

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

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 individuale.**



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 attraverso 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, attraverso 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 quindici brand più “ammirati” al mondo (fonte: Fortune Magazine, 4 marzo 2013).

FORTUNE

100 milioni di carte

Nel 2012 i titolari di carta American Express hanno speso, a livello globale, la cifra record di circa 888 miliardi di dollari. Ad oggi ci sono più di 100 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, 2012).

**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” ottenuto anche nel 2012 per la massima soddisfazione mostrata dalla clientela tra tutte le società di carte di credito americane.**

J.D. Power & Associates



AMERICAN EXPRESS

La presenza in Italia

Dai primi del '900

American Express è presente in Italia fin dai primi del '900 con un ufficio a Genova e, dal 1914, a Roma, dove si trova tuttora **nella zona di Cinecittà, adiacente agli Studios, che 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 Cinecittà



Le prime carte di credito personali (cosiddette consumer) **sono state lanciate in Italia nel 1971**, mentre quelle corporate, dedicate alle aziende, nel 1979. Il sito internet italiano di American Express è attivo dal 2000.

Nel corso degli anni American Express ha ottenuto numerosi riconoscimenti come tra le migliori aziende per cui lavorare in Italia e a livello europeo, secondo le valutazioni del Great Place to Work Institute. Nel 2007, inoltre, ha vinto il premio Equal Gender Opportunity per le politiche a favore della diversity.

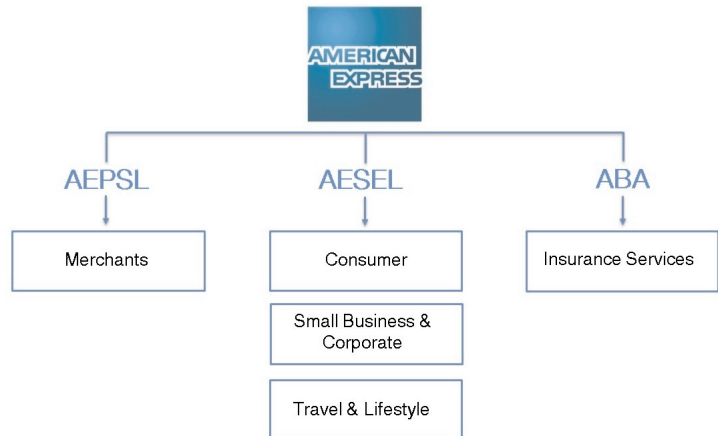


L'Italia: un mercato strategico

L'Italia rappresenta il terzo mercato in Europa per il Gruppo (dopo UK e Francia) 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).**

L'organizzazione in Italia



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 in diversi settori quali le carte di pagamento e di credito. Mentre le carte di debito (come il classico Bancomat rilasciato dalle banche) addebitano l'importo sul conto corrente bancario contestualmente alla transazione, quelle di credito consentono il pagamento a saldo con scadenze fisse.

Prodotti e servizi

American Express è, soprattutto, un'emittente di carte di credito e **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.

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 e la più recente carta Italo American Express.**

La carta Italo



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 business 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 i circa 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, realizzato in partnership con la SDA Bocconi School of Management, e ad eventi di networking con senior leader di American Express e con rappresentanti del mondo imprenditoriale italiano.



... 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.

Work remotely

Per quanto riguarda la flessibilità e le politiche del "work remotely", American Express ha lanciato in Italia **un primo progetto pilota** che ha coinvolto un selezionato numero di persone della front line, **cui si aggiungerà un secondo consistente gruppo** entro l'anno, a cui **viene data la possibilità di lavorare da casa**.

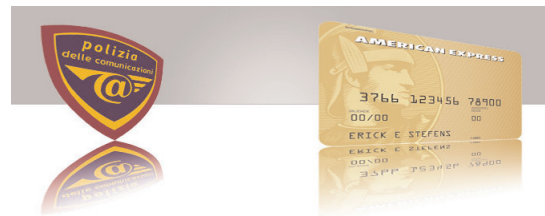
Per consentire ciò l'azienda ha contribuito concretamente verificando l'adeguatezza dell'ambiente domestico e apportando le modifiche necessarie per creare una postazione di lavoro certificata in house che consenta di svolgere l'attività da casa in sicurezza.

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.

La task force con la Polizia Postale



AMERICAN EXPRESS

Un modello di business efficiente ed unico

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

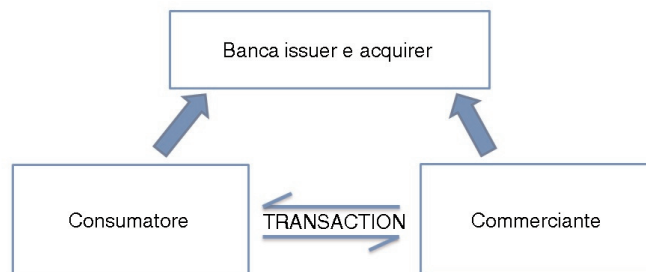
Il sistema a tre parti

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.

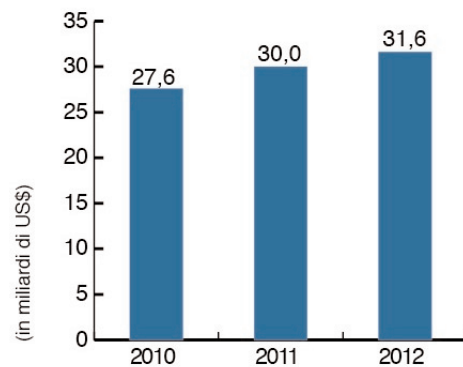
Secondo l’architettura proprietaria, o a tre parti, è quindi la stessa American Express che emette le carte e convenziona gli esercizi che le accetta. Grazie a ciò la società ha una migliore conoscenza delle spese effettuate e, perciò, la possibilità di sviluppare programmi promozionali e di marketing 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.

AMERICAN EXPRESS
Qualche numero a livello globale
(al 31 dicembre 2012)

- Ricavi annuali : 31,6 miliardi di US\$;
- Utili: 4,5 miliardi di US\$;
- Presenti in oltre 130 Paesi;
- 800.000 ATM a livello mondiale;
- Più di 63.500 dipendenti;
- I Travelers Cheques sono disponibili in sei valute: US Dollar, Canadian Dollar, UK Pounds, Euro, Yen, Australian Dollar;
- 102 milioni di carte in circolazione in tutto il mondo, di cui:
 - 52 milioni negli Stati Uniti
 - 50 milioni nel resto del mondo

Ricavi totali (worldwide)

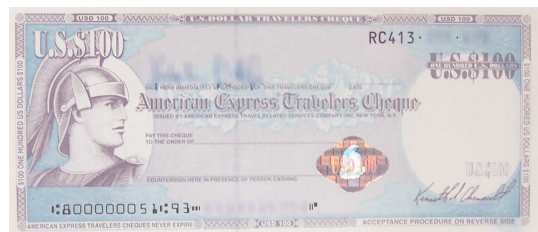


Fonte: Annual Report, 2012

**AMERICAN EXPRESS
Milestones**

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

Un Traveler’s Cheque



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**

Clienti celebri

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

La carta Centurion

