

COMMENT BNP PARIBAS ÉCOUTE ET PREND EN COMPTE LES ATTENTES DE SES PARTIES PRENANTES

Octobre 2024

RSE Groupe



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

SOMMAIRE

I.	LES PARTIES PRENANTES DE BNP PARIBAS	3
II.	LE DIALOGUE DE BNP PARIBAS AVEC SES PARTIES PRENANTES	4
	▪ OBJECTIFS DE NOTRE DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES	4
	▪ ORGANISATION DE NOTRE DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES	5
	ANNEXE : LA MATRICE DE MATERIALITÉ DE BNP PARIBAS (2021)	7



I. LES PARTIES PRENANTES DE BNP PARIBAS

BNP Paribas a quatre groupes de parties prenantes contractuelles :

- Ses **clients** (particuliers, professionnels, entreprises et institutions) ;
- Ses **collaborateurs et partenaires sociaux** ;
- Ses **actionnaires** (investisseurs individuels et institutionnels) ;
- Et ses **fournisseurs**.

Le Groupe a par ailleurs identifié **d'autres parties prenantes stratégiques**, notamment : les candidats (potentiels futurs collaborateurs), les entreprises dans lesquelles BNP Paribas investit pour compte de tiers, les organismes de régulation et autorités publiques, les agences de notation financières et extra-financières, les réseaux et *think tanks*, la société civile et ses organisations (communautés locales, ONG, associations de consommateurs, organismes caritatifs, etc.), les médias et les prescripteurs d'opinion.



II. LE DIALOGUE DE BNP PARIBAS AVEC SES PARTIES PRENANTES

■ OBJECTIFS DE NOTRE DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

La stratégie de RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) de BNP Paribas, détaillée chaque année dans le **Chapitre 7 de son Document d'Enregistrement Universel**, est structurée autour de quatre piliers : responsabilité économique, responsabilité sociale, responsabilité civique et responsabilité environnementale. Elle est alignée à sa **raison d'être** : être au service de nos clients et le monde dans lequel nous vivons.

Le dialogue avec les parties prenantes est au cœur de la responsabilité sociale et environnementale de BNP Paribas et est un levier clé pour réaliser ses objectifs RSE. Le Groupe entretient un dialogue ouvert et constructif avec ses parties prenantes, ce qui implique **leur écoute, leur compréhension et le fait de viser à répondre à leurs attentes**, de manière alignée avec sa stratégie RSE. Ce dialogue est également clé pour informer nos parties prenantes de nos décisions et actions, et les leur expliquer, dans l'objectif de continuer d'accroître la transparence et la clarté de nos communications.

L'engagement formel du Groupe à entretenir un dialogue ouvert et constructif avec ses parties prenantes identifiées vise à atteindre **trois objectifs principaux** :

- **Anticiper les évolutions des métiers et améliorer nos produits et services** : le dialogue avec les parties prenantes contribue à améliorer l'identification et la compréhension de leurs attentes et nous permet ainsi d'adapter de manière continue la pratique de nos métiers et notre offre de produits et services en adéquation avec les besoins réels de nos clients.
- **Optimiser la gestion des risques** : en écoutant ses parties prenantes internes et externes, et en développant un dialogue positif avec elles, le Groupe est en mesure de mettre en place une gestion anticipative de ses risques.
- **Trouver des solutions innovantes qui ont un impact positif sur la société** : nourri de l'écoute de ses parties prenantes, le Groupe exerce ses responsabilités économiques, sociales, civiques et environnementales au quotidien, dans l'objectif d'avoir un impact positif sur la société dans son ensemble.

LA MATRICE DE MATERIALITÉ

BNP Paribas développe des outils qui lui permettent d'écouter les attentes de ses parties prenantes afin, notamment, de nourrir sa feuille de route.

En 2018, le Groupe a développé une « Matrice de matérialité » publiée dans son Document d'Enregistrement Universel, un outil qui permet d'identifier et de hiérarchiser les enjeux les plus matériels pour l'entreprise à travers une analyse des attentes de ses parties prenantes. La version initiale de 2018 a été révisée en 2021 (voir Annexe).

Cette mise à jour s'est appuyée sur l'évaluation de l'importance de 21 enjeux extra-financiers, en croisant la perception des collaborateurs du Groupe et celle de ses parties prenantes externes.

Au terme de cette étude, trois groupes d'enjeux ont émergé et ont été classés en enjeux cruciaux, majeurs et importants.



■ ORGANISATION DE NOTRE DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

BNP Paribas met en place une approche structurée du dialogue avec ses parties prenantes, avec plusieurs **politiques internes** encadrant les démarches régissant les relations avec ses parties prenantes ([Page Publications de BNP Paribas](#)).

Chaque type de partie prenante dispose d'**interlocuteurs identifiés** au sein de BNP Paribas, au niveau d'une fonction Groupe ou d'une ligne de métier.

Le Groupe adapte et déploie des **canaux de dialogue** en fonction des objectifs et attentes des parties prenantes.

BNP Paribas s'attache à analyser les vues et intérêts de ses parties prenantes clés, en relation avec sa stratégie et son *business model*. Sa Direction Générale et son Conseil d'Administration en sont régulièrement informés.

Principaux canaux de dialogue par type de partie prenante (liste non-exhaustive)

PARTIE PRENANTE	INTERLOCUTEURS DÉDIÉS	EXEMPLES DE CANAUX DE DIALOGUE Références au DEU (Document D'enregistrement Universel) pour l'édition 2023
CLIENTS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lignes de métier, gestionnaires de relations, senior bankers, banquiers locaux... ▪ Equipes expertes et spécialisées pour un accompagnement dédié à des clients ou secteurs (grandes entreprises, institutions financières, PME et ETI, entrepreneurs sociaux, associations, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le programme « Advocacy » et le « Net Promoter System » (NPS) pour écouter la voix des clients (DEU p. 650) ▪ Les processus de réclamation et de médiation (DEU p. 650) ▪ Les programmes d'éducation financière (DEU p. 682, 712)
COLLABORATEURS ET PARTENAIRES SOCIAUX	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ressources Humaines 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le dialogue social (DEU p. 673) ▪ Les réseaux de collaborateurs (DEU p. 665) ▪ Les enquêtes ciblées ou « Pulse » pour écouter la voix des collaborateurs (DEU p. 671, 677) ▪ L'outil « About me » pour encourager le feedback continu et le dialogue sur les carrières des collaborateurs (DEU p. 678) ▪ Le droit d'alerte éthique des collaborateurs, ou « whistleblowing » (DEU p. 715) ▪ Les procédures internes pour les signalements de harcèlement (DEU p. 672)
ACTIONNAIRES (INVESTISSEURS INDIVIDUELS ET INSTITUTIONNELS)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relations Investisseurs et Information Financière ▪ Transparence & Performance ESG au sein de la RSE Groupe ▪ Relations Actionnaires, Comité de liaison des Actionnaires ▪ Cercle des Actionnaires 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les relations avec les actionnaires (demandes, information...) ▪ Les événements investisseurs (Journées investisseurs, présentation des résultats, roadshows...) et rencontres ▪ Le site https://invest.bnpparibas/ et les newsletters pour les investisseurs ▪ Le site https://cercle-actionnaires.bnpparibas/ et les emails d'information



FOURNISSEURS	<ul style="list-style-type: none"> Achats & Performance 	<ul style="list-style-type: none"> Les enquêtes auprès des fournisseurs et les « business reviews » régulières (DEU p. 643) Questionnaires ESG utilisés dans les appels d'offres pour évaluer les fournisseurs (DEU p.710) Le mécanisme d'alerte ou « whistleblowing » pour les fournisseurs et sous-traitants (DEU p. 648)
CANDIDATS	<ul style="list-style-type: none"> Ressources Humaines 	<ul style="list-style-type: none"> Processus et événements de recrutement
ENTREPRISES DANS LESQUELLES BNP PARIBAS INVESTIT POUR COMPTE DE TIERS	<ul style="list-style-type: none"> Equipes d'investissement (BNP Paribas Asset Management, BNP Paribas Cardif...) 	<ul style="list-style-type: none"> « Stewardship » et politique de vote (DEU p. 654, 683, 711) Dialogue collaboratif à travers des coalitions d'investisseurs, telles que « Climate Action 100+ initiative », « Nature Action 100 » ... (DEU p. 655)
ORGANISMES DE RÉGULATION ET AUTORITÉS PUBLIQUES	<ul style="list-style-type: none"> Affaires institutionnelles 	<ul style="list-style-type: none"> Positions sur les réglementations bancaires et financières au sein des groupes de place
AGENCES DE NOTATION FINANCIERES ET EXTRA-FINANCIERES	<ul style="list-style-type: none"> Relations Investisseurs et Information Financière Transparence & Performance ESG au sein de la RSE Groupe 	<ul style="list-style-type: none"> Questionnaires des agences de notation extra-financière et rencontres
RÉSEAUX ET THINK TANKS	<ul style="list-style-type: none"> Engagement d'entreprise et RSE Relations extérieures au sein de la Communication Groupe Lignes de métier 	<ul style="list-style-type: none"> Implication dans plusieurs coalitions, organisations, groupes de travail et initiatives (DEU p. 643)
SOCIÉTÉ CIVILE ET SES ORGANISATIONS (COMMUNAUTÉS LOCALES, ONG, ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS, ORGANISMES CARITATIFS)	<ul style="list-style-type: none"> Engagement d'entreprise et RSE Dialogue ONG au sein de la RSE Groupe Lignes de métier 	<ul style="list-style-type: none"> Pour le financement de projets, information et dialogue avec les communautés locales, en cohérence avec les Principes de l'Équateur adoptés par BNP Paribas en 2008 (DEU p. 652, 713) Rencontres avec les associations représentant des communautés locales
MÉDIAS ET PRESCRIPTEURS D'OPINION	<ul style="list-style-type: none"> Relations Médias et Web Social au sein de la Communication Groupe 	<ul style="list-style-type: none"> Relations avec les journalistes, influenceurs, (demandes, information...) Rencontres avec les médias, conférences et événements Comptes Groupe et des métiers sur les réseaux sociaux

ANNEXE : LA MATRICE DE MATERIALITÉ DE BNP PARIBAS

Pour éclairer l'analyse des attentes de nos parties prenantes, notre matrice de matérialité cartographie et hiérarchise les enjeux auxquels le Groupe fait face. La version initiale de 2018 a été révisée en 2021.

Cette mise à jour s'est appuyée sur l'évaluation de l'importance de 21 enjeux extra-financiers, en croisant la perception des collaborateurs du Groupe et celle de ses parties prenantes externes.

Au terme de cette étude, trois groupes d'enjeux ont émergé et ont été classés en enjeux **cruciaux**, **majeurs** et **importants**.

