



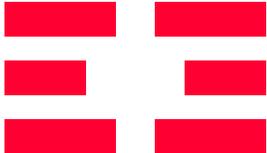
Mastercard

Siège social: New-York (Etats-Unis)

Activités: Services financiers

NIVEAU DE RISQUE:

élevé



EVALUATION GLOBALE:

Après que le *Southern Poverty Law Center (SPLC)* a accusé le *David Horowitz Freedom Center* d'être une organisation qui incite à la haine, Mastercard a rompu ses relations commerciales avec lui pour des raisons politiques. L'entreprise fait partie de la *Global Alliance for Responsible Media*, qui démonétise les médias dans le but de supprimer le contenu et les publicités qui ont fait l'objet d'allégations « d'incitation à la haine ». Mastercard sélectionne ses fournisseurs en fonction de leurs politiques LGBTQ et ne protège pas ses employés contre les discriminations liées aux divergences d'opinion. L'entreprise couvre les frais de déplacement de ses employés souhaitant avorter, donne de façon indirecte au *Planning Familial* et prend en charge les frais médicaux liés à la transition sexuelle de ses employés et de leurs enfants. Mastercard est partenaire de la *Human Rights Campaign (HRC)*, membre fondateur du *Partnership for Global LGBTI Equality (PGLE)* et s'est engagée à verser 5 millions de dollars à *Black Lives Matter* et à des causes apparentées. L'entreprise soutient et finance la cause et les organisations LGBTQ. En 2019, Mastercard a signé le *Statement on the Purpose of Corporation de la Business Roundtable* qui promeut le capitalisme participatif.

Pour ces raisons, nous estimons élevé le niveau de risque de Mastercard.

Activisme de l'entreprise

Refus de service aux clients, aux fournisseurs ou aux revendeurs en raison de leurs opinions politiques ou de leurs croyances religieuses OU boycott, désinvestissement ou sanctions de régions, de groupes, d'individus ou d'industries.



Risque élevé

Après que le *Southern Poverty Law Center (SPLC)* a accusé le *David Horowitz Freedom Center* d'être une organisation qui incite à la haine, Mastercard a rompu ses relations commerciales avec lui pour des raisons politiques (1)(2). Mastercard a obtenu la note maximale (100) sur l'indice *Corporate Equality* de la *Human Right Campaign*. Cela signifie, entre autres, que Mastercard s'engage à sélectionner ses fournisseurs en fonction de leurs politiques LGBTQ (3)(4). Mastercard est membre de la *Global Alliance for Responsible Media* dont l'objectif est de démonétiser les publicités et supprimer les contenus qui dénigrent les personnes en fonction de leur orientation sexuelle ou de leur identité de genre, qui parlent des « *questions sociales de façon négatives ou partisans* » ou diffusent un « *discours de haine* » (5)(6)(7).

Politique de dons caritatifs (y compris les programmes d'abondement des employés) discriminatoires à l'encontre de certaines organisations en raison d'opinions ou de croyances religieuses.



Risque faible

Mastercard abonde les dons de ses employés aux organisations religieuses qui s'engagent dans un travail communautaire si l'organisme de collecte de dons est séparé (1).

Activisme de l'entreprise

Politique d'embauche ne protégeant pas les employés contre la discrimination fondée sur leur affiliation politique/leurs opinions et/ou la religion.



Risque élevé

Mastercard ne protège pas ses employés contre les discriminations liées aux divergences d'opinion (1).

Gouvernance d'entreprise et politiques publiques

Utilisation de la renommée de l'entreprise pour soutenir des causes et/ou des organisations hostiles à la liberté d'expression.



Risque élevé

L'adhésion de Mastercard au *PGLE* reflète son engagement à prendre en charge les frais médicaux des transsexuels, la sélection des partenaires commerciaux sur la base de leurs politiques LGBTQ+ et le soutien financier à des organisations LGBTQ au niveau mondial (1)(2)(3). En 2022, la société a obtenu la note maximale (100) sur l'indice *Corporate Equality* de la *Human Right Campaign*. Cette note souligne le fait que l'entreprise couvre les frais médicaux liés à la transition sexuelle de ses employés et de leurs enfants (4)(5). Mastercard a utilisé son image de marque pour tenter d'influencer en faveur de l'*Equality Act* et pour s'opposer à la loi sur la réforme électorale en Géorgie (6)(7). Mastercard utilise un nouveau code pour les armes légales, ce qui permet potentiellement de suivre les achats d'armes à feu légales (8). Son PDG, Michael Miebach, est membre de la *Business Roundtable* et son ancien PDG, Ajay Banga, a signé en 2019 le *Statement on the Purpose of Corporation* qui promeut le capitalisme participatif au détriment des intérêts des actionnaires et des clients (9)(10).

Utilisation des fonds de l'entreprise pour promouvoir des causes idéologiques, des organisations ou des politiques hostiles à la liberté d'expression.



Risque élevé

Mastercard prend en charge les frais de déplacement et d'hébergement des employés souhaitant avorter. Elle contribue indirectement au *Planning Familial* au travers de l'abondement des dons de ses employés (1)(2). Mastercard est un partenaire important du *HRC* et un membre fondateur du *PGLE* (3)(4). Mastercard est membre de la *Global Alliance for Responsible Media* (5)(6)(7). L'entreprise s'est engagée à verser plus de 5 millions de dollars à *Black Lives Matter* et à des causes apparentées, notamment la *National Urban League*. Mastercard est partenaire de la *Chambre de Commerce LGBT* (8)(9).

Utilisation des fonds de l'entreprise à des fins idéologiques sans rapport avec l'activité de l'entreprise.



Risque élevé

Mastercard a contribué au *PAC Equality* (1).

MASTERCARD EN FRANCE ET EN EUROPE:

Le changement climatique est une des priorités de Mastercard qui, par exemple, utilise pour ses bâtiments des énergies renouvelables mais aussi choisit des fournisseurs qui ont les mêmes valeurs. Le CDP a octroyé à Mastercard la cotation « A » pour l'engagement de leurs fournisseurs (Le CDP est un système de divulgation écologique mondial dont les membres mesurent, gèrent et divulguent leurs risques et leurs succès en matière de changement climatique) (1). Mastercard influence la façon de consommer de ses clients en leur proposant notamment un calculateur carbone, développé en collaboration avec la fintech Doconomy, qui permet de visualiser l'empreinte carbone estimée de tous les achats effectués par carte (2). Mastercard est aussi très impliqué dans la valorisation et la défense de la communauté LGBTQIA+. Mastercard travaille avec des partenaires pour lancer des produits qui permettent que le prénom et l'identité de genre choisis apparaissent sur la carte de paiement, facilitant ainsi le quotidien des personnes transgenres et non binaires (3).