

NOVEMBRE 2019

RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

ÉCOUTE ET PRISE EN COMPTE DES ATTENTES DES PARTIES PRENANTES PAR BNP PARIBAS



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 objectifs de l'écoute et du dialogue	3
Les parties prenantes du Groupe.....	3
L'écoute des parties prenantes	4
L'organisation du dialogue.....	5
Une démarche structurée.....	5
Des interlocuteurs dédiés	5
Les différents modes de communication.....	6
Le suivi et les résultats du dialogue	7
Annexe : Cartographie des parties prenantes identifiées et principaux modes de communication	8

Introduction – Définition et objectifs de l'écoute et du dialogue

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.

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 : le dialogue avec les parties prenantes contribue à améliorer la compréhension de leurs attentes et permet ainsi à BNP Paribas d'adapter 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.

D'optimiser la gestion de ses 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 : 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 société dans son ensemble.

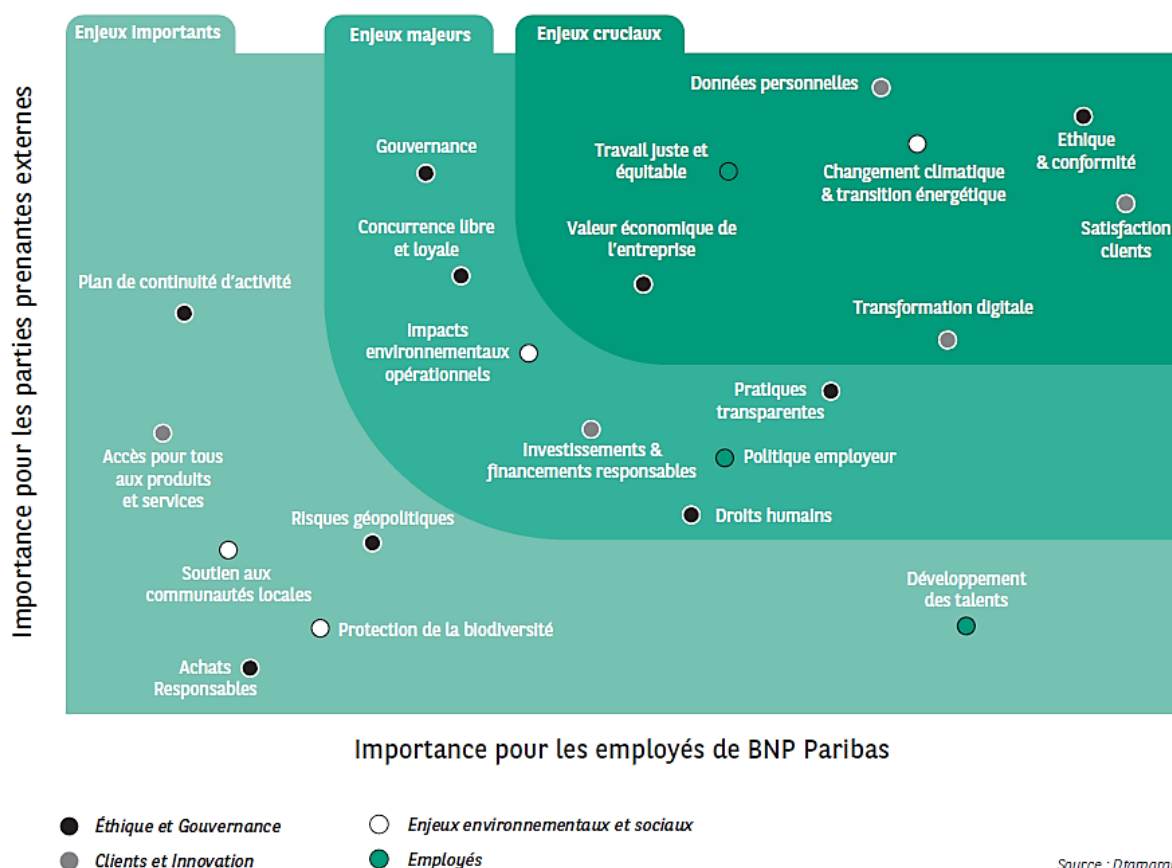
Les parties prenantes du Groupe

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 (investisseurs individuels et institutionnels) et ses fournisseurs. De plus, le Groupe a identifié d'autres parties prenantes stratégiques, notamment : 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 collectivités territoriales et locales, 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.

L'écoute des parties prenantes

Le Groupe développe les outils qui lui permettent d'assurer une écoute régulière des attentes de ses parties prenantes afin, notamment, de nourrir sa feuille de route :

En 2018, le Groupe a élaboré une **Matrice de matérialité** publiée dans sa « Déclaration de performance extra-financière » annuelle au sein du Document de Référence ; un outil qui permet d'identifier et de hiérarchiser les enjeux les plus matériels pour l'entreprise à travers l'analyse des attentes des parties prenantes. Sur la base des principaux enjeux identifiés auprès des parties prenantes externes, 28% des collaborateurs du *top management* de BNP Paribas ont ensuite enrichi cette analyse en classant les enjeux par ordre de priorité, donnant ainsi lieu à une matrice qui contribue à nourrir la stratégie du Groupe.



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

De plus, en 2019, le Groupe s'est doté d'un outil d'aide à la décision pour fixer ses priorités, guider ses actions et anticiper les sujets de demain. Le [Baromètre de l'Engagement](#) d'entreprise permet à BNP Paribas de connaître les attentes de la société civile, mesurer la connaissance de ses actions en matière d'engagement à moyen et long terme, de capter le cas échéant les nouvelles attentes de la société civile et de s'adapter si nécessaire. L'étude a été conduite en partenariat avec Ipsos auprès du grand public et d'un public averti sensible aux thématiques d'engagement, en France, en Belgique et en Italie et sera désormais reconduite tous les deux ans.

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, dont :

- **Ses clients** : la [Politique Qualité du Groupe BNP Paribas](#), qui définit les priorités de BNP Paribas en matière de satisfaction clients ; la [Politique de Protection des Intérêts des Clients](#), qui définit les bonnes pratiques de vente, notamment en matière de lutte contre la corruption, et régit le traitement de leurs réclamations ; la [Charte des Relations Commerciales Responsables](#), qui exprime la volonté du Groupe de travailler avec des acteurs qui partagent les mêmes standards environnementaux et sociaux ;
- **Ses collaborateurs** : 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 avec les partenaires sociaux a abouti à trois accords européens, en 2012 sur la gestion de l'emploi, en 2014 sur l'égalité professionnelle, en 2017 sur la prévention du stress au travail, et en 2018 à un [Accord Monde](#) instituant un socle social mondial commun dans les 72 pays où le Groupe est présent ;
- **Ses fournisseurs** : la [Charte Achats Responsables de BNP Paribas](#) qui rappelle les principes et engagements éthiques de BNP Paribas avec ses fournisseurs ;
- **Les autorités publiques** : la [Charte pour une représentation responsable auprès des autorités publiques](#), qui encadre les relations des collaborateurs avec les autorités publiques et les pratiques de lobbying du Groupe ;
- **Les entreprises dans lesquelles les filiales de gestion d'actifs de BNP Paribas investissent pour compte de tiers** : 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 elle investit au nom de ses clients ;
- Etc...

Des interlocuteurs dédiés

Chaque type de partie prenante a des interlocuteurs identifiés.



La banque
d'un monde
qui change

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.

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 ; la Fonction Communication Groupe, celles avec les journalistes ; la Fonction Group Strategic Sourcing est en support des acheteurs opérationnels pour le dialogue avec les fournisseurs, etc.

En revanche, 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 différents modes de communication

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

- L'adaptation des produits bancaires aux besoins de ses **clients** est une priorité pour le Groupe, qui organise dans ses réseaux de banque de détail des « Comités de Conseils Clients », comme chez BNP Paribas Fortis, avec pour objectif de recueillir leur avis, et va jusqu'à co-créeer avec eux certains de ses produits, notamment via des plateformes dédiées au partage comme « BNP Paribas Ideas » lancé par la Banque De Détail en France.
- BNP Paribas mène un dialogue social de qualité au bénéfice de ses **collaborateurs**, en particulier sur les questions liées à l'emploi. En 2018, les réunions officielles organisées entre les représentants syndicaux ou des salariés et leur management ont permis de négocier et signer 287 accords collectifs.
- Une équipe « Relations Actionnaires » est à la disposition et à l'écoute des quelques 402 000 **actionnaires** individuels de la Banque. 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'actionariat individuel.
- 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 est en contact régulier 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.



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

Le suivi et les résultats du dialogue

Le Groupe a déployé divers outils de **mesure du dialogue** avec ses parties prenantes, qui permettent de **capter leurs attentes** pour en tenir compte dans sa stratégie, mais également d'en **mesurer l'impact**.

Le Groupe mesure le taux d'engagement de ses collaborateurs à travers le Global People Survey (GPS). Grâce à cette enquête interne, le Groupe a pu définir 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 (75% d'opinion favorable en 2018). 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 de 6 750 employés-clés du Groupe, et pèsent pour 20% dans les conditions d'attribution.

Le Groupe suit également les taux de satisfaction et de recommandation de ses clients Retail Banking à travers les suivis menés par les différents réseaux du Groupe (comme celui du Net Promoter Score par exemple).

Quelques exemples de résultats concrets obtenus grâce à la prise en compte des attentes des parties prenantes et du dialogue entretenu avec elles :

Clients particuliers

BNP Paribas Personal Finance poursuit sa démarche de concertation et de dialogue avec les parties prenantes que sont notamment les associations de consommateurs, familiales, caritatives, institutions, etc. concernés par le crédit aux particuliers. Initiée en 2010, cette démarche se décline en rencontres et groupes de travail organisés régulièrement. Ceux-ci permettent d'échanger en toute transparence, de confronter des points de vue parfois divergents, et de réfléchir sur les évolutions nécessaires de la distribution du crédit à la consommation. En 2018, les groupes ont travaillé sur les thèmes suivants : le financement de la transition énergétique ; « le commerce, une affaire d'engagement » ; la détection et l'accompagnement des clients en difficultés ; l'assurance des emprunteurs. En huit ans, 34 groupes de travail se sont déroulés sur une trentaine de thèmes différents. Une soixantaine d'organismes y ont participé.

Clients Corporate

En septembre et en octobre 2019, BNP Paribas a structuré pour le groupe énergétique italien **Enel** ses deux premiers « **SDG bonds** », des émissions obligataires dédiées à l'atteinte des Objectifs de Développement Durable (ODD) fixés par les Nations Unies à horizon 2030. Ces émissions obligataires s'élèvent respectivement à 1,5 milliards de dollars US et 2,5 milliards d'euros. Il s'agit d'émissions dont le coût pour l'émetteur, Enel, est susceptible de varier en fonction de l'atteinte d'objectifs environnementaux et sociaux négociés entre lui et ses créanciers. La performance de l'entreprise sur les objectifs fixés est vérifiée annuellement par un certificateur tiers indépendant. A titre d'exemple, l'un des critères définis pour Enel porte sur l'augmentation de la part des énergies renouvelables dans sa capacité installée à au moins 55% en 2021.



BNP PARIBAS

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

Entreprises sociales et associations

L'Ascenseur est un lieu unique entièrement dédié à l'égalité des chances à Paris, qui rassemble 20 entreprises sociales et associations. Initié par Article 1 & Mozaik RH, ce projet a pu voir le jour grâce à l'engagement de BNP Paribas et à la mobilisation de nombreux collaborateurs du Groupe. Composé de 200 postes de travail et de nombreux espaces de travail collaboratif, ce lieu innovant a pour but d'accompagner les jeunes dans leur parcours scolaire, dans leur accès au monde du travail et dans toutes les activités contribuant à la bonne inclusion sociale de ceux qui ne bénéficient pas d'un environnement favorable.

Entreprises dans lesquelles BNP Paribas investit

En 2018, BNP Paribas Asset Management a poursuivi le dialogue avec 7 des 100 plus gros émetteurs de gaz à effet de serre dans le cadre de l'initiative **Climate Action 100+**, une coalition d'investisseurs parmi les plus influents au monde, dans le but d'améliorer la gouvernance de ces entreprises autour du changement climatique, limiter leurs émissions, et renforcer la transparence et la matérialité de leurs mesures et objectifs.

Société civile

En avril 2018, BNP Paribas et Make.org ont lancé en partenariat une **grande consultation citoyenne** dont l'objectif est de produire des solutions inédites qui accéléreront l'inclusion et la réussite des jeunes, l'une des quatre grandes causes transversales coordonnées par la direction de l'Engagement. Dans le cadre de cette initiative, 220 000 participants ont apporté 1 663 réponses à la question « Comment donner une chance à chaque jeune ? » et 1,5 million de personnes ont voté pour les idées proposées, permettant de faire émerger **un plan de 8 actions concrètes** pour favoriser l'égalité des chances pour les jeunes. BNP Paribas pourra ainsi soutenir certaines de ces actions ou s'en inspirer dans sa propre activité bancaire, à travers des partenariats avec le monde associatif, l'économie solidaire et des acteurs publics, ou via du mécénat lorsque cela est pertinent.

Annexe : Cartographie des parties prenantes identifiées et principaux modes de communication

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 (Net Promoter Score) 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 nombreuses 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 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. Plus de 10 000 documents ont ainsi été revus entre 2015 et 2018. En France, Hello Factory (http://www.hellobank.fr/fr/hello-factory) programme de co-création de la banque du futur, s'est prolongé depuis son lancement fin 2014. Dédié à l'innovation, il favorise les échanges entre la banque digitale, Hello bank!, et ses clients. Dans ce cadre, des clients Hello bank! sont invités chaque trimestre pour échanger sur des thèmes tels que la relation bancaire, les fonctionnalités ou encore l'ouverture de compte. 13 thématiques au total ont ainsi été abordées. En parallèle, la plateforme de co-construction « BNP Paribas Ideas » a été lancée. Tous les clients de la Banque de Détail peuvent y accéder, via le site MaBanque, et y déposer leurs idées en matière d'innovation bancaire. En 2018, sur 279 propositions de clients, 16 ont été retenues et publiées sur le site.• Depuis 2015, des centaines de milliers de personnes ont pu accéder à des programmes d'éducation financière initiés par BNP Paribas. Ceux-ci ont démontré leur efficacité pour lutter contre le surendettement et favoriser le développement économique. La majorité des entités du Groupe déploient des programmes de formation dans plusieurs pays. Par exemple : en 2018, à l'initiative de BNP Paribas Personal Finance a été lancé « Budget Responsable », une plateforme numérique qui apprend aux enseignants, aux jeunes élèves et à leurs familles à gérer leurs budgets sous forme de serious games. « J'invite un banquier dans ma classe », un jeu animé par des collaborateurs de BNP Paribas, est piloté par la



BNP PARIBAS

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

Banque de Détail en France en collaboration avec la Fédération Bancaire Française. Ce jeu a sensibilisé des élèves de CM1 et CM2 à la gestion de leur budget lors de 179 interventions dans des écoles.

- En matière de **formation**, BNP Paribas mise sur des formats diversifiés et digitaux. Ainsi, les modules à distance sont de plus en plus utilisés, et l'accent est mis sur le « social learning » avec l'outil digital mycampusTUBE qui permet aux collaborateurs de partager leur savoir (à date 12 000 utilisateurs réguliers, plus de 2 500 vidéos dont 20% produites par les collaborateurs eux-mêmes).

Chez BNP Paribas, des équipes dédiées sont mises en place pour répondre aux besoins de **clientèles spécifiques**, afin de leur faire bénéficier d'un accompagnement et d'un échange de qualité :

- 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 a déployé un dispositif spécifique dédié aux PME et à leurs dirigeants qui compte 300 pôles d'expertise. Son engagement de long terme fait de BNP Paribas une banque de référence des PME.
 - En Turquie, TEB a rejoint l'enquête benchmark sur le taux de recommandation de ses clients en 2018, et se positionne dans le « top 3 » des banques les plus recommandées sur les segments des TPE et PME.
 - Au Maroc, via un partenariat avec la Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement, la BMCI a lancé un programme intitulé « Women in Business », qui finance et accompagne des PME marocaines dirigées par des femmes.
 - En Belgique, via son département *Sustainable Business Competence Centre*, BNP Paribas Fortis propose à ses clients PME une expertise et un appui pour concevoir et financer des infrastructures de production d'énergie renouvelable ou des actions d'efficacité énergétique au sein de leurs installations. En 2018, ce département est intervenu en conseil sur des projets représentant 620 millions d'euros d'investissement, dont 9 projets d'efficacité énergétique.
- 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 26 CAIA et CAIA adjoints.
- BNP Paribas a souhaité accélérer son soutien aux **Entrepreneurs Sociaux** à partir de 2014. A fin 2018, le soutien du Groupe aux entreprises sociales (y compris les Institutions de Microfinance) à travers le monde s'élevait à 1,6 milliard d'euros. BNP Paribas accompagne aujourd'hui plus de 1 600 structures, soit plus d'1 milliard d'euros d'encours de crédits gérés par 100 chargés d'affaire référents. Des partenariats avec 5 incubateurs (Antropia Essec, La Ruche, Liveforgood, Makesense, Incoplex 93) et des réseaux ou financeurs dédiés à l'innovation sociale (Ulule, France Active, French Impact, La France s'Engage, Lita.co, Réseau Entreprendre) viennent renforcer ce soutien. Le Groupe effectue également des investissements sur fonds propres dans des produits à impact tels qu'IPDEV II, fonds dédié aux PME africaines à impact, ou encore dans des *Social Impact Bonds*, des émissions obligataires *Payment by Results* visant à financer des services d'innovation sociale.



BNP PARIBAS

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

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 d'apporter le meilleur service aux clients. Le magazine financier Euromoney a récompensé CIB du prix « <i>World's Best Bank for Sustainable Finance</i> » en 2018, et le Groupe du prix « <i>World's Best Bank for Corporate Responsibility</i> » (qui comporte un prix « <i>Best Bank for Financing, Western Europe</i> ») en 2019. • Dans la région EMEA, le dialogue avec les grands clients leaders européens et mondiaux dans leurs industries respectives est assuré par des équipes de <i>senior bankers</i> 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'<i>Investment Banking</i> 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 CIB est un partenaire engagé dans différents écosystèmes et « Think & Do Tanks » afin de renforcer sa contribution au développement d'une économie plus inclusive et plus responsable. En ce sens, BNP Paribas est membre actif du conseil d'administration du Movin'On Lab, Think & Do Tank qui cherche à promouvoir une meilleure qualité de vie à travers la mobilité durable. Que ce soit tout au long de l'année ou lors du Sommet Mondial de la mobilité, les banquiers et experts BNP Paribas s'impliquent dans les différents partages d'expériences, communautés d'intérêts ou sessions collaboratives avec des Corporates, afin de renforcer le dialogue et co-construire des solutions concrètes. Il est également membre du World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) et collabore activement avec d'autres Corporates sur des chantiers comme celui sur la mobilité urbaine et la mise en place de Hub de Mobilité au sein des villes. • BNP Paribas est également membre de la Banking Environment Initiative (BEI) – initiative collective de l'industrie bancaire visant à orienter les flux de capitaux vers un développement économique durable d'un point de vue social et environnemental. Cette initiative qui constitue la base d'un dialogue continu avec nombre de Corporates dans différents secteurs et industries.
--------------------------	--


BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

<p>Institutions Financières : Institutions officielles (Banques Centrales, Etats, Fonds Souverains et Supranationaux), Assurances, Banques, Gestion d'actifs (Asset Managers, Fonds de Pension) et Private Equity</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas dispose d'une équipe spécifiquement dédiée aux Institutions Financières (FIC – Financial Institutions Coverage), qui pilote au niveau global une couverture holistique de ses clients institutionnels stratégiques. L'objectif est d'être reconnu comme un interlocuteur privilégié et mondial pour les institutions financières et un facilitateur de <i>business</i> 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 managériales des contreparties concernées (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 entretient le meilleur niveau de service, développant des relations durables et de qualité avec ses clients. BNP Paribas est ainsi leur partenaire dans de nombreux domaines (énergie, marché financier, investissement...), dans le cadre d'une gouvernance de sélection stricte et à travers des indicateurs formalisés (classement, awards...). FIC (Financial Institutions Coverage) se positionne d'ailleurs comme un acteur majeur des thématiques transversales au cœur de la transformation sectorielle du secteur Financier, avec deux pôles dédiés ESG et Innovation. • Parmi les clients institutionnels du Groupe figurent notamment les « Institutions Officielles » (Banques Centrales, Etats, fonds souverains et supranationaux), pour lesquelles BNP Paribas organise chaque année une série de conférences et d'ateliers sur des thèmes spécifiques (gestion d'actifs, risque, macro-économie...). • Un axe de développement important, par ailleurs, repose sur la couverture holistique et dynamique des groupes de « Private Equity » (Financial Sponsors) sous des angles variés (M&A, financement, conseil et solutions), ce qui suppose un dialogue renforcé avec ce type de clients.
<p>Collaborateurs, partenaires sociaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe mesure le taux d'engagement de ses collaborateurs via une enquête annuelle. En 2018, 77% des collaborateurs soit 140 196 salariés dans 72 pays ont répondu au Global People Survey (GPS) ; 75% d'entre eux ont déclaré avoir une opinion favorable de la façon dont le Groupe exerce sa responsabilité sociale et environnementale ainsi que ses engagements de banque responsable. Les résultats du GPS sont suivis de plans d'action dans les métiers, les fonctions et les pays. En 2018, près de 300 000 commentaires laissés par les collaborateurs aux questions ouvertes du GPS ont été analysés. • La Fonction Ressources Humaines réalise des enquêtes régulières pour interroger les collaborateurs sur des sujets spécifiques comme la qualité de vie au travail (enquête sur le stress ou sur la sédentarité). • Le Groupe entretient un dialogue social dynamique et de qualité avec les partenaires sociaux. En 2018, un total de 287 accords collectifs (271 en 2017) a été signé, résultant des réunions officielles tenues entre les représentants du personnel et le management dans 42 pays. 2018 a marqué un tournant décisif dans la stratégie de responsabilité sociale du Groupe avec la signature d'un accord mondial avec UNI Global Union, fédération syndicale internationale du secteur des services. Cet accord concrétise l'adhésion de la Banque au partenariat pluripartite et international <i>Global Deal</i> qui vise à inciter les gouvernements, les entreprises, les syndicats et autres organisations à prendre des engagements concrets pour une mondialisation plus équitable. Cet accord porte sur sept thématiques qui contribuent à améliorer la qualité de vie et les



BNP PARIBAS

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

	<p>conditions de travail des collaborateurs et, ce faisant, à plus d'égalité et à une croissance inclusive. L'un de ces thèmes porte par exemple sur les droits humains, le dialogue social et les droits syndicaux.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tel que stipulé dans le Code de conduite de BNP Paribas, tout collaborateur dispose d'un droit d'alerte éthique (<i>whistleblowing</i>), 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. • En 2018, la Direction des Ressources Humaines Groupe a établi une procédure interne sur le traitement des signalements de harcèlement. L'Accord monde prévoit son déploiement dans toutes les entités du Groupe ainsi que des mesures d'accompagnement des victimes. Des voies de saisine directe sont créées pour les collaborateurs sur le portail accessible aux collaborateurs s'estimant victimes de discrimination. 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 (dans 19 pays) et sont des acteurs-clés dans l'évolution de la politique « Diversité et Inclusion » du Groupe. Ils couvrent les thématiques de l'égalité professionnelle, l'orientation sexuelle, l'intergénérationnel, la parentalité, le handicap, l'inter-religieux ou encore les vétérans. • Les Ressources Humaines Groupe ont mis en place l'interface « About Me » afin de faciliter pour les collaborateurs la gestion de leur carrière et le dialogue avec leurs managers et leurs collègues grâce au « feedback au fil de l'eau » au travers de l'outil About Me, déployé sur 80% des employés du Groupe en juillet 2019. About Me permet ainsi d'auto-déclarer ses compétences, de construire son plan de développement personnel avec son manager et de recevoir, de manière proactive, des suggestions personnalisées d'offres d'emploi et de développement.
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 (plus de 500 000 abonnés et en 7^{ème} place du classement <i>LinkedIn 2018 Top Companies France</i>), Twitter, Instagram et Facebook, où il organise des jeux concours et entretient des interactions avec les internautes. En 2018, en France, BNP Paribas a lancé Job Preview, une nouvelle plateforme de mise en relation de nos collaborateurs avec des candidats. Cette initiative favorise l'échange et, par ce contact direct, permet aux candidats de vivre une expérience au cœur du Groupe. • BNP Paribas noue également de nombreux partenariats avec les écoles, par exemple avec l'Université Bocconi en Italie via la « BNP Paribas Chair in Service Marketing and Analytics » ou encore avec l'ESSEC en France via la « Chaire de Disruption Digitale ». Pour mieux faire connaître les opportunités de carrières dans le digital et l'innovation aux jeunes talents internationaux, le Groupe a organisé diverses « Learning Expedition » dans des écoles comme la Bocconi et l'ESADE en Italie et en Espagne. • L'expérience candidat est rendue plus accessible et plus connectée avec de nombreuses nouveautés : le Groupe propose des tests cognitifs sélectifs en ligne (France) et développe avec Visiotalent des entretiens filmés pour postuler ; cette solution sera d'abord déployée en France, en Belgique, en Asie Pacifique et en Italie.



BNP PARIBAS

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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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, durant le Trophée des Légendes, qui a permis à 35 étudiants de grandes écoles internationales (Bocconi, ESADE, Católica Lisbonne, Imperial College, Centrale Supélec) de rencontrer des légendes du tennis ainsi que des collaborateurs du Groupe passionnés de tennis.
Entreprises dans lesquelles les filiales de gestion d'actifs de BNP Paribas investissent	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas Asset Management entretient un dialogue avec les entreprises dans lesquelles la société de gestion investit à travers sa Politique de « Stewardship » et sa Gouvernance et Politique de Vote. L'objectif du dialogue avec les entreprises est d'améliorer la performance à long-terme des participations et d'encourager les meilleures pratiques environnementales, sociales et de gouvernance (ESG). • BNP Paribas Asset Management publie aussi ses lignes directrices de vote et rend compte de l'exercice de vote de l'année précédente dans son Compte-rendu de l'exercice de vote. En 2018, BNP Paribas Asset Management a ainsi voté dans plus de 1 464 Assemblées Générales sur près de 19 107 projets de résolutions : 21,9% des résolutions ont fait l'objet de votes d'abstention ou d'opposition. • Dans le cadre de sa stratégie globale « Sustainability », BNP Paribas Asset Management entretient un dialogue régulier avec de nombreuses entreprises, notamment dans les secteurs du pétrole et du gaz. En 2019, BNP Paribas Asset Management a poursuivi 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.
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • La Direction Achats du Groupe, intégrée depuis début juillet 2019 à une entité « Group Strategic Sourcing » (GSS), a mis en place en 2015 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 en liaison avec ces partenaires. Dans le cadre de cette démarche, elle 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. • La Fonction GSS organise également une session annuelle d'échanges sur l'actualité économique et des achats avec ses partenaires. Des sessions d'échanges ont également été organisées en 2018 sur la lutte contre le harcèlement dans le cadre des relations clients/fournisseurs ou des catégories d'achats, telles la session annuelle dédiée en 2018 aux SS2I. • Le Groupe déploie des initiatives pour soutenir les PME. En France, par exemple, dans le cadre du partenariat noué par la Banque De Détail avec l'association Pacte PME, GSS met en œuvre un plan d'action pour améliorer les pratiques d'achats avec les PME, dont l'avancement est présenté annuellement à l'association Pacte PME. Chaque année, cette dernière réalise une enquête de satisfaction auprès d'un panel de fournisseurs PME ou ETI du Groupe, dont les résultats font l'objet d'une matinée d'échanges ou d'études internes. En France, près d'un tiers des achats du Groupe sont effectués avec des fournisseurs PME. Les entreprises du secteur protégé et adapté font également l'objet d'un suivi particulier au sein des « achats responsables », ainsi que les considérations de protection de la diversité et des droits de


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

	<p>l'Homme.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Au sein de GSS, l'équipe Achats Responsables approfondit son accompagnement des acheteurs dans l'intégration d'exigences spécifiques RSE dans les appels d'offres sur des catégories d'achats considérées comme plus sensibles. Avec trois autres Banques, elle a obtenu le « Trophée Argent » de Décision Achats pour la cartographie des risques RSE mise au point avec l'AFNOR. Investie de l'animation et du suivi des actions du Groupe pour réduire les émissions de CO₂ et de la consommation de papier, et depuis 2018, d'un programme plus vaste « Green Company », l'équipe accentue son action en faveur de la protection de l'environnement et du climat avec l'appui des acheteurs et des partenaires fournisseurs. • En 2018, BNP Paribas a publié une nouvelle Charte Achats Responsables qu'il a contribué à rédiger avec trois autres établissements bancaires en France. Il en partage régulièrement les grands principes avec ses fournisseurs. Les fournisseurs de BNP Paribas ont d'ailleurs 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 Group Strategic Sourcing (GSS) 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 GSS, peut être saisi par tout fournisseur, conformément à la Charte de la Médiation sur les Relations inter-entreprises : 24 saisines ont été enregistrées en 2018, la majorité concernant des délais de paiement. • Enfin, les acheteurs bénéficient de formations sur les droits humains, mais aussi, plus globalement, sur les achats responsables, intégrant notamment les problématiques de la diversité ou des achats dans le secteur du travail protégé et adapté.
<p>Actionnaires et investisseurs, agences de notation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas développe et entretient des 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, entre autres via le portail www.invest.bnpparibas.com et différentes manifestations (journées investisseurs, présentation des résultats, rencontres avec les investisseurs, etc.). Par exemple, l'équipe de Relations Investisseurs a rencontré près de 1 050 investisseurs en 2018 (lors de 580 réunions de différents formats). • Les actionnaires individuels reçoivent chaque semestre une lettre d'information présentant les principaux développements du Groupe, et un compte-rendu de l'Assemblée Générale est diffusé en juillet ; un numéro de téléphone dédié est à leur disposition pour toute question. Dans le cadre de la préparation de l'Assemblée Générale, la Direction des Relations Investisseurs a procédé à une enquête en ligne auprès de plus de quatorze mille actionnaires individuels. • Le Cercle des Actionnaires, réservé aux détenteurs de plus de 200 actions BNP Paribas, organise régulièrement des



BNP PARIBAS

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

	<p>manifestations à leur intention : près de 250 propositions ont ainsi été faites en 2018 à l'intention de plus de 10 000 participants.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le Comité de Liaison des Actionnaires a pour but d'accompagner la banque dans sa communication à destination de l'actionnariat individuel. Il est présidé par le Président du Conseil d'Administration de BNP Paribas et comprend 12 actionnaires représentatifs, dont deux salariés. • En 2018, BNP Paribas a rencontré au moins une fois 36 investisseurs « socialement responsables » différents, représentant 56% des actions de BNP Paribas détenues dans le cadre d'une gestion ISR (au 31/12/2018). • Par ailleurs, en 2018, BNP Paribas a eu 18 échanges avec des agences et analystes spécialisés dans la notation extra-financière et participé à 8 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, adoptée par le Comité exécutif du Groupe en décembre 2012, 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/). • Le Groupe, membre du "Groupe des entreprises engagées" de Transparency International France, est signataire des Déclarations communes des entreprises membres de Transparency International France sur le lobbying de mai 2019 et février 2014. • Les collaborateurs du Groupe impliqués dans le dialogue avec les pouvoirs publics suivent périodiquement des formations, organisées notamment 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 représentation d'intérêts. • 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). A ce titre, il déclare tous les ans, dans le répertoire de la HATVP, ses activités de représentation encadrées par la loi Sapin 2.



BNP PARIBAS

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

<p>Organisations internationales, réseaux internationaux et locaux, think tanks</p>	<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 ; Principes pour la Banque 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 ; Entreprises pour l'Environnement (EpE). • Le Département 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, Les Entretiens de Royaumont...), et peut par ailleurs contribuer à leurs travaux en cohérence avec les actions et engagements du Groupe. Il agit également en faveur du mécénat social à travers de nombreux partenariats (Téléthon du cinéma, Quinzaine en actions, Nouvelle Cour, Fondation GoodPlanet).
<p>Organisations de la société civile dont les ONG de plaidoyer et les associations de consommateurs, caritatives et familiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En 2019, BNP Paribas s'est doté d'un outil d'aide à la décision pour guider ses actions et anticiper les sujets de demain : le Baromètre de l'Engagement d'entreprise. Celui-ci permet au Groupe de connaître les attentes de la société civile et de s'adapter si nécessaire. L'étude a été conduite en partenariat avec Ipsos auprès du grand public et d'un public averti sensible aux thématiques d'engagement, en France, en Belgique et en Italie, et sera désormais reconduite tous les deux ans. • 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 2018, 89 échanges dont 38 réunions (contre 101 échanges dont 50 rencontres en 2017) ont été dédiés aux impacts sociaux et environnementaux de nos activités de financement et d'investissement, notamment en matière de droits humains, de déforestation ou de changement climatique. • BNP Paribas Personal Finance poursuit sa démarche de concertation et de dialogue avec les parties prenantes que sont notamment les associations de consommateurs, familiales, caritatives, institutions, etc. 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 divergents, et de réfléchir sur les évolutions nécessaires de la distribution du crédit à la consommation. En 2018, les groupes ont travaillé sur les thèmes suivants : le financement de la transition énergétique ; le commerce, une affaire d'engagement ; la détection et l'accompagnement des clients en difficultés ; l'assurance des emprunteurs. En huit ans, 34 groupes de travail se sont déroulés sur une trentaine de thèmes différents. Une soixantaine d'organismes y ont participé. • D'autre part, BNP Paribas a choisi d'encourager l'engagement des salariés qui font don de leur temps et de leur énergie en faveur de causes solidaires et humanitaires. Imaginé par la Fondation BNP Paribas, le programme « Help2Help » en témoigne. Déployé désormais dans plus de 29 pays, ce dispositif a permis de soutenir les projets de 260 associations en 2018 grâce à une dotation de 945 000 euros.



BNP PARIBAS

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

	<ul style="list-style-type: none"> 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, « Le Fonds Urgence et Développement » : lors de la survenance d'une catastrophe humanitaire (séisme, ouragan, tsunami, etc.) pour chaque don effectué par un collaborateur du Groupe, un client de la Banque De Détail en France ou un membre de l'Amicale des Retraités à travers ce fonds, BNP Paribas en double le montant avant de le verser à ses associations partenaires présentes sur le terrain de la catastrophe : 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 déploie la stratégie <i>social media</i> pour le Groupe. Pour ce faire, elle coordonne les prises de parole du Groupe et leur amplification (<i>paid</i>) sur les réseaux sociaux, déclinées selon les pays, les régions, les métiers, les entités et les porte-parole. BNP Paribas est présent sur Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube, LinkedIn, Wechat au travers de ses comptes métiers et corporate mais aussi des comptes de ses dirigeants et de ses experts. L'équipe Social Media déploie pour le compte du Groupe sa stratégie influenceurs. Celle-ci doit permettre de construire pour le Groupe et ses métiers un réseau d'influence sur le web social. L'équipe développe donc des échanges réguliers, informels ou lors d'évènements, avec les influenceurs et leaders d'opinion (internes ou externes) pouvant avoir un impact sur la réputation du Groupe. Elle s'assure également de la bonne application de cette stratégie par les métiers et les entités. Un programme interne, Sociabble, permet aux collaborateurs de facilement découvrir et partager les actualités BNP Paribas sur les réseaux sociaux. Le service Social Media monitoré enfin l'ensemble des conversations sur le web ouvert qui concerneraient le Groupe, ses entités et ses dirigeants, et ce dans le but d'adopter la posture communicationnelle la plus adaptée pour construire et protéger la réputation du groupe et de ses entités. Le Département Relations Extérieures entretient une relation régulière et très étroite avec des prescripteurs d'opinion, notamment via des réunions, des déjeuners ou tous types d'outils de Relations Publiques dans le cadre d'évènements 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


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

	<p>à les protéger : les informer, prévenir et réparer les impacts négatifs...</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.• Par ailleurs, BNP Paribas reçoit régulièrement des associations représentantes de populations locales impactées, à leur demande ou de façon proactive pour mieux comprendre leur situation sur le terrain.
--	---



BNP PARIBAS

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