

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

1^{er} JUIN 2017

|

UIB DANS SA VERSION 2016

**UNE BANQUE SOLIDE
AVEC DES RÉSULTATS AU-DELÀ
DES PRÉVISIONS**

BONNE DYNAMIQUE COMMERCIALE



■ Secteur des 6 autres grandes banques privées.

Un réseau modernisé et en croissance

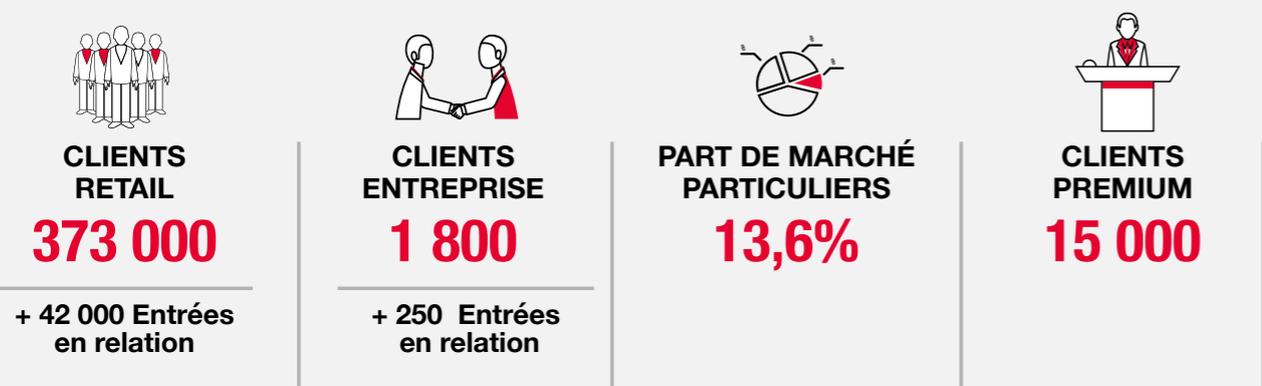


140 Agences

Un réseau spécialisé centré sur les besoins de la clientèle

- 6 Centres d'Affaires
- 24 conseillers haut de gamme
- 5 animateurs financiers

UN FONDS DE COMMERCE EN DÉVELOPPEMENT



BANQUE DIGITALE



Parallèlement à l'expansion de son réseau, l'UIB poursuit activement le développement et l'adaptation de ses canaux digitaux et de banque à distance (Banque par téléphone, Centre d'appel, SMS banking, Internet banking, Mobile banking, GAB et Mobile payment), adoptés de manière croissante par les clients comme modes privilégiés de contact avec la banque et de réalisation de leurs transactions. Avec pour objectif de leur offrir une « expérience client » enrichie, leur apportant simplicité, mobilité, instantanéité, transparence et personnalisation.

REVENUS EN HAUSSE ET CHARGES MAÎTRISÉES



PRODUIT NET
BANCAIRE

+ 14,3%

+ 11,3%

CHARGES
OPÉRATOIRES

+ 9,8%

+ 9,5%

RÉSULTAT
BRUT
D'EXPLOITATION

+ 19%

+ 12,8%



MARGE D'INTÉRÊT

+ 1,9%

+ 4%

MARGE SUR COMMISSIONS

+ 39,1%

+ 15,6%

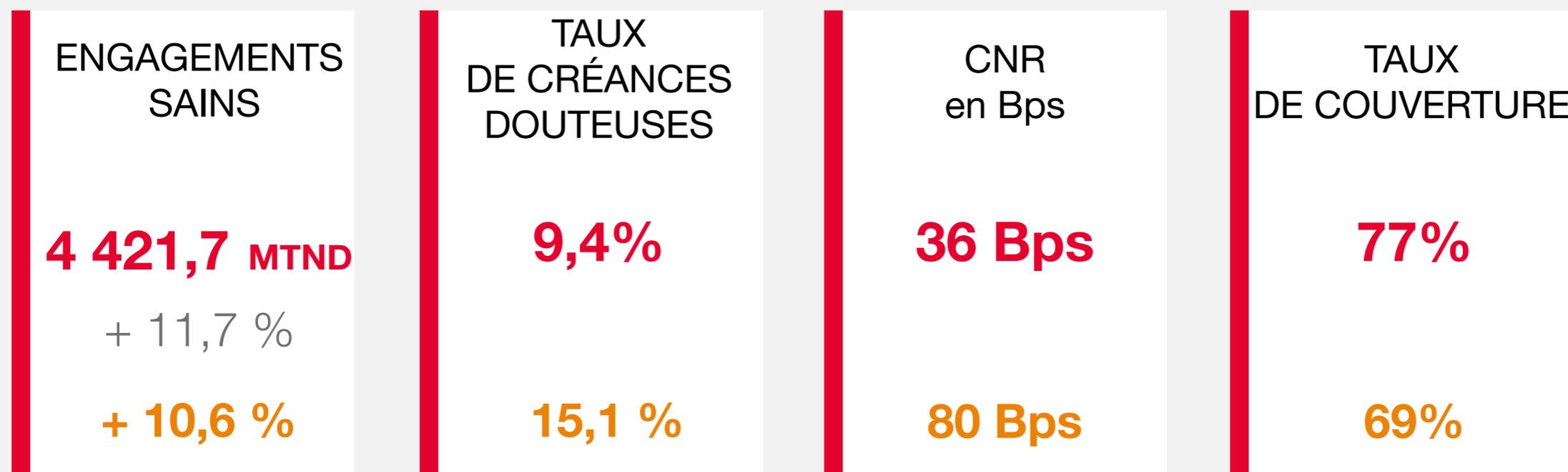
REVENUS DU PORTEFUILLE

+ 28,9%

+ 20,9%

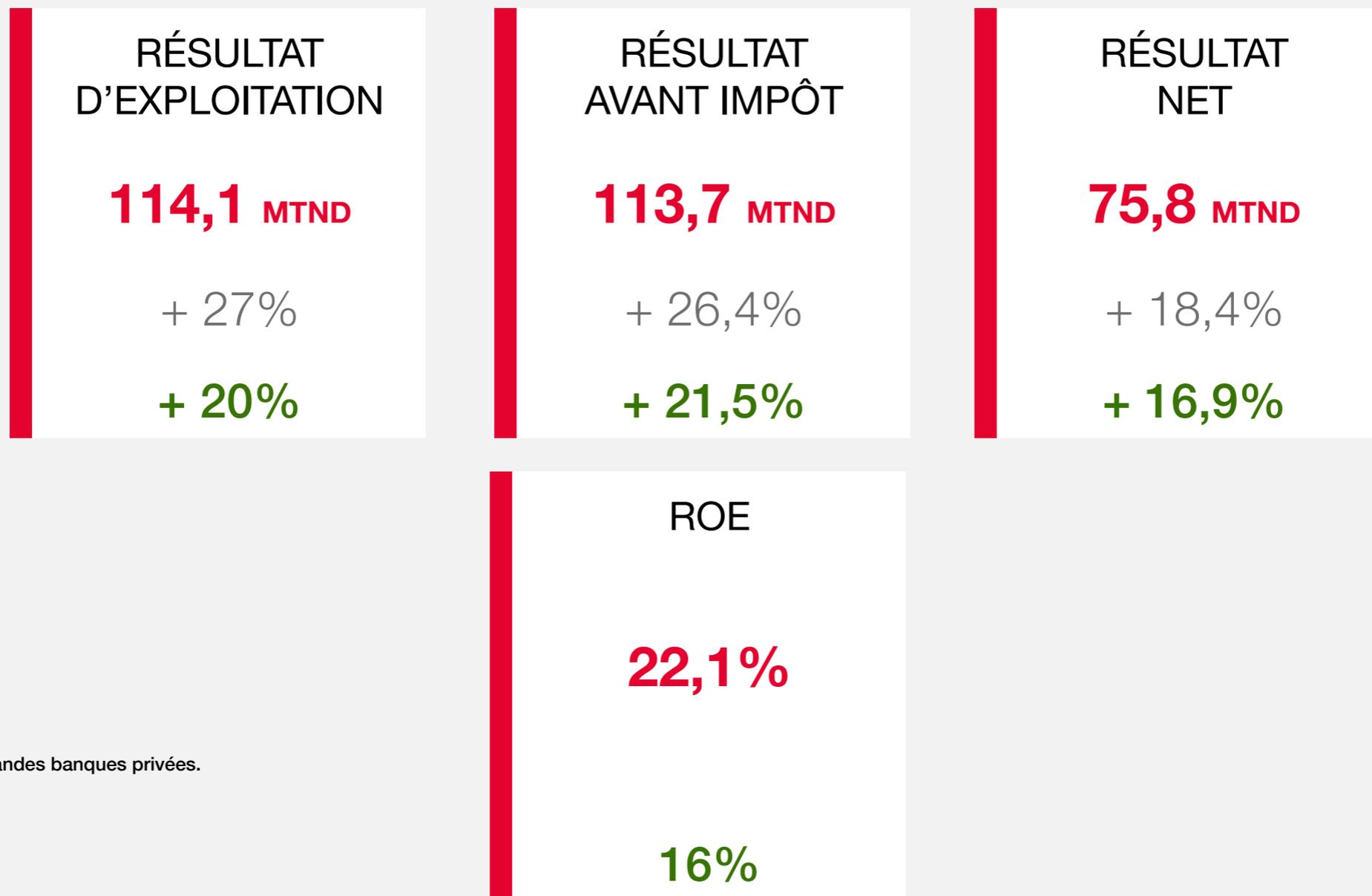
■ Secteur des 6 autres grandes banques privées.

UN PORTEFEUILLE DE CREANCES ASSAINI ET UN COÛT DU RISQUE MAÎTRISÉ



■ Secteur des banques résidentes (Source BCT)

DES RÉSULTATS AU-DELÀ DES PRÉVISIONS



■ Secteur des 6 autres grandes banques privées.

RATIOS RÉGLEMENTAIRES RESPECTÉS



Ratios réglementaires et niveau des fonds propres

Les fonds propres nets de l'UIB sont de 502 MTND à fin 2016. Compte tenu d'un total de risques nets encourus pondérés au titre du risque de crédit et du risque opérationnel de 4 572 MTND, le ratio de solvabilité s'élève à **11%**. Les fonds propres nets de base, socle dur de la solvabilité, s'élèvent à 350 MTND et permettent d'atteindre un ratio « Tier One » de **7,6%**.

L'ensemble des ratios et seuils réglementaires prévus par les Circulaires BCT n°2012-09 (Division et couverture des risques et suivi des engagements) et n°2014-14 (Ratio de liquidité à court terme LCR entré en vigueur en janvier 2016, dont le seuil réglementaire pour 2017 est fixé à 80%) sont respectés au 31/12/2016.

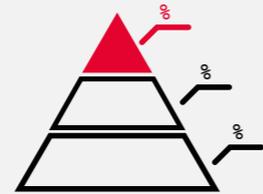
■ Secteur des banques résidentes (Source BCT)

ACTION UIB UNE VALEUR SÛRE

BENEFICE
PAR ACTION

2.2 TND

PERFORMANCE
ACTION 2016



DIVIDENDE
EXERCICES 2016

0,6 TND

15,7%

10,7%

PER

8,7

13,9

P/B

1,8

1,6

DIVIDEND
YIELD

3,2

3,9%

■ Secteur des banques cotées

CAPITALISATION BOURSIÈRE

5^{ème} capitalisation boursière du secteur :
une capitalisation boursière multipliée
par 5 sur 9 ans (660 MTND au 31 mai
2017 vs 118,7 MTND en juin 2008)



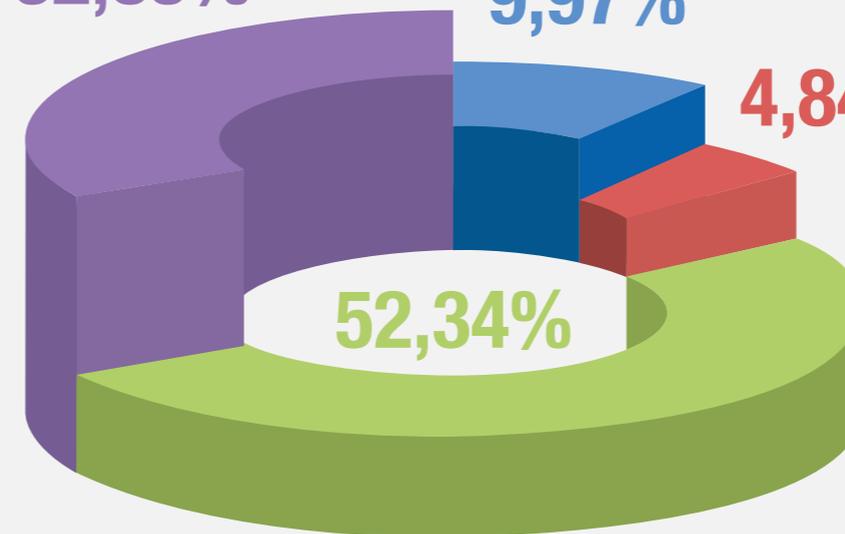
STRUCTURE DU CAPITAL

32,85%

9,97%

4,84%

52,34%



- PERSONNES PHYSIQUES
- AUTRES ACTIONNAIRES (PART. < 0,5%)
- SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
- GROUPES TUNISIENS PART. > 0,5%

UIB 2007 - 2016

UNE PHASE DE REDRESSEMENT,
DE PROFONDES TRANSFORMATION
ET DE RECONQUÊTE

INDICATEURS D'ACTIVITÉ (MTND)

	DÉPÔTS DE LA CLIENTÈLE	DÉPÔTS D'ÉPARGNE	CRÉDITS À LA CLIENTÈLE	MARGE D'INTÉRÊT
2007	1 617,3	566,2	1 315,9	34,4
TCAM*	+ 9,5	+ 9,6	+ 13,6	+ 17
2016	3 661,3	1 287,8	4 130,7	141,6
TCAM SECTEUR**	+ 8,5	+ 8,9	+ 9,6	+ 7,2
	MARGE SUR COMMISSIONS	PRODUIT NET BANCAIRE	CHARGES OPÉRATOIRES	
2007	25,0	68,1	70,7	
TCAM*	+ 14	+ 15,4	+ 6	
2016	81,0	247,8	120,2	
TCAM SECTEUR**	+ 10,2	+ 9,3	+ 8,3	

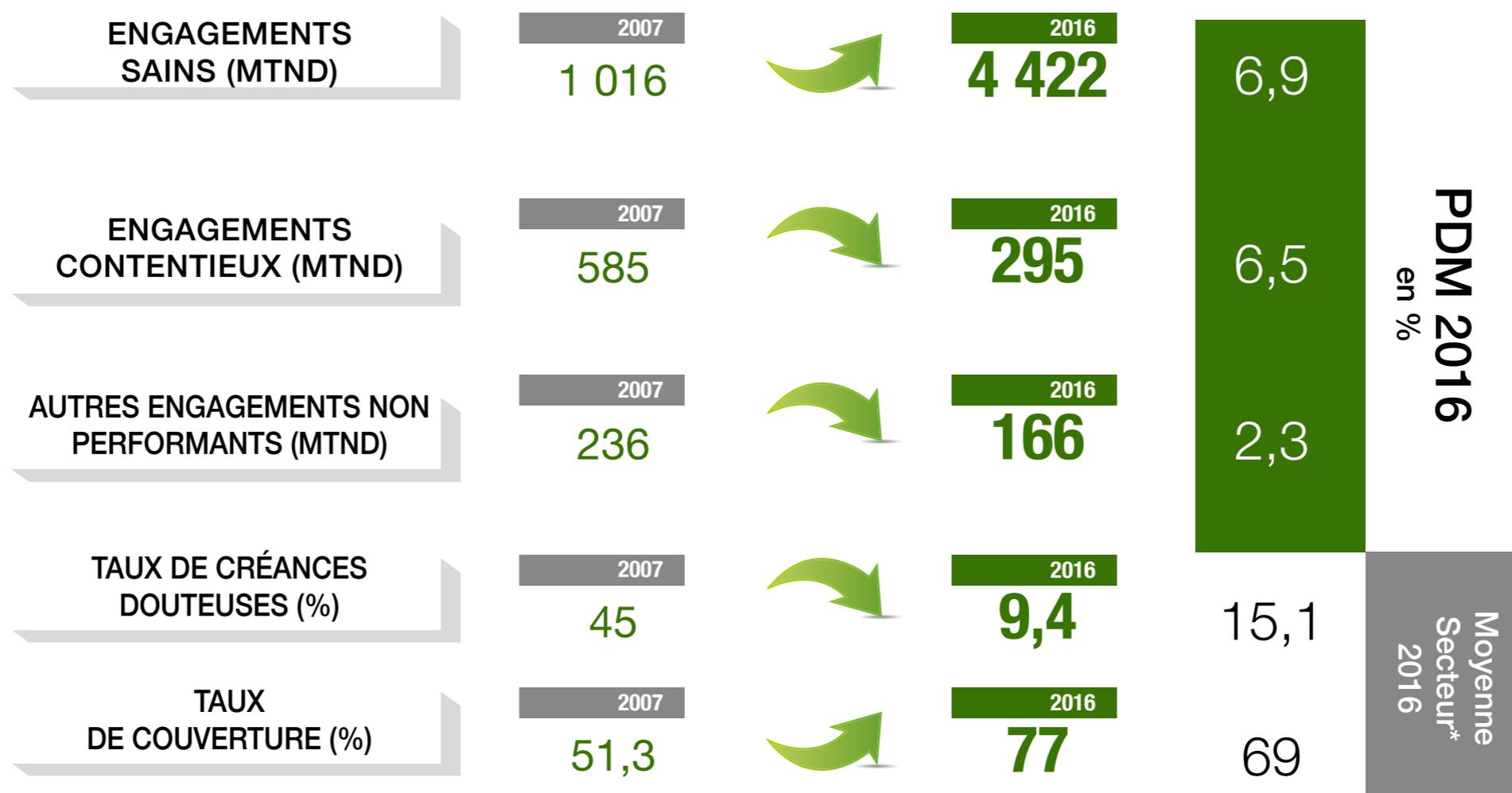
* Taux de croissance annuel moyen

** Secteur des 10 grandes banques

RÉSULTAT (MTND)

	RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION	RÉSULTAT D'EXPLOITATION	RÉSULTAT NET
2007	- 2,6	-179,7	-179,9
2016	127,7	114,1	75,8

STRUCTURE DU PORTEFEUILLE



* Secteur des banques résidentes

AUTRES RATIOS

	2007		2016	Secteur*
PNB / Agent (KTND)	49		184,3	169,5
COMMISSIONS / FRAIS DE PERSONNEL (%)	60,4		92,4	65,8
COMMISSIONS / PNB (%)	36,6		32,7	24
COEFFICIENT D'EXPLOITATION (%)	103,9		48,5	52,5
COMMISSIONS / CHARGES OPÉRATOIRES (%)	35,3		67,4	45,8
RATIO DE SOLVABILITÉ (%)	-1,4		11	11,6
RATIO TIER ONE (%)	-		7,65	8,8

* Secteur des banques résidentes

PREMIER TRIMESTRE 2017

UN BILAN LARGEMENT POSITIF

UIB : UN BILAN LARGEMENT POSITIF AU COURS DU PREMIER TRIMESTRE 2017



■ Secteur des 6 autres grandes banques privées.

* Compte non tenu de la contribution au fonds de garantie des dépôts bancaires

|

STRATÉGIE DE DIFFERENCIATION ET AMBITIONS D'ACCOMPAGNEMENT EN **A**FRIQUE



200
Opérateurs économiques
Institutionnels
Organisations

|

17
Responsables de Filiales
africaines du
Groupe Société générale

|

200
Rencontres B to B





Tournée CÔTE D'IVOIRE
23 - 25 mars 2017
Tournée NIGER & BURKINA FASO



3 - 6 avril 2017
Tournée MAURITANIE
27 - 28 avril 2017
BUSINESS DAYS
UIB
-
Société Générale Algérie



Tunis
13 - 15 mars 2017



Alger
9 - 10 mai 2017

Réseau Afrique Société Générale : 18 pays, plus de 1000 agences au service de plus de 3 millions de clients dont 150 000 entreprises.

Accès privilégié des clients UIB à ce réseau qui met à leur disposition sa connaissance fine du contexte économique et réglementaire en Afrique.

Solutions complètes de financement des investissements et du cycle d'exploitation, de commerce international et de cash management.

Création début 2017 d'un **Desk Afrique** au sein de l'UIB, interlocuteur unique, et une **expertise reconnue** dans l'accompagnement de nos clients à l'international.

Choix stratégique et durable de répondre à l'attente de nos clients, nombreux à saisir les opportunités au Maghreb et en l'Afrique Subsaharienne.

Nombreux évènements B-to-B récents et à venir, à valeur ajoutée concrète : Tunis, Algérie, Côte d'Ivoire, Mali, Niger, Burkina Faso, Mauritanie.

Partenariat gagnant-gagnant et confiance dans la compétitivité de nos opérateurs et leur capacité à se développer sur ces marchés.

Société Générale et UIB Master Partners des rencontres Africa 2017, évènement majeur qui aura lieu les 5 et 6 octobre 2017 à Tunis.

Les
Rencontres
africa
2017



L'événement *business* pour réussir en Afrique



Customer Care

UIB 2017 - 2020

STRATÉGIE DE DIFFERENCIATION ET DE FORTES AMBITIONS AU SERVICE DE L'ECONOMIE

Etre une **banque relationnelle de référence** en Tunisie, reconnue pour son expertise et l'engagement de ses collaborateurs, faisant bénéficier ses clients et l'économie de l'envergure internationale et des innovations du Groupe Société Générale

Poursuivre l'adaptation de notre business model avec une stratégie de conquête sur les marchés de l'Entreprise et de la clientèle **Haut de Gamme**, tout en renforçant notre **leadership sur le marché des Particuliers** avec une part de marché de 15%.

Optimiser en permanence notre modèle opérationnel en termes de qualité, d'efficacité, de maîtrise des risques et d'innovation à la faveur de l'engagement de nos collaborateurs et des opportunités offertes par les mutations technologiques.

Poursuivre le **développement de notre capital humain** en cultivant nos talents, en affirmant l'exemplarité de nos valeurs managériales et en renforçant encore davantage l'attractivité de notre « Marque Employeur »

Partager et diffuser une image de l'UIB conforme à ce que nous sommes : une **banque responsable, chaleureuse, ouverte sur son environnement** et qui ambitionne de continuer son ascension dans le palmarès des banques tunisiennes

Stratégie pluriannuelle validée et engagée dès début 2016

Objectifs

Equilibrer à horizon 2020 la part des encours du retail et du non retail (45% à 50% de part non retail VS 41% en 2016 **et atteindre dès fin 2018 un total d'engagements de 2 200 MTND** sur le marché Entreprise (VS 1 800 MTND à fin 2016 et 536 MTND à fin 2007). **Développer la rentabilité des relations** en portant à 80% la proportion des clients effectuant plus de 5 MTND de mouvements avec la banque.

Atouts

Une **offre étendue de produits, services et expertises, un dispositif commercial et de traitement de qualité reconnue**, un encadrement des risques efficace.
Une **capacité avérée à accompagner nos clients à l'international et à actionner les synergies commerciales** et l'expertise du Réseau Société Générale.

Leviers

Stratégie de conquête clients résolument tournée vers la prospection.
Développement des flux Trade et Cash management et **renforcement des synergies avec les activités de marché** et avec l'activité Retail.
Structuration de la démarche en termes de **Financements structurés et de Banque d'investissement pour délivrer** des solutions à forte valeur ajoutée.
Renforcement de la structure managériale et de l'effectif commercial et effort de formation substantiel sur les aspects techniques et comportementaux.

Réalisations

Objectifs 2016 dépassés en termes de croissance des engagements (un additionnel de 270 MTND).
Perspectives 2017 encourageantes (croissance des flux et des commissions, prospection, deal flow).

Stratégie pluriannuelle validée et engagée dès début 2016

Objectifs

Doublement en 3 ans du portefeuille d'engagements du marché PME à 200 MTND.
Croissance du fonds de commerce actif de 20% par an.
Cible de 80% de clients effectuant plus de 1 MTND de mouvements avec la banque.
Développement de la culture de la PME dans le réseau commercial.

Atouts

Une double stratégie adaptée de **proximité** (agence) et **de professionnalisation** (Centre d'affaires).
Une expertise avérée en termes d'**accompagnement des PME dans leur stratégie de développement** vers l'Entreprise de Taille Intermédiaire, voire la Grande Entreprise.

Leviers

Développement de dispositifs adaptés au financement des PME (lignes spécialisées type ARIZ/AFD, déjà en place) et du cross-selling (Trade, Cash Management).
Mise en place puis extension d'un **dispositif spécifique et professionnalisé de couverture des PME** – les Centres d'affaires – avec 4 unités opérationnelles (Tunis, Sfax, Nabeul et Sousse) et deux ouvertures à Charguia et Mégrine prévues fin S1 2017.
Unification de l'ensemble du dispositif de gestion et d'animation du marché PME au sein Pôle Entreprise et BFI.

Réalisations

Objectifs 2016 atteints en termes de croissance des engagements
Perspectives 2017 encourageantes (croissance des flux et des commissions...).

Stratégie pluriannuelle validée et engagée dès le 2^{ème} Trimestre 2016

Objectifs

Porter la part de la clientèle Haut de Gamme (HDG) de 4,1% à 7% dans le fonds de commerce du marché des Particuliers entre fin 2016 et fin 2018.

Activer les deux canaux de développement complémentaires : la **conquête externe** (2400 clients en 2017) et la **montée en gamme interne** (3000 clients en 2017).

Atouts

Un réseau étendu, avec des **implantations favorables en termes de potentiel HDG**, et une forte culture Retail avec une offre produits complète.

Une compréhension fine des besoins spécifiques de cette clientèle Premium en termes d'accueil, de qualité de service et de produits différenciants.

Leviers

Stratégie de conquête spécifique, axée sur **le parrainage, la recommandation et la synergie avec l'Entreprise et la PME.**

Dispositif de 24 conseillers spécifiquement formés, en **espaces dédiés** en Agence.

Apport d'une **expertise différenciante** (ingénierie patrimoniale, conseil fiscal...).

Refonte de l'offre (Banque au quotidien, Placement, Financement et Assurance, gestion d'actifs).

Réalisations

Segmentation affinée de la clientèle HDG, **dispositifs d'animation mis en place, refonte de l'offre** et lancement effectif de **nouveaux produits** spécifiques.

Résultats encourageants en 2016 et début 2017, notamment en ce qui concerne la montée en gamme de la clientèle existante.

Stratégie pluriannuelle formalisée et engagée dès le 3^{ème} Trimestre 2016

Objectifs

Accompagner le développement progressif des **usages numériques** et répondre au **besoin croissant des clients en termes de mobilité, d'autonomie, d'instantanéité et de sécurité.**

Mobiliser les **gisements de productivité** et de **satisfaction client** offerts par le Digital.

Atouts

Une **clientèle de particuliers fortement équipée** en SMS banking et en cartes bancaires et demandeuse de modalités de contact et de transaction simplifiées.

Une **capacité avérée d'innovation** et un socle de compétences techniques capable d'anticiper et d'intégrer les évolutions technologiques.

Leviers

Poursuite de la transformation de notre dispositif Multicanal par l'amélioration de la performance des canaux existants et le développement de nouveaux canaux.

Lancement commercial de l'Application mobile UIB, avec des fonctionnalités innovantes et une ergonomie supérieure au benchmark.

Optimisation et enrichissement des fonctionnalités des canaux de Banque à distance – SMS-Pull, évolution d'UIBNet (Particuliers), upgrade d'UIB@nking (Entreprise) – et extension du périmètre du Centre de Relation Clients.

Réalisations

Lancement commercial imminent de l'Application mobile UIB

Accélération de la hausse du déport des transactions à faible valeur ajoutée des guichets vers les canaux à distance (GABs, SMS, Internet Banking).

Axe n°1 : La différenciation par le modèle de banque relationnelle de référence.

- Modèle plaçant la démarche de conseil et d'accompagnement au cœur de la relation bancaire, basée sur l'écoute des besoins et le souci de l'intérêt du client.
- L'offre de la banque ne consiste pas seulement en produits et services individuels, mais en véritables solutions qui reposent sur la compréhension fine du contexte du client et de ses besoins.
- Modèle fidélisant s'appuyant à la fois sur (i) un dispositif commercial qualifié, capable de créer l'intimité nécessaire avec le client pour bien identifier ses besoins et sur (ii) une capacité d'innovation, une expertise produit et une flexibilité opérationnelle optimales pour apporter au client des solutions adaptées.
- Si ce modèle de banque relationnelle s'adresse avant tout aux clients sophistiqués ayant des besoins complexes et variés (Clientèle d'entreprises, de PME, de Professionnels et de Particuliers Haut de Gamme), sa philosophie (partenariat global avec le client et accent mis sur sa satisfaction) lui permet d'être décliné sur tous les marchés et segments de clientèle.

Axe n°2 : La différenciation par la transformation digitale, au bénéfice de la satisfaction des clients et de l'efficacité de notre modèle opérationnel.

- Offrir aux clients un accès à leur banque par le canal de leur choix, dans le cadre d'une expérience client optimisée (simple, mobile, instantanée, transparente et personnalisée).
- Continuer à améliorer l'efficacité de nos processus, via davantage de simplification, de digitalisation et d'automatisation au bénéfice des clients et de notre efficacité opérationnelle.

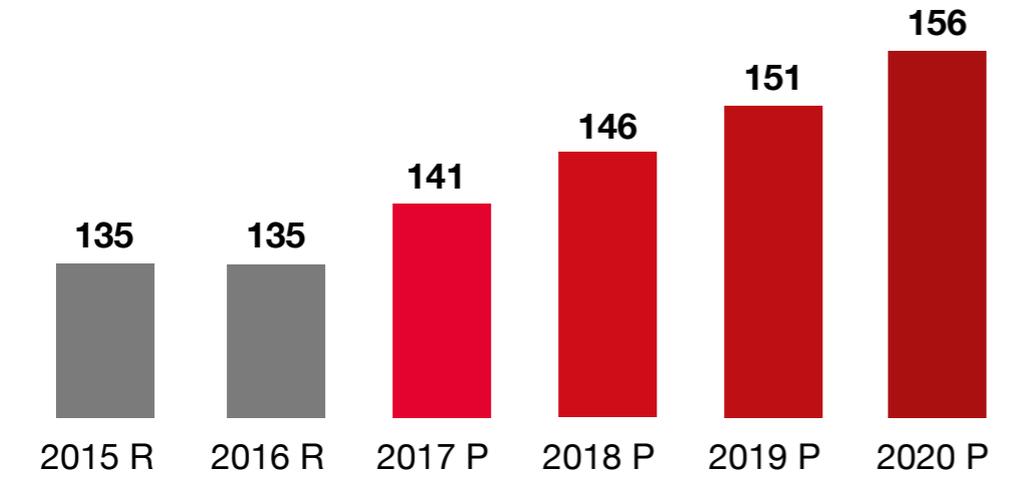
Axe n°3 : La différenciation par l'innovation financière et le lancement de nouvelles activités.

- Projet d'activité de Location Longue Durée de véhicules, en partenariat avec le leader mondial ALD Automotive, filiale du Groupe Société Générale.
- Projet d'activité d'Assurance-vie, étape de maturité du modèle de Bancassurance.

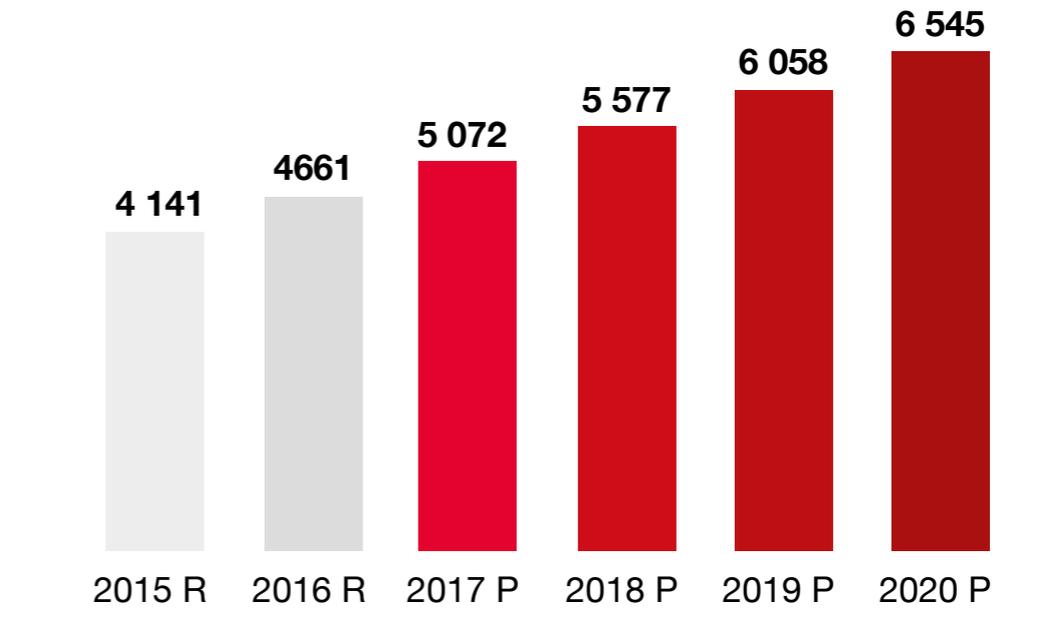
Axe n°4 : La différenciation par des offres étendues et ciblées, dans la recherche permanente d'apporter une valeur ajoutée à nos clients et à l'économie.

- Construire sur l'exemple de l'activité Custody de l'UIB, devenue en trois ans le leader incontesté du marché auprès des institutionnels internationaux (7 des Top-10 Global custodians sont clients UIB), avec un apport indéniable à l'investissement étranger en Tunisie.
- Répliquer le modèle, en s'appuyant sur les synergies avec le Groupe Société Générale : activités de marché (appui aux émissions de l'Etat, solutions de gestion de la dette...) ; financements structurés et ingénierie des grands projets; accompagnement en Afrique et plus généralement à l'international.

RESEAU +5 agences / an



Total Bilan TCAM 2016R-2020P : +8,9%

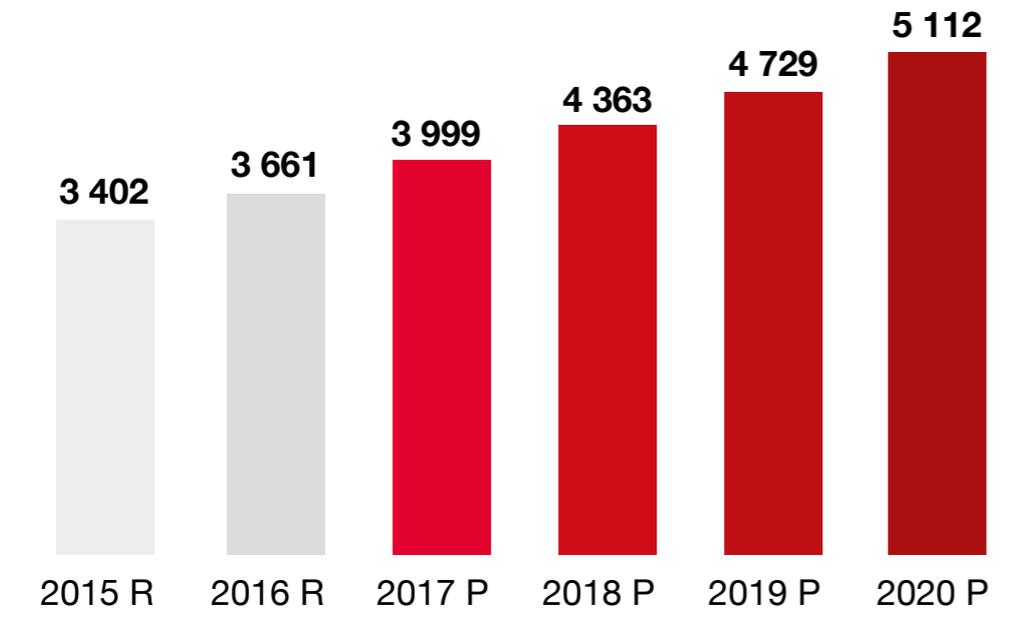


Les projections d'extension du Réseau prennent en compte à la fois le potentiel de renforcement de notre présence sur les zones à fort potentiel, l'impératif de développement et de densification du fonds de commerce des agences récemment ouvertes ainsi que l'adoption croissante par les clients des canaux digitaux et à distance, dont le développement est poursuivi activement par l'UIB, comme mode privilégié de contact avec la banque.

*Source : Document de référence UIB 2016 construit sur la base d'un estimé 2016

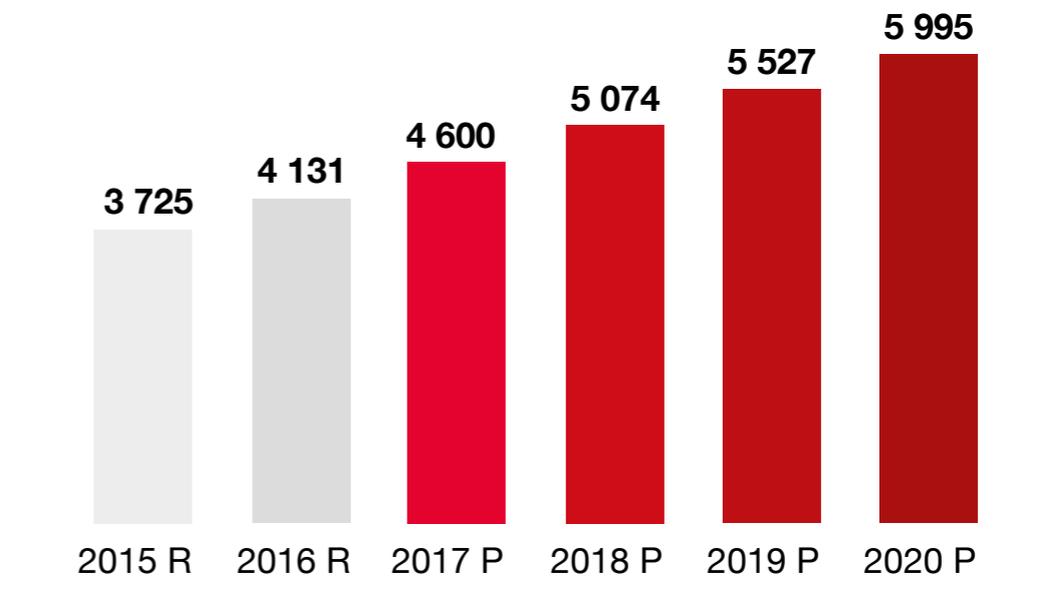
Dépôts

TCAM 2016R-2020P : +8,7%



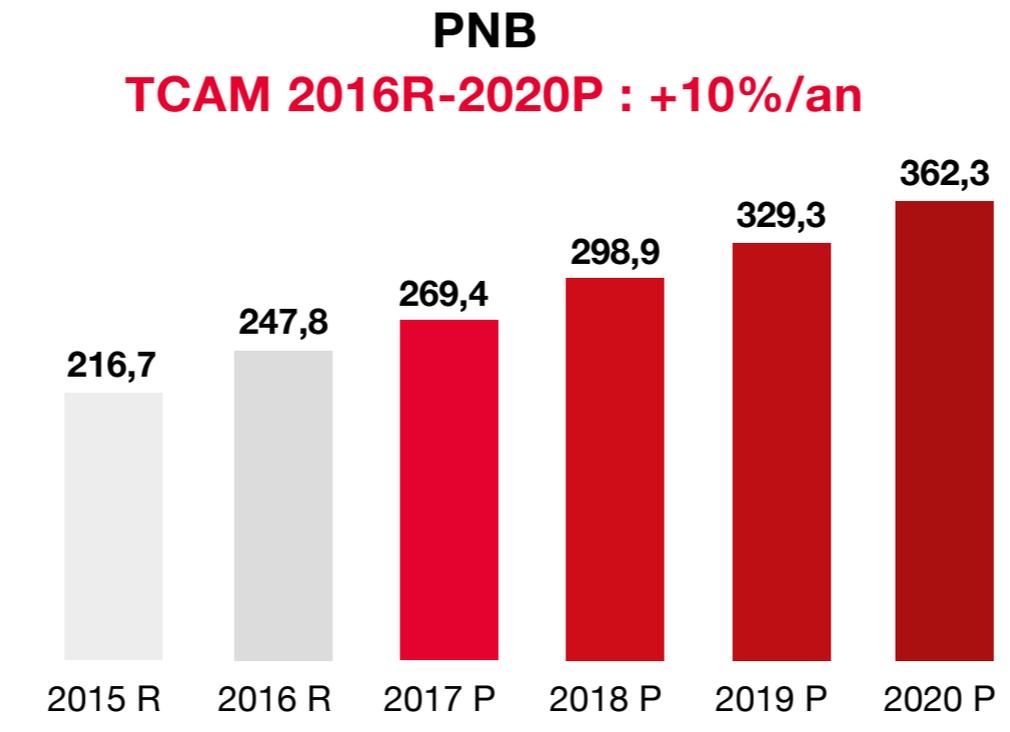
Crédits

TCAM 2016R-2020P : +9,8%



Les objectifs de croissance des crédits (additionnel moyen de **465 MTND** en 2017-2020 VS 405 MTND en 2016) et des dépôts (additionnel moyen de **371 MTND** en 2017-2020 VS 259 MTND en 2016 et 322 MTND en mars 2017 sur une année glissante) sont cohérents en taux de progression et en valeur absolue avec les réalisations de l'UIB durant les dernières années. L'UIB a prouvé sa capacité à pourvoir aux besoins de financement créés par l'écart entre les taux de croissance des crédits et des dépôts à travers notamment (i) la génération autonome de cash flow (ii) les lignes de funding spécifiques avec les opérateurs bilatéraux et multilatéraux (négociations avancées) et (iii) les émissions obligataires en fonction des conditions du marché.

* Source : Document de référence UIB 2016 construit sur la base d'un estimé 2016

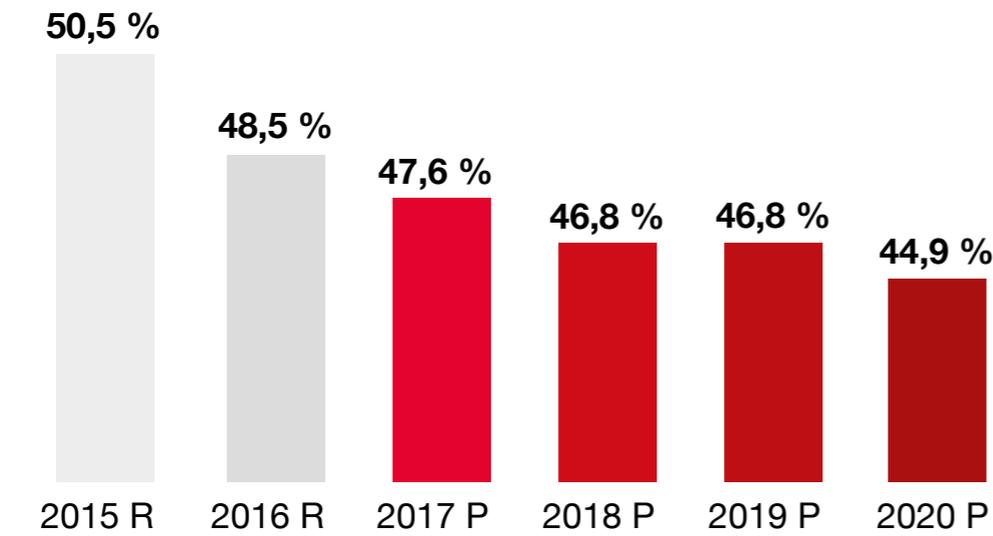


- Le PNB projeté 2017 est en progression de **+8,7 %** VS un réalisé de +14,30% en 2016, **+15,1%** au 31 mars 2017 (en glissement annuel et compte non tenu de la contribution au Fonds de Garantie des Dépôts Bancaires, la croissance du PNB est de 10,4% à fin mars 2017 en tenant compte de ladite contribution). La progression devrait se poursuivre à un taux de l'ordre de **10%** durant la période 2017-2020, un rythme assez conservateur en lien avec le resserrement des marges, le rééquilibrage du business-mix vers l'entreprise, la progression des encours, la stratégie active de conquête de clientèle et les mesures prises par l'UIB pour dynamiser et diversifier les sources de revenus.
- Le rythme de croissance prévu du PNB est empreint de prudence dictée par l'environnement économique.

*Source : Document de référence UIB 2016 construit sur la base d'un estimé 2016

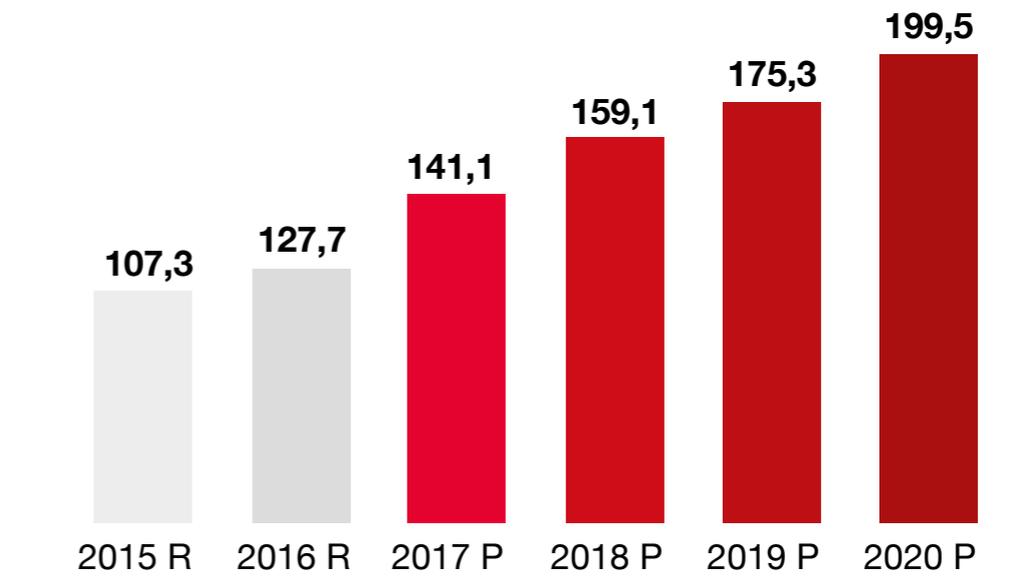
Coefficient d'exploitation

-3,6 points sur 4 ans



RBE

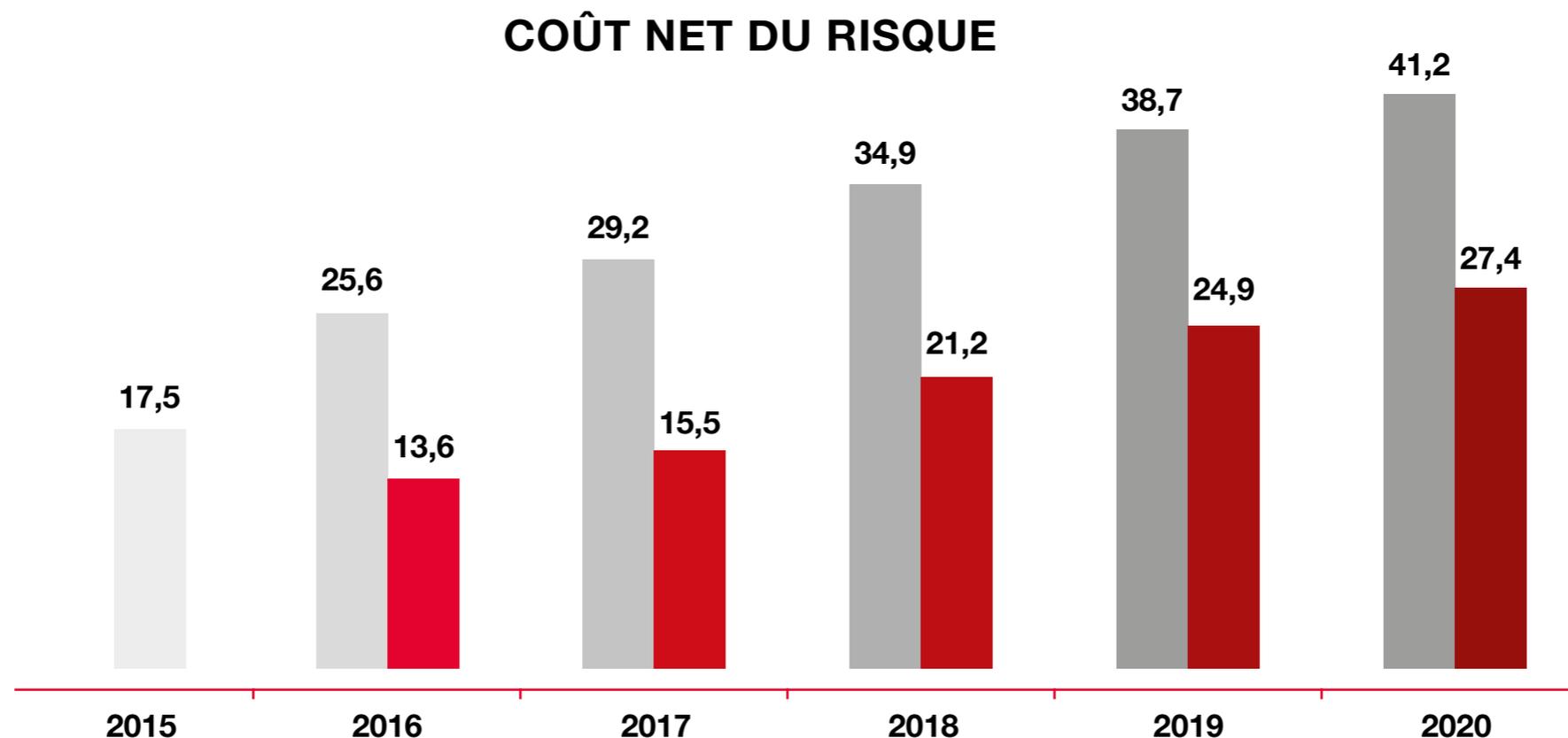
TCAM 2016R-2020P : +11,8%



- La progression du RBE est projetée à un rythme moyen de **11,8%** durant la période 2017-2020
- Le RBE projeté 2017 est de **+10,5 %** VS un réalisé de +19% en 2016, +22,9% au 31 mars 2017 (en glissement annuel et compte non tenu de la contribution au Fonds de Garantie des Dépôts Bancaires, la croissance du RBE est de **13,6%** à fin mars 2017 en tenant compte de ladite contribution).
- Cette progression, bien qu'elle soit en deçà des performances actuelles de la banque, intègre la complexité de l'environnement actuel, sans pour autant ralentir les efforts en matière de maîtrise des coûts, à travers de nombreuses initiatives en cours déploiement interne d'automatisation, d'optimisation et de digitalisation des processus, permettant de poursuivre la baisse du coefficient d'exploitation à rythme proche de 1 point / an.

*Source : Document de référence UIB 2016 construit sur la base d'un estimé 2016

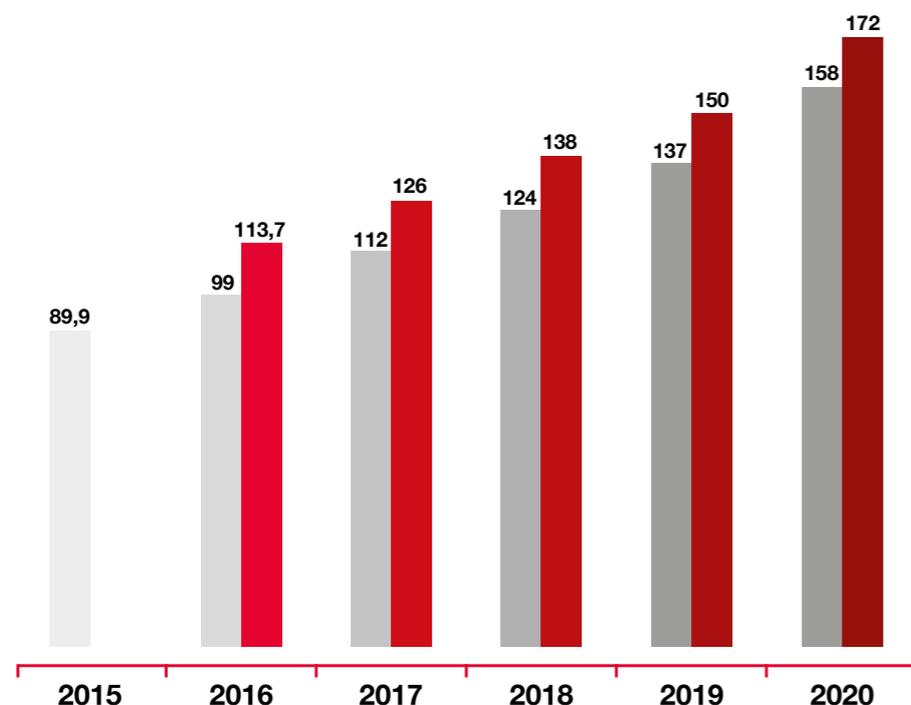
- CNR (Doc. Référence 2016)
- CNR (Nouvelles Estimations)



- Le CNR a été ajusté en tenant compte des réalisations (17,5 MTND en 2015 et 13,6 TND en 2016), soit une moyenne de **15,5 MTND** vs une projection de 2016 de 25,6 MTND et une projection 2017 de 29,2 MTND.
- La tendance des 4 premiers mois 2017 (4 MTND de CNR) justifie, en outre, les ajustements apportés aux prévisions initiales .

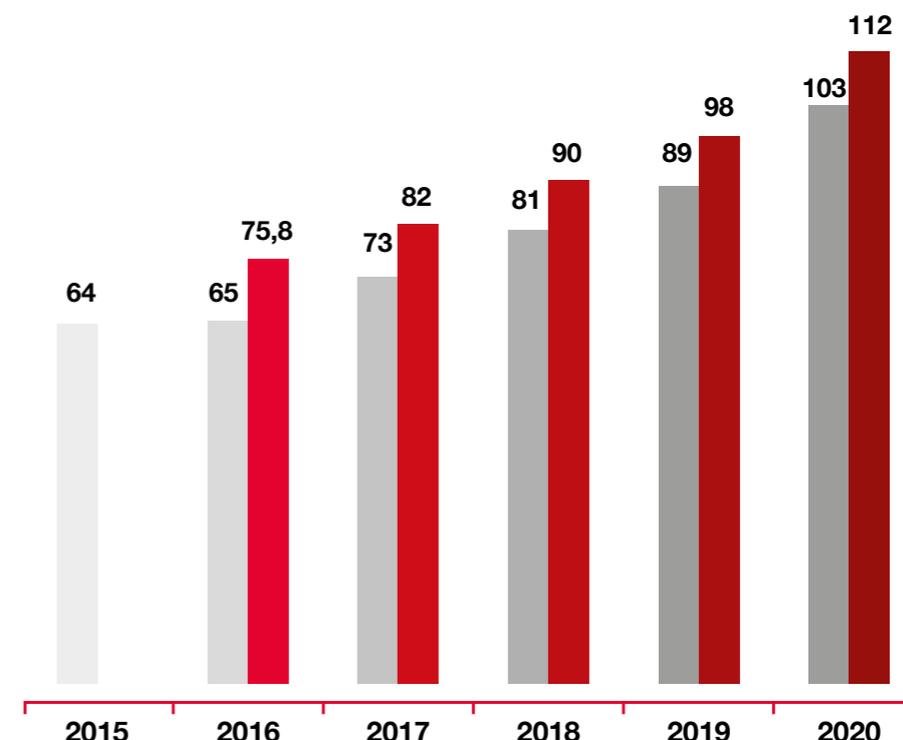
*Source : Document de référence UIB 2016 construit sur la base d'un estimé 2016

RESULTAT AVANT IMPOT TCAM 2016R-2020P : +10,9%



■ Résultat Avant Impôt (Doc. Référence 2016)
■ Résultat Avant Impôt (Nouvelles Estimations)

RESULTAT NET TCAM 2016R-2020P : +10,2%



■ Résultat Net (Doc. Référence 2016)
■ Résultat Net (Nouvelles Estimations)

- La phase de différenciation doit être l'occasion de l'entrée de l'UIB dans le club des banques avec un bénéfice net supérieur à **100 MTND** à horizon 2019/2020. Elle se dotera ainsi d'un socle financier lui permettant de ne pas se contenter de sa position actuelle dans le palmarès des banques tunisiennes.



CAPITAL HUMAIN

**UN MODÈLE SOCIAL
INNOVANT ET FÉDÉRATEUR
QUI FAIT DÉSORMAIS ÉCOLE**

1 344
COLLABORATEURS

54,5 %
FEMME

41 ans
ÂGE MOYEN

87 %
TAUX
D'ENCADREMENT

ESPRIT



D'EQUIPE

421
MOBILITÉS EN 2016
SOIT
31%
DE L'EFFECTIF



7000
CANDIDATURES REÇUES

16
CONCOURS
EXTERNES



TURNOVER*

1,6%



TOTAL ENTRÉES

105



TOTAL DÉPARTS

79*



1 811
PARTICIPANTS

35 348 heures
DE FORMATION DISPENSÉES



Participation à
9 évènements
universitaires

EPT / IHECT
Journées **Face 2 Face**

266
JEUNES DIPLÔMÉS
ONT PARTICIPÉ
AUX DIFFÉRENTS
CONCOURS
ORGANISÉS



L'UIB, c'est surtout un modèle social innovant et fédérateur qui se consolide année après année et fait désormais école. Un modèle fondé sur des valeurs communes - esprit d'équipe, innovation, engagement et responsabilité-, une culture d'entreprise forte et attachante et un partenariat social constructif et fructueux porté par la conviction partagée que le développement n'est véritablement durable que s'il se traduit en progrès social et en bien-être collectif. Et là aussi, les chiffres donnent du sens à cette démarche : **92%** des collaborateurs se déclarent fiers de travailler au sein de l'UIB (*Baromètre Employeur 2015*) et le turnover (démissions) ne dépasse pas **1,6%** en 2016.



RSE



LES BOUCHONS DE L'ESPOIR

1220 KILOS COLLECTÉS = 3 FAUTEUILS ROULANTS
MERCİ ET BRAVO À TOUS !



NOTRE ENGAGEMENT CITOYEN ET SOLIDAIRE
AUPRÈS DES PERSONNES EN DIFFICULTÉ



DEVELOPPONS ENSEMBLE
L'ESPRIT D'EQUIPE





AMBITION

- Promotion et enrichissement de la collection d'art privée de la banque.
- Gestion du futur UIB ART'SPACE
- Aide à l'éclosion de jeunes talents
- Contribution à la mise en valeur du patrimoine culturel national

DÉMARCHE

- Mécénat artistique
- UIB ART'SPACE
- Chorale d'Entreprise ANGHAM



Mécène des Arts et de la Culture, la Fondation Arts & Culture a placé son action en 2016 sous le signe de la décentralisation culturelle et de l'accès à la création artistique dans les régions, en soutenant notamment des manifestations organisées au Kef, à Gabès et à Gafsa.

CINÉMA

FESTIVAL DU COURT AU KEF

Premier festival consacré au court métrage en Tunisie, le Festival du Court au Kef a tenu sa première édition, du 22 au 28 août 2016. Organisé par l'Association des Arts pour le Cinéma et le Théâtre du Kef (ACT du Kef) dans une démarche citoyenne ayant pour but la promotion du 7ème art, le festival s'est déroulé dans la ville du Kef et cinq villages Kefois.



ART

RENCONTRE INTERNATIONALE D'ART ACTUEL

Partenaire majeur du monde culturel et artistique, l'UIB a parrainé pour la deuxième année consécutive la rencontre internationale d'art actuel « Al Maken ». Cette deuxième édition, qui s'est tenue du 28 août au 06 septembre 2016, a réuni à Gafsa 38 artistes tunisiens mais également internationaux.



FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM ARABE DE GABES

L'UIB a été, pour la deuxième année consécutive, le mécène du festival international du film arabe de Gabès qui s'est tenu du 24 au 30 septembre 2016 à Gabès.

CULTURE



Partenaire historique de **LA FOIRE INTERNATIONALE DU LIVRE DE TUNIS**, la Fondation Arts et culture a renouvelé son engagement, en 2016, à l'occasion de la 32^{ème} édition.

AMBITION

- Promotion, encouragement et parrainage d'initiatives d'innovation individuelles ou collectives comme levier de renforcement des liens solidaires.
- Prévention de l'isolement et de l'exclusion numérique
- Accès des communautés fragilisées à l'univers des innovations scientifiques et technologiques.

DÉMARCHE

Partenariats pérennes

Lab'Innovation : Digital by UIB



DON BY UIB

L'APPLICATION INNOVANTE
AU SERVICE DE LA SOLIDARITÉ



JE DONNE EN **3** CLICS

 **UIB**
الإتحاد الدولي للبنوك
UNION INTERNATIONALE DE BANQUES

FONDATION
SOLIDARITÉ & INNOVATION
by  **UIB**

ENGAGEMENT
Digital Responsable
RSE **BANQUE** HUMAINE
Numérique DON
Initiatives
AVENIR **SOCIALE**
Sotien DONATION Citoyenne



AMBITION

- Mieux valoriser le rôle des femmes au sein de l'UIB, les aider à gérer leurs carrières conformément à leurs compétences et les faire bénéficier de parcours professionnels motivants dans le respect du principe d'égalité des chances
- Favoriser leur accès aux postes d'encadrement et de management
- Enrichir de manière indépendante la démarche de la DRH sur le plan de la promotion de la femme au sein des différentes structures de la banque

DÉMARCHE

- Mentoring / Coaching
- Networking interne et externe
- Synergie avec d'autres réseaux féminins

55%



de femmes dans l'effectif de l'UIB

57%



de femmes dans le personnel d'encadrement de l'UIB

MERCI POUR VOTRE
ATTENTION