

FEVRIER 2018

RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

OBJECTIFS ET MODALITÉS DU DIALOGUE ENTRE BNP PARIBAS ET SES PARTIES PRENANTES



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

BNP PARIBAS SA au capital de 2 492 925 268 euros • Siège social : 16 boulevard des Italiens 75009 Paris •
Immatriculée sous le N° 662 042 449 RCS Paris • Identifiant C.E. FR76662042449 • ORIAS N° 07 022 735 •
Document non contractuel • www.bnpparibas.com

Structure

Introduction – Définition et objectif du dialogue avec les Parties Prenantes de BNP Paribas	3
Les parties prenantes du Groupe.....	3
Le dialogue avec les parties prenantes permet au Groupe BNP Paribas	3
L'organisation du dialogue	4
Une démarche structurée.....	4
Des interlocuteurs dédiés.....	4
Les modes de communication	5
Le suivi et les résultats du dialogue	5
Annexe : Cartographie des parties prenantes identifiées et principaux modes de communication	7

Introduction – Définition et objectif du dialogue avec les Parties Prenantes de BNP Paribas

Le dialogue avec les parties prenantes consiste à écouter, comprendre et prendre en compte les attentes de celles-ci, en accord avec les démarches de responsabilité sociale des entreprises. La stratégie RSE de BNP Paribas, présentée chaque année dans le [chapitre 7 de son Document de Référence](#), s'articule autour de 4 piliers : sa responsabilité économique, sociale, civique et environnementale. Afin d'atteindre les objectifs que le Groupe s'est fixés dans ce cadre, le dialogue avec les parties prenantes est indispensable. C'est en ce sens que BNP Paribas a signé, en 2015, les « Principes directeurs pour un dialogue constructif avec les parties prenantes » du Comité 21 et publié la première version de la présente note. Ainsi, le Groupe s'engage à entretenir des relations ouvertes et constructives avec ses parties prenantes identifiées, avec pour triple enjeu : d'anticiper les évolutions des métiers et d'améliorer les produits et services, d'optimiser la gestion des risques, de trouver des solutions innovantes à impact positif sur la société.

Les parties prenantes du Groupe

BNP Paribas a quatre groupes de parties prenantes contractuelles : ses clients (particuliers, professionnels, PME et associations, clients corporate, institutions officielles, Etats, clients institutionnels, distributeurs), ses collaborateurs et partenaires sociaux, ses actionnaires, et ses fournisseurs. De plus, le Groupe a identifié d'autres parties prenantes stratégiques, comme les candidats (potentiels futurs collaborateurs), les entreprises dans lesquelles BNP Paribas investit, les organismes de régulation, gouvernements et parlementaires, les organisations internationales, réseaux et think tanks, les organisations de la société civile (notamment les ONG de plaidoyer, les associations de consommateurs, caritatives et familiales...), les agences de notation financière et extra-financière, les investisseurs ISR, les médias (presse, réseaux sociaux, prescripteurs d'opinion...) et les populations locales. La cartographie des parties prenantes est présentée en annexe.

Le dialogue avec les parties prenantes permet au Groupe BNP Paribas

D'anticiper les évolutions des métiers et améliorer les produits et services : le dialogue avec les parties prenantes contribue à améliorer la compréhension de l'évolution de leurs attentes et permet ainsi à BNP Paribas de faire évoluer de manière continue la pratique de ses métiers, afin d'offrir des produits et services en adéquation avec les besoins et réalités de ses clients.

De gérer les risques : être à l'écoute de ses collaborateurs, ses clients, ses actionnaires et ses fournisseurs et construire un dialogue positif avec eux, permet au Groupe de mettre en place une gestion anticipative de ses risques.

D'avoir un impact positif sur la société : BNP Paribas est aussi une partie prenante active de la société. Nourri de l'écoute de ses parties prenantes, le Groupe exerce sa responsabilité sociale, civique et environnementale au quotidien en vue d'avoir un impact positif sur la collectivité.

L'organisation du dialogue

Une démarche structurée

Le Groupe dispose de plusieurs politiques internes permettant de structurer les démarches régissant les relations avec ses parties prenantes. Par exemple :

- la **Politique Qualité du Groupe BNP Paribas** définit les priorités de BNP Paribas en matière de satisfaction clients ;
- la **Politique de Protection des Intérêts des Clients** définit les bonnes pratiques de vente, notamment en matière de lutte contre la corruption, et régit le traitement de leurs réclamations ;
- l'**Accord de Juillet 1996** instituant le Comité Européen, structure d'information, d'échanges de vues et de dialogue, a notamment été revu en juin 2010, témoignant de la volonté de la Direction Générale et des partenaires sociaux de moderniser le dialogue social à l'échelon européen. Ce dialogue a abouti à trois accords européens : en 2012 sur la gestion de l'emploi, en 2014 sur l'égalité professionnelle et en 2017 sur la prévention du stress au travail ;
- la **Charte pour une représentation responsable auprès des autorités publiques** encadre les relations des collaborateurs avec les autorités publiques et les pratiques de lobbying du Groupe ;
- la **Charte RSE des fournisseurs de BNP Paribas** rappelle les principes et engagements éthiques de BNP Paribas avec ses fournisseurs ;
- la **Politique de vote** de BNP Paribas Asset Management, filiale de gestion d'actifs du Groupe, rappelle les principes qui guident son action lors du vote aux Assemblées Générales des sociétés dans lesquelles il investit au nom de ses clients ;
- etc...

Des interlocuteurs dédiés

Chaque type de partie prenante a des interlocuteurs identifiés.

Les parties prenantes externes disposent de points de contact au sein de BNP Paribas, que ce soit au niveau d'une fonction Groupe ou des métiers.



La banque
d'un monde
qui change

Le dialogue avec certains groupes de parties prenantes nécessite une coordination et un pilotage par des Fonctions centrales. Par exemple, la Fonction Finance coordonne le dialogue avec les investisseurs et analystes ; la Fonction RSE coordonne les échanges avec les ONG de plaidoyer ; la Fonction Affaires Institutionnelles assure les relations avec les instances de régulation et autorités publiques ; la Fonction Ressources Humaines, celles avec les collaborateurs et les partenaires sociaux ; le Service de Presse, celles avec les journalistes ; la Fonction Achats et Relations Fournisseurs (ARF) est en support des acheteurs opérationnels pour le dialogue avec les fournisseurs, etc.

Par ailleurs, certaines parties prenantes comme les associations de consommateurs ou les élus locaux supposent une relation de proximité, prise en charge par la filiale ou le métier.

Les modes de communication

En fonction des objectifs et des attentes de ses parties prenantes, le Groupe adapte sa communication. A titre d'exemples :

- le Groupe apporte aux décideurs publics des **éléments d'information** structurés, afin de contribuer de manière constructive aux prises de décision des pouvoirs publics.
- le Groupe **consulte** ses actionnaires individuels sur les sujets à aborder à l'Assemblée Générale à travers une enquête auprès de **800 actionnaires** individuels. De plus, un comité **consultatif** d'actionnaires individuels, le Comité de Liaison des Actionnaires, composé de **12 actionnaires représentatifs dont deux salariés**, accompagne la Banque dans sa communication à destination de l'actionnariat individuel.
- le Groupe entretient un **dialogue** efficace avec les associations de consommateurs et les ONG de plaidoyer, afin de prendre en compte les problématiques soulevées lors des échanges. Les fruits de ce dialogue contribuent à l'amélioration des systèmes, produits et services de la Banque. Cette démarche a notamment une visée pédagogique, et permet à ces parties prenantes de mieux connaître nos métiers.

Le suivi et les résultats du dialogue

Le Groupe a déployé diverses mesures de suivi du dialogue avec ses parties prenantes qui permettent de capter leurs attentes et dont tient compte la stratégie de BNP Paribas.

D'abord, afin de protéger les intérêts de ses actionnaires, de ses employés et d'autres acteurs clés, le Groupe a défini un indicateur qui mesure chaque année le taux de collaborateurs ayant une opinion favorable de la façon dont le Groupe exerce sa responsabilité sociale et environnementale (73% d'opinions favorables en 2017). Cet indicateur fait partie des 9 indicateurs qui, parmi les 13 indicateurs de pilotage RSE, sont utilisés pour le calcul de la rémunération variable différée des 6 000 top managers du Groupe, et pèsent pour 20% dans les conditions d'attribution.



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

En outre, le Groupe mesure le taux d'engagement de ses collaborateurs à travers le Global People Survey (GPS) ainsi que les taux de satisfaction et de recommandation de ses clients Retail Banking à travers les suivis menés par les différents réseaux du Groupe. La prise en compte de ces données permet la mise en place de plans d'actions d'amélioration.

Les exemples suivants illustrent la manière dont le dialogue avec les parties prenantes permet au Groupe d'atteindre ses objectifs :

Anticiper les évolutions des métiers et améliorer les produits et services : BNP Paribas Personal Finance poursuit sa démarche de concertation et de dialogue multi-parties prenantes avec divers acteurs de la société (associations de consommateurs, familiales, caritatives, institutions...) concernés par le crédit aux particuliers. Initiée en 2010, cette démarche se décline en rencontres et groupes de travail organisés régulièrement qui permettent d'échanger en toute transparence, de confronter des points de vue parfois contraires et de réfléchir sur les évolutions nécessaires des offres et pratiques du crédit. En 2017, les groupes ont travaillé sur le crédit renouvelable, cinq ans après la loi Lagarde¹, et le digital au service du consommateur.

Gérer les risques : En 2016 et 2017, une démarche de dialogue a été entreprise par BNP Paribas avec des ONG de plaidoyer et des communautés locales au sujet d'un projet d'infrastructure qu'il finançait. Les parties prenantes ont exprimé au Groupe leurs préoccupations quant aux impacts environnementaux et sociaux du projet, et lui ont signalé que la consultation des populations locales n'avait pas été menée selon les meilleures pratiques attendues. Suite à ce dialogue, BNP Paribas a pris la décision de sortir du projet et de renforcer les critères de sa politique de crédit de financement de projet afin d'encourager ses clients à obtenir un consentement libre, préalable et informé (FPIC) de la part des populations impactées. Ce type de démarche permet notamment au Groupe de renforcer la gestion des risques environnementaux et sociaux associés aux projets qu'il finance, et son risque de réputation.

Avoir un impact positif sur la société : BNP Paribas Asset Management a lancé en 2017 son premier fonds Green Bond. Il se différencie des autres fonds verts du marché par sa méthodologie qui s'assure dans la durée du réel impact de l'activité de la société émettrice sur le changement climatique. En effet, le dialogue avec les émetteurs d'obligations vertes repose sur une analyse réalisée en deux temps. D'abord, au moment de l'émission dans le marché primaire, les analystes rencontrent les émetteurs afin de vérifier les bénéfices environnementaux des projets ou actifs financés. Puis, lorsque le rapport d'impact est produit par les émetteurs, les analystes les challengent pour s'assurer de l'impact écologique et l'allocation des investissements verts, permettant ainsi de protéger la valeur des investissements réalisés. Ce type de dialogue a été reconnu pour son caractère innovant par les Principles for Responsible Investment (PRI).

¹ Loi n° 2010-737 du 1er juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation.



Les exemples cités dans cette annexe ne sont pas exhaustifs. Un grand nombre d'actions de dialogue ne sont pas reprises dans ce document.

Parties prenantes	Principaux modes de communication
Clients particuliers, professionnels, PME et associations	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas mesure les taux de satisfaction et de recommandation de ses clients de détail à travers les suivis menés par les différents réseaux du Groupe, en apportant tout le soin nécessaire au traitement des réclamations et en renforçant l'identification des insatisfactions sur les réseaux sociaux, à travers les différents comptes Métiers. • Les clients de toutes les entités de BNP Paribas ont accès à un processus de réclamation. La plupart des métiers du Groupe proposent un ou plusieurs services (internet, téléphone, e-mail...) permettant au client de faire un feedback ou une réclamation 7j/7, 24h/24. Ces feedbacks sont pris en compte dans le développement de nouveaux produits ou l'amélioration des processus de l'entreprise. A titre d'exemple, les entités d'International Retail Banking reçoivent et traitent les réclamations des clients du continent africain, de la Turquie, de l'Europe de l'Est, des Etats-Unis... • Si la solution proposée par le service Relations Clients ne leur convient pas, les clients ont souvent la possibilité de recourir à une médiation. De plus en plus entités du Groupe, telles que BNP Paribas Personal Finance, BNP Paribas Cardif, les réseaux de Banque de détail en France, en Belgique, en Italie, au Maroc, en Tunisie, au Sénégal, en Pologne, en Turquie ou encore la filiale Arval, proposent les services de médiateurs indépendants auxquels les clients peuvent faire appel. Ainsi, en France, BNP Paribas met à disposition de ses clients deux médiateurs, l'un pour les clients particuliers, l'autre pour les clients professionnels. Leur recours est amiable, gratuit, indépendant et équitable. Non salarié de BNP Paribas, le médiateur est neutre et indépendant. Il traite en toute impartialité les différends entre la Banque et son client. BNP Paribas suit systématiquement l'avis du médiateur (https://mediateur.bnpparibas.net/). • Depuis 2011, BNP Paribas multiplie les actions de pédagogie auprès de ses clients pour améliorer la transparence de l'offre ou la compréhension des produits bancaires. Par exemple, BNP Paribas Cardif a lancé une opération de simplification des contrats : rédigés en B1, dans un langage clair et compréhensible, ils sont désormais accessibles au plus grand nombre. En France, les agences invitent leurs clients à des ateliers « Education budgétaire » autour du jeu DILEMME, développé par CRESUS, entrepreneur social qui lutte contre le surendettement (plus de 200 agences participantes en 2017). En Belgique, BNP Paribas Fortis a poursuivi le programme « La Banque en toute simplicité ». Ces sessions d'information financière proposées aux clients et prospects, animées par des collaborateurs, ont rencontré un grand succès : plus de 90 « conseils Clients » se sont tenus en 2017, réunissant 1 150 participants et permettant aux clients d'échanger avec 60 experts, dont des membres du Comité Exécutif et des spécialistes de la RSE, afin d'améliorer la transparence du dialogue et la qualité des services proposés. Enfin, depuis 2015, plus d'un million de personnes ont pu accéder à des programmes d'éducation financière, non seulement dans les marchés domestiques mais aussi aux Etats-Unis, en Turquie, en Allemagne ou encore en Pologne. • Les réseaux retail de BNP Paribas maintiennent des liens étroits avec les PME et artisans et les accompagnent de façon spécifique. La Banque de détail en France les reçoit dans l'une de ses 51 « Maisons des Entrepreneurs » et organise régulièrement des « Rencontres locales PME » permettant de les conseiller et d'échanger sur leurs besoins. En Turquie, TEB propose par exemple aux PME turques une gamme étendue de formations et de produits permettant d'accompagner leur croissance. En Belgique, BNP Paribas Fortis propose à ses clients PME une expertise pour concevoir et financer des infrastructures de production d'énergie renouvelable ou des actions d'efficacité énergétique au sein de leurs installations. Ses équipes sont intervenues sur des projets représentant 300 millions d'euros d'investissements en 2017. Enfin, en Italie,



BNP PARIBAS

**La banque
d'un monde
qui change**

	<p>BNL bc, a mis en place fin 2016 un questionnaire en ligne dédié à la clientèle PME pour l'interroger sur sa relation avec la Banque.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les associations bénéficient d'un accompagnement spécifique de proximité, géré par le réseau des banques de détail du groupe. En France, par exemple, 4 500 clients grandes associations sont suivis dans 28 centres d'affaires par 46 chargés d'affaires Institutions & Associations (CAIA). Un dispositif spécial a été mis en place en Ile-de-France avec un centre d'affaires dédié regroupant 30 CAIA et CAIA adjoints. • BNP Paribas a souhaité accélérer son soutien aux Entrepreneurs Sociaux à partir de 2014. Ainsi, BNP Paribas accompagne aujourd'hui plus de 500 structures, soit plus de 300 millions d'encours de crédits gérés par 80 chargés d'affaire référents. Des partenariats avec 4 incubateurs (Antropia Essec, La Ruche, Sense Cube, Liveforgood) et des réseaux dédiés à l'innovation sociale (Ashoka, France Active, Le Mouves) viennent renforcer ce soutien. • En matière de formation, BNP Paribas mise sur des formats diversifiés et digitaux. Ainsi, les modules à distance sont de plus en plus utilisés, tels que les e-learning, produits par la e-factory IRB, ou encore le MOOC (« Massive Open Online Courses ») sur la culture bancaire, depuis 2014 ; ouvert à tous, ce MOOC permet aux professionnels ou consommateurs de profiter gratuitement de cet enseignement.
Clients Corporate	<ul style="list-style-type: none"> • Le suivi des relations avec les clients corporate est régionalisé, avec un dispositif spécifique à chacune des trois régions dans lesquelles le métier Corporate and Institutional Banking (CIB) opère : EMEA (Europe, Middle-East, Africa), Asie Pacifique, Amériques, qui permet ainsi d'apporter le meilleur service aux clients. En 2017, CIB a été ainsi récompensée du prix "World's Best Bank for Corporates" (Euromoney Awards for Excellence, 2017). • Dans la région EMEA, le dialogue avec les grands clients leaders européens et mondiaux dans leurs industries respectives est assuré par des équipes de senior bankers afin de répondre de façon spécifique aux besoins de conseil stratégique de ces clients. Par ailleurs, des banquiers locaux assurent un dialogue de proximité avec leurs clients et des plateformes électroniques sont mises à la disposition des clients pour leurs besoins les plus standards. Enfin, les clients de cinq secteurs – (i) Biens de consommation & santé, (ii) Energie, ressources naturelles, infrastructure & transport, (iii) Agroalimentaire & Distribution, (iv) Industrie et (v) Media Telecom – bénéficient d'un accompagnement à valeur ajoutée de la part d'équipes spécialisées. • Dans la région Amériques, les clients sont suivis par des équipes de banquiers dédiés. En Amérique du Nord, afin d'offrir à nos clients la meilleure expertise possible, certaines équipes ont développé une connaissance sectorielle spécifique dans plusieurs domaines (technologie, media, aviation, services intermodaux...) et un focus particulier sur le secteur « énergie et ressources naturelles ». • En Asie-Pacifique, des équipes intégrées à une plateforme d'Investment Banking régionale sont responsables du suivi de clients avec lesquels il est important d'entretenir un dialogue stratégique et auxquels nous offrons une offre intégrée (financement, accès aux marchés de capitaux, conseil stratégique...). Au sein de cette plateforme, trois équipes sont spécialisées dans les secteurs « énergie et ressources naturelles », « transports » et « immobilier ». Des équipes locales de banquiers assurent un suivi personnalisé de nos autres clients corporate qui représentent une partie importante de notre franchise clients. Les multinationales font aussi l'objet d'un support dédié afin de les accompagner dans leur développement en Asie Pacifique.



BNP PARIBAS

**La banque
d'un monde
qui change**

	<ul style="list-style-type: none"> • L'enquête Greenwich Quality Leader a classé BNP Paribas en première position dans les segments European Top-Tier Large Corporate Banking, European Top-Tier Large Corporate Cash Management, et European Large Corporate Trade Finance en 2017. Pour établir ce classement, Greenwich Associates a interrogé les directeurs financiers des principales entreprises européennes (entre 500 et 700 interviews réalisées pour chaque segment).
Institutions officielles (supranationaux, banques centrales et fonds souverains), Etats, Clients institutionnels, Distributeurs	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas dispose d'une équipe commerciale dédiée aux clients institutionnels (FIC – Financial Institutions Coverage), qui a pour mission principale de piloter la stratégie Clients mondiale et la gestion de la relation avec une sélection de clients institutionnels stratégiques. Son objectif est d'être reconnu comme un conseiller de confiance pour les institutions financières et un facilitateur de business au sein du Groupe. • Cette équipe est composée de banquiers dédiés, qui suivent des portefeuilles de clients implantés dans des régions différentes et assurent une relation constante avec les équipes de ces institutions (au niveau de la direction générale et au niveau opérationnel). • La relation avec les clients institutionnels s'inscrit dans un cadre concurrentiel et BNP Paribas vise à atteindre le meilleur niveau de service, de manière à développer une relation durable et de qualité. Les clients peuvent ainsi exprimer leur satisfaction en choisissant BNP Paribas comme partenaire dans de nombreux domaines (énergie, marché financier, investissement...), et ce dans le cadre d'une gouvernance stricte de sélection et à travers des indicateurs formalisés (classement, awards...). • Parmi les clients institutionnels du Groupe figurent notamment les « institutions officielles », pour lesquelles BNP Paribas organise chaque année une série de formations, de conférences et d'ateliers sur des thèmes spécifiques (gestion d'actifs, risque, macro-économie...). • Enfin, BNP Paribas Asset Management effectue un reporting trimestriel auprès de ses clients institutionnels pour les informer de la performance de leurs produits de placement, et rend compte d'environ 400 rencontres avec ses clients institutionnels français par an. La filiale de gestion d'actifs mesure la satisfaction de ses clients institutionnels à travers une étude externe, qui note les sociétés de gestion et prend en compte les pistes d'améliorations proposées.
Collaborateurs, partenaires sociaux	<ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe mesure le taux d'engagement de ses collaborateurs via une enquête annuelle. En 2017, 76% des collaborateurs soit 136 983 salariés dans 71 pays ont répondu au Global People Survey (GPS) ; 73% d'entre eux ont déclaré avoir une opinion favorable de la façon dont le Groupe exerce sa responsabilité sociale et environnementale, et ses engagements de banque responsable. Les résultats du GPS sont suivis de plans d'action dans les métiers, les fonctions et les pays. • La Fonction Ressources Humaines réalise des enquêtes régulières pour interroger les collaborateurs sur des sujets spécifiques comme les stéréotypes de générations, les relations femmes/hommes au travail, ou l'égalité des chances. • Le Groupe entretient un dialogue social dynamique et de qualité avec les partenaires sociaux. En 2017, plus de 4 392 réunions officielles dans 42 pays ont été organisées entre les représentants du personnel et le management, qui ont permis de signer un total de 271 accords collectifs (296 en 2016) et de bénéficier de 59 accords sectoriels (32 en 2016). En mai 2016, le Groupe a publié et distribué à tous les collaborateurs son nouveau Code de conduite pour rappeler l'application des normes les plus rigoureuses en matière de comportement professionnel ainsi que le rejet de toute forme de


BNP PARIBAS
**La banque
d'un monde
qui change**

	<p>discrimination, d'intimidation ou de harcèlement sexuel. Le Code de conduite fait l'objet d'une formation en ligne obligatoire pour tous les collaborateurs. A fin 2017, 96,2% d'entre eux ont suivi une formation sur un sujet d'éthique.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tout collaborateur dispose d'un droit d'alerte éthique (whistleblowing), qui repose notamment sur une stricte confidentialité et des moyens de communication dédiés. Lancer une alerte interne est un droit et aucun collaborateur ne saurait être sanctionné, démis de ses fonctions ou soumis à un traitement discriminatoire pour avoir lancé une alerte interne de bonne foi et conformément aux meilleures pratiques.. • Un Référent Discrimination a été institué en France comme 2ème voie de recours si la réponse du gestionnaire de carrière à la saisine déposée par un collaborateur s'estimant victime de discrimination est considérée comme insuffisante. Le référent peut être saisi soit directement, soit par l'intermédiaire d'un Délégué Syndical National et il a trois mois pour émettre son avis. Le lien vers cette procédure est directement accessible aux collaborateurs via la page diversité sur l'intranet. • Les réseaux de collaborateurs poursuivent leur développement avec plus de 20 000 personnes engagées dans le monde et sont des acteurs clés dans l'évolution de la politique Diversité et Inclusion du Groupe. Ils couvrent les thématiques de l'égalité professionnelle, des minorités, de l'orientation sexuelle, des générations ou de l'intergénérationnel, de la parentalité, du handicap, des vétérans ou de l'inter-religieux.
Candidats	<ul style="list-style-type: none"> • Afin de communiquer et d'accompagner les candidats, BNP Paribas a renforcé sa présence sur les réseaux sociaux: le Groupe est présent sur LinkedIn (environ 330 000 abonnés), Glassdoor, Twitter, Instagram, Pinterest et Facebook, où il organise des jeux concours et entretient des interactions avec les internautes. En 2016, le Groupe a lancé sa première campagne recrutement sur Snapchat (« Dans les chaussures des recruteurs BNP Paribas ») avec la participation de 5 pays (France, Italie, Royaume-Uni, Inde et États-Unis), ainsi que d'autres initiatives phares :le déploiement de la promesse employeur « Let's Design Tomorrow » par la création d'une campagne publicitaire universelle (Asie-Pacifique, Belgique, France, Italie, Pologne ...), le lancement de la nouvelle section Career sur le site group.bnpparibas.com, la création de la communauté des Campus managers du Groupe et d'un campus kit (outils pour activer les relations avec les écoles). • L'expérience candidat est rendue plus accessible et plus connectée avec de nombreuses nouveautés : pour postuler, le site est devenu « mobile friendly ». Le Groupe a commencé les entretiens à distance, créé un jeu de piste pour valider les compétences (Royaume-Uni) et proposé les tests cognitifs sélectifs en ligne (France). • BNP Paribas a développé son partenariat avec Individual Dual Career Network (IDCN), un réseau d'entreprises internationales pour améliorer l'accompagnement des collaborateurs en mobilité internationale en fournissant une assistance à la recherche d'un travail au conjoint (http://idcn.info/). • En France, le Groupe a organisé plusieurs événements innovants avec : le lancement des M'IT UP, rencontres informelles qui regroupent des passionnés du digital, des experts IT, des e-influenceurs et des représentants RH pour aller à la rencontre de potentiels candidats, donner une meilleure visibilité de nos métiers dans cette filière et devenir un employeur de choix ; une opération exceptionnelle de recrutement à Roland-Garros avec plus de 50 collaborateurs du Groupe (Banque De Détail en France, Informatique et RH) réunis pour recevoir en entretien 160 candidats et échanger sur les opportunités de poste en CDI, des rencontres « live » organisées pour présenter la diversité de nos métiers auprès des 1 322 participants aux sessions de tchat, avec 690 questions répondues ; 6 événements de recrutement sans CV ni lettre de motivation, par thématique (IT, Commercial...), les « Dogfinance Connect ».



BNP PARIBAS

**La banque
d'un monde
qui change**

<p>Entreprises dans lesquelles BNP Paribas investit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas entretient un dialogue avec les entreprises dans lesquelles la société de gestion investit à travers sa politique de vote et d'engagement ESG. L'objectif du dialogue avec les entreprises est d'améliorer la performance à long terme des participations et d'encourager les meilleures pratiques de gouvernance, de responsabilité sociale et environnementale. • BNP Paribas publie ses lignes directrices de vote et rend compte de l'exercice de vote de l'année passée. En 2017, BNP Paribas Asset Management a voté dans plus de 1 490 Assemblées Générales sur près de 19 440 projets de résolutions : 20,4% des résolutions ont fait l'objet de votes d'abstention ou d'opposition. • Dans le cadre de sa stratégie Climat, BNP Paribas Asset Management entretient un dialogue régulier avec de nombreuses entreprises, notamment dans les secteurs du pétrole et du gaz, afin d'obtenir une meilleure transparence. En 2018, BNP Paribas Asset Management poursuivra ce dialogue dans le cadre de l'initiative Climate Action 100+, coalition d'investisseurs parmi les plus influents au monde et dont l'objectif pendant les cinq années à venir sera de mobiliser les 100 plus grands émetteurs de gaz à effet de serre du monde.
<p>Fournisseurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Fonction Achats approfondit son dialogue avec ses fournisseurs en l'adaptant à leur taille : réunions périodiques dédiées aux échanges avec les grands partenaires ou baromètre de satisfaction partagé et commenté avec des fournisseurs de plus petite taille. • En 2017, une matinale d'échanges avec les grands partenaires a permis de partager la politique de Responsabilité Sociale et Environnementale du Groupe et son intégration dans la politique d'achats et d'approvisionnements. La Fonction multiplie les occasions de rencontres et d'échanges avec ses fournisseurs à l'occasion de tables-rondes, petits déjeuners ou rencontres thématiques sur des sujets de Diversité ou de RSE. • La Direction Achats du Groupe a décidé en 2015 de mettre en place une équipe "Achats Responsables" (CSR Procurement) qui a vocation à renforcer la qualité des échanges avec les fournisseurs, ainsi que l'intégration des considérations de développement durable dans les politiques d'achats. • Au sein de Group Procurement (Direction des Achats Groupe), l'équipe Achats Responsables accompagne les acheteurs dans l'intégration d'exigences spécifiques RSE dans les appels d'offres sur des catégories d'achats considérées comme plus sensibles. • Les fournisseurs de BNP Paribas ont accès à un espace dédié sur le site internet (https://group.bnpparibas/je-suis/fournisseur). Il clarifie les conditions et modalités de sélection, rappelle les engagements RSE du Groupe et ceux attendus des fournisseurs. • Signataire de la Charte des relations fournisseurs promue par la Médiation des entreprises rattachée au ministère de l'Economie et des Finances, la Fonction a adopté un dispositif cohérent de procédures et de normes. • BNP Paribas offre à ses fournisseurs une voie de recours en cas de difficulté : un médiateur interne au Groupe, indépendant de la fonction Achats, peut être saisi par tout fournisseur, conformément à la Charte de la Médiation sur les Relations inter-entreprises et la Charte RSE des fournisseurs du Groupe. • La Charte RSE des fournisseurs de BNP Paribas rappelle les principes régissant les achats responsables chez BNP



	<p>Paribas et précise les engagements attendus des fournisseurs (https://group.bnpparibas/uploads/file/charte_rse_fournisseurs_fr_version2016.pdf).</p>
<p>Actionnaires et investisseurs, agences de notation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas développe et entretient les échanges avec les investisseurs institutionnels, analystes, autorités de marché, agences de notation et actionnaires individuels. L'équipe de la Direction des Relations Investisseurs et Information Financière informe les investisseurs institutionnels et les analystes financiers des résultats financiers et de la stratégie du Groupe à travers une communication régulière, le portail www.invest.bnpparibas.com et différentes manifestations (journées investisseurs, présentation des résultats, rencontres régulières avec les investisseurs, etc.). Par exemple, l'équipe de relations Investisseurs a rencontré près de 1400 investisseurs en 2017 (lors de 700 réunions de différents formats). Les actionnaires individuels ont accès à un numéro de téléphone unique pour poser leurs questions et reçoivent des lettres d'information régulières. Une équipe dédiée anime les relations avec les actionnaires individuels à travers des rencontres, visites, et le Cercle des Actionnaires, réservé aux actionnaires détenteurs de plus de 200 actions de BNP Paribas. Par exemple, des conférences scientifiques ou des visites de sites industriels sont organisées. Près de 250 propositions ont ainsi été faites en 2017 à l'intention de plus de 8600 participants. La Direction des Relations Investisseurs enquête auprès de 700 actionnaires individuels à propos des thèmes à aborder pendant l'Assemblée Générale. • En outre, le Comité de Liaison des Actionnaires a pour but d'accompagner la banque dans sa communication à destination de l'actionariat individuel. Il est présidé par le Président du Conseil d'Administration de BNP Paribas et comprend 12 actionnaires représentatifs, dont deux salariés. • En 2017, BNP Paribas a rencontré au moins une fois 33 investisseurs « socialement responsables » différents, représentant 57% des parts de BNP Paribas détenues dans le cadre d'une gestion ISR. • Par ailleurs, en 2017, BNP Paribas a eu 18 échanges avec des agences et analystes spécialisés dans la notation extra-financière et a participé à 6 questionnaires d'évaluation de sa performance extra-financière.
<p>Organismes de régulation, gouvernements et parlementaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Charte pour une représentation responsable auprès des autorités publiques encadre les relations des collaborateurs avec les autorités publiques et les pratiques de représentation du Groupe. • Conformément aux engagements pris dans le cadre de cette Charte, BNP Paribas publie sur son site internet ses principales positions sur la réglementation bancaire et financière (https://group.bnpparibas/principales-positions-publiques-reglementation-bancaire-financiere). • Les quatre départements de la Direction des Affaires Institutionnelles - « Affaires publiques France », « Affaires publiques européennes », « Affaires prudentielles Groupe » et « Redressement et Résolution bancaire » - effectuent un travail régulier d'information et d'échanges avec les autorités publiques, en particulier françaises et européennes. A titre d'exemple, les « Affaires publiques France » publient une lettre d'information traitant de la conjoncture économique et des sujets relatifs au financement de l'économie. Le Département a par ailleurs développé en 2015 un site internet présentant ses publications et les engagements du Groupe en matière de représentation responsable (http://economieetentreprises.bnpparibas/fr/).



BNP PARIBAS

**La banque
d'un monde
qui change**

	<ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe est signataire de la Déclaration commune des entreprises membres de Transparency International France sur le lobbying et membre du "Groupe des entreprises engagées" de Transparency International France. • Les collaborateurs du Groupe impliqués dans le dialogue avec les pouvoirs publics ont suivi plusieurs formations organisées avec Transparency International sur les règles déontologiques et bonnes pratiques à respecter en la matière. Ils ont en outre été régulièrement informés des nouvelles obligations résultant des dispositions de la loi "Sapin 2" en matière de relations avec les responsables publics. • Enfin, le Groupe BNP Paribas est inscrit au Registre de Transparence de la Commission européenne et du Parlement européen et, en France, au Répertoire des représentants d'intérêts de la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique (HATVP).
Organisations internationales, réseaux internationaux et locaux, think tanks	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas est notamment membre actif ou contributeur de : Pacte Mondial des Nations Unies ; Principes de l'Équateur ; Principes pour l'Investissement Responsable ; Institutional Investors Group on Climate Change; Women's Empowerment Principles des Nations Unies ; UNEP-FI ; Carbon Disclosure Project ; Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) Soft Commodities Compact of the Banking Environment Initiative ; ILO Business Charter on Disability ; Carbon Pricing Leadership Coalition. • Le Service Relations Extérieures, en coordination avec la Direction des Affaires Institutionnelles, développe des partenariats institutionnels stratégiques, soutient des organisations, associations et think-tanks (Forum d'Avignon, L'institut Montaigne, Cercle de la LICRA, Institut de l'Entreprise, Fondation GoodPlanet ...) et peut par ailleurs contribuer à leurs travaux en cohérence avec les actions et engagements du Groupe.
Organisations de la société civile dont les ONG de plaidoyer et les associations de consommateurs, caritatives et familiales	<ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe a défini une Politique et un Processus de gestion des relations avec les ONG de plaidoyer, afin d'assurer un dialogue constructif, coordonné et fructueux avec ces parties prenantes. En 2017, 101 échanges dont 50 réunions (contre 54 échanges dont 18 rencontres en 2016) ont été dédiés aux impacts sociaux et environnementaux de nos activités de financement et d'investissement dont, entre autres, les droits des communautés locales et indigènes, la déforestation ou encore la pollution environnementale... • De plus, le Groupe poursuit depuis plusieurs années un dialogue actif et constructif avec les associations de consommateurs, familiales, caritatives, institutions, etc., concernées par ses métiers et ses produits. C'est le cas par exemple de BNP Paribas Personal Finance sur le crédit aux particuliers. Depuis 2010, des groupes de travail réguliers permettent d'échanger en toute transparence, de confronter des points de vue parfois contraires et de réfléchir sur les évolutions nécessaires des offres et pratiques du crédit. • Enfin, en ligne avec sa volonté de fédérer la solidarité de ses collaborateurs, BNP Paribas a également à cœur de développer des partenariats avec le monde associatif. Ainsi, dès 2012, BNP Paribas a lancé son propre fonds de dotation « Urgence et Développement » : à chaque fois qu'un collaborateur, un client de la Banque De Détail en France ou un membre de l'Association des Retraités effectue un don à travers ce fonds, BNP Paribas en double le montant avant de


BNP PARIBAS
**La banque
d'un monde
qui change**

	le verser à ses associations partenaires : CARE, la Croix-Rouge française et Médecins Sans Frontières.
Médias, (presse, réseaux sociaux...) et prescripteurs d'opinion	<ul style="list-style-type: none"> • Des interlocuteurs de journalistes sont présents dans tous les métiers du Groupe. Le service de relations presse du Groupe entretient un contact quotidien avec les journalistes, notamment à travers la diffusion de communiqués de presse, des conférences de presse ou points presse thématiques, l'organisation d'interviews, et des échanges réguliers et informels avec les journalistes. Le Groupe suit chaque année l'efficacité de ses services de presse grâce à des études qualitatives. • L'équipe Social Media coordonne les prises de parole du Groupe sur les réseaux sociaux, déclinées selon les pays, les régions, les métiers & les entités. BNP Paribas est notamment présent sur Twitter (@BNPParibas), Instagram, Snapchat, YouTube et LinkedIn, et à travers ses comptes métiers. A travers ces plateformes, le service Social Media cherche notamment à mieux comprendre les audiences via l'écoute des conversations sur les réseaux sociaux, et diffuse un contenu spécifiquement pensé pour les réseaux sociaux. • Un programme influenceurs permet de construire un réseau d'influence autour de la présence de BNP Paribas sur les médias sociaux. Un programme interne, Sociabble, permet aux collaborateurs de facilement découvrir et partager les actualités BNP Paribas sur les réseaux sociaux. • Le service Relations Extérieures entretient une relation régulière et très étroite avec des prescripteurs d'opinion, notamment via des réunions, des déjeuners informels ou tous types d'outils de Relations Publiques dans le cadre d'événements soutenus par BNP Paribas.
Populations locales potentiellement impactées par les activités de nos clients	<ul style="list-style-type: none"> • Les Principes de l'Équateur ont été adoptés par BNP Paribas en 2008 : il s'agit d'un ensemble de principes volontaires afin de mieux déterminer, évaluer et gérer les risques sociaux et environnementaux liés aux projets financés. Un des engagements concerne particulièrement les parties prenantes et communautés potentiellement impactées et vise à les protéger : les informer, prévenir et réparer les impacts négatifs... • En outre, les critères droits humains de la majorité des politiques RSE de financement et d'investissement dans les secteurs sensibles (agriculture, industrie minière, pâte à papier, huile de palme, production d'électricité à partir du charbon et pétrole et gaz non conventionnels) prennent en compte des risques liés aux droits des communautés locales. Ainsi, le Groupe peut demander à ses clients de démontrer qu'ils procèdent à des consultations des populations locales (avant-projet) ou encore qu'ils mettent en place un mécanisme de règlement des griefs. • En 2016 et 2017, une démarche de dialogue a été entreprise par BNP Paribas avec des ONG de plaidoyer et des communautés locales au sujet d'un projet d'infrastructure qu'il finançait. Les parties prenantes ont exprimé au Groupe leurs préoccupations quant aux impacts environnementaux et sociaux du projet, et lui ont signalé que la consultation des populations locales n'avait pas été menée selon les meilleures pratiques attendues. Suite à ce dialogue, BNP Paribas a pris la décision de sortir du projet et de renforcer les critères de sa politique de crédit de financement de projet afin d'encourager ses clients à obtenir un consentement libre, préalable et informé (FPIC) de la part des populations impactées.



BNP PARIBAS

**La banque
d'un monde
qui change**