

## Principles for Responsible Banking – Principes pour une banque responsable

### Rapport et auto-évaluation



Les Principes pour une banque responsable (Principles for Responsible Banking, PRB) fournissent un cadre pour un système bancaire durable afin d'aligner le secteur sur les Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies et les exigences de l'Accord de Paris. Les PRB doivent ancrer la durabilité au niveau de la stratégie, du portefeuille et des transactions dans tous les secteurs opérationnels. Raiffeisen a signé en 2021 les Principes pour une banque responsable du Programme des Nations Unies pour l'environnement (UNEP), s'engageant ainsi à améliorer en permanence l'impact de son activité et la contribution de l'entreprise à la société, conformément aux principes PRB.

# Principe 1: alignement

Nous alignerons notre stratégie commerciale sur les besoins des individus et les objectifs de la société définis dans les Objectifs de développement durable des Nations Unies, l'Accord de Paris sur le climat et les cadres nationaux et régionaux pertinents, de sorte qu'elle contribue à leur mise en œuvre.

## Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation

## Résumé de la réponse de la Banque

## Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes

1.1 *Décrivez* (sous forme d'aperçu) le modèle d'affaires de votre Banque, y compris les principaux segments de clientèle servis, le type de produits et de services proposés, les principaux secteurs et types d'activité et, le cas échéant, les technologies financées dans les principales régions où votre Banque est présente ou propose des produits et des services.

Le Groupe Raiffeisen se compose de Raiffeisen Suisse et de 219\* Banques Raiffeisen qui sont toutes organisées sous forme de coopérative. Au total, près de 1,96 million de personnes sont sociétaires des Banques Raiffeisen suisses. Raiffeisen Suisse est également une coopérative, fondée par les Banques Raiffeisen. Elle assure pour les Banques Raiffeisen des fonctions clés telles que la stratégie, la gestion des risques, le développement de produits et le marketing. Le modèle coopératif de Raiffeisen est unique en son genre dans le secteur bancaire suisse et permet au Groupe Raiffeisen, qui compte 11'465 collaborateurs, de croître avec succès depuis plus de 120 ans. Raiffeisen est leader du marché dans les opérations bancaires avec la clientèle privée en Suisse: avec 3,61 millions de clientes et clients au total, Raiffeisen s'occupe de 42% de la population suisse. Raiffeisen est aussi la banque la plus accessible du pays. Présente sur 820 sites, Raiffeisen dispose du réseau d'agences le plus dense de Suisse. Raiffeisen exploite par ailleurs près de 1'700 bancomats en Suisse. Raiffeisen est la banque principale d'un tiers de ses clients. Environ 95% des clients privés et 96% des clients entreprises sont domiciliés en Suisse. Raiffeisen sert en principe tous les segments de clientèle. Toutefois, étant donné que Raiffeisen se concentre sur les opérations avec la clientèle privée, son offre de produits et de services n'est pas adaptée aux besoins spécifiques de la clientèle très fortunée. Les clients entreprises sont majoritairement des PME suisses. Raiffeisen est le numéro 1 des opérations hypothécaires en Suisse, avec une part de marché d'environ 17%. Parallèlement, Raiffeisen a beaucoup renforcé ces derniers temps son offre en matière de gestion de fortune et de fonds d'investissement. Les mandats de gestion de fortune de Raiffeisen ont connu une progression de 120% en 2021. Le montant considérable de l'afflux net d'argent frais (14,5 milliards de francs suisses) témoigne de la grande confiance des clients envers Raiffeisen. Les opérations de placement et de prévoyance vieillesse, qui ont crû de 18,8% par rapport à l'exercice précédent pour atteindre CHF 536,1 millions, ont elles aussi évolué très positivement. Nos 218'500 clients entreprises constituent un autre groupe de clients important. Raiffeisen soutient une entreprise suisse sur trois avec des solutions financières et des prestations de conseil. Raiffeisen démontre par ailleurs son engagement social à travers un grand nombre d'activités de sponsoring: les Banques Raiffeisen soutiennent des associations locales, des institutions sociales et des manifestations culturelles. Les Banques Raiffeisen sont en outre des contribuables importants et des employeurs attractifs dans toute la Suisse.

Modèle d'affaires coopératif, marchés, clients et clientes, collaboratrices et collaborateurs:  
Rapport annuel 2021, p. 11–15  
Résultats: Rapport annuel 2021, p. 29–32  
Stratégie de durabilité:  
Rapport annuel 2021, p. 70–72  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite.html>

\*Ces chiffres et tous les chiffres qui suivent ont été relevés à la date du 31.12.2021.

**Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation****Résumé de la réponse de la Banque****Renvoi(s) /  
lien(s) vers la réponse complète de la  
Banque / les informations pertinentes**

1.2 *Décrivez comment votre banque a aligné et/ou compte aligner sa stratégie sur les objectifs de la société définis dans les Objectifs de développement durable (ODD), l'Accord de Paris sur le climat et les cadres nationaux et régionaux pertinents afin d'apporter sa contribution et d'atteindre ces objectifs.*

La stratégie «Raiffeisen 2025» formule l'initiative qui doit permettre de renforcer la performance du Groupe Raiffeisen en matière de durabilité. Dans ce contexte, une stratégie de durabilité a été développée en 2020 au niveau du Groupe, en concertation avec les parties prenantes internes et externes ainsi qu'avec des experts. Cette stratégie a été approuvée formellement par la Direction en 2022. La priorité est de renforcer la gestion de la responsabilité d'entreprise et de la durabilité au niveau du Groupe ainsi que d'accroître les effets positifs de l'activité sur le développement durable et d'en réduire les effets négatifs. Les éléments spécifiques de la stratégie sont la création d'une gouvernance professionnelle pour la gestion de la durabilité, la définition d'objectifs de durabilité, la transparence, l'implication des parties prenantes, l'extension de l'offre de produits et services durables, une attitude responsable envers les clientes et les clients, la diversité et la compétence des collaboratrices et collaborateurs et l'atténuation du changement climatique. Les Principes pour une banque responsable de l'Initiative financière du Programme des Nations Unies pour l'environnement (UNEP-FI) et les réflexions sur les objectifs de développement durable pertinents pour Raiffeisen ont ainsi été pris en compte dans la stratégie. Depuis 2020, l'orientation de la stratégie de durabilité est contrôlée à l'aide de méthodes diverses, notamment une analyse des thèmes ISO26000 relatifs à la responsabilité d'entreprise et une analyse des lacunes réglementaires en matière de durabilité. De plus, la stratégie a été validée chaque année dans le cadre d'un dialogue formel avec les parties prenantes. Toutes ces analyses confirment la pertinence de la stratégie.

Analyse de matérialité, annexe au Rapport annuel 2021, p. 8–9  
Stratégie: Rapport annuel 2021, p. 21–27  
Stratégie de durabilité: Rapport annuel 2021, p. 70–72  
Autres cadres: GRI; TCFD: annexe au Rapport annuel 2021  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite.html>

## Principe 2: impact et objectifs

Nous accroissons continuellement nos effets positifs tout en réduisant les effets négatifs sur les personnes et l'environnement résultant de nos activités, produits et services, et en contrôlant les risques qui y sont liés. A cette fin, nous définirons et publierons des objectifs nous permettant de produire les effets les plus significatifs.

### Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation

### Résumé de la réponse de la Banque

### Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes

#### 2.1 Analyse d'impact:

Montrez que votre banque a déterminé à l'aide d'une analyse d'impact les domaines dans lesquels elle produit (potentiellement) les effets positifs et négatifs les plus significatifs.

Montrez, sur la base de cette analyse, que la banque

- a identifié et divulgué les domaines dans lesquels elle produit (potentiellement) les effets positifs et négatifs les plus significatifs
- a identifié des opportunités d'affaires stratégiques en vue d'accroître les effets positifs / de réduire les effets négatifs

Raiffeisen a utilisé le Portfolio Impact Analysis Tool de l'UNEP FI pour réaliser une analyse d'impact de son portefeuille. L'analyse s'appuie sur les données disponibles au 31 décembre 2021. Les résultats de l'analyse d'impact ont été pris en compte lors de l'examen de la stratégie de durabilité 2022.

Dans le cadre de l'analyse de l'impact du portefeuille UNEP FI, nous avons analysé nos activités dans les domaines de la clientèle privée, de la clientèle commerciale et de la clientèle entreprises en Suisse, ce qui signifie que pratiquement 100% de la clientèle et de l'activité de Raiffeisen ont été pris en compte dans l'analyse.

Notre activité globale se compose pour 93% d'opérations avec la clientèle privée et pour 7% d'opérations avec la clientèle commerciale et entreprises. Les principaux secteurs et branches financés par Raiffeisen sont les immeubles commerciaux et d'habitation, l'agriculture, l'industrie manufacturière, le bâtiment et le commerce de gros et de détail. L'analyse a révélé les effets (potentiels) suivants sur les ODD:

Les effets positifs les plus significatifs ont été identifiés pour les domaines «économie saine et inclusive» (ODD 8,9), «santé et assainissement» (ODD 3,6) et «logement» (ODD 3,11).

Ces effets positifs confirment le modèle d'affaires de Raiffeisen en tant que banque retail suisse, lequel couvre les besoins bancaires fondamentaux des clients privés et entreprises et contribue ainsi à une économie inclusive et saine. En accordant la priorité à l'octroi d'hypothèques, Raiffeisen contribue à la construction de logements ainsi qu'à la santé et à l'assainissement, et donc aux besoins de base de la société suisse.

Analyse de matérialité, annexe au Rapport annuel 2021, p. 8–9  
Sensibilisation, produits durables, protection du climat: Rapport annuel 2021, p. 78–86  
Implication des groupes d'intérêts: Rapport annuel 2021, p. 72–73  
Stratégie: Rapport annuel 2021, p. 21–27  
Stratégie de durabilité: Rapport annuel 2021, p. 70–72  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite.html>

Par ailleurs, les effets négatifs les plus significatifs ont été identifiés pour les domaines «climat» (ODD 13) et «ressources et déchets» (ODD 6, 12, 13, 14, 15). Des effets négatifs ont également été constatés pour les domaines «sol et biodiversité» (ODD 3, 14, 15), quoique dans une moindre mesure.

Les effets négatifs sur le climat résultent principalement de la priorité accordée aux opérations hypothécaires. Les bâtiments génèrent près d'un quart des émissions de CO<sub>2</sub> en Suisse. Le financement d'entreprises est aussi lié d'une certaine manière au changement climatique. L'analyse d'impact confirme ainsi l'orientation stratégique de Raiffeisen sur le changement climatique. Les efforts pour informer les clients hypothécaires de l'importance d'augmenter l'efficacité énergétique et la compatibilité climatique des bâtiments sont donc poursuivis. Il en va de même des efforts pour améliorer la compatibilité climatique de l'offre de produits et réduire les émissions de l'entreprise.

Les effets négatifs sur les ressources et les déchets découlent surtout du fait que Raiffeisen sert exclusivement l'économie et la société suisses, grandes consommatrices de ressources et grandes productrices de déchets. Raiffeisen entend néanmoins identifier ses possibilités d'influence directe sur les ressources et les déchets et analyser le potentiel pour des mesures supplémentaires.

Les effets sur le sol et la biodiversité s'expliquent avant tout par le rôle traditionnel de Raiffeisen dans le secteur agricole et sa position solide dans les opérations hypothécaires. Raiffeisen continuera aussi à analyser la nécessité de mesures dans ces domaines.

Veuillez indiquer la conclusion / déclaration de votre banque quant à la question de savoir si elle a satisfait aux exigences en termes d'analyse d'impact.

Raiffeisen s'est engagée à analyser, comprendre et améliorer les effets positifs et négatifs de son activité et de ses produits et services sur la société et l'environnement: nous avons achevé le premier niveau de l'analyse d'impact PRB de l'UNEP-FI et analysé nos principaux segments de clientèle et secteurs opérationnels. Les résultats et conclusions ont été intégrés à notre stratégie de durabilité et de premiers objectifs ont été définis.

## Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation

## Résumé de la réponse de la Banque

## Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes

### 2.2 Objectifs

Montrez que la banque a déterminé et rendus publics au moins deux objectifs spécifiques, mesurables (qualitativement ou quantitativement), atteignables, réalistes et temporellement définis (= objectifs SMART) qui se rapportent à au moins deux des «domaines avec le plus fort impact» résultant des activités de la banque et de la mise à disposition de produits et services.

Montrez que ces objectifs sont liés aux objectifs de développement durable correspondants ainsi qu'à ceux de l'Accord de Paris sur le climat et d'autres cadres internationaux, nationaux ou régionaux pertinents et que la banque s'efforce de s'aligner sur ces objectifs et de contribuer davantage à leur réalisation. La banque doit avoir déterminé une situation initiale (= une certaine année comme base de comparaison) et avoir fixé les objectifs par rapport à cette situation initiale.

Montrez que la banque a analysé et reconnu les effets négatifs (potentiels) importants des objectifs fixés sur d'autres dimensions des objectifs liés aux ODD / au changement climatique / à la société, et qu'elle a défini des mesures pertinentes pour atténuer autant que possible ces effets et maximiser les effets positifs nets des objectifs fixés.

1) Les résultats de l'analyse d'impact confirment que le modèle d'affaires coopératif de Raiffeisen, qui se concentre sur la fourniture de services bancaires de base à la population suisse et aux entreprises suisses, a des effets positifs sur la société. Raiffeisen continuera à appliquer ce modèle d'affaires.

Nos objectifs à cet égard font partie de la stratégie actuelle du Groupe Raiffeisen pour la période de 2020-2025, qui vise à augmenter d'ici 2025 le nombre de nos sociétaires (à 2,03 millions) ainsi que le nombre de nos clients (à 3,86 millions). Nous voulons conserver notre position de numéro un dans les opérations hypothécaires et croître de manière organique sur le marché. En atteignant ces objectifs, Raiffeisen augmentera sa contribution à une économie saine et inclusive en Suisse, par exemple à travers la construction de logements.

2) Pour ce qui est des effets négatifs, Raiffeisen s'est engagée publiquement à atteindre l'objectif de zéro émission nette d'ici 2050. Dans ce contexte, nous travaillons à définir des objectifs plus détaillés et scientifiquement fondés. A travers ces objectifs, Raiffeisen entend contribuer à atténuer le changement climatique.

3) En plus de ces objectifs, nous avons formulé dans le cadre de notre stratégie de durabilité plusieurs objectifs de durabilité dont le principe général est de renforcer les effets positifs et de réduire les effets négatifs. Les objectifs opérationnels sont par exemple l'extension de l'offre de produits et services durables ou l'intégration de considérations relatives à l'environnement, à la société et à la gouvernance (ESG) dans la gestion des risques.

4) Enfin, nous vérifions en permanence si de nouveaux objectifs de durabilité doivent être fixés. Par exemple, nous examinons actuellement sur la base des résultats de l'analyse d'impact UNEP-FI la possibilité de définir des objectifs dans le domaine des sols et de la biodiversité (voir ci-dessus).

Objectifs stratégiques:  
Rapport annuel 2021, p. 22, 31, 72  
Objectifs stratégiques et SMART:  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite/strategie-durabilite-et-mise-oeuvre/strategie-durabilite.html>

Veuillez indiquer la conclusion / déclaration de votre banque quant à la question de savoir si elle a satisfait aux exigences en termes de fixation d'objectifs.

Raiffeisen a défini et publié des objectifs de durabilité dans la stratégie du Groupe et dans la stratégie de durabilité du Groupe. La stratégie de durabilité et les objectifs de durabilité sont réexaminés en permanence et adaptés si nécessaire – en tenant compte des résultats des analyses telles que l'analyse d'impact UNEP-FI.

**Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation**

**Résumé de la réponse de la Banque**

**Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes**

**2.3 Plans de mise en œuvre et de surveillance des objectifs**

*Montrez* que votre banque a défini des mesures et des jalons pour atteindre les objectifs fixés.

*Montrez* que votre banque a mis en place les moyens nécessaires pour mesurer et surveiller les progrès réalisés par rapport aux objectifs fixés. La définition des principaux indicateurs de performance, les éventuelles modifications de ces définitions et les éventuels nouveaux calculs des valeurs initiales doivent être transparents.

1) Sur la base de la stratégie du Groupe 2025, Raiffeisen entend conserver et développer son impact positif en tant que banque retail qui répond aux besoins bancaires de base de ses clients. Nous voulons atteindre nos objectifs en nous distinguant par notre statut de coopérative orientée solutions, proche des ses clients, s'adaptant aux besoins des clients et mettant en pratique des valeurs coopératives. Des mesures concrètes en ce sens sont notamment l'amélioration de l'efficacité du processus de crédit hypothécaire (à partir de 2023), un conseil à la clientèle global (à partir de 2024) et une offre de self-service complète (à partir de 2025).

2) Pour atteindre nos objectifs climatiques (zéro émission nette d'ici 2050; dans l'activité opérationnelle, d'ici 2030), nous avons adopté une stratégie climatique pour le Groupe qui se concentre sur la mesure des émissions, leur transparence, leur réduction et leur compensation ainsi que sur l'engagement. En 2022, nous définirons la stratégie à poursuivre pour atteindre zéro émission nette et nous rejoindrons formellement l'initiative Science Based Targets (SBTi).

3) La mise en œuvre de la stratégie de durabilité est mesurée et surveillée conformément aux normes de la Global Reporting Initiative (GRI).

Objectifs stratégiques:  
Rapport annuel 2021, p. 22-23, 72  
Objectifs stratégiques et SMART:  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite/strategie-durabilite-et-mise-oeuvre/strategie-durabilite.html>  
Durabilité: Rapport annuel 2021, p. 69-83  
Opérationnalisation de la stratégie du Groupe Raiffeisen:  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/les-caracteristiques-raiffeisen/strategie.html>

Veuillez indiquer la conclusion / déclaration de votre banque quant à la question de savoir si elle a satisfait aux exigences en termes de plans de mise en œuvre et de surveillance des objectifs.

Le Groupe Raiffeisen définit des mesures et des jalons pour renforcer encore Raiffeisen en tant que numéro un des banques retail suisses pour les besoins bancaires de base des clientes et clients. Les informations sur la mise en œuvre de la stratégie de durabilité de notre Groupe, y compris celles en lien avec le changement climatique, sont publiées dans notre rapport annuel. Nos rapports de durabilité sont établis selon les normes de la Global Reporting Initiative (GRI).

**Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation**

**Résumé de la réponse de la Banque**

**Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes**

**2.4 Progrès dans la mise en œuvre des objectifs**

Pour chaque objectif individuellement:

*Montrez* que votre banque a mis en œuvre les mesures qu'elle a définies précédemment pour atteindre les objectifs fixés.

Ou expliquez pourquoi les mesures n'ont pas pu être mises en œuvre / ont dû être modifiées, et comment votre banque adapte son plan pour atteindre l'objectif fixé.

*Rendez compte* des progrès accomplis par votre banque au cours des 12 derniers mois (jusqu'à 18 mois s'il s'agit du premier rapport depuis l'adhésion) dans la réalisation de chaque objectif et des effets que ces progrès ont produits. (Si cela est possible et indiqué, il est recommandé aux banques de fournir également des informations quantitatives.)

1) Depuis 2020 – date à laquelle Raiffeisen a adopté la stratégie du Groupe – Raiffeisen a acquis près de 60'000 nouveaux clients et environ 28'000 sociétaires. (Chiffres au 31.12.2021). Parallèlement, les dépôts de la clientèle ont augmenté d'environ 6% pour atteindre CHF 201,7 milliards (chiffres au 31.12.2021). Cela est dû en partie au fait que nous n'avons pas exigé des taux d'intérêt négatifs autant que l'ont fait d'autres banques. Pour les crédits hypothécaires, Raiffeisen a enregistré une croissance la menant au niveau du marché.

2) Raiffeisen a réduit ses émissions de CO<sub>2</sub> liées à l'entreprise de plus de 30% depuis 2012. Les émissions ont été réduites de 5% entre 2020 et 2021. En 2022, nous avons rejoint formellement la SBTi. Les objectifs fondés sur la science (Science-Based Targets) seront publiés dès qu'ils seront disponibles.

3) Les progrès dans la mise en œuvre de la stratégie de durabilité du Groupe sont publiés conformément aux normes de la Global Reporting Initiative (GRI). Raiffeisen enregistre par exemple une croissance constante des investissements dans ses produits financiers durables.

Objectifs de réduction du CO<sub>2</sub>:  
Rapport annuel 2021, p. 83–86  
Objectifs stratégiques:  
Rapport annuel 2021, p. 72  
Objectifs stratégiques et SMART:  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite/strategie-durabilite-et-mise-oeuvre.html>

Veuillez indiquer la conclusion / déclaration de votre banque quant à la question de savoir si elle a satisfait aux exigences en termes de progrès dans la mise en œuvre des objectifs.

Raiffeisen met en œuvre les objectifs définis dans le cadre de la stratégie du Groupe et de la stratégie de durabilité du Groupe. Des améliorations ont été obtenues au cours des 18 derniers mois, tant pour les effets positifs que les effets négatifs. Nous continuons à publier nos progrès de manière transparente selon les normes de la Global Reporting Initiative (GRI).



## Principe 3: clientes et clients

Nous travaillons de manière responsable avec nos clientes et nos clients pour encourager les pratiques durables et permettre des activités économiques créant une prospérité partagée pour les générations actuelles et futures.

### Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation

### Résumé de la réponse de la Banque

### Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes

3.1 *Donnez un aperçu des directives et pratiques que votre banque a mises en place et/ou prévoit de mettre en place pour promouvoir des relations clients responsables. Cet aperçu devrait inclure des informations sur tous les programmes et mesures réalisés (et/ou prévus), leur étendue et, si possible, leurs résultats.*

En accord avec la charte et les objectifs stratégiques de la stratégie de durabilité du Groupe, Raiffeisen attache une grande importance à l'équité, à la fiabilité et à la transparence dans ses relations d'affaires avec ses clientes et ses clients. Raiffeisen entretient donc des relations compétentes, franches et équitables avec sa clientèle. Ceci se traduit notamment par des produits simples et compréhensibles, un rapport qualité-prix correct et une communication transparente des tarifs. Par ailleurs, la proximité avec la clientèle est l'une des valeurs centrales de Raiffeisen. Avec nos 820 agences Raiffeisen et 1'700 bancomats, nous pouvons garantir cette proximité et améliorer ainsi activement la relation avec nos clientes et clients.

Franchise et équité:  
Rapport annuel 2021, p. 81–82  
Charte: <https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/les-caracteristiques-raiffeisen/charte.html>

3.2 *Décrivez comment votre banque a collaboré et/ou prévoit de collaborer avec ses clientes et clients pour promouvoir des pratiques durables et permettre des activités économiques durables. Cela inclut des informations sur les mesures prévues / mises en œuvre, les produits et services développés et, si possible, les effets obtenus.*

Pour atténuer le changement climatique, Raiffeisen sensibilise ses clients aux possibilités d'accroître l'efficacité énergétique et de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>. Compte tenu de la part de marché élevée de Raiffeisen dans les opérations hypothécaires, les initiatives dans ce domaine se concentrent principalement sur les clients hypothécaires. Raiffeisen a été le premier groupe bancaire suisse à intégrer de façon systématique l'évaluation énergétique des bâtiments au processus de conseil en hypothèques. Avec le planificateur de rénovation RAImo de Raiffeisen, nos clients hypothécaires peuvent identifier eux-mêmes un retard d'investissement et simuler des scénarios de rénovation. Pour promouvoir l'efficacité énergétique et réduire les émissions de CO<sub>2</sub>, Raiffeisen soutient aussi le programme «chauffez renouvelable» de SuisseEnergie. Le site internet de Raiffeisen présente également des informations importantes sur le thème de l'efficacité énergétique du logement.

Emissions financées:  
Rapport annuel 2021, p. 84–86  
Produits et service durables:  
Rapport annuel 2021, p. 77–82  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite/pour-clients.html>

Dans le domaine des placements, Raiffeisen n'a cessé de développer son offre de produits et services durables (par exemple le mandat de gestion de fortune durable, les fonds d'investissement durables sous le label «Futura»). Raiffeisen applique aujourd'hui une approche basée sur les critères ESG pour 95% des produits de placement Raiffeisen. De plus, Raiffeisen a lancé récemment un programme de «green bond» et mis sur le marché des produits or qui misent davantage sur les aspects de la durabilité. Les conseillères et conseillers Clientèle privée informent la clientèle des caractéristiques de durabilité des fonds de placement Raiffeisen. Des informations à ce sujet figurent également sur le site internet et dans divers documents.

Dans les opérations avec la clientèle entreprises, Raiffeisen s'efforce également de sensibiliser la clientèle aux thèmes de la durabilité. Depuis 2017, Raiffeisen décerne des prix aux entrepreneurs de chaque région qui ont un modèle d'affaires particulièrement responsable. Les PME sociétaires de Raiffeisen bénéficient d'une première analyse gratuite par un expert de l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC) concernant de possibles mesures d'économie d'énergie.

De plus, Raiffeisen est depuis 2008 partenaire de la Fondation suisse pour le climat, une initiative qui promeut la protection du climat auprès des PME. Nous avons déjà fait don de plus de 4,1 millions de francs suisses dans le cadre de ce partenariat.

Pour comprendre les besoins de ses clientes et clients concernant les nouveaux produits et services, Raiffeisen réalise chaque année depuis 2011 une enquête sur les thèmes du climat et de l'énergie («Baromètre client des énergies renouvelables»). Cette enquête représentative auprès de la population suisse est menée en collaboration avec l'Université de Saint-Gall et le programme «SuisseEnergie» de la Confédération.

## Principe 4: parties prenantes

Nous consulterons, impliquerons et collaborerons de manière proactive et responsable avec les parties prenantes concernées pour atteindre les objectifs de la société.

### Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation

### Résumé de la réponse de la Banque

### Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes

4.1 *Décrivez* les parties prenantes (ou groupes / types de parties prenantes) que votre banque consulte, implique ou avec lesquelles elle collabore pour mettre en œuvre ces principes et améliorer l'impact de la banque. Cette description doit donner un aperçu de la manière dont votre banque a identifié les parties prenantes pertinentes, des thèmes abordés et des résultats obtenus.

Raiffeisen attache de l'importance à un dialogue franc et régulier avec les parties prenantes. L'échange avec les parties prenantes fait partie de la stratégie de durabilité et est pratiqué en permanence. Ainsi, Raiffeisen a développé sa stratégie de durabilité, qui englobe les principes pour une banque responsable, en concertation avec les parties prenantes internes et externes.

Chaque année, les parties prenantes internes et externes sont invitées à un dialogue sur la stratégie de durabilité, la mise en œuvre de la stratégie et les thèmes prioritaires. Les résultats de ce dialogue sont publiés dans notre rapport annuel; notre analyse de matérialité, qui est validée chaque année, en est un exemple. Les Banques Raiffeisen, les partenaires commerciaux, les fournisseurs, les organisations de clients, les organisations environnementales, les organisations économiques, les représentants des employés et les conseillers en durabilité sont par exemple invités à participer à ce dialogue.

Analyse de matérialité, annexe au Rapport annuel 2021, p. 8–9  
Implication des groupes d'intérêts: Rapport annuel 2021, p. 71–73

## Principe 5: gouvernance et culture

Nous mettrons en œuvre notre engagement vis-à-vis de ces principes par le biais d'une gouvernance efficace et d'une culture bancaire responsable.

### Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation

### Résumé de la réponse de la Banque

### Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes

5.1 *Décrivez* les structures de gouvernance, directives et procédures pertinentes que votre banque a mises en place ou prévoit de mettre en place pour gérer les effets positifs et négatifs (potentiels) importants et soutenir la mise en œuvre efficace des principes.

Au sein du Groupe Raiffeisen, Raiffeisen Suisse est responsable de l'élaboration de la stratégie du Groupe en matière de durabilité et de la gestion de la responsabilité d'entreprise et de la durabilité. Le rapport sur la durabilité en fait notamment partie.

Au sein de Raiffeisen Suisse, cette compétence est confiée au service Corporate Responsibility & Durabilité. Le service fait partie de l'unité organisationnelle du CEO et rend compte de ses activités à la Direction et au Conseil d'administration de Raiffeisen Suisse deux fois par an.

Chez Raiffeisen Suisse, plusieurs services participent à la mise en œuvre de la stratégie. Les 219 Banques Raiffeisen mettent en œuvre la durabilité à leur niveau et prennent des mesures dans leur environnement local et régional. Au besoin, les Banques Raiffeisen sont également impliquées, via des comités spécialisés, dans le développement de la gestion transversale de la responsabilité d'entreprise et de la durabilité au niveau du Groupe. Le Conseil des Banques Raiffeisen (Conseil BR) peut en outre être consulté pour des questions stratégiques.

Raiffeisen a aligné en 2021 sa gestion de la durabilité sur les principes ISO 26000. La mise en œuvre de ces principes au niveau du Groupe est expliquée dans un manuel spécifique. Dans le cadre de l'alignement sur la norme ISO 26000, Raiffeisen Suisse a formalisé deux processus principaux en lien avec la gestion de la durabilité de manière générale. L'un de ces processus se concentre sur la stratégie et les rapports, tandis que l'autre vise à garantir une conduite responsable de l'entreprise. Différents thèmes pertinents du point de vue de la durabilité sont gérés par des processus complémentaires. En outre, le Conseil d'administration a adopté une directive générale stipulant que Raiffeisen ne veut pas être associée, du fait de son activité, à des répercussions négatives graves sur l'environnement et la société.

Pour la période 2020-2025, un budget stratégique dédié a été alloué pour financer des initiatives visant à renforcer la performance du Groupe Raiffeisen en matière de durabilité.

Gouvernance:  
Rapport annuel 2021, p. 73  
Manuel de gestion de la durabilité:  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite/strategie-durabilite-et-mise-oeuvre/gestion-durabilite.html>

## Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation

## Résumé de la réponse de la Banque

## Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes

5.2 *Décrivez* les initiatives et mesures que votre banque a prises ou prévoit de prendre pour promouvoir une culture bancaire responsable parmi ses collaboratrices et collaborateurs. La description doit notamment donner un aperçu du développement des capacités, de l'intégration aux structures de rémunération, de la gestion des performances et de la communication dans les relations en matière de conduite des collaborateurs.

La durabilité est une valeur d'entreprise de Raiffeisen depuis de nombreuses années, et un élément central de la stratégie du Groupe 2025. Lors de la journée d'introduction de Raiffeisen, tous les nouveaux collaborateurs sont informés de manière concise de nos efforts dans le domaine de la responsabilité d'entreprise et de la durabilité.

Raiffeisen respecte le système juridique, les droits de l'Homme, les normes environnementales fondamentales et les principes de l'économie de marché. Tous les collaborateurs sont tenus personnellement de promouvoir le respect des prescriptions et d'éviter les risques de compliance dans leur domaine d'activité dans le cadre des directives et procédures en vigueur.

Par ailleurs, Raiffeisen ne veut pas être associée, du fait de son activité, à des répercussions négatives graves. Chez Raiffeisen Suisse, ce principe est déjà ancré dans une directive, qui devrait être étendue ultérieurement à l'ensemble du Groupe.

Depuis 2020, Raiffeisen réalise régulièrement des enquêtes auprès de ses clients pour vérifier si une transparence et une équité suffisantes sont garanties et si elles sont perçues comme telles par les clients. Les réglementations s'appliquant au marketing des produits chez les prestataires de services financiers sont mises en œuvre par Raiffeisen et favorisent l'équité et la transparence. Raiffeisen pratique en outre l'autorégulation. De manière générale, Raiffeisen applique le principe: «La sécurité d'abord, la rentabilité ensuite, et enfin seulement la croissance», et les conseillères et conseillers clientèle sont régulièrement formés en conséquence.

Les conseillères et conseillers clientèle bénéficient en outre d'une formation sur des thèmes de durabilité pertinents, par exemple les caractéristiques de durabilité des fonds de placement Raiffeisen. L'efficacité énergétique est également un thème qui peut être abordé lors du conseil.

Raiffeisen a à cœur de soutenir et promouvoir la diversité et l'égalité des chances. L'augmentation du nombre de femmes parmi les cadres dirigeants et le management est une priorité pour Raiffeisen. Raiffeisen Suisse a adopté une directive relative à l'emploi intitulée «Egalité de traitement et harcèlement sur le lieu de travail» qui interdit toute discrimination. De plus, des analyses sur l'égalité des salaires sont réalisées régulièrement, et Raiffeisen Suisse a obtenu la certification «Fair-ON-Pay».

Raiffeisen Suisse a adapté son modèle de rémunération à la nouvelle stratégie avec effet au 1er janvier 2021. La rémunération globale reste dans l'ensemble inchangée, mais les primes individuelles ont été supprimées au profit d'une participation collective aux résultats. La performance de l'équipe peut en outre être récompensée. L'accent est ainsi déplacé de la performance individuelle vers la performance collective.

Culture: Rapport annuel 2021, p. 60  
Diversité des sexes:  
Rapport annuel 2021, p. 61  
Rémunération: Rapport annuel 2021, p. 64  
Rapport de rémunération:  
Rapport annuel 2021, p. 136.  
Durabilité: Rapport annuel 2021, p. 73, 83  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite/cooperative-du-rable/modele-affaires-responsable.html>

**Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation**

**Résumé de la réponse de la Banque**

**Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes**

**5.3 Structure de gouvernance pour la mise en œuvre des principes**

Montrez que votre banque dispose d'une structure de gouvernance pour la mise en œuvre des PRB, ce qui inclut:

- a) *Définition* d'objectifs et de mesures pour atteindre les objectifs fixés
- b) *Mesures* correctives dans le cas où les objectifs et jalons ne seraient pas atteints, ou si des effets négatifs inattendus sont constatés

La décision d'adhérer à l'UNEP-FI et de mettre en œuvre les Principes pour une banque responsable a été prise par la Direction.

Les Principes pour une banque responsable ont ensuite été «intégrés» à la stratégie de durabilité du Groupe Raiffeisen, qui a été adoptée officiellement par la Direction en tant que stratégie formelle en 2022. Au niveau de cette stratégie, le principe 1 est pris en compte en faisant de la durabilité une valeur d'entreprise centrale et une composante fixe de la stratégie. Raiffeisen applique le principe 2 en vérifiant en permanence la mise en œuvre des objectifs de durabilité formulés pour les domaines d'influence identifiés dans le cadre de la stratégie du Groupe. Le principe 3 se reflète dans notre objectif d'entretenir une relation franche et équitable avec nos clients et de leur proposer toujours plus de produits et services durables. L'implication approfondie et régulière de toutes les parties prenantes pour les questions liées à la durabilité garantit la mise en œuvre du principe 4. Raiffeisen garantit le respect du principe 5 grâce à des structures, des responsabilités, des directives et des processus clairs. Le principe 6 doit être mis en œuvre à travers l'établissement de rapports réguliers et transparents sur nos progrès relatifs aux 6 principes.

Suite à l'ancrage des Principes pour une banque responsable dans la stratégie de durabilité du Groupe Raiffeisen, la structure de gouvernance générale pour la mise en œuvre de la durabilité décrite ci-dessus au point 5.1 vaut aussi pour la mise en œuvre des Principes pour une banque responsable, notamment en ce qui concerne la définition et le contrôle des objectifs. Aucune mesure spécifique n'est prévue dans le cas où les objectifs et jalons ne seraient pas atteints. La Direction et le Conseil d'administration de Raiffeisen Suisse reçoivent néanmoins un rapport sur les progrès réalisés deux fois par an.

Gouvernance: Rapport annuel 2021, p. 73  
Manuel de gestion de la durabilité:  
<https://www.raiffeisen.ch/rch/fr/qui-sommes-nous/durabilite/strategie-durabilite-et-mise-oeuvre/gestion-durabilite.html>

Veuillez indiquer la conclusion / déclaration de votre banque quant à la question de savoir si elle a satisfait aux exigences en termes de structure de gouvernance pour la mise en œuvre des principes.

Raiffeisen a intégré les principes dans sa stratégie de durabilité et établi une structure de gouvernance solide afin de garantir la mise en œuvre effective des principes. Cela inclut les processus correspondants pour l'implication et l'information du haut management ainsi que divers instruments tels qu'un manuel de gestion de la durabilité au sein de l'ensemble du Groupe Raiffeisen.

## Principe 6: transparence et obligation de rendre compte

Nous examinerons périodiquement notre contribution individuelle et collective à la mise en œuvre de ces Principes et rendrons compte avec transparence de nos effets positifs et négatifs sur les objectifs de la société et de notre contribution à ces objectifs.

### Exigences concernant le rapport et l'auto-évaluation

### Résumé de la réponse de la Banque

### Renvoi(s) / lien(s) vers la réponse complète de la Banque / les informations pertinentes

#### 6.1 Progrès dans la mise en œuvre des principes

*Montrez que votre banque a accompli des progrès dans la mise en œuvre des 6 principes au cours des 12 derniers mois (jusqu'à 18 mois s'il s'agit du premier rapport depuis l'adhésion), en plus d'avoir défini et mis en œuvre des objectifs dans au moins deux domaines (cf. 2.1–2.4).*

*Montrez que votre banque a pris en compte les bonnes pratiques internationales / régionales existantes et émergentes qui sont pertinentes en vue de la mise en œuvre des 6 principes pour une banque responsable. Elle a défini sur cette base des priorités et des objectifs qui s'appuient sur les bonnes pratiques.*

*Montrez que votre banque a modifié ses pratiques ou s'y emploie afin de refléter les bonnes pratiques internationales / régionales existantes et émergentes et de s'aligner sur celles-ci, et qu'elle a accompli des progrès dans la mise en œuvre des principes.*

De manière générale, Raiffeisen garantit la transparence concernant ses progrès dans la mise en œuvre de la stratégie de durabilité en publiant des informations conformément aux normes de la GRI (dans leur intégralité) et à d'autres normes comme celles de la TCFD.

Les progrès suivants ont été réalisés récemment en ce qui concerne les six principes:

#### Principe 1: alignement

- Les Principes pour une banque responsable ont été intégrés à la stratégie de durabilité adoptée officiellement par la Direction en tant que stratégie formelle en 2022.
- L'objectif de zéro émission nette découlant de l'Accord de Paris a été approuvé formellement par la Direction en 2021, et une stratégie climatique a été formulée à cette occasion. En accord avec cette stratégie, Raiffeisen envisage maintenant de fixer des objectifs basés sur la science (Science-Based Targets) et renforce ses publications liées au climat conformément aux recommandations de la Task Force on Climate Related Financial Disclosures (TCFD).
- Des progrès considérables ont été accomplis dans l'alignement de l'offre de produits et de services sur les ODD, par exemple à travers la mise en place d'une approche ESG pour 95% des produits de placement de Raiffeisen, le renforcement des critères de durabilité pour les produits or de Raiffeisen, l'émission d'obligations durables et d'obligations vertes et le renforcement du conseil en matière d'efficacité énergétique des bâtiments dans le cadre des opérations hypothécaires.

#### Principe 2: impact et objectifs

- Une stratégie de durabilité avec des objectifs mesurables a été approuvée en 2020 et formalisée par la Direction en 2022.
- L'analyse d'impact UNEP-FI a été réalisée en 2022, et ses résultats ont été intégrés à la stratégie de durabilité.
- D'autres analyses pour mesurer les effets, fondées par exemple sur les explications de la norme ISO 26000 concernant la responsabilité d'entreprise, ont été réalisées en 2021 et 2022.
- Afin de réduire efficacement les effets négatifs de manière générale et de renforcer les effets positifs, des progrès ont notamment été accomplis dans le domaine de l'offre de produits (par rapport à 2020, beaucoup plus de produits tenant compte des critères de durabilité sont proposés aujourd'hui) et en matière de protection du climat. Raiffeisen continue par ailleurs à appliquer son modèle d'affaires pour renforcer sa position de banque retail répondant aux besoins bancaires fondamentaux de ses clients et contribue ainsi à une évolution saine de l'économie et de la société suisses.
- Le rôle du changement climatique et des autres facteurs de risque ESG est intégré formellement à la gestion opérationnelle des risques depuis 2021.

Durabilité: Rapport annuel 2021, p. 69–87

Principe 3: clientes et clients

- a. Les efforts pour informer les clients de l'importance de la compatibilité climatique et de l'efficacité énergétique des bâtiments ont été poursuivis.
- b. L'offre de produits de prévoyance et de placement tenant compte des critères de durabilité a été étendue.
- c. Des études sur les critères permettant de déterminer si un bâtiment est respectueux du climat et sur la demande des clients en matière d'énergies renouvelables ont été réalisées.
- d. Des prix sont décernés chaque année aux entreprises qui ont un modèle d'affaires particulièrement responsable.

Principe 4: parties prenantes

- a. Chaque année, un dialogue formel avec les parties prenantes est réalisé au niveau du Groupe.
- b. Le Groupe Raiffeisen soutient en outre d'autres organisations et initiatives (UNEP-FI, Partnership for Carbon Accounting Financials, Swiss Better Gold, CEO4Climate, etc.) en accord avec sa stratégie de durabilité, qui inclut les Principes pour une banque responsable.

Principe 5: gouvernance et culture

- a. La gestion de la durabilité au niveau du Groupe a été alignée en 2021 sur la norme ISO 26000.
- b. En 2022, la certification de la gestion de l'environnement selon la norme ISO 14001 a été introduite en tant qu'élément de la gestion de la durabilité en général.
- c. Un processus formel de due diligence a été introduit en 2021 chez Raiffeisen Suisse afin d'éviter que cette dernière ne soit associée à des effets négatifs graves sur la société et l'environnement du fait de son activité. L'objectif est maintenant d'étendre ce processus aux Banques Raiffeisen.

Veuillez indiquer la conclusion / déclaration de votre banque quant à la question de savoir si elle a satisfait aux exigences en termes de progrès dans la mise en œuvre des Principes pour une banque responsable.

Raiffeisen accomplit des progrès continus dans la mise en œuvre des Principes pour une banque responsable conformément aux bonnes pratiques correspondantes. Notre analyse d'impact (réalisée en 2021/22) a montré que, de manière générale, nous sommes sur la bonne voie pour nous améliorer dans les domaines où nous produisons les effets les plus significatifs. Nous continuerons d'aligner nos objectifs, prescriptions et programmes sur les Principes pour une banque responsable, qui font partie intégrante de notre stratégie de durabilité.

**Annexe: définitions** (Source : UNEP FI)

- a. *Impact*: de manière générale, un impact est une modification du résultat pour une partie prenante. Dans le contexte des principes, ceci désigne (sur la base de la définition de la GRI) les effets de l'activité d'une banque sur les personnes / la société, l'économie et l'environnement, et donc sur un développement durable. Ces effets peuvent être positifs ou négatifs, directs ou indirects, réels ou potentiels, intentionnels ou involontaires, à court ou à long terme.
- b. *Impact significatif*: impact qui, par son étendue et/ou son intensité / ampleur, entraîne une modification particulièrement forte / déterminante du résultat pour une partie prenante. Dans le contexte des principes, le concept d'impact significatif est utilisé afin de garantir que les banques se concentrent sur les domaines dans lesquels leurs actions / activités sont (ou peuvent être) les plus importantes pour les personnes, l'économie et l'environnement et afin de définir un seuil raisonnable et pratique pour les thèmes à prendre en compte / à intégrer, à l'instar du concept de «matérialité».