



### Marché

Le Groupe HSBC est l'un des tout premiers groupes de services bancaires et financiers au monde. Implanté en Europe, dans la région Asie-Pacifique, en Amérique du Nord et du Sud, au Moyen-Orient et en Afrique, HSBC Holdings plc a enregistré en 2005 un résultat avant impôts de 20,966 milliards de dollars.

### Faits marquants

Le Groupe HSBC est présent dans 76 pays et est la première banque non américaine du monde en termes de capitalisation. Les actions de HSBC Holdings plc sont cotées à Londres, New-York, Paris, Hong-Kong et aux Bermudes.

Fort de 284 000 collaborateurs, le Groupe dispose d'une offre complète de services et de produits, structurée autour de quatre métiers :

- La Banque de détail,
- La Grande clientèle, Banque d'affaires et Marchés,
- La Banque privée,
- La Gestion d'actifs et l'Assurance.

Le Groupe HSBC est l'un des plus grands utilisateurs de technologies modernes de l'information au monde. Il y consacre d'ailleurs un budget annuel d'environ 4,4 milliards de dollars.

Le Groupe HSBC s'engage à travers une politique de Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) forte. Ainsi le Groupe HSBC crée des produits d'Investissement Socialement Responsable (ISR). L'équipe d'analystes ISR de Paris constitue le centre d'excellence pour l'ensemble du Groupe HSBC. Pour confirmer cet engagement, en juin 2006, HSBC a signé les principes pour l'investissement responsable des Nations Unies.

De plus, le Groupe est engagé de longue date dans des actions en faveur de l'éducation.

Education Trust en Grande-Bretagne facilite la conception et la création de programmes d'éducation pour les enfants défavorisés, l'apprentissage des langues étrangères et la mise en valeur des richesses issues des différences culturelles.

La Fondation HSBC pour l'Education, créée en France en 2006 sous l'égide de la Fondation de France, a pour objectif de faciliter l'accès à l'éducation des jeunes issus de milieu défavorisé.

Dans le domaine culturel, la Fondation HSBC pour la Photographie, créée en 1995 sous l'égide de la Fondation de France, récompense chaque année deux jeunes talents photographiques.

### Histoire

Les origines du Groupe HSBC remontent à 1865 avec la création de la Hong-Kong and Shanghai Banking Corporation Limited (HSBC) par l'Écossais Thomas Sutherland. Spécialisée dans le financement des échanges commerciaux entre l'Europe, l'Inde et la Chine, la banque développe rapidement son réseau par le monde. En 1959, elle s'implante aux États-Unis et en Europe en acquérant la Mercantile Bank et la British Bank of the Middle East. Une étape majeure est franchie en 1992, avec le rachat complet de la Midland Bank, au Royaume-Uni. L'année suivante, le siège social est transféré à Londres.

Devenu l'un des plus grands groupes de services bancaires et financiers au monde, HSBC poursuit ensuite son développement international en s'implantant sur tous les continents et en procédant à de nombreuses acquisitions, comme le Crédit Commercial de France (CCF) en 2000, qui adopte la marque HSBC cinq ans plus tard. En France, HSBC regroupe près de 780 agences, réparties sur l'ensemble du territoire national, dont environ 380 agences sous enseigne HSBC et près de 400 agences des filiales bancaires régionales : Banque Chaix, Banque Dupuy, de Parseval, Banque Marze, Banque Pelletier, Banque de Savoie, Crédit Commercial du Sud Ouest, Société Marseillaise de Crédit.

### Produits

Le Groupe HSBC propose une large gamme de services et produits à chacun de ses clients.

Le Groupe sert 120 millions de clients particuliers dans le monde. Les services offerts par le Groupe incluent les comptes courants, les comptes d'épargne, les crédits immobiliers, les produits d'assurance, les prêts, l'épargne retraite et les différents produits de placements...

HSBC Premier est le service bancaire haut de gamme pour l'ensemble du Groupe : 1,4 million

de clients bénéficient aujourd'hui de ce service unique, qui est proposé dans 36 pays. Ingénieurs financiers, conseillers fiscaux, conseillers patrimoniaux, juristes... chaque conseiller Premier s'appuie sur un large panel d'experts qui mettent leurs compétences au service des clients.

De plus, HSBC est un grand fournisseur de produits et services financiers aux petites et moyennes entreprises. Le Groupe compte plus de 2,5 millions de clients, comprenant aussi bien des entrepreneurs indépendants, des clubs ou associations que des sociétés ou entreprises cotées.

Grande clientèle, Banque d'affaires et Marchés : HSBC est le partenaire incontournable des grandes entreprises et des institutionnels dans les étapes importantes de leur croissance grâce à son offre de conseil et son expertise sur le marché des actions. De plus, en matière d'activités de marchés,

**quels que soient vos projets nous les finançons aux meilleures conditions**

**les Rendez-vous HSBC solutions crédit**

renseignements  
 ▶ 0 810 2 4 6 8 10  
 ▶ www.hsbc.fr

Etre ouvert sur le monde, c'est comprendre les différences de points de vue.

www.hsbc.fr

**HSBC**  
 Votre banque, partout dans le monde



une plate-forme dérivés de taux et d'actions a été constituée à Paris pour servir l'ensemble du Groupe. Ainsi, la salle des marchés de Paris est la 2<sup>ème</sup> plate-forme du Groupe en Europe par la taille. Enfin, en termes de cash management et de financement du commerce international, HSBC s'appuie sur une coordination permanente entre les équipes dédiées implantées dans près de 80 pays.

L'activité de banque privée de HSBC est l'une des premières au monde et fournit des services financiers à des clients fortunés et à leurs familles à travers 74 implantations.

Gestion d'actifs et Assurance : HSBC Investments, fort d'un réseau mondial d'implantations, est l'expert dans le développement et la distribution d'une gamme complète de solutions d'investissement, s'appuyant notamment sur l'expertise des entités de gestion spécialisées : Halbis, le spécialiste de la gestion fondamentale

### Développements récents

En novembre 2005, le CCF, l'Union des Banques à Paris, la Banque de Picardie et les agences de la Banque Hervet en région parisienne ont adopté la marque HSBC.

L'ambition de la banque en France est de changer de dimension résolument et dans la durée, plus encore de faire de HSBC France une banque de référence par la richesse et la qualité du service.

### Communication

HSBC France a lancé en juin 2005 pour trois ans une campagne institutionnelle dans les aéroports parisiens et en région (à Bordeaux, Toulouse, Marseille, Nice et Lyon) en habillant les passerelles extérieures et intérieures.

La campagne illustre le positionnement de la marque :

«Avoir l'esprit ouvert sur le monde, c'est comprendre les différences de points de vue». «Avoir l'esprit ouvert sur le monde», c'est être

### Valeurs de marque

Depuis l'adoption, en 1999, d'une enseigne unique dans l'ensemble de son réseau international, le logo du Groupe, l'hexagone rouge et blanc, bénéficie d'une forte notoriété partout dans le monde. Depuis cette date, HSBC différencie sa marque de la concurrence grâce à une signature unique : «The world's local bank» ou «Votre banque partout dans le monde». Cette signature suggère aux clients qu'ils bénéficient de la puissance d'un Groupe mondial mais aussi d'un conseil de proximité grâce à un ancrage local.

Le Groupe HSBC se développe autour de trois grandes valeurs de la marque : l'ouverture sur le monde, l'esprit client et le sens des responsabilités.

[www.hsbc.fr](http://www.hsbc.fr)



active à forte valeur ajoutée et SINOPIA Asset Management, spécialiste de la gestion quantitative, acteur reconnu sur le marché pour la rigueur de son style de gestion, sa capacité de recherche et son aptitude à proposer des solutions d'investissement robustes et inventives.

HSBC Epargne Entreprise offre aux entreprises des solutions globales d'optimisation fiscale, sociale et financière dans tous les domaines de l'épargne entreprise. Le pôle Assurances intervient dans tous les secteurs de l'assurance : assurance vie, capitalisation et dommages.

capable de comprendre les différences entre les individus pour apporter un conseil financier adapté à la culture et au parcours de chaque client. Chaque client est unique, avec un parcours, une histoire et des points de vue qui lui sont propres. La banque intègre ces différences et propose à ses clients une offre en conséquence.

Résolument détachée du monde bancaire, la campagne de publicité affiche la philosophie de la banque. Elle met en images, sur le ton de l'humour et de l'élégance, des scènes de vie en opposant des interprétations différentes d'une même situation.

### Les petites choses que vous ignorez sur HSBC

HSBC est la 29<sup>ème</sup> marque mondiale, selon le classement Interbrand Business Week de 2005.

L'hexagone rouge et blanc, emblème du Groupe depuis 1983, est inspiré du pavillon qui flottait dès 1865 sur les navires de la Hong-Kong and Shanghai Banking Corporation Limited.

Les retraits d'argent dans tous les distributeurs HSBC du monde (hors Canada) sont gratuits pour les clients HSBC.

Plus de 1,4 milliard de personnes ont utilisé les différents sites Internet du Groupe en 2005.

HSBC a été élue «banque du développement durable mondiale de l'année» (Financial Times, juin 2006).

Les actions de HSBC Holdings plc sont détenues par près de 200 000 actionnaires venus de 100 pays.

HSBC est la première banque au monde à avoir atteint un bilan carbone neutre.

Deux kilomètres de couloir de liaisons sont habillés aux couleurs de HSBC à l'aéroport de Roissy CDG 2.