



15 juin 2010

# INVESTORday 2010

## Réseaux Internationaux Top 3 en Europe centrale et orientale & Russie

**Bernardo Sanchez Incera**

*Directeur Général adjoint en charge des Réseaux Internationaux  
et des Services Financiers Spécialisés*

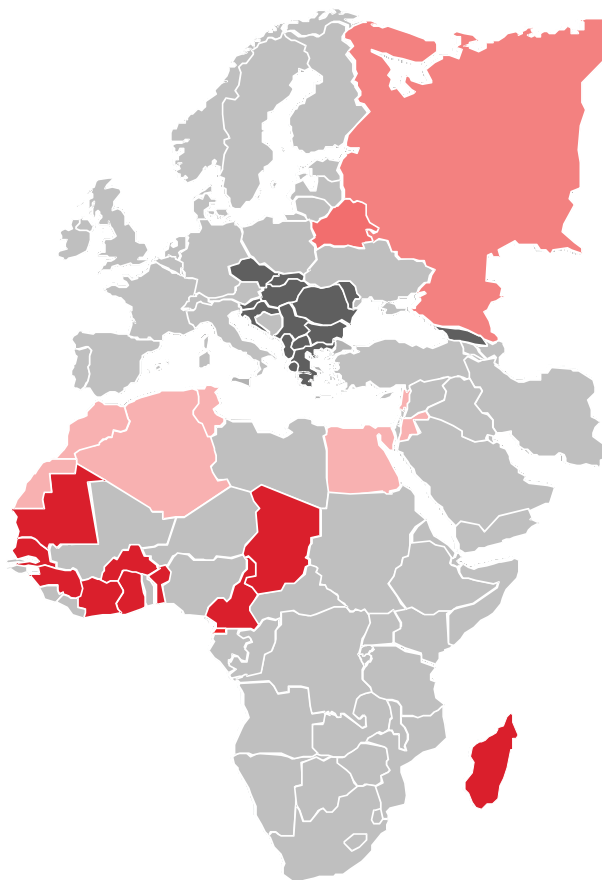
**Jean-Louis Mattei**

*Responsable des Réseaux Internationaux*

## Une implantation géographique centrée en ECO, Moyen-Orient et Afrique

Europe centrale et orientale	
Clients	6,8 millions
Agences	2 070
PDM crédit	7,6%
PDM dépôts	7,5%
Crédit	33 Md EUR
Dépôts	35 Md EUR

Afrique du Nord	
Clients	1,9 million
Agences	682
PDM crédit	8,1%
PDM dépôts	5,6%
Crédit	11 Md EUR
Dépôts	12 Md EUR



Russie <sup>1</sup>	
Clients	3 millions
Agences	711
PDM crédit	2,4%
PDM dépôts	3,2%
Crédit	9 Md EUR
Dépôts	9 Md EUR

<sup>1</sup> Hors Rusfinance

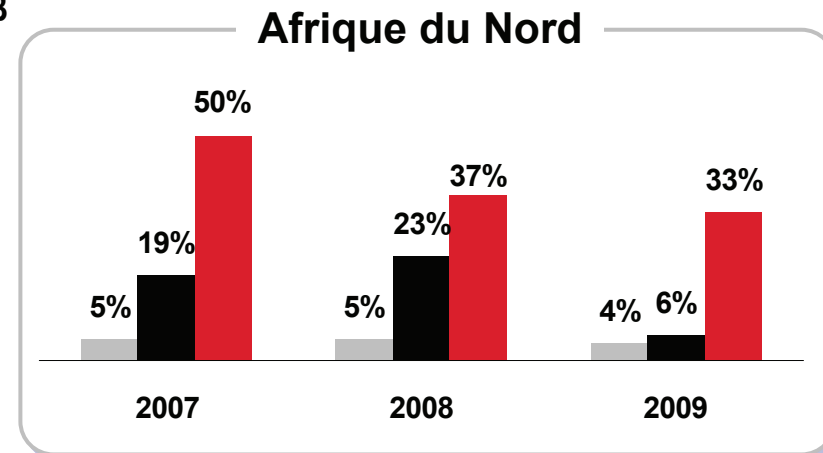
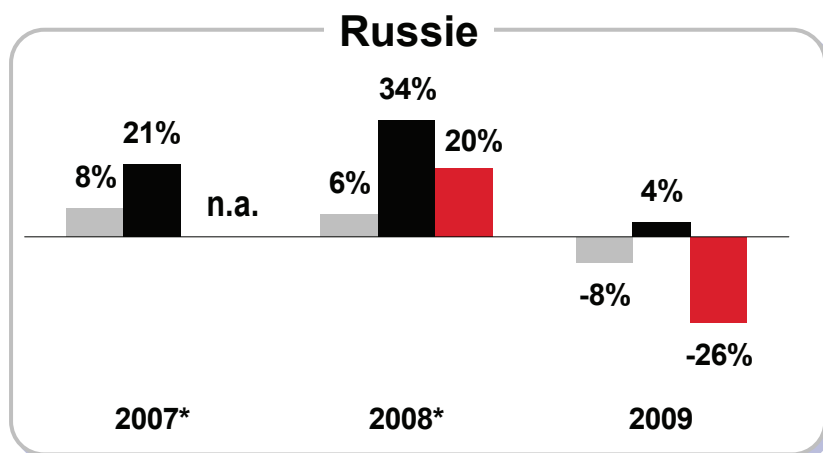
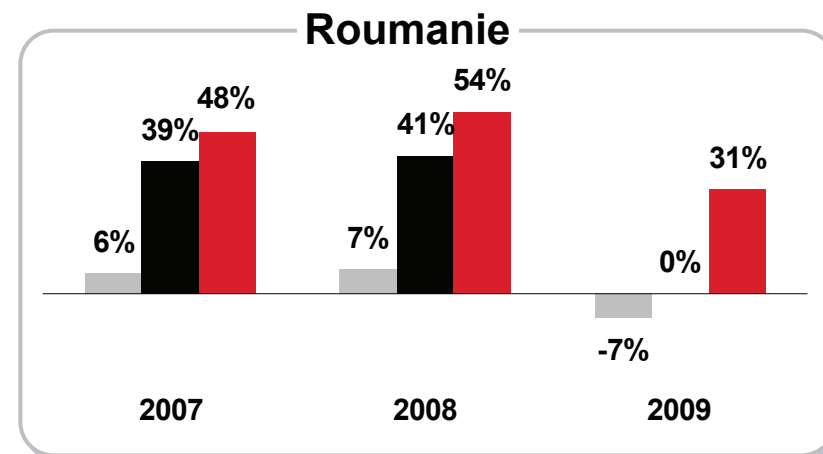
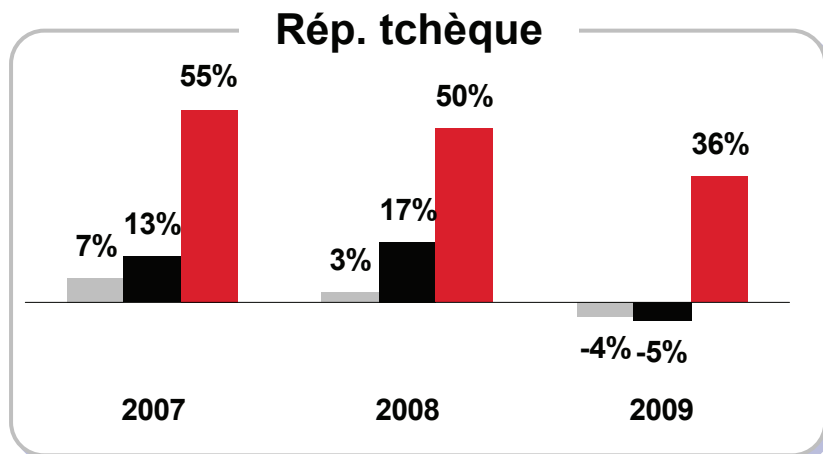
Afrique sub-saharienne et Outre-mer	
Clients	1.2 million
Agences	297
PDM crédit <sup>2</sup>	19,4%
PDM dépôts <sup>2</sup>	22,2%
Crédit	6 Md EUR
Dépôts	7 Md EUR

<sup>2</sup> Afrique seulement

**61 000 employés au service de 13 millions de clients dans 41 pays**

Données à fin 2009

## Un dispositif solide qui a résisté à la crise...



■ Croissance PIB

■ Croissance PNB

■ ROE

\* Hors éléments non récurrent, taux de croissance 2007 et 2008 proforma avec Rosbank

A périmètre et change constant

**Une capacité bénéficiaire préservée tout au long de la crise**

**ROE 2009 : 13%**

## Une position de leader sur des bassins d'activité à haut potentiel

### Europe Centrale et de l'Est<sup>1</sup>

- ▶ Fortes positions en Rép. Tchèq. et en Roumanie; large couverture dans les Balkans
- ▶ Pays à fondamentaux solides
  - ✓ Croissance PIB: +3-4%\*
  - ✓ Déficit budgétaire: -5%
  - ✓ Dette pub. / PIB: 40%
- ▶ Crédits/PIB: 57% en 2009

<sup>1</sup> Hors Grèce

### Russie

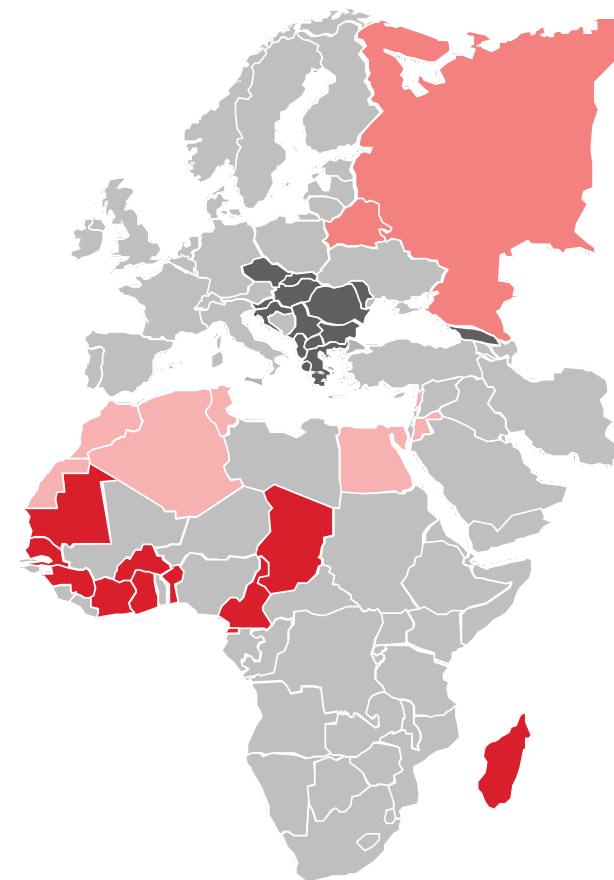
- ▶ 1<sup>er</sup> réseau privé par le nombre d'agences et les crédits
- ▶ Retour à une croissance élevée tirée par la demande étrangère
  - ✓ Croissance PIB : +4%\*
  - ✓ Déficit budgétaire : -8%
  - ✓ Dette pub. / PIB : 6%
- ▶ Crédits/PIB: 41% in 2009

### Afrique du nord

- ▶ Position de leader en Egypte et au Maroc
- ▶ Région non affectée par la crise
- ▶ Dette publique faible, croissance démographique, investissement étranger en hausse
  - ✓ Croissance PIB : +5%\*
- ▶ Crédits/PIB : 42% en 2009

### Afrique Sub-saharienne

- ▶ Présence historique dans 11 pays importants avec des positions locales fortes
- ▶ Bonne résistance à la crise
- ▶ Croissance tirée par le prix des matières premières:
  - ✓ Croissance PIB : +5%\*
- ▶ Crédits/PIB: 15%



\* TMVA 2009-2015

## Réseaux internationaux : un moteur de croissance pour le Groupe

- 1 Constituer un acteur de premier plan en Russie**
- 2 Intensifier les relations clients dans les implantations les plus matures**
- 3 Accélérer la croissance dans les bassins à potentiel de bancarisation et saisir les opportunités de croissance externe**
- 4 Adosser la croissance sur l'innovation**
- 5 Améliorer l'efficacité opérationnelle**

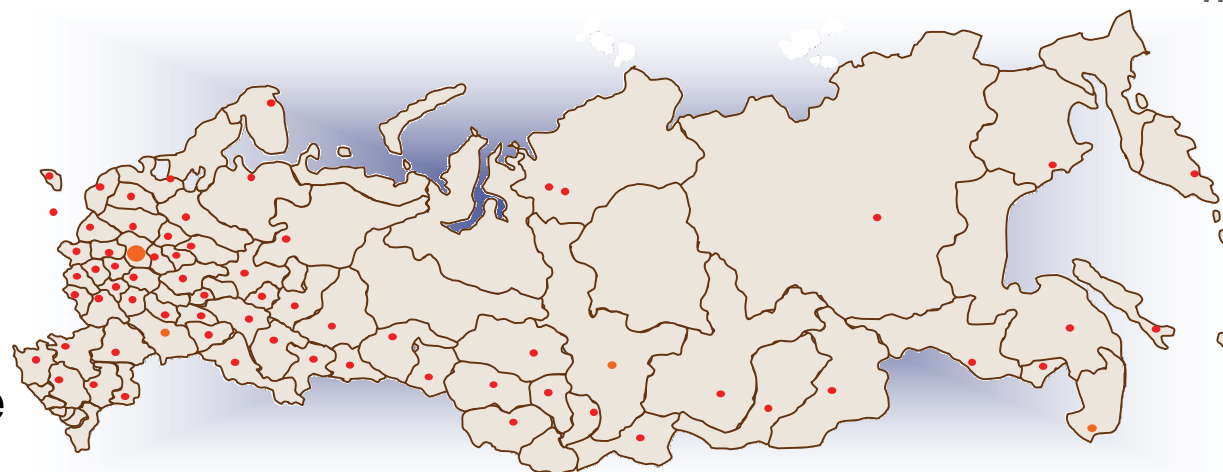
## Russie : 1<sup>er</sup> réseau privé

### Marché bancaire à fort potentiel

- 141 M d'habitants
- Un marché de 16 millions de clients 'premium'
- Crédits : +13%\* par an
- Dépôts : +16%\* par an
- Crédits/PIB : 41%

\* TMVA 2009-2015

- ➔ **Vaste**
- ➔ **Riche**
- ➔ **Dynamique**



### SG Russia aujourd'hui avec Rusfinance

- 4 banques
- Agences : 785
- Clients particuliers : 4,7 M
- Crédits : 11 Md EUR
- PdM crédits : 2,9%
- 30 000 employés
- POS : 8 000
- Clients Corporate : 60 000
- Dépôts : 9 Md EUR
- PdM dépôts : 3,2%

## Programme de Transformation et de Consolidation : la route directe vers le succès

- ✓ Une équipe de direction expérimentée
- ✓ 16 *streams* + une équipe support entièrement dédiée de 40 personnes
- ✓ Support du Groupe SG (RH, Finance, Risques,...)

### Feuille de route SG Russie

- ➔ Finaliser la fusion de Rosbank et de BSGV
- ➔ Unifier les fonctions support
- ➔ Organiser la coopération entre les banques universelles et les entités spécialisées (Rusfinance et Delta Credit)
- ➔ Préparer l'évolution des systèmes d'informations sur les projets Groupe

### Ambition SG 2015 : une approche ciblée par gamme de produits

- +300 agences
- Plus de 7 M de clients particuliers
  - ▶ *dont 800 000 premium*
- Plus de 100 000 clients entreprises
- Cibles commerciales
  - ▶ *PDM Crédit Immobilier : ≈10%*
  - ▶ *PDM Crédit Automobile ≈12%*
- Augmenter les ventes croisées

### Clients particuliers : 3 vecteurs d'acquisition



#### Crédit immobilier

- Expert reconnu de la place en crédit hypothécaire
- Plateforme au service du dispositif SG en Russie



#### Une banque universelle, 2 réseaux

Rosbank

BSGV

1 000 agences en 2015

- Déploiement d'une banque universelle SG sur les modèles de KB et BRD

- Offre Premium concentrée sur les grands centres urbains



Agence Rosbank



Agence BSGV



#### Crédit conso.

- Crédits auto : acquisition et fidélisation de clients (120 000 clients en cross-selling par an)
- Top 2 du crédit automobile












Socle commun de fonctions supports (informatique, back office, risques, RH et finance)



## Clients corporate : une approche globale

- Solide base de grands clients corporates multinationaux travaillant avec la SG pour leur financement de ressources naturelles et export
- Renforcer l'organisation commerciale et l'offre produits
  - ▶ Regrouper les équipes corporate
  - ▶ Fusionner les trois sociétés de leasing et développer l'affacturage
- JV avec SG CIB afin de créer un acteur majeur sur les activités de marchés de capitaux et de banque d'investissement
  - ▶ Créer une plate-forme pour les dérivés de change / taux
  - ▶ Renforcer les capacités sur les émissions obligataires et la syndication
  - ▶ Augmenter le portefeuille et la taille des autres activités de banque d'investissement (intermédiation, financements structurés et conseil)

 <b>2009</b> <b>NLMK</b> Deal of the Year Mandated Lead Arranger	 <b>2009</b> <b>Lukoil</b> Deal of the Year Mandated Lead Arranger	 <b>2009</b> <b>Tatneft</b> Deal of the Year Mandated Lead Arranger	 <b>Petropavlovsk</b> 3-Year Structured Term Loan USD 150,000,000 Mandated Lead Arranger & Bookrunner 2010 Russia	 <b>Rosneft</b> Pre-Export Bridge Facility USD 1,350,000,000 Mandated Lead Arranger 2009 Russia	 <b>JSC AVTOVAZ Renault SAS</b> COFACE Buyer Credit EUR 174 M Mandated Lead Arranger 2009 Russia	 <b>Vyksa Steel Works SMS Siemag AG</b> HERMES Buyer Credit EUR 347 M Mandated Lead Arranger 2009 Russia	 <b>Hyundai Motor Manufacturing</b> United Facility EUR 180 M Mandated Lead Arranger 2009 Russia	 <b>Vnesheconombank Linde KCA</b> HERMES Buyer Credit USD 533.8 M Mandated Lead Arranger 2010 Russia
---	---	--	---	---	--	--	--	--

## KB : un développement réussi dans un marché mature

### 3<sup>e</sup> banque de République Tchèque

- **Une banque moderne dans un marché concentré avec un fort taux de multibancarisation**
  - ▶ KB, CSOB, CS : 10 M de clients équivalent à la taille totale de la population
- **Parts de marché élevées**
  - ▶ Dépôts: 20%\*
  - ▶ Crédits: 18%\*
- **Performance robuste**
  - ▶ Rentabilité élevée (ROE : 36%\*)
  - ▶ Coefficient d'exploitation: 49%\*

### Une marque reconnue

- **Leader sur le marché entreprises**
- **Leader sur le segment aisé**
- **Une large gamme de produits**



\* Donnée 2009

## KB : des marges de progression supplémentaires

### Strategie commerciale

#### ■ Particuliers :

- ▶ Augmenter les ventes croisées (e.g. 25% des 800 000 clients de Modra Pyramida sont clients de KB)
- ▶ Fidéliser les clients
- ▶ Maintenir la position de n°1 sur le segment Affluent
- ▶ Optimiser l'offre multi-canal

#### ■ Entreprises :

- ▶ Conserver la position de n°1
- ▶ Continuer à développer les synergies intra-Groupe
- ▶ Renforcer l'offre crédits de manière sélective
- ▶ Renforcer la vente de produits et services adaptés pour le marché des grandes entreprises

### Efficacité opérationnelle

#### ■ Migration des SI sur les solutions Groupe:

- ▶ Core Banking system
- ▶ Distribution
- ▶ Usine crédit
- ▶ Plateforme de gestion des cartes

#### ■ Poursuivre l'optimisation des process via des initiatives ciblées

- ▶ Augmenter l'efficacité des back office à travers l'automatisation
- ▶ Restructurer le portefeuille immobilier du siège de la KB
- ▶ Partager les 'best practices' sur le recouvrement crédit

### Ambition SG 2015:

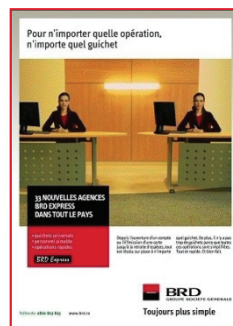
Banque leader en République tchèque

PdM crédits : +2 à 3 pts

## BRD : optimisation du fonds de commerce avec une politique innovante

### 1<sup>er</sup> réseau Roumain

- **930 agences**
  - ▶ dont 754 agences de proximité
  - ▶ dont 4 agences top affluent
- **Bon niveau d'industrialisation**
- **Coefficient d'exploitation bas**



### Une approche novatrice

- **Campagne carte bancaire sportifs**

**Black Red & Dynamic**



- **500 000 cartes vendues en 2009**

- **Robots de retrait / dépôt**



### Stratégie commerciale

- **Intensification de la relation commerciale**
  - ▶ Enrichir le catalogue produits (*package...*)
  - ▶ Intensifier le cross-selling (crédit conso, assurance)
  - ▶ Optimiser les outils de banque à distance

### Mutualisation des moyens

- **Mutualiser les SI dans le cadre des projets Groupe**
- **Mettre en place de services partagés pour la location longue durée et banque internet**
- **Achever la 'régionalisation' des back offices**

### Ambition SG 2015 :

1<sup>ère</sup> Banque Roumaine  
1 000 agences, plus de 3 M de clients  
PdM crédits et dépôts: ≈ +2 pts

## Europe du Sud-Est: développer les parts de marché et optimiser la base de coûts

### Couverture géographique complète

■ **9 pays**

- ▶ ≈ 600 agences
- ▶ 1,7 million de clients particuliers

■ **Résistance à la crise :**  
**ROE de 10,4% en 2009**



### Stratégie commerciale

■ **Clientèle Particuliers**

- ▶ Accroître le nombre d'agences (≈ 180)
- ▶ Moderniser les dispositifs Internet et mobile

■ **Clientèle entreprises**

- ▶ Continuer à développer les synergies avec la BFI et entre les banques de la région
- ▶ Compléter la gamme de produits sur la clientèle Corporate et SME

### Mutualisation des moyens

- **Centralisation informatique**
- **Centralisation des back offices**

### Ambition SG 2015:

Part de marché supérieure à 7%  
+1 million de clients particuliers

## Grèce: une situation difficile mais gérable

### Une situation difficile en 2009...

- Coefficient d'exploitation : 88 %
- Coût du risque : 141 M EUR
- Contribution au résultat du Groupe : -51 M EUR

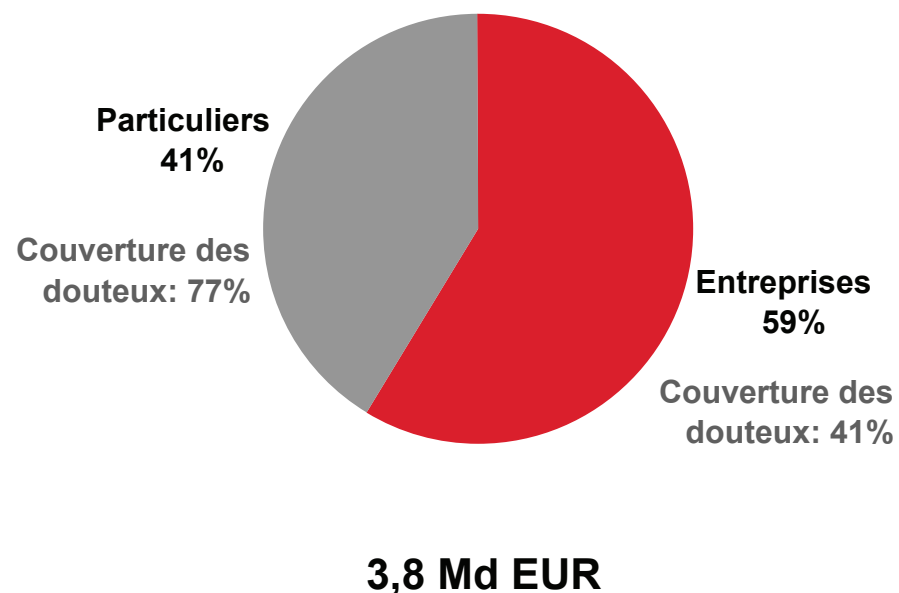
### ...se dégradant au T1-10 du fait de la crise ...

- Coefficient d'exploitation : 98%
- Coût du risque : 149 M EUR
- Contribution au résultat du Groupe : -65 M EUR

### ... mais gérable et ayant un impact limité

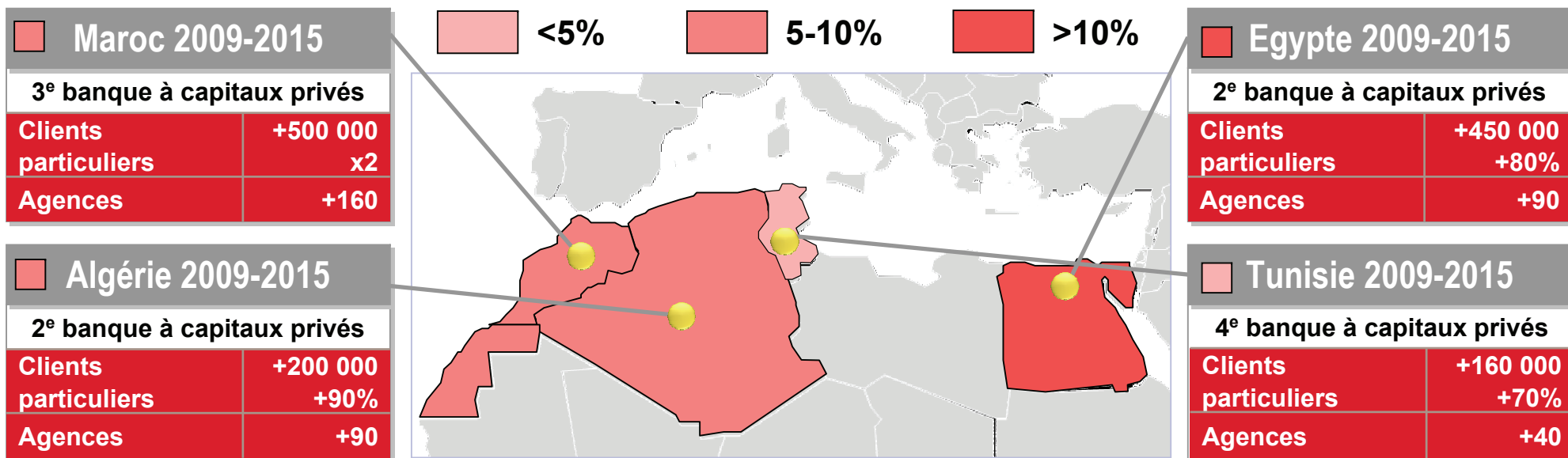
- 1,3% des RWA du Groupe
- Perte de -65 M EUR au T1-10 sur un résultat net total groupe de 1,1 Md EUR
- Augmentation de capital de 340 M EUR avant fin 2010 pour respecter les contraintes réglementaires locales

### Créances clients nettes de Geniki à fin mars 2010



## Afrique du Nord : une conquête commerciale volontaire

Croissance cumulée de la population 2010-2015



### Un marché important...

- 160 M d'habitants
- Faible taux de bancarisation (42%)

### ...et dynamique

- Croissance PIB : +4,6%\*
- TMVA Crédits : +11,6%\*

\* TMVA 2009-2015

**Ambition SG 2015:**  
 ≈ +380 agences (+60%)  
 +1,3 M de clients particuliers (x2 sur 5 ans)  
 1<sup>ère</sup> banque à capitaux privés de la zone

## Afrique sub-saharienne : du berceau historique à l'innovation

### Une présence de premier plan

#### ■ Sénégal - SGBS

- ▶ 1er par les crédits
- ▶ 2e par les dépôts

#### ■ Cameroun - SGBC

- ▶ 2e par les crédits
- ▶ 2e par les dépôts

#### ■ Côte d'Ivoire - SGBCI

- ▶ 1er par les crédits
- ▶ 1er par les dépôts

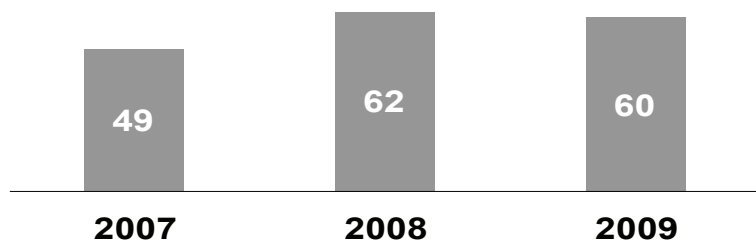


Siège de Douala, Cameroun

### Un socle financier solide

#### ■ Une rentabilité préservée malgré la crise

Résultat Net Part du Groupe en M EUR



### Stratégie commerciale

#### ■ Clientèle de particuliers

- ▶ Poursuivre la dynamique d'innovation via une offre de produits novatrice (mobile banking)
- ▶ Extension sélective du réseau d'agences
- ▶ Synergie avec les réseaux France sur la clientèle des migrants



Agence SG correspondante SGBS à Paris

#### ■ Clientèle entreprises

- ▶ Elargir le portefeuille de clients aux entreprises publiques, aux groupes anglo-saxons et chinois
- ▶ PME : signature d'un accord de financement pour les PME avec l'AFD



### Innovation

#### ■ Offre Migrants

#### ■ Mutualisation des moyens

#### ■ Mobile Banking

### Ambition SG 2015 :

+400 000 clients

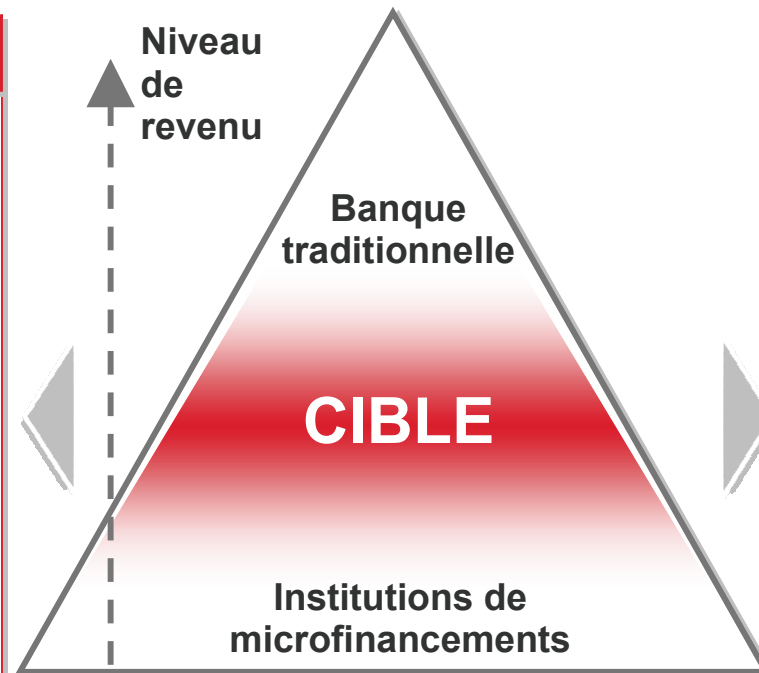
+ 100 agences



## Conquérir de nouveaux marchés avec de nouveaux concepts...

### Points clés

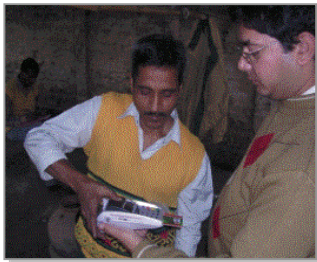
- Toucher une clientèle de "pré-bancarisés"
- Offrir des produits et services adaptés et simplifiés
- Concevoir un réseau de distribution novateur pour aller à la rencontre des clients
- Construire une structure de coût adaptée



### Un pilote par région

- Afrique du Nord
- Afrique Sub-saharienne
- Europe de l'Est

## ... avec des canaux de distribution simples



**Agents  
vente  
directe**



*Agence au Ghana*

**Point  
cash**



**Mobile  
Banking**

## Mobile banking: un laboratoire de solutions innovantes

### Points clés

- Mise en place d'un nouveau réseau d'acceptation de paiement
- Acquisition de clients
- Service bancaire simplifié
- Synergies avec le nouveau concept bancaire

### Services

Transfert d'argent  
de personne à personne

domestique	✓
international	à terme



Paiement de factures,  
de biens et de services  
chez le commerçant

factures	✓
biens/services	à terme

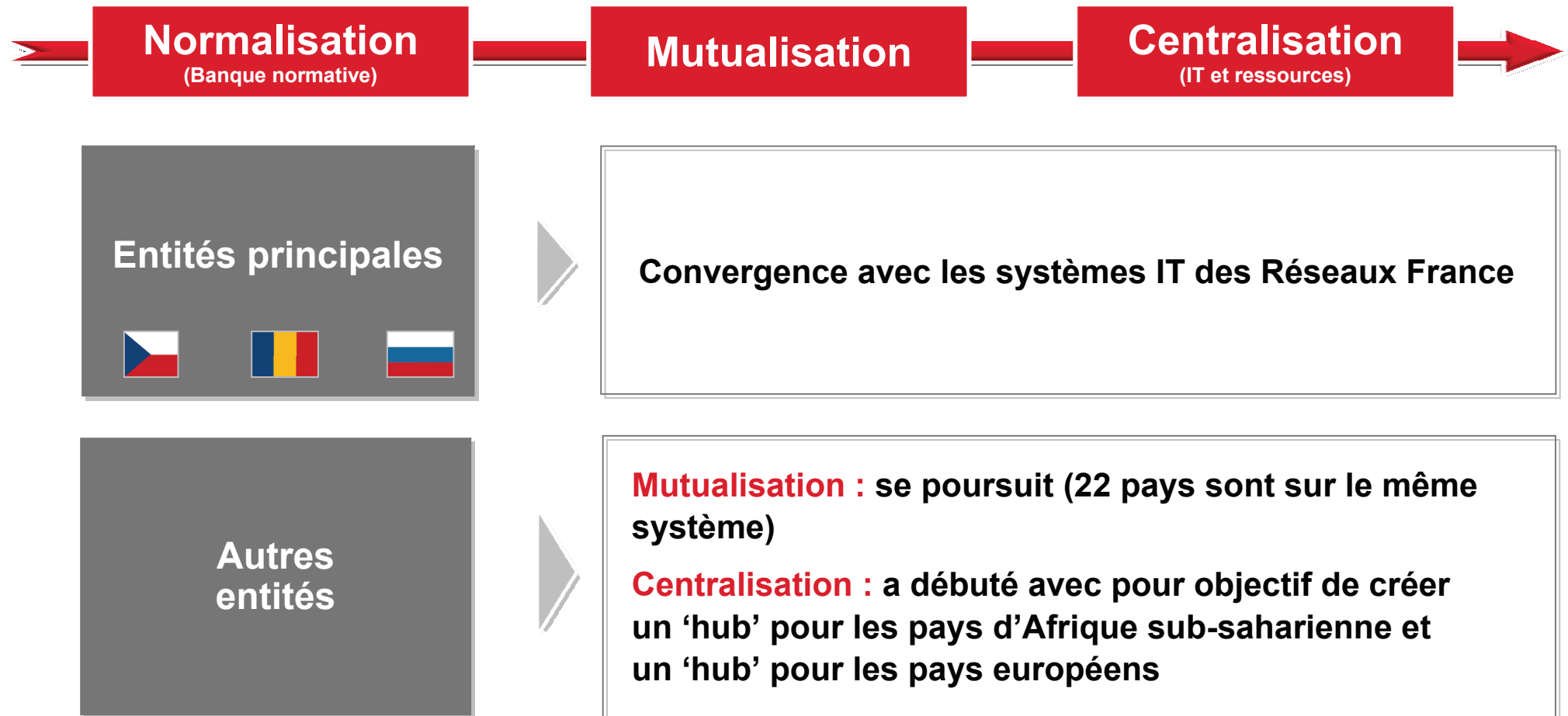
### Initiatives locales

- Côte d'Ivoire (SGBCI) : lancement fin 2009
- Madagascar (BFV-SG) : lancement dans les prochaines semaines

### Solution mutualisable

- Fédération des initiatives dans un projet global
- Lancement commercial du pilote au Sénégal prévu dans les prochaines semaines

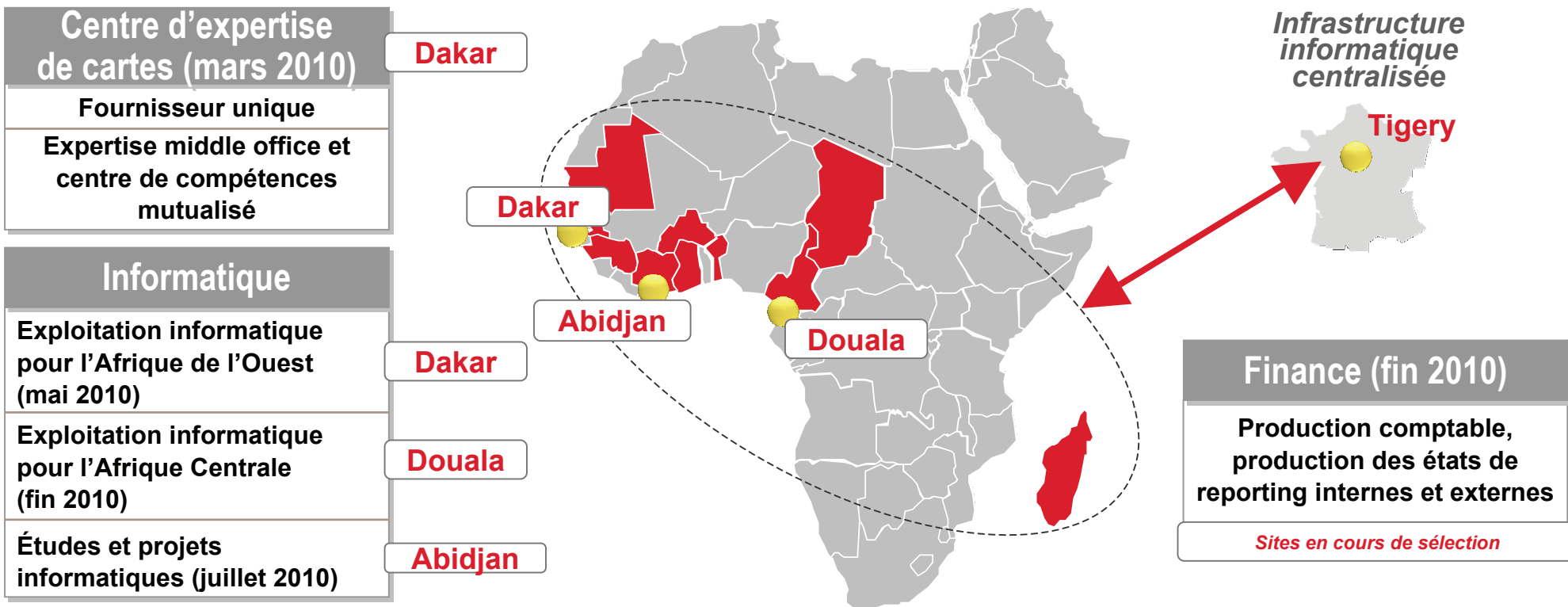
## Transformation du modèle opérationnel : un projet lancé il y a plusieurs années



## Mettre en commun pour mieux se développer: l'exemple de l'Afrique

Après centralisation de l'informatique en 2010 :  
3 centres de service mutualisés en Afrique

- Augmenter la réactivité commerciale
- Réduire le risque opérationnel
- A terme optimiser le coefficient d'exploitation



↳ Même approche appliquée aux Balkans

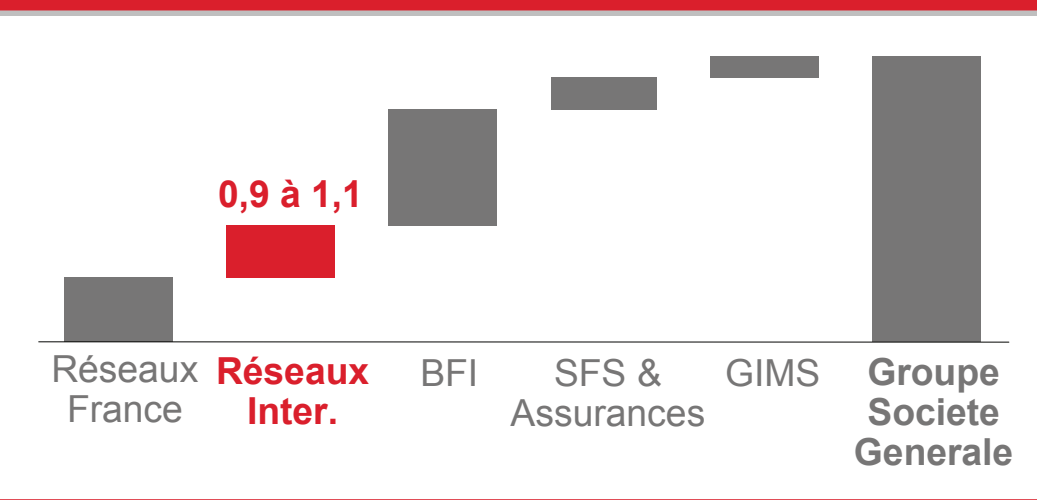
**Ambition  
SG 2015**

- **Russie dans les Réseaux Internationaux :**  
≈ 15% des résultats 2012, le plus grand contributeur en 2015
- **Top 3 en Europe centrale et orientale et en Russie en 2015**
- **20 millions de clients en 2015**
- **Achever les projets de mutualisation des ressources**

**Objectifs 2012**

- ▶ **Croissance du fonds de commerce**  
+ 500 agences (≈ +15%)  
+ 4 millions clients (≈ +30%)
- ▶ **Croissance PNB 2009-2012 ≈8%\***

**RNPG cible 2012 (en Md EUR)**



\* TMVA 2009-2012

## Avertissement

*Ce document peut comporter des éléments de projection et des commentaires relatifs aux objectifs et stratégies du Groupe Société Générale. Par nature, ces projections reposent sur des hypothèses, à la fois générales et spécifiques, notamment - sauf mention spécifique - l'application des principes et méthodes comptables conformes au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne et appliqués par le Groupe dans ses comptes au 31.12.2009 ainsi que l'application de la réglementation prudentielle en vigueur à ce jour. Le risque existe que ces projections ne soient pas atteintes. Il est donc recommandé aux lecteurs de ce document de ne pas accorder à ces projections une confiance injustifiée dès lors que de nombreux facteurs pourraient faire que les résultats futurs du Groupe soient différents.*

*Avant de fonder une décision sur les éléments de ce document, les investisseurs doivent considérer ces facteurs d'incertitude et de risque.*

*Ni Société Générale, ni ses représentants ne peuvent voir leur responsabilité engagée pour tout préjudice pouvant résulter des éléments de projection et des commentaires relatifs aux objectifs et stratégies du Groupe Société Générale auxquels cette présentation pourrait faire référence.*

*Sauf mention contraire :*

- les sources des classements mentionnés sont d'origine interne ;*
- les chiffres concernant Réseaux France ne tiennent pas compte de Société Marseillaise de Crédit.*



**INVESTOR**day  
2010