

2016

# LA LETTRE DE L'ACTIONNAIRE

- # ÉDITO
- # MONOGRAPHIE
- # DONNÉES  
FINANCIÈRES
- # RÉCOMPENSES
- # STRATÉGIE
- # CAPITAL HUMAIN
- # INNOVATION
- # SYNERGIES AFRIQUE
- # RSE



L'année 2016 marque, pour l'Union Internationale de Banques, le franchissement d'une nouvelle étape dans sa trajectoire de croissance saine, durable et rentable, avec un résultat net en progression de 18,4 % à 75,8 millions de dinars, un niveau qui dépasse assez nettement les dernières estimations communiquées par l'UIB au Conseil des marchés financiers (CMF) dans

le cadre de l'actualisation du document de référence (novembre 2016) et qui faisaient état d'un Résultat Net prévisionnel de 65 MTND au titre de l'année 2016.

En dépit d'un environnement économique peu porteur, l'UIB fait à nouveau montre en 2016 d'une belle dynamique commerciale, avec 259 millions de dinars de dépôts additionnels confiés par nos clients et 405 millions de dinars de prêts additionnels accordés à l'économie. Sur l'ensemble de l'année, les revenus (Produit Net Bancaire) affichent une progression de 14,3% à 248 millions de dinars, tirés par les synergies et le dynamisme de l'ensemble des métiers.

Ces résultats record sont l'occasion de mesurer avec vous le chemin parcouru durant la période 2007 – 2016 et de se projeter dans l'avenir avec une ambition renouvelée. Comme vous le savez, 2007 – 2016 a été, d'abord, une phase de redressement et de profonde transformation de l'UIB. Nous avons tourné clairement une page en restructurant et en adaptant notre bilan, notre organisation



**KAMEL NEJI**

Directeur Général



**ALEXANDRE MAYMAT**

Président du Conseil d'Administration

et notre modèle économique et opérationnel, désormais totalement centrés sur le client. Nous avons mis en place les bases d'une maîtrise rigoureuse des risques et des coûts, un préalable à tout processus de développement durable qui fait, aujourd'hui, partie intégrante de notre culture d'entreprise et se traduit par la baisse régulière de notre coût du risque et de notre coefficient d'exploitation.

2007 - 2016 a été, ensuite, une phase de reconquête, pour ajuster, optimiser, renforcer notre business model, restaurer et consolider la rentabilité et la solidité financière de notre banque, attestés depuis 2016 par la certification MSI 20000 qui fait figure de référence dans le secteur.

Dans un environnement difficile, l'UIB a fait la preuve de sa capacité à reconquérir et satisfaire ses clients et à explorer de nouveaux territoires, en créant de la valeur pour ses actionnaires – la capitalisation boursière a été multipliée par 5 en 9 ans et dépasse désormais les 650 MTND – et en s'adaptant à des exigences accrues sur le plan réglementaire.

Tout au long de cette phase, l'UIB n'a cessé d'étendre son dispositif commercial, de gagner des parts de marché, d'accroître sa productivité commerciale et l'efficacité de ses fonctions de support, d'optimiser le coût de ses ressources et de contracter la part de ses créances douteuses. Grâce à la mise en œuvre déterminée de cette feuille de route, l'UIB s'est hissée au quatrième rang parmi les banques privées tunisiennes en termes de Produit Net Bancaire. Elle affiche, de surcroît, une rentabilité des fonds propres (Return On Equity, ROE) qui, à 22,1% en 2016, la situe parmi les acteurs bancaires les plus performants.

Ce bilan, adossé à l'expérience accumulée et au socle solide construit, nous permet d'ouvrir avec confiance, à partir de 2017, une nouvelle page de l'histoire de l'UIB en nous appuyant sur des atouts qui fondent notre identité : nos valeurs d'acteur engagé et responsable, notre modèle relationnel et notre capacité d'innovation dans un paysage bancaire en pleine métamorphose.

Dans cette nouvelle étape stratégique, qui constituera une phase de différenciation, nous ambitionnons de continuer à anticiper, de manière encore plus efficiente, les évolutions majeures de notre environnement, qu'elles soient technologiques, réglementaires, sociétales ou environnementales, et répondre aux nouvelles attentes de nos différentes parties prenantes.

Nous entendons continuer, aussi, à être la

banque relationnelle de référence, proche de ses clients et reconnue pour la qualité et l'expertise de ses équipes, poursuivre résolument l'évolution de notre business mix au bénéfice des entreprises et accélérer notre transformation digitale pour accroître encore davantage notre efficacité opérationnelle et la satisfaction de nos clients. Et Grâce à ce partenariat de confiance avec nos clients, nous allons affirmer, de nouveau, notre ambition de poursuivre notre ascension dans le palmarès des banques tunisiennes.

Les mutations en cours et la complexité de l'environnement dans lequel nous opérons nous invitent, enfin, à une vigilance accrue en termes de gestion de nos ressources en fonds propres et en liquidité de manière à continuer à nous conformer aux exigences réglementaires accrues en matière de ratios réglementaires. Forts de l'engagement de nos collaborateurs, de la pertinence de notre business modèle et de la confiance de nos actionnaires, nous saurons transformer ces mutations et cette

complexité en autant d'opportunités de croissance au bénéfice de nos clients et de l'économie.

Nous tenons à vous remercier, encore une fois, pour votre fidélité et pour la confiance que vous continuez à placer dans votre banque. Elles constituent un des fondements du succès de cette nouvelle phase stratégique que nous abordons avec confiance et détermination.



*Ces indicateurs bien orientés ont eu des effets favorables sur le comportement du titre UIB, dont la performance en*

**2016**

**(+15,7%)**

*dépasse nettement la moyenne du secteur*

**(+10,7%)**



## RÉSULTATS ANNUELS 2016 AU-DELÀ DES PRÉVISIONS

PRODUIT NET  
BANCAIRE**247,8 MTND**

+ 14,3%

RÉSULTAT BRUT  
D'EXPLOITATION**127,7 MTND**

+ 19%

RÉSULTAT  
D'EXPLOITATION**114,1 MTND**

+ 27%

RÉSULTAT  
NET**75,8 MTND**

+ 18,4%

## BONNE DYNAMIQUE COMMERCIALE

DÉPÔTS  
DE LA CLIENTÈLE**3 661,3 MTND**

+ 7,6%

+ **8,7%**CRÉDITS  
À LA CLIENTÈLE**4 130,7 MTND**

+ 10,9%

+ **9,6%**

## UN PORTEFEUILLE DE CREANCES ASSAINI

ENGAGEMENTS  
SAINS**4 421,7 MTND**

+ 11,7 %

+ **10,6 %**TAUX  
DE CRÉANCES  
DOUTEUSES**9,4%****15,1 %**CNR\*  
en Bps**36 Bps****80 Bps**TAUX  
DE COUVERTURE**77%****69%**

\* Coût net du risque.

■ Secteur des banques résidentes (Source BCT)

■ Secteur des banques cotées

## UN FONDS DE COMMERCE EN DÉVELOPPEMENT



CLIENTS  
RETAIL

**373 000**

+ 42 000 Entrées  
en relation



CLIENTS  
ENTREPRISE

**1 800**

+ 250 Entrées  
en relation



PART DE MARCHÉ  
PARTICULIERS

**13,6%**



CLIENTS  
PREMIUM

**15 000**

## PERFORMANCE FINANCIERE SOLIDE

RATIO  
DE SOLVABILITE

**11%**

11,6%

RATIO  
TIER ONE

**7,6%**

8,8%

ROE

**25,6%**

11,7%

## ACTION UIB UNE VALEUR SÛRE

BENEFICE  
PAR ACTION

**2.2 TND**

DIVIDENDE  
EXERCICES 2016

**0,6 TND**

PER **8,7** **12,7**

P/B **1,8** **1,6**

DIVIDEND  
YIELD **3,2** **3,9%**

PERFORMANCE  
ACTION 2016



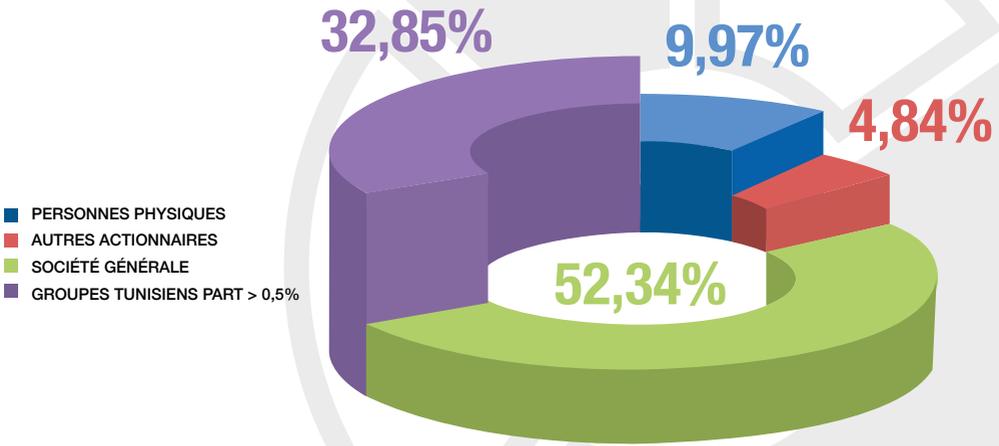
**15,7%**

**10,7%**

■ Secteur des banques résidentes (Source BCT)

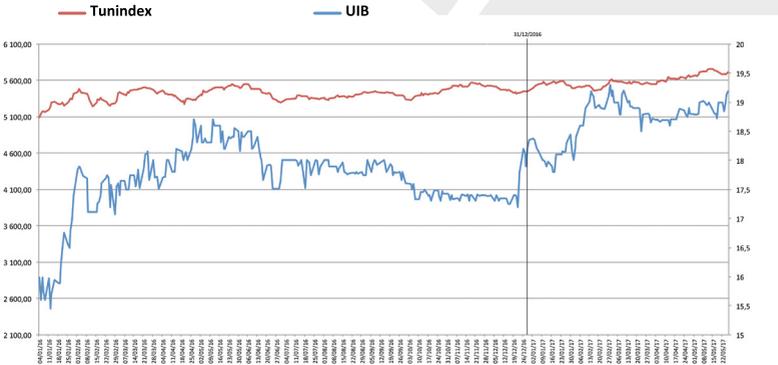
■ Secteur des banques cotées

# STRUCTURE DU CAPITAL



- PERSONNES PHYSIQUES
- AUTRES ACTIONNAIRES
- SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
- GROUPES TUNISIENS PART > 0,5%

## COURS BOURSIER 2016



## OPINION DES ANALYSTES

« Autre valeur du trio gagnant du secteur privé. Le titre connaît un retour massif des investisseurs après l'opération de recapitalisation de 2014.

L'assainissement finalisé, la filiale du groupe Société Générale, figure aujourd'hui parmi les

banques les plus saines et les plus rentables de la place. Sans compter le retour aux dividendes qui a donné un nouveau souffle au titre sur le marché. Les niveaux de valorisation son attractifs ».

**Tunisie Valeurs – Janvier 2017**

Près d'une année après l'obtention de la certification MSI 20000 en 2015, et après un audit achevé en **octobre 2016**, l'Organisme de Certification et Agence de Notation Maghreb Corporate assure que l'UIB est toujours en conformité avec les exigences de la certification octroyée. Cette certification sur la base des modèles d'analyse et du protocole d'évaluation de l'organisation MSI® sur le référentiel **MSI 20000®**, qui a nécessité plusieurs mois de travail, constitue une belle référence et permet à l'UIB de bénéficier d'une confiance accrue de ses clients et de gagner davantage en visibilité sur la place de Tunis.



**Global Custodian**



L'UIB-SGSS Tunisie a été désignée, pour la deuxième année consécutive, par le magazine spécialisé de renommée mondiale «Global Custodian», comme le meilleur dépositaire en Tunisie. La banque a su relever le défi en hissant sa qualité de service au niveau des meilleurs standards internationaux, pour obtenir cette troisième distinction successive de meilleur fournisseur de services de sous-dépositaire en Tunisie en 2016, qui vient s'ajouter aux deux prix décernés par «Global Investor» et «Global Finance » au titre de l'année 2015.



# UNE STRATÉGIE DE DIFFÉRENCIATION DE NOUVELLES AMBITIONS AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE

# 2017 2020



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 de la capacité d'innovation du Groupe Société Générale.

Poursuivre l'**adaptation de notre business model** avec une stratégie continue 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 cible 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**.

# MARCHÉ 2017 DE L'ENTREPRISE 2020

## Objectifs

Équilibrer 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).

# MARCHÉ 2017 DE LA PME 2020

## 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...).

# MARCHÉ 2017 DES PARTICULIERS 2020 HAUT DE GAMME

## 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.

# DIGITAL 2017 ET MULTICANAL 2020

## 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).

# AXES ET LEVIERS DE LA STRATEGIE DE DIFFERENTIATION

# 2017 2020

## **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.

# UN MODÈLE SOCIAL INNOVANT ET FÉ QUI FA

L'UIB, c'est d'abord une Marque Employeur de premier plan et un recruteur majeur en Tunisie avec 16 concours externes organisés en 2016 pour les diplômés de l'enseignement supérieur, **7000 candidatures** reçues et **104 lauréats** issus des meilleures formations universitaires recrutés. Ce sont aussi des partenariats fructueux avec de nombreux établissements prestigieux (*Ecole Polytechnique de Tunisie, IHEC Carthage, ISG Tunis, Institut Dauphine Tunis...*), une présence intensive sur les forums de recrutement et les réseaux professionnels.

Avec **45%** de l'effectif de **1344 collaborateurs** à fin 2016, soit **600 jeunes diplômés**, recrutés depuis 2007, l'UIB parachève aujourd'hui une phase de renouvellement générationnel massif qui a permis de hisser le taux d'encadrement à **87%**, de baisser l'âge moyen à 41 ans et de prendre en compte de manière proactive les évolutions des métiers et des exigences en matière de conformité, d'expertise technologique et de maîtrise des risques, de renforcer la culture managériale et d'accroître l'impact de la banque auprès de ses clients.

L'UIB, c'est aussi une attention permanente à la diversité des profils et à l'égalité des chances. Une préoccupation naturelle pour un pionnier en la matière, où les moins de 40 ans représentent **47%** de l'effectif et où les femmes occupent une place de choix à tous les niveaux de responsabilité, avec une part



dans l'effectif de **54,5%** (*contre 38,2% pour le secteur en 2015*) et une part encore plus élevée parmi les cadres (**57%**).

L'UIB, c'est également une politique des ressources humaines axée sur le développement des compétences et de la performance des collaborateurs, la valorisation de l'engagement et du mérite et l'anticipation et la préparation de l'avenir. Sur la seule année 2016, plus de

# DÉRATEUR AIT DÉSORMAIS ÉCOLE



de détection et de promotion des talents.

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.

Dans les métiers du service et dans l'économie du savoir, la compétence et l'engagement des collaborateurs constituent, encore plus qu'ailleurs, le capital le plus précieux et le fondement de la performance. A l'UIB, cette conviction est depuis longtemps inscrite au cœur de la stratégie. Elle explique pour une large part le parcours exceptionnel qui l'a portée en quelques années au 4<sup>ème</sup> rang dans le classement des banques privées tunisiennes par le Produit Net Bancaire, et légitime son ambition renouvelée de continuer à gravir, avec humilité et détermination, les marches de ce palmarès.

**35 000 heures de formation** ont ainsi été dispensées au profit de 1811 participants, couvrant l'ensemble des volets techniques, comportementaux et managériaux du métier bancaire.

L'année 2016 a aussi été marquée par **421 mobilités (31% de l'effectif)** dans le cadre d'une démarche active et transparente d'évaluation de la performance, de validation de la montée en compétences et

# L'INNOVATION À L'HONNEUR

Panafrican Innovation Challenge, concours d'innovation autour de la satisfaction client lancé le 7 mars 2016 et déployé à toutes les filiales africaines du groupe Société Générale, a consacré L'UIB en lui décernant le premier prix pour son projet «Customer care», une application mobile combinant l'analyse des données client avec les déplacements du client afin de proposer des offres bancaires personnalisées.



L'équipe qui a porté haut les couleurs de l'UIB et de la Tunisie, composée de deux jeunes ingénieurs de 26 ans, Houcem Aouinti et Wael Ilahi, est sortie en tête d'une compétition très disputée à laquelle ont participé 800 collaborateurs issus de 14 pays du Groupe Société Générale, donnant lieu à plus de 400 projets soumis de tout le continent. En reconnaissance de la qualité et du potentiel du projet Customer Care, l'équipe bénéficie d'un accompagnement expert afin de mettre en œuvre cette innovation sur une échelle commerciale.




**PANAFRICAN  
INNOVATION CHALLENGE**  
PAR SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



## SOCIÉTÉ GÉNÉRALE AFRICA BUSINESS NETWORK

L'Union Internationale de Banques a initié, en juillet 2016, la première édition des rencontres business to business «Société Générale Africa Business Network».

Signe à la fois de confiance et d'amitié, l'événement, qui a rassemblé les responsables des dix-huit filiales du groupe Société Générale en Afrique, a enregistré la participation de plus de 200 opérateurs économiques et institutionnels tunisiens et l'organisation de près de 200 rencontres B to B.

Prenant toute sa part dans le soutien aux démarches de diplomatie économique des pouvoirs publics et au développement des partenariats économiques africains de la Tunisie, l'UIB a par ailleurs participé activement à la

tournée du Chef du gouvernement au Niger, au Mali et au Burkina Faso, du 3 au 6 avril 2017, à la visite du Ministre de l'industrie et du commerce et d'une délégation de la CONNECT en Côte d'Ivoire, du 23 au 25 mars 2017, ainsi qu'à la visite

d'une délégation d'opérateurs économiques tunisiens en

Mauritanie les 27 et 28 avril 2017, ouvrant à chaque fois les portes du réseau Société Générale aux hommes d'affaires tunisiens participants. Enfin,

l'UIB a organisé à Tunis du 13 au 15 mars 2017, une série de rencontres entre ses clients et les dirigeants de la filiale

algérienne du Groupe Société Générale (SGA), une démarche suivie dès les 9 et 10 mai 2017 par l'organisation de rencontres analogues à Alger.



# MÉCÉNAT CULTUREL & ARTISTIQUE

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.

## 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.



## FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM ARABE DE GABÈS

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.

## 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.



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<sup>ème</sup> édition.

# SOLIDARITÉ & INNOVATION

**DON BY UIB**  
L'APPLICATION INNOVANTE  
AU SERVICE DE LA SOLIDARITÉ



JE DONNE EN  CLICS

**UIB**  
الإتحاد الدولي للبنوك  
INTERNATIONAL UNION OF BANKERS

**FONDATION**  
SOLIDARITÉ & INNOVATION  
by **UIB**

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

Née en 2016, la Fondation Solidarité & Innovation matérialise l'engagement sociétal de l'UIB, avec l'innovation comme pierre angulaire dans le développement de ses projets et partenariat. C'est dans ce cadre qu'une application mobile et une plateforme web ont été lancées. « Don by UIB » permet aux associations partenaires de la Fondation Solidarité de recevoir des dons, de manière totalement sécurisée et en 3 clics.

## FÉMININ BY UIB

Poursuivant son engagement en faveur du développement personnel et professionnel des collaboratrices de l'UIB, Féminin by UIB a organisé le programme de coaching « Projet de vie ». Deux ateliers se sont déroulés, à Tunis, sous les thèmes « définir votre projet de vie » et « comment se motiver pour réaliser nos objectifs ». Un troisième atelier s'est tenu à Sfax, sous le thème: « projet de vie : pour un équilibre global », et a réuni un public issu de Sfax, Kerkenah, Metlaoui, Deguèche, Gabès Nabeul et Tunis.

**L'ASSOCIATION FÉMININ BY UIB**  
LANÇE LE PREMIER ATELIER DU PROGRAMME  
**PROJET DE VIE**



**Samedi 29 octobre 2016 de 09h00 à 12h00**  
Siège Habib Bourguiba

L'association Féminin by UIB a le plaisir de vous convier au premier atelier du programme « Projet de Vie » - qui se tiendra samedi 29 octobre 2016 de 09 heures à 12 heures au Siège Habib Bourguiba.

Merci de confirmer votre participation par mail à l'adresse de Mme LAGUILI, et ce au plus tard jeudi 27 octobre.

Féminin by **UIB**

[www.uib.com.tn](http://www.uib.com.tn)