



**DÉCLARATION DE PERFORMANCE  
EXTRA-FINANCIÈRE 2019**



# Sommaire

## **RAPPORT EXTRA-FINANCIER 2019**

|                                                                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>À PROPOS DE CETTE DÉCLARATION.....</b>                                                                                                               | <b>5</b>  |
| <b>1. ONEY AUJOURD'HUI.....</b>                                                                                                                         | <b>7</b>  |
| A. Profil .....                                                                                                                                         | 8         |
| B. Notre modèle d'affaires - notre chaîne de création de valeur .....                                                                                   | 9         |
| C. Notre gouvernance.....                                                                                                                               | 10        |
| D. Notre manifeste .....                                                                                                                                | 10        |
| <b>2. DESCRIPTION DES PRINCIPAUX RISQUES ET ENJEUX RSE<br/>LIÉS À L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ OU À L'UTILISATION<br/>DE SES PRODUITS ET SERVICES .....</b> | <b>12</b> |
| A. Les grandes tendances sociétales .....                                                                                                               | 13        |
| B. Des risques et des enjeux de société créateurs d'opportunités .....                                                                                  | 18        |
| <b>3. DESCRIPTION DES POLITIQUES APPLIQUÉES POUR GÉRER<br/>CES RISQUES .....</b>                                                                        | <b>19</b> |
| A. Une politique sociétale confirmée .....                                                                                                              | 20        |
| B. Nos engagements pour « un monde plus juste, plus humain<br>et plus durable ».....                                                                    | 20        |
| C. Une gouvernance RSE pour une politique intégrée et<br>une transformation durable .....                                                               | 21        |
| D. Le risque et la conformité, notre socle .....                                                                                                        | 22        |
| <b>4. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DE CES POLITIQUES,<br/>INCLUANT DES INDICATEURS DE PERFORMANCE .....</b>                                               | <b>24</b> |
| A. Actions/résultats en faveur d'un monde plus juste et des Hommes :<br>« Offrir un tremplin aux projets des Hommes qui nous entourent » .....          | 25        |
| B. Actions/résultats en faveur d'un monde plus humain « Créer<br>de la valeur humaine à travers notre transformation digitale ».....                    | 33        |
| D. Actions en faveur de l'éthique dans la conduite de nos activités .....                                                                               | 39        |

|                                                                                                                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>5. NOTES .....</b>                                                                                                                                       | <b>42</b> |
| <b>6. GLOSSAIRE ET DÉFINITIONS .....</b>                                                                                                                    | <b>44</b> |
| <b>7. NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT<br/>DURABLE DE L'ONU .....</b>                                                                      | <b>48</b> |
| <b>8. ANNEXES .....</b>                                                                                                                                     | <b>50</b> |
| <b>9. RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES DÉSIGNÉ ORGANISME<br/>TIERS INDÉPENDANT SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE<br/>DE PERFORMANCE EXTRAFINANCIÈRE .....</b> | <b>55</b> |





## **À PROPOS DE CETTE DÉCLARATION**

Ce rapport de déclaration est le deuxième rapport de déclaration de performance extrafinancière de Oney Bank. Il s'inscrit dans un contexte de changement d'actionnaire majoritaire. Depuis octobre 2019, Oney a deux actionnaires : BPCE à hauteur de 50,1 % et Auchan Holding à hauteur de 49,9 %. Oney a décidé de faire une déclaration de performance extrafinancière de ses activités.

Ce rapport présente une vision globale de Oney dans son environnement, sa stratégie de croissance, son modèle économique et sa gouvernance. Il inclut les premiers indicateurs de performance extrafinancière ainsi que les réalisations, et les progrès accomplis dans le cadre de nos nouveaux engagements. Il répond à la réglementation sur la nouvelle déclaration de performance extrafinancière, et il est établi en cohérence avec les autres publications annuelles (notamment le rapport financier annuel).

**Périmètre :** Les données publiées dans ce document concernent l'ensemble des entités et filiales de Oney telles que consolidées dans son Rapport financier annuel. Seules les filiales nouvellement créées ou acquises en 2019, et I.C.I (In Confidence Insurance) sont exclues du reporting pour cette année et intégreront le reporting pour le prochain exercice. La Belgique étant une entité uniquement commerciale dite en LPS - libre prestation de service - (sans présence physique de Oney dans le pays) est exclue du périmètre de ce rapport; ses résultats financiers sont intégrés aux résultats globaux. Les engagements sociétaux en faveur de la lutte contre le gaspillage alimentaire, de la lutte contre la précarité alimentaire, du respect du bien-être animal et d'une alimentation responsable, équitable et durable n'ont pas été traités dans ce rapport, car évalués comme non significatifs au regard de nos activités.

Ce rapport couvre l'année fiscale 2019 (du 1<sup>er</sup> janvier 2019 au 31 décembre 2019).

**À noter :** Certaines données ne sont pas applicables à l'activité du pays ou ne sont pas calculables par le pays, dans ce cas, la mention NA est indiquée. Certaines données n'avaient pas été calculées pour l'exercice précédent. Dans ce cas il est indiqué NC pour la donnée 2018. Lorsque NC est indiqué pour 2019, c'est que le pays n'a pas été en mesure de fournir la donnée. Les indicateurs de ce rapport ne sont pas pleinement représentatifs de la nouvelle politique sociétale de Oney. Afin d'avoir des périmètres comparables en 2018 et 2019, les données 2018 ont été recalculées sans la filiale chinoise.

A photograph of three business professionals (two women and one man) smiling and looking at a document. The image is overlaid with a green tint. The text '01 ONEY AUJOURD'HUI' is displayed in a white rounded rectangle at the bottom.

# 01 ONEY AUJOURD'HUI

Oney est né du commerce. Et, depuis notre création en 1983, nous avons toujours été portés par l'ambition de créer une banque différente, unique dans son approche du métier, au service de partenaires commerçants et des besoins de leurs clients. Faciliter, fluidifier, sécuriser et permettre les échanges, nous positionner au cœur des parcours d'achat : telles sont nos expertises. Notre ambition est d'être, en 2024, au service de nos partenaires commerçants et de nos clients, le leader européen du paiement fractionné et banque digitale européenne du quotidien.

## A. Profil et résultats financiers année 2019

- Production totale de solutions de financements accordés à nos clients\* : **3 milliards d'euros** (+9,4 % vs 2018)\*
- Résultat net : **43,9 millions d'euros** (-16,5 % vs 2018)
- Nombre de clients particuliers : **7 700 000** (+ 1,5 % vs 2018)
- **Une présence mondiale** : 11 pays d'implantation commerciale





## B. Notre modèle d'affaires - notre chaîne de création de valeur

### DANS LES FAITS

Créateur de valeurs au quotidien

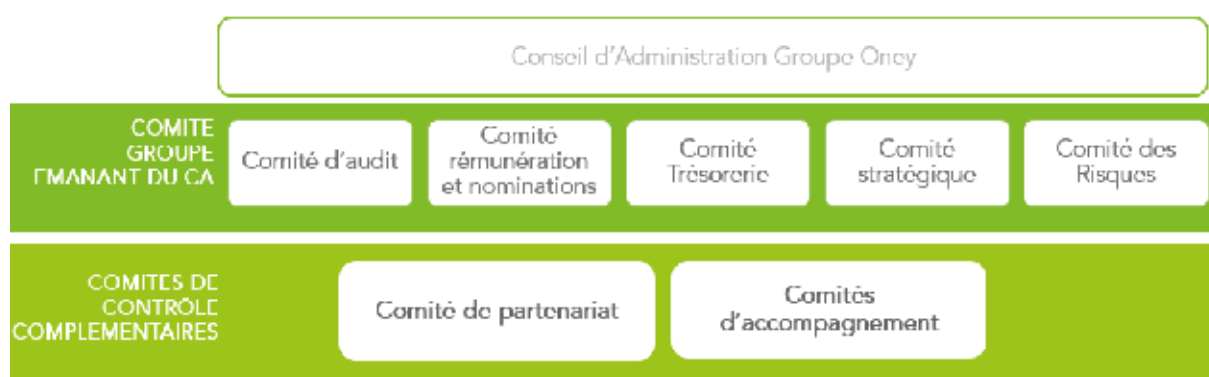
Notre métier est de créer des solutions pour sécuriser, fluidifier et faciliter le financement des projets de consommation de nos clients et des clients de nos partenaires commerçants.



Le modèle d'affaires de Oney repose sur deux grandes activités commerciales et un modèle de vente à deux piliers avec des synergies significatives entre eux :

- **01. Un modèle commercial BtoB** à travers les partenariats avec des commerçants pour fournir à leurs clients des solutions de paiement, de financement et d'assurance pour leurs achats en magasin ou en ligne.
- **02. Un modèle commercial BtoC** qui comprend la vente en direct de produit financier ou des ventes croisées complémentaires auprès des clients recrutés par le biais de notre activité partenariale (BtoB). Les solutions à disposition sont essentiellement les moyens de paiement, les crédits affectés, les crédits revolving, prêts personnels, les produits d'assurance et d'épargne.

## C. Notre gouvernance



## D. Notre manifeste

Nous évoluons au cœur de la société de consommation, et nous observons chaque jour ses évolutions et ses impacts sur notre société et notre avenir commun. Au cœur de la transformation digitale nécessaire que nous menons, nous observons aussi les dérives possibles d'un monde qui pourrait oublier son humanité. Ce que nous observons tous est sans appel : la consommation mondiale d'énergie augmenterait de 48 % d'ici 2040 selon l'EIA. À ce jour, seulement un quart des terres ont échappé aux activités humaines. Un chiffre qui devrait chuter à seulement 10 % en 2050 si l'on ne change rien selon le rapport Planète Vivante 2018 du WWF. Un rapport de l'ONU avertit que si la croissance mondiale reste aussi gourmande en matières premières, leur consommation triplera d'ici à 2050 alors que notre planète ne suffit déjà plus à subvenir à nos besoins. Au cœur de toutes les préoccupations, l'ère de la digitalisation bouscule tous les domaines. Le volume mondial de production de données numériques progresse à un rythme effréné. D'ici à 2025, le volume total de données à analyser devrait être multiplié par huit selon le cabinet d'analystes IDC ! Les datacenters, lieux de stockage de ces données, se multiplient, et la sécurité et l'impact écologique de ces infrastructures ouvrent de nouveaux enjeux.

On annonce ainsi qu'en 2050, 50 % des métiers seront remplacés par des robots ou des évolutions technologiques. Bien qu'il y ait une incertitude quant à la rapidité de ces changements, il est clair que les types d'emplois créés ne sont pas les mêmes que ceux qui seront perdus.

Aujourd'hui, nous voulons prendre notre part aux changements nécessaires que notre société doit opérer. Nous voulons œuvrer avec l'ensemble de nos collaborateurs – nos Talents – à construire avec nos parties prenantes une banque plus humaine, engagée pour encourager et coconstruire de nouveaux modes de consommation et repenser notre métier pour répondre aux enjeux sociétaux d'aujourd'hui et demain. Face aux défis sociétaux et environnementaux, nous sommes convaincus que nous devons repenser nos modes de consommation, nos modes de vie et nos modèles économiques pour construire un monde durable.

## NOS ENGAGEMENTS POUR UN MONDE PLUS JUSTE, PLUS HUMAIN ET PLUS DURABLE

Nous voulons développer un modèle de banque créateur de valeur partagée qui se développe dans le respect de l'Homme, de la planète et de leur devenir commun. Nous voulons agir aujourd'hui pour contribuer à un monde plus juste, plus humain, plus durable. Pour cela nous avons construit une politique sociétale, résolument intégrée dans notre business model, qui repose sur 3 axes majeurs.

- **Pour un monde plus juste** : offrir un tremplin aux projets des Hommes qui nous entourent
- **Pour un monde plus humain** : créer de la valeur humaine à travers notre transformation digitale
- **Pour un monde plus durable** : élaborer ensemble des formes de consommation plus raisonnées

## LE MOT DE JEAN-PIERRE VIBOUD – DIRECTEUR GÉNÉRAL DE ONEY.



En 2018, nous avons écrit notre politique sociétale que je résume en trois axes principaux, trois défis pour demain, inscrits au cœur de notre modèle de développement :

- Développer l'employabilité de nos collaborateurs en les accompagnant dans la réussite de leur propre trajectoire et face aux enjeux de la digitalisation,
- A travers nos métiers, au cœur des enjeux de consommation, agir et encourager à agir pour une consommation plus raisonnée,
- Dans notre action quotidienne, nous inscrire dans les accords de la Cop21 pour la réduction de notre empreinte carbone.

Ces trois défis exigent des transformations profondes. Ils permettent à chaque collaborateur de Oney de trouver du sens dans sa mission en agissant au quotidien pour devenir un acteur du changement dont le monde a besoin. Ils sont au cœur de l'écriture de notre stratégie pour les années futures. Je suis persuadé qu'ils seront la clé d'une performance durable pour Oney et toutes ses parties prenantes.

A photograph of three women working at a long desk in a modern office. They are looking at laptops and a large monitor. The monitor displays a website with a green header. The office has large windows in the background. The image is overlaid with a green tint.

## 02 DESCRIPTION DES PRINCIPAUX RISQUES ET ENJEUX RSE LIÉS À L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ OU À L'UTILISATION DE SES PRODUITS ET SERVICES



## A. Les grandes tendances sociétales

### DES INQUIÉTUDES GRANDISSANTES CONCERNANT L'ENVIRONNEMENT ET LE CLIMAT

En 2019, l'environnement est devenu la préoccupation principale en France et en Europe. À l'heure du bilan, ces douze mois auront été ceux de l'urgence climatique, mise au-devant des scènes politique, météorologique, citoyenne, scientifique... Alors que les symptômes se sentent encore en cette fin d'année en Australie où les températures atteignent les 49,8 °C et les feux de forêt ont ravagé l'équivalent de 2 fois la Belgique depuis septembre, les populations du monde entier réclament des changements pour lutter contre le réchauffement climatique.

Selon l'étude 2019 sur la consommation Responsable de GreenFlex menée auprès de consommateurs européens, le changement climatique est effectivement une préoccupation majeure devant la biodiversité et les déchets plastiques.

LES INQUIÉTUDES ENVIRONNEMENTALES SONT PARTAGÉES



#1

*changement  
climatique (31 %)*



#2

*biodiversité  
(21 %)*



#2

*déchets plastiques  
(15 %)*

L'étude GreenFlex européenne est confortée par l'étude Obs'COP 2019 OBSERVATOIRE INTERNATIONAL CLIMAT ET OPINIONS PUBLIQUES menée par IPSOS auprès de 30 pays : 20 des 30 pays de tous les continents interrogés jugent très négative la situation environnementale dans leur pays, et c'est la question **des déchets**, dans le trio de tête quasiment partout, suivie par **la pollution de l'air** (45 %) et le **changement climatique en troisième** (40 %), juste devant la pollution de l'eau.

Autre fait marquant, selon le cabinet YouGov, un quart (27 %) des Britanniques cite désormais l'environnement parmi les trois principaux problèmes auxquels le pays est confronté, ne le classant que derrière le Brexit (67 %) et la santé (32 %).

Cependant, ils sont, d'autre part, 53 % à estimer qu'il va falloir passer par un bouleversement de nos modes de vie, un score qui monte à 64 % en France. Plus de la moitié des personnes interrogées affirment également avoir déjà changé leur façon de vivre et de consommer, en passant par le tri de déchets, l'achat de fruits et légumes de saison ou encore moins utiliser la climatisation et le chauffage.

Encore plus récemment une enquête de la BEI (Banque européenne d'investissement) confirme ses chiffres au niveau mondial.

#### ENQUÊTE DE LA BEI SUR LE CLIMAT

Pourcentage de citoyens qui estiment que le changement climatique constitue une menace sérieuse pour la société



Source BVA pour la Banque Européenne d'investissement

#### UN BESOIN DE CONSOMMER AUTREMENT PARTOUT EN EUROPE

Face à cette prise de conscience environnementale et lassés des injonctions à la surconsommation, les citoyens européens en appellent à une consommation plus responsable. Les Français vont jusqu'à soulever la question d'une autre consommation, mettant les entreprises face à leur nécessité d'innover. Entre empêcheuse de tourner en rond et esprit critique, la France apparaît ainsi comme un laboratoire privilégié de cette nécessaire transformation selon le cabinet GreenFlex en 2019.

**Le modèle de consommation est aussi fortement remis en question**

**80 %**

*des Européens aimeraient vivre demain dans une société où la consommation prend moins de place*

**50 %**

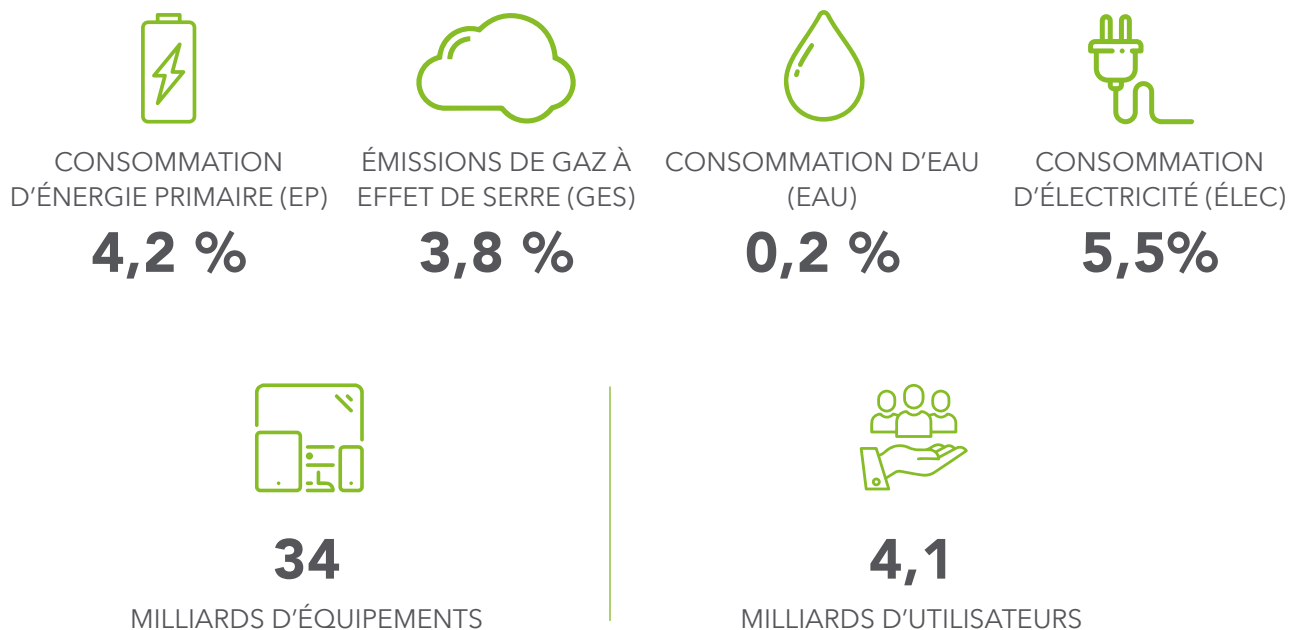
*considèrent qu'il faut complètement revoir notre modèle économique*

Selon la même étude Obs'COP 2019 menée par IPSOS, si près d'un tiers des répondants espèrent une solution contre le changement climatique provenant des innovations technologiques, une majorité d'entre eux (53 %) pensent que la lutte contre le changement climatique passe d'abord par un changement des modes de vie. 55 % des citoyens déclarent d'ailleurs avoir déjà changé de mode de vie et de consommation.

Certaines entreprises font leur part aussi à travers le mouvement « Make Friday Green Again ». Ce sont 200 marques françaises qui ont répondu à l'appel en 2019, s'engageant à refuser de participer à l'événement du « black Friday » et à communiquer en faveur d'une consommation raisonnée, durable et responsable.

Le mouvement avait été lancé en 2016 par l'enseigne outdoor Patagonia avec le slogan « 100 Percent Today, 1 Percent Every Day » à l'occasion du Black Friday.

**L'ÈRE DU DIGITAL, UN SUJET COMPLEXE PLEIN D'OPPORTUNITÉS ET DES LIMITES QUI S'ANNONCENT (SOURCE IT GREEN)**



À l'échelle planétaire, en 2019, le numérique est constitué de **34 milliards d'équipements pour 4,1 milliards d'utilisateurs**. La masse de cet univers numérique atteint **223 millions de tonnes, soit l'équivalent de 179 millions de voitures** (soit le parc automobile français).

**À l'échelle planétaire, en 2019, le numérique est constitué de 34 milliards d'équipements pour 4,1 milliards d'utilisateurs.** C'est aussi plus de 33 zettaoctets de données numériques qui ont été créées dans le monde en 2018, soit une hausse de 2,75 % en trois ans. Le numérique c'est aussi une empreinte sur l'humanité non négligeable avec 5,5 % de la consommation d'électricité dans le monde en 2019.

**Et cela ne va pas s'arrêter là.** L'univers numérique va grossir d'un facteur de 3 à 5 entre 2010 et 2025 pour atteindre 5,5 milliards d'utilisateurs ; selon l'IDC, les études prévoient aussi une montée en flèche continue, avec 2 142 zettabytes de data générées en 2035. En conséquence, le numérique passera d'une empreinte carbone sur l'humanité de 2,5 % à 6 % en 2025, la plus forte progression étant celle des gaz à effet de serre.

En réponse, les concepts de low-tech et d'écoconception digitale se développent, les entreprises multiplient les initiatives et innovent pour réduire leur impact environnemental lié au numérique. Les experts alertent sur la surconsommation digitale et certains manifestent contre la 5G.

Les consommateurs eux, alertent sur leur méfiance vis-à-vis de l'utilisation de toutes ces données [personnelles collectées], quand les marques s'interrogent, elles, sur le lien avec leurs clients à l'ère du digital.

«The Future of Customer Experience», publiée par Futurum Research et réalisée pour SAS, indique qu'en 2030, 67 % des interactions entre les marques et les consommateurs à l'aide d'appareils numériques (en ligne, mobiles, etc.) seront traitées par des machines intelligentes plutôt que par les intervenants humains d'aujourd'hui. Et 69 % des décisions lors des interactions clients seront prises par des machines intelligentes.

### **67 % des interactions avec les clients seront gérées par des machines intelligentes en 2030**

(« The Future of Customer Experience »)

Dans la région EMEA (Europe, Middle East, Afrique), **69 % des personnes interrogées sont préoccupées par la quantité de données que les marques recueillent auprès d'eux lorsqu'elles recherchent ou achètent un produit** et 67 % d'entre elles s'inquiètent de la façon dont les marques utilisent leurs données. Ce pourcentage est cependant moins élevé que l'ensemble des répondants dans le monde, qui sont 73 % à estimer que l'utilisation de leurs données personnelles est « hors de leur contrôle ».

### **73 % des répondants l'étude mondiale estiment que l'utilisation de leurs données personnelles est « hors de leur contrôle »**

(« The Future of Customer Experience »)

Il s'agit là d'un véritable enjeu pour les marques, qui s'efforcent de trouver un juste équilibre entre une expérience client basée sur la richesse des données utilisateurs collectées et le niveau de confiance du consommateur.

### **59 % des marques considèrent la sécurité des informations clients comme le facteur le plus déterminant pour offrir une expérience client de premier ordre**

Un autre défi auquel nous ferons face, au-delà de la collecte des données, est le stockage de toutes ces données. Même si le « Cloud », qui désigne une technologie de stockage de données illimitées et intitulé « nuage », il n'en est pas moins que ce « nuage » gloutonne en serveurs et en énergie ; cette technologie affiche aussi un enjeu de sécurité évident **selon une étude de 6 août 2019 du Cloud Security Alliance**. Cette dernière conseille à toutes les entreprises la **mise en place d'une stratégie de sécurité**.

### **Le cloud un enjeu de sécurité évident [à appréhender] selon une étude du 6 août 2019 du Cloud Security Alliance.**

## ACCROISSEMENT DES INÉGALITÉS, INÉGALITÉ DANS LA RÉPARTITION DES RICHESSES OU LES NOUVELLES INÉGALITÉS DU XXI<sup>E</sup> SIÈCLE

Selon le Programme des Nations Unies pour le développement (Pnud), une nouvelle génération d'inégalités [du XXI<sup>e</sup> siècle] voit le jour, autour de **l'éducation**, de la **transformation technologique** et des **changements climatiques**. Des bouleversements qui, faute d'être maîtrisés, pourraient déclencher une « nouvelle grande divergence » dans la société, sans pareille depuis la Révolution industrielle, prévient l'organe onusien [Novéthic, 7 janvier 2020].

**« L'accès à la santé, à l'éducation, aux nouvelles technologies, aux espaces verts et aux lieux non pollués est de plus en plus un indicateur de la répartition des chances et du bien-être entre les groupes de population, voire entre les pays », confirme Michelle Bachelet Jeria, haute-commissaire des Nations Unies aux droits de l'Homme.**

Au XX<sup>e</sup> siècle, les inégalités concernaient essentiellement les besoins fondamentaux, les revenus, l'accès à l'éducation et à la santé qui restent enracinés par le dérèglement climatique et les conflits violents. Aujourd'hui, nous assistons à une nouvelle génération d'inégalités reflet de notre société actuelle et qui modèlent la société de demain.

L'enquête menée en 2019 par le Global Positive Forum sur 21 000 citoyens du G20 montre elle aussi que la protection de **l'environnement** et l'accès à **l'éducation** arrivent en tête des problèmes les plus urgents à régler, aussi bien dans les pays développés qu'en voie de développement.

**L'environnement et l'accès à l'éducation arrivent en tête des problèmes les plus urgents à régler pour rétablir les égalités.**

Le Laboratoire sur les inégalités mondiales (World Inequality Lab, WIL) confirme, encore cette année, que les écarts se creusent à plusieurs niveaux entre les plus pauvres et les plus riches de la planète.

Le laboratoire précise que depuis 1980, le revenu moyen avant impôt des 50 % les moins riches a, en effet, augmenté de 37 % en Europe, alors qu'il a stagné aux États-Unis. À l'inverse, les 0,01 % d'Américains les plus riches ont vu leurs revenus bondir de 300 %, soit deux fois plus qu'en Europe. « *Les États-Unis échouent à faire progresser les revenus des plus modestes* ». Et ce, alors que la croissance économique y est plus dynamique que chez nous depuis trente ans.

Les états et les entreprises font ainsi ensemble face à un défi majeur : un nouvel équilibre économique qui préserve l'environnement et restaure les égalités grâce à une meilleure répartition des richesses et de la valeur.



## B. Des risques et des enjeux de société créateurs d'opportunités

Fin 2017, nous avons établi une analyse de matérialité qui nous a permis de diagnostiquer 15 enjeux sociétaux ; ces enjeux ont ensuite été évalués grâce à la consultation de nos parties prenantes, sur leur niveau de risque et d'opportunité.

Retrouvez la matrice matérialité de Oney ainsi que **la correspondance des enjeux, selon qu'ils soient des risques ou des opportunités, et l'engagement pris pour y répondre** en annexe du document. Ces engagements sont devant notre politique sociétale.



# 03 DESCRIPTION DES POLITIQUES APPLIQUÉES POUR GÉRER CES RISQUES

## A. Une politique sociétale confirmée

En 2019, nous avons confirmé notre politique sociétale forts des constats partagés autour de la prise de conscience massive des enjeux autour du dérèglement climatique, du changement de vie et de consommation qui s'opère, de l'accroissement des inégalités notamment professionnelles. La collecte et l'utilisation de la data est aussi un point de vigilance pour l'ensemble des entreprises.

***Une politique sociétale Oney pour « un monde plus juste, plus humain et plus durable » plus que jamais d'actualité !***

## B. Nos engagements pour «un monde plus juste, plus humain et plus durable»

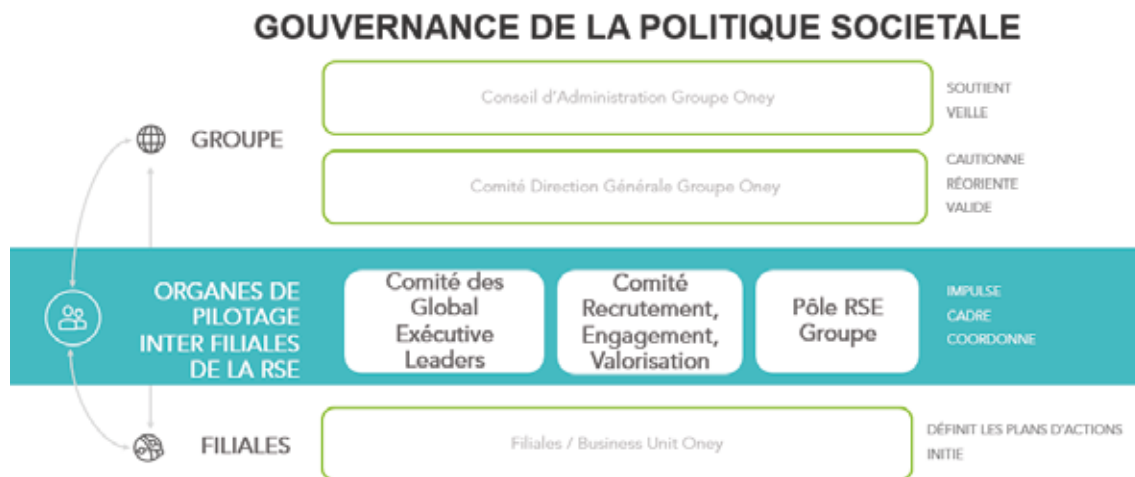
Nos 12 engagements constituent notre politique sociétale et sont organisés autour de 4 grands univers :

1. L'univers 1 concerne les engagements en faveur d'un monde plus juste pour les Hommes : **«Offrir un tremplin aux projets des Hommes qui nous entourent»**
  - **Engagement 1** : Favoriser le développement de Talents durables
  - **Engagement 2** : Faire vivre la diversité et l'égalité des chances
  - **Engagement 3** : Développer des solutions accessibles au plus grand nombre
2. L'univers 2 concerne les engagements en faveur d'un monde plus humain à l'ère de la digitalisation : **«Créer de la valeur humaine à travers notre transformation digitale»**
  - **Engagement 4** : faire du digital une source d'inclusion pour nos talents
  - **Engagement 5** : Placer le digital au service des relations humaines
  - **Engagement 6** : Partager la valeur générée par la data
3. L'univers 3 concerne les engagements en faveur d'un monde plus durable à l'ère de la surconsommation : **«Élaborer ensemble des formes de consommation plus raisonnées»**
  - **Engagement 7** : Agir et encourager nos parties prenantes à agir pour une consommation plus raisonnée
  - **Engagement 8** : Soutenir et promouvoir les acteurs d'une consommation raisonnée accessible à tous
  - **Engagement 9** : S'engager dans la voie de la neutralité carbone
4. L'univers 4 regroupe des **principes éthiques dans la conduite de nos activités**
  - **Principe 1** : Agir avec transparence
  - **Principe 2** : Agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques
  - **Principe 3** : Dialoguer et coconstruire avec nos parties prenantes

## C. Une gouvernance RSE pour une politique intégrée et une transformation durable

L'organisation du management de notre politique sociétale est le reflet de notre volonté d'intégrer nos engagements au cœur de nos métiers et notre stratégie.

Nous avons décidé en 2019 de créer une nouvelle Direction au sein du Comité de Direction du groupe, « Direction de la Transformation » qui intègre la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise. Cette décision reflète la volonté des dirigeants de Oney de faire de la RSE un vrai levier de transformation durable et responsable pour Oney.

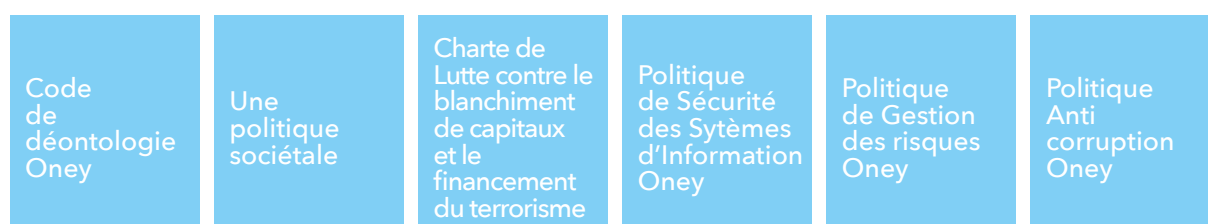


Au-delà des organes de décision stratégique tels que le Comité des Global Executive Leaders et le Comité REV (Recrutement, Engagement, Valorisation), le pôle RSE travaille étroitement avec les directions et fonctions support du groupe tel que la Direction des Ressources Humaines, La Direction des Systèmes d'Information et la Direction Financière.

## D. Le risque et la conformité, notre socle

Oney conduit ses activités dans un environnement en constante évolution, et est exposé à des risques qui, s'ils se matérialisent, pourraient avoir un effet défavorable sur ses activités, sa santé financière et extrafinancière et sa conformité. Pour prévenir et gérer les risques, et ancrer l'entreprise dans une démarche de conformité, l'entreprise s'appuie sur :

1. L'identification des risques opérationnels, de crédit, de gestion, juridique, et de marché et de société tel que le risque climatique.
2. Un comité Risques émanant du Conseil d'Administration et une Direction des Risques.
3. Des codes, des politiques, et des chartes internes



4. Des contrôles internes : les processus internes de contrôle mis en place ont pour objet de veiller à la réalisation des opérations et actes de gestion et de s'assurer que les comportements personnels s'inscrivent bien dans le cadre défini par la Direction générale, les lois internes (politiques, règlement interne, chartes...), les réglementations en vigueur, et les valeurs de Oney ;
5. Un système solide de prévention des impayés et du risque de surendettement. **Un système « socialement responsable » dans sa raison d'être pour Oney.**

Depuis sa création, la prévention des impayés et du surendettement pour ses clients est une activité au cœur des préoccupations de Oney et de ses stratégies. En nous assurant quotidiennement que l'octroi d'un financement est réaliste, que les échéances de crédit de nos clients sont payées à temps et en permettant à nos clients d'honorer leurs dettes, Oney contribue à une santé financière saine et sereine pour tous. Cette prévention permet de sécuriser un système complet allant de la santé financière de ses clients à celle de l'entreprise – l'une étant réciproquement liée à l'autre. Un véritable cercle vertueux responsable.

Une gestion responsable, humaine et imprégnée de prévention qui suit les trois étapes de financement d'un projet pour nos filiales France, Espagne, Portugal, Hongrie et Russie [pays pour lesquels le risque est porté par Oney] : l'octroi du financement, la gestion du financement, et (l'éventuelle) mise en recouvrement du financement.

Conscients des enjeux financiers et humains autour des situations d'impayés, toutes nos équipes au contact des clients sont formées à la détection des signes d'impayés, aux différentes réglementations, aux solutions et à adopter un discours adapté et juste dans le respect des clients. Qui plus est, la plupart des pays ont un numéro de téléphone dédié pour les clients en situation d'impayé afin d'avoir un interlocuteur expert.





Parts des encours sains

**78,9 %**

+0,3 pts vs 2018

Grâce à ces processus de prévention au bénéfice de la santé financière de nos clients, Oney a permis d'augmenter de 0,3 point son taux d'encours sains (78,9 % d'encours sains en 2019 soit +0,3 pts vs 2018\*)

En parallèle, nous notons que le nombre de clients déposant un premier dossier de surendettement a diminué de 11 % entre 2018 et 2019.



**-11 %**

vs 2018 de déclaration de dossiers  
de surendettement en France

***Oney en France renouvelle son partenariat d'avec l'association Crésus en 2019, partenariat établi depuis 2013. La vocation de Crésus est d'aider et d'accompagner les personnes en situation de fragilité économique en les préservant de l'isolement.***



# **04 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DE CES POLITIQUES, INCLUANT DES INDICATEURS DE PERFORMANCE**

2019 est la deuxième année d'exercice de notre politique sociétale. Nous partageons avec nos filiales les différents indicateurs de suivi et travaillons avec eux à la collecte et aux pilotages de la performance extrafinancière.

**De nouveaux indicateurs de pilotage de la performance en implémentation.  
Un changement culturel.**

## A. Actions/résultats en faveur d'un monde plus juste et des Hommes : « Offrir un tremplin aux projets des Hommes qui nous entourent »

« Face à la mutation des modèles économiques, les marchés émergents, et la révolution numérique, l'employabilité des salariés est devenue un enjeu majeur de responsabilité pour les entreprises. Chez Oney, nous nous inscrivons une démarche volontariste dans la définition des trajectoires de chacun de nos Talents. Nous sommes aussi conscients qu'il est important que nos talents se sentent "bien" avant tout chez Oney comme un préalable à toutes nos actions de développement et de formation. Oney est né pour apporter des solutions de financements aux projets de ses clients et partenaires, en cela nous sommes un tremplin pour nos clients ! Nous avons à cœur de réaffirmer cette mission originelle et de confirmer notre volonté d'être accessible au plus grand nombre en respectant chacun dans sa diversité et son mode de vie. »

### 1. PRÉSENTATION DU PROFIL DE L'EFFECTIF DE ONEY

#### EFFECTIF TOTAL

**2 597**  
TALENTS  
+ 3 % vs 2018

#### PARITÉ H/F

**65 %** DE FEMMES  
**35 %** D'HOMMES

#### PART DES CONTRATS CDI

**90 %**  
+1 pts vs 2018

#### TRANCHE D'ÂGE 36-50 ANS

**50 %**  
+0 pts vs 2018

#### EMBAUCHES CONTRATS CDI

**570**  
+10 % vs 2018 + 3 % vs 2018

#### DÉPARTS CONTRATS CDI

**520**  
+28 % vs 2018

Une année 2019 en développement pour Oney qui se concrétise par 570 embauches en CDI et une augmentation de 3% de ses effectifs. L'entreprise, implantée dans 11 pays, affiche un turn-over consolidé à 22.2% en 2019, soit + 5 pts par rapport à 2018. Cette augmentation est principalement portée par trois filiales la Roumanie, la Hongrie et la Russie, chacune présentant un marché du travail en expansion favorisant une forte mobilité des salariés dans ces pays.

- Le groupe a augmenté sa part des contrats permanents de 1 point en 2019 vs 2018 ; ces résultats positifs sont liés à des pratiques Ressources Humaines de recrutement et de fidélisation qui s'intensifient et se solidifient.
- Les effectifs de Oney vieillissent légèrement : la part des collaborateurs ayant 50 ans et plus, augmentent de 2 points pour atteindre 11% de l'effectif total.

## 2. DÉVELOPPER DES TALENTS DURABLES (ENGAGEMENT #1)



Heures de formation

**60 060 h**

-5 % vs 2018



Heures de formation  
par collaborateur

**25,44 h**

-3,5 vs 2018



Taux de formation

**1,4 %**

-0,1 vs 2018



**11**

collaborateurs Oney Russie ayant  
suivi une formation certifiante



**15**

collaborateurs Oney France ayant  
suivi une formation certifiante

Attentif à maintenir l'employabilité, Oney a toujours été vigilant à former ses collaborateurs dans une optique de développement des compétences pour aujourd'hui et pour demain. Lancée en 2018, la plateforme e-learning Oney Groupe est déployée en 2019 dans tous les pays afin de faciliter d'autant plus l'accès à la formation.

En 2019, les efforts et actions de formation ont été différents selon les pays, certains étant en mutation de modèle économique. En conséquence, le taux de formation est passé de 1,5 % à 1,4 % et le groupe Oney a maintenu à 25,5 h le nombre d'heures moyen de formation par collaborateur. La France et le Portugal ont fortement investi en formation en 2019 et la France continue d'encourager à la certification et à l'obtention de diplômes.

**100 % des collaborateurs de Oney ont accès à la plateforme e-learning « Oney Campus ».**

En 2019, les équipes Ressources Humaines Corporate ont continué d'animer les filiales autour de 4 axes : construire une entreprise dans laquelle chacun est libre de choisir de rester, construire une entreprise qui se donne les moyens d'être et d'agir dans un monde en mouvement, qui a un impact positif sur le monde, et construire une entreprise qui rassemble les Talents nécessaires à ses développements futurs. La première plateforme d'e-learning Oney est disponible pour l'ensemble des entités et collaborateurs de Oney. La plateforme disponible en 11 langues et donne accès à tous les pays à un contenu de formation internationale et leur donne la liberté de gérer leur contenu spécifique de formation. Un module de présentation de notre politique sociétale a d'ailleurs été implémenté en anglais.

## ZOOM sur

- > Les collaborateurs des équipes Corporate ont été invités à effectuer à une journée d'exploration professionnelle, afin de construire leur métier ou projet de demain.
- > Des collaborateurs des équipes Corporate et France ont été formés au « feed back ».
- > Les 11 filiales de Oney ont mis en place et lancé la plateforme « Campus », notre plateforme de digital learning. L'ensemble des Responsables Ressources Humaines des filiales de Oney ont été formés à l'utilisation de la plateforme Oney Campus et plus largement au « digital learning ».
- > Oney en Espagne lance « GoodHabit », plateforme complémentaire à Oney Campus de formations en ligne orientée sur le développement personnel mis à disposition des collaborateurs sans y avoir mis aucune limite en termes d'usage.
- > L'ensemble des Responsables Ressources Humaines des filiales de Oney ont été formés à l'utilisation de la plateforme Campus et plus largement au « digital learning ».
- > 6 managers de Oney au Portugal ont participé une formation de niveau Bac+5 qui permet de former les leaders du futur, les préparant à la transformation digitale et humaine en partenariat avec Nova SBE (Business School Portugaise).

### 3. BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL ET CONDITIONS DE TRAVAIL

Au-delà de l'employabilité de nos Talents, nous sommes convaincus que, pour qu'ils se développent dans les meilleures conditions, nous devons leur offrir un cadre de travail propice à l'épanouissement et un juste équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

À titre d'exemple, des chartes de flexibilité au travail ont été mises en place en Espagne, en Hongrie, Pologne, au Portugal et en France à travers le télétravail.

#### BAROMÈTRE INTERNE POUR MESURER LA SATISFACTION AU TRAVAIL DE NOS COLLABORATEURS

En 2019, nous avons mis en place un NPS collaborateurs. En effet, nous utilisons Supermood ([www.supermood.com](http://www.supermood.com)) pour prendre le pouls de notre entreprise et donner la parole à nos collaborateurs. Chaque entité du groupe s'engage à interroger régulièrement tous ces collaborateurs pour mesurer et mesurer l'engagement et mettre en place les actions nécessaires pour améliorer le bien-être au travail. En novembre 2019, la première enquête globale a été envoyée à tous les collaborateurs Oney. Un bel exemple de transparence et de transversalité !

À notre enquête globale annuelle 2019 et à la question : « J'aime travailler ici », Oney a obtenu le score de 4,1/5.



**4,1/5**

Note globale de satisfaction collaborateurs

**« J'aime travailler chez Oney »**

## ACCORDS COLLECTIFS CONCLUS DANS L'ENTREPRISE ET À LEURS IMPACTS SUR LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DE L'ENTREPRISE AINSI QUE SUR LES CONDITIONS DE TRAVAIL DES SALARIÉS

Le dialogue social n'a pas été évoqué comme un risque dans le cadre de notre diagnostic sociétal. Néanmoins certaines de nos entités ont des représentants du personnel et organisent un dialogue social. Oney est conscient qu'il est essentiel d'établir un dialogue régulier et constructif avec nos collaborateurs et ses représentants – ils sont la première partie prenante de notre entreprise !

Oney en France a aussi un accord en vigueur (2017-2019) sur l'égalité professionnelle entre les Hommes et les Femmes et la qualité de vie au travail. Cet accord réaffirme en préambule l'attachement de Oney aux principes de non-discrimination et d'égalité de traitement entre les hommes et les femmes, dénonce toute pratique discriminante envers un collaborateur de Oney. Cet accord affirme aussi sa volonté à préserver l'équilibre vie personnelle et vie professionnelle. Il sera retravaillé pour les années à venir.



92

réunions de représentation du personnel

Depuis 2019, L'Espagne est dorénavant soumise à l'élection de représentants du personnel et à la conduite de réunions avec ces derniers.

- **L'autre indicateur sur lequel l'ensemble des Directions des pays reste vigilant est le taux d'absentéisme comme un des signes du climat social.** Le taux d'absentéisme représente les absences pour maladie et augmente en 2019 vs 2018. La Roumanie et la Pologne affichent les taux les plus hauts (respectivement 8 % et 14 %). L'Italie et la Russie, a contrario, les taux les plus faibles avec respectivement 0,5 % et 1 %.
- **Nous accueillons aussi avec bienveillance les demandes de contrats à temps partiel** et nous pouvons être amenés à privilégier ce type de contrats tout en veillant à ne pas créer de précarité.



Taux d'absentéisme maladie

5 %

+1 pts vs 2018



Part des contrats à temps partiel

9 %

+2 pts vs 2018



## ZOOM sur

- > Les équipes Corporate de Oney dont les équipes dirigeantes ont été formées à la communication bienveillante.
- > Oney en France lance son premier forum santé autour du sommeil, le tabac, et la diététique.
- > Oney en France met en place une caisse de solidarité de congés payés cogérée avec le CSE (Comité Social et Économique).
- > Oney en France lance un partenariat avec la Ligue Contre le Cancer et propose 2 dispositifs pour aider au maintien et au retour à l'emploi pour les personnes souffrants d'un cancer.
- > Oney au Portugal est vigilant aux pratiques de non-discrimination et à titre d'exemple, en 2019 a recruté une personne en congé allaitement lui allouant 2 h de disponibilité par jour.

### 4. FAIRE VIVRE LA DIVERSITÉ ET L'ÉGALITÉ DES CHANCES (ENGAGEMENT #2)

Oney est convaincu que la diversité et l'égalité des chances sont une force pour l'entreprise, et aussi une responsabilité. Vigilante à progresser pour atteindre la parité dans ses instances de gouvernance, nous sommes fiers d'avoir des femmes dirigeantes de filiales de grands pays. Nous aimons donner sa chance à chacun de nos Talents en privilégiant dès que possible des recrutements internes sur des postes clés ou de nouveaux métiers. Parce que l'égalité des chances ne doit pas avoir de frontières, nous nous engageons aussi pour que des jeunes et personnes moins jeunes de nos territoires puissent avoir accès à l'emploi.

#### PARITÉ FEMMES/HOMMES DANS LES INSTANCES DE GOUVERNANCE

Oney est concerné et vigilant sur la parité Femmes/Hommes dans les instances de gouvernance et œuvre à améliorer les écarts sans pratiquer la discrimination positive. Concernant les comités de Direction des business units, si au global la part des femmes représente **46 %**, ce taux peut atteindre **100 %** en Hongrie, et **60 %** en Russie.

Le présent Conseil d'Administration de Oney respecte ainsi le principe de représentation équilibrée des hommes et des femmes en son sein ; il est composé de 4 femmes et de 6 hommes (10 membres au total), l'écart entre le nombre des administrateurs de chaque sexe n'étant pas supérieur à deux.



Parité managers

**54 % femmes**

+1 pts vs 2018

**46 % hommes**

-1 pts vs 2018v



Parité moyenne  
Comités de Direction

**46 % femmes**

+2 pts vs 2018

**54 % hommes**

-2 pts vs 2018



Parité Conseil  
d'Administration

**40 % femmes**

= 2018

**60 % hommes**

**ACTIONS EN FAVEUR DE L'INTÉGRATION DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP**

Tous les pays dans lesquels Oney est présent ne sont pas soumis à une obligation d'emploi de personnes en situation de handicap. Cependant nous veillons chaque année à faire progresser ce taux dans la mesure du possible.



**63**

Collaborateurs en situation de handicap

**ZOOM sur**

- > Oney en France est toujours partenaire de Compéthance. Compéthance est une entreprise de services numériques (ESN), agréée entreprise adaptée.
- > Oney en France organise une conférence pour tous ses collaborateurs autour de l'acceptation du handicap avec Cyril Moré. Cyril Moré est doublement champion aux jeux paralympiques à l'épée en individuel.

**ÉGALITÉ DES CHANCES GRÂCE À LA PROMOTION DE L'ASCENSEUR SOCIAL**

Nous sommes convaincus qu'une rencontre peut changer une vie, un coup de pouce un destin. Chacune de nos entités à travers sa politique de solidarité et de mécénat se concentre pour œuvrer localement afin d'aider des personnes en recherche d'emploi.

**ZOOM sur**

- > Oney en Italie poursuit son partenariat avec la IULM pour l'année 2019/2020 et finance ainsi une bourse d'études pour un étudiant.
- > Oney en Hongrie a accueilli 34 stagiaires ou étudiants pour des durées de contrats plus ou moins longues.
- > Oney en Italie, équipe de 14 personnes, désireux de participer à l'instruction et de partager les expertises a accueilli 5 élèves stagiaires.
- > Les équipes de Oney en Russie s'investissent pour l'orientation professionnelle des orphelins.
- > Oney partenaire en France de Nos quartiers ont du Talent a accompagné 10 jeunes d'études supérieures en 2019. L'association NQT accompagne individuellement et efficacement les jeunes diplômés vers l'emploi et l'alternance, en s'intégrant à la responsabilité sociétale des entreprises et à l'engagement des partenaires publics.

## ÉGALITÉ DES CHANCES GRÂCE À LA PROMOTION INTERNE : TAUX DE PROMOTION INTERNE DE NON-MANAGERS DEVENUS MANAGERS

En 2019, les réorganisations de certains pays tels que l'Espagne, ou encore la France, couplé à la création de Smartney nécessitant des compétences spécifiques a fait baisser le taux de promotion interne des managers. Ces pays sont allés chercher des compétences externes tout en veillant à encourager la mobilité.



Taux de promotion interne des managers

**37 %**

+5 pts vs 2018



Part de femmes dans les nouveaux managers

**48 %**

-3 pts vs 2018



Part d'hommes dans les nouveaux managers

**52 %**

+3 pts vs 2018

## 5. PROPOSER DES SOLUTIONS ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE (ENGAGEMENT #3)

Banque de commerçants, nous avons été créés pour répondre au plus grand nombre. Nous travaillons chaque jour, pour que chaque projet, chaque besoin de nos clients, dans tous leurs moments de vie, trouve une solution juste et adaptée.

Les évolutions du nombre de clients et de partenaires à + 1,5 % et +0,1 % sont les plus belles preuves sur notre capacité et agilité à trouver des solutions qui leur correspondent.

Fort de notre stratégie de développement à travers une politique de partenariats forts, nous avons **100** nouveaux partenaires commerçants dans le monde grâce notamment à notre offre de paiement fractionné «3x4x Oney». Nous avons aussi financé 3 milliards d'euros de projets de nos clients – soit une progression de **15 %** vs 2018 – toujours soucieux d'accompagner le plus grand nombre dans des besoins ou dans des projets de vie.



**7 700 000 clients**

1,5 % pts vs 2018



Nombre de partenaires commerçants

**500**

+25 % vs 2018



Nombre de nouveaux partenaires commerçants

**100**



Montant des projets clients financés

**3 milliards**

+9,4 % vs 2018



Montant des projets clients financés via nos partenaires

**1,9 milliards**

+12,5 % vs 2018

### ZOOM sur

- > Oney en Ukraine lance un programme intensif de formation «traitement des objections» pour l'ensemble de ses partenaires commerçants afin de les aider à mieux répondre aux demandes des clients.
- > Oney en Espagne lance le Prêt mini > un prêt personnel de 1000 € à 3000 € remboursable de 12 à 36 mois. Il répond à un besoin de trésorerie de nos clients.
- > Oney au Portugal propose la Solution «Lyberdade» qui permet de passer 120 à 150 mois de remboursement pour les clients en difficulté désireux afin d'alléger leurs dépenses mensuelles.

Nos clients sont divers et leurs situations aussi. Ainsi répondre au plus grand nombre, c'est aussi accompagner les clients en situation fragile. Pour cela, nous menons une politique responsable, humaine et solide de prévention des impayés (cf. chapitre 3) et annonçons une progression de la part des encours sains.



Parts des encours sains

**78,9 %**

+0,3 pts vs 2018

### ZOOM sur

- > Dorénavant tous les nouveaux produits d'assurance lancés en 2019 en Espagne peuvent être souscrits par les clients de plus de 18 ans jusqu'à 70 ans.
- > Dorénavant la souscription de la CARTE ALCAMPO PERSONNEL est totalement digitalisée dans l'intranet d'Auchan pour faciliter la demande accessible à tous.
- > Oney en Russie déploie des «Journées formation financière» pour les collaborateurs d'enseignes partenaires et pour ces clients. Ces cours d'apprentissage sont en ligne pour être accessible à tous.

## B. Actions/résultats en faveur d'un monde plus humain «Créer de la valeur humaine à travers notre transformation digitale»

### 1. FAIRE DE NOTRE TRANSFORMATION DIGITALE UNE SOURCE D'INCLUSION POUR NOS TALENTS (ENGAGEMENT #4)

Nous vivons dans un monde de plus en plus digitalisé. On annonce ainsi qu'en 2050, **50 %** des métiers seront remplacés par des robots ou des évolutions technologiques. Bien qu'il y ait une incertitude quant à la rapidité de ces changements, il est clair que les types d'emplois créés ne sont pas les mêmes que ceux qui seront perdus. Conscients que ces mouvements vont vite, nous veillons à anticiper et intégrer les évolutions digitales et technologiques dans nos métiers afin de développer l'employabilité de nos Talents.

Pour cela un de nos axes de travail a été de développer le travail collaboratif grâce à un outil externe «TEAM'S». Dès 2019 toutes les unités business en activité durant 2019 et ayant des collaborateurs ont déployé TEAM's. Outil international, nous allons encourager son utilisation grâce à des actions de formation et de sensibilisation en 2020.

#### TAUX D'UTILISATION TEAMS

**39,6 %**

Moyenne 2019 d'utilisation de l'outil collaboratif Teams

#### IMPLANTATION

**100 %  
10 entités**

ont installé Teams



#### ZOOM sur

- > Lancement de l'outil Microsoft Team's dans toutes nos entités pour développer le travail collaboratif.
- > Le lancement de la plateforme d'e-learning dans toutes les filiales de Oney.

### 2. PLACER LE DIGITAL AU SERVICE DE L'AMÉLIORATION DES RELATIONS HUMAINES AVEC NOS CLIENTS ET PARTENAIRES (ENGAGEMENT #5)

Nous nous réinventons chaque jour pour proposer des services innovants, et cultiver des relations humaines et de confiance, car nous avons la conviction que la qualité de la relation humaine sera le facteur de différenciation le plus important.

Nous sommes attentifs pour cela à ce que nous disent nos clients, et nous suivons dans la plupart de nos pays le taux de satisfaction client mesuré. Un de nos axes de travail qui reste à mener est d'harmoniser l'outil de mesure et les référentiels.

#### NPS FRANCE

**62,2**

+6 pts vs 2018

#### NPS ESPAGNE

**34**

+22 pts vs 2018

#### NPS PORTUGAL

**52,1**

+12 pts vs 2018

- Les pays œuvrent à digitaliser leur parcours afin de le rendre accessible au plus grand nombre et en toute autonomie pour les clients. En conséquence, le nombre de relevés de financement augmente de 9 % entre 2018 et 2019.



Relevés électroniques envoyés

**+ 5 %** vs 2018

## ZOOM sur

- > Les équipes de Oney en Espagne et au Portugal lancent le chatbot client pour une relation client « augmentée ». Le canal comptabilise 350 interactions par jour avec un taux de « match » entre questions et réponses de 95,6 %.
- > Oney Espagne lance une étude client spécifique pour ses clients 3x4x Oney afin de mieux les servir et définir le meilleur parcours digital.
- > Oney en Italie coconstruit sa nouvelle plateforme de Datasharing 2.0 avec ses clients utilisateurs afin que celle-ci soit la plus facile à utiliser possible, et exploitables par tous, quel que soit leur niveau de familiarité avec la data.
- > Oney en Espagne digitalise entièrement l'adhésion de la carte Norauto Oney.
- > La satisfaction client est mesurée via un questionnaire en ligne et animée chaque trimestre en Réunion Collaborateurs au Portugal, avec un lien direct sur la rémunération de chaque collaborateur.
- > Oney en Espagne atteint ses objectifs de satisfaction client ambitieux en 2019 grâce à des analyses fines des questionnaires en ligne et une ambition partagée rémunérée.
- > L'ensemble des équipes Corporate de Oney ont participé à des écoutes actives des clients français et sont allés à leur rencontre dans les magasins partenaires.
- > Connaître nos clients ! Oney en France développe les écoutes clients et propose à l'ensemble de ces collaborateurs de rappeler les clients qui n'ont pas été satisfaits de la relation qu'ils ont eue avec Oney.

### 3. PARTAGER LA VALEUR GÉNÉRÉE PAR LA DATA (ENGAGEMENT #6)

À travers notre activité, nous traitons chaque jour énormément de données. Depuis de nombreuses années, nous attachons une importance particulière au traitement de ces données [numériques ou non] afin de garantir intégrité et sécurité. Nous en avons fait une question de confiance au-delà de la réglementation.

Engagement de notre politique sociétale écrite en 2018, nous mettons tout en œuvre pour apporter des éléments de mesure à nos parties prenantes sans avoir priorisé le sujet en 2019 face à l'ensemble de nos enjeux.



## C. Actions/résultats en faveur d'un monde plus durable «élaborer ensemble de nouvelles formes de consommation plus raisonnée»

« Un rapport de l'ONU avertit que si la croissance mondiale reste aussi gourmande en matières premières, leur consommation triplera d'ici à 2050 alors que notre planète ne suffit déjà plus à subvenir à nos besoins. Au cœur de toutes les préoccupations et face à cet enjeu de société, nous voulons anticiper les modes de vie de demain et nous engager pour une consommation plus raisonnée. Pour cela, nous voulons anticiper les modes de vie de demain et nous engager pour une consommation plus raisonnée. Nous voulons encourager ces nouveaux modes de consommation à travers nos offres et nos services, nos partenariats, et nos comportements. Concernés en premier lieu, nous allons agir sur nos propres consommations. »

### 1. AGIR ET ENCOURAGER NOS PARTIES PRENANTES À AGIR POUR UNE CONSOMMATION RAISONNÉE (ENGAGEMENT #7)

Nos offres et nos services sont notre moteur et sont au cœur de notre modèle de création de valeur pour la société. Si nous souhaitons avoir un impact positif fort sur la société, nous savons que cela passera par le pouvoir de nos offres et nos services qui touchent plus de 7 millions de clients. Pour cela, nous œuvrons depuis 2019 à développer des produits et services qui incitent et encouragent nos clients à adopter une consommation et un usage durable et plus qualitatif.

À travers nos offres et nos services, nous souhaitons impulser une consommation raisonnée et nous savons que cela est une démarche d'innovation et d'amélioration continue.



#### ZOOM sur

- > Les équipes de Oney au Portugal intègrent un nouveau partenaire pour le dispositif 3x4x Oney, Sapato Verde, premier site de chaussures vegan au Portugal.
- > Oney a proposé pendant le mois gratuit sur l'offre 3x4x Oney pour tous les produits à faible consommation énergétique avec notre partenaire italien ePrice.
- > Oney en France lance la Garantie vélo électrique Norauto et Altermove.
- > Oney en Espagne lance l'assurance « Mobile Protect » pour sécuriser l'utilisation des téléphones mobiles et allonger leur durée de vie.
- > Oney Corporate lance le module e-learning « zéro déchets » en collaboration avec l'université des colibris.
- > Les équipes de Oney en Roumanie twittent des conseils malins pour un « shopping intelligent et durable ».
- > Oney en Roumanie lance le crédit à taux 0 pour tous les achats de moyens de transport électrique.
- > Oney en France lance le prêt personnel « Reforest'Action ». Pour chaque prêt personnel ouvert, Oney s'engage à planter un arbre.
- > Les équipes Corporate ont été sensibilisées au « programme zéro déchet » via 2 conférences et des ateliers.

## 2. SOUTENIR ET PROMOUVOIR LES ACTEURS D'UNE CONSOMMATION RAISONNÉE ACCESSIBLE À TOUS (ENGAGEMENT #8)

Forts de nos nouvelles ambitions sociétales et par ce qu'ils n'existent pas toujours, nous voulons soutenir les acteurs des nouveaux modes de consommation plus respectueuse de la planète et de ses ressources à travers une politique de mécénat volontariste. Nous souhaitons aussi agir et soutenir ceux qui réparent les impacts d'une consommation excessive.

### ZOOM sur

- > Oney en Espagne soutient l'association «Cruz Roja» pour la campagne «Desayunos y Meriendas con Corazón» avec Alcampo et Ceetrus. L'objectif était de collecter des aliments et fonds pour les familles moins favorisées.
- > Oney, partenaire pour la 2e année de l'association World Clean Up Day. 150 collaborateurs ont participé au World Clean Up Day dans 4 pays.
- > Oney au Portugal organise des Séances de débriefing avec l'association Quercus sur le recyclage, la réutilisation, l'économie circulaire et les bonnes pratiques environnementales
- > Oney en France, en partenariat avec des magasins Leroy Merlin du Nord, offrait aux restos du cœur 1 € par dossier de financement réalisé. 5244 € ont ainsi été reversés à l'association.
- > 2 collectes de vêtements en France au bénéfice de l'association «La cravate Solidaire» ont permis de récolter plus de 50 kg de vêtements en parfait état.

## 3. S'ENGAGER DANS LA VOIE DE LA NEUTRALITÉ CARBONE ET PRÉSERVER LES RESSOURCES (ENGAGEMENT #9)

Nous évoluons au cœur de la société de consommation, et nous sommes conscients des effets négatifs de la surconsommation ou d'une consommation irraisonnée. Ainsi, nous souhaitons agir à notre niveau et devenir raisonnables pour nos propres consommations. Conscients d'un impact de nos activités digitales, de nos consommations de papier, et de nos déplacements, nous mettons tout en œuvre pour mesurer nos effets et commençons à agir à notre échelle.

### CONSOMMATION DE PAPIER

Investis depuis plusieurs années pour avoir une utilisation raisonnée du papier pour notre activité, notre consommation globale en kilogrammes de papier diminue chaque année. Elle a diminué de 12 % entre 2018 et 2019, passant de 396 tonnes de papier utilisé en 2018 à 348 tonnes en 2019 et cela malgré une hausse de notre activité économique. Cela est le fruit du travail des filiales à digitaliser les parcours des clients et veiller à optimiser l'utilisation du papier.

Une consommation en recul enregistrée dans tous les pays, sauf en Ukraine.



Consommation de papier

**348 tonnes**

-12 % vs 2018



Tonnes de papier recyclé

**48 tonnes**

+8 % vs 2018

Cette baisse constante d'année en année est obtenue grâce à des actions de sensibilisation interne auprès des collaborateurs, la priorité mise sur le traitement des données en version digitale (dématérialisation des correspondances, bulletins de salaire non imprimés dans certains pays) et un paramétrage des imprimantes respectueux de l'environnement.

L'autre facteur de réduction de la consommation est le développement des relevés de comptes électroniques. Plus de **27 millions d'e-relevés** de compte ont été envoyés pour le Groupe Oney en 2019 (+5 % vs 2018). La Hongrie a démarré ce mode d'envoi en 2017 et continue d'afficher une croissance avec une progression de 32 %. Hausse modérée dans certains pays ayant limité les envois de relevés de comptes électroniques aux clients actifs ou ayant des comptes ouverts pour éviter des envois d'e-relevés inutiles – démarche complémentaire respectueuse de l'environnement.

Oney mène également des actions autour du recyclage du papier utilisé dans nos filiales. En 2019, **48 tonnes** de papiers ont été recyclées. Les progressions sont variables selon les pays et leur niveau de maturité sur le sujet au-delà de toutes les actions de sensibilisation. À noter aussi que Oney à Malte recycle dorénavant ses papiers grâce au service public, mais en conséquence ne peut plus les comptabiliser. Nous savons aussi que le meilleur déchet est celui que nous ne produisons pas. Ainsi nous sommes fiers de constater sur certains pays que le volume diminue, car ils ont utilisé moins de papier à la source.

## CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ DE NOS BÂTIMENTS

Dans certains pays, les collaborateurs de Oney ne se situent pas dans des locaux Oney, mais au sein des enseignes partenaires, ce qui est le cas de la Hongrie, la Roumanie, l'Ukraine et de la Russie. D'autres pays sont dans un système de location et pour lesquels la consommation d'électricité est comprise dans les charges sans possibilité d'avoir la consommation qui leur est due, ce qui est le cas de Oneytrust. Notre consommation d'électricité 2019 concerne ainsi les filiales de Oney en France, Italie, Oneytrust, Smartney, Russie, Espagne, Malte et Portugal et la Pologne.

Sensible à ne pas gaspiller les énergies, Oney sensibilise les équipes à adopter des comportements responsables quant à l'utilisation des appareils et des lumières. Ces actions de sensibilisation, couplées à une augmentation de la densité de nos bâtiments, ont permis de baisser de **21 %** la consommation d'électricité en kWh par effectif moyen et par an entre 2018 et 2019. Cette baisse s'explique en partie par un changement de périmètre environnemental qui inclut en 2019 Smartney, Oney en Pologne, et Oneytrust et vient faire croître plus largement l'effectif moyen – et exclut la Chine des données 2018 et 2019.



Consommation  
de papier

**347 889 kg**

-12 % vs 2018



Consommation  
d'électricité bâtiments

**2 452 340 Kwh**

+5 % vs 2018



Kg de papier  
pour 1 000 € PNB

**0,78 kg**

-4 % vs 2018



Kwh par effectif

**1 117 Kwh**

-21 % vs 2018

**Oney continue d'être vigilant et de toujours progresser pour une consommation raisonnée de l'énergie.**

- Nos émissions de Tonnes de CO2 liées à la consommation d'électricité de nos bâtiments a augmenté entre 2018 et 2019 de 18% pour atteindre 416Teq CO2. Cette augmentation est due à un changement de périmètre d'analyse par rapport à 2018. En effet, les deux entités polonaises (Oney Polska et Smartney) ainsi que Oney Trust ont été intégrées depuis 2019 dans les consommations d'électricité. A périmètre identique nous avons émis 359 TeqCO2 en 2019 ce qui correspond à une augmentation de 1.6% par rapport à 2018.
- A noter que pour 2018 et 2019 la Hongrie, la Roumanie et l'Ukraine n'ont pas été consolidés dans la consommation d'électricité, les locaux étant situés chez les partenaires.



**416 tonnes eq CO2**

Liées à la consommation d'électricité  
de nos bâtiments



**ZOOM sur**

- > Oney en Espagne et en Russie lance des mini Ecoparc pour le recyclage des bouchons, bouteilles et des sacs plastiques ; et un partenariat a été mis en place en Espagne avec Papeles Cruz pour le recyclage du papier du bureau.
- > Oney en France supprime tous les gobelets en plastique et récupère les emballages plastiques.
- > Oney au Portugal a mis en place des workshops avec l'association Quercus (une association environnementale portugaise) pour promouvoir le recyclage. Quercus a lancé une nouvelle app, Wasteapp qui aide à organiser son recyclage.
- > Oney en Hongrie lance l'opération « Plastic Free July ».
- > Oney en France organise une journée annuelle de sensibilisation au tri et à la réduction des déchets.
- > Oney et ses filiales effectuent leur premier Bilan Carbone.
- > Oney en Italie soutient l'association Legambiente qui réhabilite les parcs abandonnés ; les équipes ont consacré 1 journée au ramassage et au tri des déchets du parc de leur quartier.

## D. Actions en faveur de l'éthique dans la conduite de nos activités

Forts de nos engagements opérationnels envers la société, nous avons complété nos engagements avec des principes éthiques qui vont guider nos actions au quotidien.

### 1. AGIR AVEC TRANSPARENCE (PRINCIPE #1)

Agir avec transparence pour Oney c'est avoir la volonté que chacune de nos parties prenantes comprenne notre projet d'entreprise et nos décisions. Nous serons exigeants envers nous-mêmes pour donner du sens dans le respect de l'intérêt de nos parties prenantes et celui de l'entreprise.



#### ZOOM sur

- > Oney en Espagne organise sa communication autour de rituels : présentations d'étape de la stratégie, «Straight Talks», and «Quarterly Results Meeting».
- > Oney en Espagne lance les boîtes à idées et questions ainsi que «Info Live». Les collaborateurs peuvent aborder n'importe quelle question directement avec l'équipe des Ressources Humaines et managériale.
- > Tous les trimestres, une réunion d'étape de la stratégie de Oney Groupe est organisée par la Direction Générale du Groupe pour les équipes Corporate, intitulée «What's Up ?».

## 2. AGIR AVEC INTÉGRITÉ ET DANS LE RESPECT DE NOTRE CODE DE CONDUITE ÉTHIQUE (PRINCIPE #2)

### PARTAGER NOTRE POLITIQUE SOCIÉTALE ET NOS ENGAGEMENTS

Notre politique sociétale est considérée comme un élément de notre conduite des affaires. Cela guide nos décisions de façon à respecter ce que nous avons écrit et ce sur quoi nous nous sommes engagés. Pour cela, il est important que l'ensemble des collaborateurs en ait connaissance. La plateforme Oney Campus [plateforme Oney de Formation] accueille dorénavant notre politique sociétale accessible à l'ensemble des collaborateurs du Groupe et chaque nouvel arrivant est invité à la découvrir.



## 4 présentations

de la politique sociétale en Comité  
de Direction au Portugal

## 1 séminaire

sur la politique sociétale  
en Italie

### ACTIONS EN FAVEUR DE LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

Oney s'est engagé en faveur de la lutte contre la corruption avant la loi SAPIN II. Oney dispose depuis plusieurs années d'une pratique de bonne conduite vis-à-vis de la corruption : mention dans le règlement intérieur, dans le code de déontologie, et possibilité offerte aux collaborateurs de signaler tout agissement contraire à la lutte contre la corruption, et enfin une charte achats.

À l'occasion de la loi SAPIN II, la Direction Risque du Groupe Oney renforce le dispositif anticorruption. L'équipe actualise et complète le guide anticorruption qui détaille les bonnes pratiques pour les fonctions exposées en renforçant les exigences. Ces mêmes fonctions exposées sont formées par des experts externes. Les fonctions moins exposées étant formées par des dispositifs internes. Enfin, La Direction Risque du Groupe Oney renforce les mesures et les contrôles sur la lutte anticorruption auprès de toutes les Directions impactées des pays par le risque de corruption. Pour aller plus loin dans une démarche volontariste, Oney a fait le choix de contrôler la pertinence des dispositifs déclinés dans les entités du groupe et leur respect des exigences ; une majorité a été auditée, et les plans d'action associés sont en cours.

Afin d'avoir une démarche globale et harmonisée et compléter nos actions, la Direction des risques affine la granularité des risques de corruption dans la cartographie des risques élaborée avec les entités de Oney. Oney s'est doté d'un outil accessible par l'ensemble des entités de « due diligence » ; cet outil permet de vérifier l'état anticorruption de nos partenaires actuels et futurs.

Nous sommes dans une démarche d'amélioration continue et de concrétisations des plans d'action. Nous réfléchissons aussi à des indicateurs de mesure concrets fiables et spécifiques.



### ZOOM sur

- > Oney en Espagne crée un protocole de prévention du harcèlement sur le lieu de travail. Ce protocole a été communiqué à tous les employés, ainsi qu'un canal de plaintes pour signaler à l'entreprise d'éventuelles situations de harcèlement de manière confidentielle.
- > Toutes les formations obligatoires dont la lutte contre le blanchiment d'argent, le terrorisme, et l'anticorruption sont disponibles sur la plateforme « Campus » de Oney, avec un quizz (discriminant) de vérification des connaissances.

## PRINCIPES DE VIGILANCE CONTRE L'ÉVASION FISCALE

Notre activité ne nous expose pas fortement à des risques d'évasion fiscale, Oney n'a aucune activité dans un pays non coopératif (liste OCDE).

Oney implanté commercialement dans 11 pays (dont 9 pays de l'Union européenne), contribue à ses devoirs d'entreprise en payant ses taxes et impôts dans les pays dans lesquels Oney opère, et en recrutant localement. Pour plus d'informations, consultez notre rapport financier sur Oney.com.



**11 600 000 €**

Montant des impôts 2019

## 3. DIALOGUER ET COCONSTRUIRE AVEC NOS PARTIES PRENANTES (PRINCIPE #3)



### ZOOM sur

- > Oney Insurance à Malte a interrogé les personnes assurées pour recueillir leurs avis sur l'Assurance des Emprunteurs du prêt consommation.
- > Oney Data en Italie coconstruit sa nouvelle plateforme avec son partenaire et ses clients finaux.
- > Les équipes de Oney en France ont invité des clients à tester les nouvelles fonctionnalités de leurs produits et services.
- > Oney au Portugal accueille 51 clients lors de 2 journées « Open Day Oney ». Résultat, 40 contrats de prêt personnel ont été signés !





# 05NOTES

(\*) Aussi, les chiffres concernant la Production totale de solutions de financements accordés à nos clients, la Production totale de solutions de financements accordés à nos clients via nos partenaires, les pays d'implantation et le nombre de clients concernent les activités poursuivies et contrôlées.

(\*) Enfin, le nombre de collaborateurs dans le modèle d'affaires représente l'ensemble des collaborateurs incluant les entités créées en 2018 et poursuivies en 2019. L'effectif annoncé dans la partie « Résultat des politiques » du rapport comprend uniquement les effectifs des activités actives et ouvertes toute l'année 2018 dont la Chine et hors ICI.



## 06 GLOSSAIRE ET DÉFINITIONS

## C

**Consommation papier (en kg) :** consommation en kilogramme de papier prenant en compte les papiers utilisés pour les impressions internes, les courriers de gestions et courriers commerciaux adressés à nos clients et partenaires par les entités Oney.

**Consommation d'électricité des bâtiments (en kWh) :** Consommation d'électricité des lieux de travail des entités de Oney exprimée en kWh. Lorsqu'un site est inclus dans un hypermarché ou une galerie, les consommations ne sont pas disponibles. Ce qui est le cas pour la Roumanie, l'Ukraine, la Hongrie. Lorsqu'un site est locataire (Oneytrust et Oney en Pologne), les consommations d'électricité sont incluses dans les charges et peuvent ne pas être communiquées aux locataires individuellement. L'indicateur Consommation d'électricité des buildings ainsi est limité à une partie de l'effectif, car il y a une exclusion de Oney en Hongrie, en Roumanie, et en Ukraine. La consommation d'énergie des data centers n'est pas incluse. Pour l'Espagne, ce sont des consommations s'arrêtant au 19 décembre.

## K

**kWh par effectif par an :** cela représente la consommation d'électricité des lieux de travail des entités de Oney exprimées en kWh divisée par le nombre moyen de collaborateurs présent durant la période de reporting. L'indicateur Consommation d'électricité des buildings ainsi est limité à 74 % des effectifs, car il y a une exclusion de la Hongrie, la Pologne, la Roumanie, l'entité OneyTrust et l'Ukraine.

## L

**Licenciement :** le nombre de licenciements de l'entreprise, quel que soit le motif et le type de contrat, durant la période de reporting.

**Montant des projets clients financés :** ce montant correspond à la Production totale de solutions de financements accordés à nos clients durant la période de reporting. Voir définition.

**Montant des projets clients financés via nos partenaires :** ce montant correspond à la Production totale de solutions de financements accordés aux clients via nos partenaires durant la période de reporting. Voir définition.

## N

**NPS : Net Promoter Score.** Le Net Promoter Score est un outil de gestion utilisé pour évaluer la satisfaction et la fidélité des relations de nos clients envers notre entreprise. Questionnaire de satisfaction personnalisé comprenant la question NPS : \* « Recommanderiez-vous notre marque à vos amis et collègues ? ». La note donnée par le client suite à cette question permet de déterminer s'il est un : Promoteur (note de 9 ou 10)/Passif (note de 7 ou 8)/Détracteur (notes de 0 à 6). Le Net Promoter Score global, qui est un score entre -100 et +100, est ensuite calculé de la manière suivante : (% de promoteurs) - (% de Détracteurs) = NPS.



## P

**Part des contrats CDI :** il s'agit de la part des contrats à durée indéterminée sur l'ensemble des contrats présents chez Oney (contrats à durée indéterminée plus les contrats à durée déterminée).

**Part des femmes dans les nouveaux managers :** ce taux mesure la part des femmes dans les recrutements de managers durant la période de reporting. Il se calcule en divisant le nombre de nouveaux managers femmes par le nombre total de nouveaux managers (managers recrutés en externe + managers promus en interne).

**Taux de promotion interne des managers des hommes :** ce taux mesure la part des hommes dans les recrutements de managers durant la période de reporting. Il se calcule en divisant le nombre de nouveaux managers hommes par le nombre total de nouveaux managers (managers recrutés en externe + managers promus en interne).

**Production totale de solutions de financements :** Le montant total des financements accordés aux clients. Ce montant n'intègre pas les paiements comptants. Pour donner suite à un changement de méthode de comptabilisation, la production de 2018 a été retraitée pour être comparable à celle de 2019.

**Production totale de solutions de financements générée via nos partenaires :** Le montant total des financements accordés aux clients via nos partenaires commerçants. Ce montant n'intègre pas les paiements comptants ni les montants des financements additionnels (cross sell).

**\*Part des encours sains :** cette part représente la part des crédits en cours dus par nos clients sans impayés sur l'ensemble des crédits en cours dus par nos clients. Il se calcule en divisant la part des crédits en cours dus par nos clients sans impayés sur le montant total des crédits en cours dus par nos clients. Pour donner suite à un changement de méthode de comptabilisation, les encours communiqués pour 2019 et 2018 (pour la comparaison) sont ceux issus du document de référence de Oney.

## R

**Ratio kg de papier pour 1000 € de PNB généré :** ce ratio représente la consommation de papier utilisée pour générer 1000 € de PNB. Il se calcule en divisant la consommation totale de papier en kg par le PNB en €.

**Résultat net :** Le résultat net correspond à valeur financière que Oney a réellement gagné. Il se compose des résultats d'exploitation, financiers et exceptionnels, auxquels il faut retirer les impôts. Ce résultat évalue la santé financière de l'entreprise. Un résultat net positif est un bénéfice qu'une entreprise peut distribuer aux actionnaires sous forme de dividendes ou le mettre en réserve. Un résultat net négatif est un déficit qui impacte négativement la réserve et la valeur de l'entreprise.

## T

**Turn-over :** le turn-over est calculé en divisant le nombre de personnes en contrat à durée indéterminée ayant quitté l'entreprise sur la moyenne des personnes en contrat à durée indéterminée présent dans l'entreprise durant l'année du reporting.

**Totale des heures de formation :** nombre total des heures de formation dispensées aux collaborateurs, quel que soit le mode et type de formation (présentiel, e-learning...). Les heures réelles de formation ont été prises en compte concernant les formations e-learning.

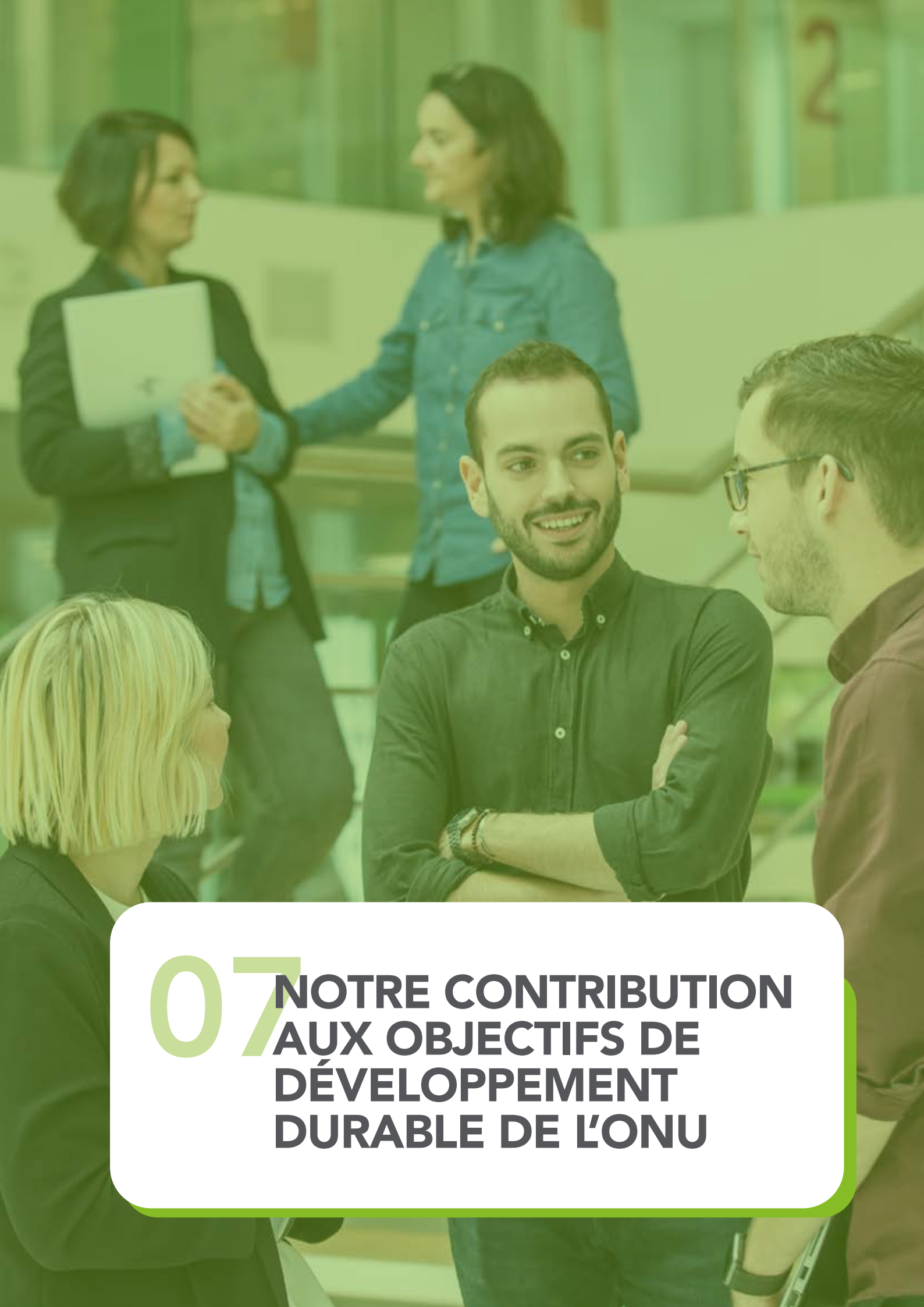
**Taux de formation :** le taux de formation représente la part du temps alloué à la formation sur le temps total de travail réellement effectué pour l'ensemble des collaborateurs de Oney. Il se calcule en divisant le nombre d'heures totales de formation par le nombre total d'heures réellement travaillé.

**Taux d'absentéisme :** c'est le taux d'absentéisme pour maladie. Il est calculé en divisant le nombre d'heures totales d'arrêt pour maladie sur le nombre d'heures totales théoriquement travaillées.

**Taux de promotion interne des managers :** ce taux mesure la part des nouveaux managers issus d'une promotion interne. Il se calcule en divisant le nombre de nouveaux managers issus d'une promotion interne par le nombre total de nouveaux managers (managers recrutés en externe + managers promus en interne).

## V

**Volume de papier usagé recyclé (en kg) :** volume de papier à usage interne qui a été trié et mis dans une poubelle à destination du recyclage. Les 12 business Units intégrées à ce jour ont mis en place le tri sélectif du papier mis à part Oney en Roumanie, Pologne et Malte et l'Italie qui sont exclues du volume total en 2019, car ils ne comptabilisent pas les volumes collectés.



# 07 **NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU**



## Les objectifs de Développement Durable des Nations Unies

**PRINCIPE D'ACTION 1 : AGIR AVEC TRANSPARENCE**



**PRINCIPE D'ACTION 2 : AGIR AVEC INTÉGRITÉ  
ET DANS LE RESPECT DE NOS PRINCIPES ÉTHIQUES**



**PRINCIPE D'ACTION 3 : DIALOGUER ET COCONSTRUIRE  
AVEC NOS PARTIES PRENANTES**



**ENGAGEMENT 1 : FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT  
DE TALENTS DURABLES**



**ENGAGEMENT 2 : FAIRE VIVRE LA DIVERSITÉ ET L'ÉGALITÉ  
DES CHANCES**



**ENGAGEMENT 3 : DÉVELOPPER DES SOLUTIONS  
ACCESSIBLES AU PLUS GRAND NOMBRE**



**ENGAGEMENT 4 : FAIRE DU DIGITAL UNE SOURCE  
D'INCLUSION POUR NOS TALENTS**



**ENGAGEMENT 5 : PLACER LE DIGITAL AU SERVICE  
DES RELATIONS HUMAINES**



## Les objectifs de Développement Durable des Nations Unies

**ENGAGEMENT 6 : PARTAGER LA VALEUR GÉNÉRÉE PAR LA DATA**



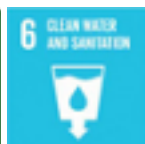
**ENGAGEMENT 7 : AGIR ET ENCOURAGER NOS PARTIES PRENANTES À AGIR POUR UNE CONSOMMATION PLUS RAISONNÉE**

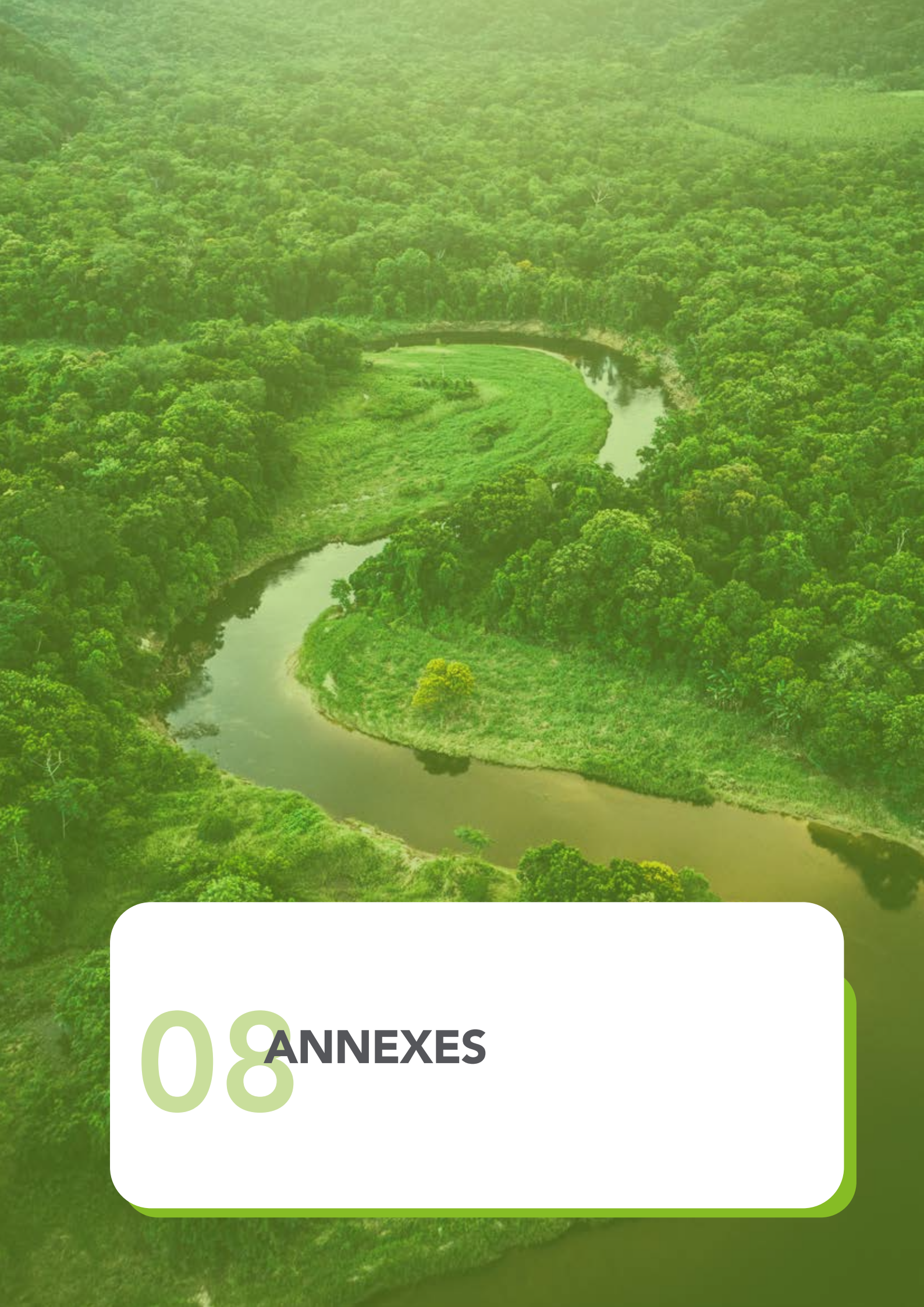


**ENGAGEMENT 8 : SOUTENIR ET PROMOUVOIR LES ACTEURS D'UNE CONSOMMATION RAISONNÉE ACCESSIBLE À TOUS**



**ENGAGEMENT 9 : S'ENGAGER DANS LA VOIE DE LA NEUTRALITÉ CARBONE**



An aerial photograph of a river meandering through a lush, dense green forest. The river is a light brown color, contrasting with the vibrant green of the surrounding trees and grassy banks. The forest appears to be a tropical or subtropical rainforest, with a thick canopy of various shades of green. The river's path is S-shaped, creating a focal point in the landscape.

# 08 ANNEXES



## Analyse de matérialité de Oney



Retrouver ci-dessous la correspondance des enjeux, selon qu'ils soient des risques ou des opportunités, et l'engagement pris pour y répondre.

|                | ENJEU                                                                          | NOS ENGAGEMENTS<br>POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX                                                                                                                                                                                              |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Enjeu#1</b> | Éthique et intégrité dans la conduite des affaires                             | > <b>principe d'action 2</b> : agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques                                                                                                                                          |
| <b>Enjeu#2</b> | Gouvernance                                                                    | > <b>principe d'action 1</b> : agir avec transparence<br>> <b>principe d'action 3</b> : dialoguer et coconstruire avec nos parties prenantes                                                                                             |
| <b>Enjeu#3</b> | Création de valeur économique sociale durable                                  | > La politique sociétale de Oney<br>> Gouvernance RSE intégrée                                                                                                                                                                           |
| <b>Enjeu#4</b> | Avoir une pratique fiscale transparente                                        | > <b>principe d'action 1</b> : agir avec transparence<br>> <b>principe d'action 2</b> : agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques                                                                                 |
| <b>Enjeu#5</b> | Promouvoir une transformation digitale humaine                                 | > <b>engagement 4</b> : faire du digital une source d'inclusion pour nos talents<br>> <b>engagement 5</b> : placer le digital au service des relations humaines                                                                          |
| <b>Enjeu#6</b> | Relation avec l'écosystème                                                     | > <b>principe d'action 3</b> : dialoguer et coconstruire avec nos parties prenantes                                                                                                                                                      |
| <b>Enjeu#7</b> | Contribuer au développement socioéconomique sur nos territoires d'implantation | > <b>engagement 1</b> : favoriser le développement de Talents durables<br>> <b>engagement 2</b> : faire vivre la diversité et l'égalité des chances<br>> <b>engagement 3</b> : développer des solutions accessibles au plus grand nombre |
| <b>Enjeu#8</b> | Offrir des services responsables et utiles                                     | > <b>engagement 3</b> : développer des solutions accessibles au plus grand nombre<br>> <b>engagement 7</b> : agir et encourager nos parties prenantes à agir pour une consommation plus raisonnée                                        |
| <b>Enjeu#9</b> | Favoriser la diversité culturelle et égalité des chances                       | > <b>engagement 2</b> : faire vivre la diversité et l'égalité des chances<br>> <b>engagement 3</b> : développer des solutions accessibles au plus grand nombre                                                                           |

|                 | ENJEU                                              | NOS ENGAGEMENTS<br>POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Enjeu#10</b> | Bien-être des collaborateurs                       | <p>&gt; <b>engagement 1</b> : favoriser le développement de Talents durables</p> <p>&gt; <b>engagement 4</b> : faire du digital une source d'inclusion pour nos talents</p>                                                                                                                                                            |
| <b>Enjeu#11</b> | Partage d'une culture commune à l'international    | <p>&gt; <b>notre ambition mission valeurs</b></p> <p>&gt; <b>principe d'action 2</b> : agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques</p>                                                                                                                                                                            |
| <b>Enjeu#12</b> | Réduction et économies d'énergie                   | <p>&gt; <b>engagement 9</b> : s'engager dans la voie de la neutralité carbone</p> <p>&gt; <b>engagement 7</b> : agir et encourager nos parties prenantes à agir pour une consommation plus raisonnée</p>                                                                                                                               |
| <b>Enjeu#13</b> | Accès aux services financiers                      | <p>&gt; <b>engagement 3</b> : développer des solutions accessibles au plus grand nombre</p>                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Enjeu#14</b> | Gestion éthique des données personnelles           | <p>&gt; <b>engagement 6</b> : partager la valeur générée par la data</p> <p>&gt; <b>principe d'action 2</b> : agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques</p>                                                                                                                                                     |
| <b>Enjeu#15</b> | Être une entreprise citoyenne porteuse d'influence | <p>&gt; <b>engagement 3</b> : développer des solutions accessibles au plus grand nombre</p> <p>&gt; <b>engagement 7</b> : agir et encourager nos parties prenantes à agir pour une consommation plus raisonnée</p> <p>&gt; <b>engagement 8</b> : soutenir et promouvoir les acteurs d'une consommation raisonnée accessible à tous</p> |





**09 RAPPORT DU  
COMMISSAIRE AUX  
COMPTES DÉSIGNÉ  
ORGANISME TIERS  
INDÉPENDANT SUR  
LA DÉCLARATION  
CONSOLIDÉE DE  
PERFORMANCE  
EXTRAFINANCIÈRE**



**KPMG S.A.**  
**Siège social**  
 Tour EQHO  
 2 Avenue Gambetta  
 CS 60055  
 92066 Paris la Défense Cedex  
 France

Téléphone : +33 (0)1 55 68 86 66  
 Télécopie : +33 (0)1 55 68 86 60  
 Site internet : [www.kpmg.fr](http://www.kpmg.fr)

## ONEY BANK S.A.

### **Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière**

Exercice clos le 31 décembre 2019  
 ONEY BANK S.A.  
 31 avenue de Flandre, 59 170 Croix  
*Ce rapport contient 5 pages*

KPMG S.A.,  
 société française membre du réseau KPMG  
 constitué de cabinets indépendants adhérents de  
 KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse.

Société anonyme d'expertise  
 comptable et de commissariat  
 aux comptes à directoire et  
 conseil de surveillance.  
 Inscrite au Tableau de l'Ordre  
 à Paris sous le n° 14-30080101  
 et à la Compagnie Régionale  
 des Commissaires aux Comptes  
 de Versailles.

Siège social :  
 KPMG S.A.  
 Tour Eqho  
 2 avenue Gambetta  
 92066 Paris la Défense Cedex  
 Capital : 5 497 100 €. Code APE 6920Z  
 775 726 417 R.C.S. Nanterre  
 TVA Union Européenne  
 FR 77 775 726 417



**KPMG S.A.**  
**Siège social**  
 Tour EQHO  
 2 Avenue Gambetta  
 CS 60055  
 92066 Paris la Défense Cedex  
 France

Téléphone : +33 (0)1 55 68 86 66  
 Télécopie : +33 (0)1 55 68 86 60  
 Site internet : [www.kpmg.fr](http://www.kpmg.fr)

## ONEY BANK S.A.

Siège social : 31 avenue de Flandre, 59 170 Croix

### Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière

Exercice clos le 31 décembre 2019

A l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant (OTI), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1049<sup>1</sup>, nous vous présentons notre rapport sur la déclaration consolidée de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2019 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du Groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

### Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance.

La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur demande au siège de la société.

### Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle.

<sup>1</sup> Dont la portée d'accréditation est disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)



ONEY BANK S.A.  
Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant,  
sur la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion  
27 mars 2020

### Responsabilité du commissaire aux comptes désigné OTI

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment, en matière de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale, ni sur la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

### Nature et étendue des travaux

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, et à la norme internationale ISAE 3000<sup>2</sup> :

- Nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- Nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2<sup>ème</sup> alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;

<sup>2</sup> ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information



ONEY BANK S.A.

*Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant,  
sur la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion  
27 mars 2020*

- Nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services, ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
  - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés ;
  - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes<sup>3</sup>. Pour l'ensemble des risques, nos travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités<sup>4</sup>.
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- Nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- Pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants<sup>5</sup>, nous avons mis en œuvre :
  - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
  - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices<sup>4</sup> et couvrent entre 25% et 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- Nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

<sup>3</sup> Mesures en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes, Actions en faveur de la qualité de vie au travail, Politiques en faveur de l'employabilité et du développement des compétences, Mesures de réduction de l'impact environnemental, Sensibilisation des salariés à la protection de l'environnement, Procédures de lutte contre la corruption, Net Promoter Score, Partenariats et mécénats.

<sup>4</sup> Oney France, Oney Espagne.

<sup>5</sup> Effectif total au 31/12 et répartition par genre, Nombre d'embauches en CDI, Nombre de départs en CDI, Turnover CDI, Taux de formation, Taux de promotion interne des managers, Consommation d'électricité des bâtiments par salarié, Emissions de CO<sub>2</sub> associées des bâtiments par salarié, Quantité de papier consommé, Taux d'encours sains, Taux d'utilisation de l'outil collaboratif Teams.



ONEY BANK S.A.  
Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant,  
sur la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion  
27 mars 2020

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

### **Moyens et ressources**

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes et se sont déroulés entre octobre 2019 et mars 2020 sur une durée totale d'intervention de deux semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

### **Conclusion**

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Paris-La Défense, le 27 mars 2020

KPMG S.A.

Anne Garans  
Associée  
Sustainability Services

Christophe Coquelin  
Associé





## CRÉDITS



Rédaction :  
**Direction de la Transformation,  
Communication et RSE**

Crédits photos :  
**Joaquim Dassonville, Vincent Montagne,  
Oney, iStock**

Conception et réalisation :  
**ULTRAMEDIA**

**oney**