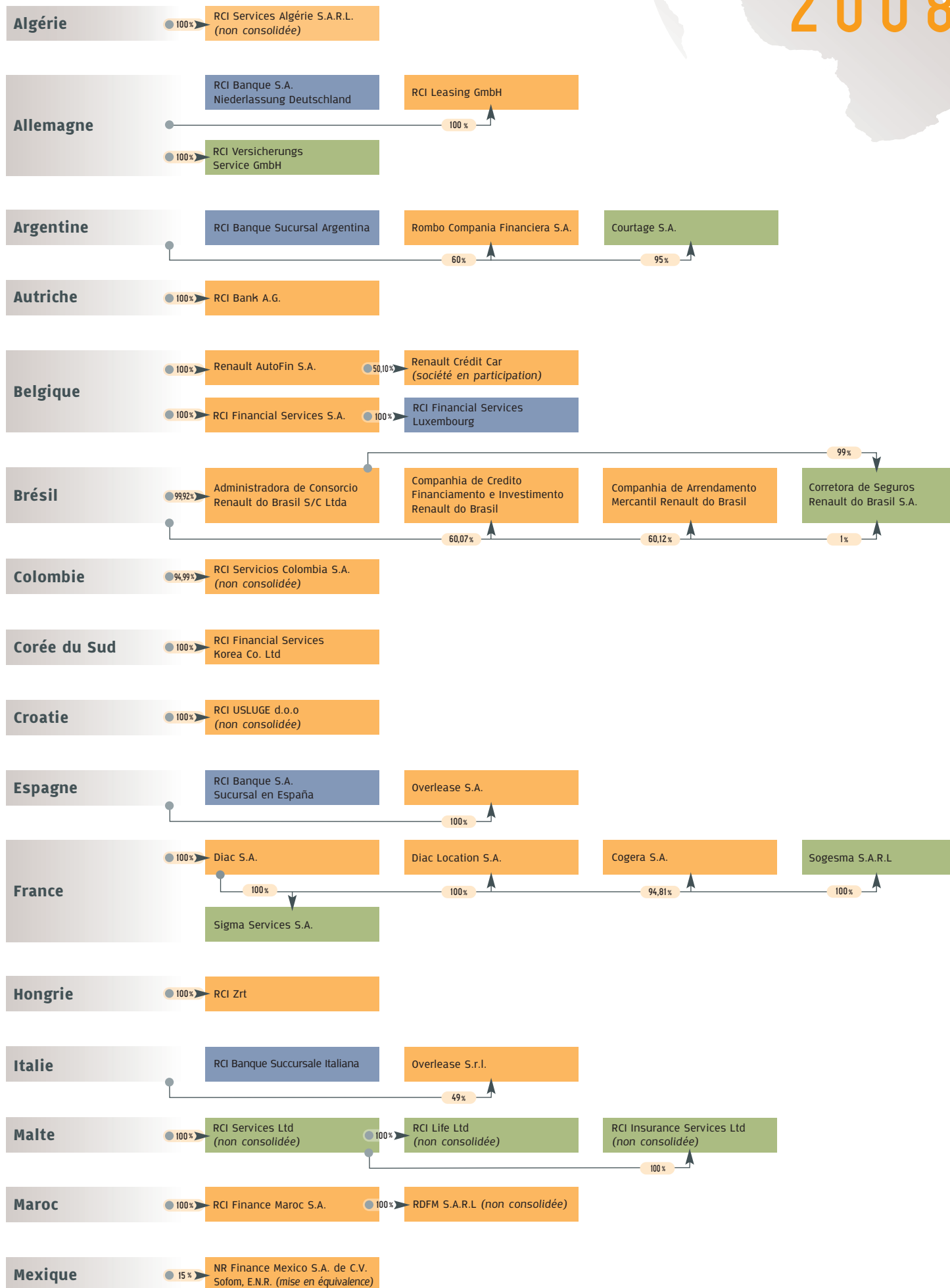
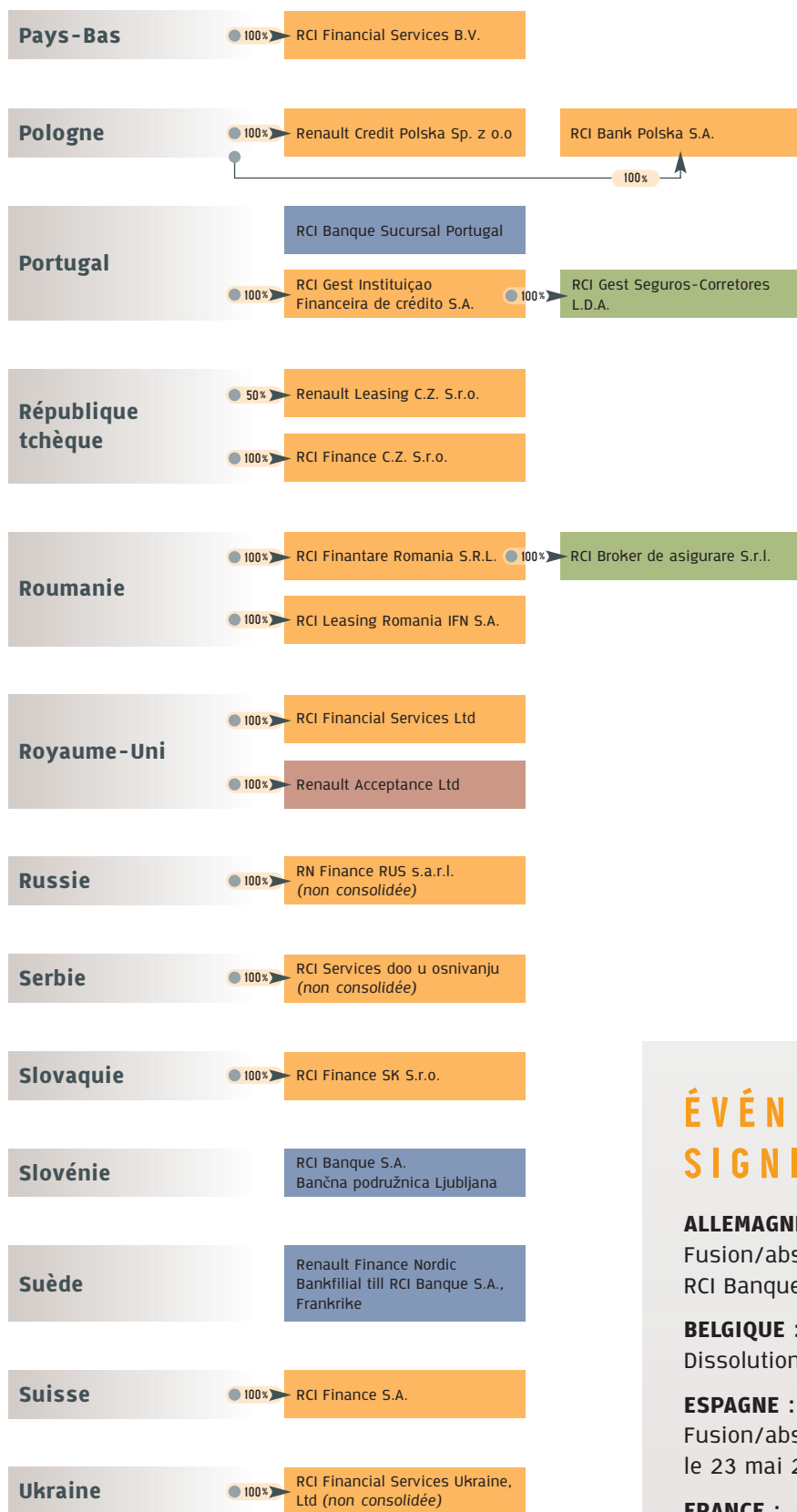


RAPPORT ANNUEL 2008

RCI Banque







- FILIALE DE FINANCEMENT
- SUCCURSALE
- FILIALE DE REFINANCEMENT
- FILIALE DE SERVICES

ÉVÉNEMENTS SIGNIFICATIFS 2008 :

ALLEMAGNE :

Fusion/absorption de RCI Finanzholding GmbH par RCI Banque le 23 mai 2008.

BELGIQUE :

Dissolution de Renault Services S.A. le 20 mai 2008.

ESPAGNE :

Fusion/absorption de Artida S.A. par RCI Banque le 23 mai 2008.

FRANCE :

Dissolution de Sygma S.N.C. le 30 septembre 2008.

MALTE :

Création d'un *holding* détenant deux compagnies d'assurance en décembre 2008.

MAROC :

Cession des parts de RDFM S.A.R.L. à RCI Finance Maroc S.A. par RCI Banque le 1^{er} juillet 2008.

PORTUGAL :

Fusion/absorption de RCI Gest Leasing par RCI Gest Instituição en décembre 2007 avec effet au 1^{er} janvier 2008.

SERBIE :

Création d'une filiale commerciale en décembre 2008.



Le groupe RCI Banque assure le financement des ventes des marques du Groupe Renault (Renault, Renault Samsung Motors, Dacia) dans le monde et de Nissan principalement en Europe.

Le groupe RCI Banque est présent :

- en France ;
- en Europe (vingt-quatre pays) : Allemagne, Autriche, Belgique/Luxembourg, Bosnie herzégovine, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, Hongrie, Italie, Lettonie, Lituanie, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Royaume-Uni, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Suède et Suisse ;
- dans la région Euromed : Algérie, Maroc, Roumanie, Russie et Ukraine ;
- dans la région Amériques : Argentine, Brésil, Colombie et Mexique ;
- et en Asie : Corée du Sud.

Le groupe, en tant que financière de marque, a pour mission d'apporter une gamme complète de financements et de services à ses trois clientèles de référence :

- le Grand Public et les Entreprises auxquels le groupe RCI Banque propose des crédits de véhicules neufs et d'occasion, de la location avec option d'achat, du crédit-bail, de la location longue durée, ainsi que des services associés : entretien et extension de garantie, assurance et assistance, gestion de flottes ;
- les Réseaux des marques Renault et Nissan dont le groupe RCI Banque finance les stocks de véhicules neufs et d'occasion et les pièces de rechange ainsi que les besoins de trésorerie à court terme.





COMITÉ EXÉCUTIF

Assis de gauche à droite au 1^{er} rang

Éric Spielrein
Secrétaire général

Françoise Le Goff
Directeur de la communication
Secrétaire exécutif

Philippe Gamba
Président-directeur général

Debout de gauche à droite

Jean-Pierre Frametzelle
Directeur général délégué
commerce Diac

Antoine Rousselin
Directeur financier

Patrice Cabrier
Directeur Europe

Geoffroy Lopin
Directeur entreprises /
région Amériques

Alain Drault
Directeur des systèmes
d'information

Frédéric Renaud
Directeur des risques
de crédit corporate

Antoine Lepinteur
Directeur des ressources
humaines

Michel Lucas
Directeur régions
Euromed / Asie-Afrique

Daniel Rebbi
Directeur marketing

CONSEIL

D'ADMINISTRATION

Philippe Gamba
Président

Patrick Blain

Patrice Cabrier

Alain Dassas

Jean-Baptiste Duzan

Jean-Pierre Frametzelle

Thierry Moulonguet

Gilbert Guez
Président d'honneur

COMMISSAIRES AUX COMPTES

Deloitte & Associés
Ernst & Young Audit

SOMMAIRE

RAPPORT ANNUEL

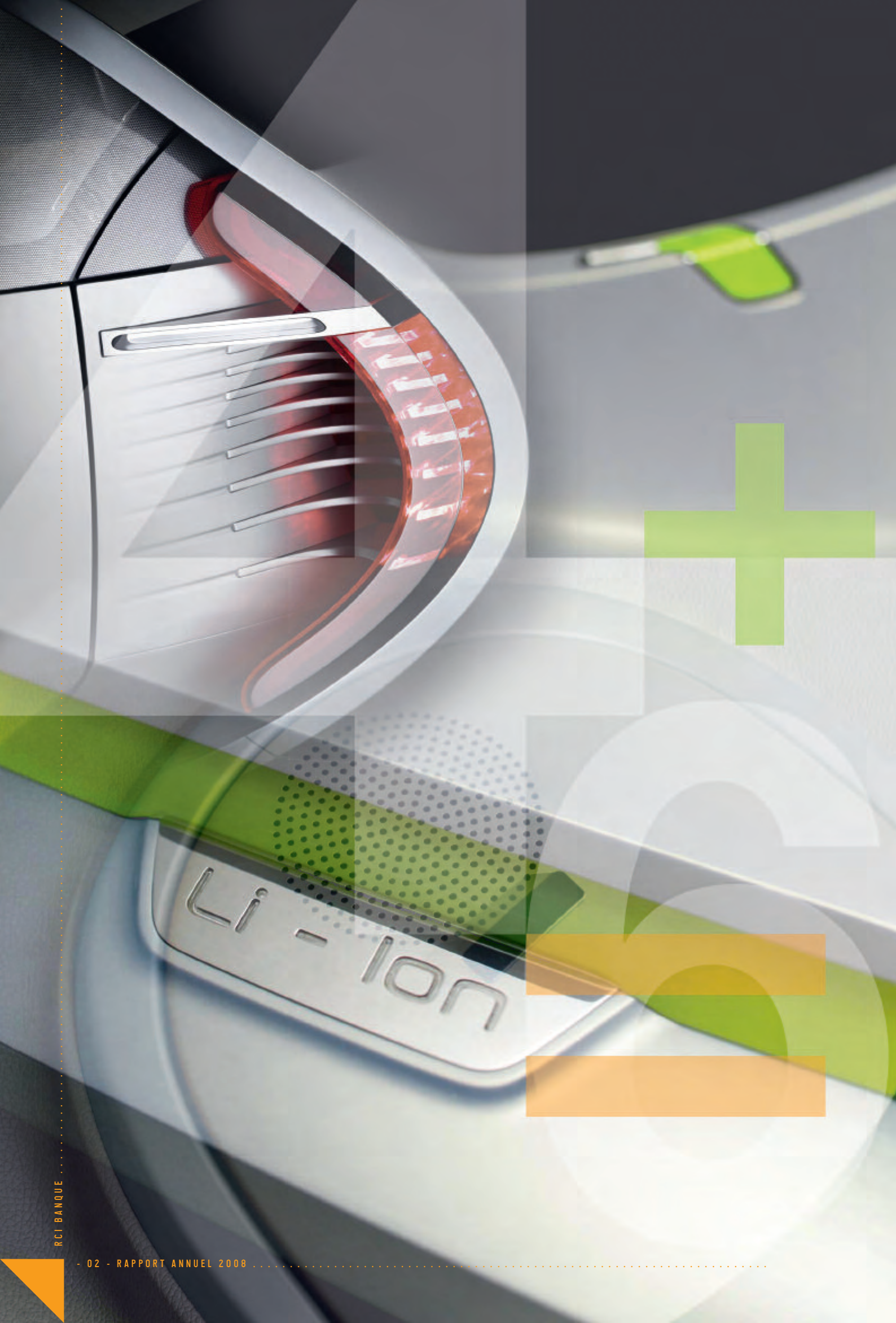
Le mot du président	2-3
Chiffres clés	4
Faits marquants	5
Résultats 2007	6
Perspectives	7
Une organisation tournée vers les clients	8-9
Financement Clientèle	10-13
Financement Réseaux	14-15
Activité du groupe	16-17
Politique financière	18-21
Politique Ressources humaines	22-23
Value Up	24-25

RAPPORT D'ACTIVITÉS

Activités du groupe	
• Europe	28-42
• Euromed	43-44
• Région Amériques	45-46
• Asie	47
Rapport des commissaires aux comptes	48
Loi sur la Sécurité financière	49-58
Les risques	59-73

RAPPORT DE GESTION

Rapport des commissaires aux comptes	77
Comptes consolidés du groupe RCI Banque	78-81
Annexe aux comptes consolidés	82-122
Informations générales	123-131



LE MOT DU PRÉSIDENT



À l'instar des différents acteurs de l'économie, RCI Banque a été touchée par les difficultés du système bancaire, la volatilité des marchés financiers mais également par la crise de la filière automobile. Cependant, l'exercice 2008 montre la robustesse du *business model* du groupe RCI Banque et a bénéficié de la prudence des politiques mises en œuvre depuis plusieurs années.

Fidèle à son rôle de soutien aux ventes des constructeurs, grâce au maintien d'une politique d'intégration conjointe ainsi qu'à sa stratégie financière, RCI Banque a préservé son activité commerciale avec un taux d'intervention de 32,2 % en Europe occidentale (33 % en 2007). La part de l'activité à l'international s'est également fortement développée.

RCI Banque a mené, avec les constructeurs et leurs réseaux, une politique de décroissance des stocks qui a permis aux concessionnaires de retrouver des marges de manœuvre financière, en limitant le poids des stocks sur leurs *cash flows* et à RCI Banque de dégager des ressources supplémentaires pour les financements Clientèle.

Dans un marché automobile en recul, les nouveaux financements baissent de 4,7 % en 2008.

Le coût du risque, en augmentation du seul fait de la dégradation du marché espagnol, a été contrôlé et maintenu à 0,87 % de nos encours. La politique autonome d'acceptation du groupe a été plus sélective, favorisée par la souplesse d'adaptation de nos systèmes internes.

Le ROA (*return on assets*) a été maintenu au-dessus de 2 % des encours portés par le groupe, soit un résultat net de 314 M€ correspondant à l'objectif de marge opérationnelle auquel nous nous étions engagé.

Dans un environnement en profonde mutation, RCI Banque a adapté son mode de fonctionnement au contexte financier actuel.

La politique financière menée par le groupe RCI Banque depuis plusieurs années, consistant à financer les actifs avec des passifs de maturités supérieures et maintenant ainsi une position de liquidité en *gap* positif, a été maintenue au cours de l'année. Le groupe a, par ailleurs, augmenté sa réserve de sécurité (exprimée comme la différence entre les liquidités disponibles et les encours de certificats de dépôts).

Elle atteint 4 Md€. Cette progression de 911 M€ par rapport à 2007 s'explique principalement par la titrisation du portefeuille *leasing* en Allemagne et par une meilleure exploitation de notre capacité de mobilisation auprès de la Banque centrale européenne (BCE).

Nous avons pu également mettre en place de nouveaux prêts bancaires à moyen terme et accéder aux prêts garantis par l'État via la Société de financement de l'économie française (SFEF). Grâce à la diversification de son refinancement et son savoir-faire en structuration, RCI Banque dispose des leviers nécessaires lui permettant de faire face à ses besoins pour l'année 2009.

RCI Banque a su, avec l'aide et l'implication de l'ensemble de ses collaborateurs, compenser les effets négatifs de la crise par une très forte réactivité et adaptabilité. Nous avons progressé en productivité et nos marges sur services se sont améliorées.

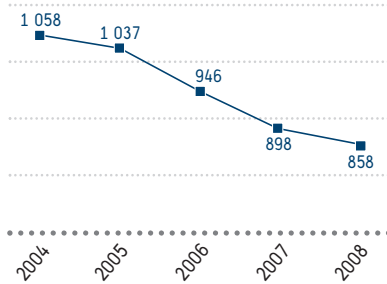
Nos systèmes internes ont fait la preuve de leur solidité, nos processus, et notamment la gestion de la crise, ont démontré leur efficacité. Notre bilan financier est sain. Nous avons déployé des projets structurants pour l'entreprise, pour la gestion des financements particuliers et réseaux.

Nos fondamentaux sont restés solides et nous permettent d'aborder 2009 avec confiance.

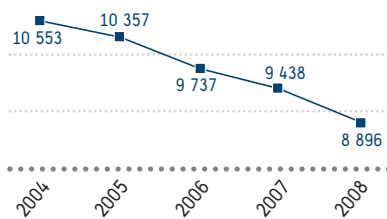
Philippe Gamba

CHIFFRES CLÉS

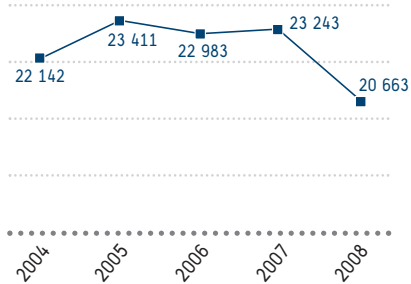
Nombre total dossiers véhicules
(hors prêts personnels et cartes de crédit)
en milliers



Nouveaux financements
(hors prêts personnels et cartes de crédit)
en millions d'euros



Encours net à fin décembre
en millions d'euros



Nota : Comptes aux normes IFRS depuis 2004.



FAITS MARQUANTS

Dans un environnement économique en profonde mutation, RCI Banque a adapté son mode de fonctionnement au contexte financier actuel pour assumer son rôle d'aide à la vente par le financement, tout en maintenant une politique financière prudente.

RCI Banque a préservé son activité commerciale avec un taux d'intervention de 32,2 % en Europe occidentale (33 % en 2007).

Le groupe RCI Banque a poursuivi son développement à l'international par :

- le démarrage opérationnel de l'activité dans les pays nordiques (crédit Réseaux à 100 % et accords commerciaux sur la Clientèle au Danemark, en Suède, en Finlande et en Norvège), et en Ukraine (accord commercial sur la Clientèle) ;
- la signature d'un accord commercial et la création d'une structure commerciale en Serbie ;
- le renforcement de la présence de RCI Banque dans les pays Baltes, avec le démarrage de l'activité de financement réseau en avril 2008 ;
- la création de deux compagnies d'assurances (vie et non-vie), localisées à Malte, ayant pour vocation le portage de programmes "Assurances Emprunteurs" de RCI Banque, dès le 1^{er} janvier 2009, avec comme priorité d'intervention les besoins de RCI Banque Allemagne ;
- la signature d'un accord commercial en Hongrie dont le démarrage opérationnel est prévu début 2009.

RCI Banque a mené, avec les constructeurs et leurs réseaux, une politique de décroissance des stocks qui a permis aux concessionnaires de retrouver des marges de manœuvre financière, en limitant le poids des stocks sur leurs *cash flows* et à RCI Banque de dégager des ressources supplémentaires pour les financements Clientèle.

Dans un contexte financier volatil et incertain, la politique prudente menée par le groupe depuis plusieurs années s'est montrée particulièrement justifiée. Elle permet de protéger la marge commerciale de chaque entité tout en assurant la sécurité du refinancement de ses activités. Avec 3,6 Md€ de ressources à un an et plus empruntés en 2008, RCI Banque maintient une position de liquidité statique positive et a couvert les besoins de financements résultant de l'activité commerciale. La réserve de liquidité progresse à 4 Md€ (3,1 Md€ au 31 décembre 2007).

Suite à la titrisation du portefeuille de *leasing* de la filiale allemande dans un Fonds commun de titrisation (FCT), le groupe augmente de 675 M€ sa base de collatéral éligible à la Banque centrale européenne (BCE), en attendant une réouverture de ce marché.

La réactivation du mécanisme de déclaration des créances commerciales sur des débiteurs français acceptés en collatéral par la Banque de France a également permis d'augmenter de 220 M€ le potentiel d'accès à la liquidité "Banque centrale". Le refinancement auprès de l'institut d'émission, beaucoup plus compétitif que les autres sources de financement à court terme, augmente ainsi à 1,2 Md€ (+ 750 M€) et vient compenser le recul des encours de certificats de dépôts et ECP.

Comme toutes les banques françaises, RCI Banque peut accéder aux ressources financières accordées par la Société de financement de l'économie française (SFEF). RCI Banque a été le premier établissement non actionnaire de cette structure à bénéficier de financements et a obtenu, au-delà de sa part normale des concours SFEF, de pouvoir bénéficier d'un tirage "réservataire" de 500 M€. La part non utilisée de cette allocation, soit environ 250 M€, sera mobilisée début 2009 après mise en place d'un mécanisme permettant, par l'intermédiaire d'un FCT, d'apporter des contrats de location avec option d'achat (LOA) et de crédit-bail comme collatéral.

Par ailleurs, RCI Banque a été autorisée par la Commission bancaire à utiliser l'approche notations internes avancées du risque de crédit, à compter du 1^{er} janvier 2008, dans le cadre de la réglementation relative aux exigences de fonds propres, dite Bâle II. Cette autorisation couvre toutes les activités de RCI Banque (Grand Public, Entreprises et Réseaux) sur quatre pays (France, Allemagne, Espagne et Italie). Ce périmètre représente un peu plus de 70 % des risques de crédit, en attendant son élargissement au Royaume-Uni en 2009.

RÉSULTATS 2008

Dans un environnement 2008 mouvementé, RCI Banque confirme la solidité de son business model et poursuit son rôle de soutien aux ventes des Constructeurs et des Réseaux de concessionnaires. Il maintient des résultats en ligne avec les années précédentes, préserve son niveau de ROE et renforce sa réserve de liquidité.

Le résultat annuel 2008 consolidé avant impôts du groupe RCI Banque s'élève à 482 M€, en hausse de 4,8 % par rapport à 2007.

- L'augmentation du produit net bancaire 2008 (+ 1 %) résulte d'une quasi-stabilité de l'encours productif moyen, de la marge financière et des coûts de distribution, combinée à l'amélioration de la marge sur services (0,91 % des encours productifs moyens à décembre 2008, contre 0,81 % à décembre 2007).
- Le coût du risque total (y compris risque pays) passe de 0,68 % de l'encours productif moyen en 2007 à 0,87 % (0,91 % sans risque pays) en 2008, du fait de l'impact négatif de l'Espagne. Globalement, dans les autres pays, le coût du risque reste stable.
- L'amélioration des frais de fonctionnement de 13 % par rapport à 2007 est due à la poursuite des actions d'optimisation des structures du groupe. Hors éléments non récurrents, ils diminuent de 10 M€ à 1,66 % des encours productifs moyens (1,63 % en 2007).

Malgré la hausse du résultat avant impôts, le résultat net consolidé – part du groupe – ressort en légère baisse à 314 M€ en 2008, contre 316 M€ en 2007, en raison du retour du taux effectif d'imposition à son niveau naturel. Pour mémoire, l'année 2007 avait, en effet, été marquée par la réception exceptionnelle d'avoirs fiscaux italiens.

Les encours de financement des ventes (nets) du groupe RCI Banque s'élèvent à 20,7 Md€, contre 23,2 Md€ à fin décembre 2007 (- 10,8 %). La baisse des encours de crédit résulte notamment de la baisse des stocks véhicules neufs (VN) dans le réseau, et d'un effet de change défavorable de - 718 M€ (Royaume-Uni et Corée du Sud) sur la clientèle.

Les capitaux propres du groupe RCI Banque s'élèvent à 2 188 M€, contre 2 430 M€ au 31 décembre 2007. Cette variation s'explique principalement par :

- le résultat net positif de 325 M€ ;
- le dividende versé au titre de l'exercice 2007 (- 302 M€) ;
- l'impact négatif (- 126 M€) de la revalorisation des swaps de couverture de taux dans un contexte de forte diminution des taux d'intérêts et des variations de cours de change (- 148 M€) impactant les participations dans les filiales implantées hors zone euro.

La rentabilité

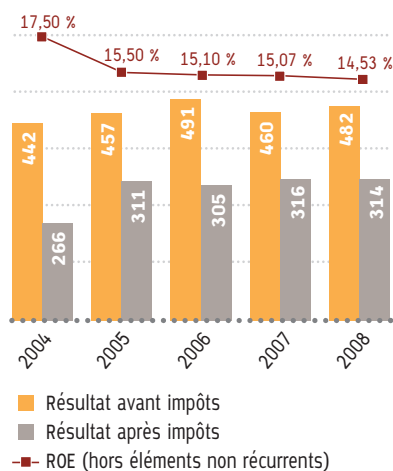
Au 31 décembre 2008, le ratio de solvabilité du groupe RCI Banque s'élève à 10,8 % (dont Core Tier 1 à 9,5 %)*, contre 9,2 % (dont Core Tier 1 à 8,1 %) à fin décembre 2007, ce dernier chiffre étant calculé dans le référentiel Bâle I.

Hors éléments non récurrents, le ROE s'élève à 14,5 % en 2008, en légère baisse par rapport à 2007 (15,1 %).

* Le ratio de solvabilité est établi selon la méthodologie Bâle II à compter du 01/01/2008.

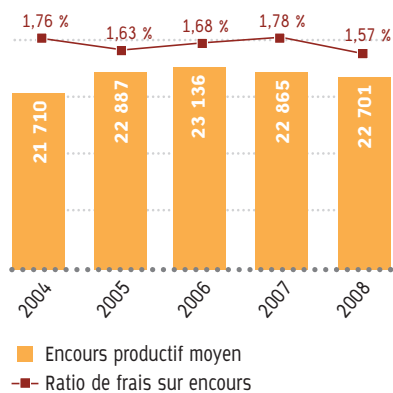
Résultats

en millions d'euros



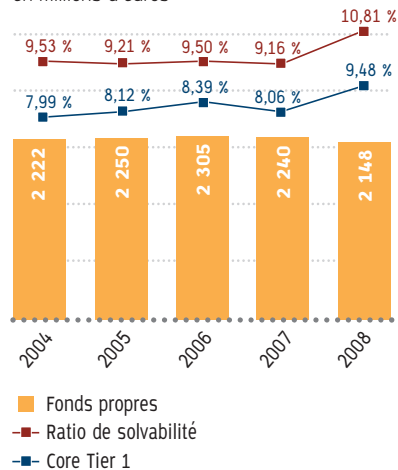
Encours productif moyen et ratio de frais sur encours

en millions d'euros



Fonds propres prudeniels

en millions d'euros





PERSPECTIVES

Fidèle à son rôle de soutien aux ventes des marques du Groupe Renault et de Nissan en Europe, et grâce au maintien de la politique d'intégration avec les constructeurs ainsi qu'à sa stratégie financière, RCI Banque doit préserver son activité commerciale en Europe occidentale et poursuivre son développement à l'international.

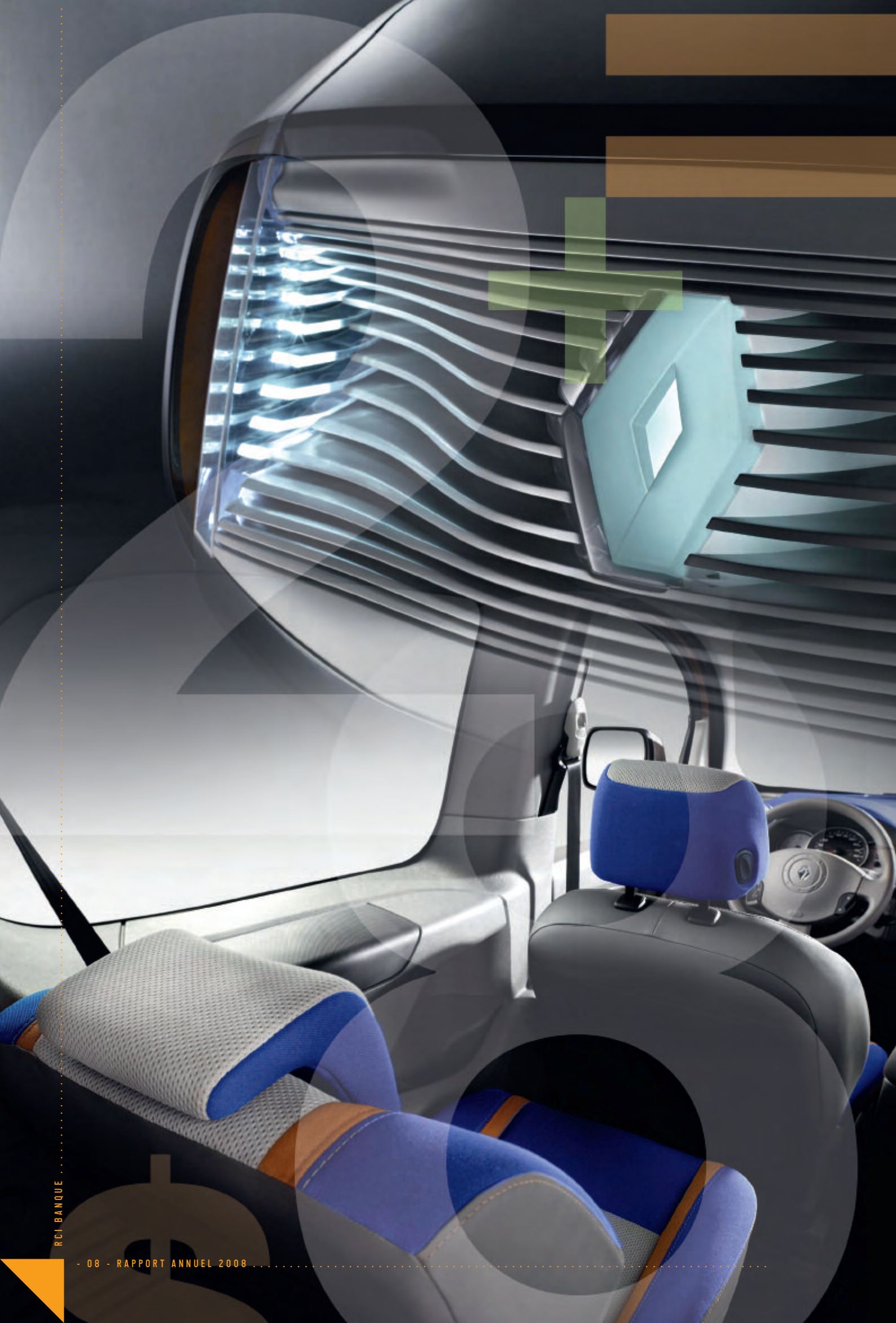
Ainsi, RCI Banque a mené, avec les constructeurs et leurs réseaux, une politique de décroissance des stocks qui a permis aux concessionnaires de retrouver des marges de manœuvre financière en limitant le poids des stocks sur leurs *cash flows* et à RCI Banque de dégager des ressources supplémentaires pour les financements Clientèle.

La contribution des filiales RCI Banque hors périmètre Europe G10 devrait représenter une part croissante. Le lancement opérationnel des activités en Turquie complète l'implantation internationale du groupe.

La poursuite des actions d'amélioration de la compétitivité passe par l'optimisation des frais de fonctionnement et la maîtrise du coût du risque, dont le niveau devrait être stable par rapport au second semestre 2008.

La politique d'acceptation stricte et réactive sera maintenue et affinée, les instances de pilotage ont été renforcées. Le recouvrement est l'objet d'optimisations permanentes, dans un contexte macroéconomique dégradé.





UNE ORGANISATION TOURNÉE VERS LES CLIENTS



RCI Banque, financière de l'Alliance, a pour mission d'accompagner les marques (Renault, Renault Samsung Motors, Dacia, Nissan, Infiniti) dans leur développement commercial en proposant une gamme complète de financements et de services à ses trois Clientèles : le Grand Public, les Entreprises et les Réseaux. Les attentes de ces clientèles diffèrent en termes de besoin et nécessitent des approches marketing, commerciales et de gestion spécifiques.

Pour mieux faire face à cette complexité, les équipes de RCI Banque et les constructeurs collaborent étroitement sur des projets qui visent à améliorer l'efficacité commerciale de l'Alliance.

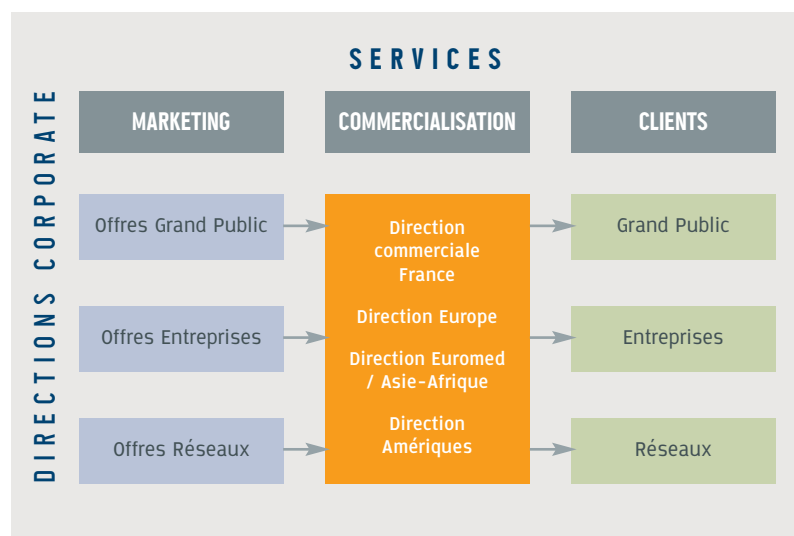
Pour la clientèle Grand Public, RCI Banque a maintenu en 2008 une offre de produits basée sur la stratégie du *One Stop Shopping* permettant au client de finaliser l'ensemble de son acte d'achat (automobile, financement et services) en une seule fois.

2008 aura aussi vu le renforcement des offres *packagées* ainsi que le lancement de produits innovants du type carte de paiement.

Pour la clientèle Entreprises, RCI Banque accompagne les marques de l'Alliance avec une offre de crédit, de *leasing* et de location longue durée (LLD) auxquelles viennent s'adosser de nombreux services associés (entretien, véhicule de remplacement...).

L'activité LLD, qui dans certains pays représente le premier mode de financement aux entreprises, est traitée par des équipes communes Renault-RCI Banque, ce qui permet à RCI Banque d'affirmer son soutien au réseau en termes de réponses apportées aux clients.

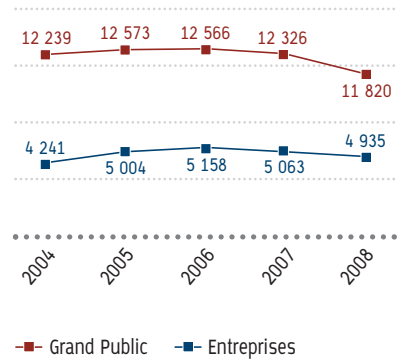
Avec un taux de pénétration de 32,3 % sur les ventes de véhicules neufs Renault, Dacia et Nissan en Europe, RCI Banque est un incontournable levier de conquête et de fidélisation pour les marques de l'Alliance.





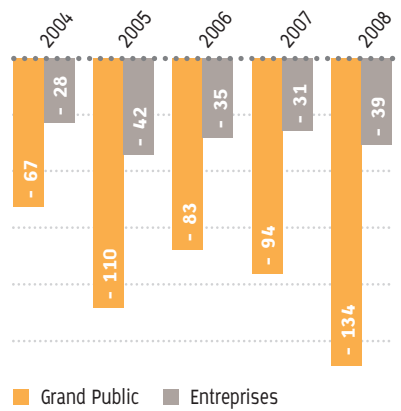
Encours productif moyen

en millions d'euros



Coût du risque

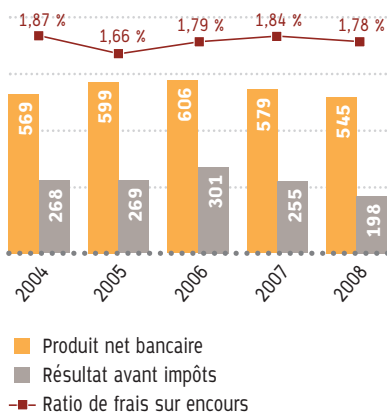
en millions d'euros



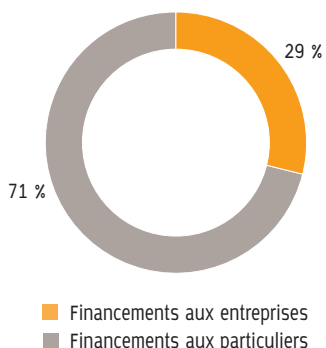
FINANCEMENT CLIENTÈLE

L'activité de financement Clientèle représente 74 % de l'encours productif moyen, soit 16,55 Md€.

Produit net bancaire Grand Public
Résultat et frais de fonctionnement
en millions d'euros



Ventilation des financements
Clientèle 2008



Le Grand Public

L'activité de financement aux particuliers représente 52 % des encours productifs moyens de RCI Banque, soit 11,82 Md€.

Sur l'année 2008, le nombre de nouveaux dossiers de financement de véhicules neufs Grand Public sur les marques de l'Alliance (Renault, Renault Samsung Motors, Dacia, Nissan) s'élève à 318 509 unités. Les financements dédiés aux véhicules d'occasion ont généré 157 092 nouveaux dossiers.

RCI Banque participe pleinement à la stratégie marketing de l'Alliance en agissant sur les leviers de conquête et de fidélisation avec son offre de financement différenciée.

Des offres adaptées au contexte de chaque pays et composées à la fois de :

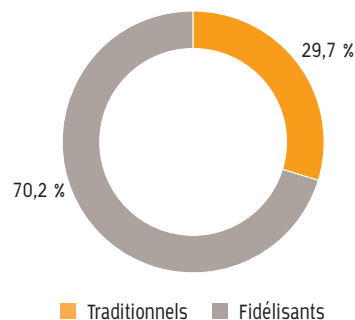
- produits de financement traditionnels ;
- produits de financement dits fidélisants. Ceux-ci vont répondre aux besoins de clients intéressés par une approche budgétaire, tout en leur assurant une liberté de choix en fin de contrat.

De nouveaux outils permettent également de renforcer l'approche "relation client", c'est le cas notamment de la carte de paiement. Vecteur de l'image des constructeurs, elle permet également de maintenir le lien avec le client tout au long de son parcours et de le fidéliser aux réseaux pour ses opérations d'après-vente.

Aujourd'hui distribuée dans trois pays (France, Italie, Roumanie), la carte de paiement est le prolongement de la stratégie produits et services de RCI Banque.

Répartition de l'offre Grand Public RCI Banque périmètre monde

Mix produit RCI Banque au 31/12/2008





Les Entreprises

Avec 4,9 Md€, le marché Entreprises représente 21,7 % des encours productifs moyens.

Le parc locatif est de 391 679 véhicules auquel il faut ajouter un parc en *fleet management* de 64 711 contrats. Le nombre de nouveaux dossiers est de 200 970 unités.

Les petites et moyennes entreprises, qui représentent un réel relais de croissance tant en volume qu'en rentabilité, utilisent selon les pays les différentes formules de financement proposées par RCI Banque : crédit, *leasing*, location longue durée ou gestion de parc (*fleet management*).

Les grandes entreprises s'orientent essentiellement vers la LLD et y trouvent les services additionnels et les outils leur permettant d'optimiser la gestion du parc automobile.

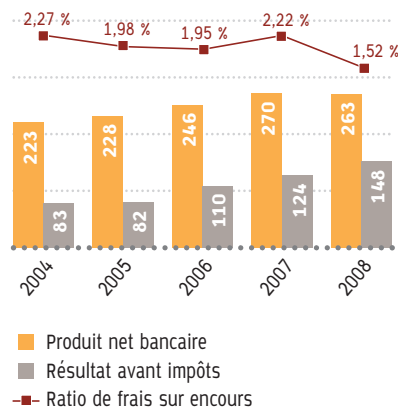
RCI Banque apporte également son support aux réseaux des marques, mettant à leur disposition de la formation, des outils de tarification dans les points de vente, mais aussi des outils de simulation sur Internet permettant de recontacter plus facilement les clients.



Pour ce qui concerne le développement international, RCI banque a lancé début 2008 la filiale Renault Finance Nordic couvrant la Suède, le Danemark, la Norvège et la Finlande. Par ailleurs, l'offre Nissan est disponible en Belgique depuis le printemps 2008 et trois pays (Suisse, Espagne et Italie) ont vu l'arrivée des financements dédiés au Grand Public pour la marque Infiniti.

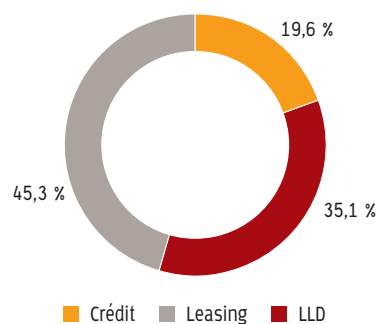
Produit net bancaire Entreprises Résultat et frais de fonctionnement

en millions d'euros

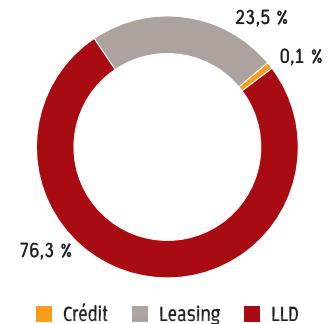


Répartition de l'offre Entreprises RCI Banque périmètre monde

Mix produit Flottes de proximité au 31/12/2008



Mix produit Grands comptes au 31/12/2008



FINANCEMENT RÉSEAUX

De nouvelles implantations à l'international

- Lancement de l'activité financement Réseaux au Danemark, en Finlande, en Norvège et en Suède dès janvier 2008 à partir d'une plate-forme unique de la succursale à Stockholm.
- Lancement de l'activité également sur les trois pays Baltes : Estonie, Lettonie, Lituanie en février 2008 à partir de la filiale polonaise.
- Des études en cours permettront dès 2009 de lancer l'activité de financement Réseaux en Corée du Sud, pour les marques Nissan et Infiniti.

2009 marquera une pause dans les investissements et le redéploiement des projets dans le temps, compte tenu de la baisse de visibilité qu'offrent certains pays du fait de l'impact de la crise financière.

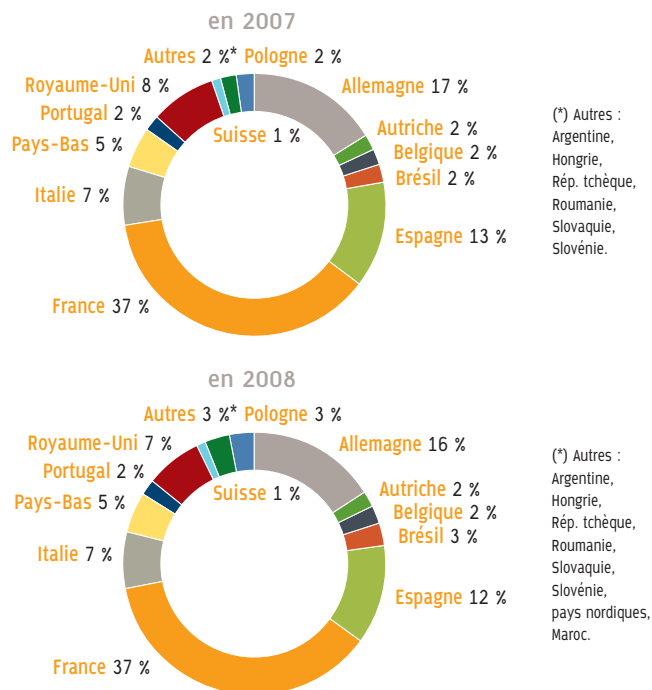


Une nouvelle marque enrichit l'offre RCI Banque

Lancement du financement des réseaux Infiniti selon le déploiement de la marque sur le territoire européen.

- en 2008 : France, Espagne, Italie, Pologne, Pays-Bas, Suisse
- et bientôt pour 2009 : Allemagne et Royaume-Uni.

Évolution des encours productifs moyens Réseaux par pays



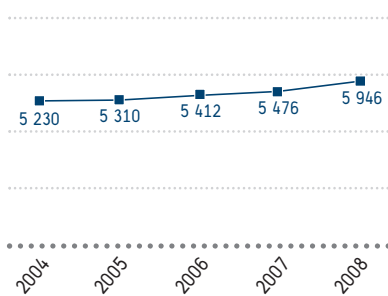
Le renforcement des dispositifs de soutien de l'activité et de suivi du risque

- La situation de crise financière et de décroissance des marchés automobiles conforte la politique de soutien de RCI Banque aux marques de l'Alliance, au travers d'une démarche de consolidation financière des réseaux de distribution.
- RCI Banque confirme sa politique de soutien aux constructeurs et à leurs réseaux de distribution par la mise à disposition de solutions de financement adaptées aux besoins :
 - l'encours productif moyen progresse de 9 % à 5 946 K€, le dernier trimestre a été marqué par une forte décroissance des encours ;
 - l'encours fin décembre 2008 s'établit à 4 749 K€, résultat d'une stratégie, volontaire et partagée avec les constructeurs, de déstockage des réseaux de distribution.

Le pilotage des stocks et leur adéquation à la situation des marchés resteront une priorité pour RCI Banque en 2009.
- Le choix d'une solution informatique unique sur l'ensemble des filiales permet une standardisation des processus de plus en plus complète et la mise en place rapide d'outils d'alerte et de contrôle des encours ou des risques.
- Les processus de suivi et de maîtrise du risque ont été renforcés tant dans les filiales qu'en central. Les dispositifs en place sont de nature à permettre une réactivité accrue, et l'anticipation et la prévention des risques sur les réseaux de distribution. Le coût du risque sur l'activité est en baisse (à 0,45 % des encours), bien que des ajustements de provisions à la hausse aient été opérés sur les pays les plus durement touchés par le retournement des marchés.

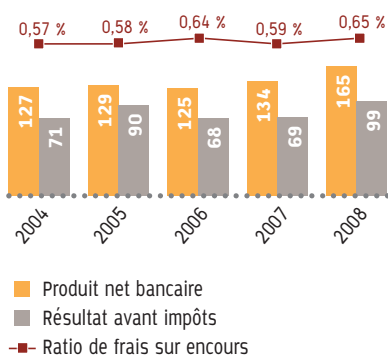
Encours productif moyen

en millions d'euros



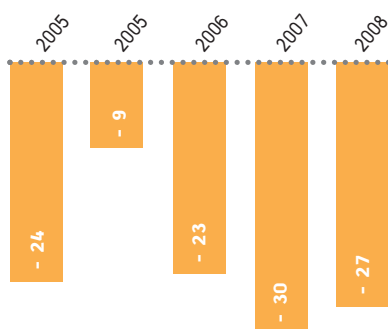
Produit net bancaire Résultat et frais de fonctionnement

en millions d'euros



Coût du risque

en millions d'euros



ACTIVITÉ DU GROUPE

Fidèle à son rôle de soutien aux ventes des constructeurs, RCI Banque préserve son activité commerciale avec un taux d'intervention de 32,1 % en Europe occidentale (33 % en 2007).

Sur un marché mondial en recul de 4,8 %, le Groupe Renault enregistre une baisse de ses ventes de 4,2 % et augmente ainsi sa part de marché à 3,6 %. Le Groupe poursuit sa croissance internationale avec une augmentation de ses ventes hors d'Europe de 1,5 % atteignant 873 798 véhicules vendus, soit près de 37% des ventes totales du Groupe Renault.

En Europe occidentale, les ventes du Groupe Renault ont diminué de 7,2 % dans un marché européen en crise, reculant de 8,1 %. Le Groupe gagne ainsi 0,2 point de part de marché, tout en poursuivant sa stratégie de réduction des volumes aux loueurs courte durée. Dans un marché français en baisse (0,6 %), le Groupe Renault affiche une croissance de ses ventes VP de 3,5 %, augmentant ainsi sa part de marché de 23 % à 24 %. Renault consolide sa place de première marque avec une part de marché de 23,7 %, en hausse de 0,1 point. La marque Dacia augmente ses volumes de 33,5 % et s'octroie une part de marché de 1,7 %.

MARCHÉ VP + PVU*		PART DE MARCHÉ MARQUES DU GROUPE RENAULT	PART DE MARCHÉ NISSAN	TAUX D'INTERVENTION RCI BANQUE
Europe occidentale	2008****	9,3 %	2,1 %	32,1 %
	2007***	9,5 %	2 %	33 %
dont Allemagne	2008	5 %	1,5 %	37,2 %
	2007	4,7 %	1,4 %	38,6 %
dont Espagne	2008	10,2 %	3,4 %	39,8 %
	2007	10,5 %	2,9 %	46,2 %
dont France	2008	25,4 %	1,9 %	32,5 %
	2007	24,8 %	1,7 %	32 %
dont Royaume-Uni	2008	4,4 %	3,1 %	27,2 %
	2007	5,4 %	3 %	22,7 %
dont Italie	2008	4,9 %	2,4 %	31,3 %
	2007	5,3 %	1,8 %	35,3 %
Brésil	2008	4,3 %	0,7 %	22,4 %
	2007	3,1 %	0,5 %	29,4 %
Corée du Sud	2008	8,5 %	0,3 %	36,8 %
	2007	9,3 %	0,2 %	26,6 %
Reste du monde**	2008	14,8 %	1,2 %	28 %
	2007	15,3 %	1,1 %	29,4 %
TOTAL GROUPE	2008	9,1 %	1,7 %	31,2 %
RCI BANQUE	2007	9,2 %	1,6 %	32,1 %

* Les données concernent les marchés voitures particulières (VP) et petits véhicules utilitaires (PVU).

** Reste du monde : Pologne, République tchèque, Slovaquie, Slovénie, Hongrie, Roumanie, Argentine et Maroc.

*** 2007 : Consolidation de la Slovénie.

**** 2008 : Consolidation des pays nordiques (Europe occidentale) et du Maroc (reste du monde).

À fin 2008, le groupe RCI Banque a produit 858 024 nouveaux dossiers véhicules (dont 19 % hors Europe occidentale) et a généré 8,9 Md€ de nouveaux financements, en baisse de 4,7 % par rapport au 31 décembre 2007. RCI Banque voit son taux d'intervention sur les immatriculations de véhicules neufs du Groupe Renault et de Nissan préservé à 32,1 % en Europe occidentale (contre 33 % à la même période).

Le recul du marché automobile impacte le niveau des nouveaux financements et a pour conséquence une baisse de 1,5 Md€ des encours de financement Clientèle à fin décembre 2008 par rapport au 31 décembre 2007.

Les encours Réseaux se contractent de 1 Md€ sur la même période démontrant ainsi une politique de gestion des stocks rigoureuse des constructeurs et du réseau en cette période de crise.

La baisse des encours totaux constatée sur l'Europe occidentale est partiellement compensée par une progression de l'activité des filiales hors Europe.

NOMBRE DE NOUVEAUX DOSSIERS VÉHICULES	NOUVEAUX FINANCEMENTS Hors cartes et prêts personnels (M€)	ENCOURS NETS À FIN (M€)	DONT ENCOURS NETS RÉSEAU À FIN (M€)	ENCOURS PRODUCTIFS MOYENS (M€)	PRODUIT NET BANCAIRE (M€)	RÉSULTAT AVANT IMPÔTS (M€)
693 703	7 728	18 854	4 088	20 857	825	344
747 115	8 418	21 623	5 127	21 505	878	400
122 515	1 409	4 024	866	4 299	170	99
125 583	1 455	4 442	869	4 576	170	89
82 823	1 012	2 848	499	3 421	117	- 16
132 169	1 657	3 738	690	3 694	134	62
283 315	3 384	7 597	1 602	7 949	344	190
279 438	3 283	8 009	2 135	7 701	341	164
67 649	730	1 314	172	1 810	63	16
74 120	734	2 062	418	1 988	87	25
56 702	599	1 508	361	1 688	69	34
71 338	735	1 757	365	1 876	77	32
31 216	282	483	161	543	49	32
28 081	278	533	176	448	34	15
39 567	463	457	0	401	20	10
31 916	387	334	0	247	15	5
93 538	423	869	231	901	71	39
91 222	355	753	241	665	54	28
858 024	8 896	20 663	4 480	22 701	1 040	482
898 334	9 438	23 243	5 544	22 865	1 030	460



POLITIQUE FINANCIÈRE

Dans un contexte volatil et incertain, la politique financière prudente menée par le groupe depuis plusieurs années s'est montrée particulièrement justifiée. Elle permet de protéger la marge commerciale de chaque entité tout en assurant la sécurité du refinancement de ses activités. Elle est définie et mise en œuvre au niveau consolidé par RCI Banque et s'applique à toutes les filiales de financement des ventes du groupe.

Les ressources à un an et plus empruntées au cours de l'exercice couvrent les besoins de financement résultant de l'activité commerciale.

La politique consistant à financer les actifs avec des passifs de maturités supérieures et entretenant ainsi une position de liquidité en gap positif, a été maintenue au cours de l'exercice. Les ressources empruntées à un an et plus se montent à 3,6 Md€ et font plus que couvrir les tombées de l'année (4,7 Md€) corrigées de la réduction des encours Clientèle (1,5 Md€).

Le profil de liquidité statique positif, matérialisé sur chaque période mensuelle future par l'excédent des passifs par rapport aux actifs de même maturité, se maintient ainsi à un niveau similaire à celui constaté

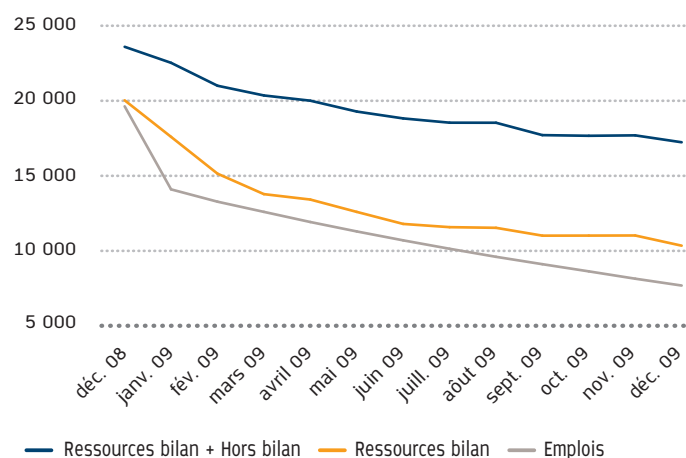
les années passées. Les nouveaux crédits restent donc adossés à des ressources empruntées plusieurs mois auparavant.

Au-delà de sa position de liquidité statique positive, le groupe dispose de liquidités disponibles de 6,5 Md€ constituées de lignes de crédit confirmées non utilisées et sans covenants (4 492 M€, en recul de 869 M€ par rapport au 31 décembre 2007 en raison de l'utilisation partielle pour 753 M€), de créances mobilisables auprès de la BCE (1 514 M€ après prise en compte de la décote) et d'un excédent de trésorerie de 485 M€.

Les excédents de liquidité temporaires sont placés exclusivement en dépôts bancaires à très court terme auprès des banques de qualité de crédit élevée, préalablement identifiées et autorisées par un comité spécifique.

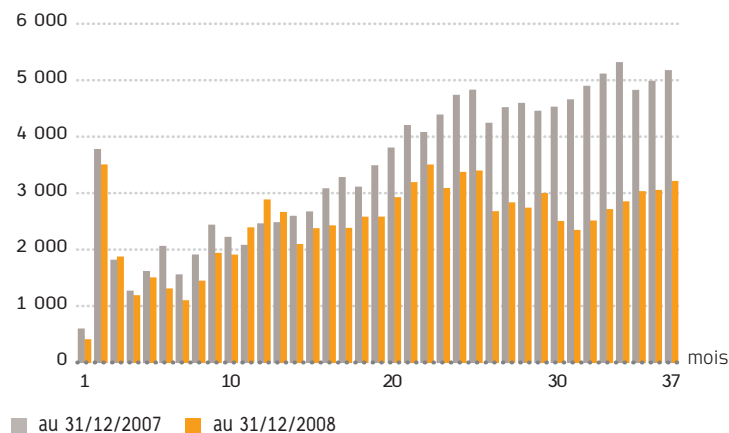
Position de liquidité du groupe RCI Banque

en millions d'euros



Gap statique⁽¹⁾ à fin 2007 et 2008

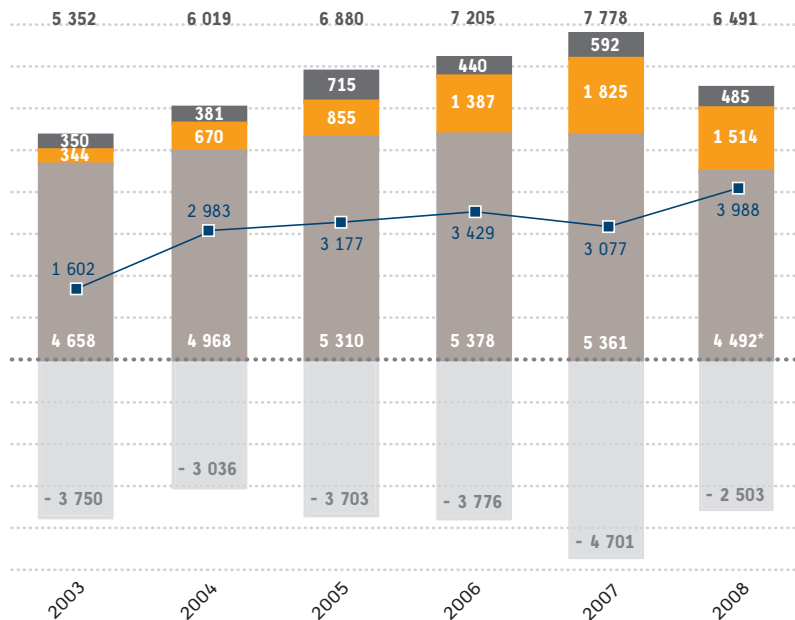
en millions d'euros



(1) Excédent de ressources par rapport aux emplois sur une maturité donnée.

La réserve de liquidité est renforcée par l'augmentation du collatéral mobilisable à la Banque centrale européenne.

Réserve de liquidité du groupe RCI Banque en millions d'euros



* Lignes de crédit confirmées : 5 245 M€ - Tirages : 753 M€

LIQUIDITÉ DISPONIBLE

- Caisse et réserves obligatoires
- Réserve de liquidité
- Titres mobilisables à la BCE
- CD / CP
- Lignes de crédit confirmées

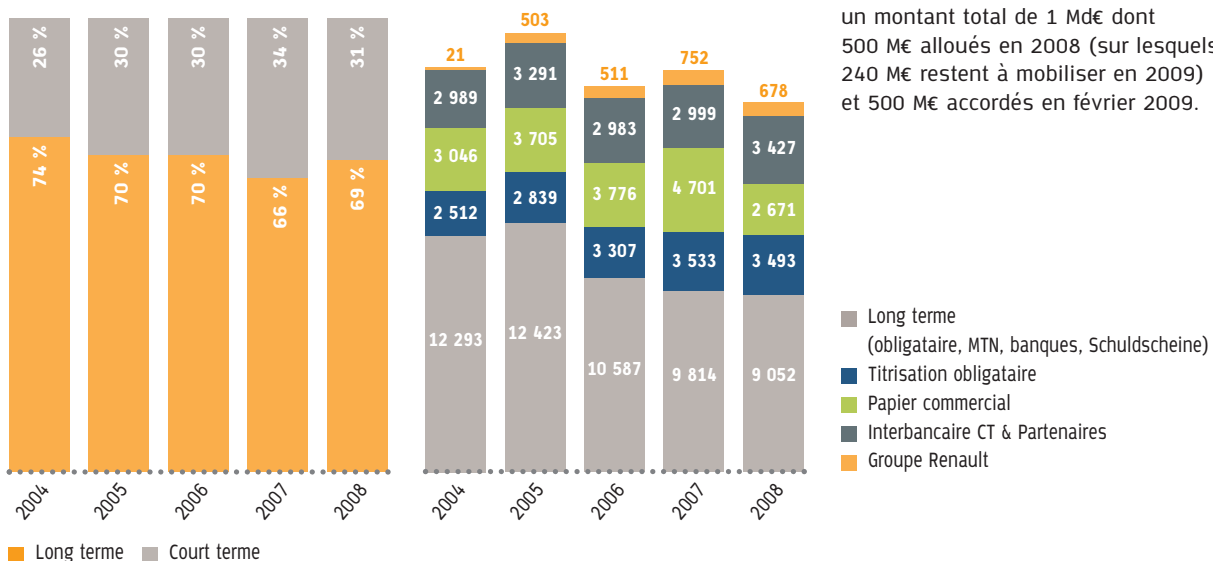
La réserve de liquidité, exprimée comme la différence entre les liquidités disponibles et les encours de certificats de dépôts et papiers commerciaux, atteint ainsi 4 Md€, en progression de 911 M€ par rapport au 31 décembre 2007. Cette progression s'explique principalement par la titrisation du portefeuille *leasing* en Allemagne, conservée par RCI Banque comme collatéral BCE pour environ 600 M€, et par la mise en place d'un mécanisme de déclaration bihebdomadaire des créances commerciales acceptées par la Banque de France en garantie des opérations de politique monétaire pour environ 200 M€.

Au cours de l'exercice, le groupe a lancé une émission obligataire publique à trois ans pour 700 M€, ainsi que plusieurs émissions privées sous format EMTN ou BMTN, pour un total de 1 242 M€.

En parallèle, les nouveaux emprunts bancaires à un an et plus se sont élevés à 1 364 M€.

Comme toutes les banques françaises, RCI Banque a accès aux fonds alloués par la SFEF. Au-delà des allocations proportionnelles périodiques à chaque émission de la SFEF, RCI Banque bénéficie d'enveloppes supplémentaires pour un montant total de 1 Md€ dont 500 M€ alloués en 2008 (sur lesquels 240 M€ restent à mobiliser en 2009) et 500 M€ accordés en février 2009.

Structure du passif de RCI Banque

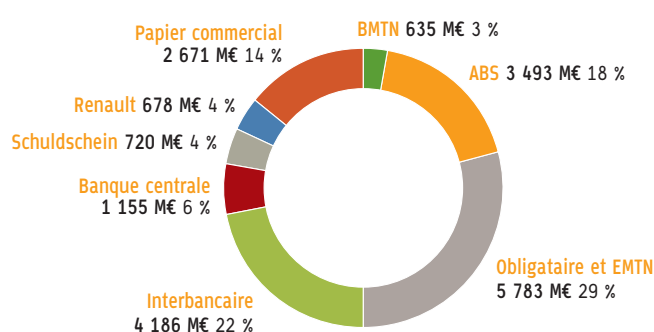


- Conformément à la politique du groupe, les actifs hors d'Europe occidentale détenus dans des pays dont la notation financière est inférieure à "single A" (risque de non-transfert) sont adossés à des ressources empruntées localement dans la même devise. Une partie des besoins de financements en euros de la filiale roumaine est assurée par le groupe qui bénéficie d'une couverture Coface contre le risque de transfert et convertibilité.

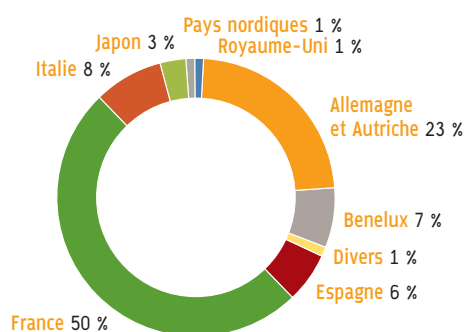
- Les marges de crédit constatées sur les marchés ont subi des mouvements significatifs. Dans ce contexte volatil, RCI Banque a fait preuve d'une grande réactivité et révisé à plusieurs reprises les coûts de liquidité internes utilisés pour la tarification des opérations clientèle, permettant ainsi de maintenir une marge sur la production de nouveaux crédits en ligne avec les cibles budgétaires. De façon similaire, la tarification des financements accordés aux concessionnaires a été revue afin de maintenir la rentabilité de cette activité.

- Au-delà de son rôle de centrale de refinancement auprès des filiales d'Europe occidentale, RCI Banque a développé son offre de services aux sociétés du groupe en matière de gestion de trésorerie. Cette stratégie lui permet d'assurer la disponibilité des financements nécessaires à chaque entité et d'optimiser le coût des ressources dans le domaine du traitement *back office*, trésorerie et comptable des opérations, comme dans celui de la gestion du risque financier.

Structure de l'endettement au 31/12/2008



Répartition géographique des emprunts à moyen terme réalisés par le groupe RCI Banque au 31/12/2008



Les programmes du groupe RCI Banque

Ils se concentrent sur trois émetteurs (RCI Banque, Diac et Rombo Compania Financiera S.A.) et représentent une enveloppe globale de plus de 23,5 Md€.

ÉMETTEUR	PROGRAMME	MARCHÉ	MONTANT	S & P	MOODY'S	R & I
RCI Banque	Euro CP	euro	2 000 M€	A2**	P2	a1
RCI Banque	Euro MTN	euro	12 000 M€	BBB (0-)**	A3 (NW)	A (0-)
RCI Banque	CD	français	4 000 M€	A2**	P2	
RCI Banque	BMTN	français	2 000 M€	BBB (0-)**	A3 (NW)	
Diac	CD	français	1 500 M€	A2**	P2	
Diac	BMTN	français	1 500 M€	BBB (0-)**	A3 (NW)	
RCI Banque + Overlease + Renault AutoFin (garantie RCI)	CP	belge	500 M€	A2**	P2	
Rombo Compania Financiera S.A.	Obligataire	argentin	400 MARS	raA-*		

* Notations locales
 ** Mise à jour le 6 mars 2009

POLITIQUE RESSOURCES HUMAINES

La stratégie de RCI Banque est fondée sur une conviction : les femmes et les hommes qui composent ses équipes constituent à l'échelle mondiale son principal atout concurrentiel, facteur de performance et de développement durable.

Forte de ce cap donné à son action, la politique Ressources humaines est orchestrée autour de quatre axes fédérateurs :

- conforter l'attractivité du groupe ;
- promouvoir la qualité du management ;
- améliorer la gestion des compétences clés ;
- internationaliser les carrières.

Un atout : l'attractivité du groupe

Sur un marché du travail très concurrentiel, RCI Banque a le souci de renforcer son identité de marque "Employeur" pour attirer et fidéliser les talents.

Sa politique RH est son principal vecteur de différenciation. Plus particulièrement, RCI Banque souhaite mettre à profit sa taille, son développement international et son appartenance au Groupe Renault pour proposer des parcours de carrière motivants et une ambiance de travail stimulante.

Au travers de sa politique salariale, rétribuant à la fois performance individuelle et performance collective, RCI Banque a la volonté de reconnaître l'engagement et le dynamisme de chaque collaborateur. Au quotidien, se fondant sur son expertise et son organisation de proximité, la fonction Ressources humaines apporte aux managers et aux collaborateurs le soutien nécessaire en termes de conseils, d'outils et de processus. Enfin, consciente de l'importance de la négociation collective, RCI Banque veille à construire avec les partenaires sociaux un dialogue social porteur d'avenir.

Un état d'esprit : la qualité du management

RCI Banque a choisi de promouvoir un management de qualité au service de la cohésion et de la performance de l'entreprise.

Chaque année, la qualité du management est animée grâce à une enquête internationale qui permet à chaque collaborateur du groupe de s'exprimer sur son engagement et sur le management. L'appropriation collective des résultats permet ensuite à chaque direction métier, à chaque pays de définir un plan de progrès transversal déployé par ses managers.

DU GROUPE RCI BANQUE

L'efficacité et la pertinence des plans d'actions sont mesurées par les progrès réalisés au travers de l'enquête suivante.

En 2008, les plans d'actions ont principalement porté sur :

- la communication managériale ;
- la transversalité ;
- l'orientation clients.

Développer, évaluer et reconnaître la contribution de chacun est un enjeu majeur pour le management.

Au sein du groupe, l'entretien individuel annuel constitue une étape cruciale de la relation manager-collaborateur.

Chaque manager a ainsi bénéficié d'une formation spécifique à la conduite des entretiens individuels de son équipe.

Une ligne directrice : la gestion des compétences clés

Depuis 2001, RCI Banque déploie de façon volontariste une politique de gestion prévisionnelle des compétences (GPC). Elle est un levier majeur d'accompagnement humain du changement face au rythme élevé des évolutions techniques, économiques et démographiques. Pour structurer avec succès cette démarche d'anticipation, le groupe s'est doté de référentiels métiers et de standards méthodologiques. Au-delà, la volonté est que la GPC devienne l'affaire de tous, managers, collaborateurs, partenaires sociaux et fonction Ressources humaines. C'est un formidable terrain de travail entre les acteurs pour, ensemble, dès aujourd'hui préparer demain. L'objectif est double :

- au niveau collectif, s'assurer que RCI Banque disposera des compétences clés indispensables à la réalisation de ses ambitions stratégiques, en mettant en œuvre les plans d'actions qui s'imposent en matière de gestion des ressources humaines (recrutement, parcours de carrière, formation) ;

- au niveau individuel, permettre à chacun de faire objectivement le point sur ses compétences et de se mobiliser, avec l'appui de sa hiérarchie, sur les besoins de formation pour réussir dans son emploi ou préparer utilement son parcours de carrière.

Rappelons enfin qu'en 2008, RCI Banque a consacré 4,6 % de sa masse salariale à la formation de ses collaborateurs.

Une ambition : l'internationalisation des carrières

Pour accompagner l'implantation des marques de l'Alliance Renault-Nissan dans le monde entier, RCI Banque affiche une ambition claire d'internationalisation des carrières. Dans ce cadre, RCI Banque :

- fait de la dimension internationale une compétence de plus requise pour exercer les métiers du groupe ;
- tire parti de la diversité des cultures et compétences en offrant aux collaborateurs du groupe des étapes de carrière hors de leur pays d'origine, vers les filiales à l'étranger ou vers le siège, afin qu'ils contribuent pleinement au développement international ;
- développe au mieux les potentialités par l'exercice de responsabilités transversales et internationales au sein des structures Corporate.

Cette ambition s'est depuis de nombreuses années, matérialisée par :

- la mise en place dans l'ensemble des filiales de *process* RH homogènes destinés à détecter, sélectionner et gérer la carrière des collaborateurs à profil international ;
- le déploiement d'une politique de VIE (volontaire international entreprise) dynamique destinée à intégrer au sein de RCI Banque des profils de jeunes cadres internationaux.





VALUE UP 2008

**Value Up est
le programme de
RCI Banque destiné à
améliorer sa performance
opérationnelle par
la maîtrise de
ses processus.**

Lancé fin 2001, il couvre à l'heure actuelle les activités de RCI Banque en France, en Allemagne, en Espagne et en Italie ; il sera étendu au Royaume-Uni et à la Corée du Sud en 2009, ce qui permettra alors de couvrir environ 80 % de l'activité.

Il s'appuie sur les outils Six Sigma et Lean. Son déploiement s'est traduit par la finalisation d'une cartographie des processus, véritable description structurée de toutes les activités des entités du groupe. Pour chaque processus, un propriétaire a été désigné et formé ; des indicateurs sont mis en place pour les plus importants d'entre eux afin de permettre leur pilotage et leur amélioration en termes de satisfaction client, de performance et de maîtrise des risques.

À ce jour, plus de 300 collaborateurs ont suivi une formation intensive, 600 personnes sont impliquées dans ce programme et 360 projets ont été réalisés.