



DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIERE 2018

(re)découvrez
oney

SOMMAIRE

À PROPOS DE CE RAPPORT



1. ONEY AUJOURD'HUI	05
A. Profil.....	05
B. Notre modèle d'affaires - notre chaîne de création de valeur	06
C. Notre gouvernance	08
D. Notre manifeste	10
2. DESCRIPTION DES PRINCIPAUX RISQUES ET ENJEUX RSE LIÉS À L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ OU À L'UTILISATION DE SES PRODUITS ET SERVICES	11
A. Les grandes tendances sociétales	11
B. Écouter nos parties prenantes	13
C. Des risques et des enjeux de société créateurs d'opportunités	14
3. DESCRIPTION DES POLITIQUES APPLIQUÉES POUR GÉRER CES RISQUES.....	16
A. Nos engagements pour un monde plus juste, plus humain et plus durable.....	16
B. Une gouvernance RSE pour une politique intégrée pour une transformation responsable	17
C. Le risque et la conformité, notre socle.....	17
4. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DE CES POLITIQUES, INCLUANT DES INDICATEURS DE PERFORMANCE	21
A. Actions et résultats en faveur d'un monde plus juste « offrir un tremplin aux projets des Hommes qui nous entourent ».....	21
B. Actions et résultats en faveur d'un monde plus humain « créer de la valeur humaine à travers notre transformation digitale.....	28
C. Actions et résultats en faveur d'un monde plus durable « élaborer ensemble des nouvelles formes de consommation plus raisonnées ».....	30
D. Actions et résultats en faveur de l'éthique dans la conduite de nos activités	34
5. POUR ALLER PLUS LOIN : Annexes des chiffres par pays	37
6. NOTES	41
7. GLOSSAIRE ET DEFINITIONS	41
8. NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU.....	46

À PROPOS

de ce rapport



Ce rapport est le premier rapport de déclaration de performance extra-financière de Oney Bank, et s'inscrit dans un contexte particulier d'écriture d'une première politique sociétale en 2018. Il remplace le rapport RSE publié annuellement par Oney Bank depuis 2013. Il s'agit donc d'un rapport de transition qui articule de nouveaux engagements sociétaux avec un état de fait de partis pris antérieurs. Les résultats de nos nouveaux engagements peuvent être partiels sur ce premier exercice.

Il est établi en cohérence avec les autres publications annuelles (notamment le rapport financier annuel), à travers lesquelles nous souhaitons offrir à toutes nos parties prenantes une information complète sur le Groupe Oney et ses activités. Nous souhaitons aussi que ces publications soient une base de dialogue ouvert et constructif. Une boîte courriel a été mise en place afin d'organiser les échanges : csr@oney.com

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 extra-financière ainsi que les réalisations, et les progrès accomplis dans le cadre de nos nouveaux engagements tout en faisant état de nos bonnes pratiques. Il est inspiré des principes de la « pensée intégrée », et répond à la réglementation sur la nouvelle déclaration de performance extra-financière.

Ce rapport s'inscrit dans une démarche volontaire de progrès vers notre ambition de créer ensemble une banque humaniste.

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 2018 sont exclues du reporting pour cette année et intégreront le reporting pour le prochain exercice. 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.

Évolutions de la version 2018 :

ce rapport couvre dorénavant l'année fiscale 2018 (du 1er janvier au 31 décembre 2018). Auparavant la période de référence de reporting courrait du 1/10 de l'année au 30/09 de l'année N+1. Ainsi, lorsque les variations entre 2017 et 2018 sont liées au changement de période de reporting cela sera spécifiquement précisé. Lorsque cela était possible les données sociales ou environnementales de l'année 2017 ont été recalculées sur la période 01/01/2017 au 31/12/2017.

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 2017. Lorsque NC est indiqué pour 2018, 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. En cours de définition, de nouveaux indicateurs intégreront le rapport de l'année 2019, publié en mars 2020.

01.

Oney aujourd'hui

Oney est née 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. La volonté aussi de créer une banque audacieuse et responsable qui contribuera à apporter des solutions aux défis d'aujourd'hui et préparer ainsi demain durablement

A| Profil et résultats financiers année 2018

Fidèle à notre mission « donner à chacun la liberté d'être et d'agir », aujourd'hui, nous sommes fiers de donner la possibilité à nos clients de combler des besoins et de voir leurs projets aboutir en toute confiance.

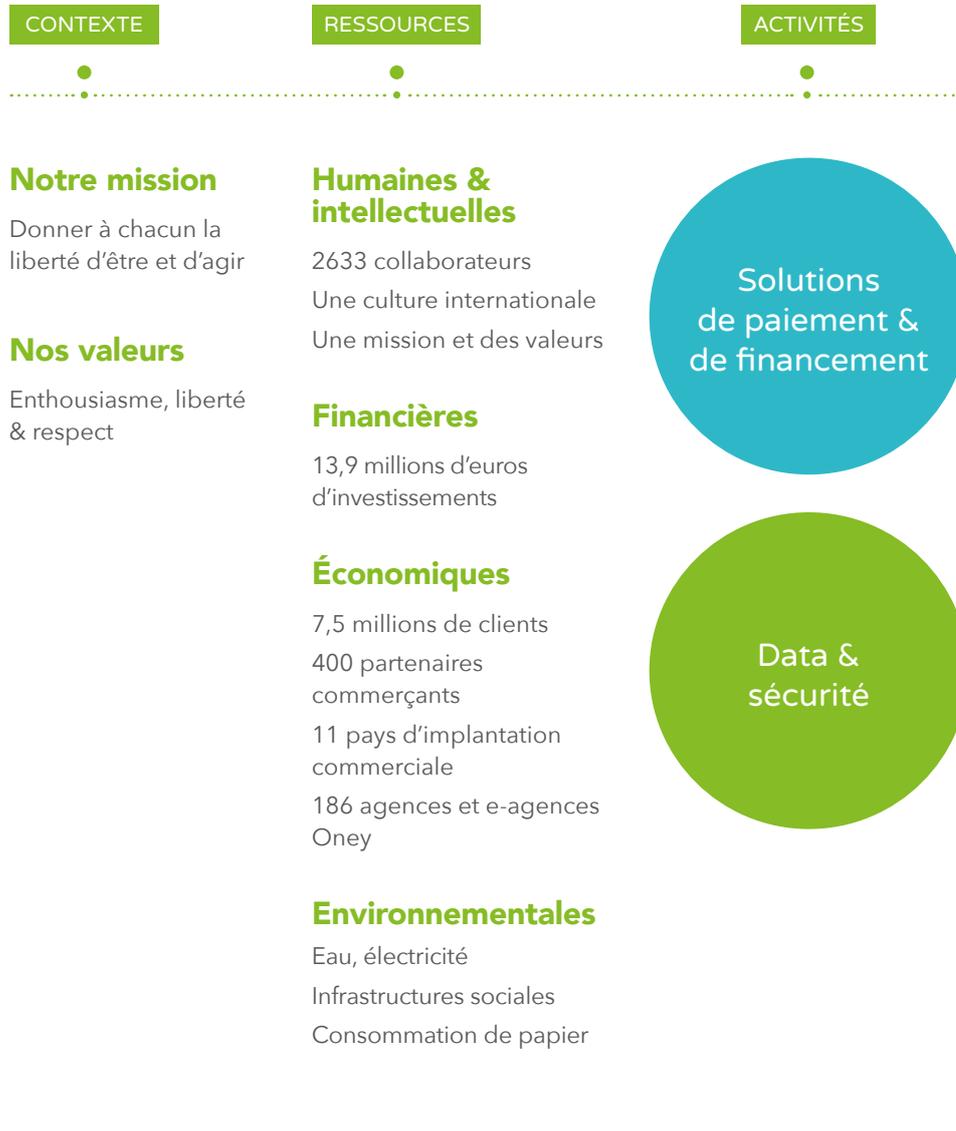
- Production totale de solutions de financements accordés à nos clients* : **2,6 milliards d'euros** (+6,7% vs 2017)
- Résultat net : **52,6 millions d'euros** (+36% vs 2017)
- Nombre de clients particuliers : **7 585 716*** (+ 4% vs 2017)
- Une présence mondiale : **11 pays d'implantation***. (+ 1 pays)



B| Notre modèle d'affaires – notre chaîne de création de valeur

DANS LES FAITS

Créateur de valeurs au quotidien



Nos axes stratégiques de croissance

1. Croissance du nombre de partenaires
2. Innovation et nouveaux produits
3. Développement à l'international
4. Nouveaux territoires de richesse grâce à notre politique sociétale

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.



CRÉATION DE VALEUR

Humaine

534 embauches CDI
74 678 heures de formation
42% : le taux de promotion interne des non managers

Financière

52,6 millions d'euros de résultat net
8,2 millions d'euros d'intéressement et de participation versés
11,4 millions d'euros de dividendes versés

Économique & sociétale

2,6 milliards d'euros de projets clients financés
1,7 milliards d'euros de projets de clients financés via nos partenaires
13 millions d'euros d'impôts payés
1 nouveau pays ouvert
33 : le score de satisfaction client (France)
11 associations soutenues

Environnementale

45 021 kg de papier usagé recyclé
- 6% Kwh consommé par collaborateur

Solutions de paiement & de financement

- ① Épargne
- ② Paiement fractionné
- ③ Prêt personnel
- ④ Crédit affecté
- ⑤ Paiement par véhicule
- ⑥ Paiement biométrique
- ⑦ Paiement par cartes bancaires, privées

Data & sécurité

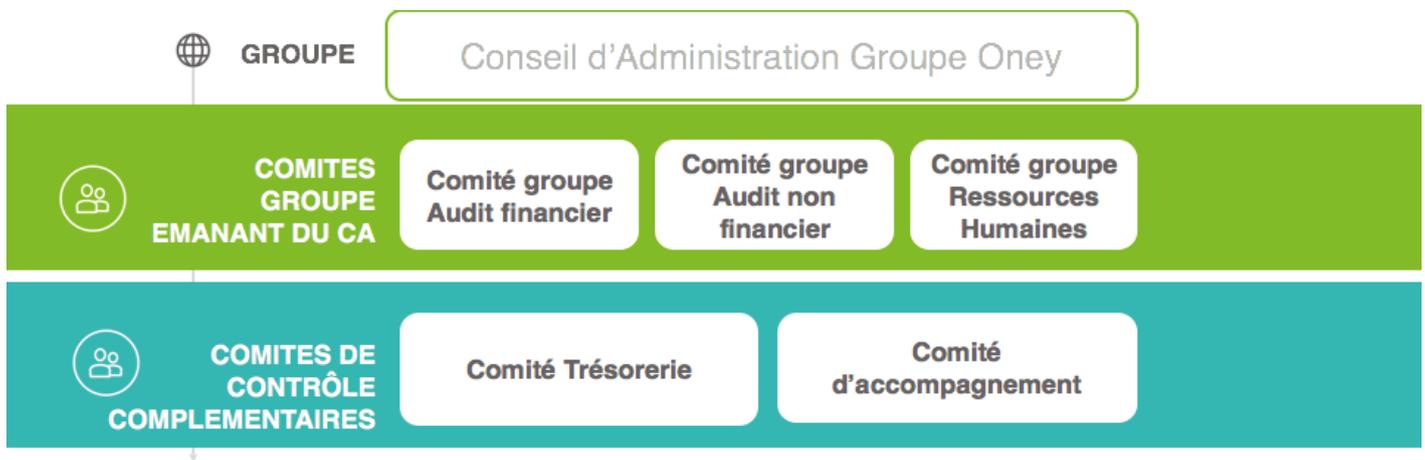
- ⑧ Oneydata : data sharing & data analysis
- ⑨ Oneytrust : solutions anti-fraude & profilage digital
- ⑩ Oneyinsurance : solutions assurances

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 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. En 2050, il y aura plus de plastique que de poissons dans les océans selon un rapport de la fondation Ellen MacArthur publié en 2016. 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 humaniste, 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

FOCUS | Le mot de Jean-Pierre Viboud - Directeur Général de Oney

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 - car je crois résolument que la performance ne peut plus être uniquement financière mais doit prendre en compte la valeur générée pour toutes nos parties prenantes. Nous vivons dans un écosystème vivant dans lequel chacun est lié à la performance de l'autre.

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. J'en suis très fier. Et d'autant plus confiant, que nous avons des équipes solides de femmes et d'hommes et une culture d'entreprise forte qui sont autant d'atouts pour aller vers notre ambition de créer ensemble une banque humaniste.

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| Analyser les grandes tendances sociétales

TENDANCE	OPPORTUNITÉ	RISQUE	CHIFFRE CLÉ
TENDANCE #1 - L'ÈRE DU DIGITAL			
<p>La révolution technologique touche l'ensemble des domaines de la vie de nos clients et de nos collaborateurs, et ouvre de nouveaux horizons pour les acteurs financiers. Les consommateurs s'attendent à plus de proximité, de réactivité, de disponibilité, de flexibilité. Ils souhaitent pouvoir coconstruire des produits sur mesure et à tiroirs, accéder à toute heure aux services depuis des canaux variés, disposer de conseils d'experts rapidement, pouvoir combiner des solutions et interagir à distance.</p>	<p>Une opportunité pour les entreprises de réinventer de nouveaux modes de travail, pour construire en équipe des réponses à leurs clients... Les nouvelles technologies, l'intelligence artificielle sont aussi autant d'atouts pour améliorer la sécurité, offrir une expérience client personnalisée et baisser les coûts tout en améliorant la qualité de vie au travail et l'expertise des collaborateurs.</p>	<p>La transformation digitale opère vite, trop vite pour certains... Si elle n'est pas anticipée, ni gérée, elle peut générer de l'exclusion, de l'isolement et une perte d'employabilité. Une entreprise qui ne se sert pas de la digitalisation pour offrir une expérience client facilitée et personnalisée sera désertée par ses clients.</p>	<p>x8 En 2025, le volume total de données à analyser devrait être multiplié par huit selon le cabinet IDC -acteur majeur de Recherche sur les marchés des Technologies de l'Information, et des Télécommunications</p>
TENDANCE #2 - FACE À LA DIGITALISATION Un besoin de relations humaines, couplé à un besoin de complicité			
<p>Certes les consommateurs veulent plus de réactivité, de simplicité mais pas uniquement ! Les banques classiques ou fintech ont bien compris l'importance du lien humain dans un secteur qui n'est pas vu comme tel, et place de plus en plus le client au centre de l'offre en proposant des tarifs et des offres plus avantageux ainsi que des services plus cohérents avec leurs besoins et envies.</p>	<p>Il s'agit donc de devenir « acteur de la relation », en remplaçant l'humain - clients et collaborateurs - au centre de nos services et de nos offres. Être une marque humaine.</p>	<p>La désaffection. Sans relation de confiance et personnalisée, les clients se tourneront vers des marques-enseignes qui les « reconnaissent » et ont un supplément d'âme.</p>	

TENDANCE	OPPORTUNITÉ	RISQUE	CHIFFRE CLÉ
TENDANCE #3 - LA RECONQUÊTE DES CONSOMMATEUR			
<p>Si la plupart des banques commencent à intégrer les éléments de la révolution technologique dans leurs modèles économiques, il reste encore un écart à combler en ce qui concerne les nouvelles exigences du public en matière de transparence, d'éthique et d'intégration de l'humain dans les activités financières. En effet, les entreprises du secteur financier souffrent encore d'un déficit de confiance - d'un point de vue éthique - et le digital tend également vers un certain scepticisme quant à la confidentialité et la sécurité des données.</p>	<p>Les consommateurs deviennent sensibles aux marques engagées et se dirigent donc de plus en plus vers les marques qui leur adressent un message de confiance et de transparence. De plus en plus conscients et avertis, au-delà des messages, les consommateurs demandent des preuves d'engagement des entreprises. Il est temps pour les entreprises de s'engager et d'apporter des solutions aux problématiques sociétales !...</p>	<p>Cela demande aux entreprises d'intégrer de nouveaux risques dans l'analyse de leur activité. Le risque serait de se limiter à la conformité sans aller au-delà et ainsi ne pas rencontrer les attentes sociétales des parties prenantes.</p>	<p>74% des marques pourraient disparaître sans que le consommateur s'en soucie.</p>
TENDANCE #4 - LES NOUVELLES FORMES D'ÉCONOMIES			
<p>Prise de conscience, volonté de changer le monde d'un côté, et raréfaction des ressources d'un autre, hausse du prix des matières premières, nous changeons nos comportements, nos modes de consommation et influençons les modèles économiques. Les économies circulaires et de proximité se développent au fur et à mesure que de nouveaux usages apparaissent, notamment la transition d'une économie de propriété à une économie d'usage, qui refonde les attentes des citoyens et des consommateurs.</p>	<p>Ces nouvelles économies, si elles sont bien intégrées, sont des aubaines pour les entreprises traditionnelles ; l'économie de la fonctionnalité permet des économies substantielles au niveau des ressources en obligeant à se concentrer sur l'usage ; les économies collaboratives permettent avant tout l'instauration d'une relation de confiance entre l'offre et la demande, qui assure ainsi une contractualisation pérenne en adéquation avec le besoin d'usage client.</p>	<p>En se recentrant sur la valeur et sur l'usage final du client, l'entreprise traditionnelle devra réorienter ou adapter son business model.</p>	<p>40% Selon Mary Meeker, experte internet de Wall Street, le revenu moyen du ménage américain pourrait s'améliorer de 40% grâce à l'économie collaborative. Pour l'Europe, PwC estimait en 2016 que le chiffre d'affaires des cinq secteurs clés de cette « nouvelle économie » (finance, hébergement, transport, services à la personne et aux entreprises) devrait augmenter de 35% par an contre 3% pour l'ensemble de l'économie d'ici 2025.</p>

B| Ecouter nos parties prenantes pour définir notre environnement et nos enjeux

Forts de notre nouvelle ambition de créer ensemble une banque humaniste, nous avons décidé de formaliser notre première politique sociétale, volontariste et identitaire.

Pour démarrer nous avons établi en 2017 un diagnostic sociétal de Oney et de son environnement, puis nous avons consulté certaines de nos parties prenantes afin d'établir une matrice de matérialité. L'objectif de cette démarche en étapes était d'identifier nos enjeux extra-financiers, de les évaluer par niveau de risque et d'opportunité au regard des grandes tendances sociétales (cf. point 2 « grandes tendances sociétales ») afin de définir nos engagements sociétaux.

Au-delà du benchmark des pratiques RSE dans le secteur de la banque, ce travail nous a aussi permis de consulter nos parties prenantes (clients, collaborateurs et partenaires) à travers des questionnaires collectifs, des interviews, et d'amorcer de futures collaborations.

FOCUS | La matérialité c'est quoi ?

Sont matériels, les enjeux qui ont un impact direct ou indirect sur la capacité de l'organisation à créer, préserver ou détruire de la valeur [...] pour elle-même, pour ses parties-prenantes et la société toute entière.

Source : Global Reporting Initiative.

ÉTAPE 1 :

LE DIAGNOSTIC SOCIÉTAL INTERNE ET EXTERNE DES PRATIQUES DU SECTEUR BANCAIRE FAIT ÉMERGER 15 ENJEUX SOCIÉTAUX POUR ONEY

Oney a été accompagné par un cabinet extérieur reconnu et spécialisé en conseil de stratégie durable, pour établir le diagnostic, et l'analyse des bonnes pratiques et des tendances sociétales.

ENJEU #1	Éthique et intégrité dans la conduite des affaires.
ENJEU #2	Gouvernance
ENJEU #3	Création de valeur économique sociale durable
ENJEU #4	Des pratiques fiscales transparentes
ENJEU #5	Une transformation digitale humaine
ENJEU #6	Relation avec l'écosystème
ENJEU #7	Un développement socioéconomique sur nos territoires d'implantation
ENJEU #8	Des services responsables et utiles
ENJEU #9	La diversité culturelle et égalité des chances
ENJEU #10	Bien-Être des collaborateurs

ENJEU #11	Le partage d'une culture commune à l'international
ENJEU #12	Des réductions et économies d'Énergie
ENJEU #13	Accès aux services financiers
ENJEU #14	Éthique des données personnelles
ENJEU #15	Une entreprise citoyenne porteuse d'influence

C| Des risques et des enjeux de société créateurs d'opportunités

ÉTAPE 2 :

[FIN 2017] NOS 15 ENJEUX SOCIÉTAUX SONT POSITIONNÉS SUR UNE MATRICE DE MATÉRIALITÉ GRÂCE À LA CONSULTATION DE NOS PARTIES PRENANTES, SUR LEUR NIVEAU DE RISQUE ET D'OPPORTUNITÉ

> 5 enjeux ont été évalués comme de véritables opportunités sociétales

#E05 Transformation digitale humaine (98% des répondants ont jugé que cet enjeu était une opportunité forte)

#E10 Bien-être des collaborateurs (90%)

#E03 Création de valeur économique et sociale durable (88%)

#E08 Offre de services responsables et utiles (44%)

#E06 Relation avec écosystème de Oney (42%)

> 5 enjeux ont été évalués comme représentant le plus de risques sociétaux

#E14 Protection et usage des données personnelles (81% ont jugé cet enjeu comme représentant un risque fort)

#E05 Transformation digitale humaine (60%)

#E01 Éthique et intégrité dans la conduite des affaires (57%)

#E04 Pratiques fiscales transparentes (57%)

#E10 Bien-être des collaborateurs (56%)

> Notre matrice de matérialité

La matrice de matérialité permet de hiérarchiser les enjeux en fonction des attentes des parties prenantes, l'effet de levier de notre business sur ceux-ci, et d'aider à la décision quant aux thématiques prioritaires.



FOCUS | Prévention du surendettement

La prévention du surendettement n'a pas été un risque énoncé lors de notre diagnostic : la prévention et la gestion du surendettement est à ce jour très encadré dans nos activités bancaires, et par des articles de loi notamment en France ; Oney a une politique volontariste sur le sujet depuis plusieurs années, et applique ses meilleurs standards français à l'ensemble des autres business units. Plus de détails dans Chapitre 3 – La gestion du risque notre socle.

03.

Description des politiques appliquées pour gérer ces risques

A| Notre réponse aux 15 enjeux sociétaux identifiés pour Oney : une politique sociétale !

Réunis plusieurs fois en groupe de travail, lors du premier semestre 2018, les 19 Dirigeants Oney ont réfléchi aux engagements qu'ils pouvaient prendre collectivement - pour Oney - pour répondre ou apporter des solutions aux 15 enjeux diagnostiqués et évalués. Des engagements opérationnels légitimes et réalisables dans l'exercice de notre métier et de nos activités, convaincus que nous serions plus impactants en acceptant d'intégrer ces enjeux au cœur de notre modèle d'affaires.

La politique des Ressources Humaines du Groupe, notre ambition banque humaniste, nos valeurs [liberté, enthousiasme, et respect] et notre mission [donner à chacun la liberté d'être et d'agir] sont venus pleinement nourrir ce travail collectif d'alignement et de conviction.

ÉTAPE 3 :

[ÉTÉ 2018] NOS 15 ENJEUX SOCIÉTAUX SONT TRANSFORMÉS EN 12 ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX DE PROGRÈS POUR ONEY. NOTRE POLITIQUE SOCIÉTALE « POUR UN MONDE PLUS JUSTE, PLUS HUMAIN ET PLUS DURABLE » EST ÉTABLIE !

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 pour répondre aux enjeux
ENJEU #1	Éthique et intégrité dans la conduite des affaires	> principe d'action 2 : agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques
ENJEU #2	Gouvernance	> principe d'action 1 : agir avec transparence > principe d'action 3 : dialoguer et coconstruire avec nos parties prenantes
ENJEU #3	Création de valeur économique sociale durable	> La politique sociétale de Oney > Gouvernance RSE intégrée
ENJEU #4	Avoir une pratique fiscale transparente	> principe d'action 1 : agir avec transparence > principe d'action 2 : agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques
ENJEU #5	Promouvoir une transformation digitale humaine	> engagement 4 : faire du digital une source d'inclusion pour nos talents > engagement 5 : placer le digital au service des relations humaines

ENJEU #6	Relation avec l'écosystème	> principe d'action 3 : dialoguer et coconstruire avec nos parties prenantes
ENJEU #7	Contribuer au développement socioéconomique sur nos territoires d'implantation	> 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
ENJEU #8	Offrir des services responsables et utiles	> engagement 3 : développer des solutions accessibles au plus grand nombre > engagement 7 : agir et encourager nos parties prenantes à agir pour une consommation plus raisonnée
ENJEU #9	Favoriser la diversité culturelle et égalité des chances	> engagement 2 : faire vivre la diversité et l'égalité des chances > engagement 3 : développer des solutions accessibles au plus grand nombre
ENJEU #10	Bien-être des collaborateurs	> engagement 1 : favoriser le développement de Talents durables > engagement 4 : faire du digital une source d'inclusion pour nos talents
ENJEU #11	Partage d'une culture commune à l'international	> notre ambition mission valeurs > principe d'action 2 : agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques
ENJEU #12	Réductions et économies d'Énergie	> engagement 9 : s'engager dans la voie de la neutralité carbone > engagement 7 : agir et encourager nos parties prenantes à agir pour une consommation plus raisonnée
ENJEU #13	Accès aux services financiers	> engagement 3 : développer des solutions accessibles au plus grand nombre
ENJEU #14	Éthique des données personnelles	> engagement 6 : partager la valeur générée par la data > principe d'action 2 : agir avec intégrité et dans le respect de nos principes éthiques
ENJEU #15	Une entreprise citoyenne porteuse d'influence	> engagement 3 : développer des solutions accessibles au plus grand nombre > 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

B| Nos engagements pour un monde plus juste, plus humain et plus durable...

Nos **12** engagements constituent dorénavant notre politique sociétale et sont organisés autour de **4** grands univers [chaque univers regroupe 3 engagements ayant une macro-finalité sociétale commune] :

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

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

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

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 inédite pour une politique intégrée et une transformation responsable

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. Basée sur 3 instances centrales existantes : la « Synergie des Directeurs Ressources Humaines » la « Synergie des Directeurs Marketing », et le « Pôle RSE du Groupe » ; leurs membres garantissent l'implémentation des objectifs sociétaux dans leurs métiers, et s'assurent la mise en place de plans d'actions.

GOVERNANCE DE LA POLITIQUE SOCIETALE



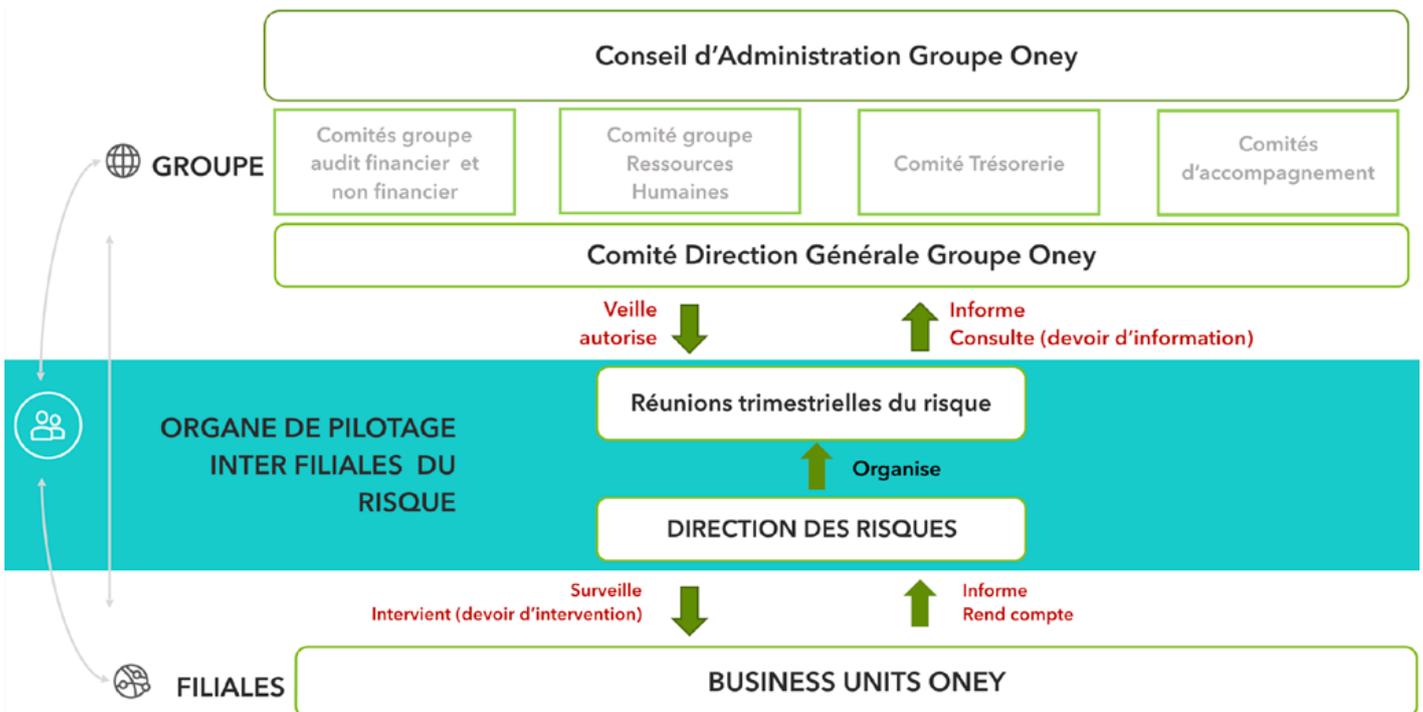
D| La gestion du risque, notre socle

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 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.

A partir de 2019, Oney prévoit d'institutionnaliser l'identification des risques extra-financiers lors de ces cartographies annuelles.

2/ UNE ORGANISATION :



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 supporté par Oney] : l'octroi du financement, la gestion du financement, et (l'éventuelle) mise en recouvrement du financement.

- **Au niveau de l'octroi**, sur base des informations et justificatifs collectés et un ensemble de règles de gestion de risque, Oney émet un avis favorable ou défavorable pour l'accord d'un financement. Un avis favorable peut-être conditionné à un niveau de financement ou une durée maximum. Cette étape permet un démarrage de projet en confiance et sérénité, ou évite, au contraire, de mettre des clients dans une situation financière que nous évaluons délicate.
- **Au niveau de la gestion du financement** : grâce à l'analyse des données à disposition, Oney est capable de prédire des risques d'impayés pour des clients. Dès lors, par anticipation, l'entreprise met en place des mesures spécifiques telles que limiter les sollicitations commerciales, baisser des plafonds de réserve de financement, et ce, dans le respect des réglementations locales en vigueur ...
- **Lors d'une mise en recouvrement d'un financement d'un client** (dès 1 impayé), les équipes vont tout mettre en œuvre pour revenir à une situation saine régulière - et éviter cette situation d'inconfort pour les clients concerné. L'entreprise peut être amenée à changer la date de prélèvement, proposer des pauses paiement, réduire la mensualité ; dans les cas les plus fragiles, la dette peut être rééchelonnée. La situation de surendettement est spécifique à la réglementation française. Dans un cas de surendettement, la dette peut être rééchelonnée, partiellement ou complètement effacée.

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.

Grâce à ces processus de prévention au bénéfice de la santé financière de nos clients, Oney a permis d'augmenter de 2 points son taux d'encours sains (**82,4%** d'encours sains en 2018 vs 80,1% en 2017).

En parallèle, nous notons que le nombre de clients déposant un 1er dossier de surendettement a diminué de **8%** entre 2016 et 2018.

04.

Présentation des résultats de ces politiques, incluant des indicateurs de performance

Adossés à notre nouvelle approche d'une politique sociétale intégrée à notre modèle d'affaires et constituante de notre performance d'entreprise, nous sommes conscients de la nécessité d'avoir des indicateurs de performance extra-financière spécifiques qui mesurent directement les effets positifs et de progrès de chacun de nos engagements. Pour cela, un travail de définition de nouveaux indicateurs de performance sociétale de Oney est en cours. Nous présentons donc ici des indicateurs intermédiaires qui permettent de présenter nos résultats d'une façon moins spécifique aux engagements nouvellement pris.

ÉTAPE 4 :

[FIN 2018] NOUS AMORÇONS LE TRAVAIL DE DÉFINITION DE NOS INDICATEURS DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE - EN TANT QUE CADRE DES PLANS D' ACTIONS ET DE NOUVELLES POLITIQUES OU CODE ÉTHIQUES THÉMATIQUES.

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 aussi pour apporter des solutions de financements aux projets de ses clients et partenaires, en cela nous sommes un tremplin ! 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



Une année 2018 en développement pour Oney qui se concrétise par **534** embauches en CDI et une augmentation de **4%** de ses effectifs. L'entreprise, implantée dans 11 pays, chacun avec un marché du travail et des pratiques différents (certains pays affichant des taux de chômage négatif), a maîtrisé son turn-over à **18%** et a augmenté sa part des contrats permanents de 3 points ; ces résultats positifs sont liés à des pratiques Ressources Humaines de recrutement et de fidélisation qui s'intensifient et se solidifient.

En conséquence, les effectifs de Oney vieillissent : la part des collaborateurs ayant entre 35 et **50 ans** et ceux ayant 50 ans et plus, augmentent respectivement de **3 points** et de 1 point pour atteindre **50%** et 9% de l'effectif total. A contrario, la tranche des 25-35 ans baisse de 4 points et représente **32%** de l'effectif.

2/ DÉVELOPPER DES TALENTS DURABLES (ENGAGEMENT #1)



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. Une des actions phare de 2018 a été le lancement de la plateforme e-learning Oney Groupe déjà déployée dans la plupart des pays afin de faciliter d'autant plus l'accès à la formation.

En 2018, les efforts et actions de formation ont été différents selon les pays, certains étant en mutation de modèle économique. Pour autant, Oney a maintenu son taux de formation et à 29H le nombre d'heure moyen de formation par collaborateur.

En 2018, les équipes Ressources Humaines ont écrit une stratégie RH Groupe autour de 4 axes pour faire de Oney un employeur Humaniste : 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, construire une entreprise qui a un impact positif sur le monde, et construire une entreprise qui rassemble les Talents nécessaires à ses développements futurs développe la première plateforme de e-learning Oney pour l'ensemble des entités Oney. La plateforme disponible en 11 langues donne accès à tous les pays à un contenu de formation internationale et leur donne la liberté de gérer leur contenu spécifique de formation. La plateforme a été lancée dès 2018 en Espagne, Portugal, France, Italie, Malte, et Russie.



EN BREF

Oney lance en France le « Human plan » - Véritable réinvention humaniste de gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences. Cette nouvelle démarche prévoit de fondamentalement connecter, dans le temps, la gestion des compétences aux besoins stratégiques futurs de l'entreprise, à ses réalités opérationnelles, à l'environnement, et aux souhaits exprimés par les collaborateurs. La finalité est double : garantir l'employabilité durable des collaborateurs tout en respectant leur souhait de trajectoire professionnelle et personnelle et assurer les besoins en compétences d'aujourd'hui et de demain de l'entreprise. C'est une démarche d'entreprise responsable qui fait de la gestion des ressources humaines un élément clé intégré à la performance durable de l'entreprise.

En lien avec son ambition digitale et afin « d'embarquer » l'ensemble des collaborateurs dans la démarche, les équipes des Ressources Humaines de Oney au Portugal ont initié 2 formations

essentielles :

Une formation « App&Site » et une formation « dématérialisation ». A l'attention des collaborateurs en contact avec les clients et partenaires, ces formations ont permis d'expliquer à 80 collaborateurs toutes les évolutions digitales et tous les nouveaux processus de dématérialisation (adhésion et gestion de la clientèle) via l'application de flux de tablette numérique. Les collaborateurs pourront répondre en confiance aux clients et partenaires tout en ayant acquis de nouvelles connaissances technologiques.

La Direction des Ressources Humaines de Oney en Espagne lance sa deuxième édition du programme « LUMIERE » auprès de 9 Talents. Ce programme prévoit de valoriser des collaborateurs non managers identifiés comme des potentiels grâce à une meilleure connaissance d'eux-mêmes. Au cours de six jours de formation collective et de deux séances de coaching individuel, chaque Talent apprendra progressivement à développer son intelligence

émotionnelle et son leadership. En 2017, nous avons lancé la première édition « Lumière » auprès de 9 talents. Six mois plus tard, 4 d'entre eux ont déjà assumé davantage de responsabilités au sein de l'entreprise.

Oney en Hongrie spécialise sa politique de formation pour mieux correspondre aux besoins des équipes commerciales. Grâce à la définition de 3 catégories (Junior, Senior et Expert) établies en 2017 pour les postes de vente, l'équipe Ressources Humaines de Hongrie a développé des plans de formation spécifique à chacune des catégories. Des formations comme techniques de vente, mentorat, techniques de communication, affirmation et connaissance de soi, résolution de problèmes ou de conflits, présentation, traitement du stress sont dorénavant proposées aux collaborateurs selon leur catégorie et besoins. Initialement les formations étaient identiques à toute l'équipe commerciale.

7

collaborateurs clés ont participé au programme de développement personnel et professionnel

Oney en Pologne déploie la « Mentor Academy » entre juillet et décembre.

7 collaborateurs clés de l'entreprise ont participé à un programme de développement personnel et professionnel pendant 6 mois : coaching individuel, formation de groupe et projets de groupe, retour d'expérience auprès de fournisseurs et de l'équipe Oney Pologne. Les 7 collaborateurs ont obtenu le certificat professionnel à la fin du programme. permettant de mener des échanges efficaces.

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 la vie professionnelle et la vie personnelle.

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

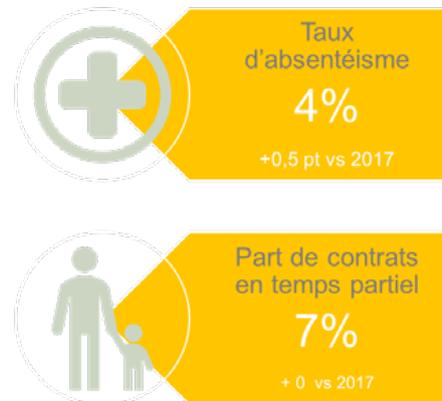
• **Accords collectifs conclus dans l'entreprise et à leurs impacts sur la performance économique de l'entreprise ainsi que sur les conditions de travail des salariés**

Le dialogue social n'a pas été évoqué comme un risque dans le cadre de notre diagnostic sociétal. Néanmoins certaines de nos entités sont contraintes par la loi de leur pays à avoir des représentants du personnel et d'organiser un dialogue social. D'autres entités organisent le dialogue social de manière volontaire, tels que l'Espagne et l'Italie. 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 !

Concernant Oney en France, ci-après la liste des accords signés en 2018 : accord rémunération, accord Intéressement, participation, GPEC (Gestion Prévisionnel des Emplois et des Carrières), dialogue Social, télétravail.

La 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.

- 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.
- L'autre indicateur pour 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 très légèrement en 2018 vs 2017. La Roumanie et la Pologne affiche les plus fortes progressions et les taux les plus hauts (respectivement 7.91% et 9.66%). L'Italie et la Russie, a contrario, les taux les plus faibles avec respectivement 0.76% et 1.99%.



50

collaborateurs ont ainsi participé à 2 jours de formation à la communication bienveillante

Les équipes Groupe de Oney sont formées à la communication non violente.

En lien avec nos valeurs de liberté, respect et enthousiasme, et notre ambition, 50 collaborateurs ont ainsi participé à 2 jours de formation à la communication bienveillante. Les objectifs de la formation sont de développer une communication transparente et respectueuse, développer nos compétences en matière de collaboration correspondant aux différents styles de communication, et instaurer une culture du feedback.

EN BREF

Oney en Espagne réajuste des plages de travail de la semaine et du week-end et privilégie l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle et la « liberté d'être et d'agir » ! Sur base du volontariat et en fonction des besoins de l'activité, les talents peuvent décider de renforcer leurs plages horaires de la semaine afin de se libérer du samedi ou du dimanche. En conséquence, dorénavant, le nombre de collaborateurs du

Service le Client et recouvrement travaillant le week-end a été réduit [sans impacter la qualité de la Relation Clients]. Une nouvelle preuve de flexibilité au travail intelligente chez Oney.

Oney Espagne et de Oney Trust en France lancent les vendredis vitaminés ! Des fruits sont offerts aux équipes tous les vendredis.

Oney en France lance à son tour en 2018 le télétravail comme outil de flexibilité au travail.

Afin de « donner à chacun la liberté d'être et d'agir », les équipes de Oney France peuvent choisir de télétravail maximum une journée par semaine. L'ensemble des équipes et des managers ont accueilli ce nouveau mode de travail avec beaucoup d'enthousiasme.

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 des 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 villes 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 44%, ce taux peut atteindre 66% en Pologne, Malte ou encore en France.

Concernant le présent Conseil d'Administration de la Société composé de 3 femmes et de 5 hommes (8 membres au total), l'écart entre le nombre des administrateurs de chaque sexe n'étant pas supérieur à deux, Oney respecte ainsi le principe de représentation équilibrée des hommes et des femmes en son sein.

Les équipes
ont rendez-vous mi

2020

pour leur évaluation !

Depuis juillet 2018, ONEY en Espagne a lancé son plan « égalité Hommes Femmes ». Diffusé à l'ensemble des collaborateurs, cette charte affirme que Oney en Espagne respecte l'égalité de traitement et d'opportunités entre les Hommes et les Femmes et dénonce toutes formes de discriminations pour des raisons de genre. Il fixe aussi les bonnes pratiques à adopter sur différents thèmes (rémunération, formation,...), les objectifs et le système d'évaluation. Les équipes ont rendez-vous mi 2020 pour leur évaluation !



• **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 dans le cadre d'une politique diversité et égalité des chances, nous veillons chaque année à faire progresser ce taux dans la mesure du possible.

EN BREF

Oney en France est partenaire de COMPETHANCE, entreprise Adaptée dont l'objectif est de faciliter l'intégration des personnes en situation de handicap dans les métiers du numérique. Les équipes de l'informatique accueillent depuis août 2018 une personne souffrant du syndrome d'autisme Asperger, comme développeur informatique. Peu avant son entrée en mission, 2 sensibilisations "Mieux Comprendre l'autisme" ont eu lieu auprès des équipes de Oney et du Comité de Direction DSI Oney en France.

Depuis, environ tous les mois et demi, David est accompagné et suivi régulièrement avec ses managers (avec un tuteur technique

de proximité et le Manager de l'équipe), et bénéficie sur demande d'un RDV téléphonique de 30 minutes avec la psychologue l'ayant suivi lors de la formation. L'objectif étant de pouvoir mesurer son intégration, la qualité des prestations, l'environnement de travail, sa fatigabilité, son fonctionnement avec les autres. David entame son sixième mois chez Oney, a gagné en autonomie et en compétence. Il est satisfait de son travail et donne satisfaction, découvrant des dysfonctionnements qu'il résout, que les plus anciens n'ont jamais détectés.

Première expérience réussie qui ouvre de belles perspectives.

Depuis septembre 2018, Oney en France permet aux personnes sourdes ou malentendantes d'accéder par téléphone à ses services en toute autonomie grâce à ACCEO. ACCEO est un service qui accompagne chacun dans la gestion de ses comptes et répond aux demandes grâce à trois modes de communication : La Transcription Instantanée de la Parole (TIP), La visio-interprétation en Langue des Signes Françaises (LSF), La Langue française Parlée Complétée (LPC).

• **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 reconcentre pour œuvrer localement afin d'aider des personnes en recherche d'emploi.

EN BREF

Partenariat gagnant-gagnant avec une Université nationale de Milan pour Oney Data en Italie. Face à la difficulté à recruter des candidats experts en gestion de la data et l'envie citoyenne de participer à l'essor de jeunes pousses, Oney Data s'engage auprès de l'université de Milan IULM [International University of Languages and Media]. Chaque année, Oneydata financera une bourse étudiante, offrira un stage dans son entreprise, et

participera à la co-construction des cours pour le master « data science » en partageant son expertise.

Les équipes Ressources Humaines de Oney en France s'engagent dans le programme piloté PEPS [Plein Emploi Pour les Seniors] de Tourcoing – Haut de France.

Face au constat alarmant de la progression de 48% du nombre de demandeurs d'emplois pour

les personnes âgées de 50 ans et plus, le programme PEPS prévoit un accompagnement de proximité de 100 seniors sur une année par des professionnels des Ressources Humaines pour viser un retour à l'emploi. **4** collaborateurs Oney sont impliqués et à ce jour plus de **70%** des bénéficiaires ont retrouvé un emploi. Un vrai succès que nous allons poursuivre.

EN BREF

Oney est partenaire en France de l'association Nos Quartiers ont du Talent depuis 6 ans. Chaque année, plus de 15 talents Oney accompagnent des jeunes diplômés issus de milieu défavorisés dans leur recherche d'emploi. En décembre, des Talents de Oney ont participé à l'évènement régional de Nos Quartiers ont du Talent afin de témoigner de l'importance du parrainage auprès d'autres entreprises.

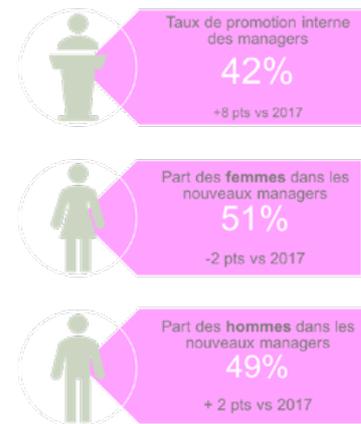
Les équipes de Oney en Russie s'investissent pour l'orientation professionnelle des orphelins. Oney Russie soutient et accompagne les orphelins dans le domaine de l'orientation professionnelle à travers la fondation « Keepers of childhood ». A la fin de leurs études, certains adolescents orphelins ne sont pas au fait du marché du travail et de la diversité des métiers qui le constitue. A travers ces

échanges, Oney Russie souhaite qu'ils prennent conscience de leurs talents et des choix professionnels ouverts à tous. Ainsi 52 jeunes ont été accueillis et accompagnés chez Oney en Russie en 2018. Ce fut aussi au tour de Oney de répondre à l'invitation de l'orphelinat « Blue Bird » à 100 km de Moscou. En juin, **15** talents Oney sont allés rendre visite aux jeunes de Blue Bird avec quelques cadeaux.

• **Égalité des chances grâce à la promotion interne : taux de promotion interne de non-managers devenus managers**

Fidèles à des principes historiques liés à notre appartenance à un groupe familial, nous sommes attentifs à faire progresser les femmes et les hommes de notre entreprise, ceux qui contribuent tous les jours à la réussite de notre entreprise. La majorité de nos offres sont proposées en interne en avant-première et chaque candidat à sa chance.

En 2018, nous avons recruté **110 managers**, 51% étaient des femmes et 49% des hommes, et 42% étaient issus de la promotion interne. Ce taux de promotion interne des managers a progressé de 8 points entre 2017 et 2018. Il est variable selon les pays, certains pays en mutation de modèle économique ou en expansion ont dû aller recruter de nouvelles compétences en externe ce qui est le cas de la Pologne ou de la Hongrie avec des taux de promotion interne qui ont baissé et plus faibles (respectivement 29% et 25%). A contrario, la France affiche un taux de **70%** en 2018 à la suite de la réorganisation de la Direction Marketing et de la Relation Client en capitalisant de façon volontaire sur ces talents déjà présents.



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.

Nous aimons regarder l'évolution du nombre de clients et partenaires qui nous ont fait confiance. Cela est pour nous, la plus belle preuve 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 et **4%** de clients supplémentaires en 2018 vs 2017. Nous avons aussi financé 2,6 milliards de projets de nos clients - soit une progression de **6,7%** vs 2017 - toujours soucieux d'accompagner le plus grand nombre dans des besoins ou dans des projets de vie.





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 2 points de la part des encours sains.

Une évolution du produit a été réalisée en septembre

2018

sans changer le prix de notre offre

Les équipes de Oney Insurance à Malte et les équipes de Oney en France ont collaboré pour faire évoluer la Garantie des Moyens de Paiement (produit phare de nos assurances) pour mieux répondre aux nouveaux besoins de consommation des clients et des partenaires commerçants. Une évolution du produit a été réalisée en septembre 2018 sans changer le prix de notre offre. En guise d'exemple, grâce à une enquête auprès des clients, dorénavant la « Formule Duo » de la Garantie des Moyens de Paiement est ouverte à toute la famille et devient la « Formule Famille » avec couverture des enfants du foyer. De plus, le produit offre désormais une couverture en cas de vol des appareils personnels - demande forte exprimée par les clients.

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.

EN BREF

Oney en France lance en 2018 le télétravail comme outil de flexibilité au travail ET d'appropriation des outils digitaux.

Afin de « donner à chacun la liberté d'être et d'agir », les équipes de Oney France peuvent choisir de télétravailler maximum une journée par semaine. L'ensemble des équipes et des managers ont accueilli ce nouveau mode de travail avec beaucoup d'enthousiasme.

La Direction des Ressources Humaines de Oney en Espagne propose « Potentia tu marca ».

100 collaborateurs ont participé à une conférence de sensibilisation

par un expert externe sur l'importance de développer « sa marque personnelle » sur les réseaux sociaux ainsi que la marque Oney. Pour approfondir leur connaissance les collaborateurs d'Espagne pouvaient participer à des ateliers de mise en pratique sur 4 thèmes (twitter, facebook, instagram et LinkedIn). **60** collaborateurs ont participé à ces ateliers et un guide de bonnes pratiques digitales leur a été remis.

Oney en France et au Portugal forment leurs équipes à office

365. Nouvellement équipées d'Office 365, des experts se sont

mis à disposition de l'ensemble de l'entreprise durant un parcours initiatique en **2 sessions** de 3 étapes. Une occasion pour tous les Talents de découvrir et d'être formés à ce nouveau logiciel et à l'ensemble de ses fonctionnalités. L'objectif est que chacun puisse bénéficier de la puissance de ces nouveaux outils quel que soit son niveau de maturité numérique. Une conviction partagée par les managers, **les outils doivent améliorer les conditions de travail de tous les Talents.**

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 par le NPS (Net Promoter Score) -pour la France, l'Espagne, la Russie, la Hongrie, et le Portugal.



- Dans l'ère de la digitalisation, nous œuvrons aussi pour que nos solutions combinent le meilleur du digital et de l'humain pour accompagner nos clients et partenaires afin d'offrir une expérience d'achat mémorable et personnalisée. Nous voulons des clients autonomes, qui se sentent libres de nous contacter et exigent une réponse humaine de qualité.

* Ensemble la France, le Portugal, la Hongrie et l'Espagne affichent un poids du web dans la production de crédit accessible sur internet de 41.8% - soit une progression de 3.5 pts vs 2017. Ces mêmes pays, auxquels s'ajoutent la Russie, disposent de 1,7 millions de comptes clients.



EN BREF

Oney en France lance un outil de CRM et libère sa Relation Client ! Cette nouvelle interface de Relation Client, plus ergonomique et intuitive, libère les conseillers de manipulations techniques répétitives, pour leur permettre de se concentrer sur l'écoute et le conseil apporté aux clients.

L'interface permet d'avoir une vision 360° du client en 1 seul clic. Double bénéfique : des conseillers clients satisfaits et dotés d'un outil pour bien faire leur métier de conseil, et des clients satisfaits par un accueil personnalisé et des propositions de solutions encore plus adaptées.

Oney en Espagne optimise son site internet et son APP pour donner plus d'autonomie à ses clients sur la gestion administrative de ses solutions.

EN BREF

Oney en France offre plus d'autonomie à ses clients pour une expérience utilisateur plus fluide.

Durant l'année 2018, les équipes France ont redessiné et intégré de nouvelles fonctionnalités dans les espaces clients de leur site et app afin de rendre les clients autonomes dans la gestion de leurs actes : espace « login » clarifié, mise en opposition de sa carte rendu plus visible, et suivi de dossier simplifié. Un travail de fond a été fait aussi pour clarifier les consignes afin de les rendre moins techniques et plus compréhensibles.

Pays en pleine ouverture digitale, Les équipes de Hongrie ont développé la vidéo sur internet.

En accord avec la volonté de transparence avec les clients sur les produits financiers commercialisés par ONEY couplée à la volonté d'accompagner les clients sur internet, la Hongrie a travaillé une première animation en vidéo didactique.

Oney en Portugal fait le choix de la digitalisation des parcours clients et opte pour le relevé digital par défaut pour ses clients lors de l'adhésion. Grâce à cela, **5 092 099** relevés digitaux ont été envoyés en 2018, soit une

progression de 3%, le nombre de comptes électroniques créés a progressé de 23% (pour atteindre **338 912** comptes clients), le pays affiche **110 000** utilisateurs de l'APP (+30% par rapport à leur prévision).

Oney en France développe les guides et les aides pour mieux accompagner ses clients et ses futurs clients. 2 guides ont été enrichis [guide du crédit, guide budget] et 2 nouveaux guides ont vu le jour [guide assurance et guide des bonnes pratiques]. **5 000 internautes par mois visitent le guide du crédit.**

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.

Nouvel engagement fort de notre politique sociétale, nous mettons tout en œuvre pour apporter des éléments de mesure à nos parties prenantes.

C| Actions/résultats en faveur d'un monde plus durable « élaborer ensemble des 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. Nous refusons d'être un acteur qui incite à la consommation effrénée.

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)

Les offres et nos services sont notre moteur et 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 10 millions de clients. Pour cela, nous œuvrons depuis 2018 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.

EN BREF

Les équipes de Oney en Roumanie décide de compléter un dispositif de l'état pour encourager l'achat de produit réfrigérateur / lave-linge respectueux de l'environnement. L'État roumain donnait à la population des bons de 400 RON pour chaque achat d'un réfrigérateur ou lave-linge, respectueux de l'environnement et en remplacement d'un ancien produit. En complémentarité, Oney réagit et décide de baisser de **17** points son taux d'intérêt lors d'une demande de prêt pour ce type de produit !

Oney sauve des arbres grâce à sa solution Automatic. Automatic est la solution espagnole de Oney de paiement par reconnaissance de la plaque d'immatriculation. Cette solution évite, entre autres, l'impression de tickets de paiement. Sur base de 1.335.842 transactions

annuelles, nous estimons avoir économisé en 2018 85.4 kg de papier et sauvé 4.27 arbres en 2018.

Oney Insurance à Malte développe des produits « verts » en assurance pour Oney Espagne et Oney Portugal. Jumbo Box au Portugal et Mobile Protect en Espagne, 2 produits d'assurance qui propose des alternatives respectueuses de l'environnement :

- Quand l'appareil nomade est cassé, l'assurance favorise la réparation,
- Dans le cas où il a été volé ou est irréparable, un appareil reconditionné est donné prioritairement à l'assuré, quand un appareil équivalent et disponible et que l'assuré est d'accord.

Entre 2016 et 2018, le choix de l'appareil reconditionné a évolué,

et nous constatons **+12.71%** d'appareils reconditionnés donnés à nos assurés.

Oney au Portugal développe la « dématérialisation » et opte pour le O papier auprès de ses partenaires. Dorénavant, l'ensemble de la démarche d'adhésion et de management des clients portugais est digitalisée - adhésion directe ou chez les partenaires. Ce sont 200 points de vente partenaires de Oney où nos solutions de financement et de paiement sont proposées qui sont concernés. Une démarche efficace au bénéfice du client qui permet de consommer moins de papier pour le partenaire et pour Oney. Le Portugal a consommé - 29% de papier vs 2017 (93 T de papier utilisé en 2018)

Oney Trust

Oney Trust en France développe des solutions antifraudes et de profilage digital pour l'économie de partage et les collectivités. En lien avec nos ambitions d'accompagner les nouvelles formes d'économie plus raisonnées, Oneytrust a initié un partenariat avec seloger.com, site d'échange de services et achats entre particuliers. L'entité ne compte pas s'arrêter là comme acteur de la confiance des échanges sur internet entre particuliers.

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.

EN BREF

Oney au Portugal a soutenu 2 associations qui œuvrent en faveur de l'environnement. 1 000 euros ont été donnés à l'association Quercus qui agit pour la défense de la nature. Et 1 385 euros ont été donnés à l'association Brigada Do Mar, qui œuvre pour le nettoyage et la conservation des fleuves et des océans.

Oney, partenaire de association World Clean Up Day en 2018, a participé au World Clean Up Day le 14 Septembre 2018. 150 collaborateurs de 4 pays ont ramassé des déchets jetés dans l'espace public lors d'une journée spéciale. Nous avons participé à ramasser 400 kg de déchets. Cette journée a permis de

sensibiliser chacun sur le volume de déchets qui polluent de nos villes et l'environnement, et ainsi à l'importance du tri.

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 a donc diminué entre 2017 et 2018, passant de 455 tonnes de papier utilisé en 2017 à 369 tonnes en 2018 (-13%), et cela malgré une hausse de notre activité économique. Oney affiche donc un ratio de consommation de kilogrammes de papier utilisés par euro de PNB généré en recul de 16% par rapport à 2017.

Un recul enregistré dans quasiment tous les pays. Seule la Roumanie a augmenté sa consommation rapportée à l'euro de PNB, du fait de l'adoption d'une nouvelle législation qui a nécessité l'impression de nombreux documents pour la filiale à destination des clients, et l'Espagne qui a fait 2 campagnes exceptionnelles massives de marketing client autour du prêt personnel.



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 **17 millions d'e-relevés** de compte ont été envoyés en France en 2018 (+6% vs 2017), **5 millions** au Portugal (+3% vs 2017) et **2 millions** en Espagne (+8% vs 2017). A noter que l'Espagne facture aux clients les envois en format papier, et que le Portugal opte dorénavant par défaut pour le relevé électronique pour ses nouveaux clients. La Hongrie a démarré ce mode d'envoi en 2017 et affiche ainsi une croissance spectaculaire passant de 5 700 envois en 2017 à 12 750 (soit une progression de 120%). Au total, l'envoi de e-relevés de compte a progressé de 1% entre 2017 et 2018. 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 2018, **45 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. Nous savons aussi que le meilleur déchet est celui que nous ne produisons pas. Ainsi nous sommes fiers de constater sur

certaines pays que le volume diminue car ils ont utilisé moins de papier à la source. L'Espagne et le Portugal ont déployé de véritables « points d'apport volontaire » à plusieurs endroits de leur site afin que les collaborateurs puissent trier facilement.

• 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. 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 la Pologne et de Oneytrust. Notre consommation d'électricité 2018 concerne ainsi les filiales France, Italie, Chine, Russie, Espagne, Malte et Portugal.

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 **6%** la consommation d'électricité en kWh par collaborateur et par an entre 2017 et 2018.

Seules Malte et L'Espagne augmentent leur ratio respectivement de 60% et de 21% car elles ont très largement agrandi leurs espaces utilisés.

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

EN BREF

Les équipes de Oney Espagne lance initiative "Green IT", une initiative de leur démarche OneyGreen. Cette démarche a permis de mettre en place une charte de bonnes pratiques IT diffusée à l'ensemble des Talents Oney du pays. Cette initiative a aussi impliqué l'extinction automatique de tous les dispositifs électroniques

de Oney à 23.00 pm jusqu'à 7 :00am heures. L'objectif des équipes : réduire la consommation électrique de leurs serveurs (-12% de consommation vs 2017), diminuer l'impact environnemental, augmenter l'implication collective en faveur de la RSE.

Oney supprime tous les gobelets en plastique dans sa filiale italienne Oney Data. Dorénavant tous les Talents de la filiale Italie sont équipés d'une tasse à café : fini les gobelets. Cela représente une économie de **7 200** gobelets et de 1 200€ par an.

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 comprennent 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.

EN BREF

Les Comités de Direction de la France et la Hongrie invitent des Talents autour de la table. Tous les mois, **2** Talents volontaires participent au Comité de Direction de leur filiales. Initiative lancée en 2018, elle permet à des Talents de partager la vie et les sujets des dirigeants lors d'un comité. A des fins de transparence, ils participent aussi aux décisions et émettent des avis et apportent de nouveaux points de vue. Toutes les parties sont ravis de cette formule où chacun ressort enrichi et avec une meilleure connaissance des

problématiques globales ou plus spécifiques.

Les vrais/faux de la Direction Générale du Groupe Oney. Afin de gagner en transparence sur tous les sujets stratégiques de Oney et de répondre aux questionnements sur l'actualité, une communication intitulée « les vrais/faux de la DG » est envoyée tous les mois à nos Talents de la Direction Corporate et des Comité de Direction pays. Cette initiative va être suivie en France dès 2019 !

La filiale de Oney en Russie repense sa communication marketing afin d'être plus « compréhensible » auprès de ses clients. En 2018, Les équipes ont complètement retravaillé la communication des offres de crédit au niveau de l'explication des tarifs et des commissions. L'objectif était de s'assurer que l'ensemble de la tarification allait être plus complet, transparent et clair pour les clients. Le langage a aussi été adapté afin d'utiliser un langage courant et non technique pour la plus grande satisfaction des clients.

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

Oney est doté depuis plusieurs années d'un code de déontologie qui régit les grands principes de qualité de service à la clientèle, les relations avec l'extérieur et au sein de l'entreprise, et les des devoirs de talents de l'entreprise. Ce code est applicable à toutes les entreprises du groupe et à toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs. Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs qui entrent dans une de nos entreprises sont sensibilisés à tous les grands principes et dans le cadre de leurs devoirs et obligations s'engagent à en respecter les règles.

• **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 lutte contre la corruption, et enfin une charte achats.

A 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 anti-corruption auprès de toutes les Directions impactées 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’actions associés sont en cours.

Afin d’avoir une démarche globale et harmonisée et complétée 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.

• **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 dit « paradis fiscal » ni dans un pays non coopératif (liste OCDE).

Oney implantée 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 elle opère, et en recrutant localement. Nous sommes conscients que nul ne doit aujourd’hui échapper à sa participation à la contribution publique, et lutter contre l’évitement fiscal est une condition au consentement à l’impôt. Pour plus d’informations, consultez notre rapport financier sur Oney.com.



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

Conscients de notre responsabilité et de notre rôle, nous avons la volonté de consolider des liens durables et constructifs avec notre écosystème. Nous croyons en l’intelligence collective, levier d’innovation pour des solutions concrètes et acceptables par tous. Consulter ses parties prenantes, c’est nourrir ses décisions d’entreprise.

EN BREF

Oney Insurance à Malte a interrogé les assurés pour recueillir les avis sur l'Assurance des Emprunteurs du prêt consommation. Fin 2017, un forum en ligne a été organisé pour discuter avec les assurés et mieux comprendre leurs besoins et attentes sur ce produit phare. Lors de ces échanges, des thématiques d'amélioration de notre produit ont été définies et ont pu être prises en compte dans une évolution à venir de notre produit d'Assurance des Emprunteurs Revolving (Avril 2019).

Oney Data en Italie coconstruit sa nouvelle plateforme avec son partenaire et ses clients finaux.

Les équipes Oneydata ont redesigné leur plateforme de data sharing en collaboration Auchan et les fournisseurs d'Auchan. 10 workshops ont été nécessaires pour aboutir à une version validée par l'ensemble des parties prenantes participantes. Un vrai travail d'équipe qui a permis à Oney Data d'initier une nouvelle relation partenaire plus collaborative pour une meilleure satisfaction du client final.

Les équipes de Oney en Russie lance le projet Unicorn pour coconstruire leur nouvelle stratégie business.

Accompagnée par un incubateur, la Direction de la filiale décide de proposer aux talents volontaires de se joindre à l'écriture du nouveau projet d'entreprise. C'est ainsi que 11 talents ont été embarqués dans la démarche de co-construction durant tout l'été 2018. Ce collectif de talents a amorcé le travail par l'identification des besoins des clients [identifiés grâce à de multiples interviews approfondis] venus nourrir dès le début de la réflexion stratégique. Véritable succès de cohésion, cela a eu aussi la vertu de permettre pour les talents d'appréhender un projet stratégique en mode start-up !

05. POUR ALLER + LOIN

Annexes des chiffres par pays.

Effectif Oney par pays et par genre

	(En nombre)	Effectif à la fin de la période	Effectif masculin à la fin de la période	Effectif féminin à la fin de la période
Banque Chine	2018	68	36	32
	% 17/18	-45%	-47%	-43%
Oney Trust	2018	47	29	18
	% 17/18	NA	NA	NA
Banque France	2018	1068	435	633
	% 17/18	6%	8%	4%
Banque Hongrie	2018	125	25	100
	% 17/18	-2%	0%	-2%
Banque Italie	2018	15	11	4
	% 17/18	36%	83%	-43%
Banque Malte	2018	25	12	13
	% 17/18	32%	33%	30%
Banque Pologne	2018	353	51	302
	% 17/18	-2%	-27%	4%
Banque Portugal	2018	352	114	238
	% 17/18	11%	-48%	148%
Banque Roumanie	2018	125	31	94
	% 17/18	-13%	55%	-24%
Banque Russie	2018	105	33	72
	% 17/18	42%	27%	50%
Banque Espagne	2018	289	119	170
	% 17/18	-1%	0%	-2%
Banque Ukraine	2018	9	3	6
	% 17/18	29%	0%	50%
Oney Groupe	2018	2581	899	1682
	% 17/18	4%	-7%	11%

Répartition par type de contrat par pays

		% des contrats à durée déterminée	% des contrats à durée indéterminée	% des contrats à temps complet	% des contrats à temps partiel
Chine	2017	91%	9%	100%	0%
	2018	84%	16%	100%	0%
	% 17/18	-7 pts	+7,3 pts	+0 pt	+0 pt
Oney Trust	2017	NC	NC	NC	NC
	2018	9%	91%	98%	2%
	% 17/18	NA	NA	NA	NA
France	2017	4%	96%	92%	8%
	2018	4%	96%	92%	8%
	% 17/18	+0 pt	+0 pt	+0 pt	+0 pt
Hongrie	2017	1%	99%	93%	7%
	2018	1%	99%	94%	6%
	% 17/18	+0 pt	+0 pt	+1 pt	-1 pt
Italie	2017	0%	100%	100%	0%
	2018	20%	80%	100%	0%
	% 17/18	+20 pts	-20 pts	+0 pt	+0 pt
Malte	2017	0%	100%	100%	0%
	2018	0%	100%	96%	4%
	% 17/18	+0 pt	+0 pt	-4 pts	+4 pts
Pologne	2017	47%	53%	100%	0%
	2018	41%	59%	98%	2%
	% 17/18	-6 pts	+6 pts	-2 pts	+2 pts
Portugal	2017	11%	89%	94%	6%
	2018	14%	86%	97%	3%
	% 17/18	+3 pts	-3 pts	+3 pts	-3 pts
Roumanie	2017	1%	99%	95%	5%
	2018	0%	100%	98%	2%
	% 17/18	-1 pt	+1 pt	+3 pts	-3 pts
Russie	2017	7%	93%	85%	15%
	2018	4%	96%	73%	27%
	% 17/18	+3 pts	-3 pts	-12 pts	+12 pts
Espagne	2017	10%	90%	82%	18%
	2018	9%	91%	85%	15%
	% 17/18	-1 pt	+1 pt	+3 pts	-3 pts

		% des contrats à durée déterminée	% des contrats à durée indéterminée	% des contrats à temps complet	% des contrats à temps partiel
Ukraine	2017	0%	100%	100%	0%
	2018	0%	100%	100%	0%
	% 17/18	+0 pt	+0 pt	+0 pt	+0 pt
Oney Groupe	2017	16%	84%	93%	+7 pts
	2018	13%	87%	93%	+7 pts
	% 17/18	-3 pts	+3 pts	+1 pt	+0 pt

Heures de formation par pays

	Heures totales de formation 2017	Heures totales de formation 2018	% 18/17	H de formation annuelle par collaborateur 2017	H de formation annuelle par collaborateur 2018	Évolution des heures 18/17
Chine	2300	5174	125	19	76	58
Oney Trust	553	371	-33	12	8	-4
France	12104	14270	18	1	13	12
Hongrie	6244	3422	-45	49	27	-22
Italie	1162	975	-16	106	65	-41
Malte	634	1088	72	33	44	11
Pologne	7231	5548	-23	20	16	-4
Portugal	16513	18099	10	52	51	-1
Roumanie	2722	5720	110	19	46	27
Russie	1379	6836	396	19	65	46
Espagne	20900	13023	-38	71	45	-26
Ukraine	350	152	-57	50	17	-33
Oney Groupe	72092	74678	4	29	29	0

Consommation et usage du papier

		Consommation de papier (kg)	Volume de papier recyclé (kg)
Ukraine	2017 (10/2016 - 09/2017)	70	17
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	68	73
	% 17/18	-3%	329%
Chine	2017 (10/2016 - 09/2017)	750	375
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	600	300
	% 17/18	-20%	-20%

		Consommation de papier (kg)	Volume de papier recyclé (kg)
Espagne	2017 (10/2016 - 09/2017)	99550	1910
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	108919	4320
	% 17/18	9%	126%
France	2017 (10/2016 - 09/2017)	154 00	43500
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	130448	23140
	% 17/18	-15%	-47%
Hongrie	2017 (10/2016 - 09/2017)	23500	530
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	22000	896
	% 17/18	-6%	60%
Italie	2017 (10/2016 - 09/2017)	75	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	75	NC
	% 17/18	0%	NA
Malte	2017 (10/2016 - 09/2017)	826	185
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	403	370
	% 17/18	-51%	100%
Pologne	2017 (10/2016 - 09/2017)	36500	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	30490	NC
	% 17/18	-16%	NA
Portugal	2017 (10/2016 - 09/2017)	13550	11200
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	93200	14049
	% 17/18	-29%	25%
Roumanie	2017 (10/2016 - 09/2017)	5800	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	6500	NC
	% 17/18	12%	NA
Russie	2017 (10/2016 - 09/2017)	3000	400
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	3200	700
	% 17/18	7%	75%
Oney Trust	2017 (10/2016 - 09/2017)	NC	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	410	950
	% 17/18	NA	NA
Oney Groupe	2017 (10/2016 - 09/2017)	454621	58147
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	396313	44798
	% 17/18	-13%	-23%

Consommation d'électricité

		Consommation électrique (KWH)	Consommation électrique des data center (KWH)	KWH consommé / effectif
Ukraine	2017 (10/2016 - 09/2017)	NC	NC	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	NC	NC	NC
	% 17/18	NA	NA	NA
Chine	2017 (10/2016 - 09/2017)	118645	NC	957
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	111674	NC	1642
	% 17/18	-6%	NA	72%
Espagne	2017 (10/2016 - 09/2017)	385082	146557	1314
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	458681	128882	1587
	% 17/18	19%	-12%	21%
France	2017 (10/2016 - 09/2017)	1471255	432163	1579
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	1508842	410691	1479
	% 17/18	3%	-5%	-6%
Hongrie	2017 (10/2016 - 09/2017)	NC	NC	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	NC	NC	NC
	% 17/18	NA	NA	NA
Italie	2017 (10/2016 - 09/2017)	NC	NC	0
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	22623	NC	1508
	% 17/18			
Malte	2017 (10/2016 - 09/2017)	12849	6428	676
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	27104	6428	1084
	% 17/18	111%	0%	60%
Pologne	2017 (10/2016 - 09/2017)	NC	NC	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	NC	NC	NC
	% 17/18	NA	NA	NA
Portugal	2017 (10/2016 - 09/2017)	211 645	212162	689
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	220334	181331	633
	% 17/18	4%	-15%	-8%
Roumanie	2017 (10/2016 - 09/2017)	NC	NC	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	NC	NC	NC
	% 17/18	NA	NA	NA
Russie	2017 (10/2016 - 09/2017)	211 645	212162	689
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	220334	181331	633
	% 17/18	4%	-15%	-8%

		Consommation électrique (KWH)	Consommation électrique des data center (KWH)	KWH consommé / effectif
Oney Trust	2017 (10/2016 - 09/2017)	NC	NC	NC
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	NC	NC	NC
	% 17/18	NA	NA	NA
Oney Groupe	2017 (10/2016 - 09/2017)	2 283 379	797 310	1 391
	2018 (01/01/2018 - 31/12/2018)	2 441 258	727 332	1 365
	% 17/18	7%	-9%	-2%

06.

Notes

Il s'agit donc d'un rapport de transition qui articule de nouveaux engagements sociétaux avec un état de fait de partis pris antérieurs. En conséquence, pour certains enjeux et risques RSE, les stratégies et politiques sont en cours de définition et seront présentées de manière plus précise sur l'exercice 2019. Par conséquent, les résultats associés peuvent être partiels sur ce premier exercice.

(*) 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.

07.

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, les consommations d'électricité sont incluses dans les charges et non communiquées aux locataires individuellement, ce qui est le cas de Oney Trust et de la Pologne. L'indicateur Consommation d'électricité des buildings ainsi est limitée à 74% des effectifs car il y a une exclusion de la Hongrie, la Pologne, la Roumanie, l'entité Oney Trust et l'Ukraine. La consommation d'énergie des data centers n'est pas incluse.

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 limitée 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.

M

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.

L

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

NOMBRE DE E-COMPTES CLIENTS

Nombre de clients ayant un compte Oney sur un de nos sites Oney. Nombre de comptes clients pour les entités dont l'information est pertinente et disponible. Sont concernés L'Espagne, Le Portugal, La France, La Russie et la Hongrie.

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.

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).

POIDS DE LA PRODUCTION WEB

C'est la part du montant de crédits obtenu par le canal web ou mobile sur le montant total de crédit obtainable par le canal web ou mobile. Ce poids regroupe les données des pays Espagne, Portugal, France, et Hongrie. Les autres entités ne sont pas intégrées dans le calcul.

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.

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, financier et exceptionnel, 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.

**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:

Le 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).

**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. 10 business Units à ce jour ont mis en place le tri sélectif du papier. La Roumanie, La Pologne et l'Italie sont donc exclues du volume total en 2018.

08.

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	 
> 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	 



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

ONEY BANK S.A.

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra- financière figurant dans le rapport de gestion

Exercice clos le 31 décembre 2018
ONEY BANK S.A.
31 avenue de Flandre, 59 170 Croix
Ce rapport contient 6 pages



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

ONEY BANK S.A.

Siège social : 31 avenue de Flandre, 59 170 Croix

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion

Exercice clos le 31 décembre 2018

A l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant de la société ONEY BANK S.A., accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1049¹, nous vous présentons notre rapport sur la déclaration consolidée de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 31 décembre 2018 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du groupe en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225 102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Responsabilité de la société

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 la société (ci-après le « Référentiel »), dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur demande au siège de la société.

¹ Dont la portée est disponible sur le site www.cofrac.fr

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 règles déontologiques, de la doctrine professionnelle et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité du commissaire aux comptes

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 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 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, ainsi qu'à la norme internationale ISAE 3000 (*Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*).

Nous avons mené des travaux nous permettant d'apprécier la conformité de la Déclaration aux dispositions légales et réglementaires et la sincérité des Informations :

- Nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation, de l'exposé des principaux risques sociaux et environnementaux liés à cette activité, ainsi que des politiques qui en découlent et de leurs résultats ;
- 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 le modèle d'affaires et les principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entreprises 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, au regard des informations prévues au I de l'article R. 225-105, ainsi que les politiques, les procédures de diligence raisonnable et les résultats, incluant les indicateurs clés de performance ;
- Nous avons vérifié, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques présentés, que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 ;
- Nous avons apprécié le processus d'identification, de hiérarchisation et de validation des principaux risques ;
- Nous nous sommes enquis de l'existence de procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par la société ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication claire et motivée des raisons justifiant l'absence de politique concernant un ou plusieurs de ces risques ;
- Nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- Nous avons apprécié le processus de collecte mis en place par l'entité visant à l'exhaustivité et à la sincérité des résultats des politiques et des indicateurs clés de performance devant être mentionnés dans la Déclaration ;
- Nous avons mis en œuvre sur les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs² que nous avons considérés les plus importants :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;

² Indicateurs sociaux : Effectif total au 31/12 et répartition par genre et par type de contrats (CDI/CDD), Nombre d'embauches en CDI, Nombre de départs en CDI, Turnover CDI, Taux de formation, Taux de promotion interne des non managers devenus managers.

Indicateurs environnementaux : Consommation d'électricité des bâtiments par salarié, Consommation d'électricité des data centers, Quantité de papier utilisé recyclé.

- 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 contributrices³ et couvrent entre 55% et 83% des données consolidées des indicateurs clés de performance et résultats sélectionnés pour ces tests ;
- Nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les procédures de diligence raisonnable (organisation, politiques, actions, résultats qualitatifs) que nous avons considérées les plus importantes⁴ ;
- Nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de la société.

Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues 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.

Du fait du recours à l'utilisation de techniques de sondages ainsi que des limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans la Déclaration ne peut être totalement éliminé.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes.

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, et compte tenu du périmètre de notre responsabilité, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la Déclaration est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

³ Oney France, Oney Portugal

⁴ Politiques en faveur de l'employabilité et du développement des compétences, Actions en faveur de la qualité de vie au travail, Mesures en faveur de l'intégration de personnes handicapées, Mesures en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes, Sensibilisation des salariés à la protection de l'environnement, Mesures de réduction de l'impact environnemental, Procédures de lutte contre la corruption, Gestion des clients fragiles et suivi de la satisfaction client.



ONEY BANK S.A.

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant,
sur la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion
7 mars 2019

Commentaire

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du code de commerce, nous formulons le commentaire suivant : la mise en place des politiques et indicateurs de performance a été initiée en 2018 et ne couvre pas l'ensemble des risques extra-financiers.

Paris-La Défense, le 7 mars 2019

KPMG S.A.

Anne Garans
Associée
Sustainability Services

Christoph Coquelin
Associé

• CRÉDITS •

Rédaction :
Département Communication Oney

Conception et réalisation :
ULTRAMEDIA

oney