

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



Décembre 2021

Responsabilité sociale et environnementale



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

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 (RSE). La stratégie RSE de BNP Paribas, présentée chaque année dans le [chapitre 7 de son Document d'Enregistrement Universel](#), 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 construit un dialogue régulier avec l'ensemble de ses parties prenantes. Il a par ailleurs 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.

I. LES PARTIES PRENANTES DU GROUPE

BNP Paribas a quatre groupes de parties prenantes contractuelles : ses clients (particuliers, professionnels, PME-ETI, grandes entreprises, institutions officielles, États, clients institutionnels, associations, 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, etc.), les agences de notation financière et extra-financière, les investisseurs ISR, les médias (presse, réseaux sociaux, prescripteurs d'opinion, etc.) et les populations locales.

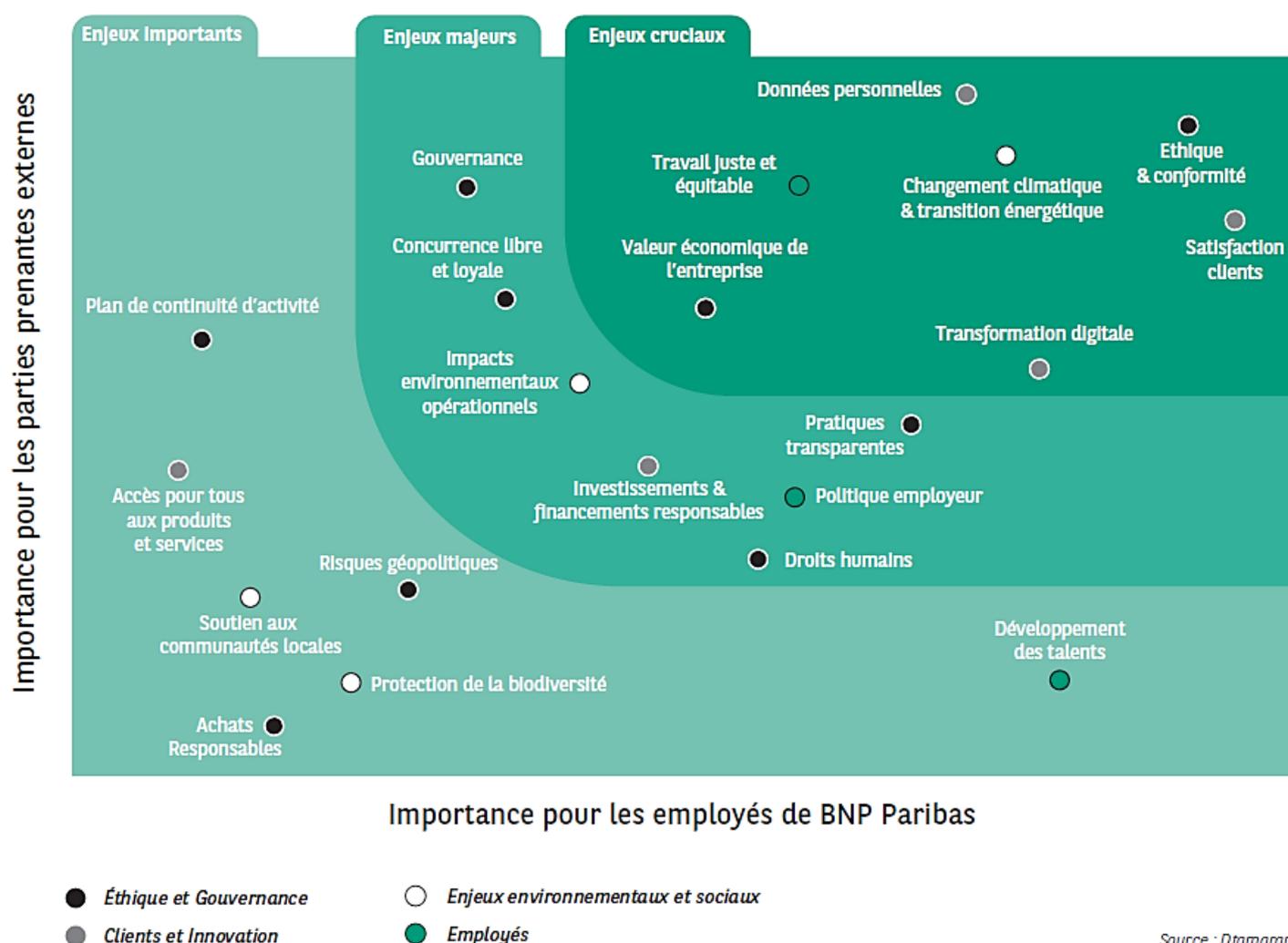


II. L'ÉCOUTE DES PARTIES PRENANTES

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.

Les enjeux définis en 2018 restent d'actualité en 2020. En 2021, leur hiérarchisation est néanmoins susceptible d'avoir évolué. C'est pourquoi une mise à jour de la matrice de matérialité sera publiée dans le Document d'enregistrement universel 2021.



III. L'ORGANISATION DU DIALOGUE

A. UNE DEMARCHE STRUCTURÉE

Le Groupe dispose de plusieurs politiques internes permettant de structurer les démarches régissant les relations avec ses parties prenantes, et notamment avec :

- **Ses 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 (résumé disponible en anglais uniquement) 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 ; la [Charte de confidentialité des données personnelles](#).
- **Ses collaborateurs :** La signature d'un accord dès juillet 1996 pour créer un comité européen, structure d'information, d'échanges de vues et de dialogue montre l'importance donnée par le Groupe au 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 ; en 2017 sur la prévention du stress au travail ; et en 2018 et en 2021 sur une charte de télétravail.
Au niveau mondial, BNP Paribas a signé en 2018, avec UNI Global Union, la Fédération syndicale internationale du secteur des services, un [accord au niveau mondial](#) par lequel le Groupe s'est engagé à la consolidation des droits fondamentaux au travail et la mise en place d'un socle social mondial commun pour ses 193 000 collaborateurs.
- **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.

B. 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.

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.

C. LES DIFFERENTS MODES DE COMMUNICATION ET DE DIALOGUE

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

- L'adaptation des produits bancaires aux besoins de ses **clients** est une priorité pour le Groupe, qui organise et 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 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.
- BNP Paribas mène un dialogue social de qualité au bénéfice de ses **collaborateurs**, en particulier sur les questions liées à l'emploi. En 2020, les réunions officielles organisées entre les représentants syndicaux ou des salariés et leur management ont permis de négocier et signer 355 accords collectifs (310 en 2019).
- Une équipe « Relations Actionnaires » est à la disposition et à l'écoute des quelques **345 000 actionnaires** individuels de la Banque. De plus, un comité consultatif d'actionnaires individuels, le Comité de liaison des actionnaires, composé de 10 actionnaires représentatifs ainsi que deux salariés ou anciens salariés, accompagne la Banque dans sa communication à destination de l'actionnariat 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.

Découvrez d'autres exemples de dialogue avec nos parties prenantes en annexe de ce document.

D. LE SUIVI ET LES RESULTATS 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**.

Depuis 2013, BNP Paribas développe notamment le programme « Advocacy », qui permet d'être à l'écoute de la voix des clients et des collaborateurs tout au long de leur relation. Le programme est présent en France, en Belgique, en Italie, au Luxembourg et en Allemagne, sur tous les segments de clientèles.

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 2020, compte tenu du contexte sanitaire, les groupes de travail ont pu être maintenus au travers de visio-conférence autour de la consommation et des conséquences de la crise sur les ménages. En dix ans, 43 groupes de travail se sont déroulés sur une quarantaine de thèmes différents. Par ailleurs, avec la communauté « Cetelem & Vous », composée à la fois de clients et de consommateurs, BNP Paribas Finance mène, également, des actions de co-construction sur les offres de demain ou l'amélioration des parcours existants grâce à la conduite régulière d'études qui vont plus loin que les études traditionnelles puisqu'elles permettent de mesurer « en direct » la pertinence des propositions auprès des consommateurs. En 2020, cette communauté a joué un rôle crucial dans l'amélioration d'une application mobile, en fournissant des retours utilisateurs précieux à chaque étape du développement de l'application.

- **Clients corporate**

En 2020, de graves violations des droits humains se sont produites dans le cadre de l'exercice de l'activité d'un client du Groupe BNP Paribas, opérant en Amérique du Sud. BNP Paribas a placé l'entreprise sur sa liste de surveillance et a initié un dialogue avec elle sur la question des droits humains. Des réunions régulières ont eu lieu entre la direction pays de l'entreprise et les équipes BNP Paribas (RSE et business) pour suivre la mise en place du plan d'actions correctives. En quelques mois, l'entreprise a initié des actions s'attaquant aux causes directes et structurelles des violations susmentionnées. Le client a donc été retiré de la liste de surveillance.

Autre exemple : en décembre 2020, BNP Paribas a participé au premier *reporting* mondial des scores d'alignement climatique des banques signataires des Principes de Poséidon. Ces principes constituent un cadre commun pour les institutions financières et ont pour objectifs de répondre à l'ambition de l'Organisation Maritime Internationale (OMI) de réduire les émissions de gaz à effet de serre dans le transport maritime d'au moins 50 % d'ici 2050 par rapport à 2008.

A fin 2019, le score d'alignement du portefeuille de crédits de BNP Paribas en termes d'intensité carbone s'établissait à 2,88 %, au-dessus de la trajectoire de décarbonation de l'industrie telle que définie par les Principes de Poséidon. Ce premier *reporting* est l'aboutissement d'un dialogue continu avec les clients de BNP Paribas, les autres institutions financières signataires.

- **Entreprises dans lesquelles BNP Paribas investit**

BNP Paribas Asset Management est membre de l'initiative Climate Action 100+ depuis 2017. A ce titre, l'entité engage régulièrement le dialogue avec des entreprises parmi les 100 les plus émettrices de gaz à effet de serre au niveau mondial. L'objectif est d'améliorer la gouvernance de ces entreprises autour du changement climatique, de limiter leurs émissions, et de renforcer la transparence et la matérialité de leurs mesures et objectifs.



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

Parties prenantes	Principaux modes de communication
<p>Clients particuliers, professionnels, PME et associations</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas mesure les taux de satisfaction et de recommandation (Net Promoter Score) de ses clients 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 particuliers et professionnels de la banque de détail 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, etc.) 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. À 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, etc. • 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. En 2020, en France comme en Italie et en Belgique, les clients s'adressent au service national de médiation organisé par les instances réglementaires. En France les clients particuliers de BNP Paribas peuvent s'adresser au Médiateur auprès de la Fédération Bancaire Française (FBF) lemediateur.fbf.fr • 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 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. Hello Factory, programme de cocréation 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 pour échanger sur des thèmes tels que la relation bancaire, les fonctionnalités ou encore l'ouverture de compte. 14 thématiques au total ont ainsi été abordées. • 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. En 2020, compte tenu du contexte sanitaire, l'offre pour les jeunes a été fortement développée. Par exemple : en 2018, à l'initiative de BNP Paribas Personal Finance a été lancé « Budget Responsible », une plateforme numérique qui apprend aux enseignants, aux jeunes élèves et à leurs familles à gérer leurs budgets sous forme de serious games. En 2020, 40 000 jeunes ont été sensibilisés à l'éducation financière grâce à cette plateforme mais également grâce à d'autres initiatives locales. « J'invite un banquier dans ma classe », un jeu animé par des

collaborateurs de BNP Paribas, est piloté par la 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.

- 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 2020, le réseau des banques de détail s'est particulièrement mobilisé pour accompagner les PME et les aider à mieux traverser la période difficile de la pandémie de la Covid-19. En Italie par exemple, BNP Paribas a ainsi annoncé la possibilité d'un report de six mois des échéances sur les prêts aux entreprises. Artigiancassa, filiale de BNP Paribas dédiée aux artisans, a octroyé des lignes de crédit supplémentaires pour soutenir les entreprises, tout en mettant en place un centre de conseil d'information et d'aide à ses clients.
 - En Belgique, via son « Sustainable Business Competence Center » (SBCC), BNP Paribas Fortis propose aux entreprises son expertise et son appui pour concevoir et financer des infrastructures de production d'énergie renouvelable ou améliorer l'efficacité énergétique de leurs installations. Grâce à un dialogue spécifique, l'entité accompagne les entreprises vers un business model durable répondant notamment aux défis climatiques.
 - 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. À fin 2020, le soutien du Groupe aux entreprises sociales (financements, investissements pour compte propre et pour compte de tiers) à travers le monde s'est élevé à 2,2 milliards d'euros. Le Groupe accompagne 2 600 clients entreprises sociales (incluant les IMF et certaines entreprises Tech for Good), via des services bancaires ou du financement. Des partenariats avec 8 incubateurs (Antropia Essec, La Ruche, Les Audacieuses, Live For Good, Makesense, Incoplex 93, 1kubator, 50 Partners) et des réseaux ou financeurs dédiés à l'innovation sociale (Ulule, France Active, La France s'Engage, Lita.co, French Impact, Le Mouvement Impact France) 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. Plus globalement, le réseau de chargé d'affaires formés aux spécificités de l'entrepreneuriat social dans le monde a bénéficié d'une forte croissance (140 en France, 16 en Belgique, 43 en Italie, 16 au Luxembourg) avec un très fort maillage territorial. Au total, 9 millions d'euros de nouveaux investissements ont été placés dans des fonds dédiés aux entrepreneurs à impact : le fonds Impact Croissance pour le changement d'échelle

	des ES, le fonds Ring for Good pour les startup sociales, etc. A fin 2020, 2 000 clients entrepreneurs sociaux ont été accompagnés par le programme Act For Impact par BDDF.
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 BNP Paribas de plusieurs prix attestant de l'engagement de long terme BNP Paribas à accompagner ses clients vers un futur durable : <ul style="list-style-type: none"> ○ "Best Bank for Sustainable Finance" au monde en 2018 et en Europe de l'Ouest en 2021 ; ○ "Best Bank for Corporate Responsibility" au monde en 2019 et en Europe de l'Ouest en 2020 ; ○ "Best Bank for Financing" en Europe de l'Ouest en 2019, 2020 et 2021 ; ○ "Best Bank for Corporates" au monde en 2020. • 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 et renouvelables, 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, ressources naturelles et renouvelables ». • En Asie-Pacifique, des équipes présentes dans 12 marchés et intégrées à une plateforme de Global Banking régionale sont responsables du suivi de clients avec lesquels il est important d'entretenir un dialogue stratégique, de proximité et auxquels nous proposons une offre produits intégrée (solutions de financement, cash management, trade finance, accès aux marchés de capitaux, conseil stratégique, etc.) ainsi qu'une expertise sectorielle en énergie, ressources naturelles, infrastructure & transport ; biens de consommation et industries ; et Media Telecom. Nos banquiers assurent un suivi personnalisé de nos clients corporate régionaux et locaux 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 des Présidents de Movin'On ainsi que 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 entreprises et des start-up, afin de renforcer le dialogue et coconstruire des solutions concrètes, sur des

	<p>thèmes comme par exemple l'efficacité énergétique ou la Taxonomie Européenne. Il est également membre du World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) et collabore activement avec d'autres entreprises, l'OCDE ou l'International Transport Forum (ITF) sur des chantiers comme celui sur la mobilité urbaine, la « Mobility as a Service », et la mise en place de Hub de Mobilité au sein des villes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas est également membre de l'Hydrogen Council, initiative mondiale de entreprises engagés autour d'une ambition commune pour l'hydrogène et ce, afin d'accélérer le développement d'une énergie propre pour un meilleur futur ainsi que de l'EPE, Entreprises pour l'Environnement, auprès d'une cinquantaine de grandes entreprises françaises et internationales promouvant l'environnement comme source de progrès et d'opportunités.
<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 mondial une couverture holistique de ses clients institutionnels stratégiques. L'objectif est d'être reconnu comme un interlocuteur privilégié pour les institutions financières et un facilitateur de développements commerciaux 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, dans le cadre d'une gouvernance sélective et encadrée par les réglementations en matière de risque et de conformité.
<p>Collaborateurs, partenaires sociaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 bien-être et sur le stress). • Le Groupe entretient un dialogue social dynamique et de qualité avec les partenaires sociaux. En 2020, Le groupe a signé 355 accords collectifs (310 en 2019). En 2018, le Groupe a signé 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 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. • Tel que stipulé dans le Code de conduite de BNP Paribas, 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.

	<ul style="list-style-type: none"> • En 2018, la Direction des Ressources Humaines Groupe a établi une procédure interne sur le traitement des signalements de harcèlement. En 2021, de nouvelles règles de gouvernance ont été définies dans une politique Groupe sur la prévention, la détection et la gestion des comportements non conformes aux dispositions du code de Conduite sur le « respect des collègues ». Avec ces nouvelles règles, le Groupe souhaite élargir l'éventail des comportements couverts par la politique, développer la prévention, structurer des guidelines et principes communs du Groupe dans l'analyse et le traitement des alertes, la nature et le suivi des mesures disciplinaires et/ou correctrices adoptées, afin de permettre d'agir avec équité et impartialité dans le respect de la diversité des organisations, des contextes culturels et des environnements réglementaires. Des voies de saisine directe sont créées pour les collaborateurs sur le portail accessible aux collaborateurs s'estimant victimes de discrimination. En France, un 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 ce dispositif est directement accessible aux collaborateurs via la page « Diversité » sur l'intranet. • Les réseaux de collaborateurs poursuivent leur développement avec plus de 30 000 personnes engagées dans le monde (dans 40 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 diversité ethnoculturelle, la parentalité, le handicap, l'inter-religieux ou encore les vétérans. • Les Ressources Humaines Groupe ont mis en place l'interface RH « About Me » afin de faciliter pour les collaborateurs la gestion de leur parcours professionnel 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 plus de 98% des employés du Groupe fin 2021. About Me permet ainsi d'auto-déclarer ses compétences (plus de 2 millions de compétences y sont déclarées), 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"> • BNP Paribas a continué à étendre sa présence sur les réseaux sociaux en communiquant avec les candidats et en les assistant dans leur recherche d'emploi. Le Groupe est présent sur la plupart des réseaux sociaux et notamment sur LinkedIn, Twitter, Instagram et Facebook. Sur LinkedIn, le Groupe compte un million de followers en juillet 2021. L'ensemble de ces réseaux permettent au Groupe d'être visible et de dialoguer avec les candidats, en lien avec les nouveaux usages. Chaque année, ce sont plus de 450 000 visiteurs sur nos pages d'actualité et d'offres d'emploi. En outre, en France, la plateforme Job Preview permet aux candidats d'échanger en direct avec des collaborateurs. Elle permet de vivre une immersion au cœur du Groupe en découvrant leurs expériences, métiers, parcours, et de se projeter dans ses équipes (grâce également à des infographies, module de chat, FAQ et vidéos métiers). • BNP Paribas poursuit également son engagement auprès des principales associations académiques, dont la CEMS Global Alliance, issue des 34 meilleures écoles de commerce du monde (HEC, Bocconi, LSE, etc.). En 2020, BNP Paribas a participé au premier forum de carrière virtuel composé de présentations en direct et de témoignages d' alumni. • BNP Paribas continue à développer de nombreux partenariats avec des établissements d'enseignement pour nous aider à innover et à repenser nos défis commerciaux. Parmi les exemples à travers le Groupe, on peut citer la Chaire de Travail Réinventer avec l'ESCP Business School, avec notamment le projet phare intitulé "Reshaping Work Experience". Ce projet est une étude de la

	<p>perception des collaborateurs de BNP Paribas sur le travail à distance. D'autres chaires académiques dans l'ensemble du Groupe incluent la Chaire d'analyse de marché et de services avec Bocconi en Italie, ou la Chaire "Finance entreprise" avec HEC Paris.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dans le contexte de la crise sanitaire, plusieurs événements physiques avec des étudiants ont été organisés en ligne. Au Portugal, un « Spring Challenge » virtuel de trois jours a été organisé pour permettre à des candidats de postuler rapidement à des stages de longue durée, des stages d'été et des postes permanents. Grâce à l'évènement, 100 % des postes vacants ont été pourvus. En Belgique, un "Young Bankers Challenge" a été lancé dans un format 100 % digital pour stimuler notre attractivité auprès des jeunes talents de vente en invitant les participants à tester leurs connaissances et à se mesurer à leurs pairs tout en plongeant dans le monde de la banque et de la finance. • En France, le Groupe organise plusieurs événements de recrutement innovants avec un processus accéléré. Les « We Pitch You Choose » proposent aux candidats, préalablement sélectionnés sur CV, de choisir l'équipe qu'il souhaite rejoindre une fois sa candidature validée par le(s) manager(s) rencontrés, le tout en une soirée. « Objectif CDI » a permis à 160 candidats de passer un entretien RH et Manager opérationnel sur une demi-journée avec émission de contrat à la clé le jour même. • Déployé depuis septembre 2019 en France, le Net Promoter Score est un outil d'écoute et de mesure de la satisfaction des candidats dont les retours permettent d'améliorer en continu nos processus de recrutement et communications. • L'expérience candidat est rendue plus accessible, plus moderne et plus connectée avec de nombreuses nouveautés : le Groupe propose des tests cognitifs sélectifs en ligne (France) et développe avec Visiotalent des questionnaires vidéo différés qui sont adressés aux candidats pour effectuer la phase de pré-entretien de recrutement. Les candidats peuvent y répondre sur l'outil de leur choix (tablette, smartphone, etc.), depuis leur domicile et lorsqu'ils sont disponibles. Plus besoin de prendre un rendez-vous physique avec le recruteur. Cette solution est déployée en France, en Belgique, en Asie Pacifique et en Italie.
<p>Entreprises dans lesquelles les filiales de gestion d'actifs de BNP Paribas investissent</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BNP Paribas Asset Management entretient un dialogue avec les entreprises dans lesquelles la société de gestion investit conformément à 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. Afin de promouvoir les meilleures pratiques ESG au sein des entreprises dans lesquelles la société de gestion et ses clients ont investi, BNP Paribas Asset Management a systématiquement exercé ses droits de vote en tant qu'actionnaire, votant en 2020 à 1 870 Assemblées Générales (1 758 en 2019) sur 24 400 résolutions (22 454 en 2019). BNP Paribas AM s'est abstenu ou opposé à environ 32,3 % de ces résolutions (27,8 % en 2019). • 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 2020, BNP Paribas Asset Management a notamment poursuivi le 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 est de mobiliser les 100 plus grands émetteurs de gaz à effet de serre du monde.

Fournisseurs

Une nouvelle Fonction « Group Strategic Sourcing » (GSS), créé en 2019, regroupe les équipes Achats et les équipes en charge d'enregistrer et mettre en paiement les factures fournisseurs. Cette nouvelle organisation contribue à fluidifier les relations avec les fournisseurs sur l'ensemble de leur parcours avec BNP Paribas, depuis la phase de sourcing jusqu'au paiement. Depuis 2015, l'équipe « Achats Responsables » appuie les acheteurs dans la prise en compte opérationnelle des critères de **développement durable** dans les stratégies d'achat. En 2021, la fonction s'est engagée dans une démarche de label Relations Fournisseurs et Achats Responsables lui permettant de valoriser ses pratiques de dialogue instaurant une relation équitable et équilibrée avec ces fournisseurs. Dans ce contexte, GSS adapte les modalités du dialogue avec les fournisseurs à leur typologie et à leur taille. Les canaux de dialogue et d'écoute de la voix des fournisseurs sont divers :

- Les acheteurs sont à l'écoute des fournisseurs tout au long du processus achats, en particulier, lors des études menées avant le lancement de consultations pour mieux connaître le marché et ajuster la stratégie d'achats -RFI, prise d'information auprès des fournisseurs en amont des consultations. Ensuite lors des consultations -RFP ou appels d'offres, lancés sur les différentes catégories d'achat, les acheteurs échangent avec les fournisseurs sur leur capacité des fournisseurs à répondre aux exigences, y compris sur les aspects environnementaux et sociaux.
- Les **réunions de suivi régulières (Business Review)**, organisées par les acheteurs avec les fournisseurs sous contrat Groupe, permettent de recueillir les retours d'expérience et de mettre en œuvre des plans de progrès.
- Depuis 2015, le Groupe déploie également des initiatives dédiées au soutien des **PME**, dans le cadre du partenariat entre la Banque Commerciale en France et l'association Pacte PME: facilitation des mises en contact, simplification des procédures d'appels d'offres, enquêtes de satisfaction. En France, GSS veille à ce que le pourcentage de dépenses avec les PME reste de 20% au minimum, en fonction des catégories d'achats.
- En France, les **entreprises du secteur protégé et adapté** (STPA) font l'objet d'un suivi particulier, en partenariat avec le Gesat et l'Unea, pour favoriser la diversité dans la chaîne d'approvisionnement. En parallèle, BNP Paribas contribue à plusieurs **coalitions**, dont le Collectif des entreprises pour une économie plus inclusive, qui portent la voix des fournisseurs dans le domaine des achats inclusifs et permettent des échanges avec d'autres grands comptes, pour progresser dans le cadre d'initiatives communes.
- Conformément à ces engagements pris lors de la signature de la Charte des Relations Fournisseurs Responsables, promue par la Médiation des entreprises rattachée au ministère de l'Economie, des Finances et de la relance, le Groupe offre à ses fournisseurs une **voie de recours** en cas de difficulté : un **médiateur interne**, indépendant de la fonction GSS, peut être saisi par tout fournisseur. Sept saisines ont été enregistrées en 2020.
- Depuis 2017, une **session annuelle d'échanges** a été instaurée avec les fournisseurs clés du Groupe, pour les informer sur les orientations stratégiques de BNP Paribas, partager des actualités règlementaires, et identifier les axes de progrès réciproques en matière d'achats responsables. Depuis deux ans, cette instance a été élargie aux PME, aux entreprises du secteur de l'Entrepreneuriat Féminin et de l'entrepreneuriat social. En 2020, compte-tenu du contexte sanitaire, l'événement, passé en mode digital, a été particulièrement important pour garder le lien avec nos partenaires et renforcer nos relations avec eux.

	<ul style="list-style-type: none"> Des projets en cohérence avec les engagements du Groupe sont menés pour intégrer de nouvelles exigences RSE dans les appels d'offres sur des catégories d'achats considérées comme plus sensibles et permettent d'initier un dialogue pour faire émerger de nouvelles pratiques avec nos partenaires, comme par exemple avec les objectifs de Numérique Durable.
Actionnaires et investisseurs, agences de notation	<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 https://invest.bnpparibas/ et différentes manifestations (journées investisseurs, présentation des résultats, rencontres avec les investisseurs, etc.). Par exemple, l'équipe de la Direction des Relations Investisseurs a rencontré près de 1 100 investisseurs en 2020 (lors de 450 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 près de 39 400 actionnaires individuels. Le Cercle des Actionnaires, réservé aux détenteurs de plus de 200 actions BNP Paribas, organise régulièrement des manifestations à leur intention. En 2020, en raison de la crise sanitaire, le Cercle a enrichi son offre de newsletters régulières avec des articles sur l'histoire de BNP Paribas, le cinéma, le tennis... et lancé les Podcasts du Cercle, interviews d'historiens, conférenciers, artistes... 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 13 actionnaires représentatifs, dont deux salariés. En 2020, BNP Paribas a rencontré au moins une fois 31 investisseurs « socialement responsables » différents, représentant 47% des actions de BNP Paribas détenues dans le cadre d'une gestion ISR (au 31/12/2020). Par ailleurs, en 2020, BNP Paribas a eu 47 échanges avec des agences et analystes spécialisés dans la notation extra-financière dont 19 participations à des questionnaires d'évaluation de sa performance extra-financière.
Organismes de régulation, gouvernements et parlementaires	<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. Les cinq départements de la Direction des Affaires Institutionnelles - « Affaires publiques France », « Affaires publiques européennes », « Affaires prudentielles Groupe » « Redressement et Résolution bancaire » et « Relations BCE » - 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

	<p>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/).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le Groupe 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, 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. Une procédure interne a par ailleurs été adoptée pour encadrer les relations des collaborateurs du Groupe avec les responsables publics visés par la loi Sapin 2. • 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. Aux Etats-Unis, il est enregistré auprès du Sénat et de la Chambre des représentants au titre du Lobbying Disclosure Act (LDA) et effectue dans ce cadre un <i>reporting</i> public périodique des dépenses engagées et des actions de représentation menées auprès des responsables publics américains couvert par le LDA.
<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 ; Women's Empowerment Principles des Nations Unies ; Principes de l'Équateur ; Principes pour l'Investissement Responsable (à la fois pour BNP Paribas Asset Management, BNP Paribas Real Estate Investment Management, BNP Paribas Cardif, BNP Paribas Securities Services et BNP Paribas Capital Partners) ; Principes pour la Banque Responsable (UNEP-FI) ; Institutional Investors Group on Climate Change ; Carbon Disclosure Project (CDP) ; Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) ; ILO Business Charter on Disability ; Entreprises pour l'Environnement (EpE) ; Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) Task force on Nature-related Financial Disclosure (TNFD) ; Business for Inclusive Growth (B4IG) ; Financial Taskforce on Sustainable Finance (FTSF). • 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"> • 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 2020, 109 échanges différents avec ces ONG ont été menés à travers le monde. • 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 2020, compte tenu du contexte sanitaire, les groupes de travail ont pu être maintenus

	<p>au travers de visio-conférence autour de la consommation et des conséquences de la crise sur les ménages. En dix ans, 43 groupes de travail se sont déroulés sur une quarantaine de thèmes différents.</p> <p>Par ailleurs, avec la communauté « Cetelem & Vous », composée à la fois de clients et de consommateurs, BNP Paribas Finance mène, également, des actions de co-construction sur les offres de demain ou l'amélioration des parcours existants grâce à la conduite régulière d'études qui vont plus loin que les études traditionnelles puisqu'elles permettent de mesurer « en direct » la pertinence des propositions auprès des consommateurs. En 2020, cette communauté a joué un rôle crucial dans l'amélioration d'une application mobile, en fournissant des retours utilisateurs précieux à chaque étape du développement de l'application.</p>
<p>Médias, (presse, réseaux sociaux...) et prescripteurs d'opinion</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'équipe Relations médias Groupe assure la coordination, pour l'ensemble du Groupe, des relations avec les journalistes et répond à l'ensemble de leurs sollicitations : questions dans le cadre de préparations d'articles, demandes d'interviews, etc. L'équipe Relations media Groupe assure également la diffusion de l'ensemble des actualités du Groupe auprès des médias via des communiqués de presse ou l'organisation de conférences de presse par exemple. • L'équipe Social Media déploie la stratégie réseaux sociaux pour le Groupe. Pour ce faire, elle coordonne les prises de parole du Groupe et leur amplification (<i>paid</i> ou organique) sur les réseaux sociaux, déclinées selon les pays, les régions, les métiers, les entités et les porte-parole. BNP Paribas est présent sur LinkedIn, Twitter, Instagram et YouTube au travers de ses comptes corporate et métiers mais aussi des comptes de ses dirigeants et de ses experts. Certaines entités du Groupe ont aussi une présence sur Facebook et WeChat. L'équipe Social Media veille d'autres réseaux en ayant une présence passive sur Snapchat et Pinterest. L'ensemble de ces réseaux permet au Groupe d'être visible et accessible. • 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'événements, avec les influenceurs et leaders d'opinion (internes ou externes). Elle s'assure également de la bonne application de cette stratégie par les métiers et les entités. • Le service Social Media suit et prend en compte l'ensemble des conversations sur le web ouvert (y compris Wikipédia, Google et Reddit) qui concerneraient le Groupe. • 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'événements soutenus par BNP Paribas.
<p>Populations locales potentiellement impactées par les activités de nos clients</p>	<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, etc. • 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.