

# AU SERVICE DE NOS CLIENTS ET DE L'ÉCONOMIE



RAPPORT D'ACTIVITE ET DE DEVELOPPEMENT DURABLE 2014 • 2015



# SOM- MAIRE

## UNE BANQUE RELATIONNELLE ET DIGITALE 18

Entretien avec Bernardo Sanchez Incera	20
Au service des clients	22
Une culture digitale interne	32
Témoignages	36

## STRATÉGIE 4

Entretien avec Frédéric Oudéa	4
Chiffres clés	8
Un modèle robuste de banque universelle	10
Les enjeux du secteur bancaire	12
Comité exécutif	14
Conseil d'administration	17

## UNE BANQUE RESPONSABLE ET ENGAGÉE 38

Entretien avec Séverin Cabannes	40
Notre démarche RSE	42
Agir localement	44
Rugby	48
Mécénat	50
Solidarité	52
Témoignages	54

Société Générale se transforme profondément pour nourrir toujours plus la relation avec ses clients, pour chaque jour enrichir le service qui leur est apporté.

# NOTRE AMBITION



[www.societegenerale.com/strategie](http://www.societegenerale.com/strategie)

ÊTRE LA BANQUE RELATIONNELLE  
DE RÉFÉRENCE SUR SES MARCHÉS,  
PROCHE DE SES CLIENTS,  
CHOISIE POUR LA QUALITÉ ET  
L'ENGAGEMENT DE SES ÉQUIPES



La digitalisation nous aide à enrichir notre relation avec nos clients

**Mojmir Prokop** ➔ ★



Mon objectif : faire vivre la banque relationnelle avec enthousiasme

**Nafissatou MBacke** ➔ ★



Une relation de confiance et de proximité est la clé de la réussite

**Carl Bassili** ➔ ★



Mêler sérieux et humour, les codes d'Internet, au service de nos clients

**Guillaume Ballet** ➔ ★



Apporter mon expertise a été riche d'enseignements pour moi

**Palani Nama** ➔ ★



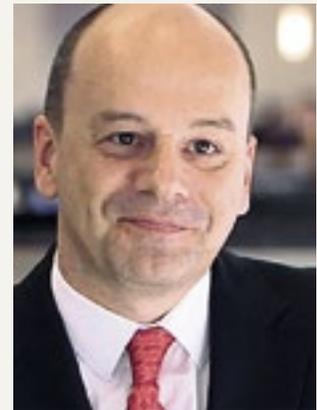
Je sensibilise de jeunes professionnels à une bonne gestion de budget

**Blanche Banguio Astaris** ➔ ★



Faire de Société Générale la référence en matière de risques

**Hanae Bennani** ➔ ★



Viser le long terme implique une transformation des comportements

**Felix Orsini** ➔ ★

Engagés, responsables, à la pointe des usages digitaux et toujours au service de leurs clients, les collaborateurs de Société Générale sont les premiers ambassadeurs de la transformation de la banque et contribuent à en faire une réalité au quotidien.

A black and white close-up portrait of Frédéric Oudé, a middle-aged man with receding hair, wearing a dark suit, white shirt, and dark tie. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is plain white.

**FREDÉRIC OUDÉ**  
PRÉSIDENT-  
DIRECTEUR GÉNÉRAL

**FAIRE LA DIFFÉRENCE  
PAR NOTRE ENGAGEMENT  
INDIVIDUEL ET COLLECTIF  
AU SERVICE DE NOS CLIENTS**

### En ces premiers mois de 2015, comment analysez-vous l'environnement du groupe Société Générale ?

**Frédéric Oudéa** Nous faisons face à des changements profonds et inédits. Des instabilités géopolitiques et financières se combinent à des éléments positifs comme la baisse du prix du pétrole et celle de l'euro. Les opérations d'assouplissement quantitatif lancées par la BCE (*lire en pages 12 et 13*) sont de nature à stimuler la relance économique en Europe. Pour autant, beaucoup de sujets structurels demeurent, à commencer par l'endettement des pays de la zone euro et les nécessaires efforts de compétitivité qu'ils doivent poursuivre pour faire face à la compétition mondiale et retrouver le chemin d'une croissance durable à moyen et long terme.

Un fait marquant et très positif est la mise en œuvre de l'Union bancaire européenne. Notre régulateur est désormais européen, c'est un changement fondamental. Notre Groupe a passé avec succès les tests de résistance de la BCE (stress tests) qui ont précédé la mise en place de cette nouvelle régulation européenne, confirmant sa solidité financière. L'harmonisation des modes de supervision entre les différents pays va consolider la confiance dans le système bancaire européen. L'intégration de l'Europe avance, on ne peut que s'en féliciter !

### L'Europe évolue aussi vers la désintermédiation, c'est-à-dire vers des modes de financement de l'économie qui reposent moins sur les banques et davantage sur les marchés de capitaux. Votre modèle est-il en phase avec cette tendance ?

**F.O.** Après l'Union bancaire, l'Europe s'engage sur la voie de l'Union des marchés de capitaux et la désintermédiation du financement de l'économie. Des groupes comme le nôtre, qui disposent d'une double expertise dans les crédits bancaires et les financements de marché, ont toutes les cartes en main pour être des acteurs clés de cette transition. Désormais, c'est souvent la combinaison entre crédits et marchés qui fait sens. Très souvent, pour un projet d'infrastructure par exemple, nous commençons par mettre en place un crédit, qui est refinancé ensuite sur les marchés : nous accompagnons nos clients dans les deux étapes et dans les conseils et les services associés. Cela justifie d'autant plus notre modèle de banque universelle.

### Plus généralement, comment faites-vous évoluer votre modèle dans cet environnement en mutation ?

**F.O.** Après avoir achevé l'adaptation de notre bilan et renforcé les fondations du Groupe, nous poursuivons notre transformation et le développement de nos activités, en veillant à une croissance rentable, grâce notamment au développement de nos synergies et à un modèle efficace sur le plan des coûts et des risques. En présentant notre plan stratégique 2014-2016, nous avons réaffirmé notre ambition, les métiers et géographies cohérents avec cette ambition. Notre modèle est diversifié avec, d'une part, la Banque de détail que nous avons concentrée sur les zones Europe, Moyen-Orient, Bassin méditerranéen et Afrique ; d'autre part, la Banque de Grande clientèle et de Services aux investisseurs, avec un ancrage européen fort, et des développements ciblés à l'international dans des secteurs d'excellence comme par exemple l'énergie, les infrastructures ou les dérivés actions.

**“L'INTÉGRATION  
DE L'EUROPE  
AVANCE,  
ON NE PEUT  
QUE S'EN  
FÉLICITER !”**

Les métiers que nous avons choisis sont utiles à nos clients et à l'économie. Nos performances 2014, caractérisées par une forte dynamique commerciale et une accélération des synergies entre nos métiers, confirment que notre modèle est robuste et porteur de croissance : c'est un modèle efficace pour accompagner nos clients et nous développer dans un environnement exigeant et souvent contraignant.

**Vous avez lancé vous-même un chantier de réaffirmation des valeurs du groupe Société Générale. Quel est votre objectif ?**

**F.O.** La poursuite de notre transformation repose, à un horizon plus long, sur notre culture. Comment mener à bien notre ambition de banque relationnelle de référence ? Qu'est-ce qui fera vraiment la différence dans le service que nous apportons à nos clients ? Comment renforcer notre capacité à attirer les talents ? Comment délivrer l'excellence à nos clients ?

Les réponses, au-delà de notre expertise, sont dans la manière d'exercer notre métier. Nos valeurs – l'esprit d'équipe, l'innovation, la responsabilité, l'engagement – nous aident à apporter le meilleur service à nos clients, collectivement et individuellement. Nous devons incarner ces valeurs avec exigence. Elles sont essentielles pour tisser une relation de confiance et de loyauté au quotidien avec nos clients et nous renvoient au sens profond et à l'utilité de nos métiers. Elles donnent des repères alors que nous devons agir dans le strict respect de règles de conformité légitimement contraignantes et cultiver notre potentiel d'innovation et la créativité de nos équipes.

**“LES MÉTIERS  
QUE NOUS AVONS  
CHOISIS SONT  
UTILES À NOS  
CLIENTS ET  
À L'ÉCONOMIE”**

Dans cette dynamique, le rôle des leaders est essentiel. Il l'est d'autant plus qu'il leur faut s'adapter aux mutations de leur environnement et en particulier aux technologies numériques, anticiper et prendre les bonnes décisions et les bons risques pour nos clients et notre développement. C'est pourquoi, face à la nécessité du changement, nous réaffirmons notre modèle de leadership en même temps que nous réaffirmons nos valeurs.

**Précisément, quelle attitude attendez-vous des managers dans ce nouveau modèle de leadership ?**

**F.O.** Nos managers doivent contribuer à accroître notre impact collectif vis-à-vis des clients, que ce soit par la qualité de la relation développée avec eux, ou par la capacité à innover, à inventer et faire évoluer nos services. L'amélioration de nos fonctionnements internes, en y introduisant davantage de simplicité et d'agilité, est aussi un levier pour augmenter notre impact au bénéfice de nos clients. Nous attendons d'eux qu'ils soient créatifs, dirigent avec éthique et courage, qu'ils inspirent et encouragent l'engagement de leurs collaborateurs.

Tous ensemble, nous devons cultiver notre esprit d'équipe et contribuer à développer les synergies au sein de la banque, en favorisant les coopérations et en pratiquant un management ouvert, dans l'entreprise comme avec nos partenaires extérieurs. Aujourd'hui, nous réalisons environ le quart de nos revenus en associant plusieurs métiers au service des mêmes clients.

## NOS PRIORITÉS

Nous pouvons aller plus loin. Cela permettra non seulement de mieux accompagner nos clients mais aussi de réduire nos coûts. Tous ces comportements qui vont nourrir et renforcer notre culture commune sont au cœur de notre ambition, celle d'être en Europe la banque relationnelle de référence, la meilleure pour apporter de la valeur ajoutée à nos clients. Car au final, c'est par la qualité et l'engagement de nos équipes que nous ferons la différence. C'est ainsi que nous serons attractifs pour nos clients comme pour nos futurs collaborateurs !

**“LA POURSUITE  
DE NOTRE  
TRANSFORMATION  
REPOSE, À UN  
HORIZON PLUS  
LONG, SUR  
NOTRE CULTURE”**



**CAPITALISER PLEINEMENT  
SUR LE POTENTIEL  
DE CROISSANCE RENTABLE  
DE NOTRE MODÈLE  
DE BANQUE UNIVERSELLE**

**AMÉLIORER ENCORE  
LA SATISFACTION CLIENT, RESTER  
LEADER EN MATIÈRE D'INNOVATION**

en misant sur ces deux facteurs  
de différenciation au cœur  
de notre stratégie.

**CAPTER LES OPPORTUNITÉS  
DE CROISSANCE EN DÉVELOPPANT  
L'ACTIVITÉ ET EN AUGMENTANT  
LES SYNERGIES**

en mettant l'accent sur  
la croissance organique.

**DÉGAGER  
UNE RENTABILITÉ DURABLE**

en gérant de manière rigoureuse  
les risques, les coûts et le capital,  
selon une logique d'efficacité  
industrielle.

# UNE BANQUE AU SERVICE DE SES CLIENTS ET DE L'ÉCONOMIE, PARTOUT DANS LE MONDE, DEPUIS PLUS DE 150 ANS

Société Générale est l'un des tout premiers groupes européens de services financiers. S'appuyant sur un modèle de banque universelle, le Groupe allie solidité financière et stratégie de croissance durable, afin de mettre sa performance au service du financement de l'économie et des projets de ses clients.



[www.societegenerale.com/en-chiffres](http://www.societegenerale.com/en-chiffres)

## NOTRE AMBITION

*Être LA banque relationnelle  
de référence sur ses marchés,  
proche de ses clients, choisie  
pour la qualité et l'engagement  
de ses équipes*

**30 MILLIONS**  
DE CLIENTS PARTICULIERS,  
PROFESSIONNELS,  
ENTREPRISES & INSTITUTIONS  
FINANCIÈRES

**148 300**  
COLLABORATEURS  
PRÉSENTS DANS 76 PAYS

PRODUIT NET BANCAIRE  
**23,6 Md€**

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE  
**2,7 Md€**

# NOS VALEURS

## ESPRIT D'ÉQUIPE

### 3 pôles métiers complémentaires

- Banque de détail en France
- Banque et Services financiers internationaux
- Banque de financement et d'investissement, Banque privée, Gestion d'actifs et Métiers titres

16 061 CDI recrutés dans le monde en 2014

2 250 salariés en situation de handicap dans le monde, dont 1 115 en France

## ENGAGEMENT

### MÉCÉNAT CULTUREL

**Art contemporain** : près de 400 œuvres originales (peinture, sculpture, photographie)

**Musique classique** : plus de 40 partenariats, 3 grands projets pédagogiques dans différentes régions de France, 18 ensembles musicaux soutenus

### SPONSORING SPORTIF

**Rugby** : Partenaire Majeur de la Coupe du Monde de Rugby 2015, partenaire de plus de 450 clubs amateurs

**Golf** : partenaire de la Fédération française de golf depuis 2001

**Handisport** : partenariat depuis 2003 avec le mouvement Paralympique

## RESPONSABILITÉ

Plus de 750 projets soutenus par la Fondation d'entreprise Société Générale pour la solidarité depuis 2006

102 projets associatifs ont été soutenus en 2014, avec près de 2,5 M€ distribués

958 M€ de nouveaux financements à impact positif

Plus de 82 M€ de lignes de financement en microfinance, dont 5,6 M€ en France

**Citizen Commitment Games** : collecte de plus de 900 000 € au profit d'associations

## INNOVATION

### ★ SERVICES MOBILES

L'Appli, meilleure application mobile bancaire tout-en-un au monde 2014 (*MyPrivateBanking Research*)

### ★ E-PAYMENT/M-PAYMENT

### ★ PAIEMENT PAR QR CODE, PAIEMENT SANS CONTACT ET PAR SMS

### ★ DÉMAT+

1<sup>er</sup> crédit à la consommation 100 % numérique - disponible sur mobile

### ★ ALD NEW MOBILITY

Panel d'offres de mobilité

### ★ @SG\_EtVous

### ★ ASSURANCE

My Medicare, sur smartphones et tablettes

### ★ DIGITAL FOR ALL

Le programme de transformation digitale interne

### ★ HACKATHONS

# UN MODÈLE ROBUSTE DE BANQUE UNIVERSELLE

Avec un ancrage solide en Europe et une présence dans les régions à fort potentiel, les 148 300 collaborateurs du Groupe et de ses filiales, présents dans 76 pays, accompagnent au quotidien plus de 30 millions de clients particuliers, grandes entreprises, investisseurs institutionnels, dans le monde entier. Ils offrent une large palette de conseils et de solutions financières sur mesure qui s'appuie sur trois pôles métiers complémentaires.



[www.societegenerale.com/en-chiffres](http://www.societegenerale.com/en-chiffres)

## BANQUE DE DÉTAIL EN FRANCE

### 3 MARQUES COMPLÉMENTAIRES À L'AVANT-GARDE DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

La Banque de détail en France propose une large gamme de produits et services adaptés aux besoins d'une clientèle diversifiée de 11 millions de clients particuliers et de près de 777 000 clients professionnels, entreprises et associations.

Elle s'appuie sur un dispositif multicanal performant, la mutualisation des bonnes pratiques et la simplification des processus. La Banque de détail en France combine la force de trois enseignes complémentaires : Société Générale, banque nationale de référence ; Crédit du Nord, groupe de banques régionales ; Boursorama Banque, acteur incontournable de la banque en ligne. Ces réseaux disposent de l'appui de GTPS (Global Transaction and Payment Services) pour la gestion des flux et des paiements.



 **40 000**

COLLABORATEURS  
ET 3 128 AGENCES



**11 M**

DE CLIENTS PARTICULIERS,  
777 000 CLIENTS PROFESSIONNELS,  
ENTREPRISES ET ASSOCIATIONS



**172 Md€**

D'ENCOURS DE CRÉDITS

**Leader** de la banque en ligne en France

**2° banque** commerciale pour les grandes entreprises en France

**3° banque** de détail en France

## BANQUE DE DÉTAIL ET SERVICES FINANCIERS INTERNATIONAUX

### DES MÉTIERS LEADERS AUX COMPÉTENCES RECONNUES

Le pôle Banque et Services financiers internationaux à vocation à offrir une large gamme de produits et services à plus de 28 millions de clients, particuliers, professionnels et entreprises.

Ce pôle regroupe les activités de Banque de détail à l'International : les réseaux bancaires avec les activités de crédit à la consommation (organisés en trois zones géographiques : Europe, Russie, Afrique, Asie, Bassin méditerranéen et Outre-mer) et trois métiers spécialisés : activités d'assurances, location longue durée et gestion de flottes, financement de biens d'équipement professionnels.

---

 **78 000**  
COLLABORATEURS  
DANS 64 PAYS

---

 **28 M**  
DE CLIENTS, PARTICULIERS,  
PROFESSIONNELS ET ENTREPRISES  
(DONT 1 MILLION D'ENTREPRISES  
ET 12 MILLIONS D'ASSURÉS)

---

 **103 Md€**  
D'ENCOURS DE CRÉDITS

N°1 au Cameroun et en Côte d'Ivoire

N°1 en financement d'équipement en Europe

N°2 en Roumanie

2<sup>e</sup> groupe bancaire privé à capitaux étrangers  
en Russie

## BANQUE DE FINANCEMENT ET D'INVESTISSEMENT, BANQUE PRIVÉE, GESTION D'ACTIFS ET MÉTIERS TITRES

### AU CŒUR DES FLUX ÉCONOMIQUES ENTRE ÉMETTEURS ET INVESTISSEURS

Le pôle exerce au plan mondial les activités de banque de financement et d'investissement, de gestion d'actifs, de banque privée et le métier titres au service d'une clientèle sélectionnée d'entreprises, d'institutions financières, d'investisseurs, gestionnaires de patrimoines et *family offices*, et de clients privés.

Au cœur des flux économiques entre émetteurs et investisseurs, le pôle accompagne ses clients dans la durée en leur proposant une offre de services variés apportant des solutions intégrées et sur mesure, adaptées à leurs besoins spécifiques.

---

 **20 000**  
COLLABORATEURS  
RÉPARTIS SUR 52 PAYS

---

 **+ de 5 000**  
CLIENTS

---

 **121 Md€**  
D'ENCOURS DE CRÉDITS,  
192 Md€ D'ACTIFS SOUS GESTION,  
3 854 Md€ D'ACTIFS  
EN CONSERVATION

N°1 mondial sur les dérivés  
et produits structurés

N°1 en financement des exportations

N°1 mondial en *Prime Brokerage*

# LES ENJEUX DU SECTEUR BANCAIRE

Décryptage avec Olivier Garnier,  
Chef économiste du groupe  
Société Générale et Michala Marcussen,  
Chef économiste de la Banque  
de financement et d'investissement.

L'environnement économique mondial devrait bénéficier en 2015 de la baisse du prix du pétrole et de la consolidation de la reprise américaine. Le contexte européen sera marqué par le lancement de la politique d'assouplissement quantitatif de la BCE et l'entrée en vigueur de l'Union bancaire.

## CROISSANCE DÉCEVANTE EN 2014, SIGNAUX ENCOURAGEANTS EN 2015

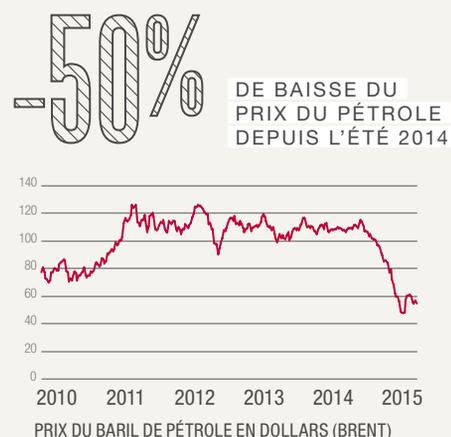
L'année 2014 s'est terminée avec une croissance mondiale légèrement supérieure à 2,5 %. La tendance générale a été au ralentissement économique, non seulement dans les pays aux économies matures mais aussi, élément nouveau, dans les pays émergents. Les grands émergents (Brésil, Russie et Chine), qui avaient joué le rôle de relais de croissance après la crise, ont tous enregistré un ralentissement sensible. En Chine, la décélération de la croissance a résulté d'un changement de politique économique. Il a conduit, après une période d'essor spectaculaire des crédits bancaires, à restreindre l'accès à ces derniers afin de prévenir notamment le risque d'éclatement de la bulle immobilière.



On constate une amélioration progressive de l'environnement économique global.

@SocieteGenerale

Sept ans après le déclenchement de la crise financière, l'activité économique dans la plupart des économies développées a à peine retrouvé son niveau précédent. Les effets de la crise se ressentent encore. En Europe, la dynamique de reprise est freinée par le niveau élevé des dettes publiques et privées ainsi que par des rigidités structurelles. Les tensions géopolitiques, notamment en Ukraine et au Moyen-Orient, ont pesé également sur le climat des affaires.



L'année 2015 est porteuse de signaux positifs qui pourraient conduire à une amélioration de l'activité économique mondiale.

La reprise amorcée aux États-Unis en 2014 semble se confirmer, même si elle est encore hésitante au début de 2015. Le ralentissement chinois demeure sous le contrôle des autorités. Surtout, la forte baisse du prix du pétrole, qui résulte pour une large part d'une hausse excessive de l'offre, constitue un choc positif de croissance pour les pays importateurs. C'est le cas en Europe, où elle génère un gain de pouvoir d'achat pour les populations et améliore la compétitivité des entreprises. Dans une moindre mesure, la baisse du taux de change de l'euro, qui favorise les exportations hors zone euro, et les taux d'intérêt historiquement bas

devraient contribuer à soutenir la croissance. Toutefois, le processus de désendettement et de rééquilibrage de l'économie mondiale n'est pas achevé et va continuer de peser sur la croissance.

## POLITIQUE MONÉTAIRE ET SOUTIEN À L'ÉCONOMIE

Après les États-Unis, la zone euro s'est engagée début 2015 dans une politique monétaire d'assouplissement quantitatif (*quantitative easing* en anglais). Version moderne de la planche à billets, cette politique consiste à injecter massivement des liquidités dans les marchés en achetant de grandes quantités de titres, principalement des emprunts d'État. Dans un contexte où l'inflation n'a jamais été aussi faible (les prix ont même reculé de 0,2 % sur un an en décembre 2014 dans la zone euro), elle vise à éviter que les économies européennes ne s'installent dans la déflation. L'objectif de la BCE, en achetant massivement des dettes publiques, est de maintenir des coûts de financement ultra bas, de faire monter les prix des actifs (effet de richesse), de favoriser un taux de change de l'euro plus faible et de faire remonter les anticipations d'inflation.

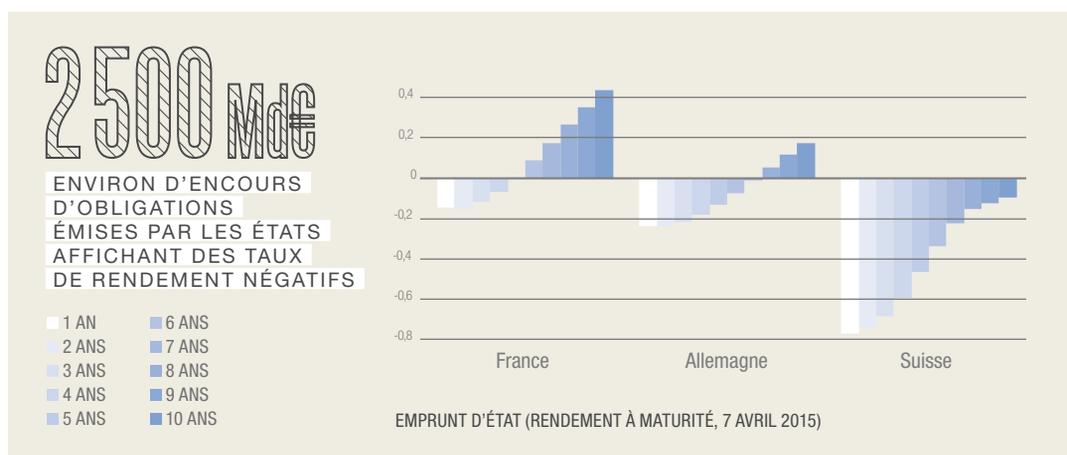
Cette politique, qui a surtout bénéficié jusqu'à présent aux marchés financiers, devrait avoir dans un second temps un effet positif sur l'économie réelle. En contrepartie, elle fausse la formation du prix des actifs, qui n'est plus régi par les arbitrages habituels entre rendement et risque. En outre, elle conduit à des taux d'intérêt proches de zéro, voire négatifs, qui, s'ils perduraient, entraîneraient des distorsions sur les marchés d'épargne et dans les bilans des institutions financières. Par ailleurs, du fait de leur caractère inédit, de telles politiques monétaires soulèvent de larges incertitudes quant à leurs effets à long terme et sur la façon dont les banques centrales et les économies en sortiront.

## APRÈS L'UNION MONÉTAIRE, L'UNION BANCAIRE

Avec la crise financière puis celle de la dette de la zone euro, il est apparu clairement que pour des pays partageant la même monnaie, une intégration plus poussée de leurs systèmes bancaires était indispensable. D'où la création de l'Union bancaire, qui a franchi un pas décisif en 2014 avec l'entrée en vigueur du Mécanisme de surveillance unique (MSU), par lequel la BCE contrôle désormais directement les principales banques de la zone euro. La mise en place de cette supervision unique a été précédée par un exercice d'évaluation d'une ampleur inédite (130 banques dans 19 pays), fondé sur l'examen de la qualité des actifs et sur des tests de résistance (stress tests). Dans le prolongement du MSU, un Mécanisme de résolution unique, doté d'un Fonds de résolution unique, entrera en vigueur en 2016 et dotera la zone euro des outils nécessaires à la gestion ordonnée d'éventuelles crises bancaires, afin d'assurer durablement la stabilité du secteur au service du financement de l'économie. À terme, un troisième pilier de l'Union bancaire sera constitué par un système unique de garantie des dépôts, amené à se substituer aux actuels dispositifs nationaux.

Mise en place en moins de trois ans, l'Union bancaire complète l'Union monétaire et aide à progresser vers une véritable union économique. Elle renforce la robustesse du système bancaire de la zone euro et rompt le cercle vicieux entre risques souverain et bancaire au niveau national. Ce processus va se poursuivre avec l'Union des marchés de capitaux, dont le projet vient d'être lancé par la nouvelle Commission. Les réflexions sur la création d'une capacité budgétaire commune vont dans le même sens. Enfin, la dynamique de croissance en Europe pourrait être alimentée à moyen terme par une plus grande intégration des politiques dans des secteurs comme l'énergie ou les télécommunications, ainsi que par des programmes d'investissements communs dans les infrastructures, à l'exemple du « plan Juncker ».

**“L'UNION BANCAIRE RENFORCE LA ROBUSTESSE DU SYSTÈME BANCAIRE DE LA ZONE EURO ET ROMPT LE CERCLE VICIEUX ENTRE RISQUES SOUVERAIN ET BANCAIRE AU NIVEAU NATIONAL”**



[www.societegenerale.com/etudes-economiques](http://www.societegenerale.com/etudes-economiques)

# COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité exécutif, sous l'autorité du Président-Directeur général, définit la stratégie globale de l'entreprise et supervise son exécution. Composé de 13 membres, il représente les différents pôles d'activités et les différentes fonctions. Il se réunit chaque semaine.

## LORENZO BINI SMAGHI

Le Conseil d'administration, après avis du Comité des nominations et du gouvernement d'entreprise, a décidé, en janvier dernier, qu'il y aurait dissociation des fonctions de Président et de Directeur général à l'issue de l'Assemblée générale des actionnaires du 19 mai 2015. Lorenzo Bini Smaghi sera nommé Président du Conseil d'administration et Frédéric Oudéa Directeur général.

De nationalité italienne, Lorenzo Bini Smaghi a commencé sa carrière en 1983 en tant qu'économiste au département Recherche de la Banque d'Italie. En 1994, il est nommé Responsable de la Direction des Politiques de l'Institut monétaire européen. En octobre 1998, il devient Directeur général des Relations financières internationales au sein du ministère de l'Économie et des Finances d'Italie. Il est Président de SACE de 2001 à 2005. En 2005, il est membre du directoire de la Banque Centrale Européenne puis Président non exécutif du Conseil d'administration de SNAM (Italie).



"SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
VA MAINTENIR LE RYTHME  
DE SA TRANSFORMATION  
AVEC L'AMBITION  
DE RENFORCER  
SA PLACE PARMİ  
LES PRINCIPALES  
BANQUES  
UNIVERSELLES  
EUROPÉENNES"

**Frédéric Oudéa,**  
Président-  
Directeur général



"DÉVELOPPER UN MODÈLE  
DE BANQUE UNIVERSELLE  
DURABLE EN ACCOMPAGNANT  
LE DÉVELOPPEMENT  
DES ÉCONOMIES DANS  
LESQUELLES NOUS  
SOMMES PRÉSENTS"

**Didier Hauguel,**  
Co-Directeur de la Banque  
et Services Financiers  
Internationaux (à gauche)

"ACCOMPAGNER  
NOS CLIENTS EN LEUR  
OFFRANT LA PROXIMITÉ  
D'UNE BANQUE LOCALE  
ET LE SAVOIR-FAIRE  
D'UNE BANQUE  
INTERNATIONALE"

**Jean-Luc Parer,**  
Co-Directeur de la Banque  
et Services Financiers  
Internationaux (à droite)



"NOS SERVICES  
RÉPONDENT À DES BESOINS  
ESSENTIELS DE L'ÉCONOMIE.  
NOUS AVONS  
UNE RESPONSABILITÉ  
IMPORTANTE VIS-À-VIS  
DE LA SOCIÉTÉ DANS  
SON ENSEMBLE"

**Séverin Cabannes,**  
Directeur général  
délégué



"LE DIGITAL NOUS DONNE  
UNE CHANCE UNIQUE  
DE CRÉER UNE VRAIE  
RELATION PERSONNELLE  
AVEC DES MILLIONS  
DE CLIENTS"

**Bernardo Sanchez Incera,**  
Directeur général délégué

"NOS ACTIVITÉS SOUTIENNENT  
L'ÉCONOMIE RÉELLE POUR  
ACCOMPAGNER CEUX QUI INVESTISSENT.  
CEUX QUI EXPORTENT.  
INNOVENT ET BÂTISSENT"

**Didier Valet,** Directeur  
Banque de financement  
et d'investissement, Banque  
Privée, Gestion d'Actifs,  
Métiers Titres

"RESTER EN VEILLE, UTILISER NOTRE  
INTELLIGENCE COLLECTIVE AU SERVICE  
DE NOS CLIENTS EST DE NOTRE  
RESPONSABILITÉ"

**Françoise Mercadal-Delasalles,**  
Directrice des Ressources  
et de l'Innovation  
du Groupe

"NOTRE CAP, C'EST CLAIREMENT  
LE CLIENT ET LA QUALITÉ  
DE SERVICE QUE NOUS  
LUI APPORTONS"

**Laurent Goutard,**  
Directeur de la  
Banque de détail  
Société Générale  
en France



"L'ENGAGEMENT REPOSE  
SUR LE RESPECT,  
LA CONFIANCE,  
LE PARTAGE DE  
LA VISION, POUR  
DONNER À TOUS  
L'ENVIE D'ALLER  
DANS LA  
DIRECTION  
CHOISIE"

**Édouard-Malo  
Henry,**  
Directeur des  
Ressources  
Humaines  
du Groupe



"REINVENTER LA MANIÈRE DONT NOUS  
TRAVAILLONS CHAQUE JOUR,  
TESTER, APPRENDRE POUR LE CLIENT !"

**Caroline Guillaumin,**  
Directrice de la  
Communication du Groupe

"ENSEMBLE, CHERCHER  
QUOTIDIENNEMENT  
À FAIRE LA DIFFÉRENCE  
POUR CONTRIBUER  
À LA RÉUSSITE  
DE NOS CLIENTS"

**Philippe Heim,**  
Directeur financier  
du Groupe

"LE CŒUR DE NOTRE  
EXPERTISE DE BANQUIER :  
BIEN COMPRENDRE  
LES RISQUES, SAVOIR  
LES MAÎTRISER ET  
LES PILOTER"

**Benoît Ottenwaelter,**  
Directeur des Risques  
du Groupe (à gauche)

"ÊTRE UNE BANQUE  
RESPONSABLE, C'EST  
RESPECTER LES RÈGLES,  
C'EST RESPECTER LE CLIENT"

**Patrick Suet,** Secrétaire  
général et Responsable  
de la Conformité  
du Groupe (à droite)



[www.societegenerale.com/comite-executif](http://www.societegenerale.com/comite-executif)

# CONSEIL D'ADMINISTRATION\*

Le Conseil d'administration détermine les orientations de l'activité du Groupe et veille à leur mise en œuvre. Sa composition vise à un équilibre entre l'expérience de ses membres, la compétence, l'indépendance, dans le respect de la parité, de la diversité et de l'internationalisation du Groupe.

Le Conseil d'administration examine régulièrement les orientations stratégiques du Groupe. Il est le garant de l'intérêt de l'entreprise, ses salariés, ses clients et ses actionnaires. Il détermine l'appétit pour le risque de la banque. Il s'assure de son respect ainsi que du bon fonctionnement du contrôle interne. Il délibère sur les modifications des structures de direction du Groupe, ainsi que sur les opérations, notamment d'acquisition ou de cession, susceptibles d'affecter le résultat du Groupe, la structure de son bilan ou son appétit au risque.

Le Conseil approuve les comptes et débat périodiquement des grandes orientations de la politique du Groupe en matière de ressources humaines, de systèmes d'information et d'organisation. Il fixe la rémunération des mandataires sociaux et approuve les principes de la politique de rémunération du Groupe.

Depuis 2000, le Conseil d'administration procède à une évaluation de son fonctionnement dont les résultats sont rendus publics.

## LE CONSEIL D'ADMINISTRATION A INSTITUÉ QUATRE COMITÉS :

**Le Comité d'audit et de contrôle interne**

**Le Comité des risques**

**Le Comité des rémunérations**

**Le Comité des nominations et du gouvernement d'entreprise**

\* Au 13 avril 2014



[www.societegenerale.com/conseil-d-administration](http://www.societegenerale.com/conseil-d-administration)

**Frédéric Oudéa** Président-Directeur général

Première nomination : 2009 – Échéance du mandat : 2015

**Anthony Wyand** Premier Vice-président du Conseil

d'administration, Administrateur de sociétés - Président du Comité d'audit et de contrôle interne et du Comité des risques, Membre du Comité des nominations et du gouvernement d'entreprise et du Comité des rémunérations.

Première nomination : 2002 – Échéance du mandat : 2015

**Lorenzo Bini Smaghi** Second Vice-président du Conseil

d'administration – Administrateur indépendant – Administrateur des sociétés.

Première nomination : 2014 – Échéance du mandat : 2018

**Robert Castaigne** Administrateur indépendant – Administrateur

de sociétés – Membre du Comité d'audit et de contrôle interne et du Comité des risques.

Première nomination : 2009 – Échéance du mandat : 2018

**Michel Cicurel** Administrateur indépendant – Président de

Michel Cicurel Conseil – Membre du Comité des nominations et du gouvernement d'entreprise et du Comité des rémunérations.

Première nomination : 2004 – Échéance du mandat : 2016

**Yann Delabrière** Administrateur indépendant – Président-

Directeur général de Faurecia.

Première nomination : 2012 – Échéance du mandat : 2016

**Jean-Martin Folz** Administrateur indépendant – Administrateur

de sociétés – Président du Comité des nominations et du gouvernement d'entreprise, membre du Comité des rémunérations.

Première nomination : 2007 – Échéance du mandat : 2015

**Kyra Hazou** Administrateur de sociétés – Membre du Comité

d'audit et de contrôle interne et du Comité des risques.

Première nomination : 2011 – Échéance du mandat : 2015

**France Houssaye** Animatrice de la prescription et des

partenariats à l'agence de Rouen – Responsable animation marché bonne gamme – Membre du Comité des rémunérations.

Première nomination : 2009 – Échéance du mandat : 2015

**Béatrice Lepagnol** Conseiller d'activités sociales à l'agence

d'Agen – Conseiller clientèle privée à l'agence d'Eauze.

Première nomination : 2012 – Échéance du mandat : 2015

**Jean-Bernard Levy** Administrateur indépendant –

Président-Directeur général d'EDF – Président du Comité des rémunérations – Membre du Comité des nominations et du gouvernement d'entreprise.

Première nomination : 2009 – Échéance du mandat : 2017

**Ana-Maria Llopis Rivas** Administrateur indépendant –

Président-Directeur général fondateur Ideas4all.

Première nomination : 2011 – Échéance du mandat : 2015

**Nathalie Rachou** Administrateur indépendant – Fondatrice

et Gérante de Topiary Finance Ltd. – Membre du Comité d'audit et de contrôle interne et du Comité des risques.

Première nomination : 2008 – Échéance du mandat : 2016

**Alexandra Schaapveld** Administrateur de sociétés – Membre

du Comité d'audit et de contrôle interne et du Comité des risques.

Première nomination : 2013 – Échéance du mandat : 2017

# UNE BANQUE RELATIONNELLE ET DIGITALE

Société Générale, déjà leader en matière d'innovation et de services numériques, a fait du digital et de l'innovation une priorité de son plan stratégique 2014-2016 et accélère sa transition numérique au service des clients. Le Groupe accueille ces mutations technologiques comme autant d'opportunités pour transformer, enrichir la relation avec ses clients et ses collaborateurs dans l'ensemble des métiers du Groupe et dessiner la banque de demain.



[www.societegenerale.com/relation-digitale](http://www.societegenerale.com/relation-digitale)

## L'ÉVOLUTION DES USAGES



**1,7 M**

DE CONNEXIONS  
MOBILES PAR  
JOUR (APPLI  
SOCIÉTÉ  
GÉNÉRALE)

**90%**

**des contacts**

ENTRE UN CLIENT  
ET SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
EN FRANCE SE FONT  
VIA DES OUTILS  
NUMÉRIQUES

## LA TRANSFORMATION VERS LA BANQUE DIGITALE



MISE EN PLACE DU PROGRAMME  
INTERNE DE TRANSITION NUMÉRIQUE  
« *DIGITAL FOR ALL* » EN PARTENARIAT  
AVEC MICROSOFT



**70 000**

TABLETTES À USAGE  
PROFESSIONNEL



**10 000**

BORNES WIFI DÉPLOYÉES  
À L'HORIZON 2016



**le SG Store**

ENRICHIS PAR L'INNOVATION  
PARTICIPATIVE, LA CO-CRÉATION  
(ESPACE OÙ L'ON PEUT  
TÉLÉCHARGER DES APPLICATIONS  
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE)

## BOURSORAMA



- **MEILLEURE BANQUE EN LIGNE**  
en 2014 pour la deuxième année consécutive  
par l'Internaute.com
- **700 000 CLIENTS**
- **5,9 MILLIONS D'ORDRES** exécutés en 2014
- **BANQUE LA MOINS CHÈRE** de France  
(baromètre Le Monde/choisir-ma-banque.com -  
janvier 2015)
- **1<sup>ER</sup> SITE** d'actualités économiques et financières  
avec plus de 29 millions de visites, et près de  
290 millions de pages vues chaque mois
- **1<sup>ER</sup> DIFFUSEUR D'INFORMATION  
FINANCIÈRE** selon le magazine *Gestion de Fortune*,  
pour la quatrième année consécutive en janvier 2015

## SG & VOUS

LA RELATION CLIENT 2.0  
SELON SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

**Actus en temps réel,  
conseils, assistance,  
entraide**

**1 dispositif** REPOSANT SUR 3 CANAUX



COMPTE  
@SG\_ETVOUS



SOCIÉTÉ  
GÉNÉRALE  
ET VOUS



PLATEFORME  
SG ET VOUS



**30 réalisations  
majeures de co-création**

DES APPLIS ET NOUVEAUX SERVICES  
EN LIGNE QUI S'ENRICHISSENT AVEC  
ET POUR LES CLIENTS



**85%** DES QUESTIONS OU  
MENTIONS ONT OBTENU UNE RÉPONSE  
EN MOINS DE 30 MINUTES

### SOCIÉTÉ GÉNÉRALE À L'HEURE DU DIGITAL

« Société Générale est la 4<sup>e</sup> entreprise  
du CAC 40 et la banque la plus à la pointe  
dans le numérique, d'après un récent  
palmarès d'*Enjeux Les Échos*. »

LATRIBUNE.FR, 31/12/2014



### SOCIÉTÉ GÉNÉRALE ACCÉLÈRE SA TRANSITION DIGITALE

« Le groupe bancaire Société Générale  
va équiper 150 000 collaborateurs de  
la solution de productivité Office 365  
et de nouvelles tablettes tactiles Windows.  
Un projet d'envergure internationale. »

USINE-DIGITALE.FR, 21/11/2014



# ENTRETIEN AVEC

La révolution numérique transforme les usages et permet d'approfondir la relation clients.

Bernardo Sanchez Incera trace les contours de la banque relationnelle et digitale.

**BERNARDO  
SANCHEZ INCERA**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DÉLÉGUÉ



## Qu'est-ce que le digital change dans la relation avec les clients ?

**Bernardo Sanchez Incera** Fondamentalement, le digital intensifie la relation. Le nombre de contacts et d'interactions entre nos clients et la banque est en train d'exploser. Au contraire des idées reçues, le digital n'appauvrit pas la relation, il la démultiplie ! De même, il n'y a pas de dichotomie entre banque physique et banque digitale, les deux se complètent. La bonne façon d'aborder la question, c'est de placer le client au centre du maillage que nous bâtissons pour lui, en conjuguant de multiples canaux : les réseaux d'agences, les centres d'appels, Internet, la banque mobile... Dans notre stratégie de banque relationnelle, tout l'enjeu est que le client, quels que soient le moment et le canal qu'il a choisis, puisse interagir efficacement avec la banque.

## Le digital ne limite-t-il pas la personnalisation de la relation ?

**B.S.I.** Au contraire ! Avec les ressources que nous donne le digital, nous pouvons analyser et comprendre les comportements individuels de nos clients. Jusqu'à présent, nous étions contraints de raisonner en termes de segmentation de clientèle, dans une approche principalement statistique. Aujourd'hui, nous pouvons apporter des réponses individuelles à des millions de clients, nous avons une chance unique de créer une vraie relation personnelle avec eux. Bien sûr, disposer de la bonne information ne suffit pas. Nous devons interagir de manière intelligente avec eux : leur montrer que non seulement nous les connaissons, mais que lorsqu'ils ont un problème, nous sommes à leurs côtés et nous savons le traiter.

### **C'est un défi pour une organisation complexe comme celle d'une banque...**

**B.S.I.** C'est d'abord une question d'état d'esprit. Si nous sommes convaincus – et nous le sommes – que nous avons l'opportunité de repenser la relation avec nos clients et de faire encore mieux notre métier de banquier, les plans d'action suivent, notamment pour faire évoluer le maillage des compétences au sein de nos organisations. Je prends un exemple. Nous sommes en train d'expérimenter des centres d'expertise qui accompagnent nos clients dans des moments importants de leur vie, en particulier les moments difficiles comme une séparation ou une succession. De telles situations soulèvent de multiples questions, fiscales notamment. Il faut savoir y répondre non seulement avec la compétence technique, mais aussi avec le savoir-être approprié. Nous formons pour cela des équipes dédiées, vers lesquelles le conseiller en agence aiguille ses clients. Les taux de satisfaction très élevés montrent que nous répondons à l'objectif.

Pour densifier le maillage des compétences au même rythme que le maillage de nos services, nous avons lancé le programme Digital For All. Il donne à nos équipes des moyens extrêmement agiles pour interagir entre elles comme nous le faisons avec nos clients. Nous avons été précurseurs dans la banque digitale, nous devons l'être aussi dans notre capacité à fonctionner en mode collaboratif au service de nos clients. J'observe d'ailleurs que nos collaborateurs s'adaptent à une vitesse extraordinaire aux nouveaux outils que nous mettons à leur disposition. Dans leur vie privée, ils sont souvent des virtuoses des réseaux sociaux ; ils sont donc parfaitement à l'aise avec un fonctionnement ouvert dans l'entreprise.

### **Cela ne remet-il pas en question les modes de management traditionnels ?**

**B.S.I.** Effectivement, les organisations pyramidales conçues pour diffuser simultanément l'autorité et

l'information ont vécu. Il faut accepter aujourd'hui – et nous avons technologiquement les moyens de l'assumer – que ceux qui connaissent vraiment nos clients sont ceux qui sont en face d'eux ! Le monde où la compétence était nécessairement liée à la hiérarchie est derrière nous. Dans l'entreprise collaborative, la compétence est partout, et toutes les compétences nourrissent la qualité de la relation avec nos clients ! Pour les nouvelles générations qui nous rejoignent, c'est une évidence, car le monde digital dans lequel elles baignent fonctionne déjà comme cela. Il aurait été impensable il y a quelques années, dans nos conventions d'entreprise, de demander aux participants dans la salle de tweeter pendant l'intervention d'un dirigeant et d'afficher leurs commentaires en direct. Aujourd'hui, nous trouvons cela parfaitement naturel. C'est le signe d'une culture en mutation : nous sommes tous concernés, quelle que soit notre position dans l'entreprise, par les solutions que nous bâtissons ensemble pour nos clients.

### **Les synergies sont donc d'abord une question de culture partagée ?**

**B.S.I.** Tout à fait, et le raisonnement vaut à tous les niveaux. À l'échelle de l'entreprise, quand nous décidons de faire converger nos organisations autour du client, par définition, nous cassons les silos. Et nous constatons que le rapprochement d'équipes complémentaires génère des effets bien supérieurs à l'addition de leurs activités respectives. C'est ce qui se produit par exemple quand nous créons une nouvelle Banque privée en faisant travailler ensemble nos banquiers privés et nos réseaux de banque de détail. À l'échelle des collaborateurs, lorsque tous partagent une vision à 360° du client, personne ne se sent propriétaire exclusif de la relation, chacun passe le relais à ses collègues quand il détecte un nouveau besoin chez son client : tout le monde est convaincu que c'est en avançant ensemble que nous faisons bien notre métier, en accompagnant nos clients dans la confiance et dans la durée.

**“DANS NOTRE  
STRATÉGIE DE BANQUE  
RELATIONNELLE,  
TOUT L'ENJEU EST  
QUE LE CLIENT,  
QUELS QUE SOIENT  
LE MOMENT ET  
LE CANAL QU'IL  
A CHOISIS,  
PUISSE INTERAGIR  
EFFICACEMENT  
AVEC LA BANQUE”**

# AU SERVICE DES CLIENTS



PARTENARIAT

## GROUPE CEME S'ENGAGER SUR LE LONG TERME

Déjà partenaire de longue date du groupe de génie électrique et climatique CEME, Société Générale a pu lui apporter un service complet à un moment clef de son histoire – une recomposition de son actionnariat – grâce aux synergies entre ses différents métiers. Société Générale Mid Cap Investment Banking, la banque d'investissement du Groupe dédiée aux PME et ETI, a conseillé les managers de CEME ainsi que l'actionnaire financier minoritaire de la société pour la cession de leurs parts. À cette occasion, Société Générale Capital Partenaires, structure de capital investissement de Société Générale, qui investit sur les fonds propres du Groupe en position minoritaire, est devenu actionnaire de CEME en investissant 1,1 million d'euros, approfondissant ainsi considérablement la relation entre la banque et ce client historique. Enfin, le réseau Société Générale en France a également conforté ses liens avec CEME en co-arrangeant un crédit de 15 millions d'euros dans le cadre de cette opération.

[www.ceme-sa.com](http://www.ceme-sa.com)



1,1 M€

A ÉTÉ INVESTI  
PAR SOCIÉTÉ  
GÉNÉRALE  
CAPITAL  
PARTENAIRES,  
STRUCTURE  
DE CAPITAL  
INVESTISSEMENT  
DE SOCIÉTÉ  
GÉNÉRALE,  
DANS LE GROUPE  
CEME, CLIENT  
HISTORIQUE  
DE LA BANQUE



PARTENARIAT

## ICE LE SUCCÈS DE L'OPÉRATION TIENT À LA RELATION

« Parmi toutes les initiatives stratégiques menées par ICE ces dernières années, l'introduction en Bourse d'Euronext est l'un des challenges les plus exceptionnels et complexes que nous ayons réalisés », juge Scott A. Hill, Chief Financial Officer d'Intercontinental Exchange (ICE). « Le succès de l'opération n'aurait pas été possible sans la relation de partenariat et l'expertise de Société Générale. »

L'opérateur boursier a vécu en deux ans un véritable marathon afin de créer un acteur paneuropéen pérenne et indépendant au service des places financières européennes.

Avec l'accompagnement de Société Générale, ICE a d'abord racheté NYSE Euronext puis a « rendu sa liberté » à l'ensemble paneuropéen Euronext via une introduction en Bourse tout en sécurisant un groupe d'actionnaires de référence, en accord avec les autorités de marché des différents pays concernés (France, Pays-Bas, Belgique, Portugal et Royaume-Uni).

Société Générale a mobilisé ses équipes pour accompagner ICE au quotidien dans cette série rapide de transactions aussi visibles et techniques que stratégiques. La banque de financement et d'investissement de Société Générale a joué un rôle de conseil et est intervenue en co-coordination globale de l'introduction en Bourse, une opération de 846 millions d'euros, et s'est elle-même engagée en prenant une participation de 3 %.

[www.theice.com](http://www.theice.com)





PARTENARIAT

# MERCK

## LA CONNAISSANCE DU CLIENT, CLÉ DE LA RÉACTIVITÉ

Grâce à sa relation de long terme avec Merck, Société Générale a pu accompagner le groupe pharmaceutique et chimique de manière très efficace dans une transaction stratégique, le rachat de l'américain Sigma Aldrich pour 17 milliards de dollars. Cette fusion-acquisition, la plus importante de 2014 en Europe, et la plus vaste opération réalisée par une société allemande depuis 2009, a permis à Merck de confirmer sa place de leader parmi les tout premiers acteurs mondiaux de son secteur. La Banque de financement et d'investissement y a pris part avec des missions de souscripteur principal, de teneur de livre et d'arrangeur principal mandaté. « Société Générale a joué un rôle clé dans la réussite de cette transaction majeure pour nous », apprécie Rando Bruns, Responsable Trésorerie de Merck KGaA. « La banque nous a permis de prendre des engagements très rapidement et, grâce à des processus très stricts, a garanti une confidentialité absolue des opérations malgré l'implication de plusieurs équipes. »

La Banque de financement et d'investissement a pu donner son engagement initial en moins de

24 heures sur un financement de 5,2 milliards de dollars, soit le tiers des 15,6 milliards de dollars requis. Cette réactivité est l'une de ses grandes forces et résulte d'une excellente connaissance de son client, nourrie par une longue relation de confiance. SG CIB est déjà intervenue auprès de Merck lors d'acquisitions très conséquentes, celle du leader suisse des biotechs, Serono, en 2006 pour 10,3 milliards d'euros, et celle de Millipore, société de biosciences américaine, pour 5,1 milliards d'euros en 2010. « Nos équipes spécialistes du secteur et du conseil en notation entretiennent elles aussi un dialogue continu avec Merck, ce qui nous a permis de contribuer dès le départ à la recherche de cibles d'acquisition et à la réflexion en matière de notation », précise Guido Zoeller, Responsable pays Allemagne pour Société Générale. La syndication, la répartition de la dette vers d'autres financeurs acceptant d'en assumer une partie, a été achevée en trois semaines seulement.

➔ [www.merckgroup.com](http://www.merckgroup.com)



**“SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
A JOUÉ UN RÔLE CLÉ  
DANS LA RÉUSSITE  
DE CETTE  
TRANSACTION  
MAJEURE  
POUR NOUS”**

**Rando Bruns,  
Responsable Trésorerie  
de Merck KGaA**

“TOUS LES  
DÉPARTEMENTS DE  
LA BANQUE ADOPTENT  
UNE APPROCHE  
COORDONNÉE  
VIS-À-VIS DE  
CE CLIENT, ET  
C'EST CRUCIAL”

**Jon Eltringham,**  
Managing Director  
Société Générale  
au Royaume-Uni



PARTENARIAT

## JAGUAR LAND ROVER ACCOMPAGNER UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

Le partenariat entre Jaguar Land Rover et Société Générale a débuté en 2013. Depuis, les équipes de la banque au Royaume-Uni et en Inde, où est basée Tata, la maison mère, ont étroitement collaboré pour accompagner Jaguar Land Rover dans sa stratégie de développement à l'échelle mondiale.

Et c'est ainsi qu'une véritable relation de confiance s'est installée entre les deux sociétés en un temps très court. Jaguar Land Rover apprécie l'approche proactive et centrée client de Société Générale, notamment sa compréhension du secteur automobile et sa connaissance des exigences spécifiques de l'entreprise vis-à-vis d'un partenaire bancaire international. La Banque participe désormais à de nombreuses opérations financières de l'entreprise, en particulier des lignes de crédit *revolving*, des émissions de dette, la couverture des risques de change et de matières premières et l'investissement de sa trésorerie.

« Ce sont les exigences de Jaguar Land Rover qui sont à la base de tout le travail que nous avons réalisé pour cette entreprise. Nous avons pris le temps nécessaire pour réfléchir à sa stratégie et ses objectifs, à notre manière de contribuer au développement de son activité », explique Jon Eltringham, Managing Director au sein de la Banque de financement et d'investissement au Royaume-Uni, qui gère la relation avec le constructeur automobile.

« Tous les départements de la banque adoptent une approche coordonnée vis-à-vis de ce client, et c'est crucial. Nous nous inscrivons dans une démarche plus qualitative que quantitative et cherchons à différencier notre service en proposant des idées sur mesure et non pas des produits déjà disponibles sur le marché. » Une relation prometteuse entre les deux partenaires qui augure de prochaines collaborations !

➔ [www.jaguarlandrover.com](http://www.jaguarlandrover.com)



## PARTENARIAT

### LOTOS CONFIANCE MUTUELLE AVANT TOUT

Société Générale est intervenue pour la première fois auprès du groupe pétrolier polonais Lotos en 1998, mais le tournant décisif date de 2008 lors de sa participation au financement d'un projet d'investissement stratégique. Depuis, la banque est peu à peu devenue pour ce client un partenaire de confiance, lui apportant financements et conseils ainsi qu'une gamme de produits et de services.

En 2014, Lotos a demandé à la banque d'être l'unique coordinateur global d'une émission publique de 240 millions d'euros, la plus importante de l'année à la Bourse de Varsovie.

Une marque de confiance très précieuse : pour Société Générale, il s'agissait d'une première historique dans ce rôle sur les marchés capitaux actions hors de France. « Une de nos grandes forces est notre capacité d'écoute et de diagnostic qui nous permet de bien comprendre les besoins de notre client », estime Krzysztof Walenczak, Directeur général de Société Générale en Pologne.

➔ [www.lotos.pl](http://www.lotos.pl)



## PARTENARIAT

### CULLIGAN SIMPLIFIER LA VIE DU CLIENT

Culligan France, filiale du leader mondial des solutions de traitement et de filtration d'eau, a eu besoin en 2014 d'un nouvel établissement financier pour le traitement de ses nombreux flux. Avec plus de 120 000 clients particuliers et des offres *business to business* de filtration d'eau et de location de fontaines, son activité génère 80 millions d'euros de chiffre d'affaires. Soit des volumes très importants de virements, de flux de cartes bancaires, et plus de 1,1 million de prélèvements par an (l'équivalent de 23 millions d'euros).

« Nous cherchions un partenaire bancaire de long terme, réactif et qui comprenne bien notre activité. Société Générale combinait la meilleure équipe et l'offre la plus compétitive compte tenu de nos exigences de qualité et de fiabilité, ainsi qu'une présence régionale

forte adaptée à notre propre organisation », rappelle Charles Legrand, Directeur administratif et financier de l'entreprise. Changer de banque de flux implique un travail important de migration de données informatiques. « Pour bien cerner les besoins de Culligan, nous avons sollicité dès le départ le spécialiste des flux de Société Générale, Global Transaction Banking », indique Matthieu Changenet, Conseiller de clientèle entreprises Société Générale, à Saint-Quentin-en-Yvelines, « et nous souhaitons construire une relation durable, démontrer notre efficacité et simplifier le plus possible la vie de notre client. »

➔ [www.culligan.fr](http://www.culligan.fr)



## PARTENARIAT

### ZTE : UNE SOLUTION RÉGIONALE

C'est au groupe de télécom chinois ZTE que la banque a proposé une solution régionale pour gérer la trésorerie de ses filiales dans 14 pays d'Afrique, grâce à des synergies entre sa banque de détail à l'international et sa banque de flux, Global Transaction Banking. Pour répondre aux besoins de son client sinophone, la banque n'a pas hésité à faire évoluer son outil de banque en ligne internationale, SogeCash Web, en développant une nouvelle version en mandarin. Par son approche globale, cet outil rend possible une optimisation plus poussée de la trésorerie, très utile aux grands groupes internationaux.

➔ [www.zte.com.fr](http://www.zte.com.fr)





ORIENTÉ CLIENT

## UNE RUPTURE DANS LE PAYSAGE DE LA BANQUE PRIVÉE

En 2014, Société Générale a lancé dans l'Hexagone une offre de banque privée entièrement refondue, en rupture avec son marché. Une organisation clairement orientée vers le service aux clients avec un modèle économique construit sur la proximité et l'expertise. Les clients peuvent désormais avoir accès à l'expertise de la banque privée dans l'une des 2300 implantations de Société Générale en France. « Ce dispositif nous permet de mieux accompagner nos clients en leur proposant une gamme de produits et de services élargie et un suivi plus personnalisé », précise Patrick Folléa, Directeur de Société Générale Private Banking (SGPB) en France.

Cette offre de banque privée s'adresse à tous les clients particuliers disposant d'avoirs financiers supérieurs à 500 000 euros : en abaissant le seuil d'éligibilité à la banque privée, mais en le maintenant au-dessus du niveau pratiqué par ses concurrents, Société Générale a pour objectif d'apporter à un segment de clientèle qui représente

près de 40 000 foyers et 50 milliards d'euros d'actifs, un service haut de gamme, caractérisé par un conseil renforcé et expert. Plus de 150 banquiers privés ont été recrutés pour le lancement, soit presque un triplement des effectifs, ainsi que 90 collaborateurs dans les fonctions support. Ils s'appuient sur des équipes d'experts de la banque privée (ingénieurs patrimoniaux et conseillers en investissements), qui ont été décentralisées et réparties dans les principales grandes villes. La combinaison du recours à l'expertise de la banque privée et d'une démarche proactive visant à se rapprocher des clients du réseau Société Générale est sans équivalent. En s'organisant ainsi, SGPB confirme ses atouts sur un marché de la gestion de fortune qui fait face à des défis significatifs depuis le début de la crise financière. Une démarche similaire est en cours de déploiement avec la banque de détail à l'international du Groupe (voir ci-contre).

▶ [privatebanking.societegenerale.com](http://privatebanking.societegenerale.com) ★

# 240

BANQUIERS PRIVÉS  
OPÈRENT Désormais  
À PARTIR DE 80 VILLES  
EN FRANCE, CONTRE  
10 MÉTROPOLIS  
AUPARAVANT

## LES SERVICES DE BANQUE PRIVÉE ACCESSIBLES DEPUIS LES RÉSEAUX DE BANQUE DE DÉTAIL À L'INTERNATIONAL

Société Générale développe ses activités de banque privée à l'international, déjà présentes dans 14 pays sur 4 continents, via des synergies avec différents réseaux de banque de détail, sur des modèles adaptés aux contextes locaux. Après une première joint-venture créée en République tchèque en 2010, deux autres partenariats ont été lancés, en 2013 au Maroc et en 2014 en Croatie. Ainsi, les clients fortunés de ces réseaux bénéficient d'un accès aux conseils à haute valeur ajoutée de la banque privée ainsi que de gammes de produits élargies. Grâce à ce partenariat, la banque croate du Groupe, propose notamment à ses clients, sous la marque Splitska Banka Private Banking, une nouvelle offre de produits structurés encore rare sur ce marché, et qui rencontre un vif succès.



ORIENTÉ CLIENT

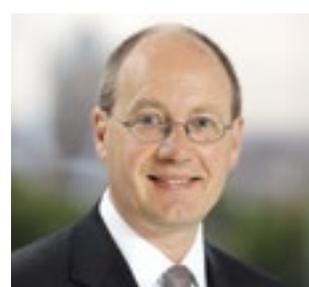
# NEWEDGE S'ADAPTER ET SE TRANSFORMER POUR MIEUX RÉPONDRE AUX BESOINS DE SES CLIENTS

Le Groupe a finalisé en 2014 l'acquisition de 100 % des parts de Newedge, un leader mondial du courtage en dérivés, jusqu'alors filiale commune avec Crédit Agricole. Cette acquisition permet d'allier les forces d'une banque internationale à celles d'un courtier de dérivés leader mondial. Les clients bénéficient ainsi d'une offre complète et intégrée d'activités de marchés sur l'ensemble des classes d'actifs, incluant un service de recherche de premier plan, une offre de solutions d'investissement et de couverture sur mesure. S'y ajoutent dorénavant une offre leader d'exécution cash et dérivés sur plus de 85 marchés dans le monde, et des services de compensations et de *Prime Brokerage*. « La finalisation de l'acquisition de Newedge est une initiative stratégique importante qui nous permet de nous positionner comme un acteur clé dans le secteur en plein développement des services aux investisseurs post-marchés », commente Christophe Mianné, Directeur délégué du pôle Banque de Grande Clientèle et Solutions Investisseurs de Société Générale. « Nous pouvons offrir à nos clients le meilleur des deux

institutions et nous renforçons au passage notre présence à l'international. » Cette intégration répond aux nouvelles réalités d'un secteur qui fait face à d'importantes évolutions réglementaires, à l'industrialisation croissante des activités de marché, et au développement des services aux investisseurs en aval.

Dès le début 2015, les équipes de Newedge ont progressivement commencé à se rapprocher physiquement des activités de marchés de Société Générale, que ce soit à Paris, à Londres, à New York ou sur différents sites en Asie. « Nous sommes désormais capables d'offrir une gamme très large de services et de solutions clients », note Jonathan Whitehead, Responsable mondial des marchés de matières premières, une des premières activités à avoir concrétisé le rapprochement des équipes. « De nombreux clients ont déjà placé chez nous leurs relations de compensation. »

[www.newedge.com](http://www.newedge.com)



**“NOUS SOMMES  
DÉSORMAIS  
CAPABLES  
D'OFFRIR UNE  
GAMME TRÈS  
LARGE DE  
SERVICES ET  
DE SOLUTIONS  
CLIENTS”**

**Jonathan Whitehead,  
Responsable mondial  
des marchés de  
matières premières,  
Société Générale**

3,5M

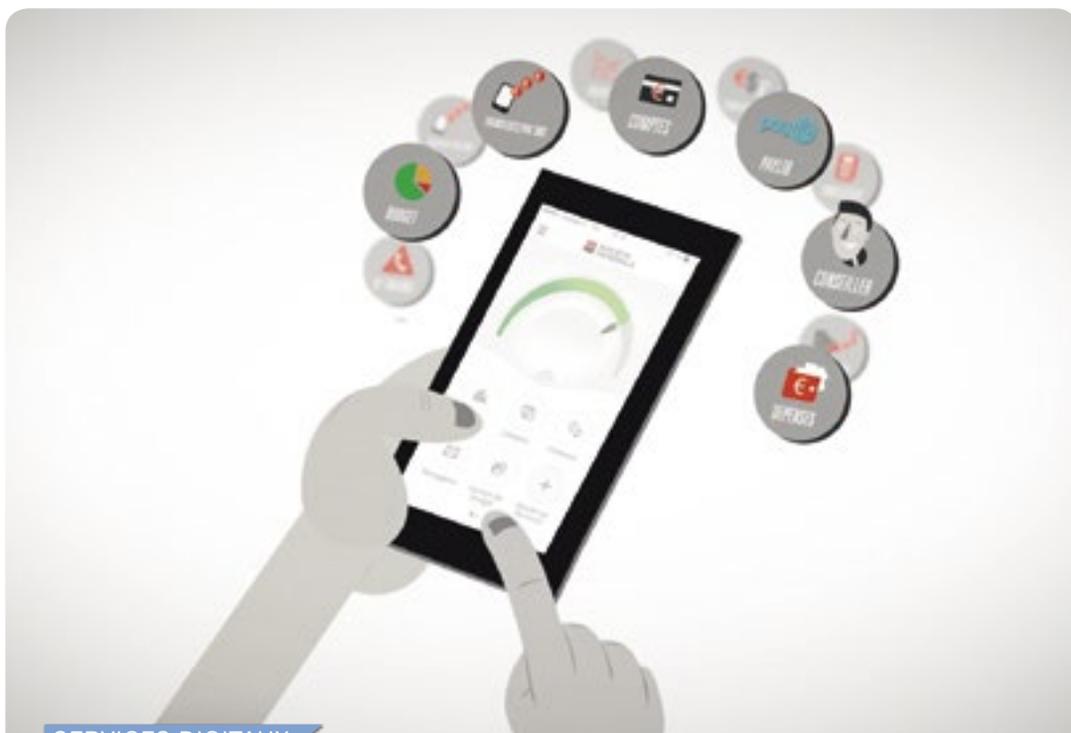
DE TÉLÉCHARGEMENTS  
POUR L'APPLI  
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
DEPUIS SON  
LANCEMENT  
EN 2010

## L'APPLI PRO

Première application bancaire  
spécifiquement conçue pour  
les professionnels, avec  
des services exclusifs

41 600

CLIENTS L'UTILISENT  
À FIN 2014,  
SOIT + 52,7 %  
(PAR RAPPORT  
À FIN 2013)



SERVICES DIGITAUX

# ACCÉLÉRER SA TRANSITION NUMÉRIQUE POUR LE CLIENT

L'Appli Société Générale a été reconnue « meilleure application mobile bancaire tout-en-un au monde, en 2014 » par *MyPrivateBanking Research*, un cabinet suisse indépendant qui analyse chaque année plus de 200 applications mobiles de 50 banques dans le monde. Le cabinet a salué sa simplicité d'utilisation et la pertinence des services proposés, qui répondent parfaitement aux attentes des utilisateurs.

Fin 2014, Société Générale a été l'une des premières banques françaises à intégrer la reconnaissance d'empreinte digitale TouchID™ dans son application pour iPhone. Cette innovation est sortie quelques semaines seulement après l'ouverture de ce système par Apple aux éditeurs tiers. Les utilisateurs disposent ainsi d'un niveau de sécurité supplémentaire pour afficher les données chiffrées de leur « compte favori » (solde, encours de carte...). Par ailleurs, la banque a lancé l'Appli LAB qui permet aux clients de tester en avance

de phase de nouvelles fonctionnalités, faire des propositions d'améliorations et ainsi participer activement aux futurs enrichissements de l'Appli Société Générale. Le premier service proposé sous ce modèle, « mon enveloppe de dépenses », permet de définir un budget mensuel et de le suivre au quotidien.

Au printemps 2015, Société Générale a franchi une étape supplémentaire dans sa démarche d'innovation avec le lancement de la nouvelle version de son application mobile. Elle propose un design entièrement revu et de nouvelles fonctionnalités en conservant un niveau de sécurité élevé. Téléchargée plus de 3,5 millions de fois depuis son lancement fin 2010, l'Appli génère aujourd'hui environ 40 millions de connexions par mois.

[particuliers.societegenerale.fr](http://particuliers.societegenerale.fr)



## SERVICES DIGITAUX

### POLOGNE PAYER VIA MOBILE AVEC L'APPLI EUROBANK

En Pologne, forte de son succès en tête du classement sur le marché des « Applications bancaires de poche 2013 », en 2014, Eurobank a intégré à son application bancaire mobile une fonctionnalité de paiement sans contact employant la technologie NFC (*near field communication*). Elle offre également à ses clients polonais un programme de fidélité qui récompense les utilisateurs les plus actifs de cette technologie, sur un marché où les solutions mobiles sont très populaires.

➔ [www.eurobank.pl](http://www.eurobank.pl)



## SERVICES DIGITAUX

### RÉPUBLIQUE TCHÈQUE KB LANCE UN OUTIL PIONNIER DE "E-TRADING"

Komerční banka (KB), la filiale de Société Générale en République tchèque, a inauguré en 2014 un outil de *trading* en ligne destiné aux PME, Alpha KB, qui leur permet de réaliser directement des opérations simples de change et de couverture sur des produits monétaires et devises. KB avait déjà proposé en 2004 une offre pionnière de *trading direct*. Dix ans plus tard, la banque a souhaité refondre sa solution pour mieux se conformer aux attentes des PME, un parti pris qui la situe à nouveau en précurseur face à ses concurrentes. Alpha KB a été testée avec des clients PME pour s'assurer de l'adéquation de l'appli à leurs besoins, dans une démarche collaborative au sein des équipes de la banque. Avec de nouveaux développements prévus pour cette solution e-trading, elle sera lancée dans d'autres pays.

➔ [www.kb.cz](http://www.kb.cz)



## SERVICES DIGITAUX

### ROUMANIE BRD FACILITE LA VIE DE SES ASSURÉS SANTÉ

BRD a lancé en Roumanie, courant 2014, MedCare, une couverture santé pour les salariés des entreprises. La banque accompagne cette offre d'une appli mobile, My MedCare, qui simplifie pour les assurés la gestion au quotidien de leur santé grâce à des services à valeur ajoutée inédits – comme un « pilulier » virtuel pour le suivi des traitements, un répertoire pour conserver ses contacts médicaux ou la possibilité de géolocaliser les centres de soins. Un outil innovant qui contribue à la satisfaction des clients grâce à un accompagnement et une offre de services uniques sur le marché !

➔ [www.brd.ro](http://www.brd.ro)



## SERVICES DIGITAUX

### MAROC DISPOSER DIRECTEMENT DE SON CRÉDIT AU DAB... GRÂCE À SON MOBILE

Retirer le montant de son crédit sur un guichet automatique Société Générale Maroc avec son téléphone mobile et sans avoir besoin d'une carte : c'est la solution très simple proposée par la filiale de crédit à la consommation EQDOM à ses clients grâce au service Mobiflous. Ce service, totalement sécurisé par l'envoi d'un code secret sur mobile, est bien sûr destiné aux clients dont le dossier de crédit a été accepté au préalable.

➔ [www.eqdom.ma](http://www.eqdom.ma)



## SERVICES DIGITAUX

### ALD MOBILE FACILITER LA VIE DES CONDUCTEURS

ALD mobile est une application qui accompagne les conducteurs et facilite l'utilisation quotidienne de leur véhicule. Disponible dans 32 pays, elle permet aux utilisateurs de trouver facilement un service – stations-service, garages, pneumaticiens, bornes de rechargement pour véhicules électriques... – et les guider vers lui. Les conducteurs peuvent également accéder aux informations relatives aux prestations incluses dans leur contrat, contacter rapidement la plateforme de relation conducteurs, recevoir des informations directement sur leur smartphone, effectuer des e-constats en cas d'incident.

➔ [www.aldautomotive.com](http://www.aldautomotive.com)





INNOVATION

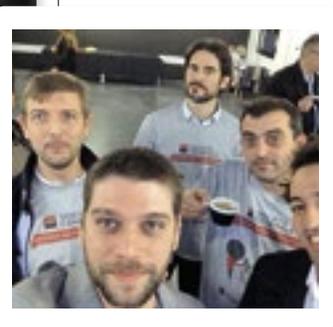
## HACKATHONS QUAND LA BANQUE S'OUVRE À L'ÉCOSYSTÈME "TECH"

Collaborer avec le monde extérieur pour mieux innover. La banque a lancé en 2014 ses « hackathons » afin de promouvoir des interactions créatives avec le monde des technologies. Un hackathon est un événement de programmation collaboratif qui réunit développeurs, entrepreneurs, designers volontaires autour d'une problématique donnée, pour une session de développement courte et intense.

Pour son premier essai, organisé avec l'École 42, l'école d'informatique privée et gratuite fondée par Xavier Niel, Société Générale a proposé à 170 participants, notamment des étudiants, de « réinventer la Direction des systèmes informatiques (DSI) de demain » avec des solutions imaginées « par les devs pour les devs ». Coachées par des collaborateurs de la banque, les équipes ont planché 48 h avant de présenter des projets centrés sur le développement collaboratif. Les lauréats ont remporté un voyage à New York et des équipements informatiques. D'autres hackathons ont suivi cette première édition.

Toujours avec l'École 42, un « SG Connected Hack » a rassemblé plus de 200 participants autour de plusieurs objets connectés, afin d'explorer leurs applications possibles dans la banque-assurance. Parmi les cinq lauréats récompensés, un projet sera incubé au sein de la DSI du réseau France de Société Générale. Baptisé « Wearable Intelligent Banking », il articule smartphone, montre connectée, Google Glass et Beacon Apple pour fluidifier l'accueil d'un client dans une agence. À l'occasion d'un autre hackathon, interne cette fois, 200 informaticiens de la filière Systèmes d'information du Groupe ont fait l'expérience du travail en mode start-up. Leur défi : nourrir le programme Digital for All (*lire pages 32-33*) en imaginant de nouveaux usages pour les tablettes tactiles distribuées aux collaborateurs en 2015. Enfin, un hackathon à Bangalore a mobilisé une centaine d'étudiants d'une vingtaine d'universités indiennes, qui ont « réinventé les agences bancaires sans frontière à l'ère du digital ».

➔ [www.societegenerale.com/hackathon](http://www.societegenerale.com/hackathon)



LES TALENTS  
EXTÉRIEURS  
À L'ENTREPRISE  
SONT UNE  
RESSOURCE  
ESSENTIELLE  
À L'INNOVATION

## INTERVIEW

de AYMERIL HOANG  
DIRECTEUR  
DE L'INNOVATION



Nous nous efforçons d'encourager l'émergence de start-ups internes.

@SocieteGenerale

### Pourquoi l'approche d'innovation ouverte est-elle si importante aujourd'hui ?

**Aymeril Hoang** Le besoin d'innover n'a jamais été aussi fort : le digital a amené des transformations profondes dans les comportements de nos clients. De nouveaux concurrents font pression sur nos business models traditionnels. Nous entendons tirer le meilleur parti du digital pour mieux connaître nos clients et leur proposer une relation qui s'enrichit sans cesse de nouvelles valeurs ajoutées. Comme les changements à l'œuvre sont radicaux, nous avons en outre besoin d'innovations de rupture, qui ne peuvent venir que de la co-création : un cerveau, même brillant, ne peut plus trouver seul la solution. Dans tout notre dispositif d'innovation, nous cherchons donc à nous ouvrir aux différentes communautés qui nous entourent et à leur créativité.

### Comment travaillez-vous avec ces écosystèmes extérieurs à l'entreprise ?

**A.H.** Nos clients sont notre première source d'innovation. En France, notre banque de détail explore depuis des années la co-création avec ses clients sur la plateforme en ligne « SG et vous » qui allie un SAV très réactif sur Twitter et un forum conçu pour recueillir leurs idées. Issues de ce dialogue, les nouvelles fonctionnalités de notre Appli bancaire répondent directement aux attentes de ses utilisateurs. Cela explique son succès : elle a été téléchargée par plus

de 3,5 millions de clients depuis 2010. Nous sommes aussi très connectés à l'univers des PME et des start-ups, à travers, par exemple, l'Institut Open Innovation, que nous avons fondé avec l'École Centrale Paris. Société Générale est aussi membre fondateur du Pacte PME, qui favorise les partenariats entre petites entreprises et grands groupes : c'est là que Boursorama a rencontré Yseop, une start-up experte en intelligence artificielle. Société Générale est implantée dans des capitales du monde digital et créatif : Paris, New York, Londres, Bangalore. Elle y tisse des liens avec les communautés locales : entrepreneuriat, universités, fournisseurs...

### Et les collaborateurs du Groupe ? Quel rôle jouent-ils dans le dispositif d'innovation ?

**A.H.** Nous voulons qu'ils soient tous investis dans le processus de transition numérique, c'est le sens de notre programme Digital for All (*lire pages 32-33*). Ils ont montré leur enthousiasme en 2013, à l'occasion du projet PEPS! (Projet Expérimental Participatif Stimulant !), un brainstorming géant sur la banque de demain à l'âge du numérique. Cette réflexion collective a donné naissance en 2014 à de nombreux chantiers concrets, comme la dématérialisation des contrats et des documents clients ou les premiers essais de télétravail. Nous nous efforçons d'encourager l'émergence de start-ups internes. Nous sommes fiers d'être reconnus pour notre maturité digitale. Une dynamique s'est engagée ; elle va encore s'approfondir.

**“TOUT NOTRE  
DISPOSITIF EST  
TOURNÉ VERS  
LA CO-CRÉATION”**



[www.societegenerale.com/innovation](http://www.societegenerale.com/innovation)

# UNE CULTURE DIGITALE INTERNE

Avec le lancement de son programme Digital for All, Société Générale franchit une étape majeure dans l'évolution de son modèle et met la créativité de tous les collaborateurs à contribution pour réinventer la relation client.



[www.societegenerale.com/digital-for-all](http://www.societegenerale.com/digital-for-all)



# A

ccélération de la transformation digitale de la banque en engageant l'ensemble des collaborateurs afin qu'ils inventent de nouveaux usages numériques et de nouveaux services aux clients : c'est l'objectif du programme Digital for All. En 2014, le Groupe a signé un partenariat mondial avec Microsoft, pour équiper les salariés d'outils de dernière génération qui favoriseront la fluidité des échanges, la performance, la mobilité, l'ouverture au monde extérieur. À l'heure où 90 % des contacts entre la banque et ses clients ont lieu sur les canaux web et, de plus en plus, mobiles, les collaborateurs de Société Générale doivent vivre dans leur environnement professionnel les mêmes expériences digitales que leurs clients. Ils bénéficieront donc des derniers logiciels bureautiques et collaboratifs (Office 365, mais aussi messagerie instantanée, visioconférence, réseau social d'entreprise, gestion documentaire, etc.), dont le déploiement a commencé en 2015.



★ **DIGITAL FOR ALL EST UN PROGRAMME QUI PERMET À CHAQUE COLLABORATEUR DE DÉVELOPPER DE NOUVELLES MANIÈRES DE TRAVAILLER ENSEMBLE ET DE MIEUX SERVIR LES CLIENTS.**

90%

**DES CONTACTS AVEC LES CLIENTS SE FONT PAR VOIE DIGITALE**

70 000

**COLLABORATEURS DU GROUPE SERONT ÉQUIPÉS D'UNE TABLETTE À USAGE PROFESSIONNEL**

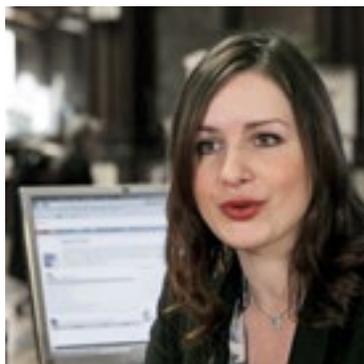
## UNE RÉVOLUTION DES USAGES

Le changement ne portera pas sur les seuls *softwares* : une tablette à usage professionnel sera mise à disposition de 70 000 collaborateurs du Groupe. À la différence de la plupart des grandes entreprises, qui concentrent leurs efforts sur les managers et les commerciaux, Société Générale a fait le choix d'un équipement massif de ses collaborateurs, à tous les niveaux de l'entreprise. Un « SG Store », un espace proposant des applications téléchargeables sur le modèle de l'Apple Store, est lancé en 2015 avec une offre de base, qui doit ensuite être enrichie grâce à la créativité de tous.

Le dernier volet, essentiel, de ce programme inédit par son ampleur, concerne l'adaptation des infrastructures et des réseaux afin d'anticiper les évolutions futures des systèmes d'information de la banque. Le tout sans concession sur la sécurité des données, car le

**LES COLLABORATEURS DE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE DOIVENT VIVRE LES MÊMES EXPÉRIENCES DIGITALES QUE LEURS CLIENTS**

rôle de tiers de confiance de la banque est un de ses grands avantages concurrentiels sur les *digital natives*. La conviction de Société Générale est qu'atteindre une masse critique d'utilisateurs favorisera une révolution des habitudes et des standards de travail. Mais Digital for All ne se contentera pas de mettre des outils entre les mains des collaborateurs : un *think tank* interne a été créé pour réfléchir aux moyens d'accompagner cette transition et de stimuler le développement d'une culture numérique dans tout le Groupe.



“CETTE TABLETTE  
ME PERMET DE  
FAIRE DÉCOUVRIR  
AUX CLIENTS  
LES DIFFÉRENTES  
FONCTIONNALITÉS  
DU SITE INTERNET,  
DE SG ET VOUS  
OU LES PRÉSENCES  
DE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
SUR LES RÉSEAUX  
SOCIAUX”

Vanina Bussy,  
*early adopter* et Conseillère  
clientèle à la Banque de détail



Voir la vidéo sur  
[www.societegenerale.com/temoignage](http://www.societegenerale.com/temoignage)

## SG COMMUNITIES, UN RÉSEAU SOCIAL INTERNE EN FORTE CROISSANCE



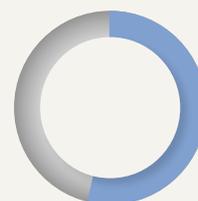
LANCÉ EN 2011, LE RÉSEAU SOCIAL  
A CONNU UN ESSOR RAPIDE.  
UN REFLET DU DÉVELOPPEMENT  
DE LA CULTURE COLLABORATIVE  
AU SEIN DU GROUPE.

**+ de 53 000\***

D'UTILISATEURS DANS 70 PAYS  
LEUR NOMBRE A DOUBLÉ  
EN 2014

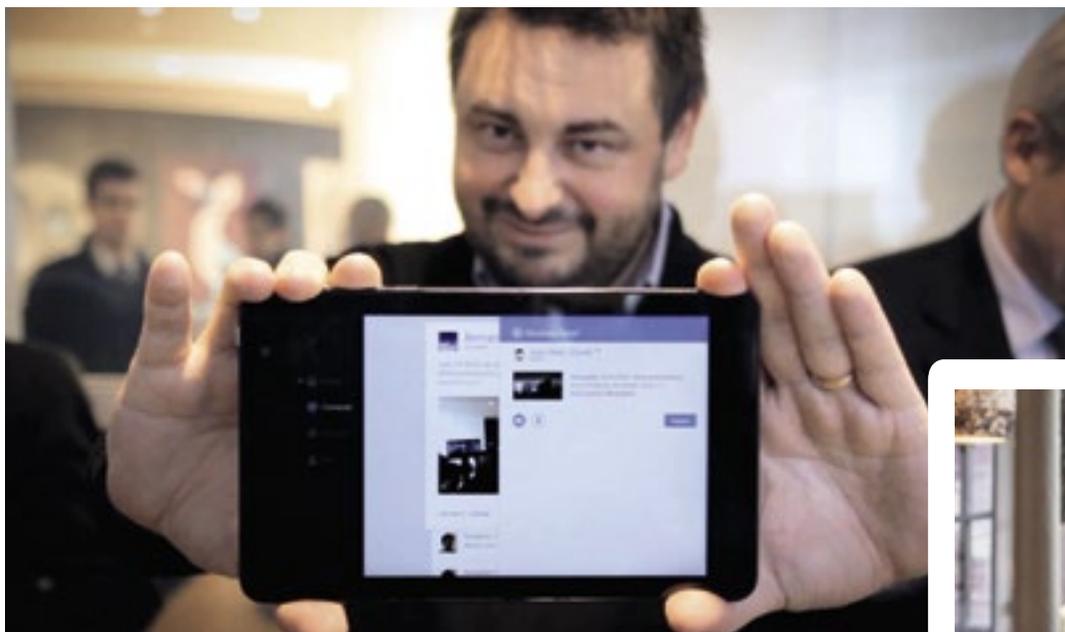
**+ de 1 300\***

COMMUNAUTÉS  
D'UTILISATEURS



■ 55% DE GROUPES  
PROFESSIONNELS  
■ 45% DE GROUPES  
EXTRAPROFESSIONNELS

\* Au 31/03/2015



## CULTURE D'ENTREPRISE DIGITALE, SENSIBILISATION MASSIVE DES COLLABORATEURS

### **RAPID LEARNING :** **LA FORMATION SE DIGITALISE**

Une solution pour concevoir des modules de *rapid learning* est déployée depuis 2012. Elle répond à des enjeux de développement de compétences spécifiques, propres à chaque métier. De conception souple, ces modules digitaux peuvent être mis en place auprès des collaborateurs de façon très réactive et ciblée. La dimension collaborative du processus de conception facilite les échanges de bonnes pratiques en ligne et constitue un vecteur d'acculturation à de nouvelles façons de travailler. Il existe aujourd'hui plus de 160 modules de *rapid learning* à travers le Groupe.

### **LE TÉLÉTRAVAIL, LEVIER DE MOTIVATION ET DE PERFORMANCE**

Le Groupe poursuit ses expérimentations sur le télétravail. À fin 2014, il comptait plus de 1 800 télétravailleurs réguliers, notamment en République tchèque, en France, au Royaume-Uni, en Belgique et en Allemagne.

**NO1**  
**DU RANKING**  
**RH 2.0 DOGFINANCE**



[www.careers.societegenerale.com](http://www.careers.societegenerale.com)



En France, Société Générale SA a signé en 2014 un nouvel accord pour élargir à 2 000 collaborateurs la pratique du télétravail démarrée en 2013.

### **DES RH DIGITALES À LA POINTE**

La direction des Ressources Humaine du Groupe accompagne la transition numérique dans l'entreprise ; elle s'est elle-même engagée dans cette transformation en faisant évoluer la façon dont elle interagit avec les candidats. Depuis plusieurs années, une part importante de ces échanges a lieu *via* son site Careers ou sur les réseaux sociaux. La stratégie RH digitale du Groupe a d'ailleurs été reconnue en 2014 par le prix RH IDEA du cabinet de conseil en RH Althéa (qui évalue les entreprises du CAC 40). Société Générale y a été classée première sur Twitter, deuxième pour son site Careers, et troisième au classement général. Elle est aussi numéro 1 du Ranking RH 2.0 Dogfinance, qui a examiné les interactions RH sur les réseaux sociaux de 200 employeurs du secteur de la finance. Le cabinet suédois Potentialpark a quant à lui distingué Société Générale en lui décernant une troisième place pour sa communication en ligne à destination des talents.



“LA DIGITALISATION  
NOUS AIDE  
À ENRICHIR  
NOTRE RELATION  
AVEC NOS CLIENTS”

**MOJMÍR PROKOP**

Responsable du développement des canaux de marketing digital

## INNOVER POUR LES GÉNÉRATIONS DIGITALES

Au sein de Komerční banka, nous avons lancé une application mobile en 2011, que nous améliorons régulièrement. Ce type d'innovation digitale constitue un moyen d'enrichir les relations que nous entretenons avec les clients. Il y a quelques années, Komerční banka a piloté

le concept de « banque vidéo » ; nous allons mettre en œuvre le concept de « conseil à distance ». Nous travaillons sur d'autres services innovants, dans l'assurance voyage ou les prêts à la consommation. J'encourage toujours mes équipes à développer cet esprit d'innovation.

République tchèque



# UNE CULTURE PARTAGÉE AU DE LA RELATION CLIENT ET



“DÉVELOPPER  
UNE RELATION  
DE CONFIANCE ET  
DE PROXIMITÉ EST  
LA CLÉ DE LA RÉUSSITE”

**CARL BASSILI - Banquier conseil**

## ANTICIPER LES BESOINS DE NOS CLIENTS

Mon rôle consiste à bien comprendre les besoins de mes clients voire à les anticiper. Pour cela, je cherche à bien connaître leur organisation et à créer des rapports de confiance avec chacun d'eux. La révolution digitale est en train de transformer la façon d'exercer tous les métiers.

Par exemple, le *smart metering* va améliorer la connaissance des comportements des clients. Dans un monde en évolution constante, je dois, en tant que banquier, adapter mon mode de pensée pour répondre aux exigences de mes clients sur le long terme.

France





**NAFISSATOU MBACKE**

Directrice de la Clientèle des Particuliers et des Professionnels

## PLACER L'HUMAIN AU CENTRE DES PRÉOCCUPATIONS

La relation client est l'un des points forts de Société Générale. Elle nous permet de nous démarquer de la concurrence et d'offrir une gamme de produits et services innovants, adaptés aux besoins du client.

Pour moi, être la banque relationnelle de référence signifie mettre l'humain au centre des préoccupations. Tous ensemble, nous pouvons développer cette banque relationnelle.

**"MON OBJECTIF : FAIRE VIVRE LA BANQUE RELATIONNELLE AVEC DES COLLABORATEURS ENTHOUSIASTES"**

Sénégal



# TOUR DU DIGITAL



Voir ces témoignages sur [www.societegenerale.com/nos-collaborateurs1](http://www.societegenerale.com/nos-collaborateurs1)



**GUILLAUME BALLET - Community manager**

## UN LIEN ENTRE LES EXPERTISES DE LA BANQUE

La Banque de détail est présente sur Twitter, avec le compte @SG\_etvous, qui apporte une réponse en moins de 30 minutes, sur Facebook, avec la page « Société Générale et vous », sur Google+ et Instagram. Cette relation digitale passe aussi par la plateforme d'échange et de co-création SGetVous.fr.

Au quotidien, j'anime ces réseaux sociaux en partageant des actualités, des conseils, des bons plans sur nos offres et nos produits bancaires. La relation digitale possède ses propres codes, liés aux réseaux sociaux, et nous incite à mêler sérieux et humour, tout en restant au service de nos clients. C'est ce qui me plaît.

**"MÊLER SÉRIEUX ET HUMOUR, LES CODES D'INTERNET, AU SERVICE DE NOS CLIENTS"**

France



# UNE BANQUE RESPONSABLE ET ENGAGÉE

Société Générale a pour ambition d'être un acteur de référence en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE). Sa politique de responsabilité consiste à mettre en œuvre ses engagements et à progresser durablement autour de cinq axes stratégiques : finance responsable, offre bancaire solidaire, démarche d'employeur responsable, gestion de son impact environnemental et de ses achats, rôle au cœur de la société civile.



[www.societegenerale.com/responsable](http://www.societegenerale.com/responsable)

## AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ



**82 M€**

TOTAL DES LIGNES  
DE FINANCEMENTS  
MICROFINANCE

## Grand prix de la transparence

EN OCTOBRE 2014,  
LA COMMUNICATION  
FINANCIÈRE DE  
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
A ÉTÉ DISTINGUÉE  
POUR LA 2<sup>E</sup> ANNÉE  
CONSÉCUTIVE

## DIVERSITÉ



**60,5 %**

EFFECTIFS DU GROUPE  
HORS FRANCE MÉTROPOLITAINE

**122**

NATIONALITÉS REPRÉSENTÉES

**60,2 %**

DE FEMMES

**37,3** ANS

DE MOYENNE D'ÂGE GROUPE  
(26 % DES COLLABORATEURS  
ONT MOINS DE 30 ANS)

**2 250** SALARIÉS

EN SITUATION DE HANDICAP DANS  
LE MONDE, DONT 1 115 EN FRANCE

## MOBILITÉ ET FORMATION



**8 600**

MOBILITÉS INTERNES  
EN 2014 EN FRANCE



**86 %**

DES SALARIÉS ONT SUIVI  
AU MOINS UNE FORMATION  
EN 2014



**3 600 000**

HEURES DE FORMATION  
DISPENSÉES  
DANS L'ANNÉE

## ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS



**7,42 %**

DU CAPITAL SOCIAL DÉTENU  
PAR LES COLLABORATEURS

**+ de 1 700** ACTIONS

D'AMÉLIORATION MISES EN ŒUVRE  
SUITE AU BAROMÈTRE EMPLOYEUR 2013

Le baromètre employeur traduit la volonté de Société Générale de créer un environnement d'écoute performant pour que chaque collaborateur puisse exprimer ses attentes, ses perceptions de l'entreprise et son vécu professionnel. Cette enquête interne et anonyme est déployée tous les deux ans et permet la mise en place de plans d'actions d'amélioration l'année suivante.

### L'OSCAR JACQUES RIGAUD DU MÉCÉNAT CULTUREL

« C'est à la Société Générale que revient l'Oscar Jacques Rigaud du Mécénat culturel. L'idée est de mettre en avant les politiques de mécénat exemplaires, c'est-à-dire à la fois éthiques, innovantes et s'inscrivant dans la durée. »

CARENEWS.COM, 30/07/2014  
PAR CATHERINE BRAULT



Depuis 2003, Société Générale travaille avec le mouvement Paralympique et partage ses valeurs avec la Fédération Française d'Handisport (FFH) et la Fédération Française du Sport Adapté (FFSA), deux fédérations françaises pour les sports dédiés aux personnes handicapées.



**Tous Handisport**  
@TousHandisport

Société Générale + @FFHandisport = 4 nouvelles années  
#handisport ! #FourMoreYears

16:07 – 9 février 2015



@TousHandisport



# ENTRETIEN AVEC

Le métier de banquier est plus que jamais au cœur de l'économie et de la société. Séverin Cabannes précise sa conception de la banque responsable et engagée.

SÉVERIN CABANNES  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DÉLÉGUÉ



## Comment définissez-vous la responsabilité de la banque ?

**Séverin Cabannes** Notre première responsabilité est de bien remplir notre mission au service de nos clients. En finançant leurs projets de la manière la plus sûre et la plus juste, c'est-à-dire en maîtrisant les risques que nous leur faisons prendre et que nous prenons nous-mêmes.

Dans le même temps, parce que nos services répondent à des besoins essentiels de l'économie, nous avons une responsabilité importante vis-à-vis de la société dans son ensemble. C'est une responsabilité systémique, que nous partageons avec nos régulateurs et superviseurs : nous sommes co-acteurs et co-responsables de la pérennité du système financier des pays dans lesquels nous sommes présents. Ce qui implique une rigueur totale dans l'application des règles qui assurent le bon fonctionnement de ce système, et dans les prises de risque de la banque.

Enfin, parce que nos activités ont des impacts à long terme, notre responsabilité s'étend à tous les champs du développement durable, qu'il s'agisse de notre empreinte propre ou de celle de nos clients. Nous en sommes pleinement conscients : c'est pourquoi nous

nous sommes fixé des principes environnementaux et sociaux qui s'appliquent à toutes nos activités et sont aujourd'hui intégrés dans l'exercice quotidien de nos métiers.

## Vis-à-vis des clients, comment prendre le « juste risque » ?

**S.C.** La meilleure façon de gérer le risque, c'est d'abord de savoir pleinement l'évaluer, puis de cultiver la confiance dans la durée. Quand nous faisons un crédit de long terme à une entreprise, nous maîtrisons d'autant mieux ce risque dans la durée que nous avons appris à nous connaître et que nous entretenons une relation de confiance. Et le jour où une difficulté s'annonce, si la relation de confiance est établie, avec la vision longue et la transparence que cela suppose, alors nous pouvons l'anticiper et accompagner notre client pour faire face aux aléas du court terme en préservant le potentiel de développement de son entreprise à long terme.

C'est ainsi que nous concevons notre ambition de banque relationnelle de référence. Elle nous confère un avantage concurrentiel dont nos clients bénéficient. Quand ils ont un projet, nous sommes les premiers à en être informés et à leur proposer

le financement adéquat. Une relation de confiance dans la durée, en somme, maximise la valeur de la banque pour ses clients.

### Comment s'articulent responsabilité collective et individuelle dans l'exercice du métier de banquier ?

**S.C.** Les deux sont indissociables. Au-delà des procédures que nous avons mises en place pour maîtriser nos risques et assurer la conformité de nos activités, chacun de nous doit agir au quotidien en banquier responsable. D'où nos efforts continus pour développer la culture du risque de l'ensemble de nos équipes. Il n'y a pas de banque responsable sans banquiers responsables : chaque collaborateur est invité à traduire dans ses comportements individuels cette conception du juste risque, pertinent pour le client comme pour la banque. Chacun est dépositaire de cette culture commune, quelle que soit sa mission dans l'entreprise.

Dans la démarche de réaffirmation de nos valeurs que nous venons d'engager, la responsabilité joue un rôle central. Elle pousse chacun à se poser les bonnes questions dans l'exercice de son métier : est-ce que mon comportement et mes décisions respectent l'intérêt de l'ensemble de mes parties prenantes ? Est-ce que le service que je propose à mon client correspond réellement à ses besoins ? Est-ce que le prix auquel il est vendu est le juste prix ? Et si des questions d'arbitrage se posent, nous devons les résoudre en faveur du client. C'est ainsi que nous créons une relation authentique et durable : nous sommes réellement au service de nos clients.

### Les comportements jouent donc un rôle très important ?

**S.C.** Oui, car la façon dont nous obtenons des résultats est aussi importante que les résultats eux-mêmes. C'est pourquoi, en même temps que nous réaffirmons nos valeurs, nous faisons évoluer notre modèle de leadership pour que nos managers incarnent ces valeurs et, par leur exemplarité, soient les ambassadeurs

**“LA FAÇON  
D'OBTENIR  
LES RÉSULTATS  
EST AUSSI  
IMPORTANTE  
QUE LES  
RÉSULTATS  
EUX-MÊMES”**

d'un savoir-être. L'esprit d'équipe, l'innovation, la responsabilité, l'engagement : ces valeurs donnent du sens à notre métier, fondent nos comportements et sont le socle de notre modèle de leadership. Nous voulons que nos valeurs fassent partie intégrante des critères d'appréciation et de promotion des collaborateurs de l'entreprise.

L'engagement a une dimension particulière à mes yeux. Dans nos métiers de service, c'est un facteur de différenciation important. L'engagement nous pousse à développer la relation de confiance avec nos clients. Il nous conduit aussi, au-delà de nos métiers, à nous impliquer dans la société civile, par nos actions de mécénat : nous sommes une banque qui s'engage pour accompagner des jeunes dans leur parcours d'intégration professionnelle, et pour aider des artistes à créer et à toucher leur public.

### L'esprit d'équipe est-il un levier pour développer les synergies au sein de la banque ?

**S.C.** Effectivement, l'esprit d'équipe est déterminant dans la qualité et l'intensité de la relation avec nos clients : il nous incite à développer les coopérations internes pour élargir les services que nous mettons à leur disposition. C'est un enjeu stratégique. Le défi de la croissance, dans une conjoncture peu dynamique, implique de gagner des parts de marché : les synergies entre nos différentes lignes métier sont un moteur dans cette dynamique. Pour la concrétiser, nous passons d'une approche produit à une approche centrée sur le client. Nous le faisons déjà avec notre clientèle de grands comptes : ils ont pour interlocuteurs des banquiers conseil qui mobilisent et coordonnent tous les services que la banque peut offrir à ses clients. Nous sommes en train d'étendre cette approche à l'ensemble de nos clients, et nous en voyons les effets positifs, par exemple quand nous mettons en synergie nos métiers de banquier et d'assureur. Non seulement nous générons une croissance de l'activité supérieure à celle du marché, mais nous tissons de nouveaux liens qui renforcent la relation avec nos clients !

# LES 5 AXES DE NOTRE DÉMARCHE RSE

Une banque engagée,  
acteur responsable  
de l'économie.  
La politique de  
Responsabilité Sociale  
et Environnementale  
(RSE) de  
Société Générale  
s'appuie sur le dialogue  
avec ses parties  
prenantes et poursuit  
5 axes stratégiques.

## PRODUITS, SERVICES ET FINANCEMENTS SOLIDAIRES ET ENVIRONNEMENTAUX

Société Générale propose à ses clients des offres responsables, vertes ou solidaires et cherche à prendre part à des financements verts ou à impact positif (*voir ci-contre*).

## ENVIRONNEMENT ET ACHATS RESPONSABLES

Société Générale réduit ses impacts directs sur l'environnement et promeut les achats responsables (*voir ci-contre*). Le Groupe a en particulier franchi le cap de la neutralité carbone en 2012 et poursuit un programme de taxe carbone interne qui sert à financer des projets de frugalité énergétique.

## FINANCE RESPONSABLE

Le Groupe a pris des engagements environnementaux et sociaux et les met en œuvre dans tous ses métiers. Il entend participer au développement des pays où il intervient en accompagnant leurs acteurs économiques. Il s'assure d'une relation responsable avec ses clients, grâce à une écoute régulière et un accompagnement des moments difficiles.

## EMPLOYEUR RESPONSABLE

Ses quatre valeurs (esprit d'équipe, innovation, responsabilité et engagement) permettent au Groupe de se différencier par la qualité de la relation entretenue avec ses clients. En symétrie et pour y parvenir, il souhaite développer la même qualité de relation avec ses collaborateurs, faite d'écoute, de respect, d'accompagnement dans les transformations et de développement de leurs compétences dans un environnement en pleine évolution.

## ENGAGÉ DANS LA SOCIÉTÉ CIVILE

Le Groupe soutient les démarches solidaires de ses collaborateurs et filiales, notamment par le biais de sa Fondation d'entreprise (*voir pages 52-53*) et mène une politique de mécénat culturel et sportif.

## **BAROMÈTRE EMPLOYEUR : APRÈS L'ÉCOUTE, L'ACTION**

Société Générale sollicite tous les deux ans l'avis de ses collaborateurs à l'occasion d'un Baromètre Employeur. Sa dernière édition en 2013 a concerné 131 000 collaborateurs dans 76 pays, avec un taux de participation de 67 %. Elle a été suivie en 2014 de plus de 1 700 actions dans toutes les entités du Groupe. À titre d'exemple, les collaborateurs avaient demandé un meilleur partage de la vision stratégique : Société Générale a donc organisé en 2014 près de 60 roadshows internes pour exposer son plan stratégique 2014-2016.

## **DES ENGAGEMENTS POUR LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL**

Fin 2014 en France, Société Générale et Crédit du Nord ont signé la charte « 15 engagements pour l'équilibre des temps de vie » en faveur d'une meilleure articulation entre vie professionnelle et vie privée. Les premières actions concrètes, qui portent par exemple sur les réunions et sur la formation des managers, voient le jour en 2015. Les entités du Groupe dans d'autres pays mènent des initiatives comme une politique d'horaires flexibles ou le télétravail (voir page 35).

## **HANDICAP : UNE MULTITUDE D'INITIATIVES LOCALES**

Société Générale s'engage dans une démarche de non-discrimination et d'égalité des chances, notamment envers ses candidats ou ses collaborateurs en situation de handicap. Des programmes de sensibilisation, de recrutement, d'intégration ou d'accompagnement existent en Serbie, en Roumanie, en République tchèque, en Espagne, en Scandinavie, en Turquie ou encore au Japon. En France, Société Générale organise un des principaux forums de recrutement spécialisé, « Pass pour l'emploi ». Le Groupe, par ailleurs, a fait appel au secteur adapté pour 4,9M€ de chiffre d'affaires en 2014 (voir pages 38-39).

## **LES OFFRES DE LA BANQUE, LEVIERS D'ACTION RESPONSABLE**

Société Générale s'efforce de proposer des offres qui contribuent à une économie plus solidaire et plus verte. Par sa gamme de produits et de services solidaires, la banque invite ses clients à soutenir des associations. Le Groupe a aussi assuré en 2014 près de 1,1 milliard d'euros de financements verts et mis en place 958 millions de financements à impact positif. Les activités de finance responsable du Groupe se traduisent aussi par des émissions obligataires vertes, des partenariats de microfinance (voir pages 46-47) ou des offres de gestion responsable des flottes automobiles et d'éco-mobilité.

## **LES ACHATS, UN ACTEUR IMPORTANT DE LA STRATÉGIE RSE**

La filière achats, qui a alloué 6 milliards d'euros aux fournisseurs du Groupe en 2014, suit un programme pluriannuel de sourcing durable. Elle cherche à développer le recours à l'économie sociale et solidaire, à participer à la réduction de l'impact environnemental du Groupe et à faciliter l'accès des PME à ses marchés. En 2013, 60 % des achats avaient ainsi été réalisés auprès de PME et d'entreprises de taille intermédiaire (ETI). Société Générale est aussi depuis 2007 membre du Pacte PME, qui tisse des liens entre grands groupes et PME par différentes actions de parrainage et d'innovation ouverte. En 2014, 280 fournisseurs sollicités dans le cadre d'un baromètre du Pacte PME ont attribué à Société Générale une note de 60/100, au-dessus de la moyenne de son secteur et en hausse de 10 points par rapport à 2013.



**Lire le Rapport RSE 2014**  
[www.societegenerale.com/rse](http://www.societegenerale.com/rse)

102,2M€

CONSACRÉS EN 2014  
À DES ACTIONS  
SOLIDAIRES

# AGIR LOCALEMENT



ECONOMIE LOCALE

## CEVITAL SOUTENIR LES ÉCONOMIES LOCALES... COMME LES FUTURS LEADERS GLOBAUX

Société Générale a accompagné le conglomérat algérien Cevital dans la reprise des actifs européens de l'entreprise en dépôt de bilan FagorBrandt. Répondant à un enjeu social important, cette acquisition a permis de sauver l'activité de FagorBrandt ainsi que plus de 1 200 emplois.

Cevital est un groupe en fort développement à l'international ; il bénéficie d'un suivi rapproché par Société Générale ainsi que d'un accès privilégié aux expertises de sa banque d'investissement dédiée aux *midcaps* (sociétés avec une capitalisation boursière comprise entre 250 M€ et 1 000 M€). Les différents métiers du Groupe – comprenant aussi la Banque de détail en France et à l'international, l'affacturage – travaillent en équipe pour apporter à ce futur leader global des solutions de financement et des services adaptés à ses ambitions de croissance.

→ [www.cevital.com](http://www.cevital.com)



ECONOMIE LOCALE

## SARULLA ENGAGÉS POUR LES ÉNERGIES RENOUVELABLES

C'est le plus important projet de construction de centrale géothermique au monde. Baptisée Sarulla, cette centrale développera une puissance de 330 mégawatts et contribuera à une croissance indonésienne plus verte en tirant un meilleur parti des très importantes ressources géothermiques du pays (40 % du potentiel mondial). Société Générale a pris part au financement, pour 1,17 milliard de dollars, et a assuré pour ce projet des missions de banque chef de file (*mandated lead arranger*) et de « banque technique », chargée de la coordination avec les consultants techniques et d'audit du projet. La banque a joué un rôle essentiel dans la structuration du deal et a apporté des services de couverture. « Compte tenu de l'importance de ce projet pour l'Indonésie, il était essentiel pour nous d'avoir à nos côtés un partenaire solide comme Société Générale, disposant à la fois d'une compréhension technique du projet et de l'expérience financière pour sécuriser les capitaux nécessaires », raconte Jumpei Sakaue, Directeur du financement de projet de Sarulla Operations, l'entité qui va construire, détenir et opérer la centrale.

En quinze ans, Société Générale a acquis une expérience très importante en matière de financement de projets d'énergies renouvelables, et notamment géothermiques, dans la région Asie-Pacifique. Le projet satisfait en outre aux critères de la Finance à Impact Positif que Société Générale entend promouvoir : il combine un impact positif, la production d'énergie propre et renouvelable, avec une gestion appropriée de ses effets potentiellement négatifs. Des actions sont en effet prévues en phases de conception, de construction et d'opération pour réduire les conséquences du projet pour les communautés environnantes et respecter les exigences environnementales et sociales les plus strictes (Principes de l'Équateur, etc.).

Cette opération a reçu le prix du meilleur Financement de Projet aux Global Capital Asia/Asiamoney Awards 2014.

→ [www.societegenerale.asia](http://www.societegenerale.asia)





ECONOMIE LOCALE

## ABENGOA UN PARTENARIAT DE CONFIANCE AVEC UN LEADER ESPAGNOL DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

En 2014, Société Générale était aux côtés du groupe de technologies vertes et d'énergies renouvelables Abengoa pour son émission d'obligations vertes à haut rendement, la première en Europe. Dans cette opération de 300 millions d'euros, la banque a joué un rôle de teneur de livre associé. Société Générale suit ce leader très innovant du développement durable depuis les années 90. Devenue peu à peu un partenaire de confiance et l'une de ses banques principales, elle a pris part à toutes ses émissions obligataires de référence depuis la toute première, menée en 2009.

« Société Générale a clairement montré sa capacité à accompagner ses clients stratégiques, témoignant d'une compréhension très fine de nos activités et de nos besoins financiers », apprécie Jesús García Quilez, Directeur financier d'Abengoa. « Son soutien constant et à long terme dans notre structuration et nos opérations de financement stratégiques et son aide précieuse dans nos activités au quotidien en font un partenaire fiable et incontournable. »

➔ [www.abengoa.com](http://www.abengoa.com)



## SOUTENIR L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET LES EMPLOIS

Dans plus de 25 pays, Société Générale intervient en partenariat avec les Institutions financières internationales. Ces relations lui permettent d'apporter des solutions de financement nécessaires au développement des entreprises, en particulier les petites et moyennes entreprises. En 2014, le Groupe a encore renforcé cette coopération, nouant des relations avec près d'une vingtaine d'institutions, et notamment avec la Banque européenne d'investissement (BEI), la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD), la Banque de développement du Conseil de l'Europe (CEB), l'International Finance Corporation (IFC), et l'Agence française de développement (AFD).

➔ **AFRIQUE**

### 12,5 M€

Proparco, filiale de l'Agence française de développement, a signé en 2014 un accord de 12,5 M€ avec Société Générale Tchad.

### 20 M\$

Une nouvelle ligne de financement a été signée avec le Ghana, avec l'engagement d'allouer 10 M\$ au secteur agricole.

### 30 M\$

Société Générale au Ghana coopère aussi avec l'IFC avec une ligne dédiée au financement du commerce.

Ces lignes permettent de répondre à la demande croissante des PME locales pour financer des prêts et des projets mais aussi de soutenir l'activité économique et les emplois dans les pays africains.

➔ **RÉPUBLIQUE  
TCHÈQUE**

### 75 M€

C'est l'enveloppe dont dispose Komerční Banka avec la BEI pour financer les PME ayant l'intention d'embaucher au moins un jeune entre 15 et 29 ans (programme *Jobs for Youth*).

### 100 M€

La filiale tchèque a également signé une ligne avec CEB pour financer l'amélioration des conditions de vie dans les zones urbaines et rurales et pour la protection de l'environnement.



[www.societegenerale.com/rse](http://www.societegenerale.com/rse)

300 Md€

C'EST LE CHIFFRE  
D'AFFAIRES  
DU SECTEUR  
DE L'ARTISANAT  
EN FRANCE

50%

1 CLIENT  
PROFESSIONNEL DE  
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
SUR 2 UTILISE  
L'APPLI PRO



ARTISANAT

## UN DISPOSITIF SPÉCIFIQUE POUR ACCOMPAGNER LES ARTISANS

L'artisanat est la première entreprise de France, avec un poids et un rôle de moteur économique important : il emploie collectivement plus de 3 milliards de personnes et génère 300 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Société Générale, partenaire historique de tous les entrepreneurs, entend s'adapter aux attentes spécifiques de cette cible qui représente 25 % de sa clientèle de professionnels et très petites entreprises (TPE), avec des solutions innovantes pour la soutenir dans son activité.

En termes de financement, la banque a ouvert en 2014 aux artisans et aux professionnels une offre spéciale de crédit à un taux exceptionnel de 1,75 %, dans le cadre d'une enveloppe globale de 1,5 milliard d'euros consacrée aux crédits d'investissement. Dans toutes les agences en France, les artisans sont accueillis par un conseiller spécialisé. Toutes les expertises du Groupe sont au service de leur développement, y compris à l'export.

À cette offre qui met l'accent sur la proximité et le conseil s'ajoute la possibilité de contacts quotidiens à distance avec la banque grâce à l'Appli Pro. Cette déclinaison de l'Appli Société Générale a été pensée pour et par les professionnels, et s'est enrichie de nouvelles fonctionnalités en 2014. Elle est aujourd'hui utilisée par plus d'un client professionnel de Société Générale sur deux.

Ce dispositif a recueilli en 2014 des avis très favorables de la part des clients : d'après un baromètre Ipsos/CSA réalisé en début d'année, leur satisfaction est en hausse et démarque clairement Société Générale de ses concurrents, notamment en termes de qualité des conseils, de disponibilité au téléphone, de réactivité dans la réponse aux questions et de pouvoir de décision des conseillers.

[www.societegenerale.com/parolesdentrepreneurs](http://www.societegenerale.com/parolesdentrepreneurs)





MICROFINANCE

## ACTEURS DE LA MICROFINANCE DANS LE MONDE

La microfinance est l'un des principaux instruments d'inclusion financière et participe à la lutte contre la pauvreté. Société Générale s'y engage de deux manières : l'octroi de lignes de refinancement aux institutions de microfinance en devise locale, et la prise de participations minoritaires dans certaines de ces institutions. Avec 76,4 millions d'euros de refinancement octroyés à trente-quatre d'entre elles à fin 2013, en Afrique subsaharienne, au Moyen-Orient, en Afrique du Nord, en Europe de l'Est ou en Asie, Société Générale est l'une des banques les plus engagées dans ce domaine. Via ses filiales africaines, Société Générale a aussi des participations minoritaires mais actives dans cinq institutions au Cameroun, au Ghana, en Côte d'Ivoire, à Madagascar et au Burkina Faso.

Celles-ci sont sélectionnées pour leur sérieux, leur solidité et leur ambition de garantir un impact positif sur la population et l'économie locales.

➔ [www.societegenerale.com/microfinance](http://www.societegenerale.com/microfinance) ★

MICROCRÉDIT

## AUX CÔTÉS DE L'ADIE DEPUIS PRÈS DE 10 ANS

Société Générale est partenaire depuis 2006 de l'ADIE (Association pour le droit à l'initiative économique), pionnière du microcrédit en France. La banque subventionne l'association et lui octroie des lignes de refinancement pour ses microcrédits personnels ou professionnels. En 2014, Société Générale a permis à l'ADIE de financer des prêts pour 4 M€, qui ont contribué à créer ou à maintenir plus de 2 100 emplois. Depuis 2006, le Groupe a refinancé 8 202 microcrédits pour un montant cumulé de 24 millions d'euros. Ce partenariat répond à une double préoccupation de Société Générale : être partenaire des entreprises de toutes tailles et soutenir l'insertion professionnelle.

➔ [www.societegenerale.com/adie](http://www.societegenerale.com/adie) ★



ENTREPRENARIAT

## TROPHÉES DES CHÊNES

Organisés par Société Générale, les Trophées des Chênes récompensent les valeurs entrepreneuriales et familiales qui se transmettent de génération en génération. En 2014, sept éditions régionales en France ont mis à l'honneur les fondateurs, dirigeants et salariés des entreprises dont la dimension humaine et les racines familiales ont su perdurer dans le temps.

➔ [www.tropheesdeschenes.fr](http://www.tropheesdeschenes.fr) ★

"PARMI LES MAINS TENDUES IL Y EN A UNE QUE JE N'OUBLIE PAS : C'EST CELLE DE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE. ILS ONT VU AU-DELÀ DES CHIFFRES ET JE PENSE QU'ILS M'ONT ÉCOUTÉ AVEC LEUR CŒUR."

Nous avons repris notre développement, nous avons créé des emplois, et nous avons continué à reprendre d'autres entreprises en difficulté. C'est grâce à Société Générale que nous existons toujours, donc ce prix a beaucoup d'importance pour moi »

**Édouard Schumacher**,  
Président du Groupe Schumacher,  
lauréat du Grand Prix  
de l'entreprise familiale  
en Île-de-France



Voir la vidéo sur  
[www.societegenerale.com/trophees-chenes](http://www.societegenerale.com/trophees-chenes)

# RUGBY

Société Générale est depuis 27 ans le partenaire du rugby sous toutes ses formes, des clubs amateurs enracinés dans les territoires aux grandes rencontres internationales. Des liens étroits et durables qui font de la banque le partenaire naturel de la Coupe du Monde de Rugby 2015 en Angleterre.



[www.societegenerale.com/engagements-sportifs](http://www.societegenerale.com/engagements-sportifs)

[www.paramourdurugby.com](http://www.paramourdurugby.com)



# A

vec Société Générale et le rugby, l'esprit d'équipe bat plus fort » : c'est la promesse de la banque à tous ceux qui partageront avec elle les grands moments de la Coupe du Monde de Rugby 2015. Déjà partenaire de la compétition en 1991, 1999, 2007 puis depuis 2011 sans interruption, Société Générale est en 2015 l'un des six partenaires majeurs, et la banque officielle de la compétition. Le Groupe associe ainsi son nom à un événement qui sera suivi par 2,5 millions de spectateurs en Angleterre et au Pays de Galles, et 4,5 milliards de téléspectateurs dans le monde.

Les liens de Société Générale avec le monde du rugby vont bien au-delà du sponsoring classique. Aucun autre sponsor n'est aussi proche du rugby amateur en France, où les réseaux d'agences soutiennent 450 clubs régionaux et locaux. Le Groupe, à travers ses filiales et implantations, accompagne également le rugby dans de nombreux pays dans le monde, du Luxembourg à Hong Kong, en passant par le Sénégal et la Turquie. Société Générale est aussi de toutes les grandes rencontres, en France (Top 14, Pro D2) et à l'international, où la banque accompagne le XV de France sur tous les terrains en tant que partenaire officiel. Elle soutient aussi le rugby à 7 qui s'ouvre à de nouveaux publics, notamment scolaires et étudiants, en devenant sport olympique en 2016.



**WE ARE THE BANK**  
**SUPPORTING RUGBY**  
**WORLD CUP 2015**

Banque officielle et partenaire financier exclusif de la Coupe du Monde de Rugby 2015, Société Générale affirme son statut de banque européenne dans le pays qui a vu naître le rugby.





**“MA COUPE DU MONDE IDÉALE ?  
UNE AMBIANCE DE JOIE ET DE FÊTE  
POUR TOUS LES SPECTATEURS, POUR  
QUE CHACUN PUISSE S’IMPRÉNER  
DES VALEURS DU RUGBY.**

De la passion, de l’envie mais pas d’hostilité. Un jeu naturel, à l’instinct, qui fait ressortir le meilleur de chaque nation. Voir les plus grands joueurs donner tout ce qu’ils ont, et voir exploser les futurs grands aux yeux du monde. J’aimerais assister à une finale où s’affronteraient l’Angleterre et la France. L’Angleterre parce que c’est mon pays, mon équipe, mon histoire. La France car j’ai beaucoup de respect pour son rugby et pour ce qu’elle a apporté à notre sport. J’aimerais que ces deux équipes aillent jusqu’au bout, et qu’on se souvienne longtemps de cette Coupe du Monde. »

**Jonny Wilkinson**

**VIVRE LA COUPE DU MONDE  
DE L’INTÉRIEUR AVEC  
JONNY WILKINSON**

Joueur mythique et parmi les plus populaires de l’histoire du rugby, Jonny Wilkinson a fait une immense carrière internationale sous le maillot blanc de l’équipe d’Angleterre avant de marquer de son empreinte le rugby français sous les couleurs du Rugby club toulonnais. En 2014, il achève sa carrière de joueur de la plus belle des façons en étant sacré champion d’Europe et champion de France lors de ses deux derniers matchs. Ambassadeur de Société Générale, il contribue notamment à faire vivre la Coupe du Monde de Rugby 2015 de l’intérieur sur le site dédié aux amoureux du rugby paramourdurugby.com (becauseweloverugby.com au Royaume-Uni).



**EN 2014,  
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
DEVIENT PARTENAIRE  
DU KADIKOY RSK,  
DONT L’ÉQUIPE FÉMININE  
FINIT DEUXIÈME  
DU CHAMPIONNAT  
UNIVERSITAIRE DE RUGBY  
À 7 DE TURQUIE.**



➔ **Voir la vidéo sur**  
[www.societegenerale.com/jonny-wilkinson](http://www.societegenerale.com/jonny-wilkinson)



**DES COLLABORATEURS  
ENGAGÉS**

Les collaborateurs de Société Générale au Royaume-Uni ont souhaité s’impliquer en tant que volontaires dans l’organisation de la Coupe du Monde de Rugby 2015. 25 d’entre eux ont franchi toutes les étapes de sélection et porteront les valeurs d’engagement et d’esprit d’équipe du Groupe au sein du « pack » de l’événement.

# MÉCÉNAT

Mécène de l'art contemporain et de la musique classique depuis plus de deux décennies, Société Générale accélère sa démarche d'ouverture à de nouveaux publics, jeunes en particulier.



[www.mecenatmusical.societegenerale.com](http://www.mecenatmusical.societegenerale.com)

[www.collectionsocietegenerale.com](http://www.collectionsocietegenerale.com)



**F**

aire de la musique un levier d'éducation et d'insertion des jeunes : c'est dans cet esprit que Société Générale est partenaire fondateur de l'orchestre Démos, qui réunit un millier d'enfants issus de zones urbaines sensibles. Sur le même principe, le Groupe soutient depuis 2015 l'orchestre symphonique Divertimento, créé et dirigé par la chef d'orchestre Zahia Ziouani, qui mène de front une carrière internationale de grand chef et un engagement citoyen au cœur des territoires. En faisant découvrir, aimer et pratiquer la musique classique par des publics qui n'y ont pas accès habituellement.

Dans l'autre champ de sa politique de mécénat, l'art contemporain, Société Générale s'ouvre aussi aux jeunes en organisant pour eux des visites de sa Collection. Près de 3 000 enfants la découvrent chaque année lors de parcours découverte conçus pour eux au siège de la banque à La Défense.

Le mécénat culturel du Groupe s'inscrit ainsi dans la durée tout en se renouvelant. Un engagement récompensé en 2014 par l'Oscar Jacques Rigaud du mécénat culturel décerné par Admical.

**"C'EST UNE SCULPTURE  
SUSPENDUE QUI DÉTIENT EN ELLE  
DE NOMBREUX SIGNES CACHÉS."**

Un nœud de Lacan liant le réel à l'imaginaire, des lettres grecques s'y présentent dans le monde des marchés, mais qui ici ne sont visibles que sous un certain angle. »

**Jean-Michel Othoniel**



**NŒUD GREC  
ET SALLE DES MARCHÉS**

Société Générale a fait appel à l'un des artistes français les plus connus et exposés à l'international pour créer Le Nœud Grec. L'œuvre orne l'entrée du nouvel immeuble Basalte à La Défense, qui rassemble depuis 2014 les salles de marchés du Groupe. Les visiteurs extérieurs peuvent aussi la découvrir, comme toutes les œuvres de la Collection Société Générale exposées dans les divers espaces du siège à La Défense et les immeubles de Val de Fontenay.



➔ **Voir la vidéo « Naissance d'une œuvre »**  
sur [www.societegenerale.com/le-noeud-grec](http://www.societegenerale.com/le-noeud-grec)

## LES DISSONANCES : RÉINVENTER L'HARMONIE DE L'ORCHESTRE

Jouer sans chef ? Un défi pour un orchestre symphonique. Le violoniste David Grimal l'a relevé en créant il y a dix ans Les Dissonances, orchestre dont les musiciens viennent de tous horizons et réinventent le plaisir partagé de la musique, en s'affranchissant du star-system. Les Dissonances sont l'un des quatre nouveaux ensembles soutenus depuis 2014-2015 par Mécénat Musical Société Générale. Le Groupe a souhaité encourager sa démarche innovante.



**“AVEC LES DISSONANCES, J’AI VOULU  
CRÉER LES CONDITIONS D’UNE VÉRITABLE  
AVENTURE HUMAINE QUE JE NE VIVAIS PAS  
AVEC D’AUTRES ORCHESTRES DANS  
MA CARRIÈRE DE SOLISTE”**

**David Grimal**



➔ Voir la vidéo sur  
[www.societegenerale.com/david-grimal](http://www.societegenerale.com/david-grimal)

# 18

ORCHESTRES  
SOUTENUS PAR  
MÉCÉNAT MUSICAL  
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
EN 2014, QUI ONT  
DONNÉ ENVIRON  
700 CONCERTS  
EN FRANCE ET À  
L'INTERNATIONAL



## PHILHARMONIE DE PARIS

Grand mécène de la Philharmonie de Paris, Mécénat Musical Société Générale apporte son soutien à la programmation des grands orchestres internationaux. Avec la Philharmonie, qui a ouvert ses portes en janvier dernier, Paris se dote d'une salle de concert d'une qualité

exceptionnelle à la hauteur des autres capitales internationales, avec 2 400 places et de nombreux espaces de travail. Lieu de diffusion mais aussi de transmission, la Philharmonie se fixe également pour objectif de conquérir de nouveaux publics en amenant au concert les jeunes générations et en diversifiant les horizons sociaux du public de la musique.

## ATELIERS ARTISTIQUES POUR ENFANTS

S'ajoutant aux parcours-découverte, Société Générale organise depuis 2015 des ateliers artistiques pour les 6-12 ans autour de sa Collection d'art contemporain. Le premier cycle d'ateliers, articulé autour de l'œuvre « les Bouboys » des Sœurs Chevalme, propose aux enfants d'inventer leur propre motif à dupliquer et partager en habillant des silhouettes humaines spécialement dessinées par Élodie et Delphine Chevalme.



➔ Voir la vidéo  
sur [www.societegenerale.com/  
collection-societe-generale-enfants](http://www.societegenerale.com/collection-societe-generale-enfants)

## FAIRE VIBRER L'ESPRIT D'ÉQUIPE

Reconduit à l'occasion du 150<sup>e</sup> anniversaire de Société Générale, le projet *Playing for salle Pleyel* a réuni au cours de trois concerts à Paris et à Lyon plus de 250 collaborateurs du Groupe, instrumentistes et choristes amateurs, mêlés aux musiciens de l'orchestre Les Siècles. Un grand moment de musique et d'émotion partagé, fruit de l'engagement des deux partenaires dans une forme de mécénat inédite.

➔ Voir les vidéos du concert sur [www.societegenerale.com/ra-PFSP](http://www.societegenerale.com/ra-PFSP)  
et les coulisses sur [www.societegenerale.com/ra-PFSP-coulisses](http://www.societegenerale.com/ra-PFSP-coulisses)

# SOLIDARITÉ

Engagé dans la société civile, le Groupe conjugue le soutien financier de la Fondation d'entreprise Société Générale pour la solidarité à des projets associatifs, et l'implication directe de ses collaborateurs dans des actions de solidarité.



[www.citizen-commitment.com](http://www.citizen-commitment.com)



# E

ngagée dans tous les pays où le Groupe est présent, la Fondation Société Générale a soutenu 102 projets associatifs en 2014 – et 756 depuis sa création en 2006. Accompagnement vers l'emploi, chantiers ou entreprises d'insertion, lutte contre l'illettrisme... À ces actions permanentes en faveur de l'insertion professionnelle, s'ajoute depuis 2015 un soutien spécifique aux associations qui agissent pour l'insertion par la pratique sportive ou culturelle pour des publics en difficulté. Un appel à projets a été lancé sur ce thème et le budget de la Fondation a été augmenté de 250 000 euros, le portant au total à 2,55 millions d'euros en 2015.

S'appuyant sur sa proximité avec les acteurs de l'insertion, du sport et de la culture, Société Générale entend susciter de nouvelles interactions entre ces trois univers. Et mieux accompagner les jeunes dans leur parcours d'intégration en soutenant des projets éducatifs innovants.



**"SPORT DANS LA VILLE VA VERS LES JEUNES  
LÀ OÙ ILS SE TROUVENT, AU CŒUR DES  
QUARTIERS. NOUS LES ACCOMPAGNONS DANS  
LA DURÉE AVEC DES PROGRAMMES SPORTIFS**

qui se prolongent par des programmes d'insertion comme « Job dans la ville », soutenu depuis six ans par Société Générale. L'appui d'une grande entreprise comme la vôtre est très important. D'ailleurs, nous fonctionnons nous aussi de manière entrepreneuriale, dans une logique de résultats. C'est un devoir vis-à-vis de nos partenaires comme des jeunes que nous mettons sur le chemin de l'emploi. »

**Philippe Oddou**, cofondateur  
et Directeur Général de Sport Dans La Ville

**LES  
COLLABORATEURS  
S'IMPLIQUENT**

Tous programmes confondus, les collaborateurs Société Générale ont consacré sur leur temps de travail 1 667 jours hommes en 2014 à des associations partenaires de la Fondation Société Générale ou soutenues par le Groupe en France et à l'international.



## ESPRIT D'ÉQUIPE ET ENGAGEMENT CITOYEN POUR LES 150 ANS DU GROUPE

À l'occasion du 150<sup>e</sup> anniversaire de Société Générale, les *Citizen Commitment Games* ont suscité une adhésion exceptionnelle. 20 000 collaborateurs et 900 équipes à travers le monde ont participé à ce challenge de la solidarité qui a permis de recueillir 907 738 euros au profit d'associations partenaires du Groupe. La finale, au Centre national du rugby à Marcoussis, a réuni 2 000 salariés venus de 30 pays.



➔ Voir la vidéo sur [www.societegenerale.com/citizen-commitment-games](http://www.societegenerale.com/citizen-commitment-games)

## PROGRAMMES D'ÉDUCATION FINANCIÈRE

Les équipes de Société Générale s'impliquent dans des actions d'accompagnement des jeunes dans l'apprentissage d'une gestion autonome de leur budget. En France, près de 200 collaborateurs volontaires participent en 2015 à un programme mené par Société Générale et l'association de lutte contre le surendettement Crésus, qui devrait concerner 3 000 jeunes dans l'année. Des initiatives similaires sont menées dans de nombreux pays. Notamment au Maroc, pour accompagner la bancarisation croissante de la population ; en Albanie, où Société Générale s'est associée à la Global Money Week ; en République tchèque, où la filiale Komerční Banka et sa fondation KB Jistota accompagnent les jeunes dans le cadre du programme international Skills to succeed ; ou encore en Espagne, où une équipe de volontaires permanents mène un programme d'éducation financière en partenariat avec la Fondation Integra.



➔ Voir la vidéo sur [www.societegenerale.com/education-financiere](http://www.societegenerale.com/education-financiere)

## "CE SOUTIEN FINANCIER, IL A UNE VALEUR PARTICULIÈRE PARCE QU'IL VIEN DE PERSONNES QUI S'ENGAGENT."

Il est fort de ces centaines de personnes qui ont voulu faire quelque chose, il porte un enthousiasme que d'autres types de soutiens financiers n'ont pas. Ça nous inspire aussi, ça nous donne envie d'aller plus loin »

**Charles-Edouard Vincent,**  
créateur d'Emmaüs Défi,  
association bénéficiaire des  
*Citizen Commitment Games*,  
membre du conseil d'administration  
de la Fondation Société Générale





**PALANI NAMA - Directeur Architecture Informatique et Stratégie**

## LE MENTORING EST UNE RELATION DE RÉCIPROCITÉ

Dans le cadre du « Programme de promotion des talents en Inde », nous aidons des jeunes issus de groupes défavorisés. Nous leur apportons un soutien financier et un accompagnement qui les aideront à réaliser leurs ambitions. Je suis actuellement un jeune qui possède beaucoup de qualités. Il avait besoin d'un peu d'aide pour progresser sur le plan relationnel et comportemental

en entreprise. Je lui apporte mon expérience pour l'aider à faire face à l'avenir.

Ce programme est une formidable opportunité pour moi. L'accompagnement n'est pas seulement une relation à sens unique, c'est l'occasion pour moi d'apprendre de nouvelles choses à leur contact.

**“APPORTER  
MON EXPERTISE  
A ÉGALEMENT ÉTÉ  
RICHE D'ENSEIGNEMENTS  
POUR MOI”**

Inde



# UN ESPRIT DE RESPONSABILITÉ ET D'ENGAGEMENT COLLECTIFS



**HANAE BENNANI - Responsable communication digitale**

## DIFFUSER UNE CULTURE DU RISQUE PARTAGÉE

En tant que banquiers, la prise de risques fait partie de nos activités au quotidien. La maîtrise des risques est plus que jamais une attente forte. Une large sensibilisation est un véritable enjeu, et je souhaite contribuer à l'inscrire dans la culture d'entreprise pour faire de Société Générale LA référence en matière de maîtrise des risques.

La solidité de notre démarche tient à un travail d'équipe, de co-création et de partage d'expérience. Avoir la « risque-attitude », c'est se sentir individuellement et collectivement responsable d'une partie du bon fonctionnement de la banque et avoir conscience des multiples conséquences de nos actes.

**“FAIRE DE  
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE  
LA RÉFÉRENCE  
EN MATIÈRE  
DE RISQUES”**

Maroc





BLANCHE BANGUIO ASTARIS - Expert amélioration continue

## DÉVELOPPER UN ÉTAT D'ESPRIT D'AMÉLIORATION CONTINUE

“JE SENSIBILISE DE JEUNES PROFESSIONNELS À L'IMPORTANCE D'UNE BONNE GESTION DE BUDGET”

Je pilote un projet d'éducation financière qui vise à sensibiliser de jeunes professionnels à l'importance, au quotidien, d'une bonne connaissance des instruments financiers. Je me rends régulièrement dans des lycées, pour assurer des formations. Nous tentons de développer ensemble un esprit d'équipe, pour que l'entreprise aide ces jeunes professionnels :

leur faire prendre conscience qu'il faut savoir gérer correctement leur budget leur donne des chances supplémentaires de réussir.

Mon engagement aux côtés de ces jeunes me donne le sentiment d'aller au-delà du rôle traditionnel de l'entreprise. Et de contribuer à mieux aborder leur avenir.

France



Voir ces témoignages sur [www.societegenerale.com/nos-collaborateurs2](http://www.societegenerale.com/nos-collaborateurs2)



FELIX ORSINI - Co-responsable mondial des émissions de dette d'entreprise

## INVESTIR DE MANIÈRE RESPONSABLE

“VISER LE LONG TERME IMPLIQUE D'ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION DES COMPORTEMENTS”

Je co-dirige une équipe d'environ 40 personnes à travers le monde qui conseillent les grandes entreprises pour leur financement sur le marché obligataire.

Les obligations vertes sont des obligations classiques dont les fonds doivent être utilisés exclusivement pour des investissements

socialement responsables. Pour les entreprises, c'est un moyen de montrer qu'elles sont engagées sur des sujets de long terme et de toucher une base d'investisseurs sensibilisés à cette thématique. Pour Société Générale, cette notion d'engagement sur le long terme est essentielle. Nous sommes très présents sur le marché des obligations responsables.

France





**Nous remercions  
les clients et collaborateurs  
du groupe Société Générale  
qui ont contribué  
à la réalisation  
de ce document.**

---

Direction de la Communication  
TOURS SOCIÉTÉ GÉNÉRALE – 75886 PARIS CEDEX 18

## Société Générale

SIÈGE SOCIAL : 29, BD HAUSSMANN – 75009 PARIS  
TÉLÉPHONE : +33 (0)1 42 14 20 00  
SOCIÉTÉ ANONYME FONDÉE EN 1864  
CAPITAL EN EUROS AU 31 MARS 2015 : 1 007 625 077,50 €  
552 120 222 RCS PARIS

[www.societegenerale.com](http://www.societegenerale.com)

---

SAUF MENTION CONTRAIRE, LES CHIFFRES PUBLIÉS  
DANS CE DOCUMENT SONT ÉTABLIS AU 31/12/2014.

### **DIRECTION DE LA PUBLICATION**

Caroline Guillaumin

### **DIRECTION DE LA RÉDACTION**

Murielle Porte

### **RÉDACTION EN CHEF**

Olivier-Armand Poly

### **CONCEPTION**

Matthew Johnson  
Sacha Borel

### **RÉDACTION**

Charlotte Ripken  
Pierre Salanne

### **CRÉATION-RÉALISATION**

Publicis Consultants

### **CRÉDITS PHOTO**

Hero Images/Corbis (couverture),  
Antoine Doyen (pp. 4, 7, 14-16, 20 et 40),  
Silvère Gérard/AFP (pp. 12, 31), Getty  
Images/Westen61 (p. 22), Reuters/Andrew  
Kelly (p. 22), Merck KGaA, Darmstadt  
Germany (p. 23), Jaguar Land Rover (p. 24),  
Lotos (p. 25), Comstock Images (p. 26),  
OJO Images (p. 27), S. d'Halloy (pp. 32-33),  
Getty Images/David Olivier (p. 35), Cevital  
(p. 44), Abengoa (p. 45), Getty Images/  
Cultura RF (p. 46), Getty Images/Randy  
Plett (p. 47), TM©RWC Ltd 2008 (p. 48),  
Mark Kolbe/Getty Images (p. 49), FrankRJ  
(p. 50), Charles Platiau (p. 51), Vincent  
Krieger (p. 51), Catherine Cabrol (p. 52),  
stade image (p. 53), Jean-Sébastien Rochat  
(p. 53), Lan Tham (p. 53), DR.

### **IMPRESSION ET DIFFUSION**

SG Publishing Services /  
Service Imprimés et Logistique

