéant	16/04/2020	Complet
102-52	Core	Cycle de reporting	Annuel	Complet
102-53	Core	Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu	Marie-Aude Clement-Trabelsi marie-aude.clement-trabelsi@aexp.com	Complet
102-54	Core	Option de « conformité » choisie par l'organisation et l'Index du contenu	Essentiel	Complet
102-55	Core	Table de correspondance GRI	Annexe : table de correspondance GRI	Complet
102-56	Core	Vérification externe du rapport	Annexe : rapport d'assurance de l'Organisme Tiers Indépendant (OTI)	Complet

# Table de correspondance GRI 2/2

Éléments Spécifiques				
Economique - 200	Code	Indicateur sélectionné	Traitement AECF	Complet/ Partiel
201 - Performance économique	201-1	Valeur économique directe créée et distribuée	Modèle d'affaires	Complet
204 - Pratiques d'approvisionnement	204 -1	Part des dépenses auprès des fournisseurs locaux	Modèle d'affaires	Partiel
203 - Impacts économiques indirects	203-2	Impacts indirects significatifs	-	
205 - Anti-corruption	205-2	Communication et formation relative aux politiques et procédures de lutte contre la corruption	Lutte contre la corruption et les conflits d'inérêt	

202 - Présence commerciale, 206 - Pratiques anti-compétitives : Non matériels

Environnement - 300	Code	Indicateur sélectionné	Traitement AECF	Complet/ Partiel
302 - Energie	302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	Respect de l'environnement	Complet
302 - Energie	302-4	Réduction de la consommation énergétique	Respect de l'environnement	Complet
305 - Emissions	305-1	Émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)	Respect de l'environnement	Complet
305 - Emissions	305-2	Émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 2) liées à l'énergie	Respect de l'environnement	Complet
305 - Emissions	305-3	Autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3)	Respect de l'environnement	Complet
305 - Emissions	305-4	Intensité des émissions de gaz à effet de serre	Respect de l'environnement	Complet
308 - Evaluation environnementale des fournisseurs	308-2	Impacts environnementaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	Politique d'achat	Partiel

301 - Matières, 303 - Eau et effluents, 304 - Biodiversité, 306 - Effluents et déchets, 307 - Conformité environnementale : Non matériels

Social - 400	Code	Indicateur sélectionné	Traitement AECF	Complet/ Partiel
401 - Emploi	401-1	Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel	Attraction des talents	Partiel
401 - Emploi	401-2	Avantages accordés aux salariés à temps plein et non aux employés temporaires ou à temps partiel	Santé Sécurité, bien-être et dialogue social	Complet
401 - Emploi	401-3	Congé parental	Santé Sécurité, bien-être et dialogue social	Complet
403 - Santé et sécurité au travail	403-4	Thèmes de santé et de sécurité couverts par des accords formels avec les syndicats	Santé Sécurité, bien-être et dialogue social	Complet
404 - Formation et éducation	404-1	Nombre moyen d'heures de formation par an, réparti par salarié, par sexe et par catégorie professionnelle	Talents et compétences	Partiel
405 - Diversité et égalité des chances	405-2	Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes	Diversité et égalité des chances	Partiel
406 - non-discrimination	406-1	Cas de discrimination et mesure correctives prises	-	
414 - Evaluation sociale des fournisseurs	414-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux	Politique d'achat	Partiel
417 - Marketing et étiquetage	417 - 1	Exigences relatives à l'information sur les produits et services et l'étiquetage	Qualité et transparence des offres clients	Complet
418 - Confidentialité client	418-1	Plaintes fondées relatives aux attentes et à la confidentialité des données clients et aux pertes de données clients	Sécurité et protection des données	Partiel
419 - Conformité socio-économique	419-1	Non-conformité à la législation et aux réglementations sociales et économiques	-	

402 - Management des relations du travail, 407 - Liberté d'association et négociations collectives, 408 - Travail des enfants, 409 - Travail forcé ou obligatoire, 410 - Pratiques sécuritaires, 411 - Droits des peuples indigènes, 412 - Evaluation des Droits de L'Homme, 413 - Communautés locales, 415 - Politique publique, 416 - Santé et sécurité des consommateurs

# **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 la déclaration de  
performance extra-financière figurant dans le rapport de  
gestion**

**Exercice clos le 31 décembre 2020**



## **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 2020**

A l'assemblée générale de la Société AMERICAN EXPRESS CARTE France,

En notre qualité de commissaire aux comptes de la Société AMERICAN EXPRESS CARTE France (ci-après « l'entité ») désigné organisme tiers indépendant et accrédité par le Cofrac (accréditation Cofrac Inspection n°3-1060 dont la portée est disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2020 (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](http://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 :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables ;
- 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, et de ses effets quant au respect des droits de l'homme et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale, 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, ainsi que les informations prévues au 2<sup>ème</sup> alinéa de l'article L. 22-10-36 en matière de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2<sup>ème</sup> alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- 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 ;
  - o 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 fin décembre 2020 et fin avril 2021 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 6 entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les services 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 11 mai 2021


L'un des Commissaires aux comptes

PricewaterhouseCoopers Audit

A blue ink signature of Nicolas Montillot, written over a blue shield logo containing a white checkmark.

Nicolas Montillot

Associé

A blue ink signature of Pascal Baranger, written over a blue shield logo containing a white checkmark.

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 :

- Nombre de contacts « clients proactifs sécurité » ;
- Nombre de cas qui se sont avérés réellement frauduleux ;
- Nombre de collaborateurs formés sur la lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts ;
- Montant des impôts et taxes et montant des impôts sur les sociétés ;
- Nombre de demandes traitées liées à la sécurité et à la protection des DP ;
- Part des communications qui passent par une instance de relecture et d'approbation (particulier et entreprise) ;
- Part des appels reçus au service client ont été traités ;
- Nombre d'irrégularités relevées par la plateforme interne IMH ;
- Part de ces appels traités ;
- Nombre de réclamations auxquelles American Express Carte France a répondu en 2020 ;
- Nombre de dossiers de recouvrement recensés en 2020 ;
- Nombre de collaborateurs employés par AECF en 2020 ;
- Nombre de nouveaux collaborateurs ont été initiés au dispositif Acting as ;
- Taux de participation à l'enquête des salariés d'American Express Carte France en 2020 ;
- Nombre de kWh d'électricité consommés par AECF en 2020 ;
- Part des collaborateurs formés à la lutte contre le blanchiment des capitaux ;
- Part des collaborateurs formés sur la lutte contre la corruption et les conflits d'intérêts ;
- Nombre de commentaires sur les pratiques fiscales d'AECF formulé par ses CAC ;
- Part des collaborateurs formés à la sécurité et à la protection des données personnelles ;
- Part des clients qui ont déclaré qu'ils seraient prêts à recommander AECF ;
- Part des clients qui recommandent AECF sur les offres classiques d'AECF ;
- Part des clients qui recommandent AECF sur les services voyages et conciergerie ;
- Nombre de dossiers de recouvrements traitables et traités à l'amiable ;
- Evolution du nombre de recrutements externes par rapport à 2019 ;
- Part des collaborateurs qui ont bénéficié d'une formation sur l'exercice ;
- Part de la masse salariale dédiée aux dépenses de formation ;
- Le taux de fréquence des accidents du travail (avec arrêt) des collaborateurs d'AECF ;
- Le taux de fréquence des accidents du travail (avec et sans arrêt) des collaborateurs ;
- Part des salariés qui recommanderaient AECF comme entreprise où il fait bon travailler ;
- évolution des émissions GES liées aux consommations énergétiques d'AECF.

### Informations qualitatives (actions et résultats) :

- Les dispositifs de lutte contre la fraude sont intégrés au Code de Conduite ;
- La ligne d'assistance éthique Amex Ethics Hotline ;
- AECF utilise des cabinets externes pour déposer ses déclarations fiscales ;
- AECF a mis en œuvre les recommandations de la CNIL en matière de cookies ;
- AECF a mise en place l'assouplissement ou l'allongement des délais de paiement ;
- La plateforme interne IMH permet d'automatiser la vérification du bon respect des procédures de communication ;
- Le Relationship Care® définit une éthique de travail qui valorise le dialogue ;
- Processus de ré-internalisation de la fonction «recrutement » achevé en 2020 ;
- Certificat officiel « American Express & Harvard Certificate in Leadership Excellence » ;
- Le programme Reward Blue ;
- Don de l'ensemble du mobilier de l'immeuble dans le cadre de sa vente.



## AMERICAN EXPRESS Carte – FRANCE

Société Anonyme au capital de 77 873 000 Euros

Siège social : 8, rue Henri Sainte Claire Deville 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)