

# La durabilité en action dans les paiements



# Sommaire ● ● ● ●

- 1** Ce qui change vraiment pour nos clients p.4
- 2** BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens :  
des acteurs industriels et digitaux... p.12
- 3** Au cœur de l'écosystème : innover  
et inspirer pour un avenir responsable p.18
- 4** Des collaborateurs mobilisés, dans  
l'entreprise et dans la société p.24



# Chères lectrices, chers lecteurs,

C'est avec une grande fierté que je vous présente notre premier document RSE, fruit de trois années d'une mobilisation intense et déterminée au sein du métier Paiement de BPCE. Ce document est le témoignage d'une transformation profonde : celle d'intégrer la responsabilité sociétale de l'entreprise au cœur même de notre stratégie et de nos opérations, pour une croissance responsable et durable. Ainsi, nous avons travaillé avec toutes les équipes métier pour inclure l'impact - la durabilité, l'accessibilité - au cœur de nos produits, notamment cartes et terminaux de paiement. Au quotidien, dans un métier à si forte prévalence technologique, nous axons nos développements vers un numérique plus responsable et inclusif. Les actions concrètes, décrites dans ce document, sont le reflet du travail engagé de toutes les équipes.

Forts des valeurs coopératives des Banques Populaires et des Caisses d'Epargne, nous avons la responsabilité de faire du paiement un levier de transition positive. Dans un monde où chaque transaction, chaque flux, chaque innovation peut avoir un impact, nous avons fait le choix d'être un acteur engagé : pour nos collaborateurs, en veillant à leur développement et à leur bien-être ; envers nos clients,

en concevant des solutions de paiement plus inclusives et durables ; et enfin, pour la planète, en alignant nos activités avec les objectifs de transition du Groupe BPCE.

Cet engagement - et les actions qui en découlent - constitue pour nous un véritable marqueur de différenciation. En tant qu'acteur majeur des paiements, avec plus de 20% du marché français, nous apportons des réponses concrètes et alignées avec les attentes de l'ensemble de nos clients, particuliers comme professionnels, ainsi que des utilisateurs finaux.

Cette dynamique n'existerait pas sans l'énergie formidable de nos équipes. Je salue avec beaucoup de gratitude nos collaborateurs, nos ambassadeurs et notre équipe IMPACT qui, au quotidien, impulsent, construisent et donnent vie à nos ambitions.

Je vous invite à découvrir, au fil de ces pages, la preuve de notre engagement collectif.



**Frédéric Burtz**

Directeur du métier Paiements du Groupe BPCE | Directeur général de BPCE Payment Services

# Impact Inside

## La durabilité en action dans les paiements

Innovative Measures – Positive Actions – Carbon Transition (IMPACT) : c'est sous cette bannière « IMPACT » que notre démarche RSE se construit depuis plusieurs années. Le moment est venu d'en montrer la réalité concrète via ce document.

BPCE Payment Services, Payplug, Xpollens : trois entités, une même démarche, une même ambition. Celle d'entreprises de la chaîne de valeur du paiement du Groupe BPCE qui intègrent pleinement les enjeux environnementaux, sociétaux et de gouvernance, en cohérence avec le plan stratégique Vision 2030 du groupe.

Vous découvrirez au fil de ces pages notre feuille de route, déployée sous quatre axes :

**Au service de nos clients** : accompagner leurs adaptations - environnementales, numériques, et liées à leurs besoins de moyens de paiement accessibles ;

**Acteur industriel digital engagé** : réduire l'empreinte carbone de nos infrastructures et nos services ;

**Entreprise responsable** : gouvernance, transparence, maîtrise de nos risques ;

**Collaborateurs engagés** : dans l'entreprise et dans la société.

Notre démarche est en mouvement. La transformation se mène projet par projet, avec les équipes. C'est une histoire de choix, et de résultats. Ce magazine s'en veut le reflet. Excellente lecture !



**Bénédicte Bedaine-Renault**

Responsable de l'Impact, BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens

**Ce magazine a été éco-conçu** : choix éditoriaux sobres, nombre de pages limité, format optimisé pour une lecture écran comme pour une impression raisonnée.

# 1. Ce qui change vraiment pour nos clients

Rendre les paiements accessibles, inclusifs et responsables

---

## Simplifier, inclure, décarboner : les paiements au service de nos clients

Le paiement, c'est la seule porte d'entrée matérielle de la relation entre un client et sa banque. Ce sont aussi des produits et des services qui doivent prendre en compte les enjeux d'adaptation au changement climatique, à une démographie qui évolue et des usages qui changent. Par les paiements, nous accompagnons nos clients dans leurs besoins de s'adapter à ces nouveaux environnements et enjeux.

## Des attentes qui s'accroissent

La diversité du positionnement de nos entreprises sur la chaîne de valeur du paiement se reflète dans la diversité de nos clients.

Nos clients, ce sont d'abord les Banques Populaires et les Caisses d'Épargne, et par essence, leurs clients finaux : des millions de particuliers, professionnels, entreprises et acteurs de l'ESS. Ce sont aussi des institutions financières, des milliers de marchands (distribuant leurs produits et services en proximité, en e-commerce ou omnical), ou encore des partenaires qui intègrent nos services bancaires en marque blanche.

Tous se retrouvent face à de nouveaux modes de consommation des services bancaires et de paiement. Nos clients attendent des parcours simples, sobres et inclusifs. Les réglementations ESG<sup>1</sup> se traduisent par une vigilance accrue sur ces questions dans les appels d'offres. Nos collaborateurs veulent des entreprises alignées avec ces enjeux.

**Notre mission : traduire ces attentes en solutions opérationnelles et en résultats tangibles.**



## Trois dimensions, un même cap

Avec BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens, nous proposons des solutions de paiement à différents moments de la chaîne de valeur des paiements : émission de cartes et services associés, acceptation / acquisition pour les marchands, gestion des flux (virements / prélèvements) de masse et unitaires, lutte contre la fraude, mise à disposition d'API bancaires... Cette présence large implique une responsabilité : chaque maillon est un point d'impact. C'est ainsi que, pour nos clients, nous nous engageons à :

1. Réduire l'empreinte carbone de nos produits et services de paiement
2. Rendre les paiements accessibles à tous
3. Sécuriser et fiabiliser les parcours

**Ces trois dimensions ne sont pas cloisonnées : un parcours de paiement sobre est aussi plus simple, plus accessible et plus résilient.**



Vu du client

# « Nous voulons des partenaires engagés »

Au sein du Groupe BPCE, les Banques Populaires et les Caisses d'Épargnes placent la Responsabilité Sociétale des Entreprises au cœur de leur stratégie de développement, et en particulier concernant les moyens de paiement. Forts d'un ADN coopératif, ces établissements s'engagent concrètement et quotidiennement sur ces enjeux, et attendent une action réciproque de leurs partenaires et fournisseurs de produits et solutions de paiement.



**La Banque Populaire AURA<sup>2</sup> a obtenu, en octobre 2025, le niveau « Exemplaire » du label AFNOR « Engagé RSE ». Qu'est-ce que ça signifie concrètement ?**

Nous sommes une grande coopérative territoriale, au capital détenu à 100% par nos clients sociétaires. La responsabilité s'inscrit dans notre ADN coopératif. Mais il faut le prouver. Les labélisations attestent la sincérité de la démarche et identifient ce qu'il reste à améliorer.

**Comment vos partenaires de paiement vous accompagnent sur ces sujets ?**

Nous avons besoin qu'ils soient aussi engagés que nous. Ils nous donnent les preuves et les solutions qui nous permettent d'avancer. C'est une question de cohérence de la chaîne de valeur autant qu'un axe de différenciation.

**En quoi les moyens de paiement sont-ils un sujet d'Impact ?**

Le paiement établit le lien entre une banque et ses clients — particuliers, professionnels ou entreprises. C'est le geste le plus fréquent, le plus concret. Derrière, deux enjeux majeurs. D'abord l'inclusivité : que tout le monde puisse disposer de moyens de paiement et les utiliser, y compris les clientèles fragiles. Ensuite la sobriété : que ces moyens de paiement soient les plus propres et les plus raisonnables possible. Nos cartes sont déjà en plastique recyclé, mais il faut aller plus loin : le recyclage des terminaux, la décarbonation des infrastructures digitales, le stockage des données... Tout cela fait partie de l'équation.



**Marie Lauwers**

Secrétaire générale, Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes

L'écosystème des paiements évolue très rapidement et l'enjeu est d'assurer les meilleurs services à nos clients. Nos partenaires de paiement nous accompagnent, en rendant l'accessibilité et la sobriété déployables à l'échelle.

Sur les moyens de paiement, nous avançons sur plusieurs fronts. Ils se digitalisent, les cartes sont en PVC recyclé, le grammage de nos chèquiers réduits, leur renouvellement n'est plus systématique. Sur le fiduciaire, nous intégrons des critères environnementaux dans nos appels d'offre de transport de fonds.

L'accessibilité est aussi au cœur de notre démarche. Encoches tactiles sur les cartes, touches en braille sur les automates, travaux en cours sur les terminaux pour se conformer à la Directive « Accessibilité<sup>3</sup> ». Et dans le cadre d'actions en faveur de l'inclusion, nous avons exploré des innovations telles que la réalité virtuelle pour que nos collaborateurs expérimentent le handicap - très efficace pour comprendre la réalité des personnes dans ces situations.



**Kristell FLE-COSSON**

Directrice des Paiements,  
Caisse d'Épargne Ile-de-France

<sup>2</sup> Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes

<sup>3</sup> Directive européenne en matière d'accessibilité des produits et des services (juin 2025)

© Photographie par Benoit Gillardeau

The background of the page is a light pink wash with several faint, semi-transparent illustrations. At the top center is a lighthouse with a spiral staircase leading up to its lantern room. To the right, a group of birds is shown in flight. At the bottom, a hand is depicted holding a card, with a thin vertical line extending upwards from the card. The overall aesthetic is clean and modern.

# Une carte avec des convictions

---

La carte de paiement est un des rares objets physiques qui lie le client à sa banque. Éco-conception, inclusion, recyclage : elle doit refléter nos ambitions en matière de responsabilité. Nous sommes dans une démarche d'amélioration continue pour réduire l'impact environnemental sur toute la chaîne de valeur, en collaboration avec les industriels, tout en perfectionnant les fonctionnalités d'inclusion pour servir au mieux toutes les populations.

## 100% rPVC

100% des cartes Banque Populaire et Caisse d'Épargne sont en PVC recyclé (rPVC). Gain : entre 6,5 et 11 g de CO<sub>2</sub> économisés par carte (estimations fournies par les industriels). Pour BPCE Payment Services, avec plus de 33 millions de cartes gérées, l'effet volume compte. Et pour les clients, le passage au r-PVC est totalement « transparent ».



## Éco-conception : penser "cycle de vie"

Une carte, c'est une chaîne complète d'impacts. Matières premières, fabrication, énergie, transport, encres, gestion de la fin de vie : chaque détail compte.

## Fin de vie

Projet pilote 2024-2025 : 110 kg de cartes entièrement revalorisées en 6 mois (plastique et métaux dans des filières dédiées). Prochaine étape : passer à l'échelle !



## Emballages responsables

100% papiers certifiés FSC depuis 2019 (encarts d'envoi des cartes, courrier...). La carte digitale est disponible dès la commande, avant réception de la carte physique.

## Accessibilité

100% des cartes Banque Populaire et Caisse d'Épargne sont équipées d'une encoche tactile pour les identifier au toucher parmi toutes les cartes du portefeuille. Des caractères en braille ont été ajoutés début 2026 pour aider les déficients visuels à identifier leur établissement. Un vrai changement pour un meilleur usage.

## Vu du terrain

Et pour vous, qui êtes au quotidien en lien avec nos clients, quelle est la valeur de l'engagement « Impact » ?

### « Prérequis »

« L'impact devient un prérequis dans les appels d'offres. Nos arguments : acteur français, rattaché à un grand groupe bancaire, un réseau (Carte Bancaire) également français, et en pointe sur la sensibilisation des collaborateurs à ces enjeux. »



**Camille Sampoux**

Directrice commerciale de Payplug



### « Vertueux »

« Chez Xpollens, la RSE se veut un cercle vertueux. Quand on optimise nos algos pour réduire la consommation énergétique, on baisse aussi nos coûts. Quand on intègre ces enjeux dans chaque appel d'offres, on améliore la qualité de nos partenaires. Et quand nos clients néo-banques ouvrent des comptes sans découvert ni agios à des personnes non bancarisées, c'est notre technologie qui facilite l'inclusion bancaire. Des cartes en matériaux recyclés à l'éducation financière, chaque solution aligne impact social et efficacité économique. »



**Jacques-Olivier Schatz**

CEO de Xpollens

### « Indispensable »

« Pas besoin d'attendre des choses révolutionnaires pour avancer avec ses équipes, ses fournisseurs, son écosystème. Chacun apporte sa pierre pour que le client final — particulier ou entreprise — bénéficie de la solution la plus responsable possible. Concilier ainsi business, expérience client et responsabilité est aujourd'hui indispensable. »



**Didier Darmouni**

Directeur Financial Institutions,  
BPCE Payment Services

# L'accessibilité devient un standard du paiement

Payer, un geste simple ?

À condition que le terminal, la page de paiement et le parcours aient été pensés pour tous les publics.

## Des TPE qui s'adaptent aux utilisateurs

Les dernières générations de terminaux de paiement intègrent des modes « Accessibilité » : ergonomie adaptée, guidage vocal, options d'affichage renforcées. Des **tests d'accessibilité** avec des **associations de personnes malvoyantes et non-voyantes** évaluent l'usage réel : repérage, saisie, confirmation, compréhension des messages. Et dans certaines Caisses d'Épargne, pour compléter ce dispositif, des **sessions de réalité virtuelle** permettent aux collaborateurs d'expérimenter eux-mêmes certains handicaps pour mieux détecter les irritants dans les différents parcours.

## Des pages de paiement plus inclusives

L'accessibilité ne s'arrête pas au terminal. Les pages de paiement en ligne

font l'objet d'un travail de mise en conformité avec le **RGAA** (Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité). Contrastes, navigation, compatibilité avec les lecteurs d'écran, messages d'erreur compréhensibles : chaque étape du parcours doit être analysée et si besoin, corrigée. Nous travaillons avec nos équipes (chez Payplug) et nos partenaires pour que les parcours de paiement soient le plus accessible possible.

## Un cadre renforcé

La législation impose depuis 2025 que tout nouveau terminal de paiement ou service bancaire en ligne soit accessible. En France, le **GIE Carte Bancaire** décline ces exigences.

## Pourquoi ça compte

Un parcours de paiement accessible, c'est la possibilité pour tous les publics d'acheter, vendre, payer ses services essentiels — sans dépendre d'un tiers. En Europe, plus de 87 millions de personnes vivent avec un handicap, 12 millions en France.

## 2.

# BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens : des acteurs industriels et digitaux...

Agir et mobiliser toute la chaîne de valeur

---

Le paiement, est un secteur industriel assez unique dans le milieu bancaire : seul métier à fournir un bien physique à son client (carte ou terminal de paiement), l'action de nos entreprises s'inscrit au sein d'une chaîne de valeur industrielle internationale, entre nos fournisseurs et nos clients. Nos travaux sont en outre guidés par la très forte digitalisation des paiements permettant aux clients des expériences les plus sécurisées possibles, les plus fluides et sans couture.

Le numérique responsable nous permet de fixer le cadre de décarbonation de nos infrastructures technologiques ; pour nos entreprises, cela induit une montée en com-

pétence et un travail conséquent des équipes métier appuyées par les membres de la filière dédiée du Groupe BPCE.

La résilience de nos applications et de nos moyens de paiement est un enjeu clé, étant donné le service crucial que les paiements rendent à la vie économique de nos sociétés modernes. C'est un enjeu de gouvernance, d'anticipation de nos risques ESG en tant qu'entreprise. Et cela soulève des questions relatives à la souveraineté, pour une meilleure maîtrise de toute la chaîne de valeur industrielle et digitale de tous les moyens de paiement proposés à nos clients (particuliers, entreprises et commerçants).

## Six chantiers pour un numérique plus responsable

**Le numérique est le cœur même de l'activité de paiement. Dématérialisation des moyens de paiement et surtout, architecture et infrastructure permettant des paiements fluides et sans couture en quelques secondes sont nos enjeux de qualité de service. Considérer l'Impact, c'est réduire l'empreinte carbone de cette chaîne de valeur sans compromettre sa performance : cela suppose une démarche structurée.**

## 01. Sensibiliser

Les ateliers 2tonnes et les Fresques du Numérique (100% des équipes Tech & Data de nos trois entreprises seront formées d'ici fin 2026) aident à comprendre les impacts de ces technologies et de nos usages quotidiens. Cette prise de conscience partagée à l'échelle est le premier levier d'action.

## 02. Mesurer

Côté BPCE Payment Services, des grilles d'analyse évaluent l'empreinte carbone de chaque application, en phase de construction (build) comme en exploitation (run). L'objectif : objectiver l'impact — en kWh, en CO<sub>2</sub>, en volumes de données — pour orienter les arbitrages sur des faits.

Payplug et Xpollens produisent leur bilan carbone, ce qui permet également de monitorer l'impact du numérique.

## 03. Éco-concevoir

Concevoir sobre dès le départ coûte moins cher que corriger après coup. En pratique : développer des applications moins gourmandes en mémoire, en ressources serveur et en appels réseau. Réduire le poids des pages, limiter les scripts et le tracking, simplifier les parcours de paiement. Chaque écran supprimé, c'est du calcul en moins — et souvent une expérience utilisateur améliorée.

## 04. Allonger la durée de vie

L'empreinte du numérique provient en grande partie de la fabrication des terminaux et équipements. L'enjeu : limiter le parc, allonger les durées de vie, éviter les renouvellements systématiques, organiser le reconditionnement. À l'échelle du Groupe, 94 % des équipements ont désormais une empreinte carbone référencée.



## 05. Sélectionner les partenaires

La démarche ne s'arrête pas aux murs de l'entreprise. 37 % des achats du Groupe BPCE sont réalisés auprès de PME. Dans les appels d'offres, les critères RSE pèsent (par défaut) 20 % de la note attribuée aux fournisseurs : engagements environnementaux et sociétaux, certifications, transparence sur les pratiques d'affaires et de gouvernance. Un signal clair adressé à toute la chaîne de valeur : la durabilité est un critère de sélection et de différenciation, pas un bonus.

## 06. Scorer les applications

Chez BPCE Payment Services, sur la base d'un outil développé par le groupe, chaque application reçoit un score « Green IT » qui évalue son efficacité : poids du code, consommation des requêtes, usage des ressources. Ce scoring permet de prioriser les optimisations et d'inscrire la performance environnementale dans le suivi courant des projets — au même titre que la qualité ou la sécurité.

Ces six axes forment un tout. Une démarche d'amélioration continue, qui suppose d'aligner toutes les équipes autour d'un vrai projet d'entreprise.



## Vu des experts

# Que signifie l'IMPACT pour ceux qui sont à la manœuvre sur les enjeux de numérique responsable ?

### « Une question de conscience citoyenne »

Le numérique responsable, c'est à la fois un champ très large et une question de conscience citoyenne : utiliser des services qui soient le plus économe possible et, sur le plan humain, favoriser la diversité des profils.



**Armand dos Santos**  
CPTO, Payplug

### « Construire le paiement, porter ses impacts »

Acteur de services numériques, nous avons une responsabilité : mesurer les impacts de nos choix technologiques. Et mener des actions sociales concrètes, comme la gestion des PC en fin de vie, avec des solutions qui garantissent le recyclage tout en soutenant l'insertion.



**Ludovic Jeanson**  
CTO, Xpollens

### « Une double responsabilité »

L'IMPACT, c'est une double responsabilité — technologique et sociétale. On fait tourner des infrastructures de paiement 24h/7, c'est d'autant plus important de construire des solutions durables, sobres, accessibles. Pour cela, on se forme, on mesure, on identifie les leviers... Avec des résultats concrets – par exemple réduire de 25% les émissions de CO2 sur la plateforme fraude. Le vrai défi, c'est soutenir la croissance : on doit être encore plus performants pour faire plus avec moins. C'est aussi une source de motivation pour les équipes !



**Jean-François Amato**  
CTO, BPCE Payment Services

# La sobriété, levier de performance

Réduire l'empreinte carbone des infrastructures IT et accompagner la croissance de l'activité : défi relevé par BPCE Payment Services.

## Mesurer pour décider

Millions de transactions, autorisations en temps réel, détection de fraude : les infrastructures tournent en continu pour assurer les paiements, avec une empreinte énergétique directe. Pour la piloter, deux outils complémentaires créés par le groupe : **COPRICE Carbone** mesure l'empreinte des applications sur les serveurs « on-premise » ; la matrice **GPS (Green Practice Scoring)** évalue chaque projet sur plusieurs dimensions — équipe, serveurs, développement. L'objectif : intégrer l'impact au même titre que le budget ou le planning.

## Cibler, agir

La démarche de décarbonation se concentre sur le « **top 5** » : les applications les plus émissives dans chaque domaine — flux, monétique, lutte contre la fraude... Avec des leviers concrets : purges de données obsolètes, optimisation des machines virtuelles, rationalisation des environnements.

Un point clé : **la corrélation entre émissions et coûts d'infrastructure**. Réduire l'empreinte carbone, c'est aussi réduire la facture énergétique.

## Des labels comme boussole

Pour éviter les angles morts, BPCE Payment Services est en cours de labellisation **Numérique Responsable**, pour couvrir l'ensemble du cycle — gouvernance, achats, conception, usage, fin de vie. Le **RGESN**, référentiel général d'écoconception de services numériques publié en 2021 sur le site de Gouvernement, est mis en avant dans l'analyse des nouveaux projets.

## La clé : sensibiliser, embarquer

La sobriété numérique apporte aussi une meilleure **résilience** physique et énergétique. C'est aussi de **l'attractivité** face aux attentes des clients, collaborateurs et candidats. Pour avancer, 3 piliers : former les équipes, intégrer le numérique responsable dans toutes les instances, et s'appuyer sur la dynamique interne positive.

## À RETENIR

**44 critères** évalués pour la labellisation Numérique Responsable par l'agence LUCIE

**2 outils** complémentaires (COPRICE Carbone + la matrice GPS) pour intégrer l'impact aux décisions projets

# Gouvernance, impact et résilience

Dans le cadre ESG, le « G » de Gouvernance garantit que les engagements environnementaux et sociaux tiennent dans la durée — et que l'activité résiste aux chocs.

La gouvernance responsable ne se limite pas à la conformité réglementaire. Elle consiste à intégrer les risques climatiques dans les décisions stratégiques et opérationnelles, au même titre que les risques financiers ou cyber. Les infrastructures de paiement fonctionnent en continu : toute interruption, même brève, aurait des conséquences immédiates pour des millions d'utilisateurs.

Un processus d'identification et d'évaluation de la matérialité des risques ESG est en place visant à structurer la compréhension des risques auxquels nous sommes exposés à court, moyen et long terme et à identifier les axes prioritaires de renforcement du dispositif de maîtrise des risques. En ce sens, des scénarios climatiques sont intégrés ou pris en compte dans les plans de continuité d'activité. Un exemple : nous intégrons, en lien avec les instances de la Place, dans nos tests de gestion crise des événements comme une crue majeure de la Seine. Ces exer-

cices permettent de valider les dispositifs de bascule, d'identifier les points de fragilité et d'adapter les plans de continuité et de reprise.

Plus largement, la démarche de résilience s'articule autour de trois axes :

1. **Anticiper** les risques physiques liés au changement climatique (ex : crues, canicules, coupures d'énergie),
2. **Diversifier**, rendre plus robustes les infrastructures pour anticiper et parer à d'éventuelles défaillances,
3. **Tester** régulièrement les dispositifs de secours en conditions réelles.

Une infrastructure sobre — moins de serveurs, mieux dimensionnés, moins énergivores — est aussi une infrastructure plus résiliente.

La souveraineté des paiements prolonge cette logique : maîtriser sa chaîne de valeur, c'est mieux garantir le service face aux aléas.

# « Nous nous donnons les moyens de notre souveraineté »

**Le travail engagé par le Groupe BPCE pour garantir la souveraineté des solutions de paiements porte aujourd'hui ses fruits.**

**Pourquoi les paiements sont-ils un enjeu de souveraineté ?**

Ils sont un rouage indispensable de notre quotidien et de notre économie. Or certains services — réseaux, cartes — reposent sur des acteurs non-européens. Cela crée une relation de dépendance et une fragilité, qui dans certains pays européens est particulièrement critique. A cet égard la France est dans une situation comparativement plus favorable.

**Comment remédiez-vous à cette relation de dépendance ?**

Nous nous donnons depuis plusieurs années les moyens de renforcer la maîtrise de nos paiements, avec trois initiatives qui portent leurs fruits. D'abord sur le territoire national, avec le renforcement du GIE Cartes Bancaires (« GIE CB ») en termes d'innovation, de recours à des technologies souveraines... CB, qui a fêté ses 40 ans en 2024 garantit à la France une certaine autonomie pour les paiements.

Ensuite à travers EPI (European Payment Ini-

tiative), pour construire Wero, solution européenne à l'état de l'art qui dépasse les frontières nationales. Elle vise à proposer une alternative à Visa et Mastercard, mais aussi à Apple Pay et Google Pay.

Enfin, avec BNP Paribas, le Groupe BPCE a lancé la construction d'Estreem, qui se positionne en futur leader français du processing, 3ème au niveau européen, pour traiter l'ensemble des paiements par carte des deux groupes. C'est une initiative majeure et concrète pour garantir la maîtrise de notre chaîne de valeur.

**Quel impact pour les clients ?**

Les acteurs dominants imposent des coûts élevés aux banques et commerçants. Aujourd'hui, avec le GIE CB, Wero et Estreem, nous souhaitons offrir à nos clients consommateurs et commerçants la meilleure proposition de valeur possible, à des coûts maîtrisés. L'objectif est clair : soutenir l'économie européenne, renforcer notre résilience... Et offrir des systèmes de paiement souverains, inclusifs, innovants et performants.



**Pauline Morel**

Directrice Relations de Place & Prospective, BPCE Payment Services

# 3.

## Au cœur de l'écosystème : innover et inspirer pour un avenir responsable

Engager l'écosystème et les parties prenantes :

Être une entreprise responsable, c'est un engagement actif qui s'ancre dans notre capacité à comprendre, écouter et agir au cœur de notre écosystème. Conscients que notre impact se mesure à l'aune de nos interactions, nous avons placé le dialogue avec nos parties prenantes au centre de nos actions. Cela signifie que nos clients, collaborateurs, partenaires business, fournisseurs, sont des partenaires essentiels avec lesquels nous co-construisons nos actions pour répondre au mieux à leurs attentes et aux enjeux sociétaux.

Cette exigence de responsabilité s'étend naturellement à l'ensemble de notre chaîne de valeur depuis le travail avec les équipes de BPCE Achats et Services, nos fournisseurs,

les associations représentatives de la société civile (comme les associations de personnes malvoyantes), ou encore les partenaires de notre écosystème (schémas de paiement) : ensemble, nous œuvrons non seulement à la sécurité et à l'innovation des paiements en France, mais aussi à la construction d'un écosystème de confiance, plus inclusif et durable.

Etre une entreprise responsable, c'est aussi considérer que toutes les actions que nous pouvons mener dans la gestion de notre activité comptent, que ces actions apportent de la résilience à notre entreprise. Une illustration concrète est celle de la Direction Financière de BPCE Payment Services, engagée en tant qu'« investisseur responsable ».



# Nos parties prenantes externes

(vision non exhaustive)

1

## FOURNISSEURS

Fournisseurs « hardware »  
(cartes, terminaux de paiements)  
et leur chaîne de valeur amont

Fournisseurs  
« software » et leur chaîne  
de valeur amont

Fournisseurs  
de prestations  
intellectuelles

Autres fournisseur  
de biens et services  
nécessaires à l'activité

2

## CLIENTS

Nos clients directs  
(institutions financières,  
marchands, corporates...)

Banques Populaires  
et leurs clients finaux

Caisses d'Épargne  
et leurs clients finaux

Les autres établissements  
du groupe  
(ex: Banque Palatine)

## POLITIQUES « IMPACT » de BPCE PAYMENT SERVICES, PAYPLUG et XPOLLENS

3

## PARTENAIRES

Partenaires business  
(« schémas de paiement » :  
par ex : CB, EPI)

Acteurs de la chaîne de valeur  
(par ex: STET, SWIFT)

4

## REPRÉSENTANTS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE ET RÉGULATEURS

Associations représentant  
des acteurs de la société civile  
(par ex: consommateurs,  
associations représentant  
des personnes en situation  
de handicap)

Instances de place  
en charge des paiements



# Rendre le paiement accessible à tous

**Le réseau de paiement CB représente 77 millions de cartes et 15 milliards de paiements par an. Pourquoi faire de l'accessibilité une priorité ?**

Parce que l'échelle crée la responsabilité. CB, c'est 2/3 des dépenses de consommation courante des ménages en France, où 2 à 3 millions de personnes souffrent de déficiences visuelles : elles peinent à valider le montant à payer, saisir leur code confidentiel sur un écran tactile, interagir avec un automate. Le handicap visuel étant le plus empêchant dans l'acte de paiement, nous avons décidé d'en faire une priorité — avant même que la loi ne l'impose. Aujourd'hui, on s'appuie aussi sur la réglementation, en particulier la Directive EU Accessibilité, et sur les normes techniques de référence comme EN 301 549 et RGAA<sup>4</sup>. Nous sommes d'ailleurs le seul réseau de paiement engagé et moteur sur ce sujet.

**Justement, comment embarquer l'écosystème ?**

Dans un secteur si interconnecté, aucun acteur ne peut agir seul. L'évolution des pratiques nécessite une mobilisation collective : fabricants de terminaux, banques, commerçants, associations d'utilisateurs... Notre rôle est précisément de fédérer ces parties prenantes et de leur proposer un standard d'implémentation de l'accessibilité pour la monétique qui fait la synthèse de toutes les avancées : le Bulletin 3 Accessibilité

**Comment avancez-vous concrètement ?**

Avec les utilisateurs avant tout. Dès la phase de conception, CB s'est associé à des associations représentant des personnes en situation de handicap, telle que l'Association Valentin Haüy, et a organisé des tests pour recueillir les retours d'expérience. Il faut être concret.

D'autre part, avec BPCE, nous avons participé à des ateliers «Vis ma vie». Par le biais de simulations, la sensibilisation au handicap visuel a permis aux équipes de développement de mieux appréhender les difficultés des utilisateurs dans ces situations.

Cette double approche permet de mettre les besoins des utilisateurs au cœur de la démarche. Elle favorise également l'appropriation des enjeux d'accessibilité par les différentes parties prenantes.

**Quelles solutions avez-vous retenues ?**

Pour le e-commerce, les pages de paiement s'appuient sur le RGAA.

Pour le paiement en magasin, nous avons défini deux parcours, un malvoyant et un aveugle, déclenchés de manière autonome par l'utilisateur dès le début de la transaction. Plusieurs canaux sensoriels sont mobilisés : l'ouïe, grâce à la synthèse vocale des informations importantes pendant le parcours de paiement, et le toucher, grâce aux vibrations du terminal (retour haptique).

Le mode malvoyant ajuste la taille et les contrastes des informations affichées à l'écran, tandis que le mode aveugle définit un clavier virtuel simplifié et standardisé pour la saisie du code PIN sur les écrans tactiles.

L'ensemble permet de réaliser son paiement de manière totalement autonome, tout en garantissant sécurité et confidentialité. L'un des points clés pour les utilisateurs est l'universalité : notre standard fonctionne quels que soient le terminal de paiement, la banque du commerçant, celle du client, le moyen de paiement utilisé (carte, mobile) et s'applique aux terminaux de paiement comme aux bornes et distributeurs.



**Brice Métadier**

Expert Paiements, GIE CB

# Accompagner les fournisseurs

Les Achats sont le premier poste d'émissions carbone de BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens. Donc non seulement un levier de maîtrise des coûts, mais aussi un accélérateur de transformation.

## Un cadre structuré, des résultats mesurables

La politique Achats Responsables du groupe, adossée à la norme ISO 20400 et à la Charte Achats Responsables signée dès 2010, impose un cadre exigeant. Depuis 2022, 100% des Achats sont couverts par des questionnaires RSE spécifiques, à partir de la cartographie de l'Afnor. Chaque contrat intègre une clause de réduction des GES.

En juillet 2024, BPCE Achats & Services a obtenu le label RFAR (Relations Fournisseurs et Achats Responsables). Il impose un plan de progrès annuel, une enquête d'écoute fournisseurs et un médiateur interne.

## Dans chaque AO, 20% sur la RSE

Au sein des entreprises du métier Paiement, dans les consultations, les critères RSE pèsent 20% de la note — soit, sur les activités réglementées, quasi autant que les critères techniques ou financiers. Les grilles sont adaptées par catégorie : composition des matériaux

et recyclage pour les cartes, chaîne d'approvisionnement et consommation électrique pour les TPE, label FSC pour les chèques, etc. Des ambassadeurs IMPACT dédiés épaulent les équipes projet et métier dans le cadre des AO.

## Clause carbone et plans de progrès

La clause carbone - pour les entreprises de plus de 500 salariés - engage le fournisseur à réaliser un bilan d'émissions, mesurer l'empreinte de sa prestation et proposer un plan de décarbonation, avec actions concrètes et indicateurs de suivi. Grâce aux équipes de BPCE Achats & Services et aux ambassadeurs IMPACT mobilisés sur les liens avec les fournisseurs, chaque lacune identifiée en AO peut être transformée en plan de progrès, suivi ensuite en comité. En cinq ans, la dynamique s'est inversée : les fournisseurs sont de plus en plus moteurs.

## À RETENIR

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>20 %</b>       | Poids RSE dans les appels d'offres                     |
| <b>37 %</b>       | Achats Groupe réalisés auprès de PME                   |
| <b>100 %</b>      | Catégories d'achats couvertes par un questionnaire RSE |
| <b>Label RFAR</b> | Obtenu en juillet 2024                                 |

# « La RSE transforme la conception même de nos offres

**Comment intégrer sobriété, accessibilité et diversité dans chaque consultation ?**

**Éléments de réponse avec deux collaboratrices de BPCE Achats & Services, Laurence Maldonado, Responsable Achats Responsables et Durables, et Cécile Taddéi, Acheteuse Moyens de paiement.**



**Laurence Maldonado**

Responsable Achats Responsables et Durables



**Cécile Taddéi**

Acheteuse Moyens de paiement

**Quels sont les enjeux de sobriété spécifiques aux activités de Paiement ?**

Nos produits sont physiques. Sur les cartes, le passage au rPVC et l'encoche sont désormais généralisés. On réfléchit à l'allongement de durée de vie, les filières de recyclage... Mais il faut arbitrer : un rendu métallique ou une tranche colorée ne sont pas toujours compatibles avec un support recyclé. Sur les TPE, les enjeux portent sur la fabrication et le transport. Même sur les chéquiers en déclin, on maintient le FSC.

**Et l'accessibilité ? Comment l'intégrer dans les critères d'achat ?**

Nous finalisons un questionnaire sur les aspects Numérique Responsable et Accessibilité, pour toutes les catégories d'achats concernées. Mais on ne se limite pas au déclaratif, et organisons par exemple des tests en conditions réelles avec des personnes malvoyantes et non-voyantes.

**Comment poursuivre les efforts ?**

Mieux vaut écouter et co-construire plutôt qu'imposer. C'est vrai avec les fournisseurs, les clients, et en interne. Deux exemples : modifier la collecte des chèques pour réduire son empreinte peut allonger le délai d'encaissement ; et un restaurant d'entreprise plus vertueux propose plus de produits de saison. Il faut composer avec les différentes ambitions, puis les prioriser. C'est là aussi que l'Impact prend son sens : il nous embarque tous collectivement.

# L'impact dans les décisions de placement

Sécurité, liquidité, rendement - le triptyque classique de la gestion de trésorerie. BPCE Payment Services y ajoute un quatrième critère : l'impact.

En 2023, la direction financière de BPCE Payment Services prend une décision forte : orienter systématiquement les placements de trésorerie vers des fonds responsables. Cette démarche reste soumise à la sécurité et la liquidité des fonds choisis, assurant la stabilité financière de BPCE Payment Services. C'est sur cette base solide que peut ensuite être intégrée la dimension d'Impact. « L'impact ESG est pour nous un critère d'investissement à part entière » explique Thierry Larchier, Directeur Financier. « Mon métier, c'est de faire prospérer l'entité. Et nous choisissons de le faire grâce à des investissements responsables. »

## Deux leviers pour l'exemplarité

BPCE Payment Services est une banque ; sa direction financière s'appuie sur deux leviers pour mettre en œuvre son engagement ESG : le placement de sa trésorerie : à mesure que les contrats arrivent à échéance, tous les placements sont fléchés vers des fonds verts. Et les décisions sur son activité de crédit désormais orientée uniquement vers des entreprises françaises ou européennes engagées dans une stratégie de réduction de leur empreinte carbone.



Quand vous avez une somme à placer, vous pouvez choisir la performance financière pure... Ou la performance financière et les convictions. Nous faisons le choix de privilégier les critères d'impact



**Thierry Larchier**

Directeur Financier chez  
BPCE Payment Services

## Quelques dizaines de points de base : le prix du choix

La tension entre performance et durabilité ne se résout pas aisément. Entre un fonds classique et un fonds responsable, il y a un écart de rendement. Thierry et l'équipe de direction assument « de gagner un peu moins. » Et pour réduire le delta de rendement, ils jouent de la force de négociation que confèrent les montants placés. Désormais, la gestion financière de l'entreprise obéit à des critères de responsabilité, et c'est ce qui fait la différence. Plus qu'une déclaration d'intention : des actes alignés avec une trajectoire collective d'exemplarité.

# 4.

## Collaborateurs mobilisés - dans l'entreprise et dans la société

---

### Symétrie des attentions : clients, collaborateurs, impact

La qualité de service et la qualité de vie au travail sont deux sujets liés. Cette conviction structure la politique RH des entreprises BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens ainsi que du pôle Digital & Payments de BPCE auxquelles elles appartiennent.

### Un manifeste, trois obsessions

Un manifeste, co-construit avec 50 leaders du pôle Digital & Payments, définit trois « obsessions communes » : Expérience client, Création de valeur, et IMPACT. Cette approche vise à aligner les ambitions : ce que l'entreprise attend dans la relation client doit aussi se refléter dans l'expérience vécue par les collaborateurs.

### « Marquer une vie » : un objectif assumé

Être un employeur « qui marque une vie » : l'ambition du groupe s'applique à tous les parcours, longs ou courts. Elle porte sur l'impact laissé — par la formation, l'accompagnement, les opportunités offertes...

### L'intéressement indexé sur l'impact

Chez BPCE Payment Services, depuis 2023, un quart de l'intéressement est conditionné à un objectif de suivi et de validation d'un parcours de formation lié aux enjeux d'IMPACT. Cet engagement collectif assumé crée une responsabilité partagée et renforce la diffusion de ces enjeux dans l'ensemble des équipes.



## Point de vue

# « Une conviction et un levier de performance

### **Pourquoi la diversité et l'inclusion occupent une telle place dans votre stratégie RH ?**

Parce que la diversité et l'inclusion sont à la fois une conviction forte et un levier de performance durable. La diversité des profils et des parcours enrichit les points de vue et améliore les solutions que nous développons pour nos clients.

### **L'un des piliers est la lutte contre le sexisme, autour d'un axe fort...**

Tolérance zéro, tout simplement. On a mis en place un micro-learning obligatoire, des conférences annuelles, des jeux pédagogiques pour apprendre à réagir en cas de situation problématique... Et pour que les équipes comprennent bien les enjeux.

### **Vous affichez aussi votre volontarisme sur la féminisation des métiers...**

D'abord, un objectif ambitieux - 50% de Femmes Leaders au sein du pôle Digital & Payments en 2030. Nous sommes sur la bonne trajectoire : 43% aujourd'hui, +1,5 point par an.

Ensuite, mesurer : formations, rémunérations, parcours... Pour objectiver et cibler nos actions. Puis agir, justement, par exemple en priorisant une candidature féminine — à compétence équivalente bien sûr — pour un nouveau poste ou une promotion.

### **Vous lancez aussi un programme aidants. Pourquoi ?**

Parce que près d'un quart de nos salariés sont ou deviendront aidants - des situations souvent invisibles mais très impactantes pour les personnes concernées.

Jours de télétravail supplémentaires, cafés des aidants, plateforme d'accès à des psychologues et médecins spécialisés : nous déployons des dispositifs simples, mais qui changent concrètement le quotidien.



**Isabelle Lerin-Basset**

DRH du Pôle Digital & Payments

# Former pour transformer durablement

Au sein de nos entreprises, la montée en compétences s'appuie sur des dispositifs structurés et le campus du Groupe BPCE.

Un principe simple et efficace : ce sont des collaborateurs formés qui forment à leur tour. Depuis 3 ans, ce sont plus de 30 animateurs internes qui ont été formés pour déployer l'atelier 2tonnes et la Fresque du Numérique au sein de BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens. Le choix est délibéré : un pair connaît les enjeux métier et crée un cadre d'échange ouvert, sans jugement.

Le catalogue s'est étoffé en trois ans. Il couvre aujourd'hui les fondamentaux de l'Impact, la trajectoire carbone individuelle et collective (atelier 2tonnes), l'impact matériel du numérique (Fresque du Numérique), et, tous les ans, un e-learning sur des thèmes tels que les crises de l'eau ou les biais cognitifs, y compris ceux liés à l'inaction climatique. Plus de 400 collaborateurs de nos entreprises ont suivi l'atelier 2tonnes.

Des sessions régulières sur les stéréotypes, l'inclusion et la diversité complètent le dispositif — Mois des Fiertés, Journée des droits des femmes, micro-learning, sessions « Monopoly des inégalités »... En complément, le Groupe BPCE a lancé

le Campus Impact, avec l'objectif de former 100 % des collaborateurs et de la gouvernance aux enjeux ESG dans le cadre de Vision 2030.

Ce qui nous distingue dans cette démarche : depuis 2023, un quart de l'intéressement de BPCE Payment Services est conditionné au suivi d'une formation RSE. L'engagement n'est pas optionnel – il se traduit dans la rémunération globale.

## À RETENIR

Des collaborateurs de BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens engagés !

74 % de réponses positives à la question « J'ai connaissance des actions en matière de RSE au sein de mon entreprise » et **une note moyenne de 4/5 pour la démarche.**

(enquête YourPulse, novembre 2025)

# De la sensibilisation à l'action



Fresque du numérique, atelier 2tonnes, puis intégration de la Team IMPACT @ Payplug : en quelques mois, Corentin est passé de la sensibilisation à l'action. Le point de départ : les formations organisées par l'entreprise.

**Pourquoi est-ce une chance de pouvoir se former à ces sujets chez Payplug ?**

Plus on a de connaissances, plus on peut agir. Et c'est beaucoup plus simple et plus motivant d'apprendre entre collègues que de se former seul dans son coin. Ça ajoute un aspect social — on échange, on avance en communauté.

Payplug est la première entreprise qui m'a proposé ce type de formations. Pour moi, c'est loin d'être anodin.

**Qu'avez-vous retenu de la Fresque du numérique et de l'atelier 2tonnes ?**

Ce sont deux formations complémentaires. La Fresque rend visible l'impact très concret de chacune de nos actions, même celles qui semblent anodines. L'atelier 2tonnes ouvre d'autres perspectives, plus collectives : qui a le pouvoir de faire quoi, comment faire bouger les choses. On passe de l'individuel au collectif, avec des pistes concrètes pour briser ce qu'on appelle « le cercle de l'inaction ».



**Corentin Arnaud**  
Développeur Senior, Payplug

## Chargé d'affaires et formateur RSE

« Tombé par hasard dans la marmite RSE », Frantz n'en est jamais ressorti. Il forme désormais ses collègues.

Je ne connaissais rien à la RSE, mais je me suis pris au jeu après avoir découvert la Fresque du Numérique... Au point de me former pour devenir animateur pro !

Désormais, j'ai un double rôle : mon métier de chargé d'affaires, et Ambassadeur Impact « Numérique Responsable », sur un temps dédié. En 2025, j'ai animé 19 Fresques du Numérique et sensibilisé 185 collègues des équipes Tech et Data. J'adore voir des participants arriver un peu à reculons et repartir heureux, ayant appris des choses applicables, concrètes. Par rapport aux autres acteurs bancaires, nous sommes en pointe sur cette montée en compétence. C'est une satisfaction et une fierté !



**Frantz Coornaert**  
Direction Encaissement,  
BPCE Payment Services

# Agir pour la mixité



## Elles ont écrit les premières lignes

On l'oublie souvent : de nombreux pionniers de l'informatique étaient... des pionnières. Dès 1843, Ada Lovelace conçoit le premier programme informatique de l'histoire. En 1941, l'actrice Hedy Lamarr dépose un brevet pour sécuriser les télécommunications, toujours utilisé dans les technologies wifi et Bluetooth. Les six programmeuses de l'ENIAC, l'un des premiers ordinateurs, sont toutes des femmes. Grace Hopper invente le premier compilateur en 1952. Margaret Hamilton conçoit le système embarqué de la mission Apollo 11.

Dans les années 1950, la moitié des effectifs IT sont féminins. Tout bascule quand l'informatique devient stratégique, gagne en prestige et se masculinise. Les ordinateurs personnels, commercialisés comme des outils « pour les garçons », renforcent les stéréotypes. Résultat : seuls 24 % des emplois du numérique sont aujourd'hui occupés par des femmes (INSEE). Pourtant, 56 % des lycéennes s'intéressent à la tech, mais seules 33 % sont encouragées par leurs parents à s'y orienter (Epitech/Ipsos). Au sein de BPCE Payment Services, Payplug & Xpollens, la féminisation des métiers tech s'appuie sur deux dispositifs structurants :

## BECOMTECH : ouvrir le champ des possibles

Initié en 2024 et renouvelé jusqu'en 2027, le partenariat avec l'association BECOMTECH permet à des jeunes filles, dès 14 ans et souvent issues de quartiers prioritaires, de découvrir les métiers du numérique. Elles effectuent des stages d'une semaine, en rotation dans différents services de nos entreprises, complétés par des ateliers thématiques (IA, UI design, personal branding). A chaque session, une quinzaine de collaborateurs et collaboratrices se mobilisent pour les encadrer et leur faire découvrir leur métier. Une soixantaine de jeunes femmes ont déjà été accueillies.

## Mentoring : révéler les talents

Désormais dans sa troisième année, le programme de mentoring s'adresse aux femmes de 25 à 35 ans dans les entreprises du pôle. Vingt sont accompagnées par des leaders de l'organisation - toujours en dehors de leur périmètre hiérarchique, pour garantir des échanges libres. Rencontres mensuelles, ateliers collectifs, accompagnement sur l'équilibre pro/perso ou la gestion des conflits : le dispositif détecte des talents méconnus et renforce la confiance en soi.

## Témoignages

### « Quand on voit que c'est possible, on ose »

#### Quels freins observez-vous pour les femmes dans la tech ?

Le premier, c'est la peur : les métiers tech semblent difficiles, et beaucoup de femmes doutent de leurs capacités avant même d'essayer. L'image médiatique du développeur est aussi très genrée. Et il y a le manque d'encouragement. Alors que j'étais bonne élève au lycée, la professeure à qui j'ai annoncé vouloir faire de l'informatique m'a répondu : « trop dur pour toi. » J'ai eu la chance d'avoir des parents qui m'ont soutenue.

#### Comment vous engagez-vous pour changer les choses ?

Dès mes études en Roumanie, j'ai animé des ateliers Arduino pour lycéennes, participé à Django Girls, et accompagné bénévolement des femmes en reconversion. Aujourd'hui, j'ai la chance de travailler dans un groupe moteur sur ce sujet. J'ai participé aux échanges avec BECOMTECH et accueilli deux lycéennes pour une semaine d'immersion : exercices sur CodeAcademy, rencontres avec des développeuses, des product managers... C'est essentiel qu'elles voient des femmes qui réussissent dans ces métiers, qu'elles aient des modèles concrets. Quand on sait que c'est possible, on ose. C'est aussi simple que ça.



**Andreea Martinovici**

Back End Developer, Payplug



### « Ne pas hésiter à prendre sa place »

Personnellement, je n'ai pas été confrontée à des freins particuliers en tant que femme, sans doute aussi parce que l'univers de la data est un peu moins masculin que d'autres métiers de la tech. Ce que la data demande avant tout, c'est de la curiosité, l'envie de chercher, de créer des liens, de se former en continu. C'est pour cela que je dis aux femmes qu'il ne faut pas hésiter, ni s'autocensurer.

Aujourd'hui, j'ai la parité dans mes équipes, et les anciens clichés entre métiers "masculins" et "féminins" n'ont plus lieu d'être. En tant que manager, mon rôle est aussi de veiller à ce que celles et ceux qui osent moins se mettre en avant trouvent leur place et apprennent à reconnaître leur propre valeur.



**Morgane Lachuer**

Head of Data, Xpollens



### « Foncez — et croyez en vous »

Je ne me suis pas posé la question d'être une femme dans la tech, j'ai juste suivi ce qui m'intéressait. Quand j'ai postulé à BPCE, j'ai été très claire sur ce que je ne savais pas faire — et c'est précisément ce qui a intéressé le directeur. Trop souvent, on se met nos propres freins. C'est d'autant plus dommage que la complémentarité, c'est justement ce qui enrichit le groupe. Dans mon équipe, je veille à la parité — pas par quota, mais parce que je crois sincèrement à l'équilibre. Ce que je dis aux jeunes femmes que j'accompagne dans le cadre de BECOMTECH, c'est simple : osez, foncez, croyez en vous ! Rien n'est figé, aucun parcours n'est écrit d'avance. Et si ça ne marche pas, vous aurez appris, et vous rebondirez.



**Laure Rico-Tirel**

Directrice Transformation et Tech & Data Office, BPCE Payment Services

# Engagés ici et impliqués dans la vie

## Actions au-delà de l'entreprise

### Vu du terrain

#### « On sait qu'on est utiles »

Quiterie organise depuis 2024 une course annuelle pour sensibiliser au cancer du sein. La même année, son projet remporte un concours interne.

#### **La course à pied comme outil de prévention : pourquoi cette approche ?**

L'association que j'ai cofondée organise chaque année une course en pleine nature, Moutiers-au-Trail, un événement sportif familial, multigénérationnel. C'est l'occasion de récolter des fonds pour lutter contre le cancer du sein, mais aussi de proposer des ateliers d'autopalpation. Avec des bustes et des vidéos pédagogiques, on apprend aux femmes à repérer d'éventuelles anomalies dans leur poitrine - plus tôt on détecte ce cancer, meilleur est le pronostic. L'idée, c'est que chacune reparte avec un geste simple à intégrer dans sa routine.



#### **Ton projet a remporté le concours solidaire interne en 2024<sup>5</sup> ...**

Honnêtement, ce projet a gagné parce que cette cause rassemble naturellement : une femme sur huit sera atteinte d'un cancer du sein au cours de sa vie, et chacun en connaît dans son entourage. Mais savoir qu'on réussit, même modestement, à sensibiliser, à être utiles, c'est vraiment motivant.

#### **Comment ton entreprise laisse de la place à ce type d'engagement ?**

Il n'y a pas de frontière marquée entre la vie pro et la vie perso — dans le bon sens. On peut amener un peu de soi dans le travail, ce n'est pas mal vu. On est tous humains, on s'est construits avec des parcours qui nous dépassent. Savoir que l'entreprise laisse de la place pour cette réalité, ça compte.



#### **Quiterie d'Avout**

Product Marketing Manager,  
Xpollens

<sup>5</sup> En 2024, l'équipe IMPACT du métier Paiements a organisé un concours ouvert à tous les collaborateurs de BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens porteurs d'un projet, en lien avec un ou plusieurs Objectifs de Développement Durable. Le projet gagnant a été déterminé par tous les collaborateurs des entreprises lors d'un vote.

# Quand l'engagement devient un réflexe collectif



## Deux jours par an pour s'engager

Deux jours, chaque année. C'est le temps offert à chaque collaborateur Payplug pour s'engager auprès d'une association. Les missions vont du nettoyage de ferme à la construction d'un char pour la Marche des fiertés. « Chacun choisit selon ses affinités, mais il faut être au moins trois personnes pour déclencher une mission », précise Alexandra Vidal, Happiness Manager et Team Lead Impact de Payplug. Ce seuil transforme chaque engagement individuel en moment collectif.

## Le don comme geste par défaut

Depuis 2025, chaque collaborateur reçoit pour son anniversaire le choix entre un chèque culture de 10 euros et un don de 15 euros à une association. Dès la première année, 70% choisissaient le don. En 2026, l'objectif est d'atteindre 80 %.

Des collectes solidaires sont aussi régulièrement organisées (jouets, alimentaire, mais aussi cheveux).

## Chez Payplug,

# + de 70%

Des collaborateurs transforment leur cadeau d'anniversaire en don à une association.



**Alexandra Vidal**

Office & Happiness Manager,  
Team Lead Impact, Payplug

# La suite commence ici

Ce magazine n'est pas un bilan.  
C'est une invitation.

BPCE Payment Services, Payplug et Xpollens ont posé les fondations d'une démarche IMPACT cohérente, mesurable et en mouvement : des cartes en PVC recyclé et des terminaux pensés pour tous, une infrastructure numérique qui réduit son empreinte carbone sans sacrifier sa performance, des achats qui intègrent la durabilité comme critère de sélection à part entière, des équipes formées et engagées, qui portent ces enjeux au quotidien.

Mais le paiement est, par nature, un acte collectif. Chaque maillon de la chaîne a un rôle à jouer. Le mouvement est lancé, il gagne à être partagé.

L'enjeu des années à venir est de faire ensemble — avec cohérence, à l'échelle, autour d'une belle ambition : des paiements souverains, inclusifs, sobres et durables.



Les teams IMPACT



Version digitale  
de ce document



2tonnes x BPCE PS,  
Payplug & Xpollens



Rapport climat  
et biodiversité  
du Groupe BPCE



Rapport de durabilité  
2024 du Groupe BPCE

# Remerciements

Remerciements aux différents contributeurs et contributrices cités dans ce document ainsi qu'aux personnes suivantes :

Les équipes Communication du pôle Digital & Payments, de BPCE Payment Services, de Payplug et d'Xpollens, Carine André, Oriane Bauduin Barata, Aurélia Benmoussa, Laurie Le Vourc'h, Sabrina Mechichi, Antoine Ofcard, Pierre Pilon, tous les ambassadeurs des teams / tribus IMPACT depuis 2023 et l'agence Brainsonic.



## Le book de la RSE 2026

Document réalisé par BPCE Payments – RSE du métier Paiements (Bénédicte Bedaine-Renault) et direction de la communication.

Création visuelle et impression : Brainsonic

BPCE Payments : Société par actions simplifiée au capital de 315 300 000 €

Siège social : 7, promenade Germaine Sablon 75013 Paris – 880 031 653 R.C.S. Paris

Photos : BPCE, Freepik, Benoit Gillardeau





**BPCE**  
DIGITAL & PAYMENTS



**BPCE**  
PAYMENT SERVICES

