

POUR UNE TRANSITION JUSTE

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT
DURABLE 2023

Au service de nos clients et partenaires,
favoriser l'accès à une consommation
plus durable et plus responsable.



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



Sommaire

1

Éditorial p. 3
Regards croisés p. 4
Réalizations phares p. 6

Être exemplaire comme entreprise et employeur

Engagement #1 p. 10
Créer un environnement de travail pérenne, équitable et inclusif.

Engagement #2 p. 16
Avoir un impact neutre sur l'environnement.

2

Transformer nos activités, nos modèles de fonctionnement et nos offres

Engagement #3 p. 22
Ouvrir l'accès à nos services financiers au plus grand nombre.

Engagement #4 p. 26
Aider nos clients à réduire leur empreinte environnementale.

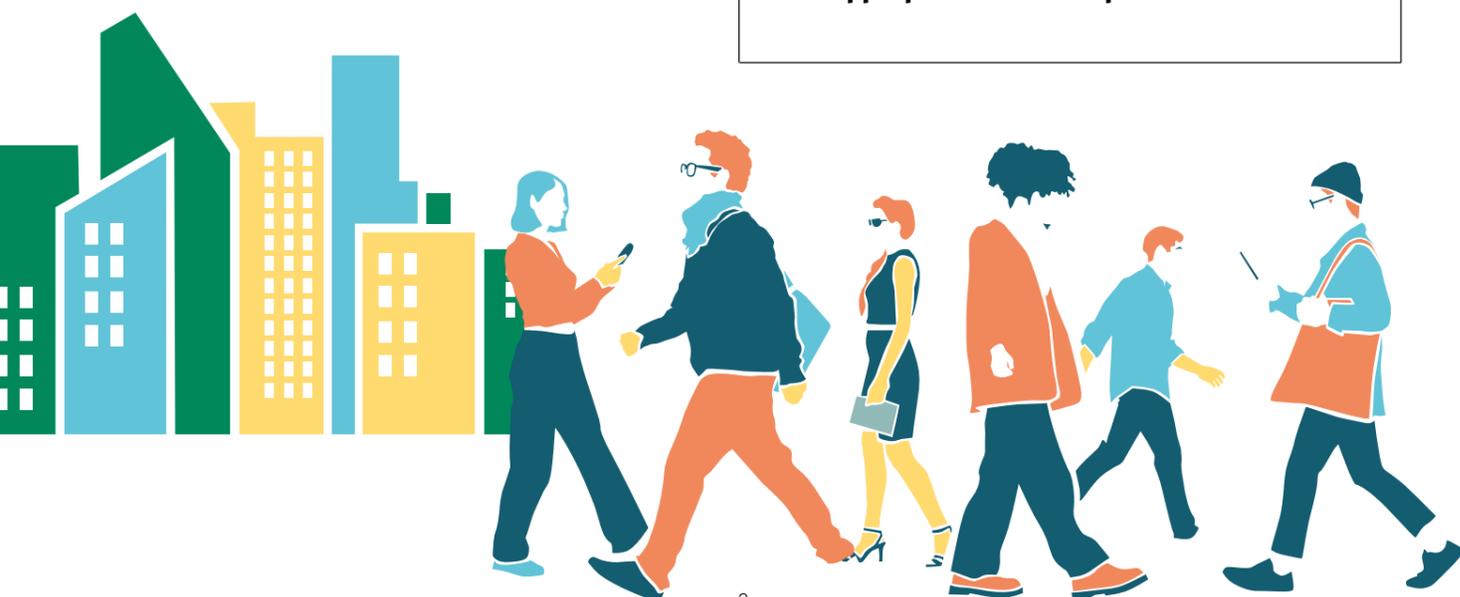
Engagement #5 p. 34
Construire une relation durable et inclusive avec nos parties prenantes.

3

Avoir un impact positif au-delà de nos activités, dans nos domaines d'expertise

Engagement #6 p. 40
Contribuer à l'éducation financière et à la sensibilisation à la consommation durable.

Engagement #7 p. 44
Contribuer à une meilleure inclusion et appropriation numériques.



Éditorial

Si l'année 2023 a laissé entrevoir les prémices d'une amélioration de la situation économique en Europe, les défis auxquels nous sommes confrontés restent nombreux : tensions politiques, transition énergétique, transformation des marchés... Dans ce contexte, les attentes de nos partenaires et du régulateur se renforcent. A ce titre, la publication de la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), qui vise à accroître la transparence et la qualité des informations non financières des entreprises, marque un changement.

Le Groupe BNP Paribas s'est engagé depuis plusieurs années dans cette direction, et le rappelle dans son rapport sur le climat 2024 en y définissant les nouveaux jalons qui lui permettront d'atteindre son objectif de neutralité carbone à l'horizon 2050.

Dans son sillage BNP Paribas Personal Finance, qui poursuit sa transformation pour consolider sa position de leader européen du crédit à la consommation, renouvelle son engagement d'être l'acteur qui favorise l'accès à une consommation plus responsable et plus durable. Qu'il s'agisse de ses clients, de ses partenaires, de ses collaborateurs, tous les acteurs de l'écosystème de BNP Paribas Personal Finance jouent un rôle dans la construction de cette consommation plus durable.

Je tiens à les saluer tous, à reconnaître ici leur mobilisation pour cet objectif juste et qui replace l'entreprise dans son rôle pour la société autant que pour l'économie.

Notre encours en finance durable continue sa progression et atteint aujourd'hui 8,9 milliards d'euros. Parmi toutes les raisons d'être fiers de notre entreprise, l'opération de titrisation lancée avec le groupe Banque Européenne d'Investissement (BEI), résultat d'un travail commun des équipes de BNP Paribas Personal Finance et du groupe BNP Paribas ressort particulièrement. Cette opération, qui a été une première sur des encours de crédits à la consommation, est le fruit de notre engagement passé et à venir en faveur de la transition énergétique dans l'habitat.

Le chemin est long et parsemé de défis pour atteindre une transition juste, mais nous sommes résolument engagés à allier performance économique et impact positif. Le développement de nos encours en finance durable se fera dans les prochaines années sur 3 axes : la mobilité durable, la transition énergétique dans l'habitat, et l'inclusion financière.

Vous retrouvez dans cette nouvelle édition une synthèse « Pour une transition juste » de nos actions et de nos engagements : ensemble, poursuivons nos efforts dans cette direction, je compte sur vous !



Charlotte Dennerly
Administratrice Directrice Générale



Flashez pour découvrir
notre manifeste



Vincent Sussfeld

Directeur Général Délégué,
en charge des Lignes de
Métiers Internationales



Miruna Senciuc

Directrice du Développement
Durable

Dans cet entretien, Vincent Sussfeld, Directeur Général Délégué en charge des Lignes de Métiers Internationales et Miruna Senciuc, Directrice du Développement Durable explorent ensemble les défis de BNP Paribas Personal Finance, ainsi que les stratégies et actions concrètes déployées dans la quête d'une transition toujours plus juste.

Pouvez-vous nous donner un aperçu de l'analyse de l'encours de finance durable réalisé par BNP Paribas Personal Finance et des progrès réalisés dans les domaines de la mobilité durable et de la transition énergétique dans l'habitat ?

Vincent Sussfeld — Absolument. Nous mesurons notre encours en finance durable depuis 2019 sur deux domaines : la mobilité durable et la transition énergétique dans l'habitat. En 2023, nous avons progressé avec un encours en finance durable à 8,9 milliards d'euros. Notre encours en mobilité durable s'élève à 4,9 milliards d'euros. Cette progression s'explique en partie grâce à notre récent partenariat avec Stellantis. Parmi ces 4,9 milliards d'euros, 2 milliards sont alloués aux véhicules hybrides rechargeables émettant moins de 50 g de CO₂ conformément à la taxonomie européenne en vigueur.

Miruna Senciuc — De plus, dans le secteur de la transition énergé-

tique dans l'habitat, notre expertise se solidifie grâce à nos partenariats stratégiques. L'année 2023 marque le 20^{ème} anniversaire de Domofinance, notre joint-venture avec EDF et le renouvellement de notre partenariat pour continuer à accompagner la transition énergétique des logements. Je suis ravie de voir que l'Espagne a à son tour pu participer au programme Green Bond du Groupe suite à la progression de ces encours en transition énergétique de l'habitat.

BNP Paribas Personal Finance souhaite favoriser l'accès à une consommation plus responsable, tout en s'assurant de son accès au plus grand nombre. Quels seront les principaux domaines d'attention ?

M.S. — Comme le mentionnait Vincent, nous savons identifier nos encours durables dans les domaines de la mobilité et de la transition énergétique dans l'habitat.

Ceci est possible grâce aux définitions claires et précises relatives à ce que nous finançons, et nous devons également être en mesure de mesurer nos encours en inclusion financière.

V.S. — C'est en effet un aspect essentiel de notre ADN. Historiquement, notre marque Cetelem avait été créée pour accompagner ceux qui n'avaient pas les moyens de s'équiper en électroménager. Notre objectif pour 2024 est de définir clairement les critères d'inclusion financière afin de pouvoir identifier les actions qui entrent dans ce champ et de les inclure dans notre encours de finance durable.

Comment accompagnez-vous les clients et partenaires vers la transition bas carbone ?

V.S. — Nos partenaires et clients sont confrontés à des défis complexes lorsqu'il s'agit d'embrasser la transition écologique. Du côté des clients, il y a une demande croissante en solutions de consommation responsable tout en maintenant un budget équilibré. Pour répondre à ces attentes, notre rôle est de les accompagner dans leurs choix, en leur fournissant des outils d'aide à la décision. C'est le cas de notre partenariat avec Effy qui vise à accompagner nos clients dans le projet de rénovation énergétique de leurs logements. L'ensemble de nos parties prenantes doit également transformer ses modèles industriels pour s'aligner sur des pratiques plus respectueuses de l'environnement, ce qui est déjà le cas pour nos partenaires du secteur automobile par exemple.

M.S. — Notre métier est fondé depuis toujours sur des partenariats solides, c'est donc naturellement que nous travaillons en lien étroit avec ces derniers pour relever les défis de la transition juste. Nous sommes à l'écoute des nouvelles attentes de consommation, et œuvrons avec nos partenaires pour transformer l'économie de l'usage grâce à des offres de location. Nous sommes convaincus que la collaboration est clé

pour accompagner le plus grand nombre vers la transition.

Quels sont les principaux enjeux à relever pour cette nouvelle année ?

V.S. — Notre principal objectif est de maximiser nos encours en finance durable dans les domaines de la mobilité durable, de la transition énergétique dans l'habitat, et de l'inclusion financière. Notre forte culture partenariale est un atout pour mener à bien ces chantiers. L'engagement de nos collaborateurs a toujours été un élément clé et je sais pouvoir compter sur eux pour continuer à travailler avec nos partenaires, les accompagner dans leur propre transformation et répondre ensemble aux attentes des clients et marchés. Nous poursuivons les différentes initiatives lancées dans nos géographies, tout en sélectionnant les plus impactantes pour les développer à plus grande échelle, favorisant ainsi la transition juste.



Nous observons une demande croissante en solutions de consommation responsable tout en maintenant un budget équilibré.

Vincent Sussfeld

Réalisations phares en 2023

1 Être exemplaire comme entreprise et employeur



Environnement

1,02 tonne

d'émissions de gaz à effet de serre par collaborateur par an (901 kg en 2022)

Formation

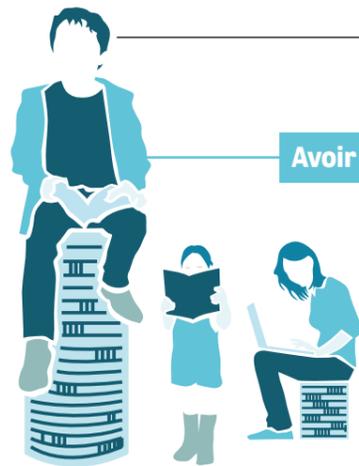
11 160

heures de formation par an dédiées au développement durable

Égalité hommes-femmes

36%

de nos postes clés sont occupés par des femmes (35% en 2022)



Avoir un impact positif au-delà de nos activités, dans nos domaines d'expertise

3

Bénévolat

44 817

heures solidaires dans le cadre du programme #1MillionHours2Help (52 965 heures solidaires en 2022)

Éducation financière

59 200

jeunes sensibilisés à l'éducation financière (59 000 en 2022)

Inclusion numérique

4 220

personnes sensibilisées à l'usage du numérique (2 000 en 2022)

2 Transformer nos activités, nos modèles de fonctionnement et nos offres



Transition énergétique

4 Md €

d'encours pour financer la transition énergétique dans l'habitat (3,6 Md € en 2022)

dont **2,78 Md €**

pour financer les énergies renouvelables

Mobilité durable

4,9 Md €

d'encours pour financer la mobilité durable (2,4 Md € en 2022)

dont **2,65 Md €**

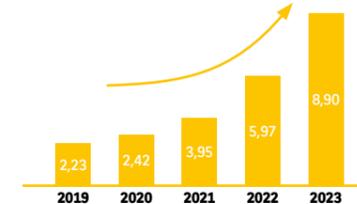
pour financer les voitures électriques

V

Financement durable

8,9 Md €

d'encours (6 Md € en 2022)



Le leader européen du financement aux particuliers

18 500

collaborateurs dans le monde

>

28

pays

>

23 millions

de clients dans le monde

>

108 milliards €

d'encours

>

5,16 milliards €

de produit net bancaire



Être exemplaire comme entreprise et employeur

En 2023, 85 % de nos collaborateurs se sentent à l'aise avec le mode de travail hybride*

Ⓟ

Contribuer à une transition juste est au cœur de la raison d'être de BNP Paribas Personal Finance. Exemplaires comme entreprise et employeur, nous sommes engagés à avoir un impact neutre sur l'environnement en agissant sur notre portefeuille de crédit et nos émissions directes. Une conviction qui s'accompagne par la création d'un environnement de travail pérenne, équitable et inclusif, notamment grâce à notre démarche Smart Working : nous mettons en œuvre les conditions de travail qui maximisent le niveau d'engagement et de compétences des employés, tout en déployant des actions de formation et de management exemplaires, en nous appuyant sur une organisation du travail hybride qui répond aux attentes des collaborateurs.

De quoi gagner en attractivité et en efficacité et, pour nos équipes, en autonomie et en flexibilité d'organisation.

Créer un environnement de travail pérenne, équitable et inclusif.

Pour BNP Paribas Personal Finance, créer un environnement de travail durable, équitable et inclusif est indispensable pour permettre la transformation et la performance de l'entreprise.

Pour cela, nous déployons des actions de formation et de management exemplaires, proposons une organisation du travail hybride et des conditions qui maximisent le niveau d'engagement et de compétences des collaborateurs.

11 160
heures de formation/an dédiées
au développement durable,
3 701 employés formés.

Sur un total de
352 192 heures
de formation,
pour **16 281**
collaborateurs.



Accompagner les salariés aidants, un enjeu de société



Christine Lamidel
CEO et fondatrice de Tilia

fondatrice de Tilia, fait le point sur la situation, les dispositifs possibles et l'accompagnement que peut apporter le social business de BNP Paribas Personal Finance.

En moyenne, chaque entreprise compte 20% de salariés aidants ou amenés à l'être un jour. Cela représente un véritable enjeu pour ces dernières qui doivent trouver des solutions concrètes afin de faciliter le quotidien de ces salariés.

Christine Lamidel, CEO et

Qui sont les aidants ?

Potentiellement, il s'agit de tout le monde. On estime qu'aujourd'hui, 11 millions de Français sont concernés, soit 1 sur 6. Et ce chiffre ne cesse d'augmenter. Ces personnes aident régulièrement un membre de leur famille ou un ami en perte d'autonomie du fait d'un handicap, d'une maladie ou de l'avancée de l'âge. Le problème, c'est que le plus souvent, la personne ne se reconnaît pas comme aidant, estimant qu'aider est une chose naturelle. Pourtant, accompagner de manière régulière un proche, souvent sur le long terme, mérite d'être reconnu et soutenu car c'est un engagement qui peut s'avérer très lourd. Un aidant peut aussi avoir besoin d'être aidé !

Quels sont justement leurs défis au quotidien ?

En moyenne, 20% des salariés d'une entreprise sont aidants et doivent donc apprendre à concilier vie professionnelle et rôle d'aidant. Le rôle d'aidant peut être très chronophage, ce qui peut conduire certains à aménager voire réduire leur temps de travail. Une situation qui dans tous les cas est génératrice de stress, de fatigue, de charge mentale, ce qui n'est pas sans conséquence sur la santé à long terme. À cela peuvent s'ajouter des inquiétudes d'ordre budgétaire, surtout pour les aidants qui ont dû réduire leur activité, voire la stopper. D'une manière générale, on peut dire que personne n'est jamais vraiment préparé à devenir aidant !

Quels sont les impacts pour les entreprises ?

Un salarié aidant va avoir besoin de temps. Si ses absences ne sont pas planifiées, cela peut être source de désorganisation pour son équipe. Et comme nous l'avons vu, l'aidant est bien souvent stressé, fatigué. Sa concentration peut s'en trouver impactée, et entraîner des conséquences sur les performances de l'entreprise. Sans parler du fait que pour pouvoir assumer sa charge de travail, il peut être amené à rogner sur la pause déjeuner, éviter les moments de convivialité. À terme, sa santé peut se dégrader et mener à des arrêts maladie.

Pourtant des dispositifs légaux existent pour aider les aidants.

En effet, le cadre juridique a largement évolué ces dernières années. Il existe ainsi le congé de solidarité familiale pour aider un membre

de sa famille en fin de vie ; le congé de présence parentale pour s'occuper d'un enfant nécessitant des soins au quotidien et le congé de proche aidant pour accompagner un proche en perte d'autonomie. Sous certaines conditions, ces dispositifs peuvent faire l'objet d'une indemnisation.

Quelles solutions peuvent aussi proposer les entreprises ?

Les entreprises peuvent mettre en place différents types d'aménagements : flexibilité des horaires, télétravail renforcé, modification des missions, voire reconversion, congé sabbatique pour convenance personnelle, recours à un compte épargne temps, réorganisation d'équipe avec un back-up, don de jours avec abondement par l'employeur, etc. Quand de telles solutions sont mises en place, 67% des salariés aidants les utilisent (baromètre « Aider & Travailler » 2020) et reconnaissent qu'elles leur sont efficaces pour les maintenir dans l'emploi. Ça n'est pas encore totalement satisfaisant, mais c'est encourageant.

Qu'apporte Tilia aux entreprises ?

Notre mission est de participer à une meilleure inclusion des salariés aidants. Nous aidons les entreprises, et plus particulièrement les directions des ressources humaines, dans l'identification des situations et l'analyse des besoins de leurs collaborateurs aidants. Nous proposons des sessions de sensibilisation pour acculturer tous les acteurs de l'entreprise (RH, managers et collaborateurs) et enfin nous offrons une aide concrète aux aidants grâce à notre dispositif d'accompagnement individuel. Il est important de libérer la parole pour mettre en place un cercle vertueux permettant de faire changer le regard sur l'aidance. Il est essentiel de créer une culture de la bienveillance et un climat de confiance.

Quels avantages pour les bénéficiaires du dispositif ?

Nos utilisateurs, selon leurs besoins du moment et l'urgence de la situation, peuvent bénéficier d'un accompagnement individuel grâce à nos conseillers sociaux et à nos assistants personnels. Par téléphone, les conseillers sociaux réalisent un bilan de la situation et rédigent un plan d'actions personnalisé. Nos assistants personnels peuvent ensuite identifier des prestataires de services à la personne pour aider les proches fragilisés. L'application mobile permet aussi d'agrèger toutes les informations du proche aidé en un seul endroit accessible à l'aidant et à jusqu'à 3 autres proches de confiance. Nos bénéficiaires peuvent enfin participer à nos animations collectives sur les thématiques qui les intéressent : répit, soutien psychologique, sécurisation du domicile, protection juridique, méditation de pleine conscience... Autant d'occasions d'échanger avec d'autres aidants et des professionnels pour mieux vivre son rôle.

En bref, il est essentiel de donner les conditions aux collaborateurs aidants d'exercer leur activité professionnelle tout en ayant les moyens de prendre soin de leurs proches sans avoir à culpabiliser ni à faire de choix !

MAINTIEN DANS L'EMPLOI

Signataire de la charte Cancer@Work : libérer la parole sur la maladie

Chaque jour, en France, 1 200 personnes apprennent qu'elles sont atteintes d'un cancer. 400 d'entre elles travaillent. BNP Paribas Personal Finance est la première entité du Groupe BNPP à signer la charte Cancer@Work. Nous nous engageons à mettre en place des actions concrètes en faveur de l'inclusion et du maintien dans l'emploi des personnes touchées directement ou indirectement par le cancer ou par des maladies chroniques. Concrètement, nous avons identifié trois moments clés : l'annonce de la maladie, l'absence pour soins et le retour au bureau. Nous nous engageons à informer et sensibiliser les collaborateurs en faisant évoluer les savoirs et représentations liés aux maladies ; accompagner la création d'un environnement favorable aux collaborateurs touchés et aux aidants, informer et sensibiliser les membres des ressources humaines et managers sur les enjeux liés aux maladies pour favoriser des comportements adaptés.



DIVERSITÉ & INCLUSION

Zéro tolérance face au racisme

Selon une enquête interne, 80% des salariés ont une opinion favorable à notre politique Diversité & Inclusion BNP Paribas Personal Finance. Pour réaffirmer notre engagement dans la lutte contre la discrimination raciale, nous avons donné la parole à des collaborateurs dans le cadre d'une vidéo. Chacun s'est exprimé dans sa langue maternelle sur les comportements à adopter face au racisme. Que ce soit en wolof, en anglais, en vietnamien ou en arabe... objectif : tolérance zéro pour les discriminations raciales.

« Adoptons une politique de tolérance zéro à l'égard du racisme en... mettant fin aux micro-agressions sur les origines. »

Coumba Ba
(Traduit du wolof)

« Adoptons une politique de tolérance zéro à l'égard du racisme en... respectant les croyances et les coutumes des uns et des autres. »

Quoc Hai Bach
(Traduit du vietnamien)

RÉSEAUX D'ENTREPRISE

Diversité en action

Nos réseaux internes de diversité et d'inclusion jouent un rôle essentiel dans la promotion de l'égalité et du respect de la diversité au sein de notre entreprise. Ils réunissent de nombreux collaborateurs, proposent des espaces d'échange, de co-construction et ce sont des alliés de la Direction des Ressources Humaines pour promouvoir ces sujets. Ainsi, Ex æquo (France) et Findomestic Donna (Italie) œuvrent pour défendre la parité et le leadership féminin. Il existe également Ability, un groupe d'écoute, de partage et d'entraide pour les collaborateurs touchés de près ou de loin par des handicaps ; BNP Paribas Pride pour créer un environnement professionnel et social dans lequel chacun peut s'épanouir quelle que soit son orientation sexuelle ; ou encore CulturAll France, créé en 2011, qui réunit des professionnels autour de leurs affinités communes avec le continent africain.



INCLUSION HANDICAP

S'engager en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap

7,64%

de collaborateurs en situation de handicap en France

Nous avons signé notre 5^e accord handicap (2024-2027) réaffirmant ainsi notre engagement en faveur de l'emploi direct et indirect ainsi que de l'intégration et du maintien en emploi des personnes en situation de handicap.

Au Portugal, pour favoriser le recrutement inclusif, nous avons lancé en 2023 le programme We Include en partenariat avec Associação Salvador et Valor T, qui permet aussi de sensibiliser les collaborateurs et managers via des ateliers et des newsletters dédiés.



PARITÉ FEMMES-HOMMES

Lucine : mettre en lumière les femmes dans la Tech

Les femmes sont trop peu présentes dans la Tech : en 2022, en Europe, elles ne représentaient que 22% des effectifs des métiers du numérique. Chez BNP Paribas Personal Finance, 37% de nos effectifs IT sont des femmes. Pour continuer à encourager la féminisation de la Tech et sous l'impulsion de notre Directrice des Systèmes d'Information Carine Ivanenko, nous avons lancé le programme de mentorat Lucine qui vise à sensibiliser et à accompagner les collaboratrices dans leur développement professionnel. Durant quatre mois, dix participantes bénéficient d'un mentorat intensif, accompagné de formations axées sur nos axes stratégiques (cloud, marketplace, etc.). L'objectif est double : favoriser une prise de conscience collective pour promouvoir la diversité dans la tech et aider ces collaboratrices à gagner en assertivité et en influence, tant en interne qu'en externe, pour contribuer à leur épanouissement et à leur fidélisation.

« Avant je n'osais pas me lancer dans un projet si je ne cochais pas toutes les cases, maintenant j'y vais. [...] Nous sommes arrivées « sans oser » et nous sommes reparties en étant convaincues que l'on valait autant qu'un autre. Nous avons fait le plein de confiance en nous pour aller de l'avant. »

Caroline Breyne

COE Lead en charge du Testing à l'IT France et membre du programme Lucine

BAROMÈTRE SUR LE SEXISME

Baromètre #StOpE 2023*

En tant que signataires de l'initiative #StOpE et dans le cadre de nos actions en faveur de la lutte contre le sexisme, nous avons participé en 2023 au nouveau baromètre sur le sexisme ordinaire. 20% de nos effectifs y ont répondu. Ce fut l'occasion de rappeler les différents dispositifs mis en place pour lutter contre le sexisme : cellule d'écoute dédiée, formation en ligne sur le sexisme en entreprise et les stéréotypes sexistes, supports vidéo pour sensibiliser au sexisme ordinaire que nous allons continuer à mesurer pour être sûrs que nos efforts portent leur fruit.

Pour

8/10

femmes, les attitudes et décisions sexistes sont régulières au travail.

50%

des hommes ont déjà entendu des jugements à propos des femmes qui exercent des responsabilités.

* En 2023, la deuxième édition du baromètre de l'initiative #StOpE a réuni 15 organisations participantes et près de 90 000 répondants.

ÉGALITÉ HOMMES/FEMMES

41%

des membres du COMEX sont des femmes en 2023 (contre 13% en 2021 et 38% en 2022)

36%

de nos postes clés sont occupés par des femmes (57% dans nos effectifs)

57%

de nos jeunes talents sont des femmes

88/100

score de l'indice d'égalité femmes-hommes en France

450 000€

alloués pour rééquilibrer les écarts de salaires femmes-hommes (149 bénéficiaires en France)

FORMATION

La Sustainability Academy : une plateforme de formation du groupe BNP Paribas dédiée au développement durable



À l'heure où le monde change rapidement et profondément, il est essentiel de développer une culture du développement durable et de maintenir à jour ses connaissances.

Nous proposons à nos collaborateurs un parcours en 3 étapes :

- 1** **COMPRENDRE LES FAITS scientifiques**
- 2** **S'APPROPRIER NOTRE STRATÉGIE de développement durable**
- 3** **S'ENGAGER ET INITIER des actions durables dans notre métier au quotidien**

LA FRESQUE DU CLIMAT

Fresque du climat :

918 collaborateurs participants.

37 fresqueurs internes.

UNIVERSITY OF CAMBRIDGE

134 collaborateurs ont obtenu la formation certifiante « CISL Sustainability Essentials for Business. »

9 ont participé au programme complet Cambridge Institute for Sustainability Leadership.

600 personnes ont suivi la conférence « Sur le front du changement climatique » avec la glaciologue Heïdi Sevestre.



Pour aller plus loin : en 2024, dans la lignée de la Fresque du Climat, nous allons déployer deux autres fresques : la Fresque de l'Économie Circulaire et la Fresque de la Mobilité.



Sustainability@PF

Une mini-série de vidéos afin de connaître et comprendre en moins de 20 minutes le manifeste et les engagements de BNP Paribas Personal Finance.

En Allemagne, un quiz géant a été organisé pour sensibiliser les collaborateurs à notre manifeste.



ENGAGE 4 IMPACT

Ateliers « Engage4Impact » animés par des ambassadeurs internes.

Ce programme invite nos collaborateurs à identifier dans leur métier quelles sont les actions, les changements de comportements à mettre en place pour apporter des preuves à nos engagements.

3 121 employés depuis le lancement.

26% des collaborateurs. Objectif : 100% en 2025.

Selon notre dernière étude :

78% des collaborateurs connaissent le ou les engagements sur lesquels ils peuvent agir dans leur travail au quotidien.

« La force du programme est de permettre aux salariés de s'approprier le manifeste et de le transformer en actions concrètes dans leur métier. »

Ambassadeur Engage4Impact

ANTICIPATION ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Les compétences, la clé du développement

96%

de nos collaborateurs ont suivi au moins une formation non obligatoire avec en moyenne près de 2 heures par mois ; soit un total de 352 192 heures de formation (incluant celles obligatoires). Améliorer et encourager le développement des compétences et des connaissances de nos salariés est primordial pour enrichir leur parcours professionnel, mais aussi pour les faire participer à la transformation de notre entreprise. Si la majorité des formations relève du domaine technique, nous en déployons de plus en plus sur de nouvelles compétences pour favoriser l'employabilité et contribuer à la transformation de l'entreprise : la data, l'intelligence artificielle, les méthodes agiles et le développement durable.

MONTÉE EN COMPÉTENCE

Ready to Learn

+ de 1000

collaborateurs issus de 13 pays ont participé en octobre 2023 à la 5^e édition française et à la 2^e édition internationale de « Ready to Learn ». Durant une semaine, ils ont assisté en présentiel ou en ligne à des conférences, des ateliers et des tables rondes autour des compétences et connaissances indispensables pour demain : orientation client, tendances de consommation, développement durable, agilité, data & intelligence artificielle, adaptabilité, leadership.

CERTIFICATION GEEIS

Bureau Veritas Italia a renouvelé en 2023 la certification GEEIS-Diversity de Findomestic avec une note plus élevée qu'en 2021. Ce label évalue les progrès en matière d'égalité professionnelle et de diversité.



FORMATION

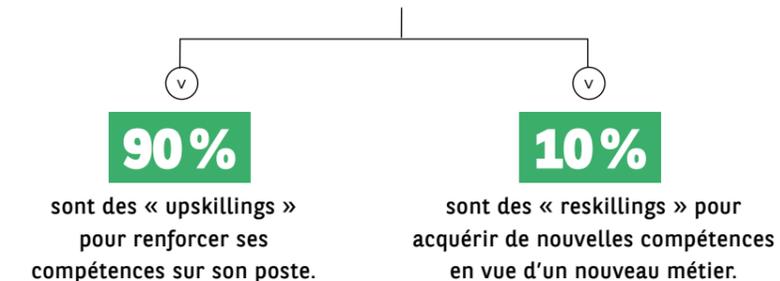
Data & Artificial Intelligence acculturation

La data et l'intelligence artificielle (IA) sont au cœur du plan stratégique GTS* 2025 de BNP Paribas. Au total, ce sont 961 collaborateurs qui ont suivi plus de 7 heures de formation.

56 managers internationaux certifiés avec la formation « Data for managers » délivrée par Netexplor en collaboration avec HEC Paris, avec un Net Promoter Score de 60. **99%** jugent la formation utile pour leur métier.

+ de 200

licences attribuées par la Digital Data et Agile Academy, dont près de la moitié dédiées à la data.



513 collaborateurs issus de 11 pays ont obtenu le passeport data-IA (comprendre les enjeux de l'IA et de la data dans sa vie personnelle et professionnelle).

PRIX TOP EMPLOYERS



BNP Paribas Personal Finance a été certifié « Top Employers Europe » pour la 4^e fois consécutive, une belle récompense pour les efforts menés en faveur de l'expérience des collaborateurs, la diversité et l'inclusion, l'apprentissage et le développement, ainsi que le bien-être.

Certifications 2024 pour l'année 2023

Espagne	10 ^e fois
Italie	8 ^e fois
Portugal	7 ^e fois
Royaume-Uni	4 ^e fois
Belgique	5 ^e fois
Pays-Bas	1 ^{re} fois
Europe	4 ^e fois

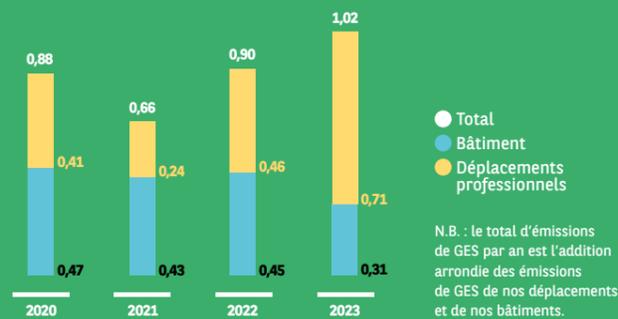
Avoir un impact neutre sur l'environnement.

Nous nous efforçons d'être exemplaires dans notre propre fonctionnement interne en optimisant notre consommation d'énergie, en réduisant nos déplacements professionnels et en adaptant nos espaces de travail. De même, nous travaillons à réduire notre empreinte numérique en prolongeant la durée de vie de nos équipements et en repensant nos méthodes de travail. Nous encourageons activement nos collaborateurs à adopter des pratiques durables et nous innovons dans nos pratiques informatiques et la conception de nos produits et services pour aligner nos activités avec nos engagements environnementaux.

Émissions de gaz à effet de serre (GES)

1,024 tonne*

par an
et par collaborateur.



Nous observons une augmentation des voyages d'affaires en partie due à une animation de relance du business post-Covid et à un changement de périmètre au Royaume-Uni. Nos entités déploient un effort permanent pour réduire l'aviation au profit du train, moins émissif. L'impact des émissions de nos bâtiments a été réduit, grâce à plusieurs facteurs : une optimisation des surfaces utilisées, une amélioration de la qualité énergétique de nos bâtiments et des usages plus économes au quotidien.

2 sources
majeures
d'émissions



Bâtiments

310 kg GES

par an et par collaborateur.



Voyages d'affaires

715 kg GES

par an et par collaborateur.

* Périmètre géographique : 7 pays (Allemagne, Espagne, France, Italie, Portugal, Royaume-Uni et Brésil)/Belgique (AlphaCredit) et pays PF inside (Pologne, Ukraine, Turquie et Maroc) sont inclus dans le calcul des GES (avec Fortis Belgium pour AlphaCredit et avec Europe Méditerranée pour les pays PF inside). Le calcul des émissions de GES par ETP et par an est spécifique à chaque pays et nécessite 24 données brutes relatives au type d'énergie utilisée, au certificat vert du fournisseur d'électricité, aux kilomètres parcourus dans le cadre des déplacements professionnels, détaillés par mode de transport, etc. Les chiffres proviennent de la campagne de données environnementales de la RSE du groupe.

L'éco-conception au service du numérique



Mathieu Wolff
Expert éco-conception
d'Infogreen Factory



Carole Elgoyhen
Positive IT Guild Leader

Parce que l'impact du numérique sur l'environnement est important, nous devons nous emparer des outils disponibles pour le minimiser. La conception de nos solutions IT est un levier sur lequel nous pouvons agir, c'est pourquoi nous sommes engagés dans une démarche d'éco-conception de services numériques. Explications avec Mathieu Wolff, Expert éco-conception d'Infogreen Factory, qui accompagne BNP Paribas Personal Finance à ce sujet et Carole Elgoyhen, Positive IT Guild Leader.

À l'échelle du numérique, comment définissez-vous l'éco-conception ?

Mathieu Wolff — L'éco-conception consiste à travailler sur tout le cycle de vie d'un produit ou d'un service et d'intégrer les impacts environnementaux du numérique. Globalement, on sait que 50% des fonctionnalités logicielles demandées par des utilisateurs sont finalement peu ou pas utilisées. Il s'agit donc déjà de rationaliser à ce niveau-là. Ensuite, il faut intégrer l'impact social et penser des outils ou services qui luttent contre l'exclusion numérique par un usage simplifié ou possible même avec des équipements anciens. Cette conception responsable intégrant le volet social vise aussi à simplifier et réimaginer le code d'une application, on fait des économies sur le coût et le temps de maintenance, on réduit les espaces de stockage, on voit notre consommation d'énergie à la baisse et donc nos émissions de gaz à effet de serre de façon générale.

Quels sont les bénéfices d'une démarche de conception responsable ?

M. W. — Au-delà des aspects préalablement cités qui en sont les bénéfices majeurs (diminution de la maintenance, coûts d'entretien allégés, etc.), l'éco-conception constitue également un plus pour gagner des parts de marché : les clients sont de plus en plus soucieux de l'impact environnemental des activités et font leurs choix en conséquence. C'est aussi un atout en terme d'attractivité auprès des collaborateurs car c'est un sujet qui préoccupe de plus en plus les talents de l'IT.

Comment mettre en place la démarche ?

M. W. — L'éco-conception doit intervenir en tout début de chaîne. Dans un premier temps, il faut établir une méthode pour challenger les exigences de l'utilisateur, et dans un second temps, construire un référentiel propre à l'entreprise avec de bonnes pratiques appro-

priées aux besoins. Une démarche d'éco-conception doit être pragmatique et ne pas être trop ambitieuse : il faut avoir conscience des marges de manœuvre possibles. En tout cas, la démarche nécessite une sensibilisation de toutes les équipes car c'est une autre façon de penser qui peut aller jusqu'à la transformation du business model. Il faut donc accompagner le changement, ce qui demande un certain investissement, et il faut pouvoir montrer les bénéfices possibles à toutes les parties prenantes de l'entreprise.

Comment mesurez-vous l'impact environnemental des services conçus grâce à des pratiques d'éco-conception ?

M. W. — Il est difficile d'en mesurer l'impact, même s'il existe quelques outils proposés par l'Institut du Numérique Responsable (INR). On peut essayer de faire des comparaisons sur des services existants qui ont été améliorés pour être moins impactants. En tout cas, je pense qu'il ne faut pas attendre d'avoir des outils de mesure pour engager une démarche d'éco-conception. Il faut initier des projets !

Justement, comment s'est mise en place l'éco-conception chez BNP Paribas Personal Finance ?

Carole Elgoyhen — Notre particularité, c'est d'avoir convié les équipes business lors d'un bootcamp de deux jours pour créer un cadre de référence d'éco-conception commun à l'ensemble de l'entreprise (voir initiative p. 19). Il est primordial d'associer toutes les équipes (business, marketing, IT...) pour qu'ensemble nous puissions identifier les fonctionnalités indispensables à nos clients et assurer leur accessibilité sur tous les appareils informatiques. Nous sommes encore au début de ce processus : notre objectif est de le pérenniser et d'accompagner ce changement avec la création d'une formation dédiée. Les collaborateurs adhèrent à cette initiative car c'est une opportunité d'agir directement pour l'environnement dans leur travail. En fin de compte, c'est notre expertise qui nous permettrait d'améliorer le bien commun et de contribuer positivement.

Quelles seraient vos recommandations pour des entreprises désireuses d'intégrer l'éco-conception ?

M. W. — Je ne peux que conseiller de former les collaborateurs, en incluant les membres de la direction. Il faut vraiment qu'il y ait un « sponsorship » et des relais décisionnaires pour pouvoir ancrer la démarche, sinon elle risque de s'épuiser.

C. E. — Pour que ça réussisse, il faut tout d'abord embarquer le comité de direction au travers de formations dédiées pour les mettre en capacité de comprendre et de valider les initiatives que les équipes proposeront à l'avenir. Il faut en parallèle constituer une équipe d'experts représentative des métiers et de l'IT, des pays et du corporate pour assimiler les principes d'éco-conception et les transformer en contenu concret, implémentable sur le terrain. Le bootcamp a permis de traiter cette étape de façon accélérée et de créer une dynamique de groupe qui nous a été utile sur l'ensemble de la construction du cadre de référence et de la formation. Il est essentiel d'être accompagné pour éviter d'être trop complaisant dans ses exigences et d'éviter une interprétation erronée des principes à mettre en œuvre.

BÂTIMENT

Green Buildings : vers des bâtiments moins énergivores

Grâce à notre programme Green Buildings, nous réduisons l'empreinte carbone de nos bâtiments. Chez Findomestic, 1^{re} filiale à obtenir la certification LEED-GOLD pour un de ses bureaux, l'ensemble des sites est équipé de climatisation à haut rendement et applique la réglementation sur les horaires d'éclairage. Résultat : environ 85 MWh d'énergie économisée chaque année.

« En 2024, nous allons engager un autre projet ambitieux, celui d'équiper 100% de nos bâtiments d'éclairage à technologie LED »,

Francesco Cavaciocchi, Responsable Énergie.

Du côté de Consors Finanz, les équipes de Munich ont emménagé en janvier 2023 dans un nouveau bâtiment économe en énergie et certifié BREEAM « Excellent », équipé notamment de détecteurs de présence et de régulateurs pour la lumière et le chauffage.



DÉPLACEMENTS À VÉLO

Mobilité douce : un engagement distingué

Chez BNP Paribas Personal Finance, on encourage nos collaborateurs à adopter des modes doux de transport pour leurs trajets domicile-travail. Et cet engagement se remarque ! En 2023, notre filiale espagnole a été certifiée « Employeur Ami du Vélo » (CFE : Cycle-Friendly Employer), devenant ainsi la première société financière du pays à recevoir cette reconnaissance. La CFE est une certification développée au niveau européen pour distinguer les entreprises qui encouragent et promeuvent l'utilisation quotidienne du vélo auprès de leurs salariés. Nos salariés prennent soin de leur santé, ils font des économies, sont plus épanouis dans leur travail et donc plus efficaces. Cette certification nous donne également une visibilité et une reconnaissance auprès de l'écosystème du vélo en Espagne.

LOCATION DE VÉLO

Vélo en entreprise : encourager la location longue durée

Pour inciter nos collaborateurs à venir au travail à vélo, nous mettons en œuvre avec nos partenaires des offres dédiées de location de longue durée. En France, ils peuvent se rendre dans un des magasins de nos partenaires, et bénéficier d'un contrat spécial avec loyer fixe adapté à leurs besoins.

ÉCONOMIES POUR LA PLANÈTE

Au bureau, on adopte les bons gestes

Dans notre siège social, les gobelets jetables, c'est fini ! Nous avons consommé presque **4 millions de gobelets** depuis notre arrivée dans notre nouveau siège en France. Dorénavant, les collaborateurs utilisent des mugs. Ce sont **1 200 gobelets** qui ne sont plus jetés chaque jour, soit une économie de **30 000 €**. Et pour nous inciter à tous éteindre nos ordinateurs en fin de journée ou en cas d'absences prolongées, rien de plus efficace qu'une campagne « nudge » avec des messages ciblés du type « La planète te dit merci ! ». Des petits gestes qui contribuent à faire évoluer les mentalités.

POSITIVE IT

Bootcamp Positive IT : définir nos règles d'éco-conception

L'informatique représente 4 % des gaz à effet de serre, soit autant que l'aviation civile. En cause ? La création, entre autres, « d'obésiciels », qui ralentissent les performances des mobiles, poussent à leur obsolescence précoce et pèsent sur les réseaux ainsi que l'infrastructure informatique de notre entreprise.



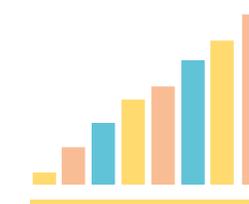
L'éco-conception permet de réduire le poids

Intégrer la réduction de l'empreinte environnementale dès le début du processus de conception devient ainsi crucial pour limiter les impacts environnementaux tout au long du cycle de vie des produits.



Un bootcamp pour définir des critères concrets

Réunissant sur 2 jours de nombreuses parties prenantes multi-pays (Allemagne, Benelux, France Coporate et ITG, nos centres de service en Roumanie et en Espagne), avec des représentants des équipes business (Product Owner, Business Analyst, UX/UI...) des équipes informatiques (architectes, développeurs, testeurs, scrum masters). L'objectif : sélectionner une grille de critères basée sur le GR491*.



Des résultats concrets

34 critères du GR41 ont été sélectionnés. Ils sont actuellement testés sur un parcours client Mobilité en cours de refonte en Belgique.

Une formation est en cours de conception avec les équipes belges en pilote et avec le soutien du BivWak et d'Infogreen Factory.

* (GR491, Le Guide de Référence de Conception Responsable de Services Numériques | INR (isit-europe.org))

POSITIVE IT

Former les décideurs pour agir concrètement

7 comités de directions informatiques de nos entités sur 9 formés à l'informatique durable en 2023*.

* Les 2 manquants l'ont été au 1^{er} trimestre 2024.

« Le Numérique Responsable, c'est vraiment l'affaire de tous, informaticiens et utilisateurs de l'IT ! Nous pouvons tous avoir un impact positif en repensant notre rapport aux équipements informatiques et en intégrant l'éco-conception dans nos projets. »

Élise Amand
Head of IT Governance Positive IT Sponsor

Les défis de demain

Nous devons nous montrer exemplaires quant à notre propre impact environnemental et social pour assurer notre fiabilité auprès de nos collaborateurs et de toutes nos parties prenantes. La parole est à notre comité exécutif, qui s'empare chaque jour de ces enjeux.



Frédéric Thoral
Directeur des Ressources Humaines

« Le développement durable est l'un des axes clés de notre transformation d'entreprise. À ce titre, nous nous devons d'anticiper ses impacts sur le plan humain, en nous formant et accompagnant tous nos collaborateurs afin que nous devenions nous-mêmes acteurs de ce changement. »



Carine Ivanenko
Directrice des Systèmes d'Information

« Grâce au programme Positive IT, notre service IT poursuit ses actions en faveur d'un numérique plus responsable et plus inclusif. Depuis la labellisation « Numérique Responsable » de nos 2 Centres de Services partagés en 2022, nous avons lancé Lucine, un programme de mentoring qui vise à mettre en lumière des collaboratrices IT. Nous préparons actuellement un cadre de travail pour l'éco-conception de services numériques. Ces briques fondatrices permettront d'ancrer à grande échelle les pratiques d'une informatique plus durable au service de nos métiers et d'une meilleure accessibilité pour nos clients. »



Gilles de Wailly
Directeur Général Adjoint des lignes de Services Internationales

« Réduire notre impact environnemental est un défi majeur pour nous. En optimisant l'empreinte de nos immeubles, bureaux et déplacements professionnels, nous avons réalisé des progrès significatifs ces dernières années. Cependant, en tant qu'entreprise de services, nous devons également tenir compte de l'impact environnemental du numérique, qui joue un rôle essentiel dans notre consommation d'énergie. C'est pourquoi, dès 2020, nous avons adhéré à la Charte du Numérique Responsable et mis en place le programme Positive IT. La Data et l'Intelligence Artificielle, au cœur de la stratégie de BNP Paribas Personal Finance, sont essentielles pour nos enjeux de finance durable : notre capacité à capter et identifier la data est cruciale pour monétiser nos encours ou encore savoir utiliser des datas pour arriver à mieux servir certaines typologies de clients. Nous y travaillons dans une approche responsable et sécurisée, pour le respect de nos clients et de notre entreprise. »

Transformer nos activités, nos modèles de fonctionnement et nos offres

En 2023, la finance durable totalise **8,9 Md €**, soit **8,2%** de nos encours.



Pour construire une relation durable avec nos parties prenantes, nous avons équipé toutes nos entités d'un nouvel outil d'évaluation : l'*impact dashboard* (tableau de bord à impact). Ce tableau de bord ESG (Environnementaux, Sociaux et Gouvernance), basé sur les standards financiers de notre secteur, permet de suivre les résultats de nos efforts en matière d'encours durables dans chaque pays. Nous avons défini des KPI (indicateurs) avec des nomenclatures précises, en appliquant les règles du Groupe BNPP, basées sur la taxonomie européenne, notamment pour la mobilité et la transition écologique dans l'habitat. Ces définitions ont été partagées avec nos filiales pour une meilleure collaboration entre les équipes Développement Durable et Finance. Depuis 2022, nous collectons ces données trimestriellement, intégrées au tableau de bord suivi par la direction générale. Nous poursuivons nos efforts pour être conformes à la réglementation CSRD (directive sur les rapports de développement durable des entreprises).



Ouvrir l'accès à nos services financiers au plus grand nombre.

L'inclusion financière est ancrée dans notre ADN. Nous travaillons à l'adaptation de nos parcours client avec les scores d'octroi de crédits, afin d'intégrer les jeunes, les travailleurs temporaires et les familles à faibles revenus dans notre écosystème financier. En élargissant notre offre, nous ouvrons ainsi la voie à de nouvelles opportunités qui peuvent véritablement transformer des vies. En adaptant nos offres pour toucher des populations actuellement non éligibles au crédit, nous participons à l'inclusion financière à impact social. Un travail qui va dans le sens de notre mission : rendre nos services financiers accessibles au plus grand nombre.

4 260

intérimaires financés en partenariat avec le FASTT (Fonds d'Action Social du Travail Temporaire), et 28 millions d'euros financés.



Inclusion financière à impact social



Anne Chanon
Directrice de la Recherche et des Opérations chez ESG Ratings, EthiFinance



Florence Valle
Experte Inclusion Financière

Favoriser l'inclusion financière exige une approche réfléchie et progressive. L'inclusion financière c'est favoriser l'accès à une consommation responsable et c'est aussi avoir un impact social. Ensuite, notre objectif ultime est d'atteindre un impact social significatif, mesurable et vérifiable. Afin de garantir que nos produits et services répondent à cette ambition, nous avons développé, en partenariat avec EthiFinance, une grille d'évaluation de l'accessibilité de notre offre ainsi que de l'impact social de nos initiatives. Pour mieux comprendre cette démarche, nous avons interrogé Anne Chanon, Directrice de la Recherche et des Opérations au sein de l'agence ESG (Environnement, Social et Gouvernance) Ratings du groupe EthiFinance et Florence Valle, experte en inclusion financière chez BNP Paribas Personal Finance.

Pour BNP Paribas Personal Finance, qu'est-ce que l'inclusion financière ?

Florence Valle — En nous appuyant sur les recommandations recueillies auprès de conseillers internes et externes, ainsi que sur notre raison d'être, nous avons défini l'inclusion financière comme une démarche volontariste et engageante pour favoriser l'accès à une consommation plus responsable et plus durable aux personnes mal servies par les services financiers en offrant des solutions qui répondent à leurs besoins à un juste prix tout en cherchant à avoir un impact positif. Nous faisons bien sûr évoluer cette définition en parallèle des différentes réglementations liées au sujet.

Qu'entendez-vous par impact positif social ?

F. V. — Il s'agit des actions qui entraînent des changements significatifs ou positifs permettant de résoudre ou du moins de s'attaquer aux injustices et aux défis sociaux afin de générer un mieux-être pour une communauté. Par exemple, les prêts qui favorisent un retour à l'emploi peuvent être considérés comme « sociaux ». Dans notre secteur, nous nous appuyons sur trois piliers : l'intentionnalité qui est la volonté de BNP Paribas Personal Finance de contribuer à avoir un avantage social et/ou environnemental positif ; l'additionnalité qui est la contribution spécifique et directe de BNP Paribas

Personal Finance permettant d'avoir un impact positif net dans la situation de l'emprunteur ; et la mesure d'impact qui évalue les externalités sociales et environnementales qui résultent du prêt, par rapport aux objectifs d'impact fixés par BNP Paribas Personal Finance. Ce sont donc des notions complexes à mesurer et c'est pour cela que nous avons souhaité co-développer notre approche avec EthiFinance.

Pouvez-vous nous présenter EthiFinance ?

Anne Chanon — Nous sommes une agence de notation financière et extra-financière, implantée en France, en Espagne et en Allemagne, et travaillant pour des clients dans toute l'Europe. Nous sommes le partenaire privilégié des acteurs de la finance durable dans l'Union Européenne, mais aussi des entreprises ou organisations engagées dans une démarche de développement durable. Nos 160 experts délivrent non seulement des notations, mais également des Second Party Opinions sur des instruments de dette ESG ou des accompagnements de banques et assurances dans leurs investissements et/ou financements durables. Depuis 20 ans maintenant, nous mesurons les pratiques de responsabilité sociale et de leur impact.

Vous avez co-construit une grille d'impact social innovante avec BNP Paribas Personal Finance. Quel était l'objectif principal et comment vous y êtes-vous pris ?

A. C. — BNP Paribas Personal Finance souhaitait fournir à ses équipes un outil pour apprécier l'alignement de leurs produits avec les attendus actuels en matière de finance à impact, et les aider à mieux structurer et à améliorer leur offre en direction des publics peu ou mal servis voire, pour certains, vulnérables. Un outil à la fois simple à utiliser et suffisamment flexible pour rester pertinent dans des contextes de pays très différents, et qui reflète l'état de l'art actuel en matière de finance inclusive et/ou à impact, en évitant autant que possible le risque de social-washing. Nous avons travaillé durant un an avec différentes équipes dans des pays pilotes du groupe (France, Allemagne, Italie, Portugal notamment).

F. V. — Les propositions d'EthiFinance ont été longuement discutées dans le cadre d'interviews, d'ateliers de cocréation, de crash tests dans plusieurs pays. Dans ces débats, souvent animés, la position de tiers indépendant d'EthiFinance a permis de challenger des visions installées, d'accompagner les équipes dans leur questionnement et leur vigilance sur l'appréciation du caractère inclusif ou pas d'une offre. Il reste maintenant à faire vivre cette grille : des premiers ateliers d'appropriation se sont tenus fin 2023 dans différents pays, mais ce n'est que le début de l'histoire. Faire vivre cette grille, c'est s'assurer que les équipes l'utilisent et en tirent bénéfice ; c'est intégrer les retours de ces équipes pour l'améliorer d'année en année ; et c'est veiller à ce qu'elle reflète toujours les attendus, pratiques et standards des marchés en la matière.

INTÉRIMAIRES

Avec le FASTT, faciliter la vie des intérimaires

2,5 millions

C'est le nombre de Français qui réalisent au moins une mission d'intérim au cours de leur vie. Choix pour certains, ces missions peuvent être subies pour d'autres. Ces profils ont souvent un point commun : la complexité d'accès au crédit bancaire traditionnel. Conscients de cette situation, nous avons signé une convention de partenariat avec le FASTT (Fonds d'Action Sociale du Travail Temporaire) dont la garantie repose sur une responsabilité partagée dans la gestion des risques et une contribution aux pertes finales. De cette façon, nous sommes en mesure de proposer une gamme de produits de crédits spécialement conçus pour les intérimaires.

Ainsi, depuis le 2 janvier 2023, les intérimaires ont accès à des solutions spécifiques de prêts personnels et de rachat de crédit, et des tarifications d'assurance adaptées. Un dispositif dédié a été élaboré en associant différentes compétences internes (Risques, Développement durable, etc.) et notre équipe spécifique d'Accompagnement Budget Cetelem a été déployée pour accompagner au mieux ces clients. Elle s'occupe du montage du dossier, de l'après-vente jusqu'au recouvrement amiable :

« J'ai été mis à l'aise dès le début, j'ai bien aimé la façon dont le conseiller m'a accompagné »

précise un client intérimaire. Depuis la mise en place de ce dispositif, 4260 clients ont bénéficié d'un financement. 40 % ont moins de 30 ans et 70 % des projets financés concernent la mobilité. À terme, en mutualisant nos savoir-faire avec le FASTT, notre ambition est de mieux comprendre la clientèle intérimaire pour pouvoir réévaluer les critères de risque afin d'étendre nos politiques d'octroi de crédits à des populations qui, traditionnellement, ont des difficultés à obtenir un crédit.



4 260
clients intérimaires
ont bénéficié d'un financement

40%

ont moins de 30 ans

70%

des projets financés
concernent la mobilité

TÉMOIGNAGE EXPERT

La définition de l'Institut Louis Bachelier

L'inclusion financière fait partie de ces enjeux frontières de la finance durable qui requièrent une analyse relativement complexe en dépit de leur apparente simplicité. Sur la base d'un certain nombre de précautions de méthodes, déclinées à travers le croisement de séries d'indicateurs sociaux-économiques plus ou moins disponibles tels que l'âge, les revenus, le patrimoine, le pouvoir d'achat etc., les modèles d'inclusion financière peuvent se révéler aussi robustes que légitimes et efficaces pour atteindre leurs objectifs d'impact positif et pourquoi pas de risque. L'analyse en double matérialité préconisée par la directive Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) peut même y trouver son compte et conforter l'idée qui ressort déjà des statistiques d'institutions de microfinance, grâce aux données plus précises ainsi collectées, que les bénéficiaires les plus modestes sont loin d'être les plus mauvais payeurs, au contraire et constituent des gisements prometteurs pour les services bancaires.

Témoignage de Stéphane Voisin
Institut Louis Bachelier



GRILLE D'ÉVALUATION

Un nouvel outil pour évaluer l'accessibilité et l'inclusivité de nos offres

Depuis fin 2023, quatre de nos entités (Personal Finance France, Consors Finanz, Findomestic et Personal Finance Portugal) utilisent la grille d'inclusion financière à impact social. Son objectif : aider les entités à évaluer l'accessibilité et l'impact positif de leurs offres pour les clients mal servis, et améliorer ces dernières grâce aux pistes de réflexion fournies avec les résultats de la grille.

« La grille me donne la possibilité d'évaluer sous différents angles notre offre de produits sécurisés déjà existante pour les clients fragiles en Allemagne. Outre les produits et les prix, il est également important d'accompagner ces clients tout au long de leur vie avec une communication et un traitement dédié. Le résultat de l'évaluation a été très positif et laisse place à de nouvelles améliorations. La grille révèle que l'inclusion financière est plus qu'une simple offre de produits étendue aux clients mal servis, c'est un engagement avec un impact social. »

Karunakar Krishna Reddy

Directeur des activités de courtage chez Consors Finanz

CRÉDIT INCLUSIF

Exploiter la data au service d'un crédit plus inclusif

Au cours des trois dernières années, nos équipes de data strategy et risque ont travaillé ensemble à l'élaboration d'une approche axée sur l'inclusion financière et se sont associées à l'Institut Louis Bachelier, un institut français de recherche en économie et en finance. Un premier champ de travail est en cours : définir quelles données alternatives des clients pourraient être utilisées pour améliorer les modèles de score à l'octroi afin d'élargir l'accès au crédit à plus de clients, quel que soit leur profil socio-économique. Un an de test a été mené avec RCS, filiale de BNP Paribas Personal Finance en Afrique du Sud.

Ce pays a été choisi comme pilote en raison de sa maturité digitale dans le domaine du commerce de détail, mais également pour les défis sociaux et économiques locaux représentatifs des tendances mondiales. Nous avons ainsi étudié le comportement de 5 000 clients et un nouveau modèle de score a été construit. Il sera opérationnel en Afrique du Sud en mai 2024, nous permettant d'accepter chaque année environ **20 000 clients** « invisibles en termes d'historique de crédit » supplémentaires. Notre ambition est de l'adapter sur tous les profils de clients, d'inspirer d'autres pays et de lancer d'autres initiatives en Afrique du Sud (comme de nouveaux modèles de financement avec microcrédit, des prêts liés au développement durable et obligations sociales...).

MICRO-CRÉDIT

Le microcrédit personnel, outil d'inclusion financière, aide les personnes exclues des crédits bancaires à financer des projets d'insertion professionnelle et de mobilité. Le circuit de distribution du micro-crédit repose sur des collaborations avec des associations habilitées dont le rôle est essentiel pour évaluer la pertinence du projet, faire le diagnostic budgétaire et accompagner la gestion budgétaire.

En Italie, les clients qu'on ne peut pas financer sont invités à se rendre sur le portail de Permico pour faire une demande de micro-crédits.

En France, un interlocuteur dédié est présent pour faciliter l'accueil de nos partenaires associatifs (Cresus, crédit municipal de Paris, Secours catholique, Les restos du cœur etc.).

Italie



502

financements pour

3,7 M €

de crédits

France



477

financements pour

2,1 M €

de crédits

Aider nos clients à réduire l'empreinte environnementale de leur mobilité.

Première étape pour aider les consommateurs à réduire leur empreinte carbone ? Les sensibiliser à ce sujet et les orienter vers des choix moins carbonés tout en continuant à répondre à leurs besoins. Pour accompagner cette transition, nous travaillons de pair avec l'ensemble de notre écosystème. Nous développons de nouvelles offres avec nos partenaires historiques mais aussi avec de nouveaux acteurs pour favoriser la mobilité durable. En parallèle, nous nouons des accords avec plusieurs distributeurs de vélos pour accompagner nos clients vers d'autres formes de mobilité douce.



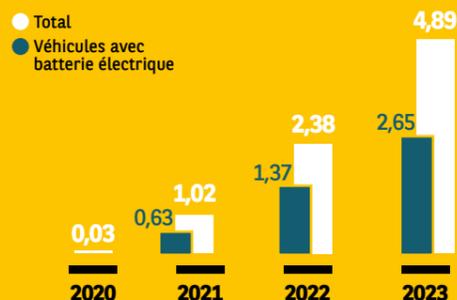
Le financement de la mobilité est un enjeu majeur pour BNP Paribas Personal Finance.



4,89 Md €

des encours de BNP Paribas Personal Finance concernant la mobilité durable*.

*La mobilité durable ne prend en compte que les véhicules émettant moins de 50 g de CO₂ par km (norme WLTP).



Une croissance soutenue depuis 2021...

par nos actions :

- nouveaux partenariats
- offres attractives et innovantes sur les véhicules électriques
- meilleure identification des véhicules financés dans nos bases de données.

Dans un marché européen où les ventes de voitures électriques progressent.

ÉTUDE & RECHERCHE

Sensibiliser les acteurs de la mobilité avec RESET

RESET est un projet mené entre Findomestic, notre filiale italienne et le centre d'étude et de recherche QUINTEGIA. Chaque année, RESET livre une étude qui explore les enjeux du développement durable dans l'industrie automobile.

D'après les résultats 2023,

50%

des concessionnaires automobiles ont mis en place une politique pour monitorer et réduire leur empreinte environnementale.

La présentation de cette nouvelle édition, lors de l'Automotive Dealer Day, a sensibilisé 2 000 participants à l'importance des enjeux ESG (Environnement, Social, Gouvernance) et de leur rôle en tant qu'acteur social et économique dans leur secteur.



PARTENAIRES HISTORIQUES

Avancer ensemble : nos collaborations historiques pour un avenir durable

Dans un secteur en pleine mutation, tous les acteurs de la mobilité doivent s'emparer des enjeux du développement durable pour faire évoluer leurs pratiques. Pour les constructeurs de véhicules thermiques, cela implique des changements profonds.

« Nous devons modifier chaque processus, chaque programme, chaque nouvelle opération pour réduire nos émissions. Nous devons aussi expliquer à nos clients qu'ils font partie de la solution pour réduire ces émissions. »

Jose Maria
Volvo Espagne

Et pour cause, en tant qu'entreprises leaders sur leurs marchés respectifs, Volvo et BNP Paribas Personal Finance ont une responsabilité à jouer pour accompagner la transformation durable du secteur. Cette ambition commune donne vie à de nouvelles offres pour encourager le développement des véhicules électriques et de la mobilité douce. Et ces démarches sont récompensées : Volvo affiche de bons résultats dans le domaine de la voiture électrique, dépassant largement les tendances du marché. En Espagne, où ces voitures ne représentent que 4% des ventes, Volvo enregistre plus de 16% de ses ventes avec des véhicules électriques.

C'est en unissant nos forces et en nous engageant résolument en faveur de la durabilité, que nous contribuerons ensemble à façonner un avenir meilleur pour tous.

« Dans le cadre du partenariat avec BNP Paribas Personal Finance, nous avons trouvé des solutions pour faciliter le passage de nos clients à l'électrique, en créant des offres attractives combinant le financement du véhicule électrique et la borne de recharge à domicile. »

Concessionnaire partenaire en France.

PURE PLAYERS

Des partenariats stratégiques pour favoriser la mobilité électrique

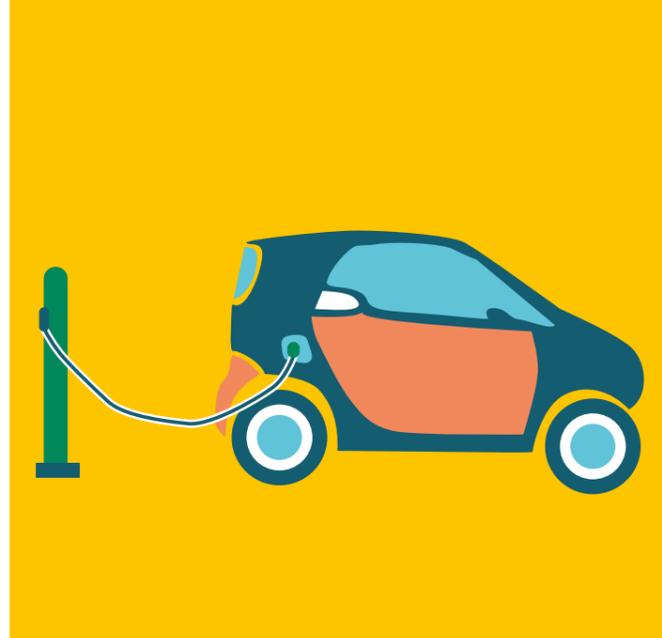
Nous avons noué plusieurs accords avec des constructeurs de véhicules électriques en Europe pour soutenir la transition vers une mobilité plus durable, en proposant des solutions de financement flexibles et des avantages tangibles aux utilisateurs de ces véhicules.

Grâce à notre double expertise en financement automobile (BNP Paribas Personal Finance) et en location longue durée (Arval), nous avons conclu sous l'ombrelle de BNP Paribas Mobility un partenariat européen avec ZEEKR, marque premium de véhicules électriques du groupe GEELY.



En Espagne, Italie et au Portugal, nous sommes partenaires de

Polestar, fabricant de voitures électriques haut de gamme, proposant une offre complète de services intégrés couvrant tous les aspects du financement, du crédit-bail au leasing, grâce à l'engagement de Cetelem et Arval. Par ailleurs, notre collaboration avec Smart en Espagne se concentre sur le financement de voitures entièrement électriques au travers de solutions financières compétitives et d'une expérience client toujours plus fluide et rapide.

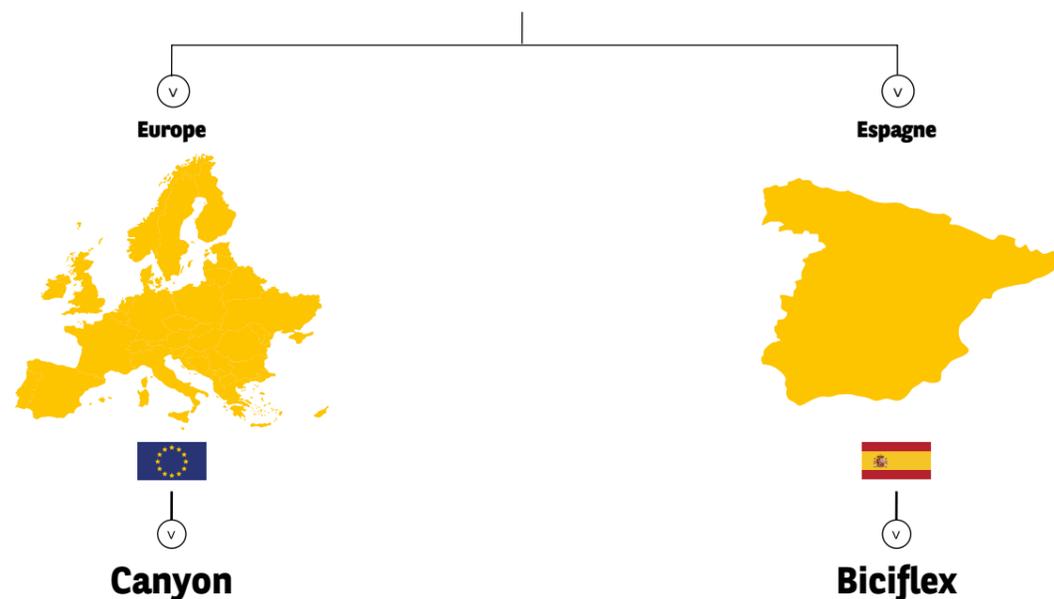


Pour aller plus loin, au Portugal, notre partenariat avec EDP (un fournisseur d'énergie) offre des avantages uniques aux clients bénéficiant d'un financement Cetelem pour l'achat d'un véhicule neuf électrique ou hybride rechargeable : remises sur le coût de l'électricité pour charger son véhicule; accompagnement pour l'installation de bornes de recharge à domicile.

MOBILITÉ DOUCE

S'associer pour favoriser les déplacements à vélo

Toujours dans notre démarche d'accompagner les nouvelles formes de mobilité, nous renforçons notre présence dans le secteur du vélo, en pleine croissance. Le vélo avec assistance électrique est de plus en plus prisé, or nous savons que le prix d'achat peut être élevé pour certains ménages. C'est pourquoi nous travaillons avec différents distributeurs, pour aider leurs clients finaux à financer leurs équipements.



Permettre à nos clients de s'équiper de vélos robustes, qui durent dans le temps : c'est aussi ça la mobilité durable. C'est pourquoi nous avons développé une offre unique multi-pays avec Canyon, marque allemande de vélo haut de gamme électrique ou non. Elle concerne six zones géographiques (Allemagne, Espagne, Italie, Belgique, France et pays nordiques).

Les défis de demain

En rejoignant les clients dans leur quête de durabilité, nous pouvons les informer et les guider vers des pratiques plus écologiques, tout en tenant compte de leur situation et de leurs défis. La transition juste, c'est aussi écouter et comprendre les clients tout au long de leurs projets. La parole est à notre comité exécutif.



Gilles Zeitoun

Directeur Général Adjoint en charge de la supervision des pays

« Les études le confirment : les citoyens aspirent à des modes de consommation durables sans dépenser davantage. L'impact environnemental est un critère désormais pris en compte par le consommateur, et cela peut avoir un coût financier additionnel.

En tant que compagnon budgétaire, notre travail avec nos partenaires vise à rendre la transition environnementale accessible à tous. Notre processus implique l'évaluation régulière de nos financements durables. Et pour y parvenir, chaque entité identifie trimestriellement les encours conformes à nos critères et à la taxonomie européenne.

Lancé en 2020, ce processus a permis de développer un indicateur ESG pour nos encours globaux, devenant un outil de pilotage essentiel. Nous améliorons constamment la qualification de nos financements durables pour mieux évaluer leur impact, tout en accompagnant attentivement nos clients pour faciliter leurs démarches avec transparence et respect de leurs intérêts. Ce travail complexe nécessite l'engagement continu de nos collaborateurs et partenaires, en tenant compte systématiquement des attentes de nos clients. »



Paul Milcent

Responsable de la Ligne de Métier Internationale Mobilité

« En tant que leader européen des services financiers pour l'industrie automobile et la mobilité, notre responsabilité est majeure pour renforcer et accélérer la transition écologique. Nous accompagnons proactivement tous nos partenaires constructeurs et distributeurs dans leurs transformations, afin de permettre aux clients finaux d'accéder à une mobilité plus responsable et plus durable. »



Rebecca Doucet

Responsable de la Ligne de Métier Internationale Distribution et Métiers Clients

« L'efficacité énergétique de l'habitat est un enjeu majeur de la transition écologique. Avec nos offres de financement & l'expertise de nos partenaires, nous sommes résolument engagés à accompagner le plus grand nombre de clients dans leurs projets de rénovation énergétique. Nous encourageons également l'économie circulaire via le financement de seconde main, de location avec des solutions de reprise et d'offres d'assurances en soutien à la longévité des produits. »



Terence Mc Cormick

Directeur du Risque

« Aujourd'hui, nous observons déjà des effets du dérèglement climatique. C'est pourquoi nous devons identifier les risques et mettre en place des actions pour les maîtriser. Notre rôle est aussi d'accompagner le plus grand nombre vers la transition en prenant en compte la réalité budgétaire de chacun, ce qui est complexe dans le contexte inflationniste actuel. Nous avons un vrai rôle à jouer pour contribuer à une transition juste. »

Aider nos clients à réduire l'empreinte environnementale de leur habitat.

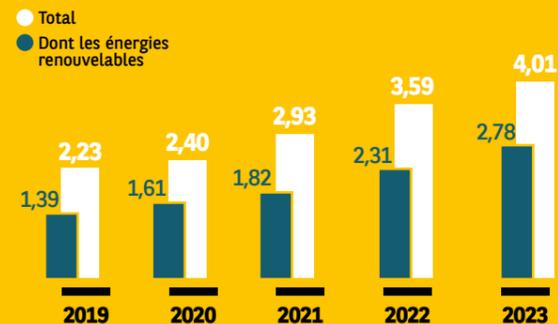
Plus de 180 millions de logements en Europe doivent être rénovés pour atteindre un label de performance A ou B d'ici 2050. Afin d'accompagner les ménages dans cette démarche de rénovation parfois complexe et coûteuse, nous mettons en place des partenariats stratégiques pour les guider dans les travaux et leur permettre d'accéder plus facilement aux aides et à des offres de financement.

4 Md €*

d'encours en transition énergétique de l'habitat fin 2023

* Encours/production remonté à 50% sur le périmètre PF inside.

Financement dédié à la transition énergétique
Encours à fin de période - Md €



194 000 dossiers

de rénovation énergétique financés en 2023 dont 47% en énergie renouvelable

Ces excellents résultats sont dus à :

Un marché dynamique et porteur :
 > Hausse des prix de l'énergie
 > Incitations gouvernementales

Notre développement commercial :
 > Offres spécifiques directes et avec des partenaires



DÉCRYPTAGE

le Groupe Banque Européenne d'Investissement et BNP Paribas Personal Finance unissent leur force pour accélérer la transition énergétique



Manuel Conthe
 Loan Officer pour le Groupe Banque Européenne d'Investissement (BEI)



Christophe Bourdeaux
 Directeur Adjoint du Développement Durable

Grâce à un nouveau montage financier, nous accélérons notre accompagnement de la rénovation énergétique des ménages. Manuel Conthe, Loan Officer pour la BEI et Christophe Bourdeaux, Directeur Adjoint du Développement Durable, reviennent en détail sur « Noria 2023 », une titrisation verte au service de l'efficacité énergétique des habitats chez les particuliers.

Pourquoi les marchés financiers sont-ils intéressés par les encours verts ?

Christophe Bourdeaux — Encouragés par les politiques européennes et l'appétence des investisseurs, les marchés sont demandeurs de financements « ESG » (Environnement, Social, Gouvernance). La demande étant supérieure à l'offre, un gain financier (greenium) peut être matérialisé. Deux mécanismes financiers sont utilisés par BNP Paribas Personal Finance. Le premier, les « green bonds » : il s'agit de crédits existants « verts » regroupés dans une obligation qui est gérée par BNP Paribas et vendue à des investisseurs. Le second est la titrisation verte, mise en place pour la première fois en 2023 et construite en collaboration avec un partenaire privilégié : le Groupe BEI. Les critères des crédits « verts » sont basés sur la taxonomie européenne. Le fonctionnement est en deux temps : une première titrisation classique avec des crédits de tous types regroupés dans un SPV (Special Purpose Vehicle) et vendu à l'investisseur, assorti dans un second temps à une obligation de financer dans les années à venir un volume minimum de crédits verts, avec une incitation financière.

Comment se matérialise ce partenariat entre le Groupe BEI et BNP Paribas Personal Finance ?

Manuel Conthe — La Banque Européenne d'Investissement est l'un des principaux bailleurs de fonds au monde pour l'action en faveur du climat. L'Union européenne est à l'avant-garde de la lutte mondiale contre les émissions de gaz à effet de serre et des efforts d'adaptation à l'évolution du climat. Elle joue un rôle de pre-

mier plan dans la mise en œuvre des Accords de Paris. En 2023, le Groupe BEI a consacré 44,3 Md € à des projets en faveur du climat et de la durabilité environnementale.

C. B. — Grâce à notre CIB (Corporate Investissement Banking), nous sommes partenaires de longue date avec le Groupe BEI et aujourd'hui cette initiative de titrisation nous permet de franchir une nouvelle étape. Historiquement axée sur le financement des PME et des entreprises, cette titrisation représente une extension du soutien financier du Groupe BEI puisqu'elle est directement à destination des particuliers, donc des consommateurs finaux. Nous avons appelé ce programme de titrisation Noria 2023.

Quels seront les projets financés par Noria 2023 ?

M. C. — Noria 2023 est une titrisation verte qui permettra le financement, sur trois ans, de 627 millions d'euros de projets de rénovation énergétique de l'habitat et d'énergies renouvelables, à destination des particuliers. Dans le but d'améliorer l'efficacité énergétique des logements, ces financements seront possibles grâce à de nouveaux prêts, subventionnés par le Groupe BEI, aux prix attractifs et mis à disposition des clients, sur le marché français. Il s'agit de la première titrisation avec cession à laquelle participe le Groupe BEI en France depuis 2007. Au total, ce sont 450 millions d'euros investis dans des tranches senior et mezzanine de titres adossés à des actifs classiques de prêts à la consommation octroyés par BNP Paribas Personal Finance. Les projets devront concerner des équipements de logement économes en énergie, des chaudières à haute performance énergétique, des fenêtres d'isolation ou encore des panneaux solaires.

Que va apporter cette titrisation aux différents acteurs en présence ?

M. C. — Grâce à ce montage financier innovant, le Groupe BEI va pouvoir développer son portefeuille de prêts à la consommation dans les années à venir pour soutenir l'économie et ainsi contribuer largement à la transition juste. De son côté, BNP Paribas va pouvoir déployer des capitaux supplémentaires pour soutenir la transition vers la neutralité carbone.

C. B. — Et pour BNP Paribas Personal Finance, c'est un pas en plus pour nous permettre de toujours mieux accompagner la rénovation énergétique des particuliers. Grâce à Noria 2023, nous allons renforcer notre action pour promouvoir une consommation plus responsable et plus durable, en accompagnant la grande diversité de nos clients dans leurs projets.



PARTENARIATS DE CONFIANCE

De l'importance d'avoir de bons partenaires

Pour bien accompagner nos clients dans leurs projets liés à l'habitat, nous attachons une grande importance à établir des partenariats solides avec des acteurs majeurs du secteur énergétique.

■ ■ En France, notre partenariat historique avec EDF a donné naissance en 2003 à la joint-venture Domofinance, qui a célébré ses 20 ans en 2023. Nous sommes fiers de voir ce partenariat renouvelé pour cinq années supplémentaires, affirmant ainsi notre engagement à accompagner les Français dans leurs projets de rénovation énergétique.

En 2023, Domofinance a financé

36 676

chantiers pour un montant total de

590 M €



■ ■ Au Royaume-Uni, nous avons lancé en mai 2023, en collaboration avec Scottish Power, plusieurs offres de financement pour des systèmes de panneaux solaires et de stockage d'énergie, illustrant ainsi notre engagement en faveur des énergies renouvelables.

■ ■ En Belgique, notre filiale AlphaCredit joue un rôle essentiel en accompagnant les clients de BNP Paribas Fortis dans leurs projets de rénovation énergétique. Le rôle des conseillers bancaires est crucial. C'est grâce à la connaissance approfondie des besoins de nos clients, que nous sommes ensuite capables d'introduire les bons spécialistes pour réaliser leurs projets. Cette approche personnalisée reflète notre ambition d'accompagner le client à chaque étape de son projet.

ACCESSIBILITÉ DES TRAVAUX D'AMÉLIORATION DE L'HABITAT

Favoriser la rénovation énergétique d'ampleur

■ ■ Pour faciliter les travaux d'ampleur en rénovation énergétique, **Domofinance** a lancé en France, avec IZI by EDF, une offre de financement spécifique. Le client est accompagné du début à la fin dans sa démarche (DPE, travaux, etc.) avec une mise en place des aides existantes et un financement du reste à charge avec des taux à partir de 0%.

En 2023, 333 demandes ont été faites pour

5 M €

financés au total.

ÉNERGIE RENOUVELABLE

Assurer ses panneaux solaires : une idée lumineuse

■ ■ L'Espagne bénéficie d'un ensoleillement deux fois supérieur à celui de l'Allemagne et de la France. Notre filiale espagnole est leader sur les panneaux solaires. Dans le cadre d'un partenariat avec l'assureur Caser, elle propose à ses clients d'assurer leurs panneaux solaires contre le vol, le vandalisme, les dommages climatiques... Et pour chaque contrat signé, un arbre est planté.

56

contrats d'assurance signés

CRÉDITS VERTS

L'Espagne rejoint le programme Green Bond de BNP Paribas

Cetelem Espagne a considérablement renforcé son soutien au financement des travaux énergétiques dans le secteur de l'habitat en doublant son encours. Les équipes ont travaillé pour catégoriser ces financements et être en mesure de calculer les émissions de CO₂ évitées.

Le fruit de ce travail a permis à l'Espagne de devenir le 2e pays après la France à intégrer le programme d'obligations vertes du groupe BNP Paribas, des obligations émises pour financer des projets durables, contribuant ainsi à la transition juste.

2 Md€

de crédits verts issus de BNP Paribas Personal Finance parmi le Green Bond de BNP Paribas

RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE

Vers un habitat durable : aider à faire les bons choix

■ ■ Afin de rendre accessibles les travaux de rénovation énergétique au plus grand nombre, Cetelem France a lancé en septembre 2023, en partenariat avec Effy, spécialiste de la rénovation énergétique, une offre clé en main avec une tarification préférentielle selon le revenu du ménage, et une prise en charge du client de A à Z : identification du besoin, priorisation des travaux, calcul des aides et suivi des travaux.

■ ■ De son côté, Findomestic a intégré une nouvelle page sur son site internet, dédiée aux clients désireux d'en savoir plus sur les sujets utiles à la gestion durable de l'habitat : efficacité énergétique, rénovation, sécurité, éclairage, technologie. Ils y trouvent tous les éléments pour être guidés dans leur projet. En parallèle, le site propose une solution d'optimisation du budget en énergie en partenariat avec Papernest, comparateur de services publics. La filiale a également développé une offre spécifique de panneaux photovoltaïques avec Tate, un fournisseur d'énergie verte en Italie.

Construire une relation durable et inclusive avec nos parties prenantes.

Savoir écouter nos clients, nos partenaires et nos collaborateurs, ainsi que la société civile, c'est essentiel pour créer une relation de confiance durable et pérenniser notre activité.

C'est dans cette logique que nous avons défini en 2023 une nouvelle promesse : être le compagnon budgétaire de nos clients pour les accompagner au quotidien vers une consommation plus durable.

6,2/10

de nos clients pensent que nous offrons un accès à une consommation plus durable.

La France, la Belgique et le Royaume-Uni ont vu leur indicateur progresser par rapport à 2022. C'est également le cas de l'Allemagne, qui se situe au-dessus des établissements spécialisés dans la consommation durable, ainsi que le Portugal dont l'indicateur dépasse celui du marché des compagnies de crédit.

Source : BNP Paribas Personal Finance et BVA Xsight - Benchmark 2023



Nouvelles attentes consommateurs, nouvelle promesse client !



Caroline Soulié

Directrice Marketing, Innovation, Experience Clients et Analytique

Marketing Innovation Experience Clients et Analytique de BNP Paribas Personal Finance.

Nous avons redéfini notre positionnement marketing. Un important travail qui a mobilisé de nombreux collaborateurs et qui va engager désormais toute l'entreprise pour que soit déclinée notre nouvelle promesse client. Explication de Caroline Soulié, Directrice

Comment avez-vous défini la nouvelle promesse de BNP Paribas Personal Finance ?

Sur la base de cette vaste enquête, nous avons constitué des groupes de travail, réunissant près de 300 collaborateurs de différents pays issus des fonctions marketing, business et communication pour analyser les écarts entre nos offres et services, et les attentes des consommateurs. Notre objectif : converger vers un positionnement commun. Nous sommes parvenus ensemble à définir une promesse : « Sustainable Budget Companion ». Dans un monde en transition avec beaucoup d'incertitudes, BNP Paribas Personal Finance aspire à être le coach budgétaire qui aide les consommateurs à optimiser leur budget, à être à leurs côtés et à faciliter leur accès à une consommation adaptée à notre époque.

Pourquoi définir un nouveau positionnement marketing ?

Nous avons été précurseurs en 2004 en nous positionnant sur le crédit responsable qui est désormais une norme du marché. Mais aujourd'hui, l'évolution des attentes des consommateurs, tout comme de nouvelles législations nous poussent à toujours plus de transparence et de flexibilité. Le monde change très vite et nous faisons face à des transformations importantes de la société : préoccupations face au dérèglement climatique, consumérisme, contexte économique difficile et donc impact sur le pouvoir d'achat des clients. C'est pourquoi nous avons fait évoluer notre promesse client pour toujours mieux répondre aux nouvelles préoccupations et exigences des consommateurs.

Quelles sont justement les attentes en matière de crédit à la consommation ?

Nous avons sondé des échantillons représentatifs de consommateurs dans cinq pays où nous sommes implantés (France, Italie, Espagne, Portugal et Allemagne) via des études qualitatives et quantitatives. Il en est ressorti plusieurs enseignements. Les consommateurs veulent une approche personnalisée qui prend en compte leurs intérêts avant tout, mais aussi un accompagnement sur la durée qui s'adapte à leur situation et une communication fluide, simple et transparente quels que soient les canaux. Ils sont à la recherche d'une aide pour optimiser leur budget au quotidien et pour les orienter vers des achats plus respectueux de l'environnement. Ils ont conscience de l'impact de leur consommation mais ne savent pas forcément comment faire. Enfin, il ressort également le besoin d'accompagnement des ménages aux revenus modestes, ce qu'on peut appeler l'inclusion financière.

Pouvez-vous nous expliquer plus en détail cette promesse client ?

Elle repose sur trois piliers et les pays travaillent pour les décliner en propositions de valeur concrètes. Le premier pilier consiste à assister nos clients dans la gestion optimale de leur budget, ce qui implique non seulement une offre élargie de nos services (par exemple, le service Papernest, voir p. 36) mais également une approche commerciale différenciée : être à l'écoute, s'adapter au projet de nos interlocuteurs. Nous aspirons à être aux côtés du client, ce qui nous pousse à passer du transactionnel pur à du relationnel. Des initiatives sont actuellement menées pour améliorer les parcours clients avec une écoute approfondie de ces derniers. Nous travaillons également sur nos documents contractuels et après-vente en suivant les principes de la TIC (Transparence et Intérêts Client, voir p. 36) pour s'assurer

qu'ils sont bien compris par nos clients. Dernier pilier : faciliter l'accès à une consommation à impact positif. Cela veut dire proposer des services pour accompagner nos clients dans leurs efforts d'économie d'énergie (partenariat Effy voir p. 32) ou les aider à évaluer leur impact environnemental (Doconomy en Italie). C'est un processus d'amélioration continue qui doit embarquer toute l'entreprise, et nous avons l'intention de mettre en œuvre cette promesse à travers notre plateforme de marque et nos différents partenariats.

« Dans un monde en transition avec beaucoup d'incertitudes, BNP Paribas Personal Finance aspire à être le coach budgétaire qui aide les consommateurs à optimiser leur budget, à être à leurs côtés et à faciliter leur accès à une consommation adaptée à notre époque. »



LA PROTECTION ET LA TRANSPARENCE POUR L'INTÉRÊT DU CLIENT

Avec le programme TIC, placer le client au cœur

TIC, pour notre programme Transparence et Intérêts Client (TIC) déployé en 2022. Il s'inscrit dans nos engagements ESG (Environnemental, Social, Gouvernance) en faveur d'une gouvernance durable. Son ambition ? Renforcer l'insertion opérationnelle des principes de transparence et d'intérêts client dans nos produits et nos pratiques commerciales. Pour le déployer, nous nous appuyons sur un réseau de correspondants TIC locaux qui travaillent en proximité avec les différents métiers. Des comités locaux et centraux ont également été mis en place afin de s'assurer du bon déploiement du programme et de l'intégration des sujets TIC dans la stratégie business. En 2023, l'auto-évaluation de la maturité d'insertion opérationnelle des principes de la TIC a révélé un score de **78** (contre 63 en 2022). Et pour que la TIC infuse dès la conception des produits et services, nous intégrons de plus en plus une approche « TIC by design » (TIC par nature). Ainsi, en France, la nouvelle fonctionnalité de la carte Cpay Everywhere a été créée en prenant en compte le besoin de clarté et de transparence de l'information pour le client. En Italie, l'offre de crédit renouvelable a été revue pour être 100% flexible et permettre au client d'adapter ses mensualités en fonction de sa capacité de remboursement.

CONSEIL AU CLIENT

Mieux gérer son budget énergie et téléphonie grâce à Papernest

Notre nouveau partenaire, Papernest, propose une solution complète pour aider nos clients à optimiser leur facture d'énergie et de téléphonie. Cette solution leur permet non seulement de diagnostiquer et d'optimiser leur budget sur ces deux postes, mais aussi d'optimiser leurs dépenses en renégociant les contrats.

On estime ainsi à **480 €** l'économie réalisée en moyenne par an.

C-FRIDAY EN ESPAGNE

Espagne : pour un Black Friday durable

Depuis 5 ans, Cetelem Espagne a décidé de prendre le contre-pied du Black Friday avec son C-Friday, un événement en faveur d'une consommation durable et pour le changement de perception de leurs partenaires et des consommateurs en général.

Au cours de ces années, le C-Friday de Cetelem Espagne a abordé divers thèmes responsables. Pendant la crise sanitaire, l'accent a été mis sur le soutien aux communautés touchées. L'an dernier, l'événement a mis en avant l'économie circulaire, soulignant l'importance de réduire, réutiliser et recycler pour préserver notre planète.

Lors de l'édition 2023, pour célébrer les 35 ans de la filiale, Cetelem Espagne a choisi de promouvoir la mobilité durable pour les enfants défavorisés tout en soutenant l'accès à l'éducation en s'alliant à Bicletas sin Fronteras. Cette ONG fournit des vélos aux écoles secondaires et primaires du Sénégal, offrant ainsi aux enfants et aux jeunes un moyen de transport écologique pour se rendre à l'école.



VIOLENCE ÉCONOMIQUE SUR LES FEMMES

Engagés contre la violence économique conjugale

Mobilisés depuis 2021 dans la lutte contre la violence économique conjugale, nous avons mené en 2023 plusieurs actions pour faire bouger les lignes.

La violence conjugale économique, c'est par exemple lorsqu'un individu usurpe l'identité de son conjoint pour contracter un crédit à la consommation ou pour accéder à son espace client. Les conseillers et collaborateurs d'ABC Accompagnement Budgétaire Cetelem et du service réclamation ont ainsi été formés pour mieux identifier ce type de situation et y apporter un accompagnement spécifique.

« Cette formation m'a permis de prendre conscience que tout le monde peut être concerné. Nous avons appris grâce à une écoute active à détecter les signaux pour ensuite orienter la personne vers des structures dédiées tel le CIDFF (Centre d'information des droits des femmes et des familles). »

Marie Laure Berthomieu

En 2023, de nombreuses interventions de Paola Vieira, spécialiste de la violence économique pour BNP Paribas Personal Finance, dans différents médias et lors d'une table ronde de la fédération Crésus, ont permis de sensibiliser à plus grande échelle. Enfin, parce que c'est collectivement que l'on trouve les meilleures solutions, nous avons travaillé avec plusieurs associations et les pouvoirs publics, notamment la Fédération Nationale Solidarité Femmes. De ce travail commun est née une vidéo de sensibilisation choc et sarcastique, appelée « Avec EyeMoney, gardez un œil sur les dépenses de votre femme » disponible sur YouTube en flashant le QR code.



ACCOMPAGNER NOS CLIENTS

Sinistre : prendre en charge plus rapidement les déclarations

Suite à une étude menée en 2022, où le délai de traitement de sinistres de nos clients apparaissait éloigné des pratiques les plus récentes sur le marché, BNP Paribas Personal Finance et Cardif ont décidé d'en faire un chantier. L'intention est de traiter rapidement les sinistres de nos clients, pour que les assureurs les aident au mieux à affronter les aléas de la vie (décès, invalidité, incapacité de travail, éventuellement perte d'emploi...).

Objectif

80%

des sinistres traités sous 7 jours.



Les équipes locales BNP Paribas Personal Finance et Cardif se sont emparées de cet enjeu et pour exemple, l'Espagne a déjà atteint 60 % de cet objectif au Q1-2024.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Penser circularité !

Une étude auprès de 4000 personnes et 350 collaborateurs issus de France, Pologne, Italie et Espagne, nous a permis de mieux comprendre les attentes des consommateurs en matière d'économie circulaire.

De plus, nos clients bénéficient de 6 heures de démarches administratives épargnées !

Cette offre s'adapte aux besoins spécifiques de nos clients dans différents pays. En France, nos conseillers proposent cette solution aux clients fragiles. Quant à nos clients en Italie et en Espagne, ils peuvent facilement accéder à ce service sur notre site internet en accès libre.

Cette étude nous a permis d'identifier trois moments décisifs pour les clients, où nous pouvons avoir un impact :

1 Le choix du bien ou service

Nous proposons du financement sur des produits de seconde main comme Clevertronic en Allemagne, mais aussi de la location sur des produits neufs ou reconditionnés.



2 L'utilisation du bien de consommation

Grâce à des services de maintenance et d'assistance, nous pouvons participer à la « durabilité des produits ». Par exemple, nous proposons à nos clients qui ont souscrit à une offre de location de vélo en France un rendez-vous d'entretien annuel. En Espagne, nos clients peuvent souscrire une garantie de 2 ans, avec l'association ACEMA, sur leurs appareils électroménagers.



3 La fin de vie du bien

Nous explorons également des moyens d'assurer une approche responsable sur tout le cycle de vie du produit. Nous offrons à nos clients la possibilité de racheter leur smartphone après la période de location, en partenariat avec Evollis et Samsung.



Avoir un impact positif au-delà de nos activités, dans nos domaines d'expertise

Nous avons réalisé 44 817* d'heures solidaires en 2023 dans le cadre du programme #1MillionHours2Help.



Dans le prolongement logique de notre activité, nous avons choisi d'orienter notre politique philanthropique en direction de l'éducation financière et de l'inclusion numérique. Ces deux leviers sont aujourd'hui indispensables pour permettre l'inclusion sociale et économique du plus grand nombre. Grâce au programme 1MillionHours2Help, nos collaborateurs peuvent s'emparer de ces sujets sur leur temps de travail, en mettant leurs compétences au service des autres pour faire barrage à l'exclusion sociale et économique, mais aussi pour sensibiliser à la consommation durable. Une démarche qui nous permet par ailleurs de comprendre les attentes de la société actuelle et d'avancer avec elle en ayant un impact positif.

* Ce nombre inclut les heures de mécénat de seniors en France.

Contribuer à l'éducation financière et à la sensibilisation à la consommation durable.

L'éducation financière est essentielle pour mener à bien sa vie, en toute sérénité. Nous ne sommes pas tous égaux en la matière, c'est pourquoi nous nous engageons à accompagner les populations vulnérables, notamment les jeunes générations. Nos outils et programmes pédagogiques aident ceux qui en ont besoin à disposer des notions de base pour gérer leur budget et participer à une consommation durable.



59 200

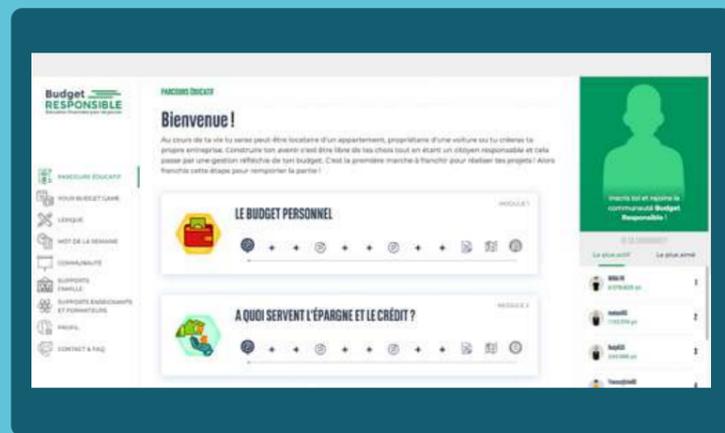
jeunes accompagnés via notre plateforme éducative BudgetResponsible.com disponible en France, en Italie et en Belgique ainsi que dans divers programmes au Royaume-Uni et au Portugal.

« L'atelier était très vivant et bien encadré. L'animateur a su capter l'attention des élèves et les a fait participer de manière très satisfaisante. Les élèves ont apprécié l'intervention d'une spécialiste dans le domaine des crédits. Pour ma part, l'atelier m'a permis d'introduire la partie sur les contrats et les crédits. Juste parfait ! »

Professeur de collège en Belgique

« J'utilise le site web pour des élèves de première année de l'enseignement secondaire qui souhaitent être initiés au sujet de l'« économie ». [...] J'espère donc sincèrement que le site web restera longtemps en ligne car il apporte une réelle valeur ajoutée aux élèves. »

Professeur de collège en Belgique



Flashez-moi !



La Mission Locale Lille Avenirs adopte nos ateliers éducatifs



Corinne Tignon
Directrice Métiers
chez Lille Avenirs



Najat El Hilali
Chargée de projets
et Conseillère
Socioprofessionnelle
chez Lille Avenirs

Pour permettre aux jeunes d'acquérir les bases nécessaires à la bonne gestion d'un budget, nous proposons des ateliers spécifiques. La Mission Locale Lille Avenirs les met en pratique auprès des jeunes qu'elle accompagne dans leur parcours professionnel et social. Explications avec Corinne Tignon, Directrice Métiers sur les accompagnements de projets, et Najat El Hilali, Chargée de projets et Conseillère socioprofessionnelle.

Pouvez-vous nous présenter la Mission Locale Lille Avenirs ?

Corinne Tignon — Nous sommes là pour accompagner les jeunes de 18 à 25 ans dans leur projet professionnel. Cela nous conduit à nous intéresser à la manière dont ils vivent, leur logement, leur santé, leur vie culturelle et sportive, leur intégration dans la cité... Et comme ils reçoivent une allocation mensuelle dans le cadre du contrat d'engagement jeune, il relève de notre mission de leur apporter une éducation budgétaire et financière.

Quel constat dressez-vous justement sur la connaissance de ces jeunes en matière de gestion d'un budget ?

C. T. — Il faut dire tout d'abord qu'il existe différents profils de jeunes : ceux qui vivent chez leurs parents, ceux qui sont autonomes, ceux qui sont sous curatelle... Ensuite, il faut reconnaître que globalement, ils ont encore peu consommé à titre personnel et qu'ils n'ont guère de connaissances en matière de budget. Certains ont eu quelques notions inculquées par leur famille et d'autres une éducation subie du fait de la situation financière des parents. En tout cas, il faut leur donner quelques bases pour leur vie future, pour qu'ils soient autonomes. On se rend compte qu'ils ont une mauvaise appréciation de la valeur des produits et services. Ils sont très influencés par les réseaux sociaux et pour eux la notion d'achat

est souvent associée à l'achat plaisir. Ils ne réalisent pas l'impact d'une mauvaise gestion budgétaire. Certains sont donc endettés. Et quand ils doivent se mettre en colocation, penser à payer toutes les factures ne relève pas du réflexe. Sans parler des arnaques en ligne, certains jeunes sont assez naïfs sur le sujet. De la même manière, ils doivent être accompagnés quand ils ouvrent un compte bancaire pour bien comprendre les modalités de gestion.

Pour leur donner des bases de gestion financière, avez-vous des outils spécifiques ?

Najat El Hilali — Nous utilisons la plateforme BudgetResponsible.com de BNP Paribas Personal Finance, visionnons en groupe les trois vidéos proposées par l'application. Puis, on fait ensemble les quiz. Les questions émergent alors, leur curiosité est éveillée. Deux ou trois jours après, on enclenche avec l'atelier Dilemme en nous rendant dans les locaux lillois de BNP Paribas Personal Finance. L'atelier est animé par les collaborateurs de BNP Paribas Personal Finance, un vrai plus.

C. T. — On peut dire qu'ils sont vraiment volontaires dans la démarche. Comme ils se connaissent déjà, il y a une véritable interaction.



« On se rend compte qu'ils ont une mauvaise appréciation de la valeur des produits et services. Ils sont très influencés par les réseaux sociaux et pour eux la notion d'achat est souvent associée à l'achat plaisir. Ils ne réalisent pas l'impact d'une mauvaise gestion budgétaire. »

Et c'est important que la parole se libère. Ils parlent de leur quotidien, partent d'exemples concrets et il y a de vrais échanges. Chacun n'a pas le même niveau de connaissances, ils apprennent les uns des autres. Et c'est important que le jeu Dilemme soit animé par des professionnels de la finance car ils sont plus à même de répondre à leurs questions.

Selon vous, quels sont les bénéfices du jeu pour l'éducation financière ?

N. E. H. — Nous nous appuyons beaucoup sur le jeu en général dans l'accompagnement que nous apportons aux jeunes. Il fait partie intégrante de nos pratiques pédagogiques. Son avantage : il permet d'engager le dialogue, de dédramatiser certains sujets et d'allier travail et plaisir. Et on constate que certains jeunes ont besoin d'être ensemble pour apprendre. Ceux qui ont vécu un décrochage scolaire ont besoin de liens sociaux renforcés. Et le jeu favorise une dynamique de groupe qui est toujours

bénéfique. Quand nous faisons le bilan à la fin de leur parcours, les jeunes sont contents. L'atelier sur l'éducation financière passe très bien, il est très apprécié. Les bases sont acquises. Ils savent distinguer à minima les différents types de charges. Et on se rend compte que cela leur sert grâce à un très bon indicateur : quand les questions d'argent ne reviennent plus en entretien individuel, c'est que tout va bien !

ÉDUCATION BUDGÉTAIRE



Des collaborateurs engagés auprès des jeunes

En France, depuis 10 ans, plus de 100 salariés bénévoles animent des ateliers d'éducation budgétaire auprès de jeunes issus de l'école de la 2^{ème} chance ou de missions locales. Ils s'appuient pour cela sur le jeu de plateau Dilemme Éducation de la fédération Crésus. Les jeunes qui jouent en équipe sont face à un dilemme : j'épargne ou je me fais plaisir. Tout pour apprendre à gérer son budget en s'amusant. Les ateliers ont lieu dans nos locaux afin que les participants puissent être en contact avec le monde de l'entreprise.

10 ans

du jeu Dilemme

En 2023,
43
ateliers réalisés
pour plus de
345
jeunes sensibilisés

« Un sentiment d'apporter vraiment quelque chose d'important et de fort à la communauté et ainsi de contribuer à notre avenir commun. »

Estelle N. Mérygnac

ÉDUCATION FINANCIÈRE

La force du partenariat pour être plus efficace

Pour contribuer de manière efficace à l'éducation financière des jeunes, nous nous appuyons sur des partenariats avec des associations. Ainsi, au Portugal, nous nous sommes associés à Junior Achievement pour promouvoir la littératie financière auprès des jeunes. Plus de 480 élèves ont ainsi bénéficié du programme qui a impliqué 21 collaborateurs bénévoles. En Allemagne, ce sont 72 personnes qui ont pu suivre des ateliers d'éducation financière et numérique proposés par Joblinge. Objectif : aider des jeunes et des femmes issues de l'immigration à aborder le monde du travail.



PERCORSI YOUNG

Éducation financière : les élèves aussi ont des idées !

« PerCorsi Young » est un projet initié en 2013 par Findomestic avec La Fabbrica. Son ambition : participer à l'éducation financière des élèves du secondaire. Pour sa dixième édition, près de 49 000 élèves ont été impliqués dans les différentes initiatives proposées, dont le Findomestic Camp. Huit équipes se sont retrouvées à Florence durant deux jours pour relever un défi final. Elles ont été sélectionnées après présentation de leur projet qui devait répondre à la thématique retenue pour 2023 : « Accompagner l'apprentissage de la gestion budgétaire ». Les élèves ont planché sur des propositions de produit ou service qu'une banque peut proposer aux enfants du primaire ou du secondaire pour transférer leurs connaissances en éducation financière.



OUTILS EN LIGNE

Bien gérer son budget avec de bons outils

Accompagner les consommateurs dans la gestion budgétaire, c'est mettre à leur disposition des outils pour les aider dans les connaissances et la gestion de leur éducation financière. Au Portugal, nous leur donnons des conseils pour bien gérer leur budget familial sur notre site « Notas Em Dia » et pour s'engager dans une consommation durable sur cetelem.pt.

En Espagne, depuis 2013, la filiale propose son site « Domestica Tu Economía » également dédié à l'acculturation financière. Sa déclinaison sur les réseaux sociaux rencontre un franc succès.

+ de 50 000 abonnés sur Facebook

PODCAST

« On The Way », le podcast pour une consommation plus responsable et durable

« On The Way » donne la parole aux entrepreneurs, aux acteurs du monde de l'entreprise ou encore aux chercheurs qui agissent jour après jour pour construire une consommation plus durable. 11 nouveaux épisodes ont été mis en ligne en 2023. Disponible en français et en anglais, le podcast a enregistré plus 76 000 écoutes depuis sa création avec une belle progression l'année dernière (plus de 55 000 écoutes).

DOCUMENTAIRE

« Nous consommateurs » : défendre une consommation durable

Depuis 70 ans, nous finançons la consommation et suivons son évolution. Aujourd'hui, nous souhaitons promouvoir une consommation plus durable et plus responsable, c'est pourquoi nous étudions et mettons en valeur les acteurs clés de ce secteur. En décembre 2023, nous avons ainsi proposé aux collaborateurs du siège de découvrir en avant-première le documentaire « Nous consommateurs » qui retrace l'histoire de la marque équitable C'est qui le Patron ? Ils ont pu s'immerger dans les coulisses de cette success story en présence de son fondateur, Nicolas Chabanne, d'une productrice de lait et de clients sociétaires avec qui ils ont pu échanger sur les nouvelles façons de consommer.

DÉVELOPPER L'ENTREPRENEURIAT

Faire rimer employabilité et durabilité

Pour développer l'employabilité des étudiants et faire d'eux les acteurs d'une transition juste, notre filiale au Royaume-Uni a déployé en 2023 un programme dédié en partenariat avec Digital Innovators. Appuyés par les conseils de nos équipes, les étudiants devaient trouver une idée d'entreprise qui réponde à l'un de ces deux défis : comment rendre la fast fashion (mode éphémère) durable et comment réduire le gaspillage alimentaire. Le parcours s'est achevé avec un événement d'envergure organisé durant la Birmingham Tech Week. Les étudiants ont pu présenter leur proposition commerciale à la direction de notre filiale anglaise et à d'autres parties prenantes. Le programme est une réussite ; certains participants ont été embauchés par BNP Paribas Personal Finance, tandis que d'autres sessions se planifient déjà.

Les défis de demain



Extraites du podcast « On The Way » voici quelques paroles retenues de nos échanges avec les différents entrepreneurs et acteurs du monde de l'entreprise.



Charlotte Dereux
de Patine

« En fait, c'est assez simple : une fois que dans sa tête on se dit que le carbone, c'est comme les euros, on en vient à faire très attention à son budget. Donc je crois que c'est assez facile. »



Mathias Wikström
de Doconomy

« J'espère qu'un jour nous pourrons dire que nous avons fait tout ce qu'il était possible de faire, que nous l'avons fait ensemble et que nous avons réussi ! Mais nous devons agir, agir maintenant. »



Hortense Harang
de Fleurs d'Ici

« En faisant chaque jour des choix de consommation plus responsables, on peut infléchir le cours des choses, le cours de l'histoire, le cours de la société. »



Camille Perbost
de La Tournée

« Personne aujourd'hui n'est fan de ses poubelles contrairement à d'autres sujets écologiques qui sont plus clivants. Tout le monde a envie de changer, mais il faut leur proposer une solution vraiment pratique, qui s'inscrit dans leur quotidien parce que, rendre vos bouches et vos bouteilles au livreur à la livraison suivante, il n'y a aucune contrainte, c'est aussi simple que sortir ses poubelles. »



Meleyne Rabot
de Too Good To Go

« À l'époque, on avait déjà des chiffres sur le gaspillage alimentaire et là, on se rend compte que c'est 40% de la nourriture produite dans le monde qui part à la poubelle. Ça représente 10% des émissions de gaz à effet de serre. »



Flashez pour écouter !

Contribuer à une meilleure inclusion et appropriation numériques.

C'est le sens de l'histoire, nos vies sont de plus en plus impactées par le digital. Cette transformation peut être bénéfique à condition que personne ne soit laissé pour compte. La technologie doit être un moteur de progrès social sans créer d'exclusion. Il relève donc de notre responsabilité d'accompagner les personnes qui ne sont pas habituées aux services numériques, surtout à l'heure où de plus en plus d'offres de financement sont accessibles en ligne. Pour cela, nous soutenons et accompagnons les populations vulnérables dans leur prise en main des outils numériques.

4 220

personnes ont bénéficié d'un programme d'éducation et de sensibilisation au digital via nos différents programmes.



L'e-inclusion : tous mobilisés !



Linde Verheyden
Directrice des Affaires
Publiques chez BNP
Paribas Fortis



Sabine Liénard
Chief Sustainability Officer
BeNeLux

L'illectronisme, illettrisme numérique, ou encore illettrisme électronique... quel est l'impact du phénomène sur la population européenne ? Et comment s'emparer de cet enjeu pour en trouver des solutions ? Entretien avec Linde Verheyden, Directrice des Affaires Publiques chez BNP Paribas Fortis et à l'origine de DiGitAll, l'écosystème d'entreprises, d'organismes sociaux et gouvernementaux et Sabine Liénard, CSO chez BNP Paribas Personal Finance au BeNeLux, qui œuvrent ensemble à améliorer l'inclusion digitale en Belgique.

Comment définissez-vous l'illectronisme ? Et quel en est l'état des lieux en Europe aujourd'hui ?

Linde Verheyden — Ne pas savoir comment rédiger un e-mail télécharger une application ou faire une recherche internet : ce sont des exemples typiques de l'illectronisme, qui touche une personne sur trois âgée de 16 à 75 ans en Europe. Un chiffre vraiment conséquent, surtout que le digital fait maintenant partie de nos vies : applications bancaires, formulaires en ligne, réseaux sociaux... Le manque de compétences numériques peut vous exclure totalement de ces services. Et par extension, cela peut aussi se traduire par une exclusion sociale et économique. Les pays européens ne sont pas tous égaux face à ce phénomène. Ainsi, aux Pays-Bas, on compte 14% de la population en situation d'illectronisme contre 55% en Roumanie.

Quels sont les profils touchés par l'illectronisme ?

L. V. — Tout le monde peut être concerné, compte tenu de la rapidité du développement du monde digital, par exemple l'intelligence artificielle. Bien sûr, l'illectronisme touche encore plus des populations déjà vulnérables : des individus vivant dans la précarité, non diplômés ou en situation de handicap. Pour autant, l'illectronisme peut concerner tout type de profil : des personnes âgées tout comme des personnes plus jeunes. On aurait tendance à croire que les jeunes générations sont des utilisateurs aguerris des outils digitaux. Pour autant être présent sur WhatsApp ou TikTok ne signifie pas que l'on est capable de détecter une fake news ou même de postuler à des offres professionnelles en ligne. Pour participer à la vie digitale, il faut déjà pouvoir accéder aux bons appareils (ordinateur, téléphone, tablette) mais aussi à une connexion internet, de qualité, ce qui n'est

pas le cas pour tout le monde. Ensuite, il faut avoir les compétences numériques adéquates. Et finalement, il existe aussi une notion de confiance face au numérique et on observe parfois un stress lié à l'utilisation d'outils digitaux. Même en sachant se servir du digital, certains profils manquent de confiance en leurs propres compétences et craignent le phishing (escroquerie numérique), ou de faire des erreurs et reculent face au numérique.

Comment lutter contre l'illectronisme ?

L. V. — La sensibilisation est essentielle. Si une entreprise ne sait pas qu'un tiers de ses clients potentiels ne pourront pas utiliser son application, elle ne veillera pas à ce que ses outils numériques soient faciles à utiliser. Il en va de même pour les employés d'une entreprise. Il est important de veiller à ce que les outils numériques développés soient facilement accessibles aux personnes qui ne se sentent pas en confiance ou qui ne sont pas familières des technologies digitales. Cela peut se faire en utilisant des panels d'utilisateurs lors du développement, en simplifiant le langage, ou en offrant la possibilité d'accéder à un service par téléphone ou en personne. Il est important de ne pas perdre le contact humain, car cela est crucial pour certains de nos clients.

Pouvez-vous nous présenter le projet DiGitAll ?

L. V. — DiGitAll est né au sein de BNP Paribas Fortis, quand j'ai eu l'idée de créer une coalition d'entreprises, d'organisations sociales et d'organismes gouvernementaux pour favoriser l'inclusion numérique en Belgique. Nous réunissons des organisations publiques, privées, sociales et académiques conscientes de l'ampleur du problème dans notre société et de la nécessité de travailler ensemble pour trouver des solutions. Nous avons trois actions principales : sensibiliser, développer notre réseau et agir en créant des outils actions ensemble dans le cadre de notre « Do Tank » (structure collaborative qui produit des actions). Par exemple, nous avons développé Movidig, une solution qui stimule et soutient les organisations sociales existantes dans la dispensation de cours de compétences numériques à des personnes difficiles à atteindre, telles que les sans-abri, les jeunes vulnérables ou les personnes âgées. Movidig est une boîte mobile équipée de tablettes, de connexions internet et de la technologie 5G, permettant d'aller là où se trouvent les personnes ciblées. Nous avons également créé un indice d'inclusion numérique pour aider les entreprises à évaluer et améliorer l'accessibilité de leurs applications et sites web.

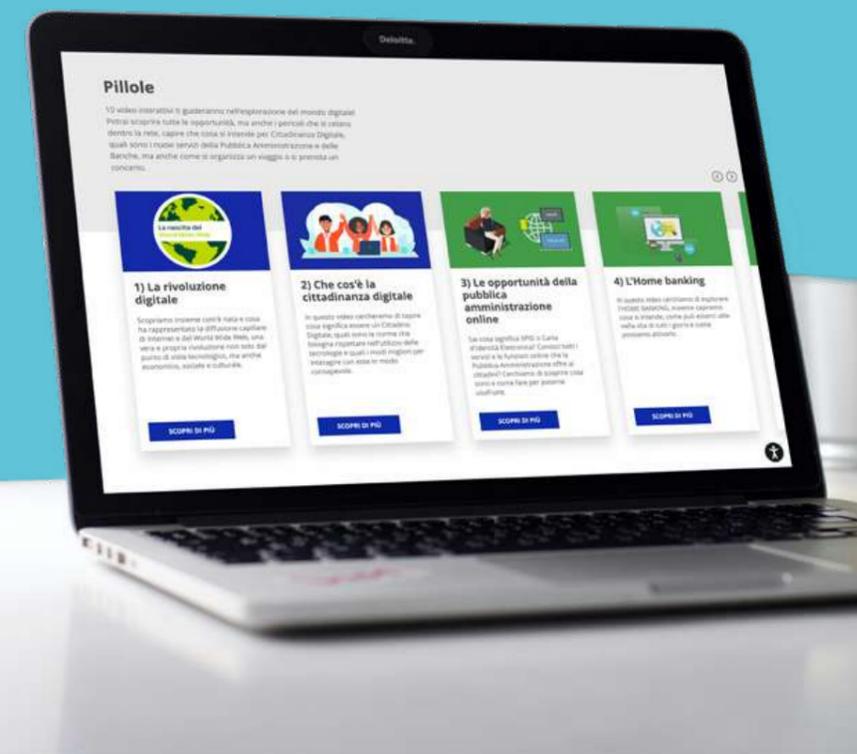
Sabine Liénard — Faire partie de la Community DiGitAll avec BNP Paribas Fortis nous donne l'opportunité de traiter en interne et en externe le sujet de l'e-inclusion. L'ensemble des collaborateurs AlphaCredit sont formés, sensibilisés aux enjeux de l'illectronisme et ont donc la capacité d'intégrer l'e-inclusion dans la conception de nouveaux parcours clients. C'est le cas pour les travaux que l'on mène actuellement sur le nouveau parcours mobilité.

INCLUSION NUMÉRIQUE

Éducation numérique : toucher un public plus large

Lancé en 2013 par Findomestic en partenariat avec La Fabbrica, le projet « PerCorsi People » a pour vocation de favoriser l'inclusion numérique, facteur clé de l'inclusion sociale et économique. Il s'adresse à des personnes en situation de fragilité : prisonniers, femmes battues, migrants, etc. Et depuis l'an dernier à un public plus large grâce à des cours d'éducation numérique en ligne ou en présentiel, et à une série de tutoriels accessibles depuis un nouvel espace dédié sur www.creditoresponsabile.it.

En 2023,
806
personnes
ont suivi ces
cours, dont
de nombreux
étudiants.



« Parfois, nous touchons des personnes qui n'ont aucune base financière et numérique, d'autres fois, un public plus instruit qui confirme ses connaissances. Dans d'autres cas, nous renforçons la confiance en soi des personnes qui sont fières qu'une banque donne du temps pour les former. »

Luisa Casini
Responsable du Développement Durable chez Findomestic

MONTÉE EN COMPÉTENCES

Sites web : partage d'expertise entre collaborateurs & associations

Lors de leur convention en novembre 2023, 200 managers de Consors Finanz ont partagé leur expertise numérique avec 5 ONG pour leur permettre de monter en compétences sur le sujet.

Objectif : les aider à améliorer leur site internet pour mieux atteindre leurs objectifs, et notamment la collecte de fonds : un site et une organisation crédibles sont plus rassurants pour des donateurs !

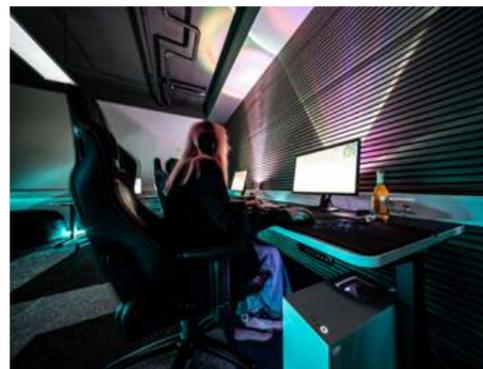
MIXITÉ DANS L'E-SPORT

Accompagner l'inclusion féminine dans le gaming

La mixité dans l'e-sport est un vrai sujet de société : seules 6%* des joueuses deviennent professionnelles. Comme pour d'autres sports, des comportements sexistes ou hostiles sont un obstacle qui dissuade les filles d'intégrer la scène compétitive, de se projeter et de s'identifier aux joueurs. Elles pâtissent ainsi d'un manque d'entraînement et d'intérêt de la part de sponsors et ont besoin de rattraper un niveau compétitif.

Accompagner l'inclusion des femmes dans le gaming est une opportunité pour Cetelem de porter des valeurs qui lui tiennent à cœur et de rendre son engagement concret en tant que sponsor premium de la première équipe féminine « La Solary Académie », spécialiste du jeu League of Legends. Grâce à ce soutien, la structure e-sport Solary va pouvoir financer en partie le salaire des joueuses et leur encadrement par des coaches professionnels. De bonnes conditions d'entraînement pour favoriser leur progression sur la scène compétitive !

* Source : France e-sport.org 2022



FONDATION CETELEM

L'inclusion par le numérique : la vocation de la Fondation Cetelem



Avec 13 millions de Français confrontés à des difficultés dans l'accès au numérique et/ou l'usage des outils numériques*, la mission de la Fondation Cetelem prend tout son sens au quotidien. Engagée pour l'inclusion par le partage numérique, elle a soutenu, en 2023, 14 associations et permis d'accompagner plus de 43 000 bénéficiaires. Aujourd'hui, on compte 70% de détenteurs de smartphones parmi les sans-domiciles fixes : le téléphone portable peut donc devenir un vrai outil de lien social. La Fondation Cetelem soutient l'association Entourage depuis 2022 pour le développement de son application à destination des SDF. La mission d'Entourage est d'engager chacun dans des réseaux de soutien avec les plus exclus, à travers deux actions principales : un réseau de rencontre et d'entraide entre habitants et personnes sans domicile, appuyé sur une application mobile, et le réseau LinkedOut, le « réseau pro de ceux qui n'en ont pas », une plateforme et un programme d'accompagnement inédits pour booster l'accès à l'emploi des plus précaires.

* Source : Mission Société Numérique



« Une vraie découverte que sont toutes ces associations qui œuvrent sur tout le territoire pour promouvoir l'inclusion par le partage numérique auprès de populations souvent isolées et ou exclues du numérique. Le choix a été difficile tant les projets sont riches et variés mais cela a été une très belle expérience de pouvoir participer aux comités de pré-sélection. »

Christine Berrie
Assistante du DCRC RVO de Mérignac



« Entourage, c'est plus qu'une application, plus qu'une association. C'est un hôpital en fait, un hôpital qui sauve des vies. »

« J'espère que davantage de pays adopteront l'application, car elle peut réellement orienter les personnes dans le besoin vers quelqu'un qui est en mesure de les aider. »

**Merci à tous nos collaborateurs et partenaires
qui ont contribué à ce rapport.**

Publié par BNP Paribas Personal Finance,
département développement durable.

Conception & réalisation : bearideas

Crédits photos : Getty images & Unsplash.

Retrouvez les actualités de notre Groupe :

personal-finance.bnpparibas



Registre du commerce et des sociétés de Paris
n° 542 097 902 542 097 902.

Intermédiaire d'assurance immatriculé
sous le numéro 07 023 128.

Société anonyme au capital de 561 882 202 €.
N° ADEME FR200182_03KLJ

Imprimé sur du papier recyclé certifié FSC.

Siège social :
1, boulevard Haussmann
75009 Paris – France