

## **DOCUMENTAZIONE CONTENUTA NELLA CARTELLA**

- Leader mondiale nelle carte di credito per volumi d'acquisto Pag. 1
- La presenza in Italia Pag. 3
- Un modello di business efficiente ed unico Pag. 8
- Qualche numero a livello globale Pag. 9
- Milestones Pag. 10

Roma, novembre 2015

## **AMERICAN EXPRESS**

**Leader mondiale nelle carte di credito per volumi d'acquisto**

### At a glance

**American Express è una società globale diversificata che opera nei servizi finanziari e di viaggio.**

Fondata nel 1850 a New York, American Express ha da sempre svolto la propria attività abbracciando innovazione e tradizione, e seguendo i valori sulla base dei quali ha, più di recente, definito la **“Blue Box Value”**, cioè la **cultura aziendale che le consente di fornire alla clientela un servizio ai massimi livelli di eccellenza: commitment, qualità, integrità, lavoro di squadra, rispetto, senso civico, voglia di affermarsi e responsabilità indivi-duale.**



Leader nel settore dei pagamenti a livello mondiale, **American Express** è la principale società emittente di carte di credito per volume di acquisto e **opera attra-verso una rete in grado di gestire milioni di transazioni commerciali ogni giorno nel mondo.**

Le attività spaziano dalle carte di credito, ai servizi di viaggio e assicurativi, attra-verso un'offerta diversificata dedicata ai privati e alle imprese.

**Il quartiere generale è a New York a Manhattan**, mentre in Europa la sede è a Londra nel Regno Unito. American Express è quotata alla borsa di Wall Street (con la sigla AXP) e **dal 2001 è guidata dal Presidente e Amministratore Delegato Kenneth Chenault.**

È una delle trenta società che compongono l'indice Dow Jones Industrial Average e si colloca tra i primi quin-dici brand più “ammirati” al mondo (fonte: Fortune Magazine, marzo 2014).

**FORTUNE**

### **112 milioni di carte**

Nel 2014 i titolari di carta American Express hanno speso, a livello globale, la cifra record di circa 1 trilione di dollari. Ad oggi ci sono più di 112 milioni di carte di credito American Express in circolazione in tutto il mondo che vengono accettate da milioni di esercizi commerciali in oltre 130 Paesi (fonte: Annual Report, 2014).

### **Customer service di eccellenza**

American Express è riconosciuta sul mercato per il servizio di eccellenza offerto alla clientela, come confermano i numerosi riconoscimenti tra cui, per il sesto anno consecutivo, il premio “J.D. Power and Associates” per la massima soddisfazione mostrata dalla clientela tra tutte le società di carte di credito americane.



## **AMERICAN EXPRESS** **La presenza in Italia**

**Dai primi  
del '900**

**American Express è presente in Italia fin dai primi del '900.**

**All'inizio del 2015 è stata inaugurata la nuova sede, nel complesso Da Vinci Building, a poca distanza dall'Aeroporto di Roma Fiumicino.**

**L'innovativo headquarter, interamente progettato per implementare, per la prima volta in Europa continentale, lo Smart Working, ospita il centro operativo e la direzione generale per l'Italia. Sono inoltre operativi i 12 uffici cambio presso gli aeroporti di Ciampino e Fiumicino e una sede commerciale a Milano. In Italia American Express conta oltre 1000 dipendenti.**

**La sede di Roma**



**Le prime carte di credito personali (cosiddette consumer) sono state lanciate in Italia nel 1971, mentre quelle corporate, dedicate alle aziende, nel 1979.**

**Nel corso degli anni American Express ha ottenuto numerosi riconoscimenti quale migliore azienda per cui lavorare in Italia e a livello europeo.**



**L'Italia rappresenta uno dei principali mercati strategici in Europa, e si colloca nella top ten a livello mondiale.**

In Italia American Express opera nel settore delle carte di credito (per privati o aziende) e dei servizi di viaggio attraverso American Express Services Europe Limited (AESEL), nel settore delle assicurazioni con Amex Broker Assicurativo (ABA) e in quello dei servizi di pagamento dedicati agli esercizi commerciali attraverso American Express Payment Services Limited (AEPSL).



Le attività in Italia spaziano nei settori sopra indicati attraverso un'offerta diversificata che risponde alle molteplici esigenze della clientela; al tempo stesso, American Express cura il rapporto con gli esercizi convenzionati che accettano le carte attraverso iniziative e servizi volti ad incrementare il business e la soddisfazione di partner e clienti.

American Express è leader mondiale nel settore delle soluzioni di pagamento e delle carte di credito.

**Nel mercato italiano offre diverse tipologie di prodotto. In primo luogo le carte personali, ma anche quelle studiate appositamente per le esigenze delle aziende: piccole imprese e i professionisti (small business) o corporate (aziende di medie e grandi dimensioni).**

Esistono poi particolari carte di credito (cosiddette revolving) che consentono il pagamento rateale dei beni acquistati.

#### Prodotti e servizi

Esistono, infine, le carte di credito co-branded, emesse cioè in collaborazione con partner caratterizzati da un marchio affermato. In questa categoria in Italia, la società emette la Alitalia Card American Express, la Carta Oro Mediolanum American Express. Tra le più recenti a essere lanciate, la carta Italo American Express e, nel 2014, Carta Payback, che con un programma fedeltà multipartner consente di accumulare punti con le spese di tutti i giorni, anche online, e di trasformarli in premi o sconti sugli acquisti di beni e servizi effettuati presso i principali Partner.



## Le carte a saldo

Le carte a saldo rispondono alle esigenze della clientela con un **livello di servizio sempre più personalizzato**: dalle assicurazioni per inconvenienti di viaggio, al servizio clienti 24/7, dalle numerose offerte di partner selezionati ai premi del programma fedeltà.

## Le carte "a saldo"



Tra le carte di pagamento a saldo rientrano la Carta Verde, Carta Oro, Carta Platino, Carta Alitalia Verde, Carta Alitalia Oro, Carta Alitalia Platino e tutte le carte busi-ness dedicate alle PMI e ai liberi professionisti.

## Le carte corporate

Le carte di credito corporate American Express vanno oltre il semplice metodo di pagamento dando accesso ai programmi completi per la gestione delle spese che permettono di tenere sotto controllo i costi aziendali.

Grazie ad esse è possibile conseguire risparmi quantificabili e accedere a un programma per la gestione delle spese aziendali permettendo, ad esempio, di:

- utilizzare i rapporti informativi per ottimizzare le trattative con i fornitori e informatizzare la rendicontazione delle spese;
- integrare la gestione delle spese nei sistemi finanziari in uso in azienda;
- sostituire gli anticipi di contante;
- gestire online il programma relativo alla carta aziendale;
- diventare partner del servizio di consulenza di American Express per identificare e cogliere ulteriori possibilità di risparmio;
- accedere ai vantaggi e ai servizi dedicati ai titolari.

**Carte ad opzione revolving**

**Le carte revolving consentono di acquistare rimborsando il debito a rate.** L'ammontare dell'affidamento concesso è determinato da alcuni fattori legati al tipo specifico di carta scelto nonché all'affidabilità creditizia del richiedente.

**In questa tipologia rientrano la carta Blu American Express e la carta Explora** lanciata ultimamente sul mercato e che si caratterizza per un'elevata flessibilità, dedicata a un pubblico giovane.

**Le carte revolving**



**La presenza femminile...**

**American Express Italia si distingue sul mercato domestico anche per il suo impegno a supporto della professionalità femminile e per la presenza di donne nei ruoli chiave in azienda.** Tra gli oltre 1.000 dipendenti in Italia, infatti, il 70% sono donne, molte delle quali in posizioni di vertice.

**... un primato italiano...**

**A livello manageriale, infatti, le donne rappresentano circa il 40% dei dipendenti, mentre nei board sono addirittura il 50%.** Si tratta di un primato italiano nell'ambito globale del Gruppo.

In questo contesto la società ha lanciato il **programma "Women in the pipeline & at the top"** rivolto a un gruppo di donne manager di talento che partecipano a un programma formativo mirato. Nel 2013 il programma ha vinto il premio Aretè per la comunicazione interna.



**... nell'ambito del Diversity Council**

**Tale programma rientra in un più ampio progetto di American Express denominato Diversity Council** recentemente lanciato anche in Italia e già presente in altri paesi come USA, Canada, Messico, Regno Unito, Spagna, Australia, India, Singapore e Hong Kong.

**Gli obiettivi** che il Diversity Council si è posto sono:

1. **garantire un ambiente di lavoro sempre più flessibile** grazie al telelavoro e l'offerta di voucher a sostegno delle spese familiari;
2. **creare un ambiente in grado di soddisfare le esigenze delle categorie diversamente abili;**
3. **promuovere la presenza femminile in azienda** a livello esecutivo.

## Blue Work

American Express inoltre ha sviluppato il progetto Blue Work, che ha ricevuto lo “Smart Working Awards 2014”, il premio assegnato alle best practice dalla School of Management del Politecnico di Milano. Blue Work è un modello organizzativo innovativo improntato su flessibilità, autonomia e collaborazione che consente di gestire il proprio lavoro in maniera più flessibile, migliorando l'equilibrio tra la vita professionale e quella lavorativa. Gli spazi in ufficio sono ripensati in base alle esigenze lavorative delle persone e all'effettiva necessità di essere fisicamente in azienda, in una logica che premia il raggiungimento degli obiettivi e non le ore di presenza in ufficio. Inoltre, American Express ha dato a un gruppo di persone **la possibilità di lavorare da casa in maniera permanente**. Per consentire ciò l'azienda ha contribuito concretamente verificando l'adeguatezza dell'ambiente domestico e apportando le modifiche necessarie per creare una postazione di lavoro certificata in house che consenta di svolgere l'attività da casa in sicurezza.



## La sicurezza su internet

**American Express e la Polizia Postale italiana hanno stipulato un accordo teso ad incrementare la sicurezza delle transazioni via Internet.** Il primo effetto di questa collaborazione consiste in uno **stretto legame tra la sezione antifrodi della società di credito americana e quella operativa della Polizia Postale**. Appena American Express nota un'operazione sospetta, questa viene comunicata automaticamente alla Polizia per le necessarie indagini.



## **AMERICAN EXPRESS**

### **Un modello di business efficiente ed unico**

#### **Il sistema a tre parti**

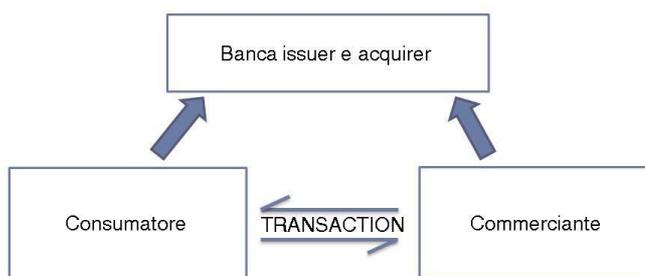
American Express gestisce un modello di business efficiente e unico che offre significativi vantaggi ai clienti, siano essi esercenti o titolari di carta.

A differenza dei principali competitor, infatti, **American Express gestisce un circuito di pagamento “proprietario” in cui il medesimo soggetto emette le carte (issuer) e procede al convenzionamento degli esercizi commerciali (acquirer).**

Tale sistema si definisce “a tre parti”:

1. il soggetto emittente e convenzionante;
2. il titolare della carta;
3. l'esercente convenzionato.

#### **IL SISTEMA A “TRE PARTI”**



**Nei sistemi a quattro parti, invece, il gestore dei circuiti non è direttamente coinvolto nei pagamenti, ma concede a soggetti terzi (di solito banche) la licenza per effettuare l'emissione e il convenzionamento.**

**Secondo l'architettura proprietaria, o a tre parti, è quindi la stessa American Express che emette le carte e convenziona gli esercizi che le accetta. Grazie a ciò la società ha una migliore conoscenza delle spese effettuate e, perciò, la possibilità di sviluppare programmi promozionali e di marketing esclusivi per attrarre titolari di carta con elevato livello di spesa.**

Tali caratteristiche non possono essere efficacemente riprodotte dai circuiti di pagamento a quattro parti.

#### **Dati al 31/12/14**

- Ricavi annuali: 34 miliardi di US\$;
- Utili: 5,885 miliardi di US\$;
- Presenti in oltre 130 Paesi;
- 53.500 dipendenti;
- I Travelers Cheques sono disponibili in sei valute: US Dollar, Canadian Dollar, UK Pounds, Euro, Yen, Australian Dollar;
- 112.2 milioni di carte in circolazione in tutto il mondo

## AMERICAN EXPRESS Milestones

1882 American Express introduce “money ordine”, il primo prodotto finanziario della società

1891 Inventa il Travelers Cheque



1895 American Express attraversa l'oceano: il primo ufficio in esclusiva all'estero è a 6, rue Halevy, Parigi

1915 E' l'anno dell'ingresso nel settore travel con servizi di viaggio consumer e business

1918 American Express esce dal business express: era l'originaria attività di trasporto fisico di denaro con cui la società iniziò la sua attività

1919 L'American Express Company Inc. viene costituita nel Connecticut, in seguito si chiamerà American Express Bank

1951 Il primo logo Centurion fa la sua comparsa sui Travelers Cheques

1958 American Express inventa la carta di credito per i privati e per le aziende, che annovera tra i primi suoi clienti più famosi addirittura Elvis Presley

1959 Dopo soli tre mesi dal lancio la carta contava già 500 mila titolari negli Stati Uniti

1965 Viene costituita la American Express Company a New York

1966 Introduzione della carta di credito executive, in seguito chiamata Gold Card

1975 Primo lancio del logo con il box blu

1984 Lancio della Carta Platinum

1987 L'azienda entra nel business delle carte revolving con il lancio della carta Optima. Lancio della Partnership American Express Small Business per l'offerta di strumenti di gestione finanziaria, informazioni e risorse per le piccole imprese

1990 Viene introdotta la filosofia dei “Blue Box Values”

1991 Nasce il programma Membership Miles, oggi Membership Rewards®

1995 La prima carta co-branded è l'Hilton Optima Card mentre ExpressNet sarà il primo servizio interattivo on-line della società per i titolari di carta



- 1996 Introduzione della carta Delta SkyMiles
- 1999 Lancio di Carta Blu American Express e Carta Centurion
- 2002 Creazione di Open®: il network per le piccole imprese
- 2009 American Express completa l'acquisizione di Revolution Money, una piattaforma per i pagamenti on-line con soluzioni innovative per lo scambio di denaro
- 2011 Lancio di Serve®, la piattaforma per i pagamenti digitali e l'e-commerce; viene acquisita Loyalty Partner, primaria società di servizi di marketing
- 2012 Siglato l'accordo con Twitter per i pagamenti tramite il celebre social network
- 2013 Introduzione della possibilità di utilizzare i punti Membership Rewards per pagare con il proprio smartphone qualsiasi acquisto, dal gas e generi alimentari ai vestiti e manicure
- 2014 Creazione di una joint-venture per viaggi d'affari. La proprietà è al 50% con un gruppo di investitori guidati da Certares, una società con una significativa esperienza nel industria del turismo.



