

# POUR UNE TRANSI TION JUSTE

**RAPPORT  
D'ENGAGEMENT 2022**

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



**BNP PARIBAS**  
PERSONAL FINANCE



# Éditorial

Entre la guerre en Ukraine, la hausse de l'inflation et la flambée des prix de l'énergie, nous garderons de 2022 le souvenir d'une année de défis socio-économiques. Ces défis s'ajoutent au changement climatique, à l'exclusion financière et à la précarité énergétique. À l'heure où un grand nombre de foyers ne peuvent pas intégrer ces notions de durabilité pour des motifs économiques, notre raison d'être est chaque jour un peu plus pertinente.

Le groupe BNP Paribas s'engage dans son plan GTS (Growth, Technology and Sustainability) qui doit permettre d'accélérer la finance durable en lien avec son engagement dans la Net Zero Banking Alliance et de mettre la technologie au service de ses clients et partenaires tout en assurant une croissance rentable en tant que leader européen du secteur.

Chez BNP Paribas Personal Finance, nous avons également défini nos objectifs de finance durable de 20 milliards d'euros d'actifs d'ici fin 2025 autour de quatre axes prioritaires : mobilité durable, transition énergétique dans l'habitat, inclusion financière et économie circulaire. La réglementation européenne offre un cadre pour évaluer nos politiques en matière de mobilité durable et de transition énergétique dans l'habitat, tandis que nous nous efforçons activement d'identifier l'impact de nos financements en matière d'inclusion financière et d'économie circulaire. Nous sommes extrêmement fiers de pouvoir faire état de près de 6 milliards d'euros d'actifs à la fin de l'année 2022, soit une augmentation de 3,9 milliards d'euros par rapport à 2020 quand nous avons commencé à mesurer.

Nous avons conservé notre position de leader dans le financement de la transition énergétique de l'habitat en France, notamment grâce à notre joint-venture avec EDF (Domofinance) et en Belgique. Notre expertise en matière de transition énergétique nous a permis de progresser dans d'autres pays européens, en particulier l'Espagne. Pour autant, il reste encore beaucoup à accomplir. Chaque jour est une occasion d'œuvrer un peu plus pour une transition juste.

Dans cette nouvelle édition, nos récits de l'année passée illustrent la manière dont nos engagements prennent forme et dont nos collaborateurs contribuent à promouvoir l'accès à une consommation plus responsable et plus durable pour soutenir nos clients et nos partenaires.

Nous sommes déterminés à poursuivre nos efforts de transformation en 2023 et au-delà.

**Ensemble, nous pouvons contribuer à faire de cette décennie une transition juste.**



**Charlotte Dennery**  
Administratrice Directrice Générale

# Sommaire

Éditorial .....	p. 3
Interview Croisée .....	p. 5
Manifeste .....	p. 6

## Et si

le progrès consistait à devenir une entreprise et un employeur exemplaires ?

—> Engagement #1.....	p. 12
<b>Créer un environnement de travail pérenne, équitable et inclusif.</b>	

Engagement #2.....	p. 18
<b>Avoir un impact neutre sur l'environnement.</b>	

## Et si

la réussite consistait à transformer nos activités, nos modèles de fonctionnement et nos offres ?

—> Engagement #3.....	p. 24
<b>Ouvrir l'accès à nos services financiers au plus grand nombre.</b>	

Engagement #4.....	p. 28
<b>Aider nos clients à réduire leur empreinte environnementale.</b>	

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

## Et si

la responsabilité signifiait avoir un impact positif au-delà de nos activités, dans nos domaines d'expertise ?

—> Engagement #6.....	p. 40
<b>Contribuer à l'éducation financière et à la sensibilisation à la consommation durable.</b>	

Engagement #7.....	p. 44
<b>Contribuer à une meilleure inclusion et appropriation numérique.</b>	

# Interview croisée

**Vincent Sussfeld**  
Directeur Général Adjoint,  
en charge des lignes de métiers  
internationales



**Véronique Berthout**  
Directrice  
du Développement Durable



## Échapper au paradoxe grâce à une transition juste

### Pourquoi une « transition juste » est-elle nécessaire ?

**V. S. :** Aujourd'hui, les citoyens font face à un dilemme. Les recherches montrent qu'ils sont prêts à consommer de façon plus responsable, mais très peu passent réellement à l'action. Les consommateurs se sentent désorientés et exclus, ce qui retarde la transition vers une société plus propre et plus juste.

**V. B. :** C'est exact. Les zones à faibles émissions illustrent parfaitement ce paradoxe. Les gens sont disposés à utiliser des véhicules moins polluants pour se déplacer, notamment pour se rendre au travail, mais ne le peuvent pas forcément pour des raisons financières. La capacité à agir de façon écologique peut constituer un défi pour les foyers à faibles revenus.

### Comment BNP Paribas Personal Finance peut contribuer à résoudre cette difficulté ?

**V. S. :** Notre rôle est d'accompagner un maximum de consommateurs dans leur transition vers un mode de vie et une consommation plus durables. Nous avons à cœur de les soutenir à la fois en les guidant et en leur proposant des solutions abordables pour leur mobilité, leurs équipements et leur habitat. Par exemple, nous développons actuellement « Greener Life », un jeu en ligne qui vise à sensibiliser les consommateurs aux questions du développement durable et qui fournit des informations pratiques sur la manière de mieux gérer son argent dans une optique de consommation durable.

**V. B. :** Mais soyons humbles : c'est un rôle très exigeant et ambitieux. Nous ne voulons pas donner de leçons aux consommateurs. Nous voulons qu'ils apprennent et expérimentent, et nous voulons travailler avec eux pour bâtir les conditions propices à une consommation plus durable. Le podcast « On the way » témoigne de notre engagement à encourager une transition durable.

### Quelle est la clé d'une « transition juste » réussie ?

**V. S. :** Notre métier repose sur notre capacité à nouer des partenariats, et il n'en est pas autrement pour la transition juste. La contribution de notre vaste écosystème de partenaires est extrêmement importante pour formuler de nouvelles offres et proposer un soutien adapté à nos clients. C'est pourquoi nous étions particulièrement

contents de réunir tous les acteurs majeurs à l'occasion de notre « Let's be Circular » Summit.

**V. B. :** Oui, seuls, nous n'y arriverons pas. Nos partenaires apportent un large éventail de compétences spécifiques et de relations avec les consommateurs précieux pour nous permettre d'atteindre notre ambition. Unir nos forces pour un avenir équitable et bas carbone nous rendra plus forts. Nous sommes convaincus que l'avenir réserve de grandes opportunités aux acteurs engagés pour une consommation durable.

**« Notre rôle est d'accompagner un maximum de consommateurs dans leur transition vers un mode de vie et une consommation plus durables. »**

# MANIFESTE

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

**N**otre monde est confronté à des défis sans précédent – dérèglement climatique, épuisement des ressources naturelles et augmentation des inégalités – alors que nos façons de vivre et de travailler évoluent en profondeur.

Chez BNP Paribas Personal Finance, nous sommes convaincus que **la consommation est au centre de ces grands défis**, et qu'elle peut aussi y apporter une réponse clé. Grâce à une consommation plus responsable, chacun a la capacité de préserver les ressources naturelles, de réduire son empreinte carbone et de faire la différence à plus grande échelle. Nous pensons que **les consommateurs peuvent être des acteurs du changement**.

Les consommateurs sont de plus en plus désireux **d'avoir un impact positif à travers leurs choix quotidiens**. Mais changer ses habitudes est difficile et les solutions durables ne sont pas accessibles à tous. À ce titre, **contribuer à une finance plus inclusive** et permettre au plus grand nombre de participer au changement représente un enjeu important pour nous.

Accompagner les choix de consommation des particuliers en période de grands bouleversements est dans l'ADN de BNP Paribas Personal Finance depuis sa création. En tant que **leader du financement de la consommation** et défenseur déterminé de la **responsabilité en matière de gestion budgétaire**, nous pensons avoir un rôle clé à jouer pour aider les particuliers à **adopter des habitudes de consommation plus durables** et à mieux gérer leur finance personnelle. Souvent plus exposés à la vulnérabilité économique, certains de nos clients seront particulièrement touchés par les défis mondiaux à venir. Nous pensons que nous pouvons les aider à accéder à une consommation plus durable.

Animés par ces convictions et notre forte volonté d'agir, nous avons défini la raison d'être de notre entreprise : **« au service de nos clients et de nos partenaires, favoriser l'accès à une consommation plus responsable et plus durable »**. Ce manifeste témoigne de la **transformation à long terme** de notre entreprise et de nos activités. Une transformation soutenue par **des engagements concrets, significatifs et mesurables** qui seront contrôlés régulièrement pour suivre nos progrès.

À travers notre objectif et nos engagements, nous voulons contribuer à l'ambition du groupe BNP Paribas de **devenir le leader de la finance durable pour nos clients, nos partenaires et le monde** dans lequel nous vivons.

**Aux côtés de nos clients chaque jour, nos collaborateurs sont les principaux moteurs de ce changement.**

# Réalisations phares en 2022

## 1 Être exemplaire comme entreprise et employeur

Environnement

**901 kg**

d'émissions de gaz à effet de serre par collaborateur par an (661 kg en 2021)

Égalité hommes-femmes

**35 %**

de femmes à des postes de cadres dirigeants (28,6 % en 2021)



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

Transition énergétique

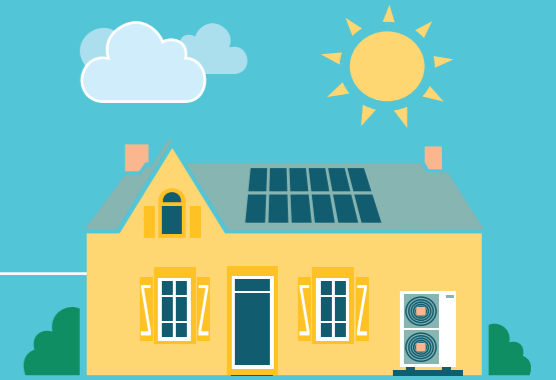
**3,5 Md €**

d'encours pour financer la transition énergétique dans l'habitat (2,9 Md € en 2021)

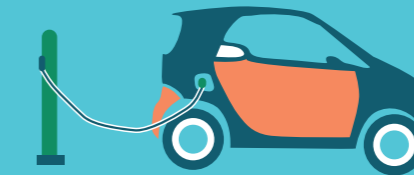
Mobilité verte

**2,4 Md €**

d'encours pour financer les véhicules électriques et la mobilité durable (1,0 Md € en 2021)



dont **2,3 Md €** d'encours pour financer les énergies renouvelables



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

3

Éducation financière

**59 000**

personnes sensibilisées à l'éducation financière (60 000 en 2021)

Inclusion numérique

**2 000**

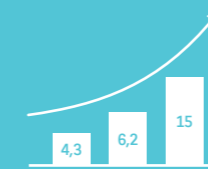
personnes sensibilisées à l'usage du numérique (1 472 en 2021)



Financement durable

**6 Md €** d'encours

**6,2 %** d'encours total (4,3 % en 2021)



**15 %** objectif visé d'ici 2025



## Un leader européen du financement aux particuliers

**+ 20 000** collaborateurs dans le monde

**+ 30** pays

**25 millions** de clients dans le monde

**96 milliards €** d'encours

**5,4 milliards €** de produit net bancaire

**10,6 %** du PNB des pôles opérationnels du groupe BNP Paribas

## Défis de demain



**Frédéric Thoral**  
Directeur des Ressources Humaines

Dans un monde du travail en constante mutation, l'accompagnement des collaborateurs pour acquérir et développer leurs compétences est une nécessité pour l'entreprise. Parmi celles-ci, la culture et la compréhension des problématiques liées au développement durable est assurément une compétence clé, sur laquelle nous investissons.



**Gilles de Wailly**  
Directeur Général Adjoint des Lignes de Services Internationales

En signant la charte du numérique responsable en septembre 2020, nous avons lancé le programme Positive IT pour identifier et mettre en œuvre les solutions nous permettant de réduire l'empreinte environnementale de nos développements et des matériels informatiques que nous utilisons. Aujourd'hui, nous diffusons ces solutions, qui passent aussi par un programme de formation spécifique, à l'ensemble des pays où nous opérons.

# Et si

# le progrès consistait à devenir une entreprise et un employeur exemplaires ?

Contribuer à une transition juste est au cœur de la raison d'être de BNP Paribas Personal Finance. Nous voulons être une entreprise inclusive dans tous ses aspects, pour représenter nos clients comme il se doit et enrichir notre vision du monde. 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. Pour atteindre cet objectif, nous devons commencer par instaurer un environnement de travail inclusif et durable, où nos collaborateurs se sentent encouragés à faire bouger les lignes à leur façon. Il s'agit avant tout d'assurer une égalité totale entre les genres et d'intégrer toutes les diversités au sein de nos équipes. En outre, si notre portefeuille de crédit est neutre en carbone, nos émissions directes doivent être neutres en carbone également. Découvrez toutes les actions que nous avons menées pour faire de BNP Paribas Personal Finance une entreprise et un employeur exemplaires.

### EN EXTERNE

—> **70%**

des collaborateurs ont le sentiment que leur entreprise a fait suffisamment de progrès en matière de diversité, d'équité, d'inclusion et d'appartenance.

Source : <https://www.qualtrics.com/ebooks-guides/employee-experience-trends-2022/>

—> **85%**

des entreprises européennes affirment adapter leurs espaces de travail physique pour répondre aux exigences des nouveaux modèles de travail.

Source : 2 IDC Research, The Link Between New Work Models, Reimagining the Office and Sustainability, avril 2022.

### EN INTERNE

—> **57%**

de nos jeunes talents sont des femmes.

—> **75%**

des collaborateurs de BNP Paribas Personal Finance ont répondu OUI à l'affirmation « Je connais les engagements de notre manifeste et ceux sur lesquels je peux agir dans le cadre de mon travail ».



## Engagement #1

# Créer un environnement de travail pérenne, équitable et inclusif.

Notre société et nos méthodes de travail évoluent rapidement et nous avons à cœur de refléter les nouvelles habitudes et attentes de nos clients au sein de notre propre environnement de travail.

Nous entendons soutenir nos collaborateurs dans la transformation de leurs carrières et compétences, tout en leur offrant un environnement de travail inclusif. Dans la mesure où nous soutenons nos clients indépendamment de leur profil et de leurs antécédents, nous avons la responsabilité d'appliquer ces mêmes normes à nous-mêmes. Ces brefs récits présentent quelques mesures que nous avons prises en 2022 pour créer un lieu de travail pérenne, équitable et inclusif.



### TÉMOIGNAGE/PORTRAIT

## Diriger dans l'égalité

Le chemin qu'Annika Olsson a parcouru avant d'atteindre le poste de PDG de BNP Paribas Personal Finance dans les pays nordiques est tout sauf conventionnel. En effet, elle a entamé son parcours professionnel à de nombreux kilomètres nautiques (littéralement) de l'industrie financière, en travaillant comme cuisinière sur des pétroliers.

Dans ce monde dominé par des hommes, l'opportunité de faire quelque chose de différent l'attirait particulièrement. L'éthique de travail qu'elle a développée dans ces cuisines exigües ne l'a pas quittée, et c'est quelque chose qu'elle apprécie aujourd'hui chez ses collègues.

C'est sa vie de famille qui l'a éloignée des hautes mers et l'a amenée à occuper un poste de conseillère clientèle dans une banque. Sa curiosité sans limites lui a permis d'apprendre vite et d'acquérir les qualifications nécessaires pour gravir rapidement les échelons. Défenseuse de l'apprentissage tout au long de la vie, elle estime que l'industrie financière devrait être plus ouverte aux candidats qui se sont formés à l'âge adulte.

Annika espère que son histoire incitera davantage de personnes à oser apprendre.

**« On peut réaliser ses rêves sans avoir fait de grandes études. »**

Anika Olsson, CEO de BNP Paribas Personal Finance dans les Pays Nordiques.

### TÉMOIGNAGE

## 3 questions à



### Simona Piva

(Findomestic, Italie) explique notre nouvelle charte « diversité et inclusion »

## sur comment favoriser la culture de l'inclusion

### Pouvez-vous nous en dire plus sur la création et le but de la charte « diversité et inclusion » ?

La charte définit les cinq engagements clés de notre entreprise, qui représentent les piliers sur lesquels reposent nos stratégies et nos plans d'action actuels et futurs. La charte a été cocrée par les équipes en charge de la diversité et des relations humaines dans les différents pays. Des idées et suggestions très intéressantes ont émergé, mais ce qui m'a le plus interpellée, c'est le désir de contribuer activement à un projet que nous estimons tous d'une grande valeur.

### Comment réagissent les pays à l'échelle locale ?

Chaque pays développe son plan d'action annuel avec des projets et des initiatives basés sur la réalité socio-économique dans laquelle ils opèrent. Par exemple, en Italie, nous avons traduit la charte en italien et avons collaboré avec nos collègues chargés de la communication interne et externe à la création d'un plan de communication visant à garantir sa diffusion à tous les niveaux. Nous avons également renforcé la valeur de la charte en insérant un message de notre PDG et de notre DRH.

### Quelles sont les prochaines priorités pour vous chez Findomestic ?

En Italie, nous travaillons sur la différence des genres, les violences basées sur le genre, ainsi que le sexisme, le handicap, l'orientation affective et sexuelle, l'intégration générationnelle, le langage inclusif, mais aussi les différences ethniques, culturelles et religieuses.

### DATA VIZ

## La fierté LGBTQ+

Nos équipes témoignent leur soutien en faveur des droits des personnes LGBTQ.



**En France**, une série de kits a permis de sensibiliser aux stéréotypes nuisibles, et des collègues ont fait don de produits d'hygiène personnelle à l'association caritative Le Refuge.



**En Italie**, la communauté Findomestic & Friends LGBTQ+ a peint un banc aux couleurs de l'arc-en-ciel pour sensibiliser aux problèmes liés au genre.



**En Roumanie**, un événement a été organisé avec Florin Buhuceanu, Directeur de la Défense des Droits au sein de l'association ACCEPT, la première ONG de Roumanie en faveur des droits humains, qui défend les droits LGBTQ+ à l'échelle nationale.



**Dans les pays nordiques**, le réseau BNP Paribas PRIDE a rejoint la Journée mondiale contre l'homophobie et la transphobie.



**En Allemagne**, les équipes ont participé à la marche des fiertés de Duisburg.



### CHIFFRE CLÉ

# 88/100

En 2022, BNP Paribas Personal Finance a obtenu en France 88 sur 100 à **l'index de l'égalité professionnelle\***, qui mesure l'égalité de rémunération et de promotion entre les hommes et les femmes au travail.

\* Cet index concerne uniquement les lieux de travail français.

DATA VIZ

## L'aide familiale dans notre communauté



Inévitablement, le fait d'être aidant familial a un impact sur la vie professionnelle. Tilia est l'entreprise sociale de BNP Paribas Personal Finance qui propose un soutien aux collaborateurs des entreprises qui sont également aidants pour des parents âgés ou des membres de leur famille.



## DONNÉES CLÉS DU MARCHÉ



1/5

En France, une personne sur cinq aide un membre de sa famille au quotidien.

Dans l'ensemble, les aidants évoquent trois difficultés principales:

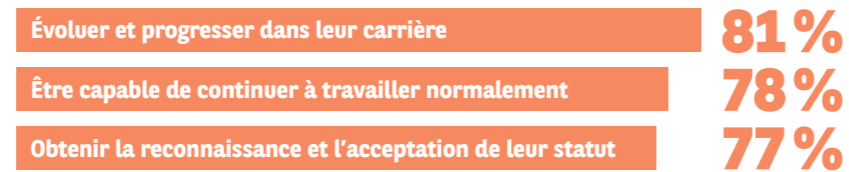


## COMPRENDRE LES DIFFICULTÉS DES AIDANTS

66%

des aidants ont le sentiment de ne pas bénéficier de suffisamment de soutien de la part de leur entreprise.

Trois principales difficultés mentionnées par les aidants professionnellement actifs:



## PRINCIPALES RÉALISATIONS

Tilia a organisé un atelier immersif afin que les collaborateurs se mettent à la place d'une personne dépendante ou de son aidant.

617

personnes accompagnées au total, dont 124 collaborateurs de BNP Paribas Personal Finance.

**Prix ESA:** TILIA accompagne SAP et ENGIE qui ont reçu le prix Entreprise et salariés aidants (ESA).



\* Source: Zoom de l'Observatoire Cetelem, « Du bien vivre au bien vieillir », 2022.

TÉMOIGNAGE

## 3 questions à



**Hilal Bouoidina**

Cheffe de projets, a rejoint le programme de la Fondation Women Initiative et partage son expérience. Elle a suivi la formation « women in business, become a leader », fruit d'un partenariat entre la Women Initiative Foundation et l'Université Paris-Saclay. Cette formation vise à développer le leadership des femmes au début de leur carrière professionnelle pour les aider à atteindre des postes à responsabilité.



## sur le programme de la Women Initiative Foundation

**Qu'avez-vous appris ?**

J'ai développé mes compétences en leadership, étendu mon réseau et acquis une expérience que j'applique chaque semaine dans mon travail. J'ai pu évoluer sur le plan professionnel et j'ai également gagné en confiance. Par exemple, je suis sortie de ma zone de confort et je me suis portée volontaire pour animer des défis internes avec mon équipe.

**Qu'avez-vous le plus apprécié ?**

L'élément interactif était extrêmement utile. J'ai rencontré de nombreuses femmes inspirantes et respectées, issues de milieux, d'entreprises et de pays différents. J'ai réellement apprécié la générosité de toutes les personnes impliquées, qui n'ont pas hésité à donner leur avis et leurs conseils.

**Comment le programme a-t-il aidé ?**

Depuis mars, je participe à un cours de requalification avec pour objectif de rejoindre un programme de transformation. Sensibilisée aux avantages évidents du mentoring, je me suis inscrite à un programme de mentoring.



DATA VIZ

## Prix Top Employer

C'est officiel! BNP Paribas Personal Finance a été certifié « Top Employer Europe » pour la 3<sup>e</sup> fois consécutive. Nos efforts ont été reconnus en ce qui concerne l'expérience des collaborateurs, la D&I, l'apprentissage et le développement, ainsi que le bien-être.



2022
Espagne
Italie
Afrique du Sud
Portugal
Belgique
Royaume-Uni
Top Employer en Europe

FAIT MARQUANT



Notre bureau en Roumanie a été certifié « **Great Place to Work** » pour la 1<sup>re</sup> fois en 2022.





DATA VIZ

## Équilibre vie privée/professionnelle

Le monde change, les employés ont de nouvelles attentes et le bien-être de nos collaborateurs demeure notre priorité absolue. Le projet Smart Working répond à ces attentes en se concentrant sur quatre dimensions : télétravail, espaces de travail, outils numériques et attention au personnel.

1

**Télétravail:** possibilité pour nos collaborateurs de travailler à distance jusqu'à 50 % du temps.

2

**Flex office:** le flex office est un nouveau moyen de partager et de redistribuer les espaces de travail, et de s'adapter aux nouveaux modes d'organisation hybrides et aux pressions liées à l'empreinte immobilière.

3

**Outils numériques:** notre programme Workspace 2020 est une boîte à outils numérique sécurisée qui permet aux utilisateurs de travailler à distance.

4

**Droit de se déconnecter:** la plupart des pays encouragent activement le temps de déconnexion ou le travail hybride avec des alertes de déconnexion au-delà de certaines heures, ainsi que la déconnexion automatique du PC.

FAIT MARQUANT

## Sommet interne Ready to learn

# 900

participants dans 12 pays.

Cet événement propose un large éventail de conférences et de formations aux collaborateurs. Des formations aux méthodes agiles aux conférences sur « la stratégie Octopus » ou sur la manière de s'adapter aux changements, cet événement a permis à nos collaborateurs de s'approprier la stratégie et les ambitions de l'entreprise, mais aussi de découvrir les compétences et les connaissances indispensables pour l'avenir.

STORY

## Fournir les outils propices à l'évolution de carrière

Comme son nom l'indique, la Digital, Data & Agile Academy soutient les collaborateurs dans trois domaines d'expertise: digital, data et agilité. Elle constitue un puissant moteur de transformation pour le groupe et peut être exploitée par les collaborateurs, les managers et les RH. Elle propose des formations de développement en ligne, alternant cours théoriques et cours pratiques, en français et en anglais.

Karine Harroch, analyste de données diplômée, explique son parcours Digital Data Agile: « J'ai toujours été intéressée par le traitement et l'analyse de données, et la DDA Academy m'a permis d'améliorer mes compétences dans mon domaine de prédilection. J'avais des réunions hebdomadaires avec mon mentor (un analyste de données chevronné) et j'ai été extrêmement encouragée par les autres apprenants. D'ailleurs, l'une des



premières compétences était "comment apprendre". En termes de compétences techniques, j'ai renforcé mes connaissances en mathématiques et en statistiques pour "faire parler les données". J'ai appris le langage Python pour le traitement et la gestion des données.

Seulement trois mois après mon diplôme, j'ai commencé mon nouveau poste d'analyste de données. Même si je n'utilise pas encore toutes les compétences techniques que j'ai acquises, la DDA Academy m'a donné accès à une carrière dans le domaine des données, et j'espère pouvoir tirer le meilleur parti de mes nouvelles connaissances dans les prochaines années ».

DATA VIZ

## Développer la culture de la durabilité à travers notre académie



En tant qu'entreprise, nous considérons qu'il est essentiel de développer une culture de la durabilité et de maintenir les connaissances des collaborateurs à jour. À l'heure où le monde change rapidement et profondément, la sensibilisation à la durabilité est une compétence nécessaire. **La Sustainability Academy est une plateforme qui regroupe des contenus de formation sur la durabilité. Tous nos collaborateurs doivent suivre un parcours en trois étapes sur la durabilité :**

# 1

COMPRENDRE  
LES ENJEUX LIÉS  
au changement  
climatique



# 2

S'APPROPRIER  
LA STRATÉGIE  
de durabilité



# 3

MOBILISER  
son entourage et  
SUSCITER l'action



Fresque du climat:

**453** collaborateurs

**10** pays ont participé à l'atelier fresque du climat.



Notre programme avec l'université de Cambridge:

**150** collaborateurs ont participé à une formation de leadership en matière de durabilité.



Conférences inspirantes avec Cédric Ringenbach, créateur de la Fresque du climat:

plus de **400** collaborateurs ont participé à la conférence et peuvent y accéder via la plateforme Sustainability Academy.



Programme Engage 4 Impact:

cette initiative aide les collaborateurs à identifier des actions potentielles en vue d'appliquer les engagements de notre manifeste.

Avec:

**1 036** participants provenant de

**11** pays et de

**8** directions centrales cette année, nous visons la participation de

**100%** des employés à l'atelier avant la fin de l'année 2025.



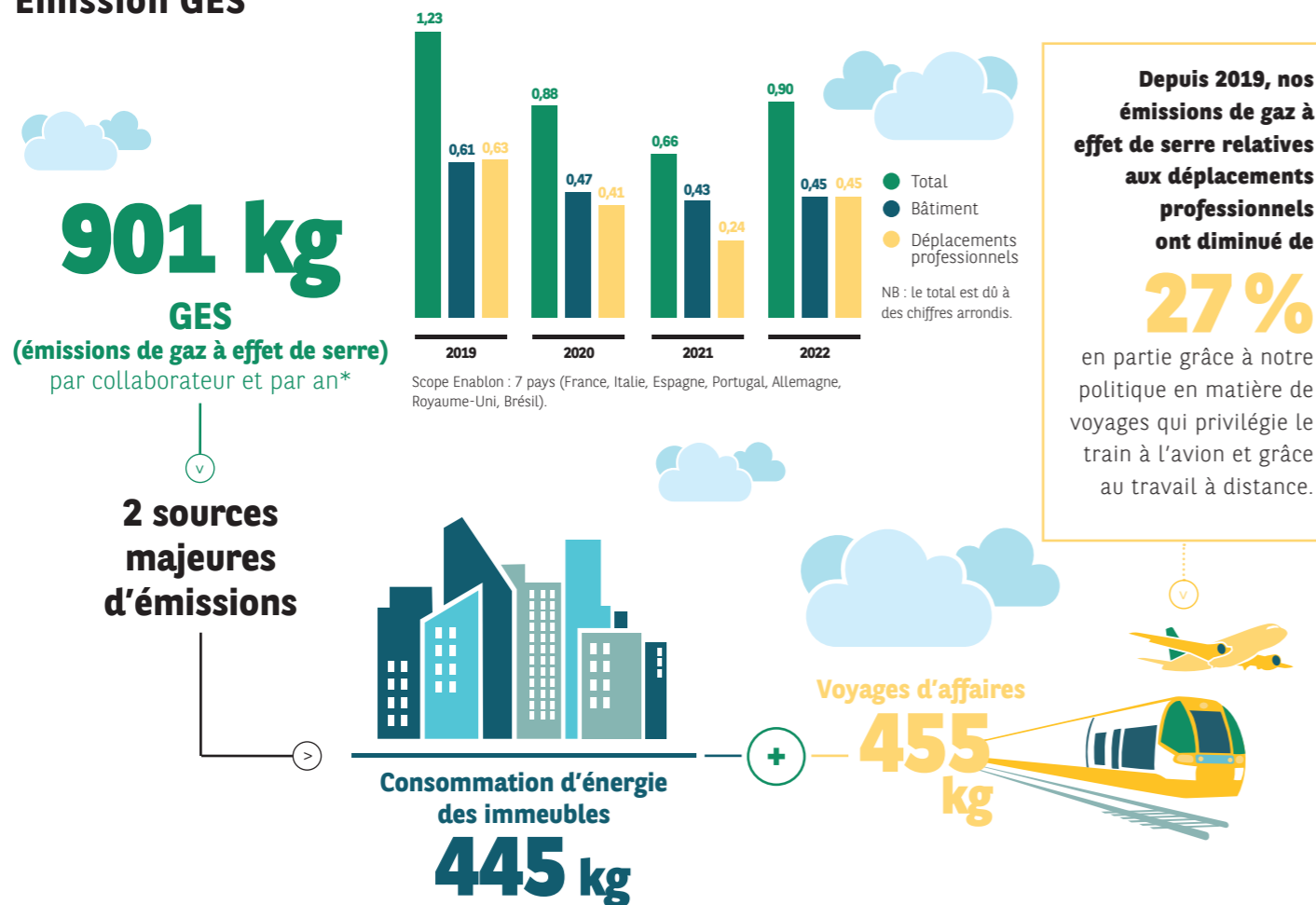
## Engagement #2

# Avoir un impact neutre sur l'environnement.

Si notre portefeuille de crédit vise la neutralité carbone, nos émissions directes doivent également refléter le même objectif. Pour ce faire, nous optimisons notre consommation d'énergie, nous réduisons nos déplacements professionnels et nous adaptons nos espaces de travail. Nous essayons également de réduire notre impact numérique en étendant la durée de vie de nos équipements et en transformant nos façons de travailler. Découvrez nos initiatives à ce sujet ci-dessous.

DATA VIZ

### Émission GES



\* Périmètre géographique: 7 pays du périmètre (Allemagne, Espagne, France, Italie, Portugal, Royaume-Uni et Brésil)/Belgique (Alpha Credit) et PF Inside Countries (Pologne, Ukraine, Turquie et Maroc) sont inclus dans le calcul de la GHG (avec Fortis Belgium pour Alpha Credit et avec International Retail Banking 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.

## 3 questions à



**Amélie Biabaut**

collaboratrice française chargée de la communication RSE chez BNP Paribas Personal Finance en France, décrit l'implication de Cetelem dans le programme FAIRe de l'Union des Marques qui encourage une communication plus responsable.



## sur la communication responsable

### Pourquoi la marque Cetelem a-t-elle rejoint le programme FAIRe ?

La communication influence le comportement et a un rôle à jouer dans la transformation culturelle. En tant qu'annonceur actif, nous devons donc considérer notre communication comme un levier essentiel de la transition que l'entreprise veut mener.

### Comment le programme nous aide-t-il à progresser dans notre façon de communiquer ?

Nous avons développé des outils de gouvernance et des guides de bonnes pratiques. Ils ont été partagés avec les communicants afin de faciliter la mise en œuvre des changements. Nous évaluons également nos actions dans le cadre d'un reporting annuel, partagé avec la communauté FAIRe. Nous ne pouvons progresser que sur ce que nous mesurons ! Tous ces outils nous aident à démontrer une « nouvelle normalité » à travers des comportements écoresponsables, ainsi qu'à réduire l'empreinte carbone de nos campagnes et événements.

### Comment continuerons-nous à progresser ?

Chaque année, nous nous adaptons aux évolutions du métier de la communication et de la publicité, notamment en intégrant des critères écoresponsables dans les briefs et les contrats, en sensibilisant au *greenwashing*, en mesurant et en réduisant notre impact, tout en garantissant une bonne performance commerciale.



### RÉCIT

## Réduire l'empreinte des cartes de crédit

Nous sommes responsables de la mise en circulation de 20 millions de cartes de crédit. Il est donc de notre responsabilité de veiller à ce qu'un maximum de ces cartes soient recyclées. Dans cette optique, nous avons opté pour des façons alternatives de produire de nouvelles cartes de crédit à partir de matériaux recyclés (matière végétale, plastique recyclé à partir de bouteilles d'eau ou PVC recyclé) en Italie, en Allemagne, en République tchèque, au Portugal et désormais également en France, au Brésil et en Roumanie. Au Portugal, nous collectons également les anciennes cartes auprès de nos partenaires en vue de les recycler.



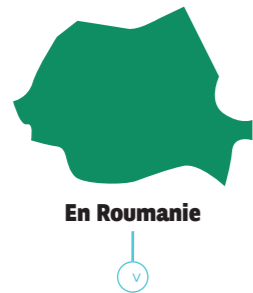
RÉCIT

## Labellisation « Numérique Responsable » pour nos deux centres de services informatiques

Notre programme Positive IT vise à réduire l’empreinte environnementale de l’IT en développant une informatique plus responsable et plus inclusive. Pour assurer l’amélioration continue de notre approche, nous avons signé la charte du numérique responsable en 2020 avec l’Institut du Numérique Responsable (INR).

En 2022, nos deux centres de services IT ont été labellisés « Numérique Responsable » – ce dont nous sommes particulièrement fiers. Cette certification nous incite à poursuivre notre approche d’amélioration continue afin de réduire l’empreinte écologique, économique et sociale de l’entreprise par différents biais : prolonger la durée de vie des équipements, sensibiliser les collègues à l’informatique durable, développer des solutions à faible consommation d’énergie...

Par exemple :



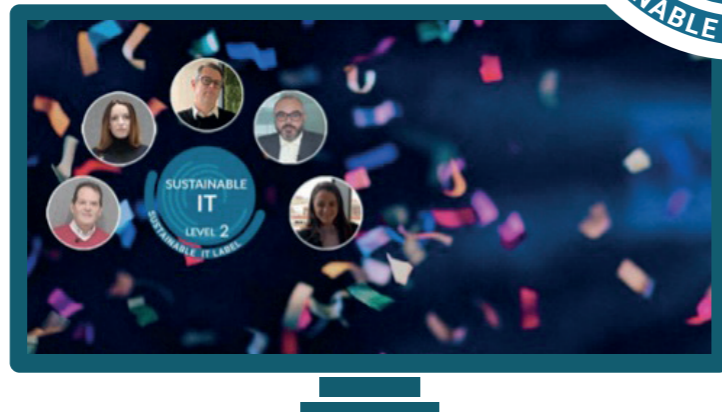
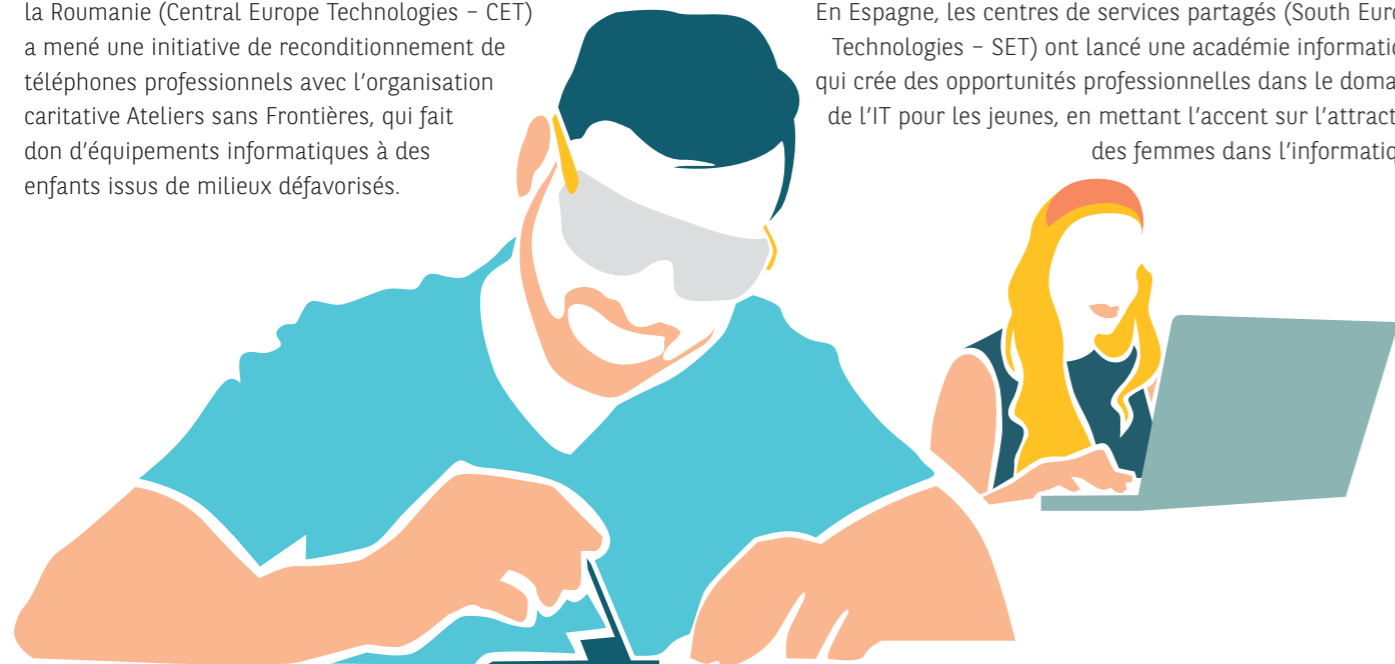
En Roumanie

la Roumanie (Central Europe Technologies – CET) a mené une initiative de reconditionnement de téléphones professionnels avec l’organisation caritative Ateliers sans Frontières, qui fait don d’équipements informatiques à des enfants issus de milieux défavorisés.



En Espagne

En Espagne, les centres de services partagés (South Europe Technologies – SET) ont lancé une académie informatique qui crée des opportunités professionnelles dans le domaine de l’IT pour les jeunes, en mettant l’accent sur l’attraction des femmes dans l’informatique.



FAIT MARQUANT

## Sensibiliser à la durabilité numérique

Depuis 2020, nous sensibilisons nos collaborateurs à l’informatique durable.

**100%** **51**

de notre comité de direction informatique **a été formé sur l’écoconception et les principes fondamentaux du Green IT.** **51** collaborateurs ont participé à une formation de **deux jours sur Green IT.**



DATA VIZ

## Recyclage du matériel informatique



En Allemagne, nous collaborons avec le recycleur technologique AFB qui

**collecte et revend**

des équipements informatiques obsolètes.



Dans les centres de services IT d’Europe centrale, la durée de vie des postes de travail a été prolongée de 3 à

**5 ans.**

En France, **98%** de nos équipements informatiques (ordinateurs, téléphones portables, écrans etc..) bénéficient d’une seconde vie après avoir été reconditionnés par une entreprise certifiée WEEE\*.

**Optimiser le cycle de vie de nos équipements numériques**

DEUXIÈME VIE EXTENSION DE VIE

Dans le cadre du programme Positive IT, découvrez certaines initiatives que nous avons déployées pour optimiser notre utilisation des équipements et progresser vers une économie circulaire.

\* Certification externe de conformité avec la directive européenne sur les déchets d’équipements électriques et électroniques.



#### EN EUROPE

—> **11 %**

seulement des Européens ont réellement adopté une façon de consommer durable.

Source : Enquête Kantar 2022.

—> **96 %**

des Européens sont prêts à adopter des façons de consommer durables.

Source : Observatoire Cetelem - L'économie circulaire prend racine.

#### CHEZ BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

—> **600**

participants à notre Circular Summit.

—> **6 %**

de financement durable, contre 2,3 % en 2020.

## Défis de demain



**Terence Mc Cormick**  
Directeur du Risque

**Pour permettre à chacun de prendre sa place dans la société,** nous avons à cœur d'ouvrir l'accès à nos services financiers à de nouveaux profils, peu ou mal servis jusqu'à présent. Pour y parvenir en préservant à la fois la sécurité financière du client et notre coût du risque, nous devons explorer de nouvelles approches d'évaluation du risque grâce à l'utilisation d'un plus grand nombre de données, issues de *l'open banking* par exemple.



**Rebecca Doucet**  
Responsable de la Ligne de Métier Internationale Distribution et Métiers clients

**La transition énergétique de l'habitat est un enjeu majeur de la réduction des émissions de GES.** C'est aussi, dans un contexte d'une énergie de plus en plus coûteuse, un marché en forte croissance sur lequel nous avons un vrai savoir-faire. Grâce à nos partenaires, nous souhaitons aller plus loin sur l'efficacité énergétique de l'habitat. Allié au financement des énergies renouvelables, cela nous permettra d'agir concrètement sur le pouvoir d'achat des consommateurs.



**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.



**Caroline Soulié**  
Responsable de l'Expérience client, Innovation et Marketing

**Nous souhaitons être un compagnon budgétaire en accompagnant chacun pour tirer le meilleur parti de son budget et en facilitant l'accès à la consommation de notre temps.** Pour faire de cet objectif une réalité, nous améliorons notre écoute des enjeux et des besoins de nos clients, en proposant des solutions et offres adaptées à chaque situation pour les aider à s'engager vers une consommation plus durable.

# Et si la réussite consistait à transformer nos activités, nos modèles de fonctionnement et nos offres ?

BNP Paribas Personal Finance accompagne les clients vers des choix durables. Une transition juste repose également sur la capacité de chaque membre de la société à agir avec les moyens qui sont à sa portée et à tirer le meilleur parti des opportunités disponibles. Il est donc essentiel de rendre accessibles les choix durables, en particulier dans le contexte financier difficile d'aujourd'hui, où l'inflation réduit la capacité de nombreux membres de la société à avoir un impact raisonnable. Depuis les débuts de notre entreprise, nous permettons aux foyers de s'équiper pour améliorer leur vie quotidienne. 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. Comme toujours, nous travaillons en nous adaptant au niveau de potentiel de chacun. Aussi, nous devons écouter et comprendre les clients tout au long de leurs projets. Ce chapitre illustre notre compréhension des nouveaux enjeux de consommation, ainsi que les initiatives que nous avons mises en œuvre pour y faire face.

## Engagement #3

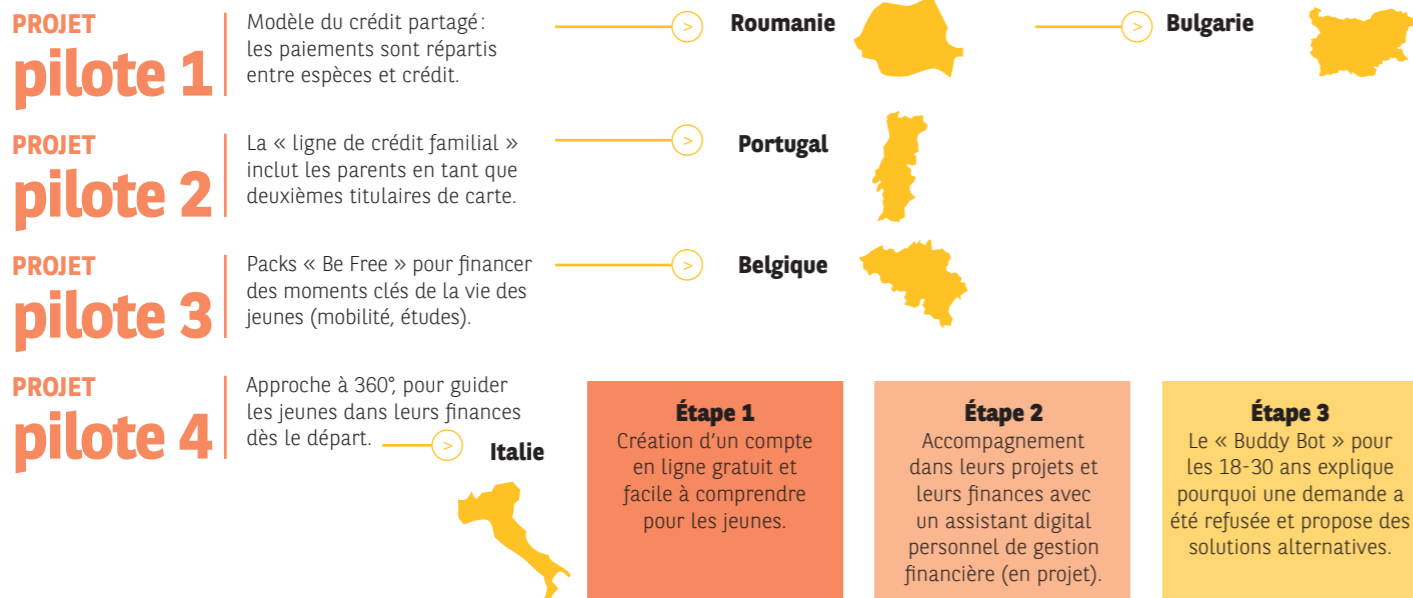
# Ouvrir l'accès à nos services financiers au plus grand nombre.

Les conditions financières risquent d'exclure certains groupes de la société. Les jeunes, les travailleurs temporaires ou les familles à faibles revenus peuvent se retrouver exclus de l'écosystème financier. Chez BNP Paribas Personal Finance, nous nous engageons à élargir le champ d'action de nos services financiers, en proposant de nouvelles opportunités à des prix accessibles qui peuvent véritablement changer la vie.

### DATA VIZ

#### FiZY

Nous cherchons à mieux comprendre la jeunesse et ses défis. Notre souhait ? Atteindre des prospects généralement exclus des offres de crédit pour leur donner accès à des services financiers et les aider à bâtir leur avenir. Et en particulier les jeunes, qui sont des cibles clés pour le futur de notre entreprise. **Nous avons ainsi lancé FiZY (Financial Inclusion for Z & Y) en 2022 afin de les soutenir avec quatre projets pilotes différents :**



### TÉMOIGNAGE

## 3 questions à



**Karunakar Krishna Reddy**

Directeur des activités de courtage chez Consors Finance, il explique comment BNP Paribas Personal Finance peut contribuer à améliorer la situation financière des personnes lourdement endettées.



## sur les possibilités de financement des personnes endettées

### Pourquoi est-il important d'offrir un accès à tous les profils de clients ?

Avoir accès à des services financiers est important dans la mesure où cela permet aux clients de gérer et de piloter leur vie (financière) quotidienne, mais aussi de se constituer une sécurité financière. Au-delà de l'accès, nous devons également réfléchir à la manière dont nous pouvons accompagner les clients tout au long du cycle de leur vie.

### Qu'est-ce qui change avec votre approche ?

Nous avons développé une proposition unique de vente intitulée « L'approche "Non, mais..." », qui contourne le rejet automatique standard d'une demande de prêt. Nous partons du principe qu'il peut exister une opportunité d'accorder une demande de crédit reflétant mieux la situation financière et personnelle du client.

### « L'approche "Non, mais..." »

### Quelles sont les conditions et quel est le résultat ?

Il existe deux types d'offres de rachat de crédit pour soulager les clients endettés. La première est limitée à une durée de 120 mois (proposition de prêt non garanti). La deuxième, dont la durée peut aller jusqu'à 360 mois (proposition de prêt garanti), s'adresse aux clients endettés qui possèdent un bien immobilier. Les offres sont personnalisées en fonction de chaque cas individuel. Les clients ont accès à des services financiers, à des mensualités réduites et au financement de nouveaux projets pour améliorer leurs perspectives de vie. Les clients sont de nouveau « finançables ».



### RÉCIT

## Favoriser la liberté des jeunes avec Be Free

AlphaCredit veut être un partenaire de confiance pour les moments importants de la vie des jeunes. Offrir une première expérience positive et responsable du crédit est crucial à la fois pour AlphaCredit et pour cette cible.

Dans cette optique, l'entité a lancé le pack Be Free, un projet qui promet une grande autonomie aux jeunes (ce qui est très important pour eux) en leur proposant du contenu pédagogique et en finançant les dépenses liées à leurs études ou à leur mobilité. Les candidats peuvent bénéficier d'offres abordables négociées avec des partenaires, par exemple pour louer leur propre appartement, passer le permis de conduire ou payer les frais de voyage pour étudier dans une nouvelle ville. Ce projet s'inscrit dans notre engagement à ouvrir l'accès aux services financiers aux clients, quels que soient leur âge ou leur profil socio-économique.

Afin de diffuser cette offre auprès des jeunes, AlphaCredit a développé une campagne de communication novatrice en adoptant et en réutilisant les codes de la génération Z et l'argot des jeunes.



RÉCIT

## Accorder le crédit aux travailleurs intérimaires

BNP Paribas Personal Finance France a été sélectionné comme partenaire financier par le Fonds d'Action Sociale du Travail Temporaire (FASTT), le réseau national de soutien aux intérimaires.

Avec plus de 17 millions de missions d'intérim réalisées chaque année en France, ces précieux travailleurs (dont la moitié ont moins de 30 ans) contribuent grandement à l'économie. Cependant, ils sont souvent exclus du crédit en raison de leur statut.

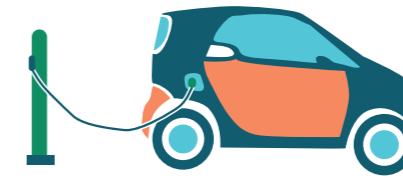
Nous proposons trois prêts personnels et deux offres de consolidation de crédit à prix ajustés, ainsi qu'une offre d'assurance. Chez BNP Paribas Personal Finance France, 80 % du processus d'inscription peut être effectué en ligne.

Du premier contact téléphonique à l'attribution du crédit, en passant par le service après-vente, notre équipe a été spécialement formée pour accompagner les intérimaires tout au long de leur parcours client.

En tant que partenaire financier du réseau FASTT, Cetelem prévoit d'attirer 3000 nouveaux clients d'ici 2023, avec un objectif global de 6000 intérimaires.

**« Les membres du personnel sont très sympathiques. Ils expliquent tout dans les moindres détails. »**

*Témoignage d'un client au sujet de notre équipe.*



RÉCIT

## Favoriser la mobilité inclusive en France

Alors que les villes introduisent des zones à faibles émissions, BNP Paribas Personal Finance prend des mesures pour veiller à ce que les familles à faibles revenus puissent toujours accéder à ces zones et se rendre au travail en voiture. **Ces mesures commencent par l'élimination des obstacles financiers à l'achat de véhicules plus propres.**



**1** → Une offre de bail B2B de 120 mois en partenariat avec Gueudet qui inclut le paiement anticipé d'une prime, un package de maintenance et une possibilité de rachat à la fin de la période de prêt.



**2** → Une offre de microcrédit personnel pour aider les personnes qui sont généralement exclues du crédit pour acheter un « véhicule plus propre » qui répond aux normes environnementales.



**3** → Des initiatives destinées à sensibiliser autour de la mobilité inclusive, de la réglementation des zones à faible émissions et de l'aide gouvernementale, y compris deux modules de formation en interne (conseillers et managers) et en externe (150 bénéficiaires dont des membres d'associations partenaires et des travailleurs sociaux).

FAIT MARQUANT

## Offrir des opportunités via le microcrédit



**En Italie, 363 offres de microcrédit** pour une valeur combinée de :

**2,50 m €**



**En France, 300 demandes de microcrédit** financées pour une valeur combinée de :

**1,20 m €**



LE SAVIEZ-VOUS ?

**Le microcrédit** est une solution de financement destinée aux personnes qui ne sont pas éligibles à un prêt bancaire traditionnel en raison de leurs faibles revenus et/ou de leur insécurité sociale.

## Engagement #4

# Aider nos clients à réduire leur empreinte environnementale.

La première étape pour aider les consommateurs à réduire leur empreinte carbone consiste à les informer à ce sujet et à les orienter vers des choix moins carbonés tout en continuant à répondre à leurs besoins. Nous leur proposons ensuite des solutions financières pour accéder à des options plus durables et abordables en matière de logement, de mobilité et d'équipement. Dans cette optique, nous développons des solutions avec des partenaires qui partagent nos convictions et nos valeurs, notamment de nouvelles offres et de nouveaux modèles commerciaux et services pour soutenir nos engagements.

### FAIT MARQUANT

# 6 Md €

d'encours dans le financement durable :

dont **60%**

pour la transition énergétique dans l'habitat.



dont **40%**

pour la mobilité douce.



### TÉMOIGNAGE

## 3 questions à



José Antonio Gimeno

L'Espagne possède un marché de l'énergie solaire dynamique, caractérisé par des niveaux élevés d'irradiation solaire, des politiques gouvernementales favorables et un solide réseau de petites et moyennes entreprises spécialisées dans ce secteur. « Nous avons misé sur ce marché avant la plupart de nos concurrents et nous sommes activement attachés à rendre l'énergie solaire plus accessible », a affirmé José Antonio Gimeno, responsable des comptes stratégiques et du marketing retail en Espagne.

## sur le marché de l'énergie solaire

### Quel rôle joue BNP Paribas Personal Finance dans le marché de l'énergie solaire ?

En matière d'énergie solaire, le client final souhaite passer un contrat avec un partenaire fiable en termes de qualité et de processus. Nous nous associons à des partenaires qui affichent une solidité financière et une forte vocation pour le service à la clientèle. Les clients s'attendent également à réaliser des économies sur leur facture d'électricité mensuelle. C'est là que nous entrons en jeu, en proposant des conditions financières préférentielles et un parcours client dédié qui tient compte de la nature spécifique du processus commercial du partenaire.

### Comment êtes-vous devenu un leader du financement de l'énergie solaire ?

Nous pouvons affirmer fièrement que notre culture commerciale forte en matière de diversification et de développement commercial nous a permis de nous hisser au premier rang sur ce marché. Nous devons notre position actuelle de leader aux solides compétences numériques et à la gamme étendue de solutions d'abonnement que nous avons développées. La flexibilité, l'analyse, l'adaptation continue aux attentes de nos clients et la gestion des risques inhérents à ce secteur nous permettent de conserver cette position de leader.

### Quelles sont les prochaines étapes pour accroître la part de marché ?

Nous nous concentrerons sur les principaux protagonistes des tendances en matière de durabilité, en étant à l'affût des nouvelles opportunités qui se présenteront. Nous devons impérativement faire des progrès dans la protection de nos clients, tout en répondant à l'évolution de leurs attentes. Nous devons veiller à ce que nos clients soient satisfaits de leur installation ou solution de durabilité, à ce que leurs attentes soient satisfaites et à ce que nous collaborions avec des entreprises réputées et solides sur le plan financier.

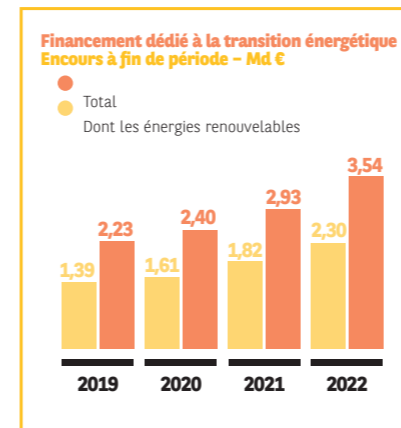
### Transition énergétique de l'habitat

#### RÉCIT

## 3,54 milliards d'euros pour financer les logements à faible empreinte carbone

La transition énergétique des logements est un marché dynamique qui bénéficie de nombreuses aides gouvernementales. À l'heure où les prix de l'énergie montent en flèche et dans un contexte de dérèglement climatique et environnemental, la transition énergétique devient de plus en plus urgente. Chez BNP Paribas Personal Finance, nous voulons aider nos clients à mieux comprendre les solutions efficaces sur le plan énergétique et à les adopter pour leur logement, et à produire leur propre énergie au moyen de panneaux solaires ou de pompes à chaleur. Découvrez nos offres et partenariats dédiés dans les pages suivantes.

**3,5 Md €\***  
d'encours en transition énergétique de l'habitat fin 2022



\* Encours/production signalée à 50 % sur le périmètre intérieur PF.

### Forte croissance de la production en 2022

**1,7 Md €\***

+ 22 % vs. 2021, en voie de dépasser notre objectif pour 2025

Ces excellents résultats sont dus à

#### Un marché dynamique et porteur:

- > Hausse des prix de l'énergie
- > Incitations gouvernementales et réglementation de la propriété

#### Notre développement commercial:

- > Offres spécifiques avec des partenaires dans 6 pays

L'Espagne et la Belgique ont presque triplé leur production vs. 2021.





**FAIT MARQUANT**

**Obligations vertes : financer la transition énergétique de l'habitat**

**1,7 Md €**

d'actifs sous-jacents de Personal Finance dans le programme d'obligations vertes de BNP Paribas de 18,2 milliards d'euros.

**RÉCIT**

**Ensemble dans la même direction : collaboration avec les acteurs du secteur de l'énergie**

Le secteur de l'énergie est un marché complexe et diffus où interagissent de nombreux types d'acteurs, avec des compétences et des certifications qui leur sont propres. Chez BNP Paribas Personal Finance, nous travaillons en partenariat direct avec des entreprises et des plateformes qui partagent notre vision, dont plus de 5000 acteurs parmi lesquels des fabricants, des fournisseurs d'énergie et désormais également des agrégateurs qui rassemblent différents acteurs qualifiés répondant aux problématiques des clients (notamment le besoin d'information, le manque de confiance et la recherche d'un interlocuteur).



FOURNISSEURS D'ÉNERGIE		FABRICANTS	
	France Royaume-Uni Italie		France Allemagne Belgique Pologne
	Royaume-Uni Italie Allemagne		Italie Royaume-Uni
			Royaume-Uni
	Royaume-Uni Pologne		Italie
	Italie	MARCHÉ DES AGRÉGATEURS	
			France
	Espagne		
	Italie Royaume-Uni Belgique		
			Royaume-Uni
		CONSTRUCTEUR	
			France

**RÉCIT**

**Rénover les logements français au moyen des énergies renouvelables**

Né de l'alliance entre EDF et BNP Paribas Personal Finance, Domofinance est le spécialiste français de financement des projets de rénovation énergétique.

**8 000**

ménages français équipés de panneaux photovoltaïques en partenariat avec EDF ENR.

**24 000**

ménages français équipés de pompes à chaleur pour remplacer les équipements au fioul et au gaz.



**RÉCIT**

**Encours mobilité durable\* : 2,4 milliards d'euros en 2022**

Dans le cadre de nos engagements à atteindre la neutralité carbone, nous avons augmenté notre financement de véhicules à faibles émissions de 1 milliard à 2,4 milliards d'euros en 2022. Cette augmentation s'appuie sur :

- des politiques visant à inciter l'achat de véhicules et de vélos électriques ;
- des offres dédiées et de nouveaux partenariats (véhicules électriques uniquement) visant à rendre la mobilité durable plus accessible ;
- la qualification des actifs financés, en particulier pour nos activités intermédiaires.

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



Cela représente plus de **50%** de notre portfolio.



Sur plus de 100 véhicules financés aux particuliers par le groupe BNP Paribas, 80 sont financés par BNP Personal Finance.

**2,4 Md €**

des encours de BNP Paribas Personal Finance concernent la mobilité durable.



**Par nos actions**

- Nouveaux partenariats (vélos et voitures).
- Meilleure identification des véhicules financés dans nos bases de données.

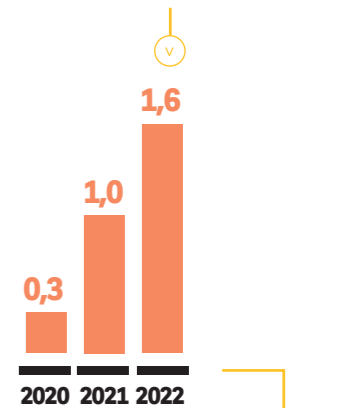


**Par le marché**

Les ventes de voitures électriques ont augmenté. (+ 30 % en 2022 vs 2021 en Europe).



\* La mobilité durable ne prend en compte que les véhicules émettant **50 g CO<sub>2</sub>** par km (norme WLTP).



Cette croissance stable est soutenue.







RÉCIT

### Cash back pour inciter à la mobilité partagée

En tant qu'entreprise soucieuse des questions environnementales et de la prise de conscience écologique, Cetelem Portugal a lancé des initiatives vertes qui apportent une réelle valeur ajoutée à ses clients et au monde qui les entoure.

Cet engagement a incité l'équipe à travailler sur plusieurs idées pour aider les clients à adopter des habitudes plus écologiques. L'une d'entre elles concerne la mobilité. Pour encourager le changement de mode de transport, notre entité portugaise a mis en place un système de récompenses sous forme de *cash back* lorsque le client paie avec sa carte un moyen de transport partagé (transport public, taxi ou société d'autopartage). Cette mesure a favorisé la confiance et la fidélité des clients tout en motivant le changement !

#### Le processus de vente de la « Black Card » aux partenaires de B2B Mobility

- 1 Le partenaire communique autour de la « Black Card ».
- 2 Les formulaires de demande de la carte se font sur le site web de Cetelem avec des données personnelles, professionnelles et complémentaires.
- 3 Signature électronique.
- 4 Le client reçoit ensuite la carte.

DATA VIZ

### Encourager les conducteurs vers une mobilité plus durable

Notre entité italienne Findomestic s'est associée à Tate Italy pour proposer des offres et des remises avantageuses aux conducteurs grâce au service Switch. Que vous soyez ou non propriétaire d'une voiture électrique, l'application Switch propose différents parcours d'utilisation selon le profil du conducteur et aide les utilisateurs à tirer le meilleur parti de leurs véhicules électriques.



DATA VIZ

### Rejoindre le peloton



Le vélo contribue pour plus de 150 milliards\* d'euros à l'économie européenne, en favorisant des vies plus saines et plus longues, le tourisme, la vente de vélos et la réduction des embouteillages et de la pollution. Cependant, l'achat d'un vélo – en particulier d'un vélo électrique – constitue un investissement important. C'est pourquoi nous travaillons avec nos partenaires afin de rendre le vélo plus accessible à tous :

- Les Pays-Bas et l'Allemagne sont en partenariat avec des spécialistes du cyclisme : Canyon et Giant.
- L'Espagne travaille en partenariat avec 800 magasins de vélos incluant la seconde main : Tuvalum. Elle a adapté ses offres et processus à ce marché.

\* Fédération Européenne des Cyclistes

RÉCIT

### Concevoir des scénarios Net Zero à l'aide de la science



Pour soutenir les engagements du groupe en tant que signataire de la « Net Zero Banking Alliance » (qui vise une économie « zéro carbone » d'ici 2050), BNP Paribas Personal Finance prend des mesures pour évaluer et anticiper l'impact carbone de son portefeuille de financement automobile, étant donné que l'automobile est un secteur très émissif.

Pour élaborer des scénarios, nous devons d'abord agréger un grand nombre de données afin d'évaluer l'intensité carbone actuelle des véhicules que nous avons déjà financés, sur la base des normes les plus pertinentes. En effet, les politiques, les ambitions en matière de décarbonisation, la production du mix énergétique et l'âge global du parc automobile varient d'un pays à l'autre.

Nous devons ensuite élaborer deux scénarios différents : un théorique, pour nous positionner, et un réaliste, pour concevoir les actions les plus efficaces dans ce marché afin de soutenir la transition.

Un tel exercice requiert des compétences en matière de durabilité et d'analyse de données. C'est pourquoi nous nous sommes associés à l'Institut Louis Bachelier et à son laboratoire ESG pour nous aider. En collaboration avec le groupe BNP Paribas, les collaborateurs des entités et du siège, nous élaborons avec l'Institut Louis Bachelier des scénarios de transition pour atteindre une économie nette zéro !



## Engagement #5

# Construire une relation durable et inclusive avec nos parties prenantes.

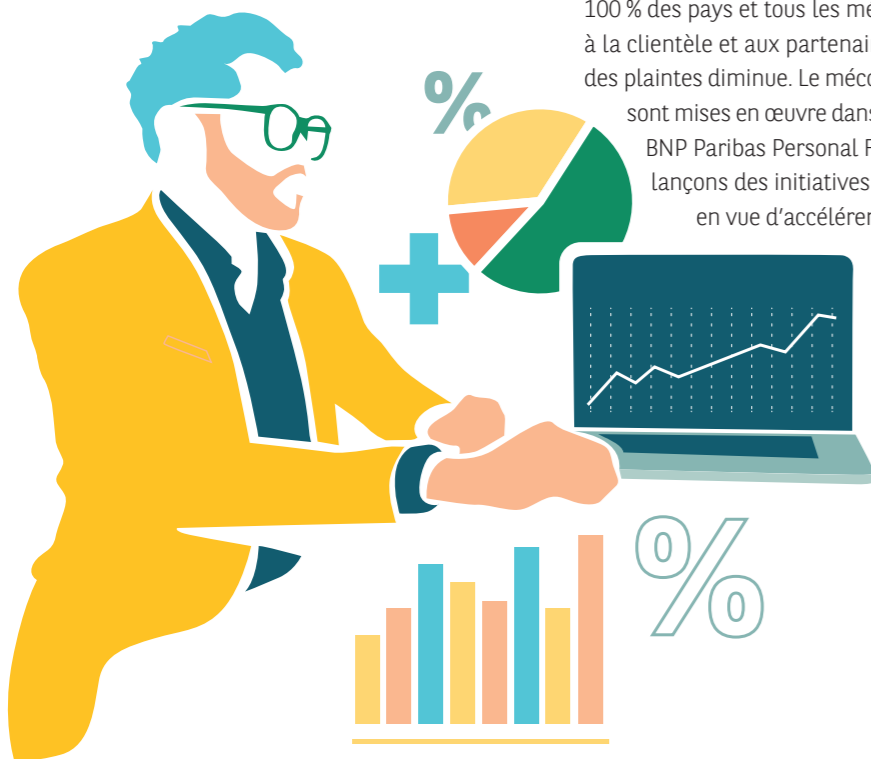
Savoir écouter nos clients, nos partenaires et nos collaborateurs, ainsi que la société civile, est essentiel pour créer une relation de confiance durable. Indispensable pour pérenniser notre activité dans le temps, cette relation alimente notre volonté de créer et d'améliorer nos services. De la protection des clients à la recherche sur la crise du coût de la vie, en passant par l'accélération de notre temps de réponse aux catastrophes naturelles et la mobilisation contre la violence économique, les mesures prises en 2022 sont en accord avec notre vision à long terme et nous rapprochent de nos parties prenantes.

### RÉCIT

## Le pouvoir de l'expérience client

Comprendre ce que nos clients pensent de notre performance permet de nourrir notre avantage concurrentiel. C'est pourquoi nous évaluons notre NPS (Net Performance Score) chaque année et comparons les résultats à ceux de nos concurrents. En 2022, 100 % des pays et tous les métiers ont intégré le programme NPS. L'attention portée à la clientèle et aux partenaires progresse dans tous les pays, tandis que le volume des plaintes diminue. Le mécontentement est de mieux en mieux abordé : des actions sont mises en œuvre dans le cadre d'une amélioration continue. Dans l'ensemble, BNP Paribas Personal Finance suit la tendance du marché. Actuellement, nous lançons des initiatives structurelles (marque, proposition de valeur, parcours) en vue d'accélérer l'augmentation du NPS et de dépasser la moyenne des spécialistes du crédit d'ici 2025.

Bien que le développement durable ait encore une influence modérée sur le NPS pour le moment, cela pourrait évoluer au fil du temps. En travaillant sur cette dimension à travers nos offres et leur promotion, nos marques pourraient prendre une place réelle sur le territoire de la démarche responsable et se démarquer de la concurrence.



### RÉCIT

## Clients mystères

**60** visites mystères ont permis de tester la qualité du service dans 4 magasins partenaires en France.



Ces enquêtes incognito sont extrêmement précieuses pour vérifier que la souscription des crédits sur le lieu de vente est conforme à notre vision du crédit responsable. Le retour sur expérience nous permet de mettre en œuvre les mesures correctives nécessaires avec nos partenaires, conformément à notre effort d'amélioration continue des processus de souscription et de réduction du temps passé entre les équipes commerciales en agence et les clients.

Bien que les résultats de l'enquête traduisent une amélioration constante de l'expérience client, il reste des points à améliorer : augmenter la visibilité des offres alternatives, clarifier l'explication du crédit renouvelable, ou encore garantir la conformité de la procédure de consentement aux normes les plus strictes dans toutes les agences.

### RÉCIT

## Catastrophes naturelles : proposer des offres dédiées aux victimes

En réponse à la fréquence croissante des catastrophes naturelles et dans le cadre de notre programme d'accompagnement des clients fragiles, nous avons lancé en France un partenariat avec Saretec, un spécialiste de la surveillance météorologique.

L'application Storm Seeker de Saretec réduit le temps nécessaire pour localiser les personnes sinistrées de dix jours à moins de douze heures. Les informations fournies vont de la vitesse des ouragans au niveau de crue, en passant par les dégâts potentiels. Nous envoyons ensuite des communications par SMS aux clients des zones touchées par l'événement climatique, en leur proposant un éventail de services pertinents.



### FAIT MARQUANT

Depuis 2012, notre programme d'accompagnement des clients fragiles a traité

**92 000**

cas et a accordé

**29 000**

solutions financières à nos clients.

### TÉMOIGNAGE

## 3 questions à



Paola Vieira

L'argent peut devenir un instrument de violence économique et de ce fait une forme invisible de violence domestique. Bien souvent, la violence économique passe sous le radar de la société et n'est pas signalée par les victimes car normalisée par les personnes qui abusent de leur partenaire. Paola Vieira, spécialiste de la violence économique pour Personal Finance, est chargée d'un projet visant à protéger nos clientes contre la violence économique. Ce projet a été développé dans notre People's Lab 4 Good, avec Paola en tant qu'intrapreneure.



## sur la violence économique

### Pourquoi avez-vous rejoint cette cause ?

Une amie m'a demandé de l'aide lorsque son mari a décidé de bloquer sa carte sans son consentement. Choquée par cette situation, j'ai compris, après avoir échangé avec des associations de lutte contre les violences domestiques, que cette opposition de carte constituait en fait une violence économique. C'est l'angle mort de la violence domestique. Les femmes sont souvent privées de leur pouvoir d'achat en raison de la violence économique.

### Les banques peuvent-elles contribuer à la lutte contre cette nuisance ?

Tout à fait. La première étape consiste à mieux comprendre ce type de violence, à former ses collaborateurs, à sensibiliser les clients, puis à introduire des mesures de protection dans le parcours client. En 2021, BNP Paribas s'est engagé à lutter contre la violence économique pour les cinq prochaines années. En 2022, nous avons lancé une formation visant à détecter la violence économique pour nos conseillers clientèle, et nous avons également mis en place une protection bancaire avec des processus robustes afin de sécuriser les comptes des victimes. Je suis fière de constater que ce projet s'étend à d'autres pays d'Europe.

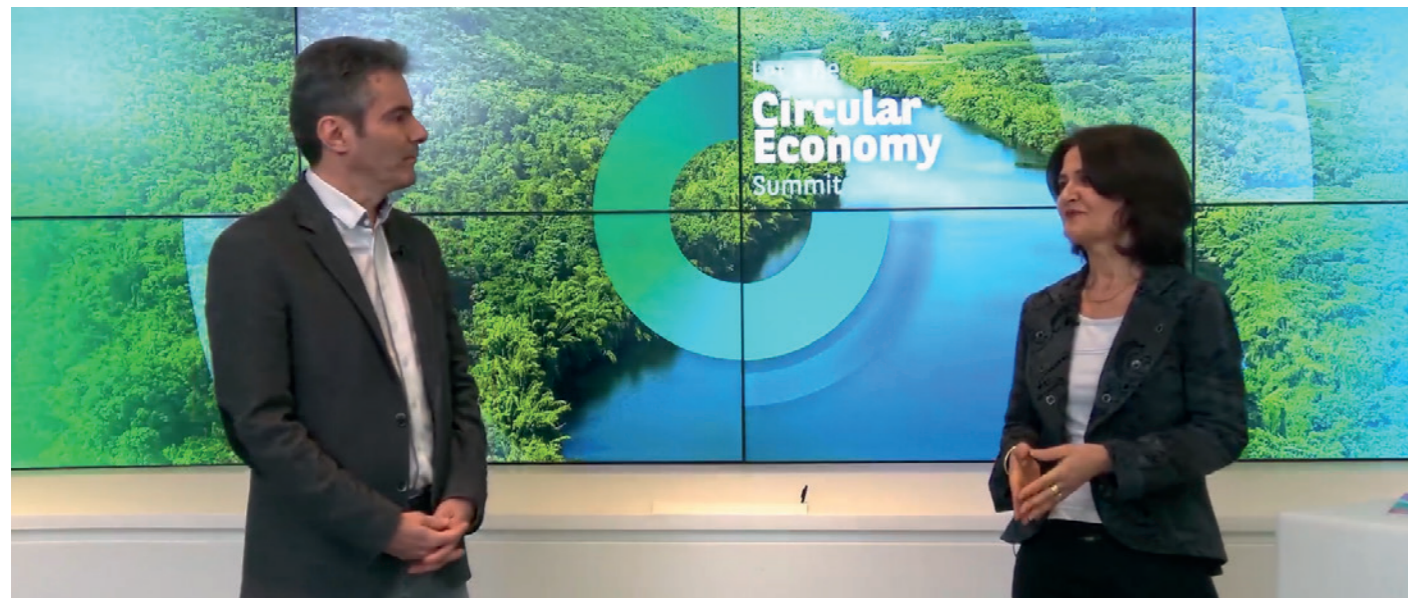
### Quel conseil donneriez-vous aux femmes aujourd'hui ?

La violence économique peut toucher des femmes de tous les milieux. Je conseillerais aux femmes de consulter leurs comptes en banque régulièrement et de ne jamais déléguer les questions financières à leur partenaire. Après tout, une femme qui s'intéresse à ses finances n'a rien de malhonnête. Elle s'occupe simplement de son avenir.

DATA VIZ

## Un sommet d'entreprise visant à accélérer les activités autour de l'économie circulaire

Depuis son émergence, le concept de l'économie circulaire a parcouru un long chemin. En février 2022, nous avons organisé le Let's Be Circular Summit à l'échelle européenne pour sensibiliser à l'économie circulaire et à ses opportunités. À cette occasion, nous avons organisé des conférences et ateliers publics avec nos différents partenaires afin de stimuler les conversations et les idées autour de l'économie circulaire. Des nouvelles habitudes circulaires des Européens aux implications budgétaires de l'économie circulaire, vous trouverez ci-contre les principaux éléments à retenir du Circular Summit.



Chiffres issus de L'Observatoire Cetelem 2022 - L'économie circulaire, faites place au consommateur-entrepreneur.



**Les Européens et l'économie circulaire**

**1/4**

des Européens **affirment connaître la définition du terme « économie circulaire ».**

**82 %**

des Européens **associent l'économie circulaire à la capacité d'innovation.**

**Occasion**



**39 %**

des Européens **ont déjà acheté des produits de seconde main par l'intermédiaire d'une plateforme d'échange.**

**1/4**

des Européens **ont vendu des produits de seconde main au moins une fois par mois.**

**77 €**

**c'est le revenu mensuel moyen lié à la vente de produits de seconde main.**

Chiffres de L'Observatoire Cetelem de la consommation 2022, « Économie circulaire : place au consommateur-entrepreneur ».

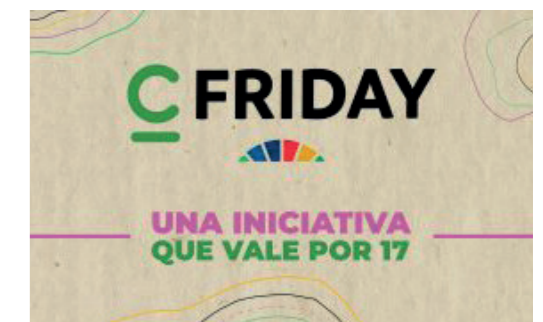
**RÉCIT**

### Rejoignez le cercle



**Le C Friday a atteint plus de 5 000 points de vente dans toute l'Espagne sous la bannière « Entra en el círculo »** et a permis à nos bureaux espagnols d'atteindre un pic de production mensuel de **108 m €.**

Pour la troisième année consécutive en Espagne, l'opération Black Friday est devenue le C Friday, en partenariat avec l'ONG Remar et son projet Reciclamanía visant à promouvoir l'économie circulaire. L'opération « Enter the Circle » vise à renforcer la prise de conscience vis-à-vis de l'économie circulaire parmi les partenaires et les clients.



**Cetelem encourage l'économie circulaire:**

- en prolongeant la durée de vie des biens *via* des garanties étendues sur les produits achetés ;
- en encourageant les achats de seconde main grâce à des partenariats avec des acteurs du marché de l'occasion.

## Défis de demain



**Jean-Louis Khiel**  
Président de Cresus

**Dans un contexte économique, social et environnemental compliqué** où l'insécurité et l'inquiétude affaiblissent toutes les strates de la société, l'éducation financière est une réponse efficace qui a déjà trop tardé à s'imposer. Elle permet aux citoyens de devenir acteur de leur propre vie et d'être ainsi capables de se projeter dans l'avenir.



**Mathias Wikstrom**  
Cofondateur de Doconomy

**Les consommateurs devraient avoir le droit d'accéder à des données de grande qualité** pour mieux comprendre l'impact de leurs choix. Notre défi est de trouver un équilibre pour fournir aux personnes des informations justes mais aussi facilement accessibles. Notre *lifestyle calculator* construit avec les Nations Unies est une base de référence pour mesurer son propre impact en émissions de CO<sub>2</sub> en fonction de ses choix et mode de vie.



**Jean Deydier**  
Fondateur d'Emmaüs Connect

**13 millions de personnes sont encore éloignées du numérique en France** alors que dans le même temps, nous approchons du 100 % de dématérialisation des démarches administratives. L'enjeu est donc de trouver des solutions qui permettent au plus grand nombre de se saisir des opportunités du numérique.

# Et si la responsabilité signifiait avoir un impact positif au-delà de nos activités, dans nos domaines d'expertise ?

Notre choix d'activités philanthropiques reflète le travail que nous accomplissons chez BNP Paribas Personal Finance : l'éducation financière et l'inclusion numérique. Ces notions font partie de notre quotidien, y avoir accès et pouvoir s'en emparer est une condition préalable à l'inclusion sociale et économique. En favorisant l'accès à l'éducation financière, nous offrons la possibilité de faire de meilleurs choix en faveur d'une consommation durable. Apprendre à gérer un budget très tôt dans la vie constitue une compétence essentielle pour les futurs citoyens. Agir pour l'éducation numérique et financière est d'autant plus pertinent que cela nous permet de comprendre les attentes de la société actuelle et d'avancer avec elle. Dans ce chapitre, découvrez comment nos collaborateurs abordent l'inclusion numérique et l'éducation financière, et comment ils contribuent à la société civile.

### EN EUROPE

—> **42 %**  
des Européens n'ont pas les compétences numériques de base.

Source : European Commission, Shaping Europe's digital future, Digital Skills: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-skills>

—> **15,3 %**  
des étudiants européens sont en deçà du niveau 3 d'éducation financière.

Source : Étude PISA, OCDE.

### CHEZ BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

—> **52 965**  
heures de volontariat de nos collaborateurs grâce au programme 1MH2H.

—> **59 000**  
personnes ont bénéficié d'un soutien en matière d'éducation financière dans 9 pays.

## Engagement #6

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

L'éducation financière est essentielle pour mener une vie en toute sécurité. Pourtant, nous n'apprenons pas ces notions à l'école. En outre, en période d'inflation et d'instabilité des coûts énergétiques, la consommation responsable est un élément important à prendre en compte dans votre budget. Découvrez comment nous agissons pour encourager un budget responsable parmi les jeunes et les adultes en développant des outils et programmes pédagogiques, et comment nous avançons sur la voie de la consommation durable.

### RÉCIT

#### Agir pour les jeunes



En accord avec notre engagement à promouvoir l'éducation financière et à sensibiliser à la consommation durable, nous avons développé une plateforme d'éducation en ligne, « Budget Responsable », en France, en Italie et en Belgique. Le site [www.budgetresponsable.com](http://www.budgetresponsable.com) aide des jeunes âgés de 14 à 18 ans à comprendre le monde financier et à gérer leurs budgets, avec l'aide de leurs professeurs ou de leurs parents. Basée sur la *gamification*, la plateforme utilise des vidéos et des quiz interactifs pour aider les jeunes à entrer dans la vie d'adulte avec les bonnes connaissances financières.

En outre, BNP Paribas Personal Finance s'associe à des ONG locales pour développer l'éducation financière, notamment Junior Achievement en Bulgarie et au Portugal, Joblinge en Allemagne, YESS (Youth Employment Support Scheme) et Project Finance en Turquie, ou encore Fun Finance en Roumanie. Au Royaume-Uni et dans de nombreux autres pays, nos collaborateurs ont également organisé plusieurs ateliers dédiés à l'éducation financière par le biais du dispositif One Million Hour to Help.

### DATA VIZ

#### Actions locales lors de la Global Money Week



**En France:** des ateliers de gestion budgétaire ont permis de sensibiliser 220 jeunes lors de cette semaine.



**En Italie:** 278 participants ont participé au webinar « Autres moyens de paiement que les cartes » mené par deux ambassadeurs de Findomestic.



**En Allemagne:** deux ambassadeurs de Consors Finanz ont organisé un atelier avec leur partenaire, « Joblinge », qui a permis d'aider 15 étudiants.

## 3 questions à



Luisa Casini

En Italie, Findomestic s'adresse aux repris de justice et aux victimes de violences pour leur donner une indépendance par le biais de l'éducation numérique et financière. Luisa Casini, directrice de la responsabilité sociale, explique comment.



## sur les personnes vulnérables et l'éducation financière

### Qu'est-ce que PerCorsi People ?

PerCorsi People est une extension de notre programme existant, PerCorsi Youth, qui se concentre sur l'éducation financière des jeunes. Avec PerCorsi People, nous élargissons cette initiative en donnant aux adultes vulnérables les bases de l'éducation financière et numérique afin de leur permettre de réintégrer la société et le monde du travail.

### Qui sont les destinataires visés ?

Les bénéficiaires du programme viennent de divers horizons : prisons, centres de détention pour mineurs, centres de réhabilitation pour toxicomanes. Des personnes souffrant de handicaps mentaux sont également présentes, mais aussi et surtout des femmes victimes de violences physiques ou économiques. À l'avenir, nous allons proposer ces ateliers à des réfugiés.

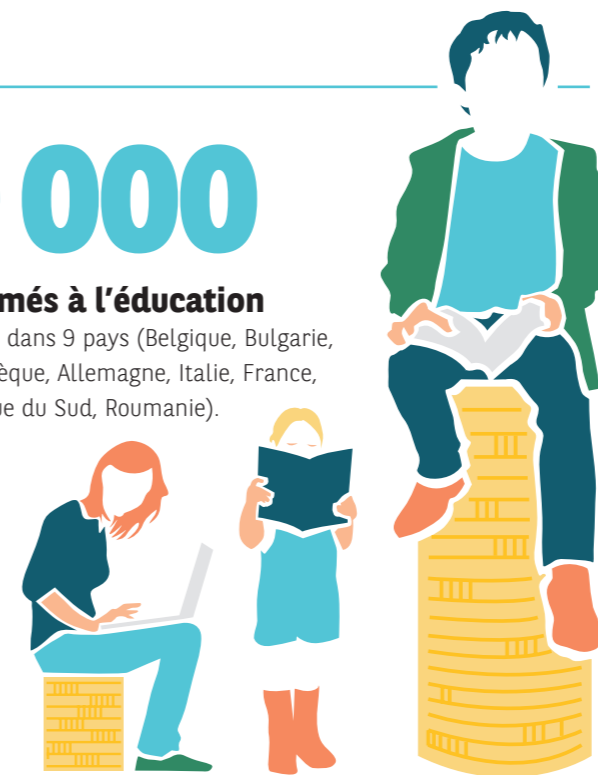
### En quoi PerCorsi People s'inscrit-il dans notre engagement à renforcer l'éducation financière ?

Nous mettons l'éducation financière et numérique au service de l'inclusion sociale. En outre, nous diffusons un message clair selon lequel notre entreprise investit dans la société, ce qui fait la fierté de notre personnel.

### FAIT MARQUANT

# 59 000

jeunes formés à l'éducation financière dans 9 pays (Belgique, Bulgarie, République tchèque, Allemagne, Italie, France, Portugal, Afrique du Sud, Roumanie).



### DATA VIZ

#### Les adultes sont également concernés

L'éducation financière est indispensable à l'âge adulte. C'est pourquoi BNP Paribas Personal Finance a créé des contenus éducatifs pour les adultes sur ses sites web grand public.



En Italie,

PerCorsi People propose des vidéos de formation autour du crédit responsable.



En Espagne,

Cetelem España donne des conseils sur la consommation, l'épargne et les finances personnelles via son site web Domestica tu economía, qui compte

## 47 083

abonnés sur Facebook et

## 2 697

sur Twitter.



En Allemagne,

le blog populaire « Mehr Wert. » sur le site web de Consors Finanz propose régulièrement des conseils pour aider les consommateurs à acheter et à épargner de manière plus responsable.

RÉCIT

## Soutenir l'éducation financière lors de la Global Money Week



BNP Paribas Personal Finance a participé à la Global Money Week, une campagne de sensibilisation annuelle organisée par l'OCDE sur l'importance de veiller à ce que les jeunes, dès le plus jeune âge, acquièrent les connaissances, les compétences et les comportements nécessaires pour prendre des décisions financières judicieuses et, à terme, atteindre un bien-être financier et une résilience financière. Cette année, le thème était « Construisez votre avenir, soyez intelligent avec l'argent ».

À cette occasion et pour la 1<sup>re</sup> fois, nous avons organisé une action internationale avec toutes nos entités BNP Paribas Personal Finance en collaboration avec Junior Achievement Europe. Nous avons proposé à 60 jeunes européens des ateliers d'éducation financière et des sessions de *speed dating* animées par 30 collaborateurs volontaires.



**« Le fait de participer à la Global Money Week m'a permis d'appréhender les besoins des jeunes et d'obtenir de précieux conseils pour la vie. »**

Giulia Montecchi

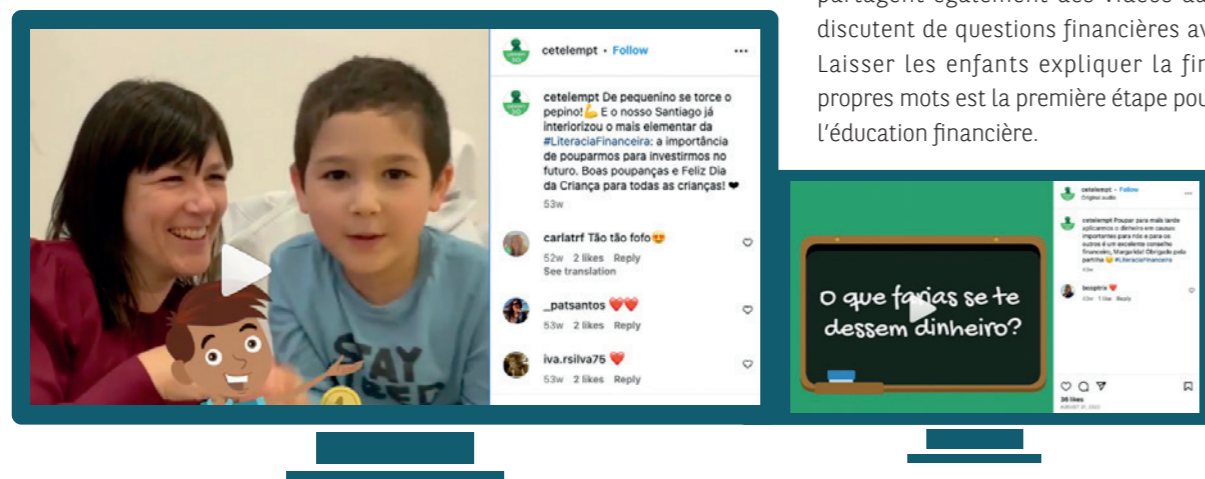
(Italie, Findomestic, pilote et protection des clients)

**« Je tiens à remercier Yolande V. Elle est l'une des personnes les plus expérimentées que j'aie jamais rencontrées. Elle s'est comportée comme une mère avec nous. Grâce à elle, je sais comment orienter ma carrière. »**

Un étudiant européen

RÉCIT

## Sensibiliser les enfants à la finance



Sur les réseaux sociaux, nos collaborateurs portugais partagent également des vidéos dans lesquelles ils discutent de questions financières avec leurs enfants. Laisser les enfants expliquer la finance avec leurs propres mots est la première étape pour qu'ils s'initient à l'éducation financière.

RÉCIT

## Parlons consommation responsable avec On The Way



BNP Paribas Personal Finance diffuse un podcast à succès qui explore les voies vers la consommation responsable.

« On The Way » comporte plus de 20 épisodes en français et en anglais et donne la parole à des entrepreneurs, à des acteurs du monde de l'entreprise et à des chercheurs qui œuvrent pour une consommation plus durable au sein de la société.

Par exemple, Boulanger encourage ses clients à une consommation plus responsable avec une mise en avant de l'indice de réparabilité, des tutoriels pour réparer et bien entretenir ses équipements. Decathlon a partagé avec nous comment elle incite les clients à opter pour des équipements sportifs plus durables en proposant, par exemple, des offres de location à court terme de vélos pour enfants. Backmarket a expliqué le coût et les bénéfices pour l'environnement d'acheter un téléphone recyclé, et Mobilize a présenté son offre de mobilité électrique et partagée.



Avec **5 000** abonnés et une moyenne de **2 000** téléchargements par épisode, le podcast a conquis un public fidèle.



RÉCIT

## Maintenir l'entrepreneuriat féminin en temps de guerre

UKRSIBBANK BNP Paribas Group a organisé six séminaires exclusifs gratuits sur les femmes dans le monde du travail, dans lesquels tous les sujets clés des affaires ont été examinés sous l'angle de la loi martiale et des processus d'entreprise en temps de guerre.

**« Plus de 4 000 femmes ukrainiennes résilientes et libres ont participé à nos séminaires cette année. C'est incroyable que tant de participantes aient fait preuve de résilience et d'une volonté de développer leur propre entreprise pour soutenir l'économie actuelle et future de notre pays. »**



Yanina Olkhovska

Directrice de la communication, de la responsabilité sociale d'entreprise de UKRSIBBANK BNP Paribas Group

## Engagement #7

# Contribuer à une meilleure inclusion et appropriation numérique.

À l'heure où nos vies et nos manières de consommer sont de plus en plus informatisées, nous devons faire attention à ne pas créer de nouvelles formes d'exclusion. Il est essentiel d'offrir un accès et un soutien aux populations qui ne sont pas à l'aise avec les services numériques. Pour lutter contre l'exclusion digitale, nous concentrons nos efforts sur 2 actions: dons d'équipements et soutien dédié aux populations vulnérables.

### FAIT MARQUANT

# 587

## dons d'équipements

Pour favoriser l'inclusion numérique, nous avons fait des dons en Bulgarie, en France, en Allemagne, en Hongrie, en Italie, au Portugal, en Afrique du Sud et en Roumanie\*.

\* Le nombre de dons est inférieur à celui de 2021 car nous prolongeons la durée de vie de nos appareils et cela réduit le nombre total d'appareils disponibles.



### DATA VIZ

## Un évènement marquant pour la Fondation Cetelem

En 2022, la Fondation Cetelem a célébré ses 30 ans d'éducation budgétaire au service de la lutte contre l'illectronisme. Depuis 2018, un million de personnes ont bénéficié du parrainage de la fondation pour le développement des compétences et l'accès aux outils numériques.



## 1992

La fondation a été créée sous l'égide de la Fondation de France pour favoriser l'esprit d'entreprise dans l'éducation.



## 2001

La fondation a évolué vers une participation au développement et à la promotion de l'enseignement et de la recherche.



## 2005

La fondation a encore élargi son champ d'action pour soutenir des projets de solidarité numérique initiés par des étudiants.



## 2010

Notre nom est devenu « Cetelem, pour l'éducation budgétaire ».



## 2018

Notre objectif est désormais « pour l'inclusion par le partage numérique ».



## 2022

La fondation a aujourd'hui 30 ans.



### TÉMOIGNAGE

## 3 questions à



**Paul Grunelius**

Directeur de mission chez We Tech Care

## sur l'inclusion digitale

We Tech Care, une start-up sociale d'Emmaüs Connect, considère les technologies numériques comme un puissant facteur d'inclusion sociale. Elle développe des formations et des programmes pour les aidants numériques, leur donnant ainsi les outils nécessaires pour ouvrir des opportunités numériques aux personnes exclues numériquement. Avec l'aide de la fondation Cetelem, We Tech Care a déployé un programme pour aider les Français à se saisir des avantages de la consommation en ligne.

### Comment la technologie numérique améliore-t-elle le pouvoir d'achat ?

Covoiturage, seconde main ou antigaspillage sont autant d'exemples de services numériques qui permettent de consommer durablement tout en réalisant des économies, et il en existe de nombreux autres. Malheureusement, les personnes qui connaissent le plus de difficultés économiques sont aussi celles qui ont le plus de difficultés avec les technologies numériques, et qui bénéficient donc le moins de ces services.

### Peut-on considérer la technologie numérique comme une barrière sociale pour les personnes vulnérables ?

En effet, l'édition 2022 du baromètre du numérique de l'Arcep révèle qu'il existe un écart de 12 points entre les personnes à revenus élevés et celles à faibles revenus dans la pratique des achats en ligne. Nous avons donc un rôle essentiel à jouer, en particulier en ces temps d'inflation, pour garantir l'accès aux services numériques au plus grand nombre.

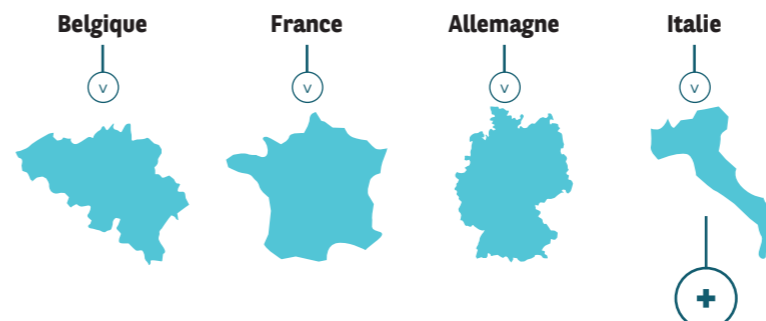
### Quels types de solutions et de soutien offrez-vous aux personnes exclues numériquement ?

Nous avons créé un programme pédagogique dédié aux « bonnes affaires numériques ». Ces ressources éducatives permettent à des acteurs de travailler en faveur de l'inclusion numérique. Elles ont déjà été consultées plus de 20 000 fois. Elles sont accessibles sur notre plateforme Les Bons Clics, qui donne des outils à plus de 65 000 aidants numériques en France.

### FAIT MARQUANT

## 2 000 personnes bénéficient d'une formation numérique

Pour favoriser l'inclusion numérique, il faut pouvoir disposer de l'équipement et de l'accès (à Internet) adéquats, mais il faut également savoir comment utiliser ces outils numériques. En 2022, nos collaborateurs se sont portés volontaires pour partager leurs connaissances numériques avec des personnes défavorisées, en particulier dans quatre pays où nous avons une forte présence: la Belgique, la France, l'Allemagne et l'Italie.



Par exemple, en Italie, notre formation s'est concentrée **sur la sécurité sur Internet et les risques d'un comportement en ligne imprudent afin d'aider les stagiaires à utiliser les technologies numériques en toute sécurité.**

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

Publié par BNP Paribas Personal Finance,  
département développement durable.

**Conception & réalisation:** beari**deas**

**Crédits photos:** GettyImages

**Retrouvez les actualités de notre Groupe:**

[personal-finance.bnpparibas](https://www.personal-finance.bnpparibas)





**www.  
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