

2006 :
succès confirmé pour la marque HSBC en France

Conférence de Presse du 5 mars 2007

HSBC 

Votre banque, partout dans le monde

Avertissement

Cette présentation peut contenir des déclarations prospectives relatives à la situation financière aux résultats des opérations et à l'activité de HSBC France.

Ces déclarations prospectives expriment les prévisions ou les opinions de HSBC France concernant les évolutions futures et elles sont sujettes à des risques connus et inconnus, et à des incertitudes qui pourraient faire que les résultats, performances et événements diffèrent sensiblement de ceux qui sont présentés ou sous-entendus dans ces déclarations.

Les chiffres financiers figurant dans cette présentation sont rapprochés avec les données consolidées (correspondant au périmètre légal) qui font l'objet d'un audit des commissaires aux comptes.

Sauf mentions contraires, les chiffres financiers figurant dans cette présentation sont établis selon les normes comptables IFRS, et correspondent au périmètre France, format utilisé par le Groupe HSBC pour la mesure des performances de HSBC France.

2006 : succès confirmé pour la marque HSBC en France

Sommaire

Bons résultats dans une année de forts changements

Forte progression de la notoriété

Accélération du développement commercial

Renforcement des services aux clients

Une entreprise responsable



HSBC 

Votre banque, partout dans le monde

Bons résultats dans une année de forts changements



HSBC 

Votre banque, partout dans le monde

Bons résultats dans une année de forts changements

Résultats du Groupe en France

► Périmètre France (M€)

	2005	2006	vs 2005	hors plus-values et provisions ⁽¹⁾
PNB	2 490	2 608	5%	4%
Provisions pour risque de crédit	69	-12	ns	
PNB après provisions	2 559	2 596	2%	
Frais généraux	1 804	1 827	1%	
Résultat d'exploitation	755	769	2%	15%
Résultat avant IS	760	787	4%	17%

Coefficient d'exploitation	72,4%	70,0%
-----------------------------------	--------------	--------------

Rendement des capitaux investis ⁽²⁾	12%
---	------------

- o Une évolution modérée des revenus, impactée par une stratégie active de transformation de la banque de détail et de conquête de clientèle
- o Une très bonne maîtrise globale des frais généraux, en dépit de nos investissements significatifs dans le développement commercial, la marque et la migration de nos plateformes techniques
- o Un coût du risque toujours faible (14 pb en banque de détail)
- o Une grande solidité financière avec un ratio de solvabilité (Tier One) à 9,9%

(1) Hors plus values de cession de titres, variation de la provision PEL/CEL et variation des provisions pour risque de crédit

(2) Sur périmètre légal

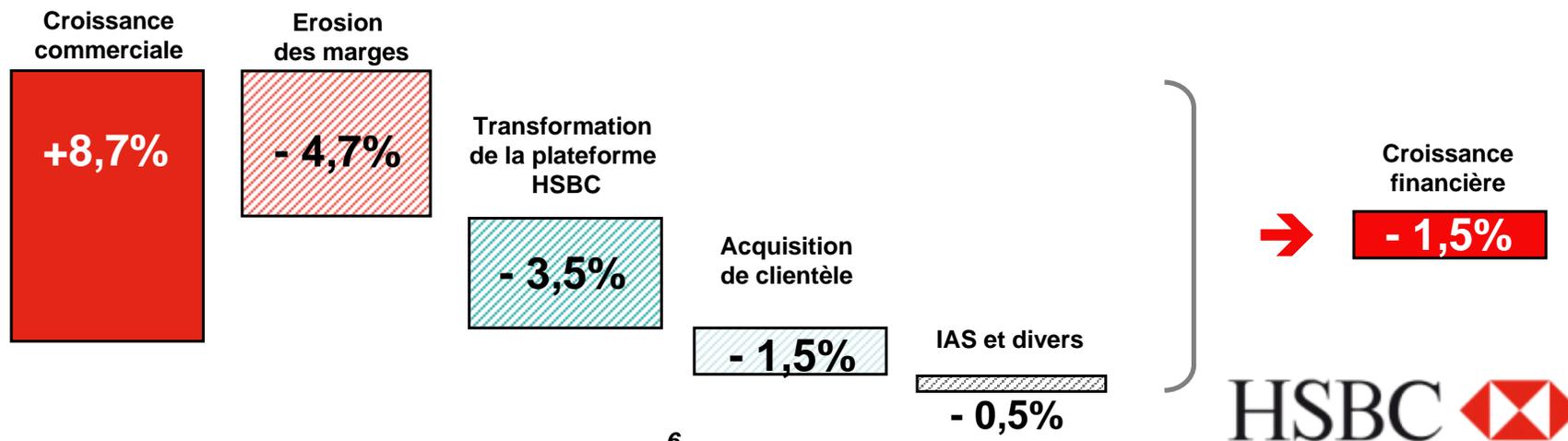
Bons résultats dans une année de forts changements

Banque de Détail

- o Une très forte dynamique de conquête de clientèle ciblée sur les segments stratégiques
- o Accompagnée d'une forte croissance des volumes
- o Avec un développement notable de nos offres à l'international et sur Internet
- o Et un résultat financier impacté par l'évolution des marges et l'investissement de transformation de la banque
- o Une progression des coûts limitée à 1,3% grâce notamment à un strict contrôle

M€	PNB	% vs 2005
Banque de Particuliers	889	-2,4%
Banque d'Entreprises	702	-0,4%
Total	1591	-1,5%

► Estimation de l'évolution des revenus de la Banque de Détail



Bons résultats dans une année de forts changements

Banque de grande Clientèle et Marchés

- o Une forte concentration vers les produits à valeur ajoutée destinés à notre clientèle dans le cadre d'une maîtrise rigoureuse des risques pondérés (-6% par rapport à 2005)
- o La poursuite du succès du développement des plateformes de produits dérivés implantées à Paris
- o Une très bonne année dans l'activité de Global Banking
- o En Gestion d'Actifs, une forte progression des encours sous gestion franchissant le seuil de 100 Md US\$* (soit 30% des encours sous gestion du Groupe), accompagnée d'une remarquable progression des revenus

M€	PNB	% vs 2005
Banque de Grande Clientèle et Marchés	917	+17 %
Hors plus-values de cession de titres		+20%

* Y compris les encours de Sinopia UK

► Évolution des revenus des activités à valeur ajoutée

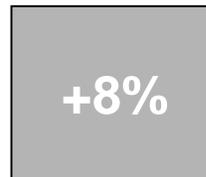
Fixed Income
&
Dérivés de taux



Dérivés Actions



Gestion d'Actifs
Encours sous gestion



Gestion d'Actifs
Revenus



Bons résultats dans une année de forts changements

Banque Privée

- o Confirmation du redressement de la Banque Privée tant en encours qu'en revenus

M€	PNB	% vs 2005
Banque Privée	105	+17 %

► Progression des encours sous gestion et des revenus

Banque Privée
Encours sous gestion

+13%

Banque Privée
Revenus

+ 17%

Bons résultats dans une année de forts changements

Estimation de l'évolution de la contribution aux revenus et résultats du Groupe

- ▶ **Malgré les transferts et cessions d'activités représentant 1/3 de ses revenus, HSBC en France a enregistré une croissance de ses recettes de 50% depuis 1999.**

- ▶ **Par ailleurs, plus de US\$ 450M de revenus ont été générés par HSBC en France au profit des autres entités du Groupe HSBC en 2006, dont:**
 - o 310M US\$ de recettes provenant des grandes entreprises françaises
 - o Marchés, principalement sur les produits dérivés : 85M US\$
 - o Produits de la gestion d'actifs : US\$ 50M

Forte progression de la notoriété



HSBC 

Votre banque, partout dans le monde

Forte progression de la notoriété

Une marque dynamique qui gagne en notoriété

- ▶ Lancement de la marque HSBC en France en novembre 2005, créant un réseau **national de 380 agences** HSBC précédemment CCF, Banque Hervet, UBP, Banque de Baecque Beau et Banque de Picardie
- ▶ Forte progression de la notoriété globale* en France

Pour les particuliers

- **49%** de notoriété globale en novembre 2006
Octobre 2005: 16% Janvier 2006: 24%
- **56%** de notoriété globale en Région Parisienne
- **69%** de notoriété globale chez les étudiants

*Etude Research International novembre 2006***

Pour les entreprises

- **89%** de notoriété globale auprès des entreprises
- **87%** des clients recommanderaient HSBC

*Etude Research International novembre 2006****

- ▶ **6 non-clients particuliers sur 10 et 7 non-clients entreprises sur 10** trouvent que HSBC est dynamique, ce qui la classe en 1ère position des banques françaises

* Assistée + spontanée

** Cette étude a été réalisée par Research International du 13 au 29 novembre 2006 par téléphone. Les interviews ont été réalisées auprès d'échantillons de personnes impliquées en matière de décisions financières et bancaires au sein de leur foyer représentatif de la population ayant un revenu annuel net du foyer supérieur ou égal à 35 000€ et des étudiants faisant des études supérieures (bac +2 et plus).

*** Etude Research International comportant deux analyses:

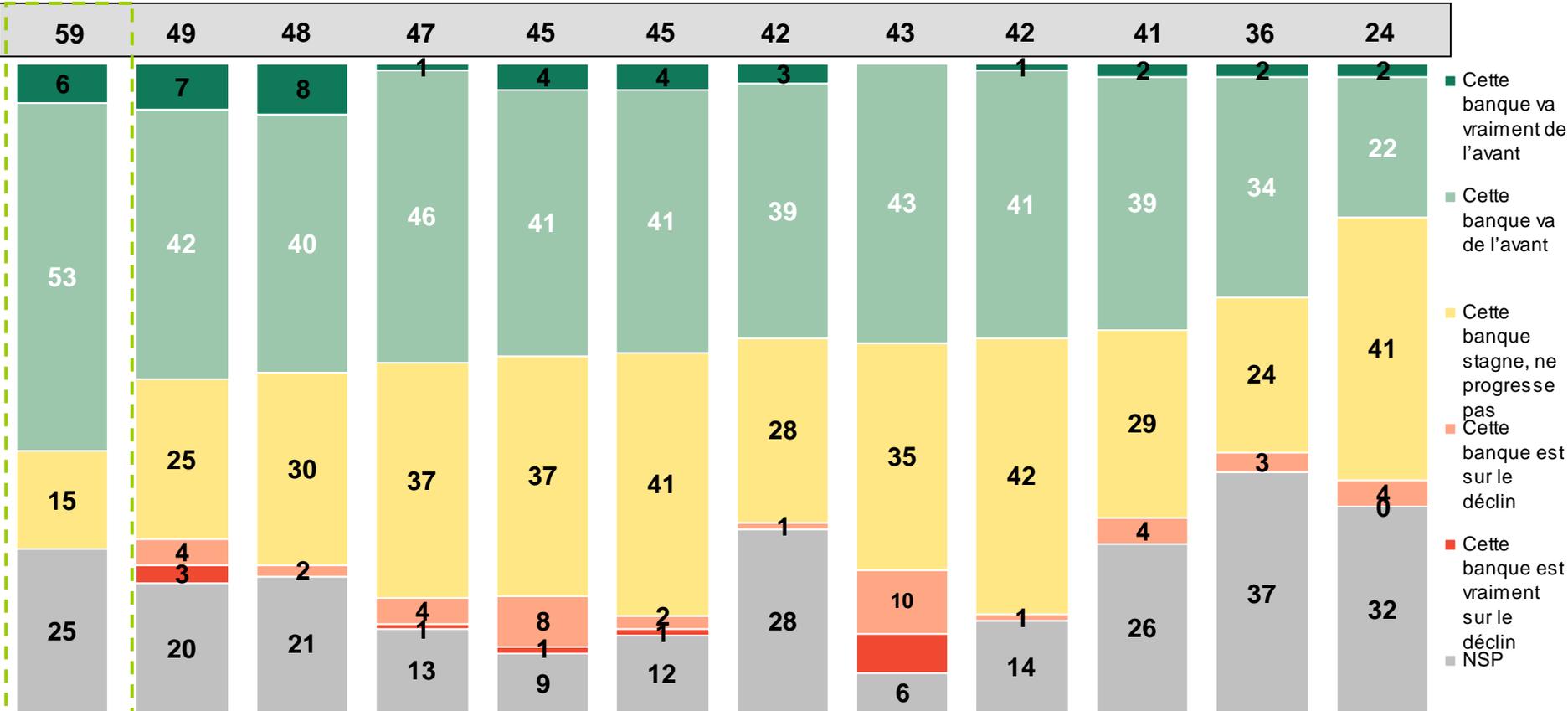
- la 1ère réalisée du 14 novembre au 05 décembre 2006 sur un échantillon de 300 entreprises clientes et non-clientes (CA compris entre 750K€ et 75M€) et portant sur la notoriété.
- la 2nde réalisée du 6 au 21 novembre 2006 sur 400 entreprises clientes consistant en un baromètre de satisfaction.

Forte progression de la notoriété

Une marque dynamique qui gagne en notoriété

- ▶ 6 non-clients particuliers sur 10 trouvent que HSBC est dynamique - HSBC classée en 1ère position des banques françaises

Extrait de l'étude Research International de novembre 2006



Accélération du développement commercial



HSBC 

Votre banque, partout dans le monde

Accélération du développement commercial

Une banque qui attire le public et qui accroît sa présence auprès de sa clientèle

► Nouveaux clients

Particuliers et professionnels

- o **90 000 entrées** en relation en 2006 sur l'ensemble des réseaux (+37% par rapport à 2005)
(63 000 pour HSBC France)
- o **44 000** nouveaux clients « stratégiques » chez HSBC France en 2006 (+130% par rapport à 2005)
- o **Croissance nette** de la base de clients HSBC Premier de près de **6%**
- o **Multiplication par 3 du nombre des entrées en relation avec les étudiants**

Entreprises

- o **15 000 entrées en relation avec des PME en 2006 pour HSBC France** (+48% par rapport à 2005)
- o **Croissance nette** de la base de clientèle de près de **5%**

Accélération du développement commercial

Une banque qui attire le public et qui accroît sa présence auprès de sa clientèle

▶ Banque de Détail - groupe HSBC en France : une activité commerciale soutenue

Progression des encours avec les particuliers

- o **+ 8%** en dépôt à vue (**+6%** en 2005)
- o **+43%** de production de crédits immobiliers
- o **+14%** d'augmentation des encours en assurance-vie d'Erisa (taux du marché = 11% source FFSA)
- o Part investie en « Unités de Compte » atteint **35%** des nouveaux versements (13% en 2005)

Progression des encours avec les entreprises

- o **+12%** de dépôts (**+4%** en 2005)
- o **+ 41,5%** de production de crédits d'équipement (**+11%** en 2005)

Accélération du développement commercial

Une banque qui attire le public et qui accroît sa présence auprès de sa clientèle

► Confirmation en 2006 du bon positionnement de la Banque de Grande Clientèle et de Marchés

Progression dans les classements

- o **4ème** sur le marché des émissions obligataires (8ème en 2000)
source Bloomberg – émetteurs français, toutes devises
- o **6ème** des crédits syndiqués (11ème en 2000)
source Dialogic Loanware, bookrunner
- o **5ème** sur le marché des introductions en bourse (16ème en 2000)
source Bondware, classement pondéré
- o **7ème** sur les fusions et acquisitions (17ème en 2000)
source Thomson Financial, opérations réalisées

Fort développement des plate-formes globales de taux et de dérivés implantées à Paris

- o Multiplication par 3,1 des revenus de la plate-forme de dérivés actions entre 2005 et 2006
- o Revenus des activités de Fixed Income et de dérivés de taux en hausse de 50% par rapport à 2005

Accélération du développement commercial

Développement de l'activité commerciale

► Poursuite du développement de la Gestion d'Actifs

- o Progression des encours à **84,5 Mds** d'euros à fin 2006
- o Dynamisme spécifique de la **gestion d'actifs en France qui représente 30% des encours gérés par le Groupe HSBC**
- o **Forte expansion sur des marchés stratégiques en Europe Continentale** hors France qui se traduit par des stocks d'encours significatifs : 8 Mds d'euros générés sur la Suisse, l'Italie, l'Espagne et la Scandinavie
- o Poursuite du développement international de Sinopia avec la création de **Sinopia UK**
- o **Développement d'Halbis en France**, spécialiste de la gestion fondamentale action du Groupe HSBC avec 3,4 Mds d'euros de collecte en 2006

► Positionnement de la Banque Privée renforcé

- o Développement de la couverture géographique avec **l'ouverture de 3 bureaux en région : Lyon, Marseille, Bordeaux**
- o Relance de la dynamique commerciale : **+13%** en termes d'encours avec **13,4 Mds** d'euros

Accélération du développement commercial

Développement de l'activité commerciale

► Développement de l'assurance

- o **Croissance de la collecte ERISA : près de 10 %** soit plus de 3 points supérieur à la croissance du marché 6,5 % (hors effet PEL et Fourgous)
- o **Croissance de l'encours ERISA : + 14 %** soit + 3 points supérieur à la croissance du marché (+ 11 %)
- o Part en UC dans la collecte ERISA sur 2006 : 35 %
- o Lancement de **HSBC Stratégie Patrimoine**, contrat d'assurance-vie patrimonial

Renforcement des services aux clients



HSBC 

Votre banque, partout dans le monde

Renforcement des services aux clients

Développement des moyens au service de la clientèle

► Des moyens commerciaux accrus pour mieux servir les clients

- o **220 créations de postes de commerciaux**, soit une progression de l'effectif de commerciaux de 11%, pour le réseau HSBC France
- o **Effectif du Centre de Relations Clients X 2,5 en 2 ans**
 - Recrutement en 2006 d'experts dédiés (titres, international, HSBC Premier)
 - 15% de l'effectif est bilingue anglais
- o **Ouvertures d'agences et de Centres HSBC Premier réalisées à ce jour**
 - **20** agences sous marque HSBC
 - **8** Centres HSBC Premier
 - **12** agences sous marque de banque régionale
- o **Perspectives 2009 : accroissement d'1/3 de la couverture physique de la clientèle stratégique**

► Renforcement de l'interactivité clientèle

- o **Partenariats avec des organismes professionnels**
 - Union des Jeunes Avocats
 - Inter-syndicat national des Internes des Hôpitaux et des Chefs de Clinique
- o **Interactivité avec les étudiants**
 - HSBC Tour
 - Course Croisière Edhec

Renforcement des services aux clients

Développement de la qualité du service au client

► Baromètre de la relation banque-client

(source : Cosmobay Vectis, décembre 2006)

- o HSBC France est parmi les 3 banques les mieux notées, avec notamment une **1ère place** pour :
 - **Sa souplesse en cas de problème**
 - **Son aptitude à conseiller des produits bien adaptés aux besoins des clients**
 - **Sa facilité à délivrer une réponse correspondant à la demande du client**

► Renforcement du département « qualité »

De nouveaux canaux pour écouter la « voix du client »

- o Mise en place d'un **numéro vert qualité qui a traité en 2006 près de 2000 demandes clients**
- o Un support « A l'écoute de vos commentaires » a été mis à disposition du réseau et a permis de recueillir les suggestions de 4000 clients (réseau et site Internet)

Des enquêtes de satisfaction menées auprès de nos clients

- o 87% des clients entreprises sont prêts à nous recommander
- o 94% des clients particuliers sont satisfaits de la disponibilité, la compétence et l'amabilité des équipes d'accueil

Des visites mystères menées dans 300 agences

ont permis de mesurer la qualité délivrée **dans le réseau et ont alimenté notre programme** de formation interne à la satisfaction client

Renforcement des services aux clients

Une qualité de produits attestée par les classements

► La Gestion d'Actifs de HSBC en France a obtenu

- o **Les lauriers d'argent pour la gestion actions et diversifiée** (Investir Magazine – décembre 2006 – meilleurs gestionnaires sur 5 ans)
- o **4 et 5 étoiles pour l'ensemble des fonds de la gamme « multi-manager »** (Standard & Poor's – décembre 2006)
- o **Le 3ème prix pour « HSBC GIF Euro High Yield Bond »** dans la catégorie « High Yield Bonds » (Agefi – Grand Prix de la gestion d'Actifs)
- o **Meilleur fonds sur 10 ans pour Actiprimes Obligations** dans la catégorie Global Bond Hedged Euro (Reuters Lippers Funds Awards France – 2006)
- o **53% des fonds actions européennes d'Halbis sont classés 1er ou 2ème quartile** de leur catégorie Micropal sur 1 an

► La Banque Privée de HSBC a vu la qualité de sa gestion reconnue avec

- o **« OPA Monde », meilleur fonds** sur 3 ans de la catégorie actions internationales et **« Senioractions », 2ème ex æquo**, même catégorie (Agefi – Grand Prix de la gestion d'Actifs)
- o **« America LMM », 3ème fonds de droit français** sur 5 ans de la catégorie actions et mixtes Amériques (Grand prix des Sicav 2006 du Figaro et du Journal des Finances)
- o **« New Internet Europe », meilleur fonds sur 5 ans** de la catégorie Actions Secteur Technologie (Lippers Funds Awards France – 2006)

Renforcement des services aux clients

Une offre différenciante à l'international

▶ HSBC France attire un nombre croissant de clients à l'international...

- o **+64%** d'entrées en relation avec des clients internationaux * en 2006
- o **38%** des entrées en relation avec les clients HSBC Premier sont des clients internationaux*
- o **80%** des étudiants, nouveaux clients, choisissent par préférence la « Convention Avenir » intégrant notamment des virements gratuits à l'international quel que soit le montant, la devise, la fréquence

▶ et développe une offre internationale unique sur le marché

- o Développement de ***l'offre HSBC Premier International***, offre bancaire unique sur le marché français permettant l'accompagnement de clients particuliers à l'international
- o Accompagnement des clients à l'international, à travers ***36 International Business Centres (IBC)*** dans le monde, et un réseau de plus de 200 correspondants « clientèle » internationale en France
- o Selon l'étude Precepta * * de septembre 2006, HSBC France est la « ***seule banque à proposer dans chaque pays une entité spécifique dédiée « IBC*** », afin de faciliter les liens entre les agences à l'échelle internationale en s'appuyant sur son réseau informatique unique »
- o ***Offre « Corporate Expatriate Employee Program*** » qui facilite l'ouverture de comptes pour les expatriés de grandes entreprises
- o Programme « ***Buying a Home in France*** » (production de crédits immobiliers **X 3** en 2006)

* Client international = expatrié, impatrié ou étranger vivant hors de France

** Étude sur l'identité des banques et leur stratégie d'image sur le marché des particuliers

L'international

► Un accompagnement spécifique pour les entreprises

- o Mise en place des **Clubs Pays**

Objectif = faciliter l'installation et/ou le développement d'entreprises françaises à l'étranger et réciproquement

- Création du **Club Pays UK** en novembre 2006
- Création du **Club Pays Asie** en avril 2007
- o **+73% de virements internationaux** pour les entreprises via ElysPC
- o Opérations de **commerce international** en **croissance de 12%**
- o Un accompagnement accru des grandes entreprises françaises dans le réseau mondial d'HSBC générant un **revenu significatif au profit du Groupe HSBC : 310 M US\$ en 2006**

Renforcement des services aux clients

L'international

► Une expertise internationale reconnue par les entreprises et les investisseurs

Des capacités internationales au service des grandes entreprises françaises

- o HSBC **numéro 1 en Cash Management** pour le monde – *Classement Euromoney 2006*
- o HSBC **numéro 1** en matière de recherche et de conseil sur le change – *Classement Euromoney 2006*
- o HSBC a été élue « **meilleure banque de financement** » en Europe et en Chine en 2006
- o HSBC est la **banque leader pour les financements émis sur les marchés asiatiques** (obligations en monnaie locale, crédits syndiqués) - *Euroweek*
- o HSBC **leader sur les devises émergentes pour les clients français**
 - Volume d'activité de change sur devises émergentes **X 4** en 2006 avec les clients en France
 - Les opérations ont porté sur plus de 40 devises émergentes
- o HSBC est l'un des **leaders sur les émissions obligataires en devises étrangères** pour les clients français

17ème en 2002 →

2ème en 2006

Des produits d'investissement internationaux pour les investisseurs, notamment :

- o **HSBC Gif Indian Equities** a été classée par *Challenges* **meilleure SICAV internationale** commercialisée en France - *catégorie meilleures SICAV et assurances-vie sur 10 ans* - et a obtenu les **Lauriers d'Or d'Investir**
- o **SINOPIA Japan Index Plus** a été classé **3ème** par l'Agefi dans la catégorie Actions Asiatiques

Renforcement des services aux clients

Un investissement technologique soutenu

► Migration de HSBC France sur HUB, l'une des principales plate-formes informatiques

Dans le monde

- o 61 pays, où le Groupe HSBC est implanté, ont déjà migré sur HUB, pour 10 millions de comptes, avec 764 millions de transactions par an

En France

- o **Basculé** réalisé de 2 banques sur HUB : HSBC Picardie en novembre 2004, HSBC UBP en novembre 2005,
- o **Basculé** de HSBC France au cours du printemps 2007 sur une **plate-forme bancaire solide et modulaire**, s'appuyant sur un socle Groupe, tout en intégrant les spécificités pays

► Développement des services à forte valeur technologique

Forte progression des abonnements sur ElysPC, logiciel transactionnel pour les entreprises

Qualité des services de Banque à Distance

(source : Testé pour Vous, décembre 2006)

- o HSBC France a été considéré comme « **meilleur choix** » tant :
 - Pour son service transactionnel Internet, **www.hsbc.fr**
 - Que pour son Centre de Relations Clients
- o **80% des ordres de bourse** des clients d'HSBC France se font par Internet, via **hsbc.fr**
- o **+ 57% de virements par Internet** via **www.hsbc.fr** pour les clients particuliers

Une entreprise responsable



HSBC 

Votre banque, partout dans le monde

Ressources Humaines

► HSBC France, un recruteur significatif et un promoteur de talents

Recrutements effectués en 2006

- o **1 100** recrutements en CDI dont 750 cadres (780 en 2005 en CDI dont 470 cadres)

Un effort significatif en terme de formation des jeunes étudiants

- o **750** stagiaires, dont 2/3 en grande clientèle et gestion d'actifs et **350** contrats en alternance

Une opportunité motivante pour les étudiants

- o De façon générale, **50% des stagiaires et des contrats en alternance sont embauchés** à l'issue de leur stage

Un effort de développement des talents

- o **1 200** mobilités en 2006
- o **80%** des lauréats ITB/CESB promus dans l'année

Ressources Humaines

► Un employeur responsable

Une égalité professionnelle qui se traduit par une part croissante de postes à responsabilité occupés par des femmes

- o **25%** des membres du Comité de Direction Générale sont des femmes
- o **32%** des Directeurs d'Agence sont des femmes
- o **43%** des cadres sont des femmes (36% pour les autres banques AFB)

La mise en oeuvre de la Charte de la Diversité signée en 2004

L'engagement des collaborateurs partie intégrante de l'évaluation du management

- o Le niveau d'engagement des salariés sera désormais mesuré et constituera l'un des critères d'évaluation du management en France

► Un employeur reconnu

- o **Classement Universum** (septembre 2006) des employeurs idéaux pour les étudiants français : HSBC France, **3^{ème}** employeur idéal pour les étudiants en finance
- o **The European Student Barometer** (octobre 2006, étude européenne sur le thème emploi & carrière réalisée auprès des écoles de commerce et d'ingénieur sur 33 000 étudiants dans 14 pays dont 3 000 français) HSBC, **26^{ème}** entreprise - tous secteurs confondus - préférée des étudiants en écoles de commerce (+31 places par rapport à 2005)

Responsabilité d'Entreprise

► Actions 2006 en France et dans le cadre du Groupe

Éducation

- o **Fondation HSBC pour l'Éducation** : lancée en France en 2006 avec 19 projets soutenus pour 3 ans (2006 - 2009) retenus lors du premier appel à projet (800 enfants concernés)
- o « Future First », programme de **10 M US\$ sur 5 ans** pour venir en aide aux enfants en situation de grande précarité

Microfinance

- o France : Prise de participation dans le fonds Financités de Planet Finance
- o Quelques exemples dans le reste du Groupe :
 - Mexico : ligne de crédits de 50M US\$ allouée à l'Institution de microfinance Compartamos
 - Philippines et USA : mise en place d'une carte « opportunity » permettant aux travailleurs immigrés d'envoyer de l'argent à leur famille aux Philippines

► Le Groupe HSBC : un groupe socialement responsable

- o « **Sustainable Banking Awards** » 2006 du *Financial Times* : HSBC désignée banque du développement durable de l'année
- o HSBC, **leader du secteur des banques et institutions financières du Climate Leadership Index** du Carbon Disclosure Project*

* Étude qui recense l'ensemble des stratégies de 1000 grandes entreprises mondiales vis-à-vis du changement climatique

Partagez-vous notre point de vue ?



HSBC 

Votre banque, partout dans le monde