



Rapport d'Activités 2018



^ Spencer Tunick (1967)

The Netherlands, 2007 – Impression chromatogène entre plexi – 121 x 154 cm

Page de couverture : Martine Feipel (1975) and Jean Bechameil (1968)

The Cabinet Reversed, 2017 – Bois, miroir en inox, lampe néon et moteur robotisé – 260 x 140 x 11 cm

Notre mission

Nous croyons que tout progrès durable est initié par des acteurs dotés de l'imagination et de la détermination nécessaires pour améliorer leur avenir et celui des personnes qui les entourent.

Nous pensons que le rôle d'une banque est de donner aux individus et aux organisations le moyen de concrétiser leur propre vision d'un avenir meilleur, qu'elle soit modeste ou ambitieuse.

Donner à chacun les moyens de garder une longueur d'avance, tant sur le plan privé que professionnel.

Sommaire

Message du CEO.....	3
Données et chiffres clés	5
Commentaires sur les activités 2018	6
Notre stratégie et comment nous créons de la valeur.....	7
Conseil d'Administration.....	13
Comité de Direction.....	14
ING dans la Société.....	15
Comité Consultatif Externe.....	17
Agences ING au Grand-Duché de Luxembourg.....	18

ING Luxembourg

26, Place de la Gare – L-1616 Luxembourg
 Adresse postale : L-2965 Luxembourg
 T +352 44 99 1 – F +352 44 99 23 10
 R.C.S. Luxembourg B 006.041 – Swift : CELLULLL
www.ing.lu

Message du CEO



Grâce à la confiance que nos clients nous ont accordée, l'activité d'ING a été solide en 2018. Quand je me retourne sur l'année 2018, je contemple tout ce que nous avons accompli au sein d'ING Luxembourg.

Nous avons continué de mettre à disposition de nos clients des solutions innovantes dans de nombreux domaines, y compris l'accès mobile et numérique, pour leur fournir une banque plus simple, plus rapide et disponible partout, tout le temps.

Chez ING, notre objectif est de donner à tous les moyens de garder une longueur d'avance dans la vie comme dans les affaires. C'est ce principe qui est au cœur de nos activités au service de nos clients et de l'excellence continue que nous leur proposons aujourd'hui, comme demain. En 2018, nous avons progressé sur plusieurs plans afin d'offrir une expérience client unique, le pilier de notre stratégie « Think Forward ».

“Une expérience digitale supérieure avec une touche humaine fait toute la différence”

Avec plus de 80 % de nos clients qui utilisent My ING et une part croissante des contacts clients réalisés au travers de dispositifs mobiles, nous avons poursuivi l'amélioration de nos offres grâce à des innovations comme le versement de fonds par voie numérique pour les prêts hypothécaires et les bannières personnalisées pour informer nos clients au sujet d'événements importants liés à leur activité bancaire.

Les très bons Net Promoter Scores (NPS®) que nous avons obtenus montrent la réussite de notre promesse d'une expérience meilleure en 2018 : la banque de détail atteint +38 pour la deuxième année consécutive et la banque privée affiche un NPS® de +34 malgré des marchés difficiles et un environnement réglementaire plus restrictif.

Grâce à la forte dynamique commerciale que nous avons générée en 2018, nous avons attiré plus de 7 000 nouveaux clients de détail, ce qui a permis à notre clientèle de dépasser les 130 000. En outre, la part des clients primaires, ceux qui ont un compte courant avec des revenus récurrents et au moins un autre produit, a grimpé à 41,5 %.

Bien connaître ceux avec qui nous traitons nous aide à protéger ING, et le système financier dans son ensemble, contre des crimes économiques graves, tels que le blanchiment d'argent, l'évasion fiscale et le financement du terrorisme. En dépit de la vigilance constante que nous nous efforçons de maintenir pour respecter les lois et réglementations en vigueur, les banques sont encore confrontées à de nombreux défis opérationnels pour satisfaire toutes ces exigences dans les stricts délais imposés.

L'année 2018 a été particulièrement intense puisqu'elle a vu s'associer des taux d'intérêt faibles et des défis réglementaires. Nos relations solides avec les clients ont soutenu les résultats financiers d'ING Luxembourg puisque notre résultat net sous-jacent pour 2018 (c'est-à-dire hors éléments spécifiques) a gagné 8 % pour atteindre 115 millions EUR. La croissance nette de nos prêts principaux s'est élevée à 100 millions EUR et celle des dépôts des clients était de 400 millions EUR en 2018. La croissance des prêts a affiché un bon niveau de diversification entre les activités, y compris les prêts hypothécaires aux particuliers et le financement de constructions de bâtiments pour les acteurs de l'immobilier local. Les dépenses sous-jacentes ont été bien contrôlées en dépit d'une nouvelle hausse des coûts réglementaires.

Cette réussite n'est toutefois pas une garantie pour l'avenir. Je suis convaincue qu'aujourd'hui, et très certainement demain, c'est une expérience numérique d'excellence, assortie d'une dose de contact humain, qui nous permettra de faire une véritable différence. Si ING souhaite atteindre son objectif, permettre à tous de garder une longueur d'avance dans la vie comme dans les affaires, nous devons continuer d'accompagner nos clients où qu'ils soient. Aujourd'hui, cela veut dire sur les plateformes numériques : la nôtre, mais aussi celles des autres. C'est là que nous devons constamment proposer une expérience ING de qualité, une expérience instantanée et sans frontières. Pour y parvenir, nous avons cependant besoin d'une marque forte, qui peut s'appuyer sur une solide proposition de valeur pour nos clients.

Afin de profiter des opportunités offertes sur ces plateformes, ING se métamorphose pour créer une plateforme mondiale qui donne accès à une expérience client uniforme et sans frontières. Elle devra être compatible avec l'open banking et les offres de tiers pertinents, pouvoir interagir avec d'autres plateformes digitales et fournir des capacités d'analytique de pointe pour transformer des recommandations sur les données en réels avantages pour les clients. L'établissement d'une norme commune en matière de sécurité des données pour mieux protéger les données personnelles des clients, conjuguée à l'intelligence artificielle et à des capacités d'analytique, augmentera l'efficacité des activités Know Your Customers (KYC), entre autres, que nous réalisons dans le cadre de notre rôle de gardien du secteur financier.

Il sera impossible de réussir cette transformation sans le soutien d'une culture de l'innovation et de la collaboration. Pour accélérer l'arrivée des innovations destinées aux clients et

autres, ING déploie dans un nombre croissant de secteurs une méthode de travail « agile », qui associe les employés au sein d'équipes multidisciplinaires et transversales. Cette organisation arrivera au Luxembourg en 2019.

Le changement climatique fait peser une menace sérieuse sur notre planète. Je suis donc particulièrement heureuse qu'en 2018, nous ayons pris une mesure importante pour nous engager à réduire l'utilisation des plastiques à usage unique autant que possible d'ici à 2020. L'un des objectifs de notre approche en matière de durabilité consiste également à augmenter la résistance des personnes face à la période de changements que nous traversons en leur donnant les moyens de maintenir le contrôle de leurs finances et de prendre de meilleures décisions financières. En 2018, nous avons continué de fournir des recommandations pour aider les clients à fonder leurs choix sur des éléments probants grâce à notre blog My Money.

ING Luxembourg a réalisé des progrès spectaculaires en 2018, non seulement en matière de croissance commerciale et de performances financières solides, mais également avec l'adaptation de notre offre pour répondre à l'évolution des besoins des clients et saisir des opportunités pour l'avenir.

Nous devons notre réussite à nos clients, qui nous apportent une contribution inestimable et orientent nos décisions, mais aussi aux employés d'ING, qui travaillent sans relâche, jour après jour, pour proposer à nos clients des produits, des services, une expertise et une expérience qui font de la marque ING l'une des plus solides du secteur bancaire.

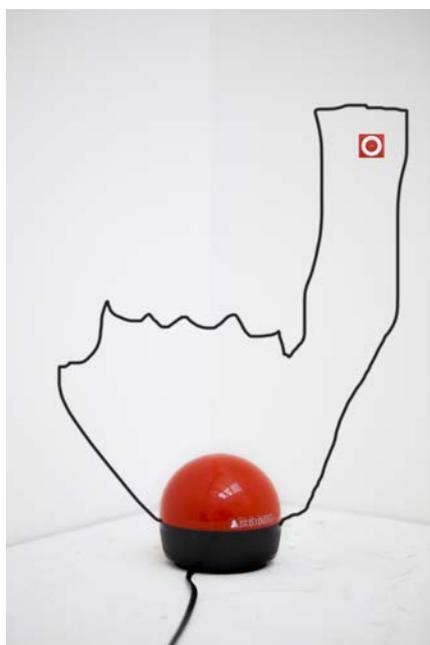
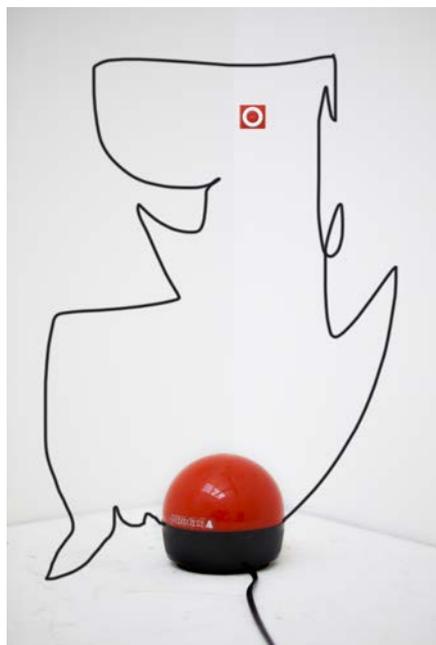
> **Paul Casar** (1967)

Lady (red), 1999 - Impression lambda sur aluminium - 149 x 100 cm



✓ **Sophie Jung** (1982)

Roxanne_final3, a__RoxDeffo, FotoxanneTHISONE, 2015 - Impression à jet d'encre sur Hahnemühle Ultra Smooth, Perspex, iPod et fichiers audios - 100 x 67 cm (x3)



Données et chiffres clés*

Qui sommes-nous ?

Nous sommes une institution financière d'envergure mondiale avec un fort ancrage européen et proposant des services bancaires. Nos clients sont au cœur de toutes nos activités.

Faits marquants de 2018

- › Le nombre de nouveaux clients a augmenté de 2,23 % ; 41,5 % de tous les clients ont choisi ING comme leur banque principale
- › L'expérience client est restée élevée avec un NPS® qui a grimpé à +34 pour les clients de la banque privée et à +38 pour ceux de la banque de détail
- › Les fonctions numériques étendues de l'application My ING ont permis aux taux d'adoption d'atteindre 80 % de nos clients
- › La dynamique commerciale constante dans toutes les activités a permis d'enregistrer un résultat net sous-jacent (après impôts) de 115 millions EUR
- › Investir en faveur de l'environnement : le fonds emblématique ING Aria Lion est devenu un fonds d'investissement socialement responsable ; au Luxembourg, ING abandonne les plastiques à usage unique

* Tous les chiffres figurant dans le présent rapport sont conformes aux normes de comptabilité IFRS

Total du bilan



18,6 milliards EUR

Au cours de l'année 2018, nous avons poursuivi le développement de notre réseau local avec succès : nous avons constaté une impressionnante performance commerciale avec une croissance du résultat net de 9,1 %.

Résultat courant net



115 millions EUR

Grâce à notre approche axée sur le client, nous continuons d'afficher de bons chiffres et de développer notre activité en dépit d'une situation délicate concernant les taux d'intérêt.

Revenus



315 millions EUR

Avec une progression des revenus de 6,4 %, nous atteignons en 2018 de nouveaux records après une année 2017 déjà marquée de son succès.

Encours de crédit à la clientèle



+5 %

Si 2018 était axé avant tout sur l'assurance d'un service sûr et conforme avec les réglementations en constante évolution, une augmentation des volumes d'encours de crédit à la clientèle de 5 % représente toutefois un succès.

Dépôts clients



+17 %

La hausse considérable des dépôts est notamment due aux efforts et à la contribution du Wholesale Banking.

Ratio de solvabilité



26 %

Malgré une baisse due principalement à une régulation plus stricte des risques liés aux crédits, notre ratio de solvabilité se maintient bien supérieur au seuil réglementaire.

Clients



+2,2 %

Près de 120 000 clients nous ont fait confiance en 2018. L'expérience client demeure l'un des principaux moteurs d'ING : 3 clients sur 4 nous ont déjà recommandé.

Approche Mobile-first



80,3 % d'adoption digitale

4 clients sur 5 ont adopté nos solutions digitales grâce à la promesse que nous leur faisons : continuer de nous améliorer en leur proposant une expérience différente, innovante et sûre, et leur permettre une gestion de leurs finances plus disponible, partout et à tout moment.

Effectif



849 collaborateurs au total

Nos performances sont le fruit du travail passionné de chacune de nos équipes qui développent de nouveaux produits et services pour permettre à nos clients de garder une longueur d'avance dans la vie comme dans les affaires.

Commentaire sur les activités 2018

Janvier

ING soutient la fondation Make-a-Wish grâce à des dons totalisant 5 000 EUR

Février

Étude internationale d'ING sur l'économie collaborative
Paperjam reçoit un 10x6 consacré à la place financière, sponsorisé par ING
ING Eurocross

Mars

Lancement de la 3^e édition du programme FinTech Village
Les inscriptions à l'ING Night Marathon sont vendues en un temps record
Paperjam accueille le CEO Cocktail – Winter Edition, sponsorisé par ING

Juin

Nouveau succès pour l'ING 24H Run Wiltz
Inauguration de l'espace ING dans le Terminal B de l'aéroport Findel
ING classée par KPMG parmi les 10 meilleures marques au Luxembourg
ING soutient UNICEF avec un don d'un total de 9 500 EUR, dont 3 000 EUR destinés à la rénovation de son siège

Mai

ING nommée meilleur établissement pour les services de banque privée au Luxembourg par le magazine Wealth & Finance International
Spectacle d'improvisation organisé à l'ING Lux House pour célébrer la diversité, avec le soutien de Corinne Cahen, ministre de la Famille et de l'Intégration
ING Luxembourg publie des résultats records après l'année 2017
ING Lux House reçoit Philippe Ledent pour une conférence sur l'investissement

Avril

ING est récompensée par Euromoney et Citywealth pour son offre de banque privée et est classée parmi les trois meilleures banques du Luxembourg par Euromoney
La ville de Luxembourg reçoit la première conférence TEDx en cinq ans, sponsorisée par ING

Juillet

Étude internationale d'ING sur les services bancaires mobiles
Paperjam accueille le CEO Summer Cocktail, sponsorisé par ING

Août

Echternach accueille le festival e-Lake, sponsorisé par ING
ING favorise l'adoption des technologies numériques avec sa campagne « Welcome to Luxembourg » à l'aéroport Findel

Septembre

ING participe à la Grande Braderie de Luxembourg-Ville
Le Parc Merveilleux accueille l'ING Kannerlaf
ING signe le manifeste Zero Single-Use Plastic 2020 d'IMS (Inspiring More Sustainability Luxembourg)
Koos Timmermans, CFO d'ING Group, démissionne
Étude internationale d'ING sur les prêts immobiliers hypothécaires
Lancement de la 7^e édition des ING Solidarity Awards
La course ING Route du Vin conclut un été de tous les records
Plus de 40 équipes participent à la randonnée caritative Discover Luxembourg avec ING comme partenaire

Décembre

Lancement de la 1^{ère} édition des Luxembourg Music Awards, sponsorisées par ING
ING Lux House accueille une conférence sur les Green Bonds

Novembre

La course Run in the Dark, sponsorisée par ING, collecte des fonds pour la recherche sur la paralysie
ING soutient les associations Iles aux Clowns et Privaten Déierschutz avec l'ING Trail Uewersauer
ING reçoit à nouveau le label Entreprise Socialement Responsable
Des organisations caritatives sont récompensées d'un total de plus de 60 000 EUR à la cérémonie de la 7^e édition des ING Solidarity Awards
ING Lux House reçoit Philippe Ledent pour une conférence sur les perspectives économiques et financières

Octobre

Lancement des bannières personnalisées, des « ghost accounts » et de la libération de fonds sur My ING
Private Bankers International récompense ING pour son Offre numérique la plus innovante
ING participe à l'exposition Home & Living
L'université du Luxembourg suit l'exemple et accueille une conférence TEDx à Belval, sponsorisée par ING

Notre stratégie et comment nous créons de la valeur

Lors de son lancement en 2014, la stratégie « Think Forward » annonçait déjà une grande partie des défis et des opportunités qui sont à l'origine des changements que nous observons sur le marché des services financiers d'aujourd'hui. Elle continue de nous montrer la voie alors que nous transformons ING pour exploiter la puissance de la révolution numérique et de l'intérêt pour les plateformes afin de donner naissance à l'expérience client de demain.

La stratégie « Think Forward » a jeté les bases de la métamorphose de l'expérience client au moment où la révolution numérique gagne du terrain et où les dispositifs mobiles deviennent rapidement le canal de choix de nos clients. Nous nous sommes inspirés de notre promesse à nos clients – être clairs et simple, disponibles à tout moment et n'importe où, leur donner les moyens et continuer à nous améliorer – pour offrir une expérience numérique unique grâce à des innovations comme des outils d'investissement automatiques (Invest Plan) et le versement en ligne des fonds liés à des prêts hypothécaires.

Le taux élevé de satisfaction des clients et une hausse solide et continue du nombre de clients montrent que nous réussissons à conserver notre utilité pour nos clients sur un marché des services bancaires en rapide évolution.

La rentabilité forte et constante est le fruit de l'augmentation régulière de notre activité de crédit à des marges solides et de la croissance des revenus issus des commissions. L'augmentation des prêts est bien diversifiée puisqu'elle s'étend des crédits hypothécaires aux particuliers au financement des constructions de nouveaux bâtiments pour l'économie locale.



^ Michelangelo Pistoletto (1933)

Specchi Ustori – Tema Celeste, 1989 – Collage de photographies sur carton – 64 x 57 cm

L'ING de demain

Alors que nous pouvons nous féliciter des nombreux succès obtenus depuis le lancement de la stratégie « Think Forward », nous devons également être conscient des défis qui nous attendent et de la nécessité de constamment nous réinventer pour rester utiles aux clients de demain. C'est aussi la vision stratégique représentée par la stratégie « Think Forward » qui nous guide à travers un monde en constante évolution.

Les banques ne peuvent dorénavant plus se distinguer des autres grâce à leurs produits. Elles sont devenues des produits de base. Le principal facteur de différenciation de l'avenir sera l'expérience client.

Les FinTechs (Financial Technologies) s'appuient déjà sur un accès mobile simple, sur la transparence et sur des coûts faibles pour venir contester certaines parties lucratives des chaînes de valeur des banques dans des domaines comme les paiements et les prêts instantanés. Malgré tout, le principal danger viendra des plateformes des géants technologiques, qui révolutionnent les normes numériques en matière d'expérience client.

Pour lutter contre ces géants et d'autres plateformes, les banques vont devoir devenir elles-mêmes des plateformes. Elles devront proposer la même expérience personnelle, instantanée, utile et fluide. Elles devront s'ouvrir pour devenir les plateformes de choix où les clients reviendront, car elles y proposeront des

produits de tiers et ne se limiteront pas aux services bancaires. Enfin, elles devront devenir expertes en gestion et en analyse des données des clients afin de connaître leurs besoins et leurs préférences, de créer de nouvelles offres et d'améliorer l'expérience client.

L'innovation et la transformation jouent un rôle majeur dans cette expérience unique. Grâce à l'innovation, notre objectif est de nous démarquer de nos concurrents en offrant à tous une meilleure expérience, une expérience plus personnelle, instantanée, utile et fluide. Notre transformation nous permet de construire une ING qui applique une seule méthode de travail et s'appuie sur une plateforme de banque numérique unique.

Le respect de la vie privée est un des domaines où nous estimons que les banques peuvent se démarquer. Leur tradition de conservation de l'argent et des informations financières des personnes leur offre, par extension, un avantage sur les plateformes technologiques dès lors qu'il s'agit de gagner la confiance des clients pour qu'ils confient leurs données. C'est en nous appuyant sur cette confiance que nous pouvons créer des propositions intéressantes pour les utilisateurs de notre plateforme et des modèles rentables pour coopérer avec d'autres plateformes, y compris celles des géants technologiques.

Notre stratégie en une page

Purpose



Empowering people to stay a step ahead in life and in business

Customer Promise



Clear and easy



Anytime anywhere



Empower



Keep getting better

Strategic Priorities



Creating a differentiating customer experience

1. Earn the primary relationship
2. Develop analytics skills to understand our customers better
3. Increase the pace of innovation to serve changing customer needs
4. Think beyond traditional banking to develop new services and business models

Qui sommes-nous ?

Le monde qui nous entoure exerce sur nous une profonde influence, aussi bien l'environnement économique et réglementaire que l'évolution de la concurrence et des besoins de nos clients comme ceux des autres parties prenantes. Les employés d'ING évoluent constamment pour suivre ce rythme et offrir les capacités nécessaires pour accélérer la mise en œuvre de notre stratégie « Think Forward » dans un monde numérique qui change rapidement. Nous nous efforçons de renforcer l'engagement et les capacités de nos employés pour atteindre notre objectif : donner à tous les moyens de garder une longueur d'avance dans la vie comme dans les affaires.

Pour créer une expérience unique, il faut commencer par la culture d'entreprise d'ING : esprit d'entreprise, ouverture, collaboration, innovation et dynamisme. Nos clients nous confient leur argent et leurs informations. Leur conservation en toute sécurité et la préservation de leur confiance sont essentielles.

Nous nous engageons à mener nos activités avec intégrité. Ce sont les valeurs et les comportements décrits dans notre Orange Code qui nous guident, et l'intégrité y occupe la plus grande place. Les valeurs d'ING sont les suivantes : nous sommes honnêtes, responsables et prudents. Selon notre politique, nous ne pouvons pas ignorer, tolérer ou excuser tout comportement qui ne corresponde pas aux valeurs de l'Orange Code. Dans le cas contraire, notre réputation en souffrirait et cela affecterait la confiance du public.

Les comportements d'ING qui nous démarquent sont les suivants : nous relevons les défis et les réalisons, nous aidons les autres à réussir et nous gardons toujours une longueur d'avance. Nos comportements sont les engagements que nous prenons les uns envers les autres et les normes avec lesquelles nous mesurons nos performances mutuelles. C'est pourquoi ils sont inclus dans notre processus de gestion de la performance.

Nous menons actuellement la transformation de notre organisation pour créer une expérience unique pour nos clients, une expérience uniforme et sans frontières, qui s'appuie sur une plateforme ouverte unique. Les valeurs que nous partageons au sein d'ING ainsi que notre engagement en faveur du principe d'intégrité avant tout devraient toujours guider notre façon de donner à nos clients tous les moyens et d'être à la hauteur de notre objectif et de nos responsabilités.

➤ Paul Almasy (1906 – 2003)

Volkswagenwerke, Wolfsburg, 1954 – Traffic at the Place St-Augustin, Paris, 1948 – Cable Car, San Francisco, USA, 1969 – Photographies noir et blanc – 29 x 29 cm (x 3)

Page suivante : Martine Feipel (1975) and Jean Bechameil (1968) Electric Eclipse, 2017 – Work commissioned for ING Luxembourg – Œuvre commissionnée pour ING Luxembourg – Matériaux composites et moteur robotisé – 260 x 140 x 11 cm





Retail Banking

En 2018, plus de 7 000 nouveaux clients ont choisi ING Luxembourg comme partenaire financier. En parallèle, la part de clients qui nous font confiance en tant que banque principale a atteint 41,5 %. L'utilisation de nos canaux digitaux continue d'évoluer de manière significative : 61 % de nos clients digitaux utilisent le « mobile banking » et leurs connexions représentent plus de 75 % du total des connexions My ING.

La plus grande progression en termes d'encours a été enregistrée au niveau des crédits (personnes physiques et PME¹) avec une progression nette de plus de 13 %. 10,4 % de nos clients sont également des clients « Personal Banking », à savoir des personnes qui nous confient la gestion de leurs avoirs en signant un mandat, ce qui représente pour nous un autre succès commercial important.

Dans le cadre de notre stratégie Omnichannel, qui vise à renforcer l'intégration des agences, du Contact Centre et des canaux digitaux afin d'assurer une continuité dans le service fourni à notre clientèle, nous avons travaillé sur plusieurs points :

- Afin d'être en phase avec le changement de comportement de nos clients, nous avons procédé à des travaux de modernisation dans plusieurs agences de notre réseau en supprimant des caisses et en rendant l'accueil plus moderne et agréable. Ce nouvel agencement permet de conseiller nos clients dans des conditions optimales.
- De nombreuses améliorations ont été réalisées durant l'année 2018 et de nouveaux services ont été rajoutés à nos outils digitaux. Nous sommes particulièrement fiers de notre outil digital permettant la libération facile, sûre et rapide de factures dans le cadre d'un crédit logement. Il s'agit en effet d'une réelle innovation sur le marché très appréciée de nos clients. Le « bannering » personnalisé, qui permet de garder nos clients informés à tout moment de manière personnalisée à l'aide de bannières, figure également parmi nos succès.

Côté clientèle, nous marquons encore une année forte avec un Net Promoter Score (NPS®) de +38, grâce à notre équipe tant amicale et accessible qu'experte d'après les personnes sondées, qui fournissent à nos clients un conseil de qualité et une expertise certaine.

Enfin, il est important de préciser que 2018 est caractérisée par des efforts non négligeables sur le volet « Risque & exigences réglementaires ». A titre illustratif, nous avons travaillé sur la finalisation de MiFID II² et de la PAD³, l'implémentation du RGPD⁴ et de la circulaire nationale sur la Tax Compliance, ainsi que la préparation à PSD II⁵.

Perspectives 2019

L'implémentation de nouvelles réglementations reste une priorité pour l'année 2019 sans pour autant négliger l'expérience client que nous souhaitons être excellente.

En 2019, nous comptons continuer à capitaliser sur la renommée de la marque ING afin de pouvoir accueillir les nouveaux arrivants au Grand-Duché de Luxembourg. Notre ambition est d'améliorer continuellement les produits et services pour lesquels nous disposons déjà d'une expertise indéniable : un « mobile banking » performant et facile d'utilisation, le crédit logement ainsi que les produits d'investissement.

Enfin, deux projets concrets de rénovation complète d'agences permettront aussi de fournir un service de qualité à nos clients personnes physiques et PME¹.

Ces différents projets s'inscrivent toujours dans notre optique de croissance et de notre promesse envers nos clients qui reste de leur donner les moyens de garder une longueur d'avance, tant sur le plan privé que professionnel.

¹ Petites et Moyennes Entreprises

² Second Markets in Financial Instruments Directive

³ Payment Accounts Directive

⁴ Règlement Général sur la Protection des Données

⁵ Second Payment Services Directive

Private Banking

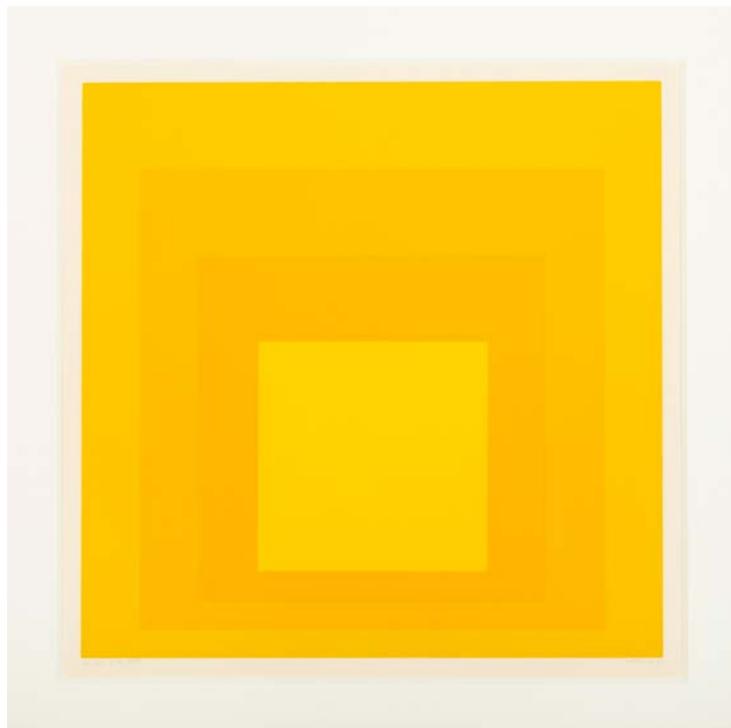
L'expertise du Private Banking repose sur la gestion conseil et discrétionnaire, sur l'offre de crédit et sur l'accompagnement patrimonial. En 2018 encore, nos équipes ont veillé activement à offrir un service personnalisé de qualité lors de la gestion financière, administrative et patrimoniale de nos clients existants locaux et internationaux et lors de l'acquisition de nouveaux clients.

Le processus de transformation vers un modèle d'affaires plus ciblé et moins complexe à destination des clients (Ultra) High Net Worth ((U)HNW) s'est poursuivi en 2018 dans un contexte d'aversion accrue au risque et de réglementations plus nombreuses.

Nos équipes du Portfolio Management, en étroite collaboration avec nos collègues belges, ont réalisé en 2018 en gestion discrétionnaire et en gestion des fonds ING Aria des performances satisfaisantes par rapport à la concurrence dans un contexte de marchés en forte turbulence lors de la dernière partie de l'année. Notre offre de services en gestion conseil se fait de manière spécifique et avec des conseils en investissement très personnalisés, en appliquant un modèle de tarification transparent.

A nouveau, le crédit en Banque Privée a rencontré un franc succès, fort d'un encadrement commercial de qualité couplée à une offre hypothécaire internationale qui inclut désormais certaines régions en Espagne en plus de notre offre sur la France, le Royaume-Uni et d'autres pays de l'Union Européenne.

Notre société de gestion, ISIM, a également connu un développement important en 2018. Avec la reprise, dans son scope d'activité, de fonds distribués par d'autres entités d'ING Bank et la poursuite du développement des fonds existants,



les actifs sous gestion de la ManCo ont plus que doublé au cours de l'année. Malgré les nombreux défis économiques et réglementaires, les revenus du Private Banking ont progressé une nouvelle fois. La bonne collaboration entre métiers au sein d'ING Luxembourg, ainsi qu'entre entités d'ING Bank, a également permis d'acquérir de nouveaux clients.

Dans ce contexte réglementaire toujours plus exigeant, le Private Banking s'attache à rendre les processus plus efficaces et à améliorer l'expérience client. Tous les employés de la banque privée sont formés en continu afin de donner à nos clients exigeants le savoir-faire pour les guider à travers les différentes solutions de planification successorale et de structuration d'actifs.

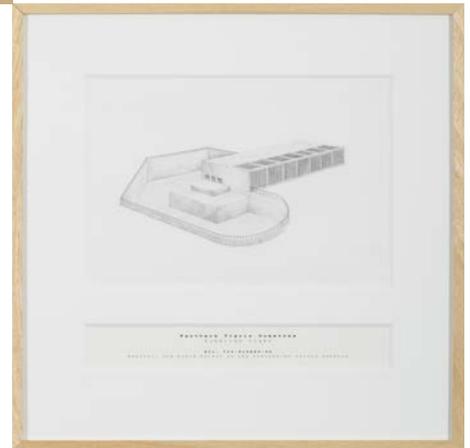
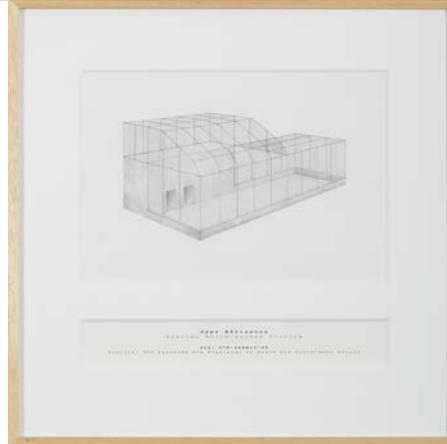
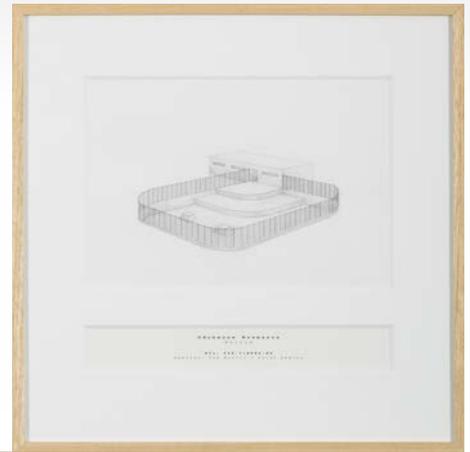
Ce service personnalisé au client est bien évidemment complété par l'offre digitale en constante évolution qui permet à nos clients de garder une longueur d'avance.

Perspectives 2019

En 2019, le Private Banking veut poursuivre cette stratégie et continuer à offrir des services tant au niveau des crédits que des conseils en investissements et patrimoniaux afin de satisfaire les besoins de plus en plus internationaux de nos clients (U)HNW. Nos collaborateurs veilleront particulièrement à proposer un service d'excellence à tous nos clients tout en assurant une gestion du risque efficace et complète.

◀ Josef Albers (1888 - 1976)

Homage to the Square, 1966 - Sérigraphie, 250 éd. - 56 x 55 cm (x2)



Wholesale Banking

Dans le prolongement de ces dernières années, l'activité Wholesale Banking a enregistré à nouveau une très belle performance en 2018 : le résultat en forte hausse est principalement lié au développement des relations commerciales avec les intermédiaires financiers et les acteurs « Private Equity », les fonds régulés et non-régulés, ainsi que les sociétés actives dans le secteur immobilier.

Comme annoncé l'année précédente, la priorité était une revue des activités au niveau du risque. L'objectif est la construction d'un modèle d'activités bancaires qui supporte les entreprises et les institutions basées à Luxembourg tout en respectant scrupuleusement un environnement sûr basé sur le cadre légal du Luxembourg et le respect du « risk appetite » au sein d'ING Group.

Au niveau de l'octroi des crédits, l'année 2018 a confirmé le succès des financements « Capital Call » octroyés aux clients de type « fonds de placement » basés à Luxembourg. L'expertise développée localement, avec le soutien de nos collègues à travers le monde, illustre parfaitement la force dont dispose un groupe comme ING pour soutenir des entreprises luxembourgeoises.

Finalement, en se basant sur les résultats de l'enquête de satisfaction NPS, nous pouvons conclure que les clients restent globalement satisfaits avec 57 % d'entre eux se disant prêts à recommander nos services. Malgré une baisse enregistrée de ces résultats, les clients affirment apprécier avant tout nos experts qu'ils qualifient notamment d'accessibles, compréhensifs, compétents et créatifs.

Perspectives 2019

Le contexte réglementaire continuera d'avoir un impact considérable sur les services proposés et délivrés aux clients. Dans ce contexte, le Wholesale Banking définit 4 priorités pour les prochaines années. D'abord, consolider le cadre sûr et solide sur lequel les activités bancaires peuvent être développées. Ensuite, maintenir la motivation et l'engagement des employés. Puis, continuer de développer les activités de financement en mettant l'accent sur les activités qui contribuent au respect et à la préservation de notre environnement. Enfin, sur base de nos contacts quotidiens, garantir un service de qualité aux clients basé sur une approche qui combine des solutions digitales avec un contact personnel.

Wesley Meuris (1977)

Cages, 2005 – Jet d'encre sur papier – 41 x 41 cm (x4) – 49 x 45 cm (x4)

Conseil d'Administration au 1^{er} janvier 2019



ERIK VAN DEN EYNDEN

Président
Chief Executive Officer
ING Belgique
Bruxelles



GUY BENIADA

Vice-président
Administrateur de sociétés
Bruxelles



COLETTE DIERICK

Administrateur-délégué



HUBERT CLASEN

Administrateur
Administrateur-délégué
des Caves Bernard-
Massard
Luxembourg



ROBERT DENNEWALD

Administrateur
Président d'Eurobéton
Président de LBO
Investments S.A.
Luxembourg



PAUL MOUSEL

Administrateur
Avocat à la Cour
Luxembourg



ALEX SCHMITT

Administrateur
Avocat à la Cour
Luxembourg



PHILIPPE WALLEZ

Administrateur
Administrateur-délégué
d'ING Belgique
Bruxelles

MEMBRES HONORAIRES

**PIERRE GUILLON,
JEAN HAMILIUS,
EUGÈNE MULLER**

Comité de Direction au 1^{er} janvier 2019



1
COLETTE DIERICK
PRÉSIDENTE
Chief Executive Officer
Dirigeant agréé

2
PHILIPPE GOBIN
Chief Financial Officer
Dirigeant agréé

3
KATLEEN VAN GHEEL
Chief Risk Officer
Dirigeant agréé

4
BERNARD LHERMITTE
Chief Operations Officer
Dirigeant agréé

5
DAMIEN DEGROS
Head of Wholesale Banking
Membre associé

6
SANDRINE DE VUYST
Head of Private Banking
Membre associé

7
FRÉDÉRIC KIEFFER
Head of Retail Banking
Membre associé

8
PIERRE KNODEN
Head of Human Resources
Membre associé

ING

dans la société

Le monde change de plus en plus vite, et la société suit le même cours. ING est une institution financière d'envergure mondiale. À ce titre, nous avons les moyens et la responsabilité de favoriser le développement économique, de guider la société vers le progrès social et de contribuer à la préservation de notre patrimoine naturel.

Plus que jamais, nous nous efforçons de fournir à nos clients, aussi bien les individus que les entreprises, une expérience innovante et singulière, ainsi que les moyens de relever les défis du monde d'aujourd'hui. Et ils ne manquent pas.

C'est pourquoi nous avons choisi d'être bien plus qu'une banque. Nous nous plaçons comme partenaires de nos clients, dans la vie comme dans les affaires, et nous faisons un devoir de les orienter et de les aider à rester au contact de l'évolution constante de notre société et à tenir leur rôle afin d'assurer l'avenir.

Sustainability

Nous ne sommes évidemment pas uniquement responsables vis-à-vis de nos clients, mais de l'ensemble de la société. Ainsi, notre orientation durable joue un rôle central dans l'élaboration de notre stratégie et la préservation de nos valeurs.

En 2018, nous avons pris part à un grand nombre d'actions caritatives et d'initiatives de bienfaisance qui correspondent à nos valeurs, à l'image de l'ING Run for Youth et de l'édition locale des

Relais pour la vie. Nous n'avons pas non plus négligé le soutien de longue date que nous apportons à UNICEF Luxembourg avec plus de 20 000 EUR donnés à cette cause grâce à des actions continues ou ponctuelles. Bien-sûr, nos engagements vont au-delà de notre partenariat avec UNICEF, la 7^e édition de nos Solidarity Awards témoigne ainsi de l'appui considérable que nous sommes heureux d'apporter aux organisations à but non lucratif du Luxembourg.

Il existe toutefois bien d'autres façons pour nous de faire la différence que les donations financières. Nous avons également participé à un grand nombre d'initiatives de sensibilisation tout au long de l'année, comme lorsque nous avons éclairé nos bâtiments en orange pour signifier notre opposition à la violence contre les femmes lors de la Semaine orange, accueilli une exposition d'œuvres d'art à l'occasion de la Journée mondiale de la trisomie 21, ou encore organisé un spectacle d'improvisation théâtrale pour célébrer la Journée de la diversité. Afin de nous assurer que ni nous ni les personnes qui nous entourent ne relâchions nos efforts, nous avons également créé des ateliers récurrents appelés « Key Steps in Life » (Les grandes étapes de



^ Florian Pumhösl (1971)

Village, Museum, 2002 - Impressions chromogènes - 53 x 69 cm (x8)

la vie) et consacrés à des sujets aussi divers que la collaboration entre les sexes (à l'occasion de la Journée internationale de la femme), les premiers pas dans la vie professionnelle, les effets des écrans sur les jeunes enfants et une table ronde sur les risques psychosociaux.

Ces événements complètent notre travail de longue date quant à la promotion du bien-être et du développement personnel de nos propres employés au travers de groupes d'échanges « Lunch & Learn » (déjeuner découverte) et « Lunch Passion » (déjeuner passion), de bilans de santé réguliers sur le lieu de travail et d'autres actions comparables.

Voilà pour le passé, mais nous ne devons pas pour autant oublier notre responsabilité face à l'avenir. En tant que banque avant tout, nous considérons que l'éducation financière est fondamentale. En plus des résultats des Études internationales d'ING portant sur différentes questions de finance quotidienne, nous partageons et publions régulièrement des contenus informatifs sur notre blog My Money (ing.lu/mymoney), sur d'autres plateformes, comme nos médias sociaux, ainsi que des publications et des sites Internet tiers. Nous participons également activement à l'initiative annuelle de l'ABBL « Woch vun de Suen », destinée à initier les jeunes au monde de la finance.

En tant qu'acteurs de notre société, nous restons convaincus de l'importance du rôle que nous pouvons jouer. En 2018, nous avons notamment pris des mesures pour réduire de façon significative notre empreinte environnementale. Nous avons non seulement reçu à nouveau le label SuperDrecksKëscht, mais nous figurons aussi parmi les premiers signataires du manifeste Zero Single-Use Plastic, qui confirme notre engagement à réduire drastiquement notre consommation en plastiques jetables d'ici à 2020. Nous ne saurions trop souligner combien cette étape est significative et à quel point il est essentiel que chacun de nous contribue à l'émergence d'un monde plus sûr et plus durable ; que nous soyons tous des acteurs du changement.

Sponsoring

ING entretient tout autant la fierté de sa marque que sa participation active à la communauté. Notre stratégie pour définir notre image et nous rapprocher de nos clients dépend fortement du parrainage d'événements sportifs et culturels, en plus des initiatives socialement responsables.

Au Luxembourg, ING rime sans l'ombre d'un doute avec marathon. L'ING Night Marathon Luxembourg est un rendez-vous majeur de la fin du printemps pour nous, puisqu'il réunit un impressionnant contingent de 16 000 coureurs et de dizaines de milliers de personnes qui les encouragent. Outre le marathon, nous encourageons la course à pied à l'occasion d'autres événements tout au long de l'année, notamment l'ING Eurocross, l'ING Trail Uewersauer, l'ING Route du Vin et l'ING 24H Run Wiltz. Dans une moindre mesure, nous soutenons également le football et le handball au travers le parrainage d'équipes locales.

Ne négligeons pas non plus la scène culturelle luxembourgeoise. Si en 2018, ING a de nouveau sponsorisé avec succès la Luxembourg Art Week, l'année n'a pas été exempte de nouveautés, qui se sont manifestées sous la forme de nombreux partenariats inédits, notamment la création de l'exposition Celebration Factory, au Casino. Nous avons par ailleurs célébré avec enthousiasme la toute première édition des Luxembourg Music Awards, à la Rockhal, nouvel événement de la scène musicale locale qui s'est avéré un franc succès.

Enfin, ING s'est associée aux premières conférences TEDx accueillies par la ville de Luxembourg en cinq ans. Nous avons également été partenaires d'une autre édition de ces rencontres prestigieuses peu après, à l'Université du Luxembourg, à Belval. En effet, nous croyons, après tout, que les bonnes idées doivent être partagées.



^ Willem Hussem (1900-1974)
Untitled, 1969 – Sérigraphie – 79 x 59 cm



Untitled, 1969 – Sérigraphie – 80 x 60 cm



Composition in Black, c. 1960/1970 –
Lithographie – 70 x 50 cm

Comité Consultatif Externe

Le Comité Consultatif Externe est à l'écoute des entreprises. Ce Comité est composé d'une dizaine de décisionnaires du Grand-Duché, du responsable du Wholesale Banking et est présidé par la CEO d'ING Luxembourg. Il se réunit plus ou moins cinq fois par an et constitue une occasion de présenter certains projets et

certaines idées. Les membres du Comité expriment leur opinion sur diverses questions et partagent également leur stratégie.

Le Comité Consultatif Externe a pu voir le jour grâce à l'ancrage local d'ING Luxembourg.

Dirigeants d'entreprises membres du Comité Consultatif Externe



Charles-Louis Ackermann

Président de la Poudrerie de Luxembourg S.A. et d'Accumulux Group S.A.



Emanuela Brero

Vice-Présidente et Membre du Comité Exécutif de la « Luxembourg Private Equity and Venture Capital Association » (CVC Capital Partners).



Antoine Clasen

Directeur général des Caves Bernard-Massard depuis 2016 – Il préside également la Fédération luxembourgeoise des vins et spiritueux.



René Closter

Président de Luxembourg Air Rescue.



Marc Giorgetti

Entrepreneur et gérant du Groupe Félix Giorgetti et dirigeant de plusieurs sociétés du Groupe. Membre du Conseil de la Compagnie de Banque Privée.



Isabelle Lentz

Responsable de l'enseigne « DrinX by Munhowen ».



François Masquelier

Senior Vice President Treasury and Corporate Finance de RTL Group. Président de l'ATEL (Association des Trésoriers d'Entreprise Luxembourg).



Hubert Jacobs van Merlen

Conseiller en private equity et Investisseur dans des PME chez JvM, Président du Conseil d'Administration de Wood Optic Diffusion SA, Vice-Président du Conseil d'Administration du CRP Henri Tudor.



Laurent Schonckert

Administrateur Directeur du Groupe Cactus, Vice-président de la CLC (Confédération Luxembourgeoise du Commerce).



Claude Zimmer

Fondateur de Lux Global Trust Services S.A et de la fiduciaire Zimmer & Partners SA, membre du Conseil de la Banque Centrale.

Agences ING au Grand-Duché du Luxembourg

VILLE DE LUXEMBOURG

Siège social	26, Place de la Gare, L-1616 Luxembourg	+352 44 99 6040
Grand-Rue	42, Grand-Rue, L - 1660 Luxembourg	+352 44 99 6310
Cloche d'Or	5, rue Eugene Ruppert, L - 2453 Luxembourg	+352 44 99 6590
Kirchberg	18, rue Edward Steichen, L - 2540 Luxembourg	+352 44 99 6900

DISTRICT DE LUXEMBOURG

Strassen	104, route d'Arlon, L - 8008 Strassen	+352 44 99 7850
Esch-sur-Alzette	41, rue d'Alzette, L - 4038 Esch-sur-Alzette	+352 44 99 7400
Belval	1, avenue du Swing, L-4367 Belval	+352 44 99 6200
Dudelange	4, rue de la Libération, L - 3510 Dudelange	+352 44 99 7200
Differdange	1, avenue de la Liberté, L - 4601 Differdange	+352 44 99 7000
Rodange	1, route de Longwy, L - 4830 Rodange	+352 44 99 7700
Mersch	8, avenue G.-D. Charlotte, L - 7520 Mersch	+352 44 99 7600

DISTRICT DE DIEKIRCH

Ettelbruck	17, Grand-Rue, L - 9050 Ettelbruck	+352 44 99 7500
Diekirch	1, place Guillaume, L - 9237 Diekirch	+352 44 99 7100
Wiltz	6-7, avenue G.-D. Charlotte, L - 9515 Wiltz	+352 44 99 8050
Weiswampach	21, Gruuss Strooss L-9991 Weiswampach	+352 44 99 7900

DISTRICT DE GREVENMACHER

Echternach	10, place du Marché, L - 6460 Echternach	+352 44 99 7300
-------------------	--	-----------------

DISCLAIMER

Les comptes annuels d'ING Luxembourg sont établis conformément aux « Normes Internationales d'Informations Financières » adoptées par l'Union européenne ('IFRS-EU').

Les principes comptables appliqués pour calculer l'information financière reprise dans ce document, sont les mêmes que ceux appliqués pour les comptes intermédiaires établis par ING Luxembourg pour l'année 2017. La certification des comptes est en cours d'élaboration et pourrait faire l'objet d'ajustements compte tenu d'événements survenus ultérieurement à la fin de l'exercice comptable. Les chiffres mentionnés dans ce document n'ont pas encore fait l'objet d'un audit par un réviseur d'entreprises. Des différences dues à des arrondis sont dès lors possibles.

Certaines des informations contenues dans la présente ne constituent pas des faits historiques et ne doivent pas être regardées de façon exhaustive ; elles incluent, de manière non limitative, des attentes futures et des états prévisionnels basés sur la situation actuelle et les hypothèses du management, et impliquent des risques connus et non connus, de même que des incertitudes qui pourraient engendrer des différences matérielles entre les résultats, performances et événements actuels de ceux exprimés ou suggérés dans la présente déclaration. Les résultats, performances et événements actuels peuvent différer matériellement de ceux repris dans ces déclarations pour les raisons (non limitatives) suivantes : (1) modification des conditions économiques générales, en particulier les conditions économiques des marchés principaux d'ING Luxembourg, (2) changements dans la performance des marchés financiers, en ce compris les marchés en voie de développement, (3) conséquences de la suppression de l'euro, (4) la mise en place d'un plan de restructuration d'ING Luxembourg en vue de séparer les opérations de banque et d'assurance, (5) des changements dans la disponibilité, et dans les coûts y étant associés, des sources de liquidités tels que le financement interbancaire, de même que les conditions dans les marchés de crédit en général, y compris les modifications de solvabilité de l'emprunteur et des contreparties, (6) la fréquence et la sévérité des sinistres assurés, (7) changements affectant les niveaux et tendances de mortalité, (8) modifications affectant les niveaux de persistance, (9) changements affectant les niveaux de taux d'intérêt, (10) modifications dans le comportement du consommateur et du preneur d'assurance, (11) changements dans les facteurs concurrentiels en général, (12) modifications dans les lois et réglementations, (13) changements dans la politique des gouvernements et/ou autorités de régulation, (14) conclusions concernant des notions et méthodologies comptables d'achat, (15) changements dans la détention qui pourrait affecter la disponibilité future de la perte nette d'exploitation, capital net et pertes reportées intégrées, et (16) la capacité d'ING Luxembourg à atteindre les synergies opérationnelles envisagées. ING Luxembourg ne s'impose aucune obligation d'actualiser ou réviser, de manière publique, quelque état prévisionnel que ce soit suite à des nouvelles informations ou pour toute autre raison. Ce document ne constitue ni une offre de vente de titres ni une sollicitation d'en acheter.