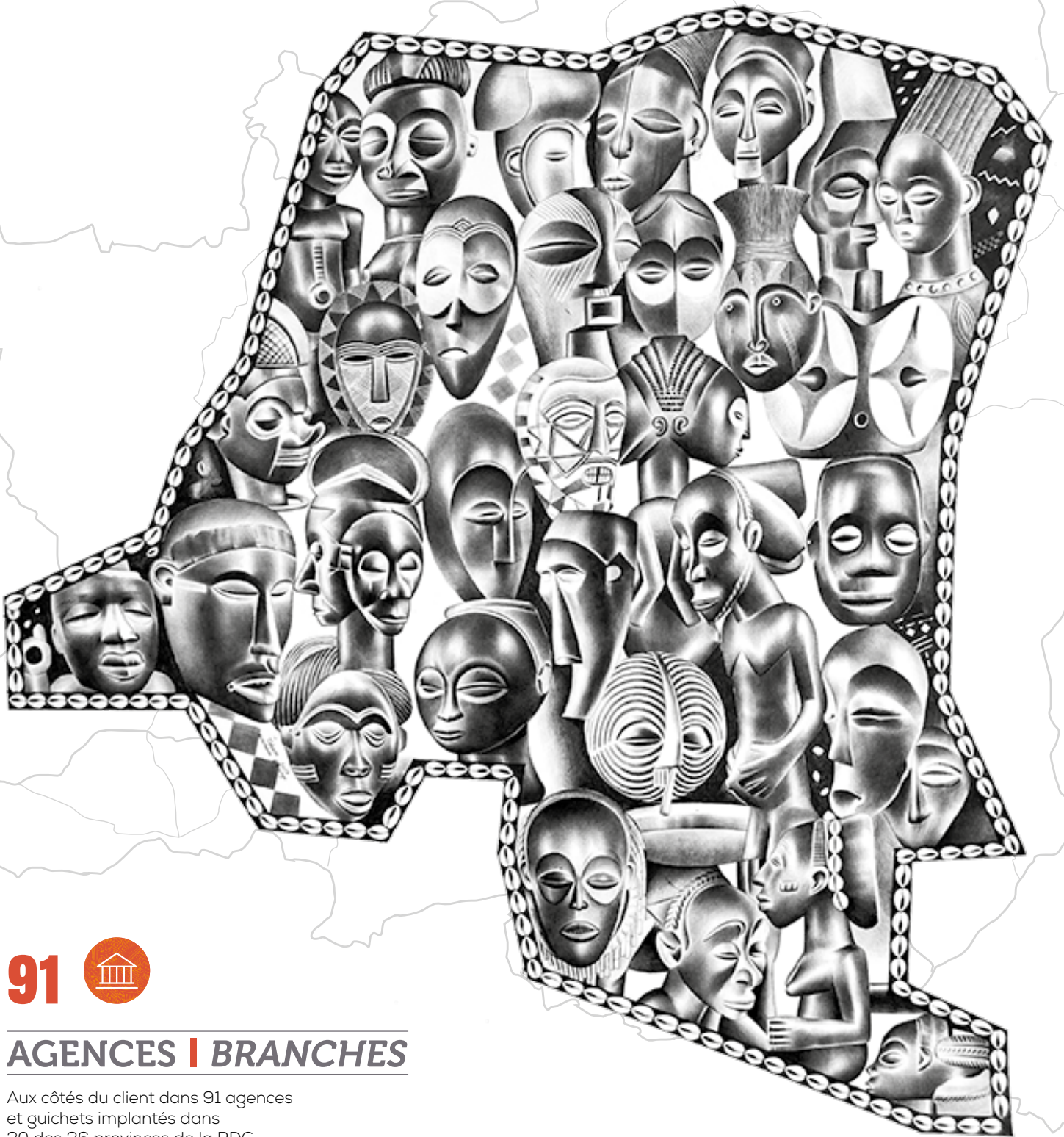




RAPPORT
ANNUEL
2016
ANNUAL
REPORT



91 

AGENCES | BRANCHES

Aux côtés du client dans 91 agences
et guichets implantés dans
20 des 26 provinces de la RDC

*Accompanying our customers with
91 branches and sub-branches across
20 of the 26 provinces of the DRC*



**Best Bank in the DR Congo
2011 to 2016**

**Best Product Launch Africa
2016**

TABLE DES MATIÈRES OF CONTENT

COUVERTURE COVER

La synthèse de cinq années de consolidation de l'équilibre financier
Synthesis of five years of consolidation of the financial standing

2.

L'ÉDITO EDITORIAL

Le message du président de la banque **2**
A message from the Chairman of the Bank **4**

6.

LA BANQUE THE BANK

Le message de l'administrateur et directeur général **8**
A message from the Chief Executive Officer **11**

L'analyse financière **13**
Financial overview **15**

La gouvernance de la TMB **17**

Le comité de gestion **22**
The Management Committee **22**

Governance at TMB **26**

30.

RAPPORT D'ACTIVITÉS ACTIVITY REPORT

Introduction **32**
Introduction **32**

Le développement continu du réseau d'agences **33**
The on-going development of the branch network **36**

PEPELE Mobile et son réseau d'agents indépendants **39**
PEPELE Mobile and its network of independent agents **43**

48.

WE ARE THE FUTURE

We are the future **50**

Le Monde des Flamboyants
Vitrine de l'art congolais **52**
*Le Monde des Flamboyants
Display of Congolese Art* **54**

Bismack Biyombo
Une star qui n'oublie pas ses racines **56**
*Bismack Biyombo
A star who does not forget his roots* **58**

Malaika
L'éducation des filles **60**
*Malaika
The education of girls* **62**

Amani Festival **64**

66.

LE RAPPORT FINANCIER FINANCIAL STATEMENTS

Bilans actifs **68**
Assets **68**

Bilans passifs **69**
Liabilities **69**

Tableau de formation du résultat **70**
Income statement **70**

Tableau de flux de trésorerie **71**
Cash flow statement **71**

État de variation des capitaux propres **72**
Statement of changes in shareholders' equity **72**

Rapport du commissaire aux comptes **74**
Auditor's report **76**

78.

LE RÉSEAU THE NETWORK

Le bureau de représentation à Bruxelles **80**

Les banquiers correspondants **80**
The Brussels representative office **81**

Correspondent banks **81**

Le réseau d'agences et guichets **82**
The network of branches and sub-branches **82**

LA TMB et les médias sociaux **84**
TMB and social media **84**



LA SYNTHÈSE | SYNTHESIS

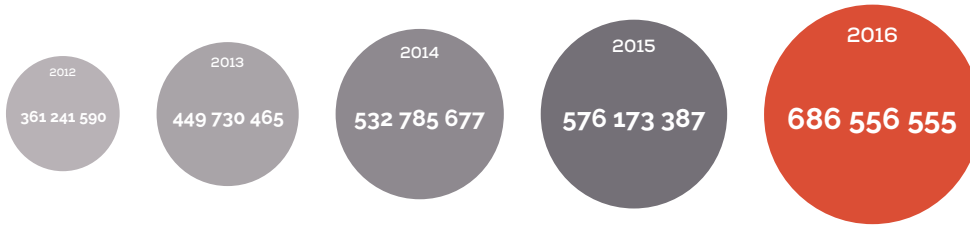
DE CINQ ANNÉES DE CONSOLIDATION DE L'ÉQUILIBRE FINANCIER
OF FIVE YEARS OF CONSOLIDATION OF THE FINANCIAL STANDING

	EN MILLIERS DE / IN THOUSANDS OF						USD	EN USD / IN USD	
	CDF					2016			2016/2015
	2012	2013	2014	2015	2016				
L'ACTIVITÉ EN 7 REPÈRES 7 BENCHMARKS OF THE BUSINESS									
1. Total bilantaire <i>Total assets</i>	361 241 590	449 730 465	532 785 677	576 173 387	686 556 555	564 793	-9%		
2. Dépôts collectés <i>Total deposits</i>	309 260 299	396 047 439	471 273 333	509 015 474	592 773 742	487 643	-11%		
dont: / of which:									
• Dépôts à vue <i>Sight deposits</i>	230 561 023	292 247 071	347 718 427	354 498 146	392 106 782	322 565	-16%		
• Dépôts à terme et comptes d'épargne <i>Fixed term deposits and savings accounts</i>	78 699 276	103 800 368	123 554 906	154 517 328	200 666 960	165 078	-1%		
3. Crédits à décaissement <i>Disbursed loans</i>	122 299 944	194 102 293	183 723 870	203 002 455	280 090 000	230 415	+5%		
4. Nombre d'agences et guichets* <i>Number of branches and sub-branches*</i>	56	67	74	84	91				
5. Nombre d'emplois* <i>Number of employees*</i>	787	912	1 219	1 177	1 197				
6. Nombre de comptes* <i>Number of accounts*</i>	261 666	464 937	596 919	881 351	1 246 547				
7. Investissements nets <i>Net investments</i>	32 192 725	32 801 050	32 120 488	36 474 931	44 201 220	36 362	-7%		
* En unités / in units									
FONDS PROPRES RÉGLEMENTAIRES REGULATORY CAPITAL	36 763 601	44 639 614	52 964 509	58 922 810	73 114 410	60 147	-5%		
LES RESULTATS / RESULTS									
Produit net bancaire <i>Net banking income</i>	23 813 716	40 865 773	49 231 302	46 180 006	49 440 048	40 672	-18%		
Frais généraux <i>Operating expenses</i>	23 510 849	28 293 266	31 747 061	34 178 160	43 791 169	36 025	-2%		
Résultat brut d'exploitation <i>Gross operating profit</i>	2 651 509	14 950 578	19 640 590	14 184 917	11 748 690	9 665	-37%		
Dotations annuelles aux amortissements <i>Provision for amortisation</i>	2 299 081	2 582 845	3 038 471	3 299 943	3 492 649	2 873	-19%		
Résultat net <i>Net profit</i>	1 067 638	6 260 945	9 587 155	5 851 189	656 939	540	-91%		
COURS DE CHANGE CDF/USD EXCHANGE RATE	915,1747	925,5033	924,5090	927,9151	1 215,5887				

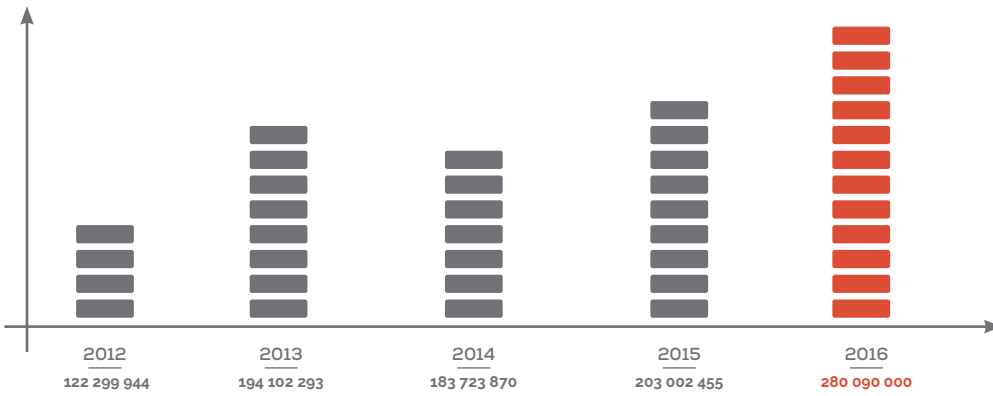
	2012	2013	2014	2015	2016
LES PRINCIPAUX RATIOS <i>PRINCIPAL RATIOS</i>					
Coefficient d'exploitation (CIR) <i>Cost income ratio</i>	99%	69%	64%	74%	89%
Coefficient de rentabilité (ROE) <i>Return on equity (ROE)</i>	3%	14%	18%	10%	1%
Coefficient de rendement des actifs (ROA) <i>Return on assets (ROA)</i>	0,3%	1,4%	1,8%	1,0%	0,1%
Ratio de solvabilité (ROS) <i>Solvency ratio</i>	20,0%	20,0%	21,5%	20,4%	19,9%

	Norme Banque Centrale du Congo <i>Central Bank of Congo Norm</i>	2012	2013	2014	2015	2016
PRINCIPAUX RATIOS PRUDENTIELS <i>PRINCIPAL PRUDENTIAL RATIOS</i>						
Solvabilité du noyau dur <i>Base solvency (Tier 1 capital ratio)</i>	>7%	11%	12%	15%	15,2%	15,4%
Solvabilité générale <i>General solvency (Tier 1+2 capital ratio)</i>	>10%	20%	20%	21,5%	20,4%	19,9%
Coefficient de liquidité <i>Liquidity coefficient</i>	>100%	122%	117%	144%	112%	112,8%
Coefficient de transformation <i>Conversion coefficient</i>	>80%	231%	408%	509%	246%	271,8%
Coefficient de couverture des immobilisations <i>Coefficient for hedging tangible assets</i>	>100%	114%	140%	168%	162%	169,9%

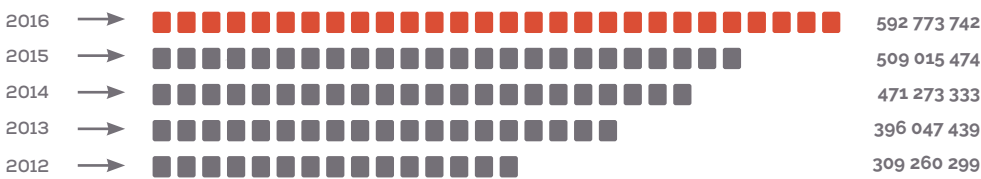
Total du bilan / *Balance sheet**



Crédits à décaissement / *Disbursed loans**

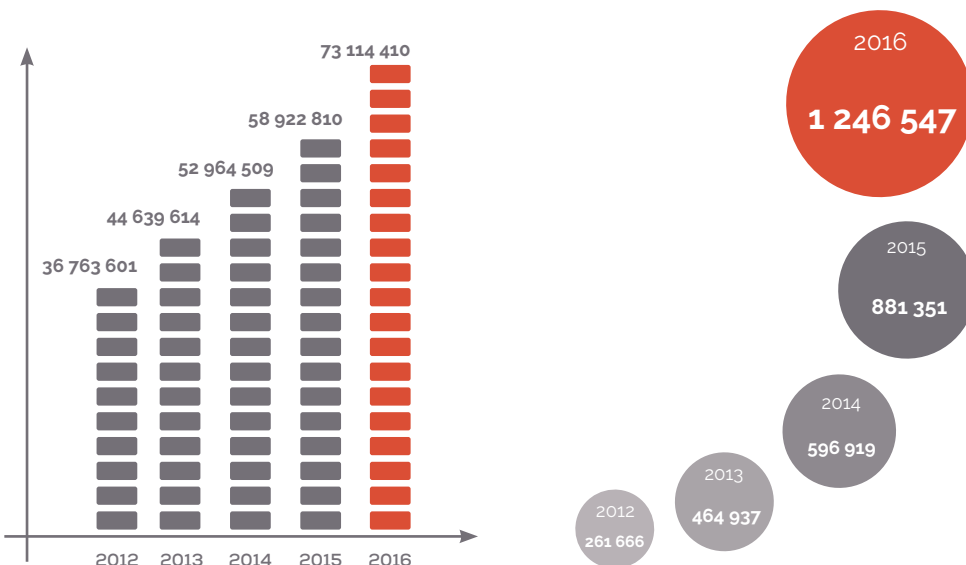


Dépôts collectés / *Total deposits**



Fonds propres réglementaires
*Regulatory capital**

Nombre de comptes
Number of accounts



*En milliers de CDF / *In thousands CDF*





Good!!!
Isham 2016
Amahasa R. Diango

CHERS LECTEURS
ET CLIENTS ACTUELS
OU FUTURS,



L'ÉDITO

DU RAPPORT ANNUEL 2016

En préambule à mon propos, comme vous le savez, les rapports annuels de notre institution ont pour vocation d'être lus par le plus grand nombre et ne sont pas destinés aux seuls initiés de la banque et de la finance. La mise en forme, le style et l'ensemble des données contenues dans ce rapport ont pour but de familiariser chacun de nous avec un monde bancaire plus accessible. Une façon de plus de favoriser l'inclusion!

Il permet à nos clients et lecteurs de se faire une opinion sur la condition financière de la TMB et de s'informer sur sa fiabilité. Cette approche d'"éducation bancaire" permettra aussi aux novices de mieux appréhender les rapports d'activités et financiers des banques et de comprendre leur utilité. Cette année, il a pour toile de fond les œuvres commandées par la TMB à l'artiste Tsham, qui place notre art, dessiné au stylo à bille, dans les monuments du monde! **Bonne lecture à Tous!**

Nous avons prédit en 2015, sans pour autant être devins, que 2016 serait une année difficile. Le taux de croissance économique prévisionnel 2016 était porté à 6,6% par la Banque Centrale du Congo et arrêté à 4,9% par le Fonds monétaire international. Il indiquait que la production nationale allait maintenir une dynamique positive en 2016, en dépit des tempêtes environnementales. Quant à nous, nous avons anticipé un recul significatif de l'activité. Tous les indicateurs économiques nationaux et internationaux pointaient résolument vers cette tendance au ralentissement de la vie économique de notre cher pays.

La croissance du produit intérieur brut réel congolais en 2016 a finalement été revue à la baisse à 2,4%. Une croissance économique frêle, étant donné que la production nationale annuelle demeure inférieure à 25 milliards de dollars américains; un volume insuffisant, au regard des potentialités et de l'étendue de la RDC.

A la fin de l'année 2016, notre taille du bilan marque un reflux de 9% en valeurs exprimées en USD. Notre rentabilité affiche un niveau faible, comparé à l'année précédente. Cependant, les crédits octroyés pour le financement de l'économie congolaise progressent de 5%.

L'année 2017 confirmera sans doute cette déprime généralisée liée tant à des facteurs externes, tels que la baisse des cours des métaux, qu'à des facteurs internes. Ces facteurs entraînent des réactions en chaîne à plusieurs niveaux: la mise en berne de l'économie locale, l'affaiblissement des activités de sous-traitance; la compression des charges d'exploitation des grands opérateurs internationaux, un pouvoir d'achat qui s'effrite et la dégringolade du taux de change. Tout cela contribue à une certaine morosité ambiante.

Nous avons une compréhension fine du pays, pour y avoir un ancrage familial, identitaire

et affectif depuis trois générations. Forts de cette connaissance, depuis 2015, nous avons consolidé nos acquis en réduisant la voilure de nos ambitions d'expansion traditionnelles et en favorisant une approche révolutionnaire de l'inclusion financière. En effet, grâce à notre solution PEPELE Mobile, chaque maillon de la société congolaise est intégré, où qu'il se trouve. Notre réseau, composé d'agents indépendants qui tissent la cartographie nationale du réseau TMB, touche plus que jamais les exclus de la bancarisation.

Des réserves plus importantes ont été constituées pour résister aux mauvais temps et préserver l'emploi de tous nos agents. Nous avons, à cet effet, maintenu l'effectif et toutes les rémunérations, afin qu'ils ne subissent pas les affres liées à la dépréciation de notre monnaie nationale. Cette mesure est assez unique au pays, mais elle permet aux travailleurs de préserver le fruit de leurs efforts.

D'années en années, les actionnaires que nous sommes avons rehaussé la capacité de la banque à se développer par une augmentation des fonds propres. Cela nous permet de piloter un navire capable d'appareiller en toute sécurité et de traverser les tempêtes sans mettre en péril la confiance du public. Nous assurons le financement des projets porteurs du développement de la RDC.

Je remercie le comité de gestion qui ne cesse, au quotidien, de transformer les défis en réussites, ce qui conforte la TMB à se projeter vers l'avenir sereinement. La force de notre comité de gestion repose aussi sur sa capacité à recourir plus aux

compétences nationales qu'étrangères et à les démultiplier par un passage des ressources dans notre centre de formation, référence dans le secteur.

Enfants du pays, les banques familiales sont un atout majeur pour la RDC, leurs actionnaires étant de vrais patriotes. Quelle que soit la conjoncture, cet effet d'appartenance à un pays garantit leur présence en toutes circonstances. Ces familles ne traduisent pas leur stratégie d'expansion ou de repli du pays en fonction de résolutions prises par des décideurs de passage ou des personnes n'ayant aucun contact avec la réalité du pays. C'est rassurant pour nos Chers Clients.

Notre résilience est le fruit d'une profonde connaissance du marché et de ses acteurs. De chacun de nos échecs, de chacun de nos efforts, nous avons créé une Institution de plus en plus robuste et une école unique, avec une expertise du terrain inégalée.

Nous prévoyons encore des turbulences en 2017, et nous sommes prêts à y faire face en attendant des jours meilleurs.

La République Démocratique du Congo est souvent en pleurs mais elle est surtout Flamboyante. La TMB restera aujourd'hui plus qu'hier, et au moins autant que demain, sa première Ambassadrice. ■



La proximité du management reste un élément-clé de la réussite de la TMB. L'époque des grands patrons de bureau est révolue comme celle des PDG de salon. L'action est sur le terrain.

L'humilité, la disponibilité et un service de qualité sont nécessaires pour toucher nos clients et conquérir plus de parts de marché.



Robert Levy
Président du conseil
d'administration



EDITORIAL

OF THE ANNUAL REPORT 2016

DEAR READERS
AND CURRENT
OR FUTURE CLIENTS,

As a preamble to my remarks, as you know, our company's annual reports aim to be read by as many people as possible and they are not only meant for the happy few working in the finance and banking world. The layout, style, and data contained in this report aim to familiarise everybody with a more accessible banking world. One more way to further include the wider public!

*Our current report allows our clients and readers to form for themselves an opinion regarding TMB's financial situation and to receive information regarding the Bank's strength. This "banking education" approach also allows those unfamiliar with financial jargon to better understand the Bank's activity and financial reports, and to comprehend their usefulness. This year, our report has as its background the works of art commissioned by TMB from the artist Tsham, who puts our art, drawn with a ballpoint pen, in amongst the world monuments! **Enjoy your read, everybody!***

Already in 2015, we predicted, without being soothsayers, that 2016 would be a difficult year. The initial forecast for economic growth in 2016 was estimated at 6.6% by the Banque Centrale du Congo and set at 4.9% by the International Monetary Fund (IMF). The IMF also indicated that economic output levels were going to maintain a positive dynamic in 2016, regardless of the deteriorating business environment. We, on the other hand, anticipated a significant decline in our activity. All national and international economic indicators pointed resolutely towards the trend which said that the economy in our dear country was going to slow down.

Actual Congolese GDP growth in 2016 was eventually revised downwards to 2.4%. That is a weak economic growth rate given the fact that total national output remains below \$25bn; an insignificant volume, especially in view of the size and potential of the DRC.

At the end of 2016, our balance sheet showed a drop of 9% in assets as expressed in USD and our profitability was low compared to the year before. However, total lending by the Bank, to extend our financial support to a growing Congolese economy, grew by 5%.

2017 shall no doubt consolidate this overall recession both as a result of external factors, such as low commodity prices, and internal ones. These factors generate chain reactions at multiple levels: a struggling local economy, a drop in sub-contractors' work, the compression of operating costs by the big international players, crumbling purchasing power and a plummeting exchange rate. All these factors contribute to an enveloping feeling of moroseness.

We have a fine understanding of the country, since we have had our family, identity, and affection anchored here for three generations now. Armed with this



knowledge, we have, since 2015, consolidated our achievements by reducing our traditional expansion ambitions and by prioritising a revolutionary approach to financial inclusion. In fact, thanks to our PEPELE Mobile solution, every section of Congolese society has been integrated into the world of finance, wherever they may be. Our network, consisting of independent agents who weave around the national mapping of the TMB network, are now more than ever in touch with those who used to be excluded from the banking system.

Substantial reserves have been established to withstand the bad times and to secure employment for all our staff. To this end, we have maintained the workforce and all remunerations, so that our staff do not suffer the negative effects linked with the depreciation of our currency. This is quite a unique measure for the country, but it allows our employees to enjoy the fruits of their labour.

Year on year, the shareholders that we have increased the Bank's capacity to develop by increasing its equity. That allows us to steer a ship capable of sailing completely safely and of crossing any storm without harming the public's confidence in it. We guarantee financing of projects on which the DRC's development is based.

I would like to thank the Management Committee, which every day continues to transform challenges into success stories and they in their turn allow TMB to concentrate in full serenity on the future. The strength of our Management Committee also lies in its capacity to use more national

than international expertise and to multiply that by building capacity via our training centres, which are the benchmark in our industry.

Children of the country, the family banks of the Congo are a major asset for the nation, as their shareholders are true patriots. Whatever the economic conditions, this sense of belonging to the country guarantees their presence in all circumstances. These families do not base their strategy of expansion or retreat within the country according to resolutions taken by transient decision-makers or people who have no contact with the reality of the country. This observation is reassuring for our clients.

Our resilience is the fruit of an in-depth knowledge of the market and its players. Out of every failure and each of our efforts, we have created an institution that is more and more robust, and a unique learning environment with an unequalled expertise on the field.

We predict more tough times ahead in 2017, but we are ready to face them whilst awaiting better days.

The Democratic Republic of Congo is often in tears but it is mainly "Flamboyant" and TMB remains today, better than yesterday and at least as good as tomorrow, its first Ambassador. ■



The proximity of management is also a key element for TMB to succeed. Gone are the days of the big office bosses and distant CEOs. The action happens on the field. Humility, availability, and a quality service are all necessary to stay in touch with our clients and to conquer bigger parts of the market.

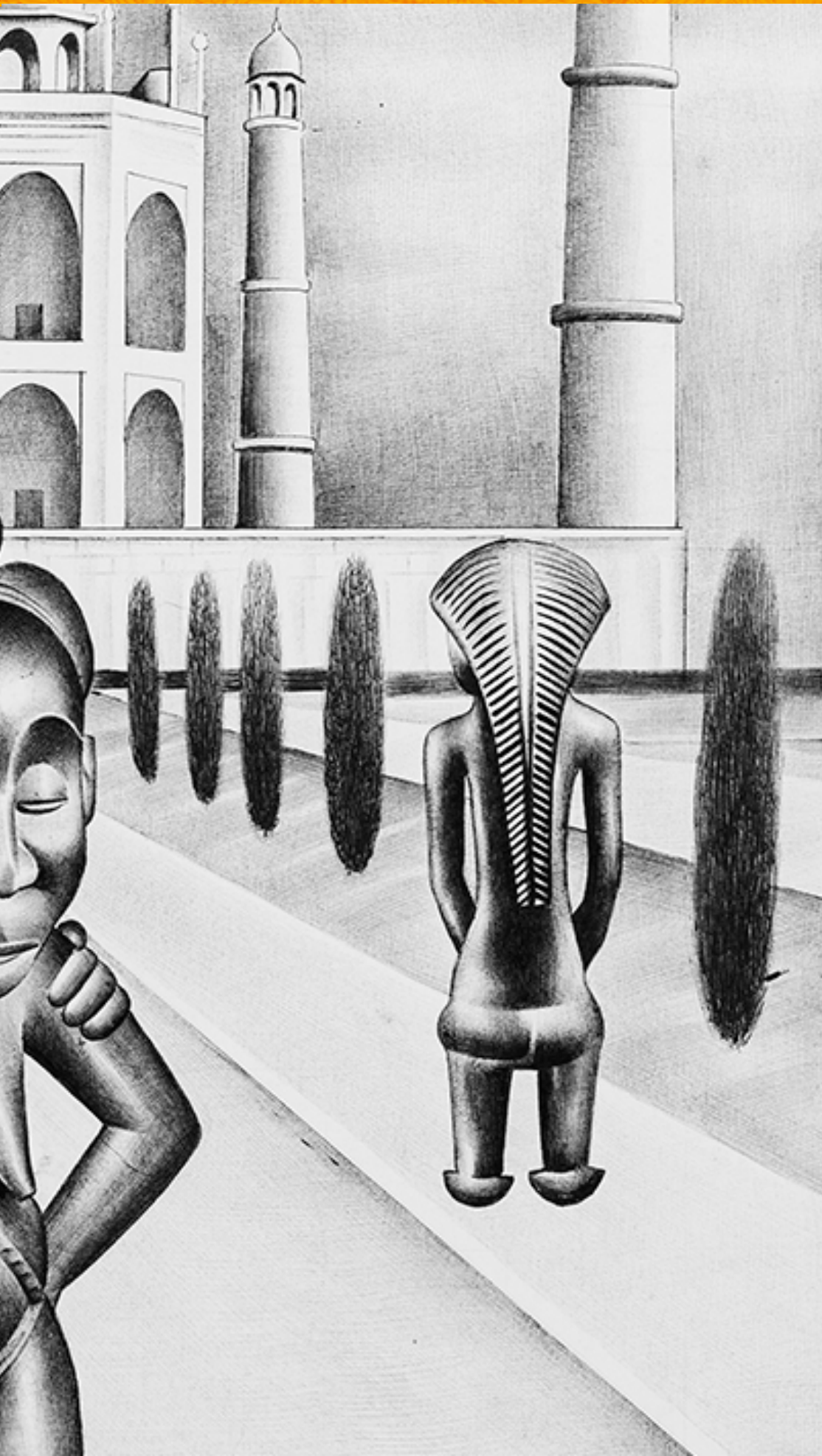


Robert Levy
Chairman of the
Board of Directors

THE BANK



LA BANQUE



8

LE MESSAGE DE
L'ADMINISTRATEUR
ET DIRECTEUR GÉNÉRAL
Oliver Meisenberg

11

A MESSAGE FROM THE CHIEF
EXECUTIVE OFFICER
Oliver Meisenberg

13

L'ANALYSE FINANCIÈRE

15

FINANCIAL OVERVIEW

17

LA GOUVERNANCE DE LA TMB

22

LE COMITÉ DE GESTION
THE MANAGEMENT
COMMITTEE

26

GOVERNANCE AT TMB



LE MESSAGE

DE L'ADMINISTRATEUR ET DIRECTEUR GÉNÉRAL

Oliver Meisenberg



Comprendre l'année économique 2016 vécue par la TMB nécessite de pouvoir s'en imprégner. Elle ne se limite pas à une succession de chiffres, bons ou mauvais, ni à des prévisions, vérifiées ou non. La banque a une histoire, une identité, une vision qui lui sont propres. Elle a traversé des événements qui influencent ses choix, qui définissent ses projets.

Les comptes traduisent la santé de la banque à un moment donné, tel un cliché. Il faudrait néanmoins, afin d'en percevoir toutes les nuances, remplacer cet instantané par une pellicule. Alors plutôt que d'expliquer l'année écoulée, elle vous sera racontée.

IL ÉTAIT UNE FOIS...

"Pour comprendre notre banque, il faut se retourner un moment sur son histoire", commence Oliver Meisenberg.

La Trust Merchant Bank, née au Congo en 2004, est alors la première banque de microfinance; les clients de proximité constituent son cœur de métier et l'inclusion financière, un leitmotiv assumé. Elle connaît rapidement le succès et accompagne dans la foulée PME, institutions et même grosses entreprises "corporate". Par la diversité de ses clients, elle devient une banque universelle.

Quelques années plus tard, une stratégie d'expansion du réseau d'agences débute et ne se concentre pas uniquement sur les grandes villes. Tour à tour, des zones oubliées par le système bancaire sont couvertes. Les agences de Lodja et Gbadolite en sont les exemples les plus récents. L'inclusion financière, c'est la volonté de proposer une offre de services bancaires qui soit accessible à tous.

La TMB n'a jamais oublié ses racines et est guidée par une conviction: permettre à chacun d'accéder à un compte en banque pour épargner dans la dignité. Elle est persuadée que la rencontre de ce droit humain contribue au développement social et économique du pays.

"NOUS NE SOMMES PAS LES PASSAGERS DU TRAIN, NOUS EN SOMMES LA LOCOMOTIVE."

Oliver Meisenberg poursuit: "La crise économique de 2016 est essentiellement liée à un facteur d'incertitude politique et à la chute du cours de certaines matières premières sur le marché mondial."

Les chiffres de croissance de l'année 2016 sont éloquentes. Les prévisions et les résultats concordent et confirment une certaine stagnation économique du pays. Bien que la confiance générale ait diminué, ils traduisent également une année marquée par de gros investissements de la banque.

“Une banque n’est rien d’autre qu’un miroir de l’économie”, concède Oliver Meisenberg, “ce qui se passe dans l’économie se traduit dans ses livres.”

La TMB a mis à profit cette année de ralentissement annoncé pour consolider la relation avec ses clients, poursuivre sa diversification géographique et proposer une offre de produits plus variée. Elle a fait de 2016 une année de transition. La banque ne se contente pas d’observer ces changements à distance et de les prédire, elle les vit au quotidien car elle ne forme qu’un avec son environnement.



Notre force d’innovation et d’adaptation nous positionnent en acteur de premier plan du secteur bancaire congolais. Notre flexibilité est rendue possible par notre gestion de proximité et notre caractère local.



CHAQUE CLIENT COMPTE

Dans ce contexte économique particulier, Oliver Meisenberg apporte des précisions quant à la ligne de conduite adoptée par la TMB: “Les banques sont un des leviers les plus importants du fonctionnement d’une économie. Faire confiance à nos clients n’est pas une stratégie, c’est une philosophie.”

Afin de protéger ses clients et d’assurer la stabilité financière de la banque, la TMB a beaucoup provisionné en 2016. Si cette prudence se ressent sur son bilan, cette provision a eu un effet bénéfique sur la confiance.

L’engagement réciproque entre un client et sa banque est une condition sine qua non pour une alliance réussie. En confiant ses avoirs à la TMB, le client attend, en contrepartie, que celle-ci l’accompagne dans la réalisation de ses projets. **Dans une conjoncture 2016 propice au repli sur soi, la TMB a poursuivi une stratégie résolument tournée vers l’avenir et vers la relance économique.**

Même en période de crise, c’est un devoir pour une banque de continuer à accorder du crédit. En toute circonstance, elle doit être réactive face à “quelqu’un qui veut entreprendre”.

La séparation des pouvoirs et la diversité des intervenants au sein du comité Crédit permettent de tempérer l’enthousiasme commercial par une approche prudentielle. Cette gestion prudente du portefeuille crédit et le travail d’analyse des agents ont permis une augmentation de 5% de ce poste du bilan annuel.

UNE BANQUE SUR LAQUELLE COMPTER

Ce dynamisme se perçoit en filigrane dans tous les départements. L’IT, par exemple, a connu des avancées technologiques énormes cette année. Oliver Meisenberg souligne: “Une banque statique finit par reculer.”

2016, une année d’investissements? Oui, et la tendance se confirmera en 2017 et 2018.

La banque est dans un plan de transformation de l’IT sur plusieurs années. L’inclusion financière est au cœur de cette transformation. La volonté de la TMB est d’accueillir avec le même professionnalisme tous les clients, où qu’ils se trouvent.

La réalisation d’une telle entreprise impose au département IT une course effrénée à “l’armement” technologique dont chacun, clients et agents, pourra bénéficier. Cette année, **les investissements consentis dans les serveurs et capacités de stockage ont permis de multiplier par 10 la rapidité de traitement des informations et par 5 la quantité d’informations stockables.**

PEPELE Mobile - le téléphone qui tient vos comptes

L'année 2016 a été marquée par le renforcement du produit PEPELE Mobile: il a été affiné et complété avec de nouvelles fonctionnalités. Des facteurs concurrentiels, économiques ou liés au comportement des clients amènent la TMB à ajuster le produit.

PEPELE Mobile est une plateforme ultra-flexible. L'introduction de la carte de débit en fin d'année et d'autres innovations à venir comme la carte Visa PEPELE Mobile, l'octroi de crédit, le compte épargne ou le système de fidélité vont complètement révolutionner le paysage bancaire. Et c'est bien de cela dont il s'agit, révolutionner, innover pour offrir le futur dès aujourd'hui.

TO BE CONTINUED...

Oliver Meisenberg annonce: "La situation économique était prévisible pour 2016, elle peut prendre trois directions en 2017: la stagnation, la régression, ou l'amorce d'une timide relance. Nous sommes confiants et préparés à toutes ces éventualités."

La TMB n'a jamais adopté la culture de l'à-peu-près, lui préférant celle de l'excellence qui détermine une ligne de conduite claire.

La TMB ne suit pas les tendances, elle les initie. Elle ne cible pas une clientèle particulière car elle croit en la banque pour tous. Elle refuse l'inertie; la banque poursuit donc ses innovations. Les grandes villes ne forment pas son axe de développement principal, la RDC bien. Les clients de seconde zone n'existent pas; chacun est servi de la même manière. Les produits bancaires se ressemblent peut-être, mais la vision de la TMB les révolutionne, les porte à un autre niveau et les rend uniques.

Pour toutes ces raisons, l'optimisme est de mise. "Quels que soient les défis que l'avenir nous réserve, nous sommes prêts à les relever. La TMB le fait depuis ses débuts", conclut Oliver Meisenberg. ■



A MESSAGE

FROM THE CHIEF EXECUTIVE OFFICER

Oliver Meisenberg

In order to understand the 2016 economic year TMB has lived through, you need to immerse yourself in it. The Bank does not limit itself to a succession of numbers, good or bad, nor to a list of predictions, verified or not. The Bank has a history, an identity, and a vision all its own. The Bank has come through events which influenced its choices and defined its projects.

The accounts show the Bank's health at a given moment, like a picture. However, in order to perceive all possible shades, it is necessary to replace the snapshot with a film. So, rather than explain the past year, let's explore our story.

ONCE UPON A TIME...

"In order to understand our Bank, we need to take a moment and look back on its history", Oliver Meisenberg commences.

Trust Merchant Bank was established in Congo in 2004 and was the country's first microfinance bank; retail clients are its core business and the leitmotiv it has taken on is 'financial inclusion'. The Bank becomes successful very quickly and rapidly extends banking services to SMEs, institutions, and large corporate businesses. Because of the diversity of its clients, the Bank becomes a universal bank.

A few years later, a branch network expansion strategy starts, concentrating not only on the big cities. Time and again, areas forgotten by the banking system are covered. The newly opened branches at Lodja and Gbadolite are the most recent examples of the strategy. Financial inclusion is the willingness of the Bank to offer banking services accessible to all.

TMB has never forgotten its roots and is guided by one conviction: to make it possible for everybody to have access to their bank account so that they can save in dignity. The Bank is convinced that helping to

accomplish that human right contributes to the social and economic development of the country.

WE ARE NOT THE TRAIN'S PASSENGERS, WE ARE ITS LOCOMOTIVE."

Oliver Meisenberg continues: "The economic crisis of 2016 is essentially linked to domestic political uncertainty and the fall in prices of certain raw materials on the world market".

The growth figures of 2016 speak for themselves. The forecast and results pretty much correspond and confirm a certain economic stagnation in the country. Although general economic confidence had diminished, the year was also characterised by the Bank's substantial investment programme.

"A bank is nothing but a mirror of the economy", Oliver Meisenberg concedes. "What happens in the economy shows up in the balance sheets".

TMB took advantage of this year's economic slowdown to consolidate its relationship with its clients, pursue further its geographical diversification, and offer a more diverse range of products. The Bank made 2016 a year of transition. The Bank is not

happy with observing these changes from a distance and to predict them, it lives them every day because it strives to be as one with its environment.



Our strength in terms of innovation and adaptation firmly places us at the forefront of the Congolese banking sector. We have created our own flexibility by means of the accessibility of our management and our local character.



EVERY CLIENT COUNTS

It is within this particular economic context that Oliver Meisenberg provides clarification in terms of the course of action taken by TMB: "Banks are one of the most important levers of the economy. To trust our clients is not a strategy, it's a philosophy".

In order to protect its clients and ensure its financial stability, TMB significantly increased prudential reserves in 2016. Even if this procedure affects the balance sheet, it has a beneficial effect in terms of clients' confidence.

The reciprocal commitment between clients and their bank is a *conditio sine qua non* for a successful alliance. By entrusting their assets to TMB, the client expects in return that the latter helps them in realising their projects. In an economic environment such as that of 2016, with the accompanying temptation to turn into oneself, **TMB has resolutely followed a strategy towards the future, confident in expecting an economic recovery.**

Even in times of crisis, it is the Bank's duty to continue extending credit. Under any circumstances, the Bank must be a dynamic force when facing "someone who wants to be an entrepreneur".

The separation of power and the diversity of all stakeholders in the Credit Committee moderates the commercial enthusiasm resulting in a proportionate, prudent approach. This prudent loan portfolio management and the analysis work carried out by our staff have made a 5% increase in total lending possible.

A BANK ON WHICH YOU CAN COUNT

It is this dynamism which is implicit in all of the Bank's departments. IT, for example, has seen enormous technological progress this year. Oliver Meisenberg underlines that: "To stand still is to go backward".

Was 2016 a year of investments? Yes, and that trend shall continue during 2017 and 2018.

The Bank is in the middle of an IT transformation plan, spread out over several years. Financial inclusion is at the heart of that transformation and it is TMB's wish to receive all clients with the same level of professionalism, wherever they are.

Establishing such an organisation imposes on the IT department a mad rush to "arm" it technologically for the benefit of clients and staff alike. **The investments we agreed to this year in terms of servers and storage capacity have ensured that all information is processed 10 times faster and that there is a 5 times larger storage capacity.**

PEPELE Mobile – the telephone that holds your accounts

2016 was characterised by a strengthening of the PEPELE Mobile product: it has been refined and new functions were added. Competition or economic factors, or those linked to clients' behaviour, guide TMB when fine-tuning this product.

PEPELE Mobile is a very flexible platform. The introduction at the end of the year of a bank card, and all forthcoming innovations such as the PEPELE Mobile VISA debit card, loan facilities via the mobile banking service, savings account, and a loyalty programme, will further revolutionise the banking landscape. And that is exactly the point: to revolutionise and to innovate in order to offer the future as of today.

TO BE CONTINUED...

Oliver Meisenberg announces: "Although the economic situation of 2016 was predictable, the one of 2017 can go in one of three directions: stagnation, recession or the start of a timid recovery. We are confident and prepared for any eventuality".

TMB has never adopted the 'more or less' attitude, it has always preferred excellence which in its turn always leads to a clear course of action.

The Bank does not follow trends, it sets them. It does not target a specific clientele because the Bank believes it should be there for everybody. The Bank refuses inertia, that is why it pursues its innovations. It is not the big cities that are the Bank's corner stones for development, it is the DRC itself. There are no 'second class' clients, everybody is served in the same way. It is possible that the banking products themselves are similar but it is TMB's vision that revolutionises them and takes them to another level and makes them unique.

For all these reasons, optimism is indeed in order. "Whatever the challenges ahead, we are ready to meet them. TMB has been doing it since its inception", concludes Oliver Meisenberg. ■



L'ANALYSE FINANCIÈRE

DES PRÉVISIONS VÉRIFIÉES

Après une croissance de près de 10% en 2014, la TMB prévoyait une année charnière pour 2015 et un deuxième semestre 2016 chahuté par des difficultés économiques et politiques.

Ces prévisions se sont confirmées: une faible croissance couplée à un repli du cours du cuivre et à une dépréciation de 24% du taux de change ont entraîné un effondrement des recettes de l'Etat. Une contraction d'environ 6% au niveau systémique (en termes de dépôts collectés et de volume d'activités) a également été observée auprès des banques congolaises.

UNE CAPACITÉ DE RÉSILIENCE REMARQUABLE

Malgré ce contexte économique complexe, la TMB n'a pas sombré dans l'immobilisme; elle a poursuivi sa politique d'expansion et rehaussé le niveau de ses investissements. Le réseau d'agences s'est encore étoffé. La gamme de produits offerts a connu de nouvelles innovations, particulièrement PEPELE Mobile, pour répondre à une clientèle toujours plus large et variée. Tout cela s'inscrit dans une stratégie globale de diversification qui a permis à la banque de conforter sa résilience et de diminuer son exposition au risque de concentration.

"En 2016, la charge relative aux investissements a augmenté d'environ 16%. Nous continuons à investir car c'est l'avenir que nous construisons. Notre diversification et notre fine connaissance de la réalité congolaise nous procurent les moyens d'anticiper les besoins de la banque de demain", explique Daniel Kasongo.

UNE CONFIANCE RÉCIPROQUE

La confiance constitue un indicateur fort en situation de crise: celle accordée par les clients à leur banque et celle que la banque leur octroie vont de pair. Ensemble, ils sont capables d'affronter les difficultés avec sérénité et de relever les défis d'aujourd'hui et à venir. La TMB s'affirme plus que jamais comme "notre banque pour la vie".

Cette confiance s'observe à travers trois marqueurs de performance.

- Le vaste réseau de la TMB constitue une force pour servir le client où qu'il se trouve et lui permettre d'effectuer des transferts à travers toute la RDC. Le volume des commissions perçues sur ces transferts, principalement intra-pays, a connu une hausse de 11%.
- Afin de favoriser le dynamisme commercial, la banque a augmenté le volume de crédits octroyés en 2016. La TMB croit aux projets de ses clients et les accompagne dans leur mise en œuvre; cela se reflète dans ce poste du bilan qui a connu une augmentation de 5%.



La TMB reste bénéficiaire en 2016. L'analyse des ratios prudentiels de la banque (ratios de solvabilité Tier 1, Tier 2, de liquidité globale ainsi que les coefficients de transformation et de couverture) montre une stabilité en termes de maîtrise des risques et de saine gestion actif-passif.

Daniel Kasongo, directeur financier



En effet, les mesures prises anticipativement ont notamment permis le maintien d'un volant de liquidité assez important, préservant ainsi un écart solide entre les dépôts et les crédits (le coefficient emplois de ressources ressort à 45%, en-dessous de la limite maximale fixée par le comité de gestion actif-passif de 50%).

- En dépit de la conjoncture économique morose et de la baisse globale du volume d'activités, les dépôts à terme ont progressé d'environ 1%. A l'échelle du système bancaire congolais, la proportion entre dépôts à vue et dépôts à terme, se situe aux alentours de 80% et 20%. A la TMB, le volume de dépôts à terme connaît une croissance régulière et atteint près de 30% du total des ressources collectées auprès de la clientèle.

Ces chiffres valident les choix stratégiques effectués par la TMB. Ils symbolisent d'une part sa capacité de résistance et d'autre part sa flexibilité confortée au fil des années.

DES PRÉVISIONS OPTIMISTES

Après une année 2016 éprouvante pour l'économie congolaise, celle-ci devrait repartir vers la croissance en 2017, croissance qui devrait se confirmer en 2018.

Le FMI (Fonds monétaire international) table sur un taux de croissance autour de 4,2% pour l'année à venir. La remontée du cours du cuivre, donnée économique majeure en RDC, plaide en faveur de cette prévision. "Nos prévisions tablent sur une incidence de la petite embellie du cours du cuivre au cours du deuxième semestre 2017", précise Daniel Kasongo.

LA TMB ET LES NORMES IFRS : DE L'ANTICIPATION À L'APPROPRIATION

Dès 2014, la TMB était la première banque du Congo à présenter ses états financiers en conformité avec le référentiel de l'International Financial Reporting Standard (IFRS), promulgué par l'International Accounting Standard Board (IASB).

Depuis, les comptes de la banque sont publiés aux normes locales et aux normes IFRS. Ces dernières donnent à la TMB une visibilité internationale, que ce soit pour des

investisseurs, des multinationales ou pour des banques partenaires. Ces normes offrent une grille de lecture de ses performances et ratios lui permettant d'être comparée aux plus grandes institutions bancaires à l'échelle mondiale.

Cette année 2016, la TMB a acquis un logiciel IFRS. Son paramétrage permet de générer de manière automatique le retraitement de la comptabilité tenue en normes congolaises vers les normes comp-

tables internationales publiées par l'IASB.

"L'implémentation du logiciel IFRS au courant de l'année 2017 apportera un gain de temps et une efficacité accrue, d'une part sur le plan organisationnel et d'autre part, au niveau de la gestion des risques de crédit, de liquidité et de marché", explique Daniel Kasongo. ■



FINANCIAL OVERVIEW

CONFIRMED FORECASTS

After nearly 10% growth in 2014, TMB forecast 2015 to be a pivotal year and the second half of 2016 to be interrupted by economic and political difficulties.

These forecasts were confirmed: slow growth coupled with a substantial drop in the price of copper and a 24% depreciation in the exchange rate had a severe impact on Government revenues and the fiscal position. A contraction of approximately 6% at a systemic level (in terms of total deposits and activity volumes) was seen across the Congolese banking sector as a whole.

A REMARKABLE RESILIENCE

Despite this complex economic context, TMB has continued their policy of expansion and increased their level of investments. The network of branches has expanded, the range of products offered has seen even more innovations, in particular PEPELE Mobile, to respond to an ever growing and ever more varied clientele. All this is incorporated in a global diversification policy which has allowed the Bank to reinforce its resilience and diminish its exposure to concentration risk.

"In 2016, the Bank's spend on investment increased by approximately 16%. We continue to invest because it is the future that we are building. Our diversification and intimate knowledge of the Congolese reality provide us with the means to anticipate the requirements of the bank of tomorrow", explains Daniel Kasongo.

MUTUAL CONFIDENCE

Confidence is a strong measure in crisis situations: the confidence given by customers to their bank and the one given by the bank to their customers go hand in hand and customers and banks together can face all difficulties they encounter in peace, and successfully take on today's and tomorrow's challenges. TMB is now more than ever establishing itself as "notre banque pour la vie".

This confidence shines through in three performance measures.

- TMB's vast network is a strong asset for serving our customers where they live and for allowing them to carry out their transfers across the DRC. The volume of commissions received on those transfers, mainly within the country, has seen an increase of some 11%.



TMB remains profitable in 2016. Analysis of the Bank's prudential ratios (Tier 1, Tier 2 solvency ratios, global liquidity, and the loan/deposit ratios) shows a stability in terms of controlling risks and healthy asset-liability management.

Daniel Kasongo, CFO



- In order to promote its commercial dynamism, the Bank increased in 2016 its volume of lending. TMB believes in its customers' projects and accompanies them in their implementation and that is represented by this crucial parameter increasing by 5%. Indeed, measures taken in anticipation have made it possible to keep a substantial cash flow, which helps to maintain a solid gap between deposits and credits (the loan to deposit ratio is 45%, below the maximum limit of 50% fixed by the Asset Liability Management Committee).
- Notwithstanding the poor economic situation and a global drop in activity volumes, term deposits have grown by approximately 1%. In the whole of the Congolese banking system, the ratio between deposit accounts and term deposits is 80% to 20%. At TMB, the volume of term deposits is growing steadily and reaches nearly 30% of the total of resources deposited by our customers.

These numbers validate completely the strategic choices made by TMB. They symbolise on the one hand its resistance and capacity and on the other its flexibility, reinforced over the years.

OPTIMISTIC FORECASTS

After a rather testing 2016 for the Congolese economy, it should start growing again in 2017 and that growth should then be consolidated in 2018.

The IMF (International Monetary Fund) expects a growth rate of approximately 4.2% for the year to come. A revival in the price of copper, a major economic factor in the DRC's economy, seems to point in favour of such a forecast. "Our forecasts expect a series of small improvements for the price of copper during the second half of 2017", explains Daniel Kasongo.

TMB AND THE IFRS STANDARDS: FROM ANTICIPATION TO APPROPRIATION

In 2014 TMB became the first Congolese bank to present its financial situation in compliance with the standards of the International Financial Reporting Standard (IFRS), as set by the International Accounting Standard Board (IASB).

Moreover, all bank accounts are published in compliance with local legislation and the IFRS standards, the latter giving TMB international visibility for investors, multinationals

and partnering banks. They make public their performances and ratios and allow the Bank to be compared with the biggest banks worldwide.

During 2016, TMB has acquired IFRS software. Its configuration will allow the Bank to automatically reprocess the accounting executed in compliance with Congolese legislation and convert it in line with the international accounting principles issued by the IASB.

"The implementation of the IFRS software during 2017 will save time and will increase our efficiency in terms of organisation on the one hand and credit risks, liquidity and market management on the other", explains Daniel Kasongo. ■



LA GOUVERNANCE DE LA TMB

UN PARTENAIRE DE CONFIANCE ENGAGÉ À VOS CÔTÉS

Depuis sa création, la TMB respecte les normes déontologiques édictées par la Banque Centrale du Congo et celles en vigueur au sein des grandes banques et institutions internationales.

Le conseil d'administration, le comité d'audit et le comité de gestion sont les socles d'une bonne gouvernance. Afin d'assurer un fonctionnement optimal de tous les départements, des comités spécifiques sont attachés au comité de gestion: Commercial, Ressources humaines, Asset and Liability (ALCO), Crédit, IT et Trésorerie. Chaque niveau de décision fait l'objet d'une définition précise de ses missions, de ses droits et obligations.

Cet engagement, reflet de son éthique et de sa déontologie, est la base de la confiance qui unit ses clients et ses partenaires à la TMB et un des fondements de sa constante expansion.

La croissance continue de la TMB implique une remise en question permanente et un renforcement de ses organes de gestion et de contrôle. Ceux-ci sont essentiels à la satisfaction de sa clientèle et à la reconnaissance par ses pairs, tant au niveau national qu'international.

Pour garantir cette ligne de conduite claire et transparente, les règles de fonctionnement des différents organes de gestion sont consignées dans des chartes spécifiques déposées à la Banque Centrale du Congo. Chaque organe a ainsi sa fonction propre: le conseil d'administration est l'organe délibérant et confie la gestion quotidienne de la banque au comité de gestion, qui est l'organe exécutif de la banque.

Enfin, et toujours dans le but de garantir le respect des valeurs fondant l'essence même de la TMB, une série de procédures maintient une séparation claire des pouvoirs entre les différents organes de gestion de la banque. Des outils de contrôle internes et externes permettent également de gérer les risques et de bannir les transactions contraires à la philosophie de la TMB ou portant préjudice à sa réputation.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration définit les grandes orientations stratégiques de la banque et assure la surveillance des activités dans le cadre de ses engagements vis-à-vis de ses clients, de ses actionnaires et de ses partenaires.

Il prend en charge la planification stratégique, la détermination et la gestion des risques, la planification de la relève et l'évaluation du rendement du comité de gestion. Il assume également la supervision de la communication des informations en étant l'animateur de la culture d'intégrité, de la bonne gouvernance et de la conformité.

Composition du conseil d'administration

Robert Levy,
président du conseil d'administration

Administrateurs exécutifs:

- **Oliver Meisenberg,**
administrateur
et directeur général
- **Alexandre Mandeiro,**
administrateur et directeur
- **Yannick Mbiya Ngandu,**
administrateur et directeur
- **Daniel Kasongo Ilunga,**
administrateur et directeur

Administrateurs non-exécutifs:

- **Célestin Tshibwabwa,**
administrateur, président
du comité d'audit
- **Giovanni Battista Zunino,**
administrateur
- **Christian Kabila Mwamba,**
administrateur

LE COMITÉ D'AUDIT

Le comité d'audit rapporte directement au conseil d'administration et assiste ce dernier dans sa mission de contrôle. Il reçoit, analyse et commente les rapports sur les travaux réalisés par l'audit interne. Si nécessaire, il propose au conseil d'administration des moyens pour renforcer l'efficacité de l'audit interne. Le comité d'audit assure la fiabilité des informations comptables.

Composition du comité d'audit:

- **Célestin Tshibwabwa**, président
- **Giovanni Battista Zunino**, administrateur

LE COMITÉ DE GESTION

Organe exécutif de la banque, il en assure la gestion journalière et met tout en œuvre afin de réaliser les objectifs stratégiques définis par le conseil d'administration. Le comité de gestion est composé de huit membres.

Composition du comité de gestion:

- **Oliver Meisenberg**, directeur général, assure la présidence du comité de gestion
- **Alexandre Mandeiro**, directeur, est en charge de la Conformité et de la Gouvernance
- **Yannick Mbiya Ngandu**, directeur, est en charge du Réseau d'agences
- **Daniel Kasongo Ilunga**, directeur, est en charge des Finances et de la Trésorerie
- **Guillaume Kwongkam**, responsable du département Opérations
- **Rock Ngouoto**, responsable du département Crédit
- **Fabrice van Pottelsberghe de la Potterie**, responsable du département Risques
- **Patrick Read**, business manager

Différents comités spécifiques sont liés à ce comité de gestion: Commercial, Ressources humaines, Assets and Liabilities (ALCO), Crédit, IT et Trésorerie. Ces derniers, dans un rôle de concertation, font des propositions en fonction de leur domaine de compétences et rapportent directement au comité de gestion.

L'APPROCHE COMMERCIALE

Toujours plus proche de ses clients, la TMB compte, fin 2016, en plus de son réseau d'agents indépendants, 91 agences et guichets, dans 20 des 26 provinces de la RDC. Ce réseau bancaire, le plus étendu du pays, associé à une excellente connaissance des réalités du terrain, sont les grands atouts de la TMB, qui lui permettent d'offrir à ses clients des produits et conseils personnalisés.

Ce vaste réseau impose la maîtrise de la relation commerciale, des enjeux stratégiques et de la qualité des services. La TMB exige l'excellence pour chacun de ses clients afin de les satisfaire où qu'ils se trouvent.

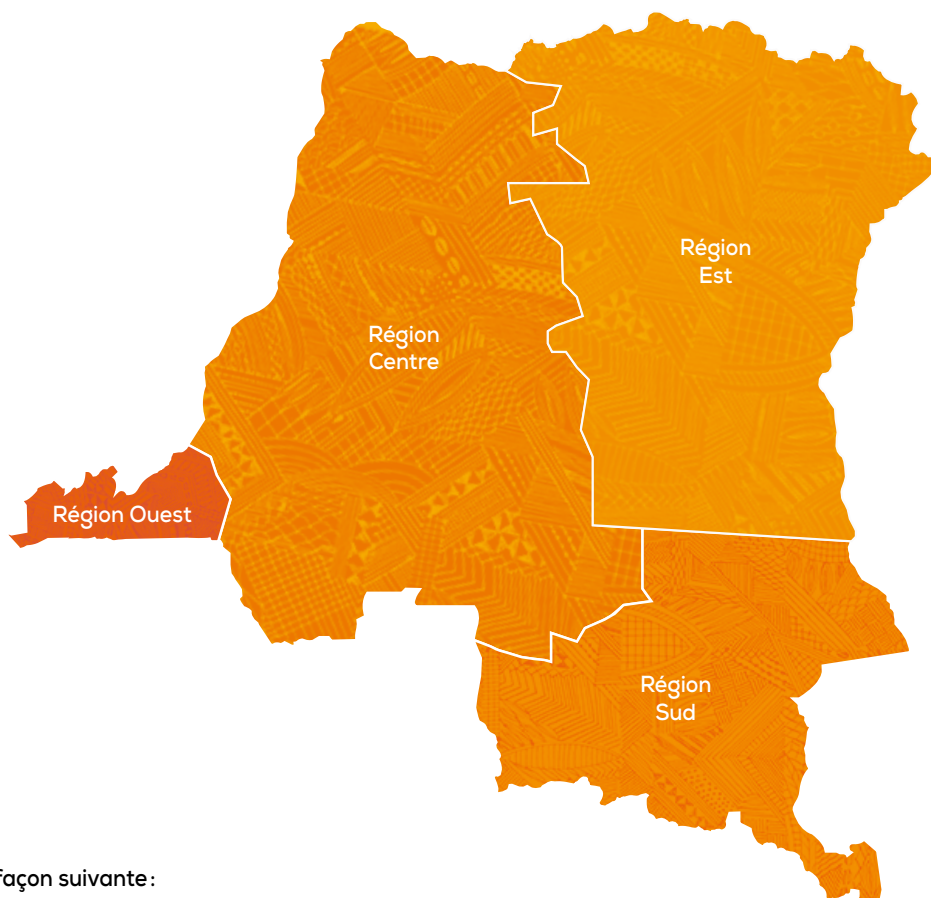
Pour améliorer son service à la clientèle, la TMB a mis en place un réseau d'agents indépendants en constante évolution qui complète l'offre de son produit phare: PEPELE Mobile. Naturellement, le développement de structures ou de produits novateurs doit respecter les processus décisionnels pour adapter constamment les structures commerciales et en assurer une vision globale.

91 agences
& guichets

dans **20** des **26** provinces
de la RDC

Une organisation en 4 régions

La TMB est organisée en quatre régions; chacune d'elles est supervisée par un business manager ayant une connaissance particulière de sa zone. Principalement commercial, son rôle est également administratif et logistique. Aguerri à la gestion des agences bancaires, il constitue un point de relais entre le comité de gestion et les chefs d'agence.



Les différentes provinces sont réparties de la façon suivante :

Régions	Provinces	Business managers
Région Ouest	Kinshasa, Kongo-Central	Patrick Read (Kinshasa)
Région Centre	Equateur, Kasai, Kasai-Central, Kasai-Oriental, Kwango, Kwilu, Lomami, Mai-Ndombe, Mongala, Nord-Ubangi, Sankuru, Sud-Ubangi, Tshuapa	Jean-Marie Manzono (Mbuji-Mayi)
Région Est	Bas-Uele, Haut-Uele, Ituri, Maniema, Nord-Kivu, Sud-Kivu, Tshopo	Arsène Ntambuka (Goma)
Région Sud	Haut-Katanga, Haut-Lomami, Lualaba, Tanganyika	Sele Mulumba (Lubumbashi)

Le comité commercial

Le comité commercial est dirigé par Yannick Mbiya Ngandu, directeur en charge du Réseau d'agences et membre du comité de gestion. Il se compose de quatre business managers: Jean-Marie Manzono, Sele Mulumba, Arsène Ntambuka, Patrick Read, auxquels s'ajoute Michel Schittekatte, en sa qualité de business development manager.

Prospecter et proposer des solutions adaptées aux grandes entreprises, PME

d'une certaine taille et institutions sont les fonctions principales du comité commercial. Celui-ci est donc chargé du développement commercial de la clientèle implantée dans plusieurs provinces du pays ou en relation commerciale avec plusieurs centres d'affaires en RDC.

Une bonne stratégie commerciale est au cœur du développement harmonieux de la TMB sur tout le territoire; elle garantit un haut niveau de qualité de la relation

commerciale à moyen et à long termes. Elle met tout en œuvre pour promouvoir des relations de qualité avec sa clientèle. Constance, esprit d'initiative, respect des directives sont les gages de l'excellence de ses rapports avec ses clients, et d'un développement sain et durable dans le respect de l'esprit des fondateurs de la TMB.



Après avoir assuré plusieurs formations à son personnel, la TMB s'est donc conformée au Droit OHADA, en harmonisant ses statuts, procédures et pratiques avec les dispositions de ce nouveau Droit des Affaires pour la RDC.



La TMB est très engagée dans la promotion de la conformité. S'appuyant sur cette réputation, la CENAREF, en partenariat avec l'ACAMS, a choisi la TMB pour accueillir le centre de formation et d'examen qui organise la certification ACAMS. Toutes les banques actives en RDC peuvent donc y envoyer le personnel engagé dans les processus de contrôle des transactions et de vérification de leur conformité avec les normes nationales et internationales.

LA CONFORMITÉ (COMPLIANCE)

Année après année, la TMB n'a cessé de renforcer ses contrôles afin d'assurer le respect des règles de conformité. Elles répondent aux critères les plus stricts en matière de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

L'éthique de la TMB est à l'origine de cet engagement et la protection de ses clients au quotidien, son moteur. Il est inenvisageable de traiter avec des créanciers ou des débiteurs faisant l'objet de sanctions relatives au terrorisme ou au blanchiment d'argent. Cela reviendrait à cautionner une pratique contre laquelle la banque lutte avec acharnement.

La TMB utilise divers outils de surveillance. Les titulaires de comptes, de cartes, ainsi que les opérations sont scrutés aux moyens de logiciels performants et de bases de données internationales. Actuellement, la TMB exploite trois systèmes complémentaires: Online Compliance, Compliance Link et World Check. La conformité débute dès l'entrée en relation avec le client, se poursuit avec l'identification de ses actionnaires, de ses mandataires, du type d'activités menées ainsi qu'avec la surveillance des opérations.

La CENAREF

(Cellule Nationale de Renseignements Financiers) est l'institution congolaise spécifiquement en charge de la lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement d'organisations terroristes. Les banques rapportent les renseignements financiers concernant toute suspicion en la matière à la CENAREF.

L'ACAMS

(Association of Certified Anti-Money Laundering Specialists) est l'association américaine d'experts en lutte contre le blanchiment d'argent. Elle organise des formations certificatives permettant à ses détenteurs d'être reconnus pour leur expertise en la matière.

Le FATCA

(Foreign Account Tax Compliance Act) est le règlement du code fiscal des Etats-Unis exigeant des institutions financières du monde entier la déclaration de leurs clients assujettis au fisc américain. Afin de se conformer au FATCA, la TMB est enregistrée auprès de l'Internal Revenue Service (IRS).

L'OHADA

La RDC a adhéré en date du 11 juillet 2012 à l'OHADA (Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires). Cette organisation panafricaine, regroupant actuellement 17 pays, a pour objet l'harmonisation du droit des affaires dans les Etats parties par l'élaboration et l'adoption de règles communes simples, modernes et adaptées à la situation de leur économie, par la mise en œuvre des procédures judiciaires appropriées, et par l'encouragement au recours à l'arbitrage pour le règlement des différends contractuels.

Le traité, les règlements d'application et les actes uniformes de l'OHADA sont entrés en vigueur en RDC le 12 septembre 2012 et les sociétés commerciales du pays étaient tenues d'harmoniser leurs statuts avec le Droit OHADA au plus tard le 12 septembre 2014.

Après avoir assuré plusieurs formations à son personnel, la TMB s'est donc conformée au Droit OHADA, en harmonisant ses statuts, procédures et pratiques avec les dispositions de ce nouveau Droit des Affaires pour la RDC.



LE CONTRÔLE ET LA GESTION DES RISQUES

Le contrôle et la gestion des risques sont assurés par un département Risques.

Entre l'année 2015 et la fin 2016, le département Risques est passé de 16 à 20 personnes, réparties entre les villes de Lubumbashi, Kinshasa et Goma.

Cette évolution naturelle vise à une maîtrise accrue des risques de différentes natures auxquels la banque est exposée dans l'exercice de ses activités.

La TMB identifie cinq principaux types de risques :

- le risque de crédit est le risque résultant de la défaillance d'une contrepartie qui n'est plus en mesure d'honorer ses engagements;
- le risque opérationnel est le risque de perte résultant de carences ou de défaillances imputables à des procédures, à des personnes, à des systèmes internes ou à des événements externes à la banque;

- le risque de marché correspond au risque de perte résultant des variations des prix du marché, ce qui porte essentiellement sur le taux d'intérêt et sur le taux de change au regard du positionnement actuel de la banque;
- le risque de liquidité est le risque pour la banque de ne pas pouvoir s'acquitter de ses engagements à leurs échéances;
- le risque de réputation est le risque encouru par la banque à propos de tout événement d'origine interne ou externe pouvant porter préjudice à son image.

Il est entendu qu'il s'agit ici d'une sélection des principaux risques tels que perçus, et non d'une liste exhaustive de l'ensemble des risques.

Sous l'autorité du comité de gestion de la banque, le département Risques déploie un ensemble de moyens, de procédures et d'actions permettant à la banque de mieux identifier, analyser, mesurer, surveiller et gérer ces différents risques.

Quant au conseil d'administration de la banque, il approuve et examine à intervalles réguliers les stratégies mises

en œuvre pour maintenir chaque risque significatif à un niveau acceptable.

L'environnement bancaire, politique et macro-économique dans lequel se situe la Trust Merchant Bank est en constante évolution et nécessite donc une adaptation continue des moyens mis en œuvre pour la maîtrise de ses risques. L'objectif ultime de la politique de gestion des risques étant de préserver le patrimoine de la banque, ainsi que celui de ses clients.

Les responsabilités qui incombent au service de contrôle et de gestion des risques sont stratégiques. Pour rester une banque de premier plan et garantir un développement stable, la TMB doit se positionner en tant que précurseur et leader comme elle le fait depuis toujours. Investir est un risque; le tout est de transformer ces risques en opportunités. ■



LE COMITÉ DE GESTION



**OLIVER
MEISENBERG**

OLIVER MEISENBERG a grandi entre le Kivu, le Kenya et l'Allemagne. Diplômé en gestion des affaires (Londres), il s'occupe de consultance stratégique, avant de participer, en 2004, à la création de la filiale congolaise de la ProCredit Bank. Il découvre alors le métier de banquier et réussit dans ce projet. Convaincu par ses compétences, Robert Levy lui propose de rejoindre la haute direction de la banque en 2009. Au lendemain de la crise financière internationale de 2008, il épaula Robert Levy dans un important plan de restructuration et de déploiement géographique. Depuis début 2011, il a pris en main la direction générale de la TMB au titre de président du comité de gestion.

Oliver's early years were divided between the Kivus, Kenya, and Germany. He was awarded an MBA in Business Management (London) and was a strategic consultant prior to getting his feet wet in the banking sector with the creation of ProCredit Bank in the Congo in 2004. There he discovered the banking profession, and he managed the project with great success. Convinced by his skills, Robert Levy asked him to join the management of the Bank in 2009. Following the international financial crisis in 2008 he helped Levy implement a major restructuring and geographic expansion plan and in early 2011 took over TMB general management duties as chairman of the Management Committee. ■

**ALEXANDRE
MANDEIRO**



ALEXANDRE MANDEIRO est, à l'instar de Robert Levy, un "vrai" Congolais. Il est né à Lubumbashi et y a toujours vécu. Il a entamé sa carrière auprès de Victor Levy, le père de Robert. En 1995, il est associé gérant du bureau de change Free Change à la création duquel il a contribué aux côtés de Victor Levy. En 2004, il seconde Robert Levy dans son projet de création de la TMB au titre d'administrateur et membre du comité de direction. Actuellement, il occupe le poste de secrétaire général de la banque et supervise la gouvernance et la conformité.

In the words of Robert Levy, Alexandre Mandeiro is Congolese "through and through", having been born and spent all of his life in Lubumbashi. He began his career under Victor Levy, Robert's father, and in 1995 was made managing partner of the Free Change Bureau de Change, a company he helped build alongside Levy. In 2004 he followed Levy to help create TMB as an officer and member of the Board. Presently Company Secretary of the Bank, Alexandre also oversees Governance and Compliance at the Bank. ■



THE MANAGEMENT COMMITTEE

YANNICK MBIYA, ingénieur de gestion de l'UCL (Belgique), entame en 2007 une carrière de consultant auprès d'un cabinet conseil. Toutefois, le pays lui manque. Il rejoint ainsi la TMB qui amorce son développement à Kinshasa. Il y apprend le métier et prend la responsabilité du développement du réseau d'agences à Kinshasa d'abord, sur les autres provinces ensuite, en particulier le Katanga depuis 2011. Cette année-là, il entre au comité de gestion ainsi qu'au conseil d'administration et prend en charge le développement de l'ensemble du réseau d'agences de la banque, mission qui est toujours la sienne aujourd'hui.

DANIEL KASONGO est diplômé en sciences économiques de l'Université de Lubumbashi (UNILU) où il prépare actuellement une thèse de doctorat. Il rejoint la TMB en 2006, au titre d'aide comptable. En 2009, il devient le responsable des départements Comptabilité et Trésorerie de la banque puis son directeur financier. Daniel Kasongo suit de multiples formations tant au Congo qu'à l'étranger, et notamment le cycle de deux ans de l'Institut Technique de Banque, un institut français qui organise des formations bancaires au Congo. Il est également titulaire d'un diplôme d'études approfondies (niveau Master) en économie monétaire. Il maîtrise parfaitement les multiples aspects de la réglementation bancaire, expertise qu'il entend faire partager au conseil d'administration et au comité de gestion de la banque.

A UCL (Belgium) management engineering graduate, Yannick Mbiya began his career as a consultant in 2007 but could not resist the opportunity to return home when TMB opened in Kinshasa. He quickly learnt the business and initially was responsible for developing the branch network in Kinshasa, soon after expanding to other provinces, particularly Katanga in 2011. The same year he was appointed to the Management Committee as well as the Board of Directors, being tasked with the development of the whole of TMB's branch network, a position he still holds today. ■

Daniel Kasongo, a graduate of economics from the University of Lubumbashi (UNILU), where he is currently completing a doctoral thesis, joined TMB's finance department in 2006. In 2009 he became Head of the Accounting and Treasury Departments, then Chief Financial Officer. Daniel has since successfully completed numerous training programmes, not least a two-year course provided by the French Institut Technique de Banque (Technical Banking Institute). He also holds a postgraduate degree (Masters Level) in monetary economics. An expert in banking regulation, Daniel shares his knowledge and expertise as a member of the Bank's Management Committee and the Board of Directors. ■



**YANNICK
MBIYA**

**DANIEL
KASONGO**





GUILLAUME KWONGKAM

GUILLAUME KWONGKAM a déjà une belle carrière dans le monde bancaire (Citibank Kinshasa, Banque de Commerce et de Développement) et à la Direction Générale des Impôts, lorsqu'il est approché par la TMB. Il est engagé en tant que responsable des opérations de la nouvelle agence de Kinshasa. En 2010, il rejoint le siège social de la banque à Lubumbashi d'où il dirige depuis lors le département des Opérations de la banque. En avril 2014, il entre au comité de gestion, fort de 25 années d'expérience bancaire.

After an extensive career at the heart of the banking industry (Citibank Kinshasa, Bank of Commerce & Development) and time spent with the Directorate General of Taxes, Guillaume Kwongkam was contacted by TMB and hired as operations manager for the new Kinshasa branch as it became operational. In 2010 he moved to the Lubumbashi head office to oversee the Operations Department there and was appointed to the Management Committee in 2014, bringing along with him his 25 years of experience of the sector. ■

ROCK NGOUOTO



ROCK NGOUOTO, Congolais de Brazzaville, rencontre Oliver Meisenberg durant ses études en sciences économiques effectuées à Bonn. En 2004, Oliver Meisenberg lui propose de le rejoindre en RDC pour participer à la création de la ProCredit Bank au Congo. Il suit ensuite Oliver lorsque celui-ci s'engage dans le projet de développement de la TMB. Reconnu pour la qualité de son travail, il devient responsable du département Crédit, tout en participant au développement de plusieurs projets. En avril 2014, il est nommé membre du comité de gestion.

A Republic of Congo national from Brazzaville, Rock met Oliver Meisenberg whilst studying economics in Bonn. In 2004 Oliver offered him the chance to join up again in the Congo and set-up ProCredit Bank there; he then followed Oliver to TMB when he was hired to assist with TMB's expansion programme. Highly regarded for the quality of his work, he was initially in charge of the Credit Department whilst also helping out with the development of various projects and in April 2014 was appointed to the Management Committee. ■

PATRICK READ a déjà un long parcours dans les secteurs bancaires et privés congolais (Banque du Peuple, entreprises de construction belges basées au Congo...) lorsqu'il quitte le pays au lendemain des pillages de 1991. Il occupe des fonctions de directeur financier et administratif et d'administrateur dans des entreprises du secteur de la construction en Belgique jusqu'à sa rencontre avec Robert Levy en 2007, à Bruxelles. Il relève alors le défi qui lui est proposé et rejoint la nouvelle agence de Kinshasa comme directeur des Opérations, avant de devenir le "business manager" en charge de la coordination des agences de Kinshasa et de la province du Kongo-Central. En 2014, il entre au comité de gestion.

Patrick Read already had a long career in banking and within private Congolese companies (including Banque du Peuple and a Belgian construction companies based in the Congo) when he left the country after the looting of 1991. He held CFO and management positions within construction sector companies in Belgium until 2007, when he met Robert Levy in Brussels. After the meeting Patrick agreed to return to the Congo where he joined the new Kinshasa office as Director of Operations before being named the Business Manager in charge of co-ordinating the various branches in the Kinshasa and Central Kongo regions. He was appointed to the Management Committee in 2014. ■



**PATRICK
READ**

FABRICE VAN POTTELSBERGHE aurait pu rester à Bruxelles où il a effectué ses études à la Solvay Business School of Economics and Management. Il y aurait sans aucun doute été appelé à occuper de hautes fonctions. Toutefois, né et ayant grandi à Lubumbashi, il prend contact avec Robert Levy dont il connaît la famille de réputation. Il rejoint ainsi la TMB en 2011. Basé à Kinshasa, il participe au développement de différents projets. Mi-2012, il rejoint le siège de Lubumbashi où il participe à la création du département Credit Risk de la banque, dont il prend la tête, avant de devenir le risk manager de la TMB et membre du comité de gestion.

Fabrice van Pottelsberghe could just as easily have remained in Brussels where he studied at the Solvay Business School of Economics and Management and gone on to hold high office. Instead, having been born and raised in Lubumbashi, he got in touch with Robert Levy, whose family he knew had a good reputation, and joined TMB in 2011. He started off based in Kinshasa, helping out with the development of various projects there but in mid-2012 moved to the Lubumbashi head office to participate in the creation of the Bank's Credit Risk Department which he headed prior to becoming Risk Manager for TMB and a member of the Management Committee. ■

**FABRICE
VAN POTTELSBERGHE
DE LA POTTERIE**





GOVERNANCE AT TMB

A TRUSTED AND COMMITTED PARTNER AT YOUR SIDE

Since its creation, TMB has respected the ethical standards issued by the Central Bank of Congo and those in force in the major banks and international institutions.

The Board of Directors, the Audit Committee and the Management Committee are the cornerstones of good governance. In order to ensure optimal functioning of all departments, specific committees are attached to the Management Committee: Commercial, Human Resources, Asset and Liability (ALCO), Credit, IT, and Treasury. Each decision level has a precise definition of its missions, its rights, and obligations.

This commitment, which reflects its ethics and deontology, is the basis of the trust that unites its customers and partners with TMB and one of the foundations of its constant expansion.

The continued growth of TMB implies an ongoing rethinking and strengthening of its management and control bodies. These are essential for customer satisfaction and for recognition by its peers, both nationally and internationally.

To guarantee this clear and transparent line of conduct, the operating rules of the various management bodies are recorded in specific charters deposited with the Central Bank of Congo. Each body thus has its own function: the Board of Directors is the body deliberating and entrusting the daily management of the Bank to the Management Committee, which is the Bank's executive body.

Finally, and in order to guarantee respect of the values that underpin the very essence of TMB, a series of procedures maintain a clear separation of powers between the various management bodies of the Bank. Internal and external control tools also allow for the management of risks, and prevent transactions that run contrary to TMB's philosophy or that damage its reputation.

THE BOARD OF DIRECTORS

The Board of Directors defines the broad strategic lines of the Bank and ensures that all activities within the framework of its commitments towards clients, shareholders and partners are continuously supervised.

The Board takes care of strategic planning, risk determination and management, planning of the follow-up, and assessment of the Management Committee's efficiency. It also assumes supervision of communicated information as that is the facilitator of the culture of integrity, good governance, and compliance.

Composition of the Board of Directors

Robert Levy,

Chairman of the Board of Directors

Executive Officers:

- **Oliver Meisenberg,**
Executive Director and CEO
- **Alexandre Mandeiro,**
Executive Director
- **Yannick Mbiya Ngandu,**
Executive Director
- **Daniel Kasongo Ilunga,**
Executive Director

• Non-Executive Officers:

- **Célestin Tshibwabwa,**
Director,
Chairman of the Audit Committee
- **Giovanni Battista Zunino,**
Director
- **Christian Kabila Mwamba,**
Director

THE AUDIT COMMITTEE

The Audit Committee reports directly to the Board of Directors and assists the latter in their control duties. It receives, analyses, and comments on the reports on work carried out by internal audit. If necessary, the Committee proposes to the Board of Directors the means to strengthen internal audit's efficiency. The Audit Committee ensures the accuracy of the Bank's accounting data.

Composition of the Audit Committee:

- Célestin Tshibwabwa,
Chairman
- Giovanni Battista Zunino,
Director

91 branches
& sub-branches

in **20** of the DRC's **26** provinces



THE MANAGEMENT COMMITTEE

The Bank's executive body, the Committee has responsibility for the daily management of the Bank and aims to realise the Bank's strategic objectives as determined by the Board of Directors. The Management Committee has eight members.

Composition of the Management Committee:

- Oliver Meisenberg,
CEO and Chairman of the Management Committee
- Alexandre Mandeiro,
Director (Compliance and Governance)
- Yannick Mbiya Ngandu,
Director (Branch Network)
- Daniel Kasongo Ilunga,
Director (Finance and Treasury)
- Guillaume Kwongkam,
Head of Operations
- Rock Ngouoto,
Head of Credit
- Fabrice van Pottelsberghe de la Potterie,
Head of Risk Management
- Patrick Read,
Business Manager

Several specific committees are associated with the Management Committee, namely the Commercial, Human Resources, Asset and Liability (ALCO), Credit, IT, and Treasury committees. These committees have a consulting capacity and as such deliver proposals in the function of their competence, reporting directly to the Management Committee.

THE COMMERCIAL APPROACH

TMB is always close to its customers and at the end of 2016 it has, on top of its network of independent agents, ninety one branches and sub-branches in twenty of the DRC's twenty-six provinces. The network is the most extensive banking network in the country and provides for an excellent and in-depth knowledge of the business environment on the ground. TMB's reach is a key asset of the Bank providing as it does the opportunity to offer clients personalised products and advice right across the country.

This extensive network necessitates command of commercial relations, strategic issues, and quality of services. TMB requires excellence for each of its customers in order to satisfy their requirements wherever they live.

In order to improve its customer service, TMB has established an ever evolving network of independent agents which completes its range with its flagship product: PEPELE Mobile. The structural development or innovating products must of course comply with the decision procedures to continuously adapt the commercial structures and ensure a global vision.

An organisation in 4 regions

TMB is organised into four regions; each region is supervised by a business manager who has specific knowledge of that area. Although this structure is mainly commercial in nature, it also has logistics and administration aspects. The seasoned business managers are a crucial point of contact between the branch managers and the Management Committee.

The different provinces are divided as follows:

Regions	Provinces	Business Managers
Western Region	Kinshasa, Kongo-Central	Patrick Read (Kinshasa)
Central Region	Equator, Kasai, Kasai-Central, Kasai-Oriental, Kwango, Kwilu, Lomami, Mai-Ndombe, Mongala, North-Ubangi, Sankuru, South-Ubangi, Tshuapa	Jean-Marie Manzono (Mbuji-Mayi)
Eastern Region	Low-Uele, High-Uele, Ituri, Maniema, North-Kivu, South-Kivu, Tshopo	Arsène Ntambuka (Goma)
Southern Region	High-Katanga, High-Lomami, Lualaba, Tanganyika	Sele Mulumba (Lubumbashi)

The Commercial Committee

The Commercial Committee is managed by Yannick Mbiya Ngandu, who oversees the Bank's branch network and is a member of the Management Committee. The Committee consists of four business managers: Jean-Marie Manzono, Sele Mulumba, Arsène Ntambuka, Patrick Read, to whom Michel Schittekatte is added in his capacity of business development manager.

The Commercial Committee mainly explores and proposes solutions aimed at large companies, SMEs of a certain size, and institutions. The Committee is therefore in charge of managing relationships with clients that have operations across the country, and/or that transact with the Bank across a number of TMB's business centres.

A first-class commercial strategy is at the heart of the harmonious development of

TMB across the territory; it guarantees a high quality long term commercial relationship. The strategy does all it can to promote sustainable, long term partnerships between the Bank and its clients. Reliability, compliance with directives, and a spirit of leadership are important signs of an excellent relationship with clients, and a healthy and sustainable development completely aligned with the spirit of the founders of TMB.



After having organised several training courses for its personnel, TMB complied with OHADA Law by harmonising its statutes, procedures, practices and activities with the dispositions of this new commercial legislation for the DRC.



COMPLIANCE

Year after year, TMB continues to reinforce its controls in order to ensure complete adherence to ever-evolving compliance legislation. The Bank complies with the strictest of criteria in terms of the fight against money laundering and financing of terrorism.

TMB's ethics are at the origin of the Bank's commitment, and the daily protection of its clients is the engine. The Bank has a zero tolerance approach to transacting with individuals who are the subject of sanctions related to money laundering or terrorism. From its foundation TMB has fought relentlessly against money laundering and terrorism financing.

TMB uses a whole range of monitoring tools in the fight against money laundering. Account holders, card holders, and operations are scrutinised with high performance IT systems and international databases. TMB currently uses three complementary systems: Online Compliance, Compliance Link, and World Check. Compliance starts right at the beginning of the relationship with the client and is continued with, where applicable, the identification of client shareholders, representatives, business activities carried out, and monitoring of operations.

TMB is very strongly committed to promoting compliance with best practice anti-money laundering approaches. Based on the Bank's reputation in that area, CENAREF, together with ACAMS, chose TMB to organise the DRC chapter of the ACAMS certificate training and examination centre. As a result all banks working in the DRC can send to the training centre any and all of their personnel involved in transactions control procedures and compliance verification of transactions with all national and international standards.

CENAREF

(Cellule Nationale de Renseignements Financiers) is the Congolese institution specifically in charge of the fight against money laundering and financing of terrorist organisations. Banks report any financial information concerning any suspicious activities to CENAREF.

ACAMS

(Association of Certified Anti-Money Laundering Specialists) is an American expert association involved in the fight against money laundering. The association organises certificate training courses which allow holders to be recognised as experts in the matter.

FATCA

(Foreign Account Tax Compliance Act) is United States legislation which requires all financial institutions across the world to declare all clients that are subject to U.S. tax. To comply with FATCA, TMB is registered with the Internal Revenue Service (IRS) of the United States.

OHADA

On 11 July 2012, the DRC became a member of OHADA (Organisation for the Harmonisation of Business Law in Africa). This is a pan-African organisation currently grouping 17 countries which aims to harmonise the business law in the member states by elaborating and adopting simple, common, modern rules, adapted to their economic situation by implementing the appropriate

legal procedures and by encouraging the recourse to arbitration for settling contractual disputes.

The OHADA treaty, its implementation rules, and uniform provisions, became valid in the DRC on 12 September 2012. All commercial enterprises in the country had to harmonise their legal status with OHADA Law by 12 September 2014.

After having organised several training courses for its personnel, TMB complied with OHADA Law by harmonising its statutes, procedures, practices and activities with the dispositions of this new commercial legislation for the DRC.

RISK CONTROL AND MANAGEMENT

Risk control and management are controlled by the Risk Management Department.

Between 2015 and 2016 the Risk Management Department expanded from 16 to 20 people, with staff located in the cities of Lubumbashi, Kinshasa and Goma.

This natural evolution aims to support increased control of the various risks that the Bank is exposed to when carrying out its activities.

TMB identifies five main types of risk:

- Credit risk and the risk that a counterparty can no longer honour their commitments;
- Operational risk is the risk of loss as a result of deficiency or failure attributable to procedures, people, internal or external events at the Bank;
- Market risk is the risk of loss as a result of market price differences, which is essentially about the interest rates and exchange rates with regards to the actual positioning of the Bank;
- Liquidity risk is the risk of the Bank not being able to fund its commitments on their due dates;

- Reputation risk is the risk run by the Bank with regards to any internal or external event which could jeopardise the Bank's image.

The above is not an exhaustive list of all possible risks faced by the Bank, rather it forms a selection of the main risks encountered.

Under the supervision of the Bank's Management Committee, the Risk Management Department implements a range of tools, procedures and actions allowing the Bank to better identify, analyse, measure, supervise, and manage these different risks.

In terms of the Bank's Board of Director's, it approves and examines regularly the strategies put in place to maintain each significant risk at an acceptable level.

The banking, political, and macro-economic climate in which TMB finds itself is continuously evolving and therefore makes necessary a continuous adaptation of the means put in place to control the risks. The ultimate aim of the risk management policy is to preserve the Bank's and its customers' assets and interests.

The risk control and risk management functions mainly have strategic responsibilities. To remain a first-class bank and to guarantee a stable development, TMB must position itself both as a trailblazer and leader as it has always done. Investing is risky; the idea is to turn these risks into opportunities. ■

ACTIVITY REPORT



RAPPORT D'ACTIVITÉS



32

INTRODUCTION
INTRODUCTION

33

LE DÉVELOPPEMENT
CONTINU DU RÉSEAU
D'AGENCES

36

THE ON-GOING DEVELOPMENT
OF THE BRANCH NETWORK

39

PEPELE MOBILE ET
SON RÉSEAU D'AGENTS
INDÉPENDANTS

43

PEPELE MOBILE AND ITS
NETWORK OF INDEPENDENT
AGENTS



INTRODUCTION

2016
& INVESTISSEMENT
INNOVATION

2016 a été une année dense pour la TMB, qui poursuit sa mission de bancarisation en apportant des services financiers de qualité aux communautés, partout en RDC.

L'investissement et l'innovation sont au cœur de son approche; ils sont une preuve de confiance dans l'avenir du pays et de son peuple. Fière de son ancrage national, la TMB propose des solutions "Made in Congo" qui constituent l'essence même de son identité et un facteur important de sa croissance réussie.

Cette section du rapport annuel brosse le tableau des activités et réalisations majeures de la banque, développées en 2016. Les avancées de sa technologie mobile notamment, rayonnent sur le pays tout entier et même au-delà. ■

2016
& INVESTMENT
INNOVATION

2016 was a busy year for TMB, as we continued on our mission to provide quality financial services to communities throughout the DRC.

Investment and innovation are at the heart of our bank's approach; they are proof of the confidence we have in the future of the country and its people. Proud of our national roots, TMB offers "Made in Congo" solutions that are the essence of our identity and an important element of our successful growth story.

This section of the annual report provides a snapshot of some of our major activities and achievements of 2016. The notable advances in mobile technology, delivered through PEPELE Mobile, in particular, radiate across the country and beyond. ■



LE DÉVELOPPEMENT

CONTINU DU RÉSEAU D'AGENCES

FOCUS SUR LES AGENCES DE LODJA, GBADOLITE ET GOMA | DEUX PERSPECTIVES, UNE VISION

Ses 91 agences et guichets et ses nombreux agents indépendants font de la TMB la banque au réseau le plus étendu de la RDC. L'année 2016 a confirmé cette tendance avec l'éclosion de nouvelles structures.

Si la nouvelle ouverture à Goma était une évidence au vu de la progression économique de la région Est, les villes de Lodja et Gbadolite s'inscrivent, elles, dans une logique d'inclusion financière, chère à la TMB depuis toujours. Son objectif reste le même : offrir à ses clients des services, des produits et des conseils personnalisés, où qu'ils se trouvent.

OBJECTIF BANCARISATION

L'inauguration, en mai 2016, de la première agence TMB à Lodja, et, quelques mois plus tard, celle de Gbadolite, démontrent que la banque a poursuivi ses investissements cette année.

Lodja:

- plus grande ville de la province du Sankuru
- particulièrement difficile d'accès
- enclavée au cœur de sa région
- présence de nombreux fonctionnaires

Gbadolite:

- première et seule agence bancaire de la province du Nord-Ubangi
- agence TMB la plus proche : Gemena (Distance 250 kilomètres, jusqu'à 8 heures de route)
- chef-lieu de la province du Nord-Ubangi
- +/- 120.000 habitants
- proximité avec la frontière de la République Centrafricaine
- présence de nombreuses ONG

A partir 2009, la TMB s'installait dans des villes telles que Bandundu, Kindu ou Mbandaka, complètement exclues du système bancaire depuis plus de 20 ans. La banque joue un rôle dans le développement économique de ces régions.

"L'ouverture des agences de Lodja et Gbadolite a été un challenge, mais il n'est pas inédit pour nous, il fait partie intégrante de la philosophie d'inclusion financière de la TMB." relève Yannick Mbiya, administrateur et directeur, en charge du Réseau d'agences.

Collaborer entre départements pour relever des défis

La collaboration et la coordination sont le ciment de telles réalisations. Le business manager en charge de sa zone coordonne les différents départements (Sécurité, IT, Ressources humaines, Formations, etc.) autour du montage de l'agence. Tous travaillent en étroite collaboration avec le département Logistique, véritable cheville ouvrière de ce processus. Pour que l'agence soit pleinement opérationnelle, chaque demande en matériel ou ressources humaines transite systématiquement par ce service.

L'inauguration de ces deux agences est l'aboutissement d'un chantier mené de concert par tous les départements et cette coopération se poursuit ensuite dans la gestion quotidienne des installations.

Défi logistique

Dans des villes comme Lodja et Gbadolite où les routes sont en mauvais état, l'électricité une denrée rare, les vols commerciaux irréguliers et les vols affrétés hors de prix, le défi logistique est de taille. Acheminer du matériel et des fonds prend dès lors des allures d'expédition. Une fois sur place, la couverture en électricité, principalement à Lodja, ajoute une contrainte supplémentaire à la réalisation du projet.

L'expérience de la TMB en la matière lui permet de concrétiser ses projets et de formuler des estimations de coûts précises. Même si ceux-ci dépassent les standards d'une agence traditionnelle, ils sont à placer dans une stratégie commerciale où les effets à long terme priment.



“
Nous nous déployons dans les régions depuis des années et nos procédures de formation sont bien rôdées.

Nathalie Banota, responsable du département Formations



Défi technique

La TMB et son département IT apportent des outils de télécommunication partout où la banque s’installe.

Quand les plans d’un nouveau site arrivent sur les bureaux du département IT, ses représentants se rendent sur place afin d’évaluer les besoins de la zone et les difficultés à prendre en compte. “Connecter” Lodja et Gbadolite fut un challenge: les lignes, d’un autre temps, étaient inutilisables. Or, il n’y a pas de banque sans télécommunications. Quand on sait que la TMB dédouble, au minimum, les technologies dans chacune de ses agences pour ne souffrir d’aucune perte de réseau et servir chaque client de la même manière, on perçoit mieux l’ampleur des défis à relever et l’importance des investissements requis.

Défi sécurité

L’anticipation demeure le meilleur moyen de se prémunir contre les attaques, qu’elles soient physiques ou électroniques. A la TMB, le département Sécurité fait son entrée dès la phase de conception de l’agence. Il préconise les aménagements nécessaires sur le site et, toujours en bonne intelligence avec la Logistique, commande le matériel qui sera utilisé.

Les normes en termes d’IT et de sécurité des agences de Lodja et Gbadolite sont respectées et identiques aux autres installations de la TMB. En 2016, des investissements supplémentaires ont permis des avancées significatives dans ces domaines, et ces deux agences en bénéficient également.

Défis ressources humaines et formation

Parallèlement à la phase de finition du bâtiment, il faut trouver le personnel qui en prendra possession. Pour faire fonctionner ses nombreuses agences, la TMB procède régulièrement à des recrutements dans les régions concernées par une nouvelle ouverture.

En ce qui concerne Lodja et Gbadolite, le département RH a multiplié les canaux d’information afin de toucher un large public: annonces sur Internet, affiches ou encore spots radio. Précurseur dans ces régions, la banque tient ainsi à privilégier une embauche favorisant des retombées économiques locales avec un personnel au fait de son environnement et de ses particularités.

Les tests de recrutement, les interviews et la formation ont été réalisés sur place, selon les critères fixés par la TMB et en vigueur dans toutes les agences. Peu importe si les zones sont éloignées, les formateurs qui se déplacent sur le terrain utilisent des supports d’apprentissage de qualité identique.

Cette année économique difficile n’a pas eu d’emprise sur la stratégie d’expansion de la TMB et encore moins sur ses investissements. Etendre son réseau d’agences et améliorer sa sécurité, ses systèmes de télécommunication et son produit PEPELE Mobile, tout cela participe à la volonté de la banque d’aller de l’avant. **La TMB prouve ainsi que la bancarisation, l’inclusion financière et le développement économique durable sont inscrits dans son ADN, et ce, peu importe le contexte du pays.**

GOMA : LE NOUVEAU PÔLE BANCAIRE RÉGIONAL

L'année 2016 a été marquée par la création d'un nouveau pôle bancaire régional à Goma. Après ceux de Lubumbashi et de Kinshasa, la TMB structure son offre en proposant à ses clients de l'Est du pays des services mieux adaptés aux besoins de la région. La banque peut recevoir aujourd'hui ses clients dans sept lieux différents dans la ville.

En effet, ces dernières années, Goma est devenue un moteur de croissance: réhabilitation de routes, constructions immobilières, tourisme professionnalisé et nouvelles industries qui se créent et s'installent durablement dans la région. Le domaine agropastoral, le secteur minier et les projets liés au potentiel hydroélectrique connaissent un développement marqué.

Positionner Goma comme un troisième Hub opérationnel, après Lubumbashi et Kinshasa, semblait tout naturel. La forte progression économique et le potentiel de la région sont des marqueurs qui ne trompent pas. A quelques petites exceptions près, les agences de Goma peuvent prendre en charge toutes les opérations qui se font à l'Est. Une cellule du département Risques y a même ouvert ses portes. Le but est de rendre le circuit décisionnel plus proche des agences. Le rôle du business manager s'est étendu, il lui revient d'assurer la pérennité de ses agences en répondant au mieux aux besoins de sa clientèle. "L'ouverture d'un Hub à Goma se traduit par un gain en termes opérationnels et en efficacité", conclut Arsène Ntambuka, business manager pour la zone Est.

Investissement dans les zones rurales pour soutenir l'économie des communautés locales

L'accès aux services financiers de base permet aux familles et aux entrepreneurs du Congo de s'approprier et de mieux gérer leur avenir. Les familles peuvent épargner en toute confiance et, dès lors, investir davantage dans l'éducation, la santé ou les activités commerciales. Les entrepreneurs trouvent en la TMB un partenaire qui s'engage à leurs côtés pour leur permettre de réaliser leurs objectifs commerciaux.

L'octroi de facilités de crédit stimule le développement du secteur privé. L'impact sur les collectivités locales au sein desquelles la TMB opère est immédiat et substantiel. Dans les régions rurales, les prêteurs informels facturent généralement des taux d'intérêt mensuels d'environ 30%; la TMB accorde des facilités de crédit à des taux nettement inférieurs au dixième de ceux-là.

Trop souvent, les banques collectent les dépôts dans les zones rurales et octroient des crédits dans les centres urbains. L'approche de la TMB est radicalement différente: des ressources importantes sont consacrées à l'octroi de facilités de crédit au sein même de ces collectivités. Dans le même temps, la banque travaille étroitement avec ses clients pour gérer leur risque

de refinancement. La stratégie de la TMB consiste à toujours aborder les demandes de prêt avec la volonté de se positionner en partenaire financier de ses clients, tout au long de leur vie.

TMB Plus

En créant le service TMB Plus, la banque voulait offrir à ses clients un service de qualité pour un tarif démocratique: des caissiers avec une formation spécifique, capables de répondre aux demandes les plus pointues et de prendre en charge le client efficacement, des agences dédiées, des guichets sans files d'attente et des tarifs préférentiels sur les transferts internationaux. L'ouverture d'une agence distincte TMB Plus à Goma est une première.

"Notre offre TMB Plus s'adresse à une clientèle émergente qui est plus professionnelle. Nous mettons à sa disposition ce produit car la notion de temps et de rapidité dans l'exercice de leur fonction est un paramètre important", ajoute Yannick Mbiya.

La clientèle de Goma ne se limite plus aux seules ONG, mais comprend des clients corporate qui sont de véritables entrepreneurs, acteurs dans l'import-export ou dans l'énergie notamment. L'expertise de la TMB en matière de réglementations et sa connaissance de la région font d'elle un partenaire incontournable. "Nos

agents prennent le temps qu'il faut. Le retour des clients sur le service TMB Plus ne trompe pas", conclut Patrick Read, business manager de la région Ouest. ■

TMB Plus



Chez nous, chaque client a droit à un traitement particulier. Il est au centre de nos préoccupations et c'est grâce à lui que l'institution bancaire va de l'avant.

Simone Zongwe, chef d'agence adjoint au siège de Lubumbashi





THE ON-GOING DEVELOPMENT OF THE BRANCH NETWORK

FOCUS ON BRANCHES AT LODJA, GBADOLITE AND GOMA | TWO PERSPECTIVES, ONE VISION

With 91 branches and sub-branches, and its numerous independent agents, TMB is the bank with the most extensive network in the DRC. In 2016 that trend was consolidated with the development of further new outlets.

If the new opening in Goma was even more evidence of the economic progress made by the Eastern Region, then the cities of Lodja and Gbadolite are part of the financial inclusion logic, which TMB has forever held dear. The Bank's objective stays the same: to offer its customers personalised services, products, and advice, wherever they may be.

SECURING FINANCIAL INCLUSION

The opening of the first TMB branch in Lodja in May 2016 and a few months later of a new branch in Gbadolite are proof that the Bank has pursued its investments this year.

Lodja:

- Largest city in the Sankuru province
- Considerable accessibility difficulties
- Located in the heart of the country
- TMB providing civil servant payroll services locally

Gbadolite:

- First and only bank branch in the North-Ubangi province
- Closest TMB branch: Gemena (Distance: 250 kilometres away, up to 8 hours by road)
- Administrative centre of the North-Ubangi province
- +/- 120,000 inhabitants
- Close to the border with the Central African Republic
- Several NGOs are present in the city

From 2009 onwards, TMB has been expanding its network in cities such as Bandundu, Kindu, and Mbandaka, areas of the country that had been completely excluded from the banking system for more than 20 years. The Bank plays an important role in the economic development of these regions.

"The opening of branches in Lodja and Gbadolite has been a challenge but that was nothing new for us. It is an integral part of TMB's financial inclusion philosophy", reveals Yannick Mbiya, administrator and director in charge of the branch network.

Collaboration between departments to overcome challenges

Collaboration and coordination are what cements these realisations together. The business manager coordinates all the different departments of the zone they are in charge of (Security, IT, HR, Training, etc.), whilst establishing the new branch. Everybody works tightly together with the Logistics Department, the real kingpin in this whole process. For the branch to be completely operational, every demand in terms of materials or HR shall go through this department.

The opening of these two branches is the crowning glory of a project managed in close cooperation between all departments and that cooperation is continued in the unit's daily management.

Logistics challenge

In cities such as Lodja and Gbadolite, where roads are generally in a bad condition and electricity a rare utility, where commercial flights are irregular and charter flights prohibitively expensive, the logistics challenge is a huge one. Because of that, the supply of materials and financing takes on the form of an expedition. Once in place, issues with regards to electricity supply, in particular in Lodja, adds an extra constraint to the realisation of the project.

TMB's experience in the matter allows it to realise its projects and to produce exact budgets for each branch. Even if these exceed the standards of traditional branches, they are part of a commercial strategy where the long-term goals are the most important.

IT challenge

TMB and its IT department provide the telecommunication means wherever the Bank establishes itself.

When the plans for a new site arrive on the desks of the IT Department, its employees visit the location to assess the needs of the area and the difficulties that need to be taken into account. "Connecting" Lodja and Gbadolite was a challenge: the telecom lines, which were from time forgotten, were useless. That's an obvious problem for there is no bank without telecommunications. When you know that TMB duplicates, at a minimum, its technological hardware in all its branches, so as not to lose any connectivity and guarantee that every customer can be served in the same way, you'll get a better idea of the size of the challenges to be overcome and the scale of the required investments.

Security challenge

Anticipation remains the best way to protect against security risks, whether they are physical or electronic. At TMB, the Security Department is involved from the moment a new branch is designed. The department provides advice regarding the necessary adjustments on-site and together with the Logistics Department it will order the necessary materials.

Standards in terms of IT and security at the Lodja and Gbadolite comply with the Bank's requirements, and are in line with those found at other TMB sites. During 2016, additional investments have made significant progress possible in these areas and these last two branches shall equally benefit from this investment.

Training and HR challenges

Concurrently with finishing the actual building, we need to find the correct personnel to take possession of it. In order for its numerous branches to be able to function optimally, TMB regularly organises recruitment drives in the regions where a new branch is opened.

In the cases of Lodja and Gbadolite, the HR Department had multiplied its information channels in order to reach the largest audience of potential hires possible: announcements via the internet, posters, and adverts on local radio. Being the trailblazer in the area, the Bank tends to favour a hiring procedure which would benefit the local economy, focusing on staff knowledgeable about the local business environment and its idiosyncrasies.

Recruitment tests, interviews, and training are all done locally, in compliance with the criteria determined by TMB and applicable to all its branches. It is of little importance if the areas are remote because the trainers who go out in the field all use identical quality training support instruments.

*This complicated economic year has not had any consequences for TMB's expansion strategy and less still on its investments. Expanding its branch network, continuous investment in improving security and the Bank's telecommunications infrastructure, the PEPELE Mobile product, these all contribute to TMB's determination to keep moving forward. **This determination also proves that a commitment to providing widespread access to banking services, to financial inclusion, and to sustainable economic development are all part of TMB's DNA, and that the country's context has only a little influence on this.***

“

We have been going out to the regions for a number of years now and our training procedures are well established.

Nathalie Banota,
Training Department Manager

”

GOMA: THE NEW REGIONAL BANKING HUB

In 2016 a new regional banking hub was opened in Goma. As with similar hubs in Lubumbashi and Kinshasa, this approach allows TMB to provide its customers in the east of the country with highly bespoke services which are specifically tailored to the needs of the region. Nowadays, the Bank can welcome its customers at seven different locations in Goma alone.

During the last few years, Goma has become a driver for growth: road reconstruction, property developments, a growing and sustainable tourism industry, and new industries are establishing themselves in the region. The fields of agri-business and mining, and projects linked to the hydroelectric sector, are seeing substantial development.

It seemed completely natural then to position Goma as a third operational hub for the Bank, after Kinshasa and Lubumbashi. The strong economic progress and potential of the region are indicators that do not lie. All Goma branches can carry out all operations available in the east of the country, with few exceptions. A Risk Management unit has been created in the region. The aim is to bring the decision-making level closer to the branches. The role of the business manager has been expanded. It is now also their duty to ensure the sustainability of the branches by responding to the best of their abilities to the needs of their clientele. "The opening of a hub in Goma is immediately translated into gains in terms of operations and efficiency", concludes Arsène Ntambuka, business manager for the Eastern Region.

With us, every client has the right to personalised service. They are the centre of our attention and it is thanks to them that our Bank keeps moving ahead.

Simone Zongwe,
Deputy Head of Branch,
Lubumbashi Lumumba branch

Investments in rural areas to support local communities' economies

Access to basic financial services will allow the families and entrepreneurs of Congo to master and better manage their future. From now on, families can save in complete confidence and thus be able to invest more in their education, health, or business activities. Entrepreneurs shall find TMB to be a partner who engages with them so they can achieve their commercial dreams.

Granting loan facilities stimulates the development of the private sector. The impact on the local communities in which TMB operates is immediate and substantial. In rural regions, informal lenders will generally charge a monthly interest rate on loans of approximately 30%; TMB, however, provides loan facilities at rates substantially lower than a tenth of that.

Too often banks collect deposits in rural areas in order to fund lending in the cities. TMB's approach is radically different: significant funds are dedicated to providing lending within rural communities. At the same time the Bank works closely together with its customers to manage their refinancing risks. The strategy of TMB always consists of addressing the loan demands with the will to position itself as financial partner of its clients, for the rest of their lives.

TMB Plus

By creating the TMB Plus service, the Bank wanted to offer its customers a high quality service at accessible prices: cashiers with enhanced experience, capable of replying to the most in-depth of questions and of efficiently taking care of the client, dedicated branches, fast-track counters, and preferential rates for international transfers. The opening of a standalone TMB Plus branch at Goma is a first for the city.

"Our TMB Plus offer is aimed at an emerging professional clientele. We make available to them this product because time and speed while carrying out their banking duties is an important parameter", adds Yannick Mbiya.

The Goma clientele is not limited to just the NGOs, but extends also to corporate clients who are true entrepreneurs and are mainly active in the import/export or energy sectors. TMB's experience in matters of legislation and knowledge of the region make it an indispensable partner. "Our staff take all the time they need. The number of customers returning to the TMB Plus service does not lie", concludes Patrick Read, business manager of the Western Region. ■

TMB Plus



REVOLUTIONNONS LA BANQUE!

PEPELE Mobile

ET SON RÉSEAU D'AGENTS INDÉPENDANTS
UN VÉRITABLE ÉCOSYSTÈME BANCAIRE

2016, ANNÉE DE LA CONSOLIDATION

L'arrivée des fintech (contraction de "Finance" et "Technologie") en RDC a suscité de nombreuses réflexions à la TMB sur la manière d'aborder ce tournant numérique, avec toujours une volonté: créer une solution innovante et un produit bancaire à part entière. A partir de n'importe quel téléphone portable, PEPELE Mobile offre aux clients déjà bancarisés un canal différent pour avoir accès à leur compte, et, à ceux qui ne le sont pas, une expérience bancaire globale répondant à l'ensemble de leurs attentes. Plus d'un an après sa sortie, faisons le point sur le produit de mobile banking de la TMB.

Après une campagne de lancement en 2015 axée sur la connaissance de ses principales fonctionnalités, PEPELE Mobile a été accueilli avec enthousiasme.

Comme l'explique Yannick Mbiya, directeur en charge du Réseau d'agences, cette stratégie avait pour objectif de lui donner une certaine visibilité: "Nous étions conscients de son potentiel pour le futur, mais ne voulions pas brûler les étapes."

2016 a été marquée par le renforcement de son point fort: servir toujours plus de clients en insistant sur l'ensemble des possibilités de PEPELE Mobile qui est, rappelons-le, une solution bancaire complète.

LA BANQUE DANS SA POCHE

PEPELE MOBILE: UN COMPTE EN BANQUE AUX MULTIPLES:

FONCTIONNALITÉS	ATOUTS
<ul style="list-style-type: none"> • Transfert d'argent 	<ul style="list-style-type: none"> • Fonctionne avec tous les opérateurs de téléphonie mobile – Inter-réseaux
<ul style="list-style-type: none"> • Consultation de solde 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisable avec tous les téléphones portables (via SMS ou appel vocal interactif)
<ul style="list-style-type: none"> • Paiement dans les magasins, restaurants, autres établissements commerciaux et sites de vente en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> • Application téléchargeable sur Android (rétrocompatible sur les anciennes versions)
<ul style="list-style-type: none"> • Règlement de factures 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponible en français, anglais et dans les 4 langues nationales
<ul style="list-style-type: none"> • Dépôt et retrait d'argent à un DAB (distributeur automatique de billets) sans carte bancaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Accessible à partir du Web sur Windows, OS X et Linux
<ul style="list-style-type: none"> • Achats d'airtime et d'unités de tous les opérateurs téléphoniques 	

La sortie, fin d'année 2016, de la carte de débit PEPELE Mobile ouvre davantage de perspectives: retirer de l'argent à l'étranger sur un distributeur automatique, par exemple, devient désormais une formalité. Cette nouveauté montre à quel point ce véritable écosystème n'a pas fini de surprendre.

Pépéliser, v. tr. dir.
Action de convertir
un client au produit
bancaire PEPELE Mobile.

1/3

Proportion de fonctionnaires
payés via la TMB

20%

de ces
fonctionnaires
sont payés avec

PEPELE Mobile

PAIE DES FONCTIONNAIRES : LA PÉPÉLISATION EN ROUTE

En gérant la paie d'un tiers des fonctionnaires en RDC, la TMB confirme que les défis ne lui font pas peur et qu'ils ne demandent qu'à être relevés. Les principaux écueils dans la distribution de ces paies sont les coûts et les difficultés de déplacement dans les zones reculées.

Jean-Paul Kahindo, responsable du département Conformité, souligne: "Déployer des équipes partout en RDC, chaque mois, coûte cher. PEPELE Mobile présente deux avantages majeurs: rationaliser les charges et réduire le risque lié au transport des liquidités."

Actuellement, les équipes de la TMB se déplacent avec des espèces et proposent systématiquement l'enregistrement en tant que client PEPELE Mobile. "La pépélisation suit son cours mais ne permet pas encore d'absorber tous les fonctionnaires. En un an, 20% d'entre eux ont déjà été pépélisés; ce qui augure une belle progression pour l'avenir", conclut Jean-Paul Kahindo.

ET LA TMB ADAPTE PEPELE MOBILE AUX PROFESSIONNELS...

L'utilisation de PEPELE Mobile confère un atout supplémentaire aux clients professionnels et corporate. L'expertise de la TMB et de son équipe de développement dans le mobile banking permet de mettre au point un service sur mesure.

En effet, il présente une telle flexibilité qu'il peut s'adapter au profil du client et aux spécificités de son entreprise. "Les demandes particulières de la clientèle nous montrent à quel point la plateforme est riche en possibilités", s'enthousiasme Bruno Gustave, chef de projet pour PEPELE Mobile.

Les avantages sont multiples: gain de temps, digitalisation du cash, intégration dans la comptabilité, sécurité pour tous les intervenants et reporting en temps réel de tous les transferts entrants et sortants. Pour les professionnels, c'est une autre manière de vivre la banque.

Souriez, vous êtes en sécurité

PEPELE Mobile est une solution sécurisée à plusieurs niveaux:

- sans code PIN, aucun accès possible au compte en banque mobile;
- le numéro de téléphone n'est pas suffisant pour effectuer une transaction;
- un appel automatique authentifie la transaction: sans la présence physique du téléphone, elle ne peut aboutir.

E-VOUCHER: LE COUPON 2.0

"PEPELE Mobile a offert une solution inédite à une ONG, ce qui est une première mondiale", se félicite Arsène Ntambuka, business manager de la région Est. Suite à une demande précise de l'une d'elles dans les zones de Bunia et Beni, un produit entièrement orienté vers le monde humanitaire a été développé. L'e-voucher est un coupon électronique: le compte en banque électronique du bénéficiaire est crédité d'un certain montant, lui permettant d'acheter des produits précis.

Betty Owandji, chef de projet Institutions internationales, précise: "Nous savons qui reçoit l'argent, comment et quand il le dépense: l'inventaire est automatisé. Plus besoin de manipuler des liquidités. Des missions informatives sur l'utilisation du produit PEPELE Mobile peuvent alors être organisées."

Cette solution, révolutionnaire pour les ONG, ne passe pas inaperçue. Renseignements ont été pris par plusieurs d'entre elles car elles ont vu en PEPELE Mobile un produit en lien avec son temps qui apporte des réponses concrètes à des problèmes humanitaires. Betty Owandji conclut: "Cette adaptation de la plateforme au monde humanitaire concorde parfaitement avec la philosophie de la TMB."



Intégrer PEPELE Mobile dans les processus dématérialise le cash et rend les transactions plus sûres pour chacune des parties prenantes.

La campagne marketing pour PEPELE Mobile a été mise à l'honneur par TagPay. Le prix Best Advertising a été décerné à la TMB lors de la conférence TagPay World 2016 à Paris. Elle récompense son travail et la qualité de ses campagnes publicitaires. Isabelle Duvigneaud, responsable du département Marketing ajoute: "Nous avons la volonté d'attirer l'attention sur le fait que PEPELE Mobile est développé ici, au Congo. Le thème "Made in Congo" constitue le noyau dur de l'identité du produit."

Agency Banking, néologisme bancaire. Pour rapprocher les services bancaires de base de l'ensemble de la population, la TMB a créé un réseau de distribution composé d'agents indépendants pour servir les clients PEPELE Mobile.

LES AGENTS INDÉPENDANTS PEPELE MOBILE

Un réseau qui appuie une plateforme innovante

Parallèlement au nombre d'agences et guichets qui ne cesse de croître, la TMB s'est dotée d'un réseau d'agents indépendants engagés selon des exigences strictes. Ceux-ci sont les ambassadeurs de la banque et des éléments centraux de l'écosystème PEPELE. Le sérieux, la confiance et une qualité de service identique à celle offerte en agence sont exigés.

En dépassant le million de comptes actifs cette année, la TMB s'engage à servir chacun de ses clients de la même manière. Paul Muamba, responsable du réseau d'agents indépendants, explique: "Notre réseau d'agents indépendants est à ce jour trois fois plus large que notre parc d'agences et guichets. Si on compte également les DAB, nous disposons de près de 500 points pour satisfaire le client." L'agent indépendant procède à des ouvertures de comptes et traite les versements, les retraits, les transferts et les paiements de factures.

La configuration géographique de la RDC a orienté cette stratégie. "Nous voulions faire face à l'afflux de clients dans nos agences les jours de la paie des fonctionnaires", poursuit Paul Muamba. Les agents indépendants sélectionnés sont des commerçants prospères dans leurs affaires. Leur caisse quotidienne contient toujours suffisamment de liquidités et ils sont ouverts plus tard que les agences. Les clients qui s'adressent à eux dans le cadre de PEPELE Mobile les connaissent bien. Une confiance s'est construite au fil des années et leur donne une belle visibilité.

L'enseigne PEPELE Mobile permet de les identifier facilement. Cette démarche s'est avérée payante: après une phase d'observation, ils sont parvenus à séduire une clientèle de plus en plus large.

L'investissement consenti dans ses services informatiques, son réseau d'agences et PEPELE Mobile donne à la TMB une longueur d'avance. Le nombre de clients n'affecte pas le service offert. L'enregistrement de 200.000 clients en une journée n'aurait aucune incidence sur le réseau informatique de la TMB. Les clients peuvent choisir le canal qu'ils préfèrent ou en combiner plusieurs. Tout a été mis en œuvre pour qu'ils soient servis dans des conditions optimales.

L'arrivée de PEPELE Mobile sur le marché a transformé les codes habituels de la banque. L'instantanéité et la facilité y occupent désormais des places importantes. Les agents indépendants sont les relais qui permettent à cette solution digitale d'être encore plus performante. ■



En 2016, deux tiers des transactions PEPELE Mobile ont été effectuées par des agents indépendants.

Paul Muamba, responsable commercial PEPELE Mobile



PEPELE Mobile

AND ITS NETWORK OF INDEPENDENT AGENTS
VERITABLE BANKING ECO-SYSTEM

2016, A YEAR OF CONSOLIDATION

The arrival of fintech (amalgamation of "Finance" and "Technology") in the DRC has stirred many people at TMB into thinking about the many ways to approach this digital turning point, with always one thing in mind: to create an innovative solution and a wholly-owned banking product. Using any mobile phone, PEPELE Mobile offers existing clients a new and different channel to access their accounts, and those who are not clients, a global banking experience which meets their requirements. More than one year after it was launched, let's focus on TMB's mobile banking product.

After its launch in 2015, which focused on user familiarisation of its main functionalities, PEPELE Mobile was very enthusiastically received.

Yannick Mbiya, manager of TMB's branch network, explains that this strategy was aimed at getting the product seen: "We knew of its future potential, but we did not want to go too quickly."

In 2016, the idea was to strengthen the product's main point: to serve more and more clients while emphasising all of PEPELE Mobile's functionalities, which, forms the complete mobile banking solution.

THE BANK IN YOUR POCKET

PEPELE MOBILE: A BANK ACCOUNT WITH SEVERAL:

FUNCTIONALITIES	ASSETS
<ul style="list-style-type: none"> • Money transfers 	<ul style="list-style-type: none"> • Works with all mobile phone operators
<ul style="list-style-type: none"> • Account transaction and balance records 	<ul style="list-style-type: none"> • Can be used with all mobile phones (via SMS or Interactive Voice Response)
<ul style="list-style-type: none"> • Make payments in shops, restaurants, other commercial outlets, and online 	<ul style="list-style-type: none"> • Downloadable application on Android (retro compatible on older versions)
<ul style="list-style-type: none"> • Pay invoices 	<ul style="list-style-type: none"> • Available in the Congo's 5 official languages
<ul style="list-style-type: none"> • Deposit and withdraw money at an ATM without a bank card 	<ul style="list-style-type: none"> • Accessible via the web on Windows, OS X and Linux
<ul style="list-style-type: none"> • Purchase of air time and minutes with all telephone operators 	

At the end of 2016, the PEPELE Mobile debit card was introduced, a feature that opened even more opportunities, including the ability to withdraw money abroad from an ATM. This new feature truly illustrates that this genuine eco-system does not stop surprising us.



REVOLUTIONNONS LA BANQUE!



Pepelise, *dir. tr. v.*,
the action of converting
a client to the PEPELE
Mobile banking product.

1/3

Proportion of the Congo's civil
servants paid via TMB

20%

of those civil
servants are
paid using

PEPELE Mobile

PAYMENT OF CIVIL SERVANTS: PEPELISATION LEADING THE WAY

By managing the payroll payments of a third of all civil servants in the DRC, TMB confirms that challenges do not frighten it and, indeed, can be confidently overcome. The only problems we face in the distribution of salary payments are the costs involved and the difficulties we face when travelling to remote areas of the country.

Jean-Paul Kahindo, manager of the Compliance Department, stresses: "It is an expensive exercise to send out teams all over the DRC every month. PEPELE Mobile gives us two major advantages: the services reduces costs and it reduces risks associated with the transport of cash."

TMB teams currently travel around the country with cash whilst simultaneously offering registration as a PEPELE Mobile client. "Pepelisation keeps going strong but does not yet manage all civil servant payrolls. In one year, 20% of civil servant clients have become a PEPELE subscriber, which bodes well for the future", explains Jean-Paul Kahindo.

Unmatched Security

PEPELE Mobile is a secure solution on many levels:

- Without the PIN code access it is not possible to access the mobile banking system;
- A telephone number alone is not sufficient to carry out transactions;
- An automatic call authorises the transaction: if the phone is not present, the transaction cannot succeed.

AND TMB ADAPTED PEPELE MOBILE FOR PROFESSIONALS...

The use of PEPELE Mobile provides professional and corporate clients with an important additional banking tool. TMB and its development teams' expertise in developing mobile banking makes it possible to put in place a bespoke service.

Quite simply PEPELE Mobile offers such flexibility that it can adapt to the client's profile and the unique requirements of their companies. "The specific demands of our clientele show us at what point the platform can offer a whole range of opportunities", says project manager Bruno Gustave, enthusing about PEPELE Mobile.

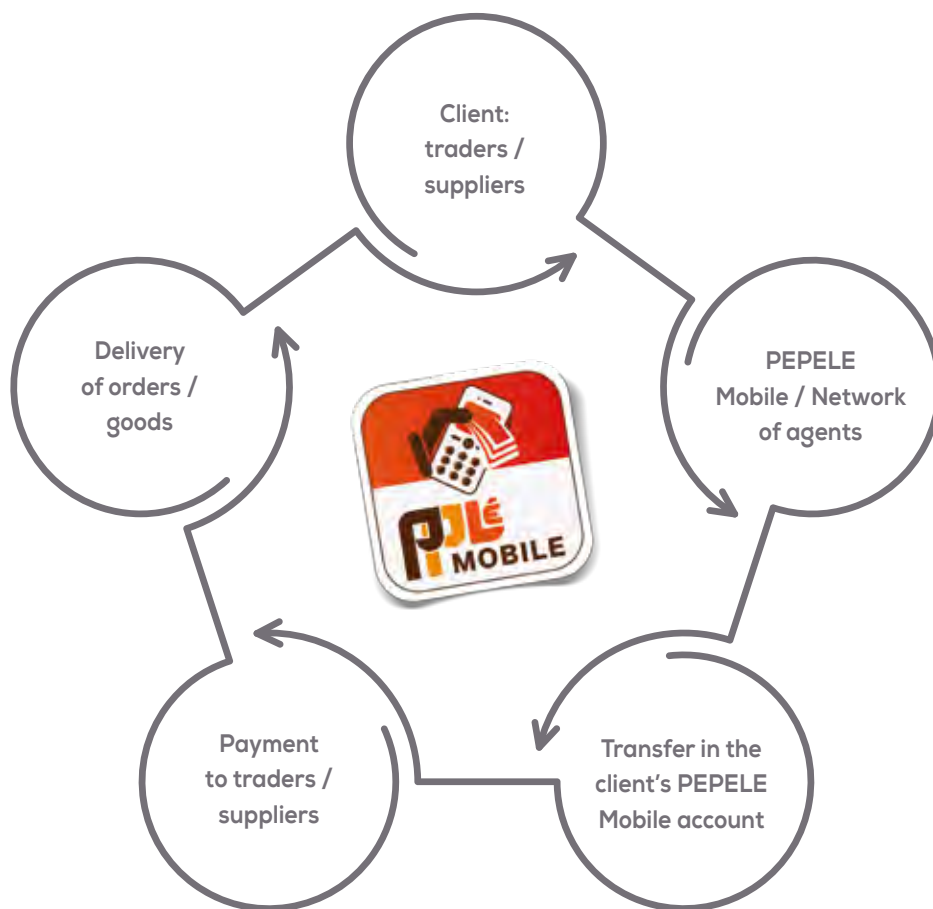
The advantages are numerous: time saving, digitalisation of cash, integration into accounts, security for all participants, and reporting in real time of all incoming and outgoing transfers. For professionals, PEPELE Mobile is another way to work with a live bank.

E-VOUCHER: THE COUPON 2.0

"PEPELE Mobile offered a highly innovative solution to one NGO, which was truly a world first", according to Arsène Ntambuka, business manager of TMB's Eastern Region. Following a specific request from an NGO operating in Bunia and Beni, a product customised for the humanitarian world has been developed. This E-voucher solution is an electronic coupon: the electronic bank account of the beneficiary is credited with a certain amount, making it possible for them to buy specific, pre-determined products.

Betty Owandji, International Institutions Project Manager, explains: "We know who receives money and how and when they spend it: the inventory is automated, there is no more need to handle cash. Training session missions regarding how to use the PEPELE Mobile service can then be organised."

This solution, unheard of in the local NGO world, does not remain unnoticed. Several additional NGOs have asked for more information as they have seen in PEPELE Mobile a product in sync with its time and which provides concrete answers to the logistical needs of humanitarian programmes. Betty Owandji concludes that: "This adaptation of the platform to the needs of the humanitarian world coincides perfectly with TMB's philosophy."



By integrating PEPELE Mobile into the process, cash is dematerialised and all transactions are made considerably safer for all parties involved.

PEPELE Mobile's marketing campaign has been honoured by TagPay. The Best Advertising Prize was awarded to TMB at the TagPay 2016 World Conference in Paris. The award recognises the Bank's work and the quality of its marketing campaigns. Isabelle Duvigneaud, Marketing Department Manager, adds: "We wanted to draw attention to the fact that PEPELE Mobile was developed here in Congo. The theme "Made in Congo" lies at the core of the product's identity."

PEPELE MOBILE'S INDEPENDENT AGENTS

Agency Banking, banking neologism. To bring basic banking services closer to the people, TMB has created a network of independent agents to serve PEPELE Mobile clients.

A network which supports an innovative platform

Together with an ever-growing number of branches and sub-branches, TMB has also developed a network of independent agents who have been hired in compliance with the strictest quality and assurance requirements. These agents are the Bank's ambassadors and the central element in the PEPELE eco-system. A high level of responsibility and trust and a quality of service equivalent to that in a branch are required of the agents.

TMB exceeded one million active accounts this year and is committed to serving each customer in the same way. Paul Muamba, Independent Agents' Network Manager, explains that: "Our independent agents' network is currently three times larger than our branch and sub-branch network. If we also take ATMs into account, then we have nearly 500 contact points where we can fulfil our customers' requirements." Independent agents open accounts, carry out payments, withdrawals, transfers, and payments of invoices.

The geographical configuration of the DRC has encouraged that strategy. "We wanted to manage the challenge of the influx of clients in our branches on pay days for civil servants", explains Paul Muamba. Selected independent agents are thriving businesspeople in their field. Their daily cash is always substantial enough and they offer later opening hours than traditional bank branches. Clients who come to them within the framework of PEPELE Mobile know them well. A certain level of trust has been built over the years and the agents are therefore quite well known. The PEPELE

Mobile sign also makes it easy to spot them. This approach has proved successful: after an initial period of familiarisation with the offering, they have succeeded in attracting more and more clients.

The investment in its IT services, branch network, and PEPELE Mobile gives TMB a significant competitive advantage. The number of clients does not affect the service the Bank offers. Should the Bank register 200,000 clients in one day, it wouldn't make any difference to TMB's IT network. All clients can choose the channel they prefer or combine several of them. Everything has been put in place so they can be best served according to their individual needs.

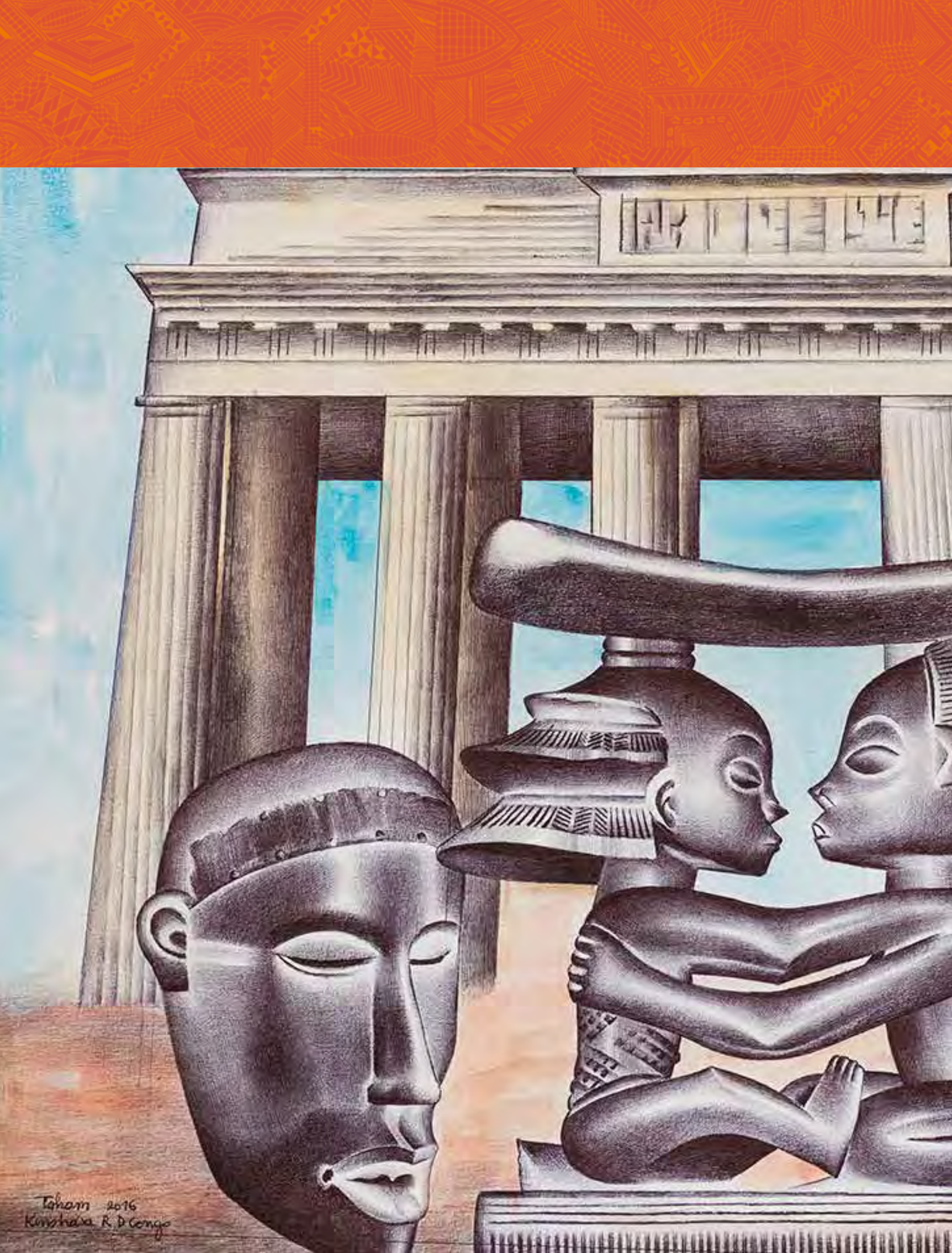
The arrival of PEPELE Mobile on the market has transformed the usual codes of the Bank. Promptness and ease of procedure are now the main concern. The network of independent agents is the relay that allows this digital revolution to perform even better. ■

**Two thirds of all
PEPELE Mobile transactions
completed in 2016 involved
an independent agent.**

Paul Muamba, PEPELE Mobile
Commercial Manager



Tobias 2017
Kenyasa R.D. Gonyo



Tahom 2016
Kinshasa R.D Congo

WE ARE THE FUTURE



50

WE ARE THE FUTURE

52

LE MONDE DES FLAMBOYANTS
VITRINE DE L'ART CONGOLAIS

54

LE MONDE DES FLAMBOYANTS
DISPLAY OF CONGOLESE ART

56

BISMACK BIYOMBO
UNE STAR QUI N'OUBLIE
PAS SES RACINES

58

BISMACK BIYOMBO
A STAR WHO DOES NOT
FORGET HIS ROOTS

60

MALAIKA
L'ÉDUCATION DES FILLES

62

MALAIKA
THE EDUCATION OF GIRLS

64

AMANI FESTIVAL

WE ARE THE FUTURE

Tous, à notre mesure, pouvons poser des actes qui deviendront des moteurs du changement.

Oliver Meisenberg, directeur général

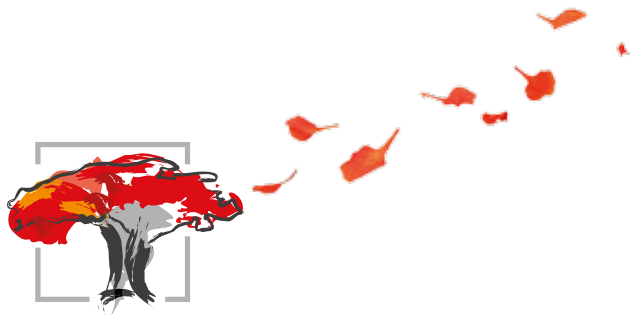
Le slogan "We are the future" semble, à la première lecture, poser un message simple. Il comporte pourtant plusieurs questions sous-jacentes : qui est ce "nous" ? De quel futur parle-t-on ? En quoi peut-on influencer sur ce futur ? Ce sont sans doute les diverses manières de l'interpréter qui rendent un slogan porteur. Chacun y perçoit ce qu'il désire avec ses attentes, son ressenti et ses aspirations.

Tel le flamboyant prenant ses racines au cœur du Congo, la TMB est baignée dans les réalités locales et comprend son environnement. Elle est convaincue que seules les actions permettent le changement et assume de ce fait sa responsabilité sociétale. Nécessairement guidée par son éthique, elle sélectionne des projets vecteurs de développement. "Pour autant qu'ils soient durables, nous pouvons soutenir des projets dans les domaines de l'éducation, de l'art ou encore de l'environnement. Nous aimons qu'ils trouvent un écho plus large à l'échelle de la communauté", explique Isabelle Duvigneaud, responsable Marketing.

Depuis toujours, par le biais du mécénat, la TMB s'engage et soutient diverses initiatives. Quelques-unes sont mises en avant dans ce rapport annuel.

- L'art, avec Le Monde des Flamboyants, y occupe une place de choix. Le centre culturel permanent de la TMB accueille plusieurs expositions par an et met en avant des artistes essentiellement congolais.
- La TMB, qui accorde une grande place à la formation, sait qu'il n'y a pas d'avenir stable sans école. Elle participe donc au financement de projets de l'association Malaika, qui promeut principalement l'éducation des filles.
- La collaboration avec le basketteur Bismack Biyombo, modèle et idole de toute une génération, rejoint cette vocation éducative : investir dans des installations sportives est essentiel, mais transmettre le goût de l'effort et l'esprit d'équipe aux jeunes l'est tout autant.
- Le festival Amani véhicule des valeurs de paix qui tiennent à cœur à la TMB. Le développement durable ne peut s'entendre que dans un climat serein et sans trouble. Chacun doit se sentir libre de penser, de s'exprimer, de rêver.

La symbolique de ces projets montre que le mieux-être des populations est au centre des préoccupations de la TMB. Proposer des pistes de solution et amorcer la réflexion sur les comportements de chacun par l'éducation est un vaste défi. Mais ne dit-on pas que les petits ruisseaux font les grandes rivières ? ■



The slogan "We are the Future" seems to send, at first sight, a pretty simple message. However, several questions lie beneath: Who does "we" refer to? What future are we talking about? How can we influence the future? It is, undoubtedly, the different ways of interpretation which make a slogan a buoyant one. Everybody sees in it what they want, with their own expectations, perception, and aspirations.

As with the flamboyant tree rooted in the heart of Congo, TMB is bathed in local reality and understands its environment. TMB is convinced that only actions will bring about changes and therefore assumes its responsibility in society. Unavoidably guided by its ethics, the Bank chooses its projects which will bring about change. "Insofar as they are sustainable, we can support projects in the fields of education, art or the environment. We like the fact they resonate on a larger scale in the community", explains Isabelle Duvigneaud, Marketing Manager.

TMB has forever been involved in patronage and supports numerous initiatives. A few of the initiatives are highlighted here in this annual report.

- The arts, with 'Le Monde des Flamboyants', occupy a prominent position. TMB's permanent cultural centre organises many exhibitions every year, firmly placing the spotlight on Congolese artists.
- TMB places a great deal of emphasis on education in recognition of the fact that there is no stable future without good schooling. The Bank participates therefore in financing Malaika Association projects, which mainly focus on girls' education.
- The collaboration with basket player Bismack Biyombo, model and idol for a whole generation, is part of this educational mission: it is essential to invest in sports' infrastructure but it is more important by far to instil team spirit and a taste of effort in the youth of today.
- The Amani festival is a vehicle for those values of peace which TMB holds close to its heart. This sustainable development can only happen in a serene and trouble-free atmosphere. Everybody must feel free to think, dream, and express themselves.

The symbolism of all these projects shows that the well-being of the population is at the heart of TMB's concerns. To propose ways to find solutions and to initiate reflection about everybody's behaviour through education are huge challenges, but isn't there a saying that says that little streams turn into grand rivers? ■

“
**We are convinced that all of us
can do things which then become
drivers of change.**

Oliver Meisenberg, CEO

”

LE MONDE DES FLAMBOYANTS

VITRINE DE L'ART CONGOLAIS AU CŒUR DE LA BANQUE



C'est à Kinshasa, ville fourmillante d'énergie et source d'inspiration pour des artistes de tous bords que la TMB a inauguré en 2009 Le Monde des Flamboyants. Ce centre culturel permanent a la particularité de se situer au sein même de l'agence principale, sise Place du Marché. Depuis sa création, il a acquis une véritable notoriété et a accueilli plus de 150 artistes.

Isabelle Duvigneaud, responsable du département Marketing et du Monde des Flamboyants explique: "Ici, nous soutenons principalement des artistes congolais mais pas uniquement. Nous mettons à leur disposition un cadre d'exposition totalement gratuit. Nous réalisons le catalogue et le vernissage de l'exposition dans le seul but de donner une visibilité à leurs œuvres et nous ne percevons pas de commission sur les ventes."

L'art est une expression de la société et chaque citoyen a besoin de connaître sa culture. Le Monde des Flamboyants a donc naturellement fait le choix de la gratuité, pour les artistes et pour le public. Les expositions sont accessibles à tous, du lundi au vendredi, de 8H00 à 16H00, et le samedi de 8H00 à 14H00. Que l'on soit amateur d'art, client de la banque, visiteur de

passage ou curieux, chacun est libre de circuler entre les tableaux, sculptures ou encore photographies, à la découverte des œuvres sélectionnées, dans un cadre vivant et lumineux, à l'image de l'arbre symbole de la TMB.

Le domaine artistique congolais a un potentiel incontestable et il possède les qualités nécessaires pour briller sur la scène mondiale. Afin de rejoindre le chemin de la reconnaissance internationale, peintres, dessinateurs, sculpteurs et autres artistes doivent d'abord être soutenus par leur propre société. La volonté de la TMB, à travers son mécénat culturel, est de contribuer, à sa façon, à ce travail de reconnaissance. "Notre conviction, c'est de les soutenir, d'accueillir au Monde des Flamboyants les artistes congolais d'aujourd'hui et de demain", conclut Isabelle Duvigneaud.

Que chaque nation, chaque peuple reflètent dans l'art leurs traits humains et nationaux les plus subtils, que chacun de ces arts conserve ses couleurs nationales, ses tons et particularités, que s'y découvre l'âme de chacun des peuples.

Constantin Stanislavski

Au cours de l'année 2016, en plus de divers événements culturels, concerts, conférences de presse, deux expositions se sont déroulées au Monde des Flamboyants.

- "Art & Environnement", la première, s'est organisée en partenariat avec l'UNESCO et la plateforme culturelle Terre d'Artistes, dont l'objectif est de sensibiliser les artistes plasticiens à la protection de l'environnement. Tableaux et sculptures avaient pour sujets la faune, la flore, la déforestation ou les changements climatiques avec un message commun: la préservation de l'environnement.
- "4 Séries", la seconde exposition, a mis en lumière les œuvres de quatre artistes congolais: Nsimambote, Kusakana, Nzeyidio et Mbikulu.



TSHAM : STYLO À BILLE, MASQUES ET STATUETTES

Raymond Tsham Mateng, dit Tsham, est un dessinateur congolais, originaire de l'ex-Kasai-Oriental. Mais encore? Qui est l'artiste qui se cache derrière les illustrations de ce rapport annuel? Faisons sa connaissance à travers quelques questions...

Tsham, avez-vous toujours travaillé avec le Bic? Et, aujourd'hui, est-ce toujours votre outil de prédilection?

Je travaille presque exclusivement avec le Bic, mais je n'ai pas débuté avec lui, j'ai commencé à dessiner avec le crayon. Afin que mes dessins résistent mieux aux différentes mains qui, déjà à l'école primaire, les manipulaient, j'ai commencé à utiliser le Bic. J'ai découvert plus tard, à l'Académie des Beaux-Arts, l'existence de tous les autres matériaux. Je dessinais beaucoup mais je n'avais pas de moyens, donc j'ai continué avec le stylo à bille. Je me suis imprégné, depuis, d'autres méthodes de travail. J'utilise parfois la couleur, des aquarelles, mais pour dessiner tous les jours, je n'utilise que le Bic noir. Je travaille parfois avec 18 Bics différents, il y en a un plus vieux, un qui n'écrit pas bien... et tous me permettent de produire des variations de traits ou de nuances.

Où puisez-vous votre inspiration?

J'ai une série de statuettes et de masques dans la tête. Je viens d'une grande famille, d'une lignée de chefs coutumiers. On m'a raconté l'histoire d'un chef Tshiam Tambw de la chefferie de Mulundu, mon grand-père, mon homonyme. Il avait beaucoup de fétiches et de statuettes chez lui. Une légende attribuait à l'une d'elles un pouvoir. J'ai entendu cette histoire quand j'étais petit et cela m'a marqué. C'est cela la véritable origine de mon respect envers les masques et les statuettes.

Quand j'observe les gens, je vois des statuettes. A la cité, il y a un endroit où tous les bus viennent déposer les passagers. Ce lieu, la foule et les mouvements des gens m'interpellent beaucoup. Je me suis aussi beaucoup inspiré, il y a quelques années de cela, des mouvements de population. J'observe les mouvements et moi, je suis

limité, car la statuette est figée. Et c'est tout le défi: transformer le mouvement et ne pas envisager les choses uniquement de face.

Aujourd'hui vivez-vous de votre art?

Oui. Le public apprend à me connaître, via Internet par exemple ou à travers des expositions en Afrique, en Europe et ailleurs dans le monde. Je me déplace pour expliquer mon travail.

Etes-vous surpris du succès que vous rencontrez?

J'ai toujours eu en tête l'idée de me démarquer: le Bic m'en a donné l'occasion. **C'est surprenant de voir que ce qui était au départ une difficulté s'est transformé en force. ■**



LE MONDE DES FLAMBOYANTS

DISPLAY OF CONGOLESE ART AT THE HEART OF THE BANK

It is at Kinshasa, a city teeming with energy and a source of inspiration for artists of all persuasions, that TMB inaugurated 'Le Monde des Flamboyants' in 2009. This permanent cultural centre is unique because it is located at the heart of our headquarters at Place du Marché. Since it was established, it has become quite renowned and more than 150 artists have been exhibited there.

Isabelle Duvigneaud, manager of the Marketing Department and 'Le Monde des Flamboyants' explains: "Here we support mainly, but not only, Congolese artists. Completely for free, we provide them with an exhibition room. We organise their catalogue and private viewings with the sole purpose of giving them and their works visibility; we do not receive any commission on any sales."

Art is an expression of society and each citizen needs to know their culture. 'Le Monde des Flamboyants' has therefore obviously taken the free of charge option, both for artists and the public. All exhibitions are free to the public, and the centre is open from Monday to Friday 8am to 4pm and Saturdays from 8am to 2pm. Whether you are an art lover, a client of the Bank, a passing

visitor or just plain curious, each and every person is free to wander among the pictures, sculptures or photos to discover the selected works in a luminous and vibrant framework in the image of the tree, the symbol of TMB.

The Congolese artistic community undeniably has a lot of potential and it has the necessary qualities to shine on the world stage. In order to be recognised internationally, painters, designers, sculptors and other artists must first be supported by their own community. It is the wish of TMB, through its cultural patronage, to contribute in its own way to this process of recognition. "We believe in supporting and inviting the Congolese artists of today and tomorrow to Le Monde des Flamboyants", concludes Isabelle Duvigneaud.



That each nation and their people reflect in art their most subtle human and national traits, that each art form conserves its national colours, its tone and peculiarities, that the soul of each population is discovered in it.

Constantin Stanislavski



Apart from several cultural events, press conferences, and concerts, two exhibitions also took place at 'Le Monde des Flamboyants' during the year.

- The first exhibition, "Art & Environment", was organised in cooperation with UNESCO and the cultural platform Terre d'Artistes, whose aim is to make visual artists aware of the protection of the environment. The subject of the pictures and sculptures was fauna and flora, deforestation or climate change, all with a common message: preservation of the environment.
- "4 Series", the second exhibition, put the spotlight on works by four Congolese artists: Nsimambote, Kusakana, Nzeyidio and Mbikulu.

TSHAM: BALLPOINT PEN, MASKS AND STATUETTES

Raymond Tsham Mateng, Tsham in short, is a Congolese designer, originally from the old Kasai-Oriental. And what else? Who is the artist hiding behind the illustrations in this annual report? Let's get to know him better with these few questions...

Tsham, have you always worked with a ballpoint pen? And is it still, until this day, your equipment of choice?

I work almost exclusively with ballpoint pen, but I did not start out with it. I started drawing with a pencil. In order to make my sketches more resistant to the many hands which touched them, even in primary school, I started using a ballpoint pen. It was only much later, at the Academy of Fine Arts, that I discovered the existence of all these other materials. I was sketching a lot but I did not have the means, so I continued with the ballpoint pen. Afterwards, I immersed myself in other work methods. I sometimes use colour and watercolours, but for every day sketching, I only use black ballpoint pen. I sometimes work with 18 different pens, one of which is a bit old and another one doesn't write all that well... but all together they allow me to apply varied strokes and shades.

Where do you get your inspiration from?

I have a series of masks and statuettes in my head. I come from a large family with a long line of traditional chiefs. I was told the story of this particular chief, Tshiam Tambw of the Mulundu chiefdom. He was my homonymous grandfather. He had many charms and statuettes at his place. Legend has it that one of these had a special power. I heard this story when I was only little and it touched me. That is the real origin of my respect for masks and statuettes.

When I observe people, I see statuettes. In the city, there is an area where all buses drop off their passengers. That location, the crowds and their movement really catch my attention. I was also greatly inspired, a few years on from that, by the movements of people. I observe movements and I am limited because statuettes are rigid. And that is where the challenge lies: to transform the movement without making it all about the face.

Can you make a living from your art nowadays?

Yes. The public is beginning to know me, via the internet for example, or they have seen me at exhibitions in Africa, Europe and elsewhere in the world. I also travel to explain what I do.

Are you surprised by the success you have?

*I have always had the idea that I had to set myself apart: the ballpoint pen has given me that chance. **It is surprising to see that something that was a difficulty to start with has turned into a strength.** ■*



Tsham 2017
Kinshasa R.D Congo



BISMACK BIYOMBO

UNE STAR QUI N'OUBLIE PAS SES RACINES

DU CONGO À LA NBA : UNE DÉTERMINATION À TOUTE ÉPREUVE

Né à Lubumbashi en 1992, Bismack Biyombo a grandi au milieu de six frères et sœurs. Fils d'un papa qui a autrefois joué au basketball, il choisit, à l'âge de douze ans, de suivre ses pas. Très jeune, sa taille et son envergure annoncent le défenseur qu'il est susceptible de devenir.

"La volonté permet de grimper sur les cimes" dit l'adage. Son talent et sa détermination l'ont mené au Yémen et en Espagne. Ses prestations lui ont ouvert les portes de la NBA.

Sélectionné en 2011 par les Sacramento Kings, il est échangé et rejoint les Charlotte Bobcats auprès desquels, durant quatre ans, il gagne en régularité. En 2015, il signe avec les Toronto Raptors. Les statistiques et performances exceptionnelles de Bismack éveillent l'attention de plusieurs équipes et c'est finalement les Orlando Magic qui obtiennent la signature de l'athlète congolais en 2016.

SES ENGAGEMENTS POUR SON PAYS

Même si son parcours l'a mené à l'autre bout du monde, où il affronte les meilleurs sportifs de la planète dans sa discipline, Bismack Biyombo n'en oublie pas pour autant d'où il vient. Sa collaboration avec la TMB va en ce sens. Bismack prête son image à la promotion de PEPELE Mobile et entend ainsi montrer sa détermination à s'investir durablement au Congo pour servir l'intérêt collectif.

Par diverses actions, il soutient la jeunesse de son pays natal. Dès 2013, en collaboration avec la TMB, il met en place des camps d'été dont le but est de promouvoir la pratique du basketball et ses valeurs fondamentales. Bismack se déplace personnellement pour former ces jeunes, leur inculquer les valeurs qui lui sont chères et offrir à certains d'entre eux l'opportunité de poursuivre leur cursus scolaire et développer leur carrière sportive.

En 2016, les camps de basket "Bismack Biyombo" ont été organisés à Goma, Kinshasa et Lubumbashi. Cette même année, Lubumbashi et Goma ont

vécu l'inauguration de leurs terrains de basketball. Ces réalisations prouvent que les projets d'envergure sont la marque de fabrique de la TMB. La banque s'est également engagée à rénover les bâtiments et les façades du Campus Universitaire du Lac à Goma, adjacent au terrain. Isabelle Duvigneaud, responsable Marketing explique: "Notre engagement va au-delà du sport et nos projets s'établissent sur le long terme. Derrière ce terrain, se trouve un site important pour une communauté, un lieu d'éducation, et nous voulons lui rendre la place qu'il mérite."



Les obstacles ne doivent pas t'arrêter. Si tu rencontres un mur, ne te retourne pas et n'abandonne pas. Tu dois comprendre comment escalader, traverser ou contourner le problème.

Michael Jordan





BISMACK, EN TOUTE FRANCHISE...

Bismack, ton parcours est vraiment atypique. Qu'est-ce qui t'inspire quand tu retournes au Congo? Quelles valeurs désires-tu transmettre aux jeunes par-dessus tout?

Ce qui m'inspire, c'est le potentiel de la jeunesse de la RDC, son énergie et son envie de réussir. Je veux lui transmettre les valeurs liées au travail, à l'éducation et au savoir. Ma volonté est également de les aider à percevoir l'importance de la détermination, du respect de l'autre et du sens de la famille.

Penses-tu que ton parcours puisse faire passer un message d'espoir à la jeunesse congolaise?

J'espère qu'il permet au plus grand nombre de réaliser que rien n'est facile dans la vie, mais qu'avec du travail et de la détermination, on peut atteindre ses objectifs. Comme beaucoup de jeunes Congolais, j'ai grandi dans des conditions difficiles et mes chances de réaliser mes rêves étaient bien minces. Si j'ai trouvé le moyen de réussir dans mon domaine, alors pourquoi pas nos jeunes?

En quoi penses-tu que le sport puisse être un moteur de développement et d'éducation pour les jeunes générations?

Tout d'abord, le sport en général est synonyme de bien-être et de bonne santé. Ses bénéfices ne sont plus à prouver. En plus de cela, nous servons du sport, et du basketball en particulier, comme d'un outil éducatif pour former les leaders de demain. Grâce à lui, beaucoup de jeunes ont l'opportunité d'obtenir des bourses scolaires et de poursuivre leurs études.

Quels projets le financement de la TMB a-t-il permis de réaliser en 2016?

En 2016, notre partenariat avec la TMB a abouti à la construction de deux terrains de basket, l'un à Goma et l'autre à Lubumbashi, dans des endroits où les infrastructures sportives faisaient défaut. Outre nos camps de basket annuels dans les trois villes principales du pays, nous soutenons aujourd'hui plus de 200 jeunes, pour leur permettre de rester à l'école. Plus d'une quinzaine de ceux-ci étudient maintenant aux Etats-Unis et pratiquent le basket grâce à nos programmes.

Derrière le terrain de Goma, se trouvent les bâtiments du Campus Universitaire du Lac. La TMB prévoit de participer à leur réhabilitation. A travers ce partenariat, des infrastructures éducatives, laissées à l'abandon, peuvent trouver une seconde jeunesse. Quelle impression cela te laisse?

En grandissant en RDC, je n'ai jamais eu accès à de bonnes infrastructures éducatives. Si l'on peut combiner leur rénovation et les opportunités, notre travail sera efficace. Cela me fait vraiment chaud au cœur que l'on puisse réaliser de tels projets ensemble!

Tu as accepté de prêter ton image à la TMB, plus particulièrement au produit PEPELE Mobile. "We are the future" est le slogan qui a été choisi. Il peut prendre plusieurs sens. Quel est celui que tu lui donnes, toi?

Pour moi, il signifie que l'avenir est entre nos mains et ce, dès aujourd'hui. Chacun est responsable de son avenir et de l'avenir de notre pays. C'est la jeune génération qui est en charge de pousser le Congo vers l'avant et d'apporter des changements durables. ■



BISMACK BIYOMBO

A STAR WHO DOES NOT FORGET HIS ROOTS

FROM CONGO TO THE NBA: ALL-OUT DETERMINATION

Born in Lubumbashi in 1992, Bismack Biyombo grew up with six brothers and sisters. The son of a father who once played basketball, he chose to follow in his footsteps at twelve years of age. From a young age, his size and stature made the defender he was likely to become clear.

"The will makes it possible to reach the summit", says the adage. His talent and determination led him to Yemen and Spain. His performance opened the doors to the NBA.

Selected by the Sacramento Kings in 2011, he was transferred and joined the Charlotte Bobcats with whom he enjoyed success for four years. In 2015, he signed with the Toronto Raptors. The exceptional statistics and performances of Bismack drew the attention of several teams and finally Orlando Magic secured the signature of the Congolese athlete in 2016.

HIS COMMITMENTS TO HIS COUNTRY

Even though his journey has taken him to the other side of the world, where he faces the best athletes on the planet in his discipline, Bismack Biyombo does not forget where he comes from. His collaboration with TMB goes in this direction. Bismack lends his image to advertise PEPELE Mobile and thereby demonstrates his determination to invest sustainably in the Congo to serve the common interest.

Through various actions he supports young people in his native country. From 2013, in partnership with TMB, he has set-up summer camps aimed at promoting the practice of basketball and its core values. Bismack comes personally to train these young people, to instil the values in them that he holds dear and to offer some of them the opportunity to pursue their academic and sporting careers.

In 2016, the "Bismack Biyombo" basketball camps were organised in Goma, Kinshasa

and Lubumbashi. In this same year, Goma and Lubumbashi saw the inauguration of sponsored basketball courts. These achievements prove that large-scale projects are the trademark of TMB. The Bank is also committed to renovating the buildings and façades of the Lac University Campus in Goma, adjacent to the basketball court. Isabelle Duvigneaud, TMB's Marketing Manager explains: "Our commitment goes beyond the sport and our projects are established over the long term. Behind this court, there is an important site for a community, a place of education, and we want to give it the place it deserves."

Obstacles don't have to stop you. If you run into a wall, don't turn around and give up. Figure out how to climb it, go through it or work around it.

Michael Jordan

BISMACK, SPEAKING FRANKLY . . .

Bismack, your journey is truly atypical. What inspires you when you return to Congo? What values do you want to pass on to young people above all else?

What inspires me is the potential of young people of the DRC, their energy and desire to succeed. I want to convey the values of work, education and knowledge. My will is also to help them to perceive the importance of determination, respect for others and a sense of family.

Do you think that your journey can send a message of hope to the Congolese youth?

I hope that it allows the greatest number to realise that nothing is easy in life, but that with work and determination one can achieve one's goals. Like many young Congolese boys, I grew up in difficult conditions and my chance of realising my dreams were very slim. If I found a way to succeed in my field, why can't our young people?

How do you think sport can be an engine for development and education of younger generations?

Firstly, sport in general is synonymous with well-being and good health. Its benefits no longer need proving. In addition, we use sport, and basketball in particular, as an educational tool to train the leaders of tomorrow. Thanks to it, many young people have the opportunity to gain scholarships and to continue their studies.

What projects did TMB financing make possible in 2016?

In 2016, our partnership with TMB resulted in the construction of two basketball courts, one in Goma and the other in Lubumbashi, in places where sport facilities were lacking. In addition, through our annual basketball camps in the three main cities of the country, we now support more than 200 young people, to allow them to stay in school. More than fifteen of them are now studying in the United States and playing basketball thanks to our programmes.

Behind the court in Goma, there are the buildings of the Lac University Campus. TMB plans to participate in their rehabilitation. Through this partnership, education infrastructure, that had been abandoned, can find a second youth. What is your impression of that?

Growing up in the DRC, I never had access to good educational infrastructure. If we can combine their renovation with opportunities our work will be effective. It really heartens me that we can realise such projects together!



You have agreed to lend your image to TMB, in particular to the PEPELE Mobile product. "We are the future" is the chosen slogan. It can be understood in different ways. What meaning do you give it yourself?

For me, it means that the future is in our hands and this, from today. Everyone is responsible for their future and the future of our country. It is the younger generation who must be in charge to push the Congo forward and to make lasting changes. ■



MALAIKA

L'ÉDUCATION DES FILLES : POINT DE DÉPART DU DÉVELOPPEMENT COMMUNAUTAIRE

Depuis plusieurs années, la TMB a le privilège de parrainer 6 petites filles de la Fondation Georges Malaika: Gabriella, Jeanne, Niclette, Maguy, Lisette et Louise. Cette structure, créée il y a tout juste dix ans, pourrait, selon ses fondateurs, être illustrée par ce proverbe africain :



Si vous voulez aller vite, allez-y seul. Si vous voulez aller loin, allez-y ensemble.



Chaque être humain a le droit à l'éducation, à la santé mais aussi à l'opportunité de s'accomplir. Constatant l'inégalité des chances entre les garçons et les filles en RDC, l'ambition de Malaika était de créer une école pour filles afin de promouvoir leurs droits et leur permettre de bénéficier des mêmes opportunités que les garçons. Miser sur l'éducation des filles, c'est miser sur l'avenir de leur communauté. En effet, chaque année passée à l'école permet à une fille d'augmenter d'environ 10 à 20% ses futurs revenus, qui eux-mêmes seront directement réinvestis dans le tissu économique local, le consolideront et l'enrichiront.

Le défi de Malaika, à partir de ses actions locales, est de donner aux membres des collectivités l'opportunité d'agir sur leur environnement, en devenant des acteurs du changement.

LES ACTIONS DE MALAIKA SUR LE TERRAIN

L'association s'est développée dans le village de Kalebuka, près de Lubumbashi. Elle se caractérise par trois niveaux d'action.

- Elle gère l'école Malaika qui offre un programme scolaire gratuit et de qualité à 252 filles. L'enseignement fournit des cours généraux suivant le programme national congolais. Les élèves bénéficient d'activités extrascolaires, de deux repas sains et nutritifs par jour et de contrôles médicaux deux fois par an.

- Les projets de Malaika irradient sur le village de Kalebuka et ses alentours, grâce au Centre Communautaire qui offre des programmes de formation, de santé et de sport à plusieurs milliers de personnes chaque année.
- L'association assure également le développement d'infrastructures essentielles à la santé des populations locales. Huit puits fournissent de l'eau potable à plus de 16.000 personnes, ce qui se traduit par une réduction considérable des maladies et des autres soucis liés au manque d'accessibilité à l'eau.

A travers quelques questions posées à l'ASBL Malaika, passons en revue une année 2016 riche en projets.

Quelles ont été vos principales actions en 2016 ?

Nous avons construit, avec succès, notre bibliothèque numérique ainsi qu'un nouveau bloc moderne qui comprend trois salles de classe.

Nous avons inscrit 29 jeunes filles supplémentaires à l'école. Elles y bénéficient d'une scolarité gratuite avec tout le matériel nécessaire, de deux repas par jour scolaire et d'un bilan de santé. Par ailleurs, d'autres filles, femmes et garçons ont rejoint notre Centre Communautaire pour des cours d'alphabétisation, de sport ou encore de couture.

A Kalebuka, nous avons ajouté trois puits en plus des cinq déjà existants. Ils ont été construits en partenariat avec la Fondation VOSS et fournissent de l'eau potable à 16.000 membres de la communauté.

Malaika a aussi distribué 7000 moustiquaires, afin de limiter la propagation du paludisme.

De quel type de soutien avez-vous besoin aujourd'hui?

Tous les types de soutien sont les bienvenus, mais le plus important reste le soutien financier, car la réalisation des objectifs dépend des fonds. La construction de l'école est en progression constante: chaque année nous construisons un nouveau bloc (qui comprend trois salles de classe) et nous ouvrons une classe supérieure. Cela signifie que, chaque année scolaire, nous avons besoin de meubles, de fournitures scolaires, nous devons augmenter le budget

alimentaire, etc. Nous recrutons également un à deux nouveaux enseignants, qui sont payés mensuellement.

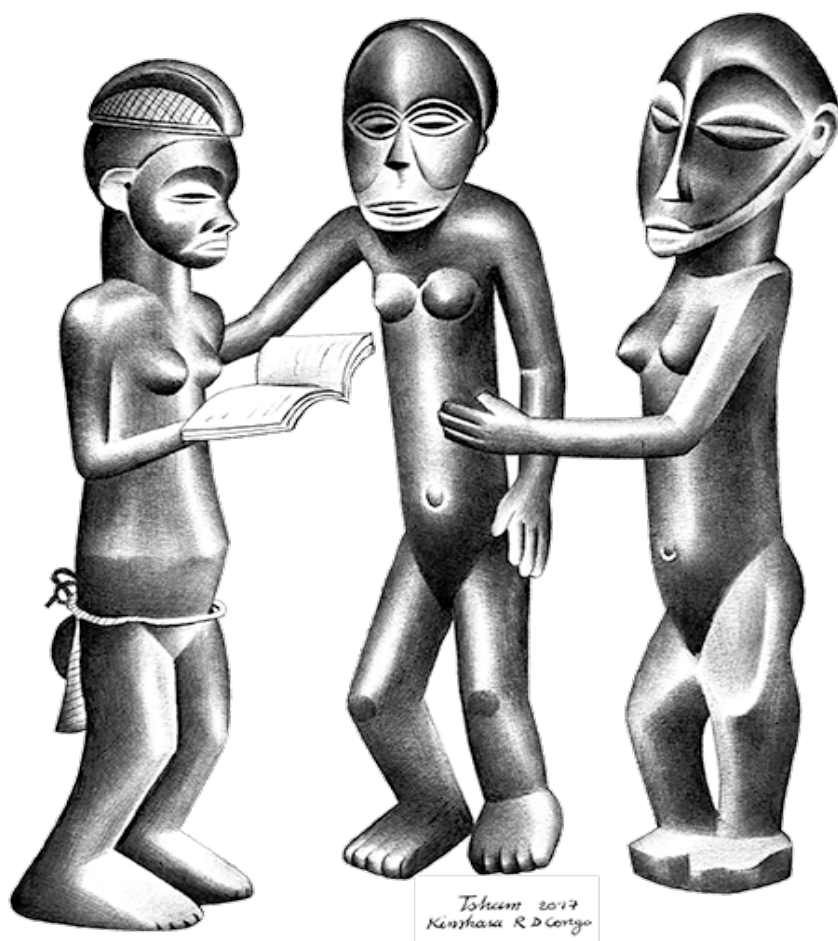
En dehors de ce soutien pour le matériel et le personnel, Malaika a besoin de parrains et marraines pour nos nouvelles élèves, afin que nous puissions leur fournir des livres, des outils d'apprentissage informatique, etc. Notre objectif serait d'atteindre le nombre de 340 jeunes filles accueillies au sein de l'école de Kalebuka.

Quelle est votre vision d'une société idéale?

Ce que nous voudrions, c'est vivre dans une société dans laquelle les femmes sont en mesure de résoudre des problèmes de la société. Une société dans laquelle les femmes sont autonomes, éduquées, conscientes de leurs droits, et considérées comme des piliers du développement communautaire.

Que vous évoque la phrase suivante: "We are the future"?

A travers Malaika, notre volonté est de donner aux filles "l'éducation" comme une arme efficace pour lutter contre la pauvreté. Notre ambition est de développer chez elles le sens des responsabilités pour être des actrices du Congo de demain. ■



Malaika
signifie
ange
en swahili



MALAIKA

THE EDUCATION OF GIRLS: A POINT OF DEPARTURE FOR COMMUNITY DEVELOPMENT

For several years now, TMB has had the privilege of sponsoring six participating students of the Georges Malaika Foundation programme, namely Gabriella, Jeanne, Niclette, Maguy, Lisette and Louise. According to Malaika's founders, the ethos of the foundation, which was created only ten years ago, can be perfectly captured by the following African proverb:



**If you want to go fast, go alone,
if you want to go far, go together.**



**Malaika
means
angel
in swahili**

Every human being has not only the right to education and health but also to the opportunity to make something of their lives. When Malaika noticed the inequality between chances given to boys and girls in the DRC, it strived to establish a school for girls that would look after the promotion of their rights so that they would enjoy the same benefits many boys enjoy. Banking on the education of girls is also banking on the future of their community. In fact, every year a girl spends at school gives her the chance to improve her future income by approximately 10% to 20%. That income will then be directly reinvested in the local economy; it will consolidate the economy and enrich it.

Malaika's challenge, starting with these local activities, is to give the members of the communities the opportunity to take control of their environment by becoming actors of change.

THE ACTIONS OF MALAIKA IN THE FIELD

The foundation developed in the village of Kalebuka, near Lubumbashi. Three levels of action characterise its activities.

- Malaika manages the school it has established. The Malaika School offers a free quality education to 252 girls. The curriculum follows the national Congolese programme, along with additional extra-curricular activities, two healthy and nutritious meals a day, and health checks twice a year.

- The Malaika projects cast a glow over the village of Kalebuka and its environment, thanks to the Community Centre which offers educational, health, and sports programmes for several thousand people every year.
- The foundation also ensures the development of essential health infrastructure for the local population. Eight wells provide drinking water to more than 16,000 people, which results in a considerable reduction in illnesses and other issues linked with the lack of access to drinking water.

Let's now take a look at the multiple projects carried out by Malaika in 2016, through a few questions posed to the foundation itself.

What were the highlights of 2016?

We successfully built our digital library and a new modern block with three classrooms.

We enrolled 29 more young girls at the school, where they enjoy free education with all the necessary supplies, two meals per day, and health checks. Moreover, other women, girls and boys have joined our Community Centre for courses in literacy, sports, or sewing.

In Kalebuka, we have added three more wells to the five already existing ones. They were built in cooperation with VOSS

Foundation and supply drinking water to more than 16,000 members of the community.

Malaika also distributed 7,000 mosquito nets in order to stop the spread of malaria.

What kind of support do you need today?

All kinds of support are welcome, but mostly we need financial support because developing our projects depends on funds. The building of our school is a long-term project: every year we build a new block (with three classrooms) and we add a successive grade. That means that, every year, we need furniture, we need to increase the

food budget, etc. We also hire one or two new teachers who are paid monthly.

Apart from all the personnel and material support, Malaika needs lots of sponsors for our new students so that we can provide them with books, IT equipment, etc. Our objective is to educate 340 young girls here at the Kalebuka school.

What is your vision of an ideal society?

What we would like is to live in a society in which women are in a position to resolve that society's problems. A society in which women are independent, educated,

conscious of their rights, and considered pillars of community development.

What does the sentence "We are the future" stir in you?

All across Malaika, we would like to give girls education as an effective weapon to defend themselves against poverty. Our ambition is to develop in them a sense of responsibility so they can be actors in the Congo of tomorrow. ■





AMANI

PLUS QU'UN FESTIVAL, UN HYMNE À LA PAIX

Depuis 2015, la TMB apporte son soutien financier au festival Amani et pour sa troisième année, il a connu une édition inoubliable. Plus de trente mille festivaliers ont ainsi foulé les terres volcaniques de Goma les 12, 13 et 14 février 2016, avec toujours le même objectif: promouvoir la paix entre les peuples.

Pour la première fois, l'entrée pouvait être payée via PEPELE Mobile et des agents de la TMB assuraient les enregistrements de nouveaux comptes sur place.

"DANSER POUR CHANGER, CHANTER POUR LA PAIX"

Artistes confirmés et jeunes talents ont goûté à cette ambiance qui devient assurément un rendez-vous incontournable pour les amateurs de musique et de danse. L'affiche prometteuse de 2016 n'a pas déçu. Côté international, Nneka et Innoss'b, de retour dans son Goma natal, ont fait bouger le public sur des notes hip-hop, soul, reggae et afrobeat. Pour leur emboîter le pas, et toujours avec autant de rythme, Angel a partagé sa vision du monde avec ses textes engagés, suivie par l'artiste congolais Werrason. Casimir Zoba, connu sous le nom de "Zao" a revisité ses plus grands succès pour le plaisir de tous. Le trio Joël Sebujon, Aly Keita et Kareyce Fotso ont fait découvrir ou redécouvrir la musique traditionnelle de l'est et de l'ouest de l'Afrique. Pour varier les plaisirs, des danseurs de tous horizons ont littéralement brûlé les planches. Ajoutons encore Keren, Blackman et le duo Melissa FT Wivine qui ont été sélectionnés par les Gomatraciens lors des éliminatoires et vous obtenez une réussite totale côté programmation.

Mais le festival Amani ne se limite pas au chant ou à la danse. Les ONG, dans l'espace humanitaire, sensibilisent la population à différentes thématiques parmi lesquelles la protection de la petite enfance, les enjeux climatiques ou les programmes d'éducation à la santé.

L'espace entrepreneuriat, nouveauté de cette année, occupait une place de choix. Services publics ou privés, par le biais d'informations, encouragent les jeunes à réaliser leurs projets et à innover en démystifiant le processus de création d'entreprise. Un concours récompense les quatre projets les plus prometteurs et des prix, octroyés par différents organismes, dont la TMB, leur donnent une belle visibilité afin de faciliter leurs premiers pas.

En marge du Festival, s'est déroulé pour la première fois le marathon Ekiden Amani. 85 équipes de 6 participants se sont relayés pour parcourir ensemble les 42 kilomètres. Dans les rues de Goma, désertées par les voitures pour l'occasion, la course s'est invitée au cœur de la ville afin que la communion soit totale.

Cette édition, année de la confirmation, est à placer sous le sceau de la réussite.

La musique, les espaces ONG et entrepreneuriat, le marathon et le public venu nombreux ont partagé la même idée de la fête et les valeurs chères à ce festival: la paix, l'échange et la solidarité entre les peuples.

33 000
festivaliers
festival-goers

49 concerts
répartis sur
3 scènes
concerts over 3 stages

25

groupes d'artistes modernes et traditionnels
groups of modern and traditional artists

MORE THAN A FESTIVAL, A HYMN TO PEACE

TMB has been supporting the Amani Festival since 2015, and the festival's third outing was an unforgettable experience. More than 30,000 festival-goers were to be found revelling on the volcanic soil of Goma on 12, 13 and 14 February 2016, always with the same purpose: to promote peace among all people.

For the first time ever, festival tickets could be paid for using PEPELE Mobile and TMB representatives processed new accounts opened there and then.

"DANCING FOR CHANGE, SINGING FOR PEACE"

Both established artists and young talent have been able to taste the atmosphere of a festival which is fast becoming an indispensable meeting place for lovers of music and dance. The programme of the 2016 edition looked marvellous and it definitely did not disappoint either. The internationally famous artists Nneka and Innos'b, the latter returning to his native Goma, made the crowds move to a rhythm of hip-hop, soul, reggae and afrobeat. Following in their footsteps and with the same kind of rhythm, Angel shared with us his world vision with his committed texts, followed by the Congolese artist Werrason. Casimir Zoba, also known as "Zao", revisited his greatest hits to the delight of everybody. The trio Joël Sebujon, Aly Keita, and Kareyce Fotso made us discover or rediscover the traditional music from both East and West of Africa. In order to bring variety to the entertainment offering, dancers from the four corners of the world set the stage alight. Add to the mix Keren, Blackman, and the duo Melissa FT Wivine, who had been selected by the inhabitants of Goma themselves through festival participation competitions, and you have the perfect recipe for a completely successful programme.

The Amani Festival, however, is about more than song and dance. Each year a humanitarian corner features NGOs that aim to inform festival goers of different issues they're dealing with, such as the protection

of children, climate issues, and health education programmes.

The newly established entrepreneurial corner featured prominently at the festival. Both public services and private enterprises encouraged young adults, by way of the provision of information, to realise their projects and to innovate by demystifying the procedure of how to create an enterprise. There was a competition to find the four most promising business ideas and the prizes, awarded by different organisations of which TMB was one, would give them high visibility in order to facilitate their first steps.

In the margin of the festival, there was the first ever Amani edition of the Ekiden marathon. Some 85 teams, each with 6 members, participated in the 42 kilometre relay race. For once, there were no cars on the streets of Goma, so that the race could be run in the centre of the city to reinforce the idea of community.

This year's festival was the confirmation edition and can definitely be classed as a success.

The music, the NGO and enterprise corners, the marathon, and the crowds which had come in their thousands, all shared the same idea of celebration and values which are dear to this annual event: peace, exchange and solidarity among people. ■

670 bénévoles
volunteers



11



pays représentés
countries represented

65 participants

au concours jeunes entrepreneurs
in the 'Young Entrepreneurs' competition



Illustration 2016
Keremba K. D. D. D.

FINANCIAL STATEMENTS



LE RAPPORT FINANCIER



68

BILANS ACTIFS
ASSETS

69

BILANS PASSIFS
LIABILITIES

70

TABLEAU DE FORMATION
DU RÉSULTAT
INCOME STATEMENT

71

TABLEAU DE FLUX
DE TRÉSORERIE
CASH FLOW STATEMENT

72

ÉTAT DE VARIATION
DES CAPITAUX PROPRES
STATEMENT OF CHANGES
IN SHAREHOLDERS' EQUITY

74

RAPPORT DU COMMISSAIRE
AUX COMPTES

76

AUDITOR'S REPORT

BILANS ACTIFS

RÉSUMÉS ET COMPARÉS 2016 ET 2015

ASSETS

SUMMARY AND COMPARISON OF ASSETS 2016 AND 2015

EN MILLIERS DE FRANCS CONGOLAIS - CDF
IN CDF - THOUSANDS OF CONGOLESE FRANCS

ACTIF / ASSETS	31.12.2016	31.12.2015
TRÉSORERIE ET OPÉRATIONS INTERBANCAIRES / TREASURY AND INTERBANK OPERATIONS		
Caisses / Cash	61 735 860	40 465 359
Banque Centrale du Congo et prêts interbancaires / Central Bank of Congo and interbank loans	53 840 296	60 725 236
Correspondants Nostri / Correspondent nostri accounts	199 597 972	201 564 068
Total Trésorerie et opérations interbancaires / Total Treasury and interbank operations	315 174 128	302 754 663
OPÉRATIONS AVEC LA CLIENTÈLE / CUSTOMER TRANSACTIONS		
Crédits à la clientèle / Loans to customers	267 794 602	196 658 175
Total Opérations avec la clientèle / Total Customer transactions	267 794 602	196 658 175
COMPTES DES TIERS ET RÉGULARISATIONS / ACCOUNTS RECEIVABLE AND DEFERRED INCOME		
Autres actifs à court terme / Other short-term assets	28 426 998	20 983 406
Comptes de régularisation / Accruals	30 141 639	18 732 963
Total Comptes des tiers et régularisations / Total Accounts receivable and deferred income	58 568 637	39 716 369
VALEURS IMMOBILISÉES / FIXED ASSETS		
Dépôts et cautionnements à long et moyen termes / Deposits and long and medium term sureties	788 075	547 693
Titres de participation / Equity investments	29 893	21 556
Immobilisations corporelles et incorporelles / Tangible and intangible fixed assets	44 201 220	36 474 931
Total Valeurs immobilisées / Total Fixed assets	45 019 188	37 044 180
TOTAL NET DE L'ACTIF / TOTAL NET ASSETS	686 556 555	576 173 387
COMPTES D'ORDRE ET D'ENGAGEMENTS / SUSPENSE AND COMMITMENT ACCOUNTS		
Engagements reçus / Commitments received	201 651 787	111 651 966
Engagements internes / Internal commitments	3 473 890	2 652 616

BILANS PASSIFS

RÉSUMÉS ET COMPARÉS 2016 ET 2015

LIABILITIES

SUMMARY AND COMPARISON OF LIABILITIES 2016 AND 2015

PASSIF / LIABILITIES	EN MILLIERS DE FRANCS CONGOLAIS - CDF IN CDF - THOUSANDS OF CONGOLESE FRANCS	
	31.12.2016	31.12.2015
TRÉSORERIE ET OPÉRATIONS INTERBANCAIRES / TREASURY AND INTERBANK TRANSACTIONS		
Dettes envers les établissements de crédit / <i>Correspondent lori accounts</i>	6 510 495	0
Total Trésorerie et opérations interbancaires / Total Treasury and interbank transactions	6 510 495	0
OPÉRATIONS AVEC LA CLIENTÈLE / CUSTOMER TRANSACTIONS		
Dépôts et comptes courants à vue / <i>Deposits and current accounts</i>	334 429 021	324 406 804
Dépôts à terme et comptes d'épargne / <i>Term deposits and savings accounts</i>	200 666 960	154 517 328
Autres comptes de la clientèle / <i>Other customer accounts</i>	57 677 761	30 091 342
Total Opérations avec la clientèle / Total Customer transactions	592 773 742	509 015 474
COMPTES DES TIERS ET RÉGULARISATIONS / OTHER LIABILITIES AND ACCRUED EXPENSES		
Autres passifs / <i>Other liabilities</i>	8 390 099	4 542 731
Comptes de régularisation / <i>Deferred expenses</i>	5 433 522	3 460 393
Total Comptes des tiers et régularisations / Total Other liabilities and accrued expenses	13 823 621	8 003 124
CAPITAUX PERMANENTS / FIXED CAPITAL		
FONDS PROPRES / SHAREHOLDERS' EQUITY		
Capital souscrit ou dotation en capital / <i>Subscribed capital</i>	10 474 372	10 474 372
Réserves et primes d'émission / <i>Reserves and issue premiums</i>	6 505 976	5 517 186
Report à nouveau / <i>Profits carried forward</i>	30 564 776	18 065 438
Bénéfice de l'exercice / <i>Profit for the period</i>	656 939	5 851 189
Plus-value de réévaluation et provisions réglementées <i>Revaluation appreciation and statutory provisions</i>	22 517 933	17 186 858
Provisions pour risques, charges et pertes / <i>Provisions for liabilities, charges and losses</i>	2 728 701	2 059 746
Sous-total Fonds propres / Sub-total Equity	73 448 697	59 154 789
AUTRES RESSOURCES PERMANENTES / OTHER LONG TERM FUNDS		
Emprunt à long terme / <i>Long term loan</i>	0	0
Sous-total Autres ressources permanentes / Sub-total Other long term funds	0	0
Total Capitaux permanents / Total Fixed capital	73 448 697	59 154 789
TOTAL PASSIF / TOTAL LIABILITIES	686 556 555	576 173 387
COMPTES D'ORDRE ET D'ENGAGEMENTS / SUSPENSE AND COMMITMENT ACCOUNTS		
Engagements donnés / <i>Commitments made</i>	24 823 083	16 555 508

TABLEAU DE FORMATION DU RÉSULTAT

RÉSUMÉS ET COMPARÉS 2016 ET 2015

INCOME STATEMENT

SUMMARY AND COMPARISON OF INCOME STATEMENT 2016 AND 2015

		EN MILLIERS DE FRANCS CONGOLAIS - CDF IN CDF - THOUSANDS OF CONGOLESE FRANCS	
CODE	DÉSIGNATION / DESIGNATION	31.12.2016	31.12.2015
1	Produits sur opérations de trésorerie et opérations interbancaires <i>Income from treasury and interbank operations</i>	+ 240 112	+ 351 030
2	Charges sur opérations de trésorerie et opérations interbancaires <i>Expenses related to treasury and interbank operations</i>	- 291 987	- 401 313
3	Produits sur opérations avec la clientèle / <i>Income from customer transactions</i>	+ 46 465 921	+ 40 870 425
4	Charges sur opérations avec la clientèle <i>Expenses related to customer transactions</i>	- 8 720 458	- 7 060 880
5	Autres produits bancaires / <i>Other banking income</i>	+ 18 122 918	+ 17 600 438
6	Autres charges bancaires / <i>Other banking expenses</i>	- 6 376 458	- 5 179 694
7	PRODUIT NET BANCAIRE / NET BANKING INCOME	+ 49 440 048	+ 49 180 006
8	Produits accessoires / <i>Sundry income</i>	+ 2 607 162	+ 2 183 071
9	Subventions d'exploitation / <i>Operating subsidies</i>	+ 0	+ 0
10	Charges générales d'exploitation / <i>General operating expenditure</i>	- 25 278 345	- 21 774 251
11	Charges du personnel / <i>Personnel costs</i>	- 12 779 722	- 10 807 091
12	Impôts et taxes / <i>Taxes and duties</i>	- 2 240 453	- 1 596 818
13	RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION / GROSS OPERATING INCOME	+ 11 748 690	+ 14 184 917
14	Dotation aux amortissements / <i>Provision for depreciation</i>	- 3 492 649	- 3 299 943
15	Reprises aux amortissements / <i>Write-back of depreciation</i>	+ 0	+ 0
16	RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT / OPERATING PROFIT BEFORE TAX	+ 8 256 041	+ 10 884 974
17	Plus-value sur cession d'éléments d'actif et produits exceptionnels <i>Capital gain on disposal of assets</i>	+ 0	+ 640 536
18	Dotation et reprise sur provisions / <i>Provisions and losses on irrecoverable debts</i>	- 6 999 433	- 2 568 220
19	Charges hors exploitation / <i>Exceptional earnings</i>	+ 341 152	- 85 283
20	RÉSULTAT APRÈS PRISE EN COMPTE DE L'EXCEPTIONNEL PROFIT BEFORE TAX	+ 1 597 760	+ 8 872 007
21	Impôt sur les bénéfices et profits / <i>Tax expense</i>	- 940 821	- 3 020 818
22	RÉSULTAT NET DE L'EXERCICE / NET PROFIT FOR THE YEAR	+ 656 939	+ 5 851 189

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

RÉSUMÉS ET COMPARÉS 2016 ET 2015

CASH FLOW STATEMENT

SUMMARY AND COMPARISON OF CASH FLOW STATEMENT 2016 AND 2015

DÉSIGNATION / DESIGNATION	EN MILLIERS DE FRANCS CONGOLAIS - CDF IN CDF - THOUSANDS OF CONGOLESE FRANCS	
	31.12.2016	31.12.2015
TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES CASH FROM OPERATING ACTIVITIES		
Bénéfice de l'exercice / Profit for the year	+ 656 939	+ 5 851 189
ÉLIMINATION DES CHARGES ET DES PRODUITS SANS INCIDENCE SUR LA TRÉSORERIE ELIMINATION OF EXPENDITURE AND REVENUE NOT AFFECTING CASH POSITION		
Dotation aux amortissements et provisions / Depreciation and provisions	+ 13 553 948	+ 6 443 701
Bénéfice de change / Exchange rate gains	- 840 586	- 2 176 485
Produit hors exploitation / Non-operating income	- 2 884 972	- 2 730 886
Perte de change / Exchange rate losses	+ 3 324 202	+ 2 326 594
Charges hors exploitation / Non-operating expenses	+ 52 086	+ 24 521
Variation des créances et dettes à CT / Variation in debts and current liabilities	+ 12 621 841	+ 20 240 985
Autres / Other	- 3 468 433	- 11 677 625
Total (1)	+ 23 015 025	+ 18 301 994
TRÉSORERIE PROVENANT DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT CASH FROM INVESTMENTS		
Acquisition d'immobilisations / Acquisition of fixed assets	- 10 346 841	- 7 738 896
Encaissement sur cessions d'immobilisations / Receipts from disposal of fixed assets	+ 0	+ 391 500
Variation des cautions / Variation in sureties	- 240 382	- 68 484
Total (2)	- 10 587 223	- 7 415 880
TRÉSORERIE PROVENANT DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT CASH FROM FINANCING ACTIVITIES		
Augmentation de capital en numéraire / Increase in capital in cash	+ 0	+ 0
Remboursement d'emprunts / Repayment of loans	- 0	- 0
Cession des titres / Disposal of securities	- 8 337	+ 160 446
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement Cash flow relating to financing activities (3)	- 8 337	+ 160 446
VARIATION DE TRÉSORERIE DE LA PÉRIODE CASH VARIATION FOR THE PERIOD		
TRÉSORERIE EN COURS D'EXERCICE / CASH DURING YEAR (1) + (2) + (3)	+ 12 419 465	+ 11 046 560
TRÉSORERIE EN DEBUT D'EXERCICE / CASH AT START OF YEAR	+ 302 754 663	+ 291 708 103
TRÉSORERIE AU 31 DÉCEMBRE / CASH AT 31 DECEMBER	+ 315 174 128	+ 302 754 663

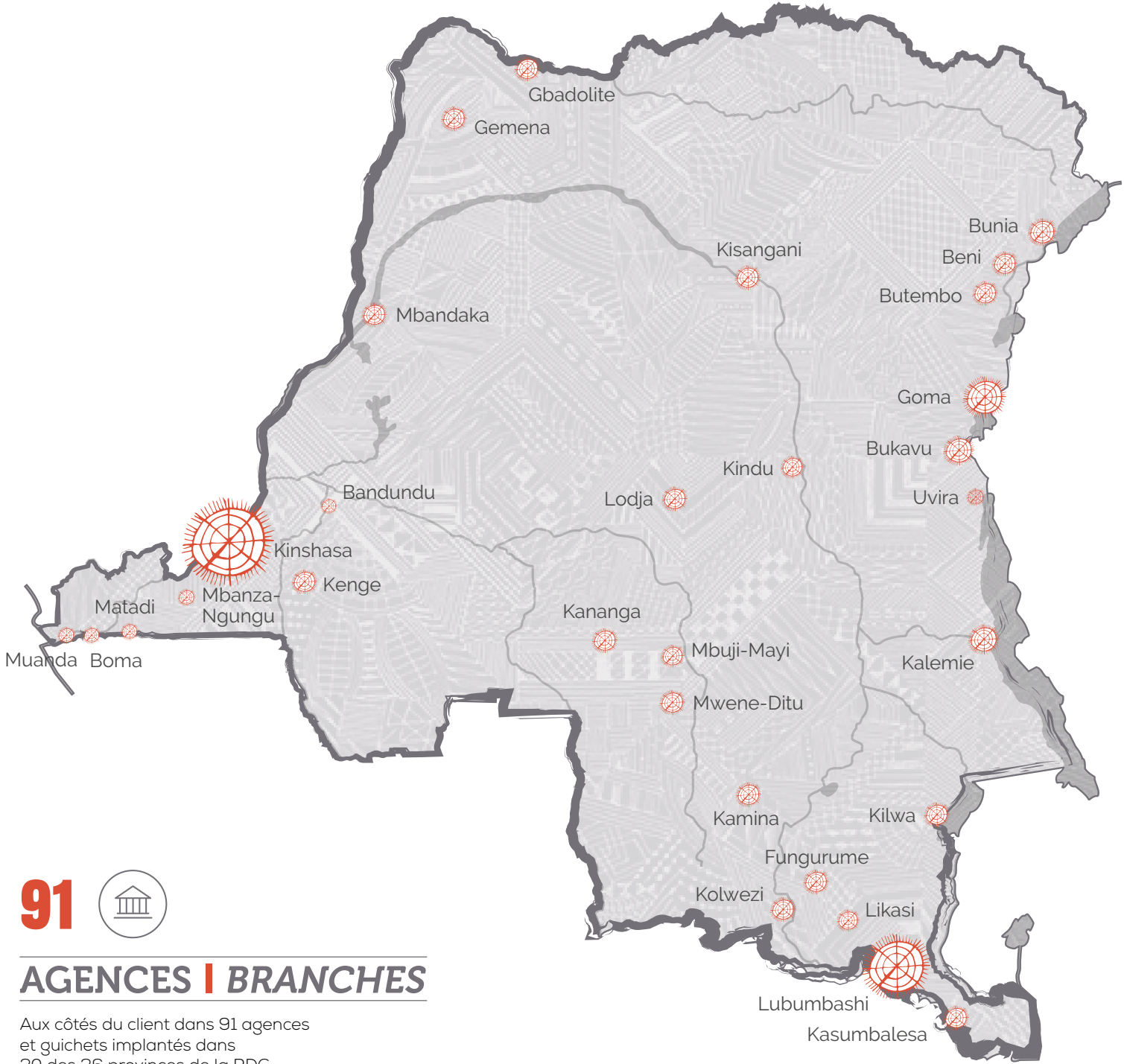
ÉTAT DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

RÉSUMÉS ET COMPARÉS 2016 ET 2015

STATEMENT OF CHANGES IN SHAREHOLDERS' EQUITY

SUMMARY AND COMPARISON 2016 AND 2015

DÉSIGNATION / DESIGNATION	EN MILLIERS DE FRANCS CONGOLAIS - CDF IN CDF - THOUSANDS OF CONGOLESE FRANCS				Solde au Balance at 31.12.2016
	Solde au Balance at 01.01.2016	Mouvements 2016 / Movements in 2016			
		Augmentation / Increase	Diminution / Decrease	Actualisation / Revision	
Capital	10 474 372	-	-	-	10 474 372
Réserve légale <i>Legal reserve</i>	2 684 874	585 119	-	-	3 269 993
Réserves facultatives <i>Other reserves</i>	2 832 312	737 957	-	-	3 570 269
Report à nouveau <i>Profit carried forward</i>	18 065 438	5 851 189	-	6 648 149	30 564 776
Résultat de la période <i>Net profit for period</i>	5 851 189	656 939	5 851 189		656 939
Plus-value de réévaluation <i>Gain on revaluation</i>	13 278 546	872 135	-	-	14 150 681
Provision pour reconstitution du capital <i>Provision for reconstitution of capital</i>	3 908 312	4 458 941	-	-	8 367 253
Provisions générales <i>General provisions</i>	2 059 746	-	-	334 668	2 394 414
TOTAL FONDS PROPRES TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	59 154 789	13 162 280	5 851 189	6 982 817	73 448 697



91



AGENCES | BRANCHES

Aux côtés du client dans 91 agences
et guichets implantés dans
20 des 26 provinces de la RDC

*Accompanying our customers with
91 branches and sub-branches across
20 of the 26 provinces of the DRC*



**Best Bank in the DR Congo
2011 to 2016**

**Best Product Launch Africa
2016**



RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES

RAPPORT D'OPINION DU COMMISSAIRE AUX COMPTES SUR LES ÉTATS FINANCIERS POUR L'EXERCICE SE TERMINANT AU 31 DÉCEMBRE 2016

A L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE DES ACTIONNAIRES DE TMB S.A.

Messieurs les Actionnaires de la Trust Merchant Bank,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous venons vous présenter notre rapport d'opinion relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2016, sur :

- la certification des états financiers annuels de la TRUST MERCHANT BANK S.A. (TMB);
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

I. CERTIFICATION DES COMPTES ANNUELS

OPINION SANS RÉSERVE

Nous avons effectué l'audit des états financiers annuels de la TRUST MERCHANT BANK S.A. clôturés au 31 décembre 2016 et comprenant le bilan, le compte de résultat, le tableau de flux de trésorerie, le tableau de variation des capitaux propres ainsi que les notes aux états financiers.

A notre avis, les états financiers annuels sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de la TRUST MERCHANT BANK au 31 décembre 2016, ainsi que de sa performance financière et ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette même date, conformément au Guide Comptable des Etablissements de Crédit (GCEC).

FONDEMENT DE L'OPINION

Nous avons effectué notre contrôle selon les normes internationales d'audit (ISA). Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section "Responsabilités du Commissaire aux Comptes relatives à l'audit des états financiers annuels" du présent rapport. Nous sommes indépendants de la société conformément au Code de

déontologie des professionnels comptables du Conseil des normes internationales de déontologie comptable (le code de l'IESBA) et celles qui encadrent le commissariat aux comptes et nous avons satisfait aux autres responsabilités éthiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

POINTS CLÉS DE CONTRÔLE

Les points clés de contrôle (KEY AUDIT MATTERS) sont les points qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants lors de la révision des états financiers de la période en cours. Ces points ont été traités dans le contexte du contrôle des états financiers pris dans leur ensemble et lors de la formation de notre opinion sur ceux-ci. Nous n'exprimons pas une opinion distincte sur ces points.

RESPONSABILITÉ DU CONSEIL D'ADMINISTRATION RELATIVE AUX ÉTATS FINANCIERS

L'établissement des comptes et des états financiers relève de la responsabilité du Conseil d'Administration de la

Banque. Celui-ci est responsable de la préparation et de la présentation sincère des états financiers annuels conformément aux règles et méthodes comptables édictées par le Guide Comptable des Etablissements de Crédit, ainsi que du contrôle interne qu'elle estime nécessaire pour permettre la préparation des états financiers annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers annuels, il incombe au Conseil d'Administration d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de fournir, le cas échéant, des informations relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la base de continuité d'exploitation, sauf si le Conseil d'Administration a l'intention de mettre la société en liquidation ou de cesser ses activités ou s'il n'existe aucune autre solution alternative réaliste qui s'offre à elle.

Il incombe au Conseil d'Administration de surveiller le processus d'élaboration de l'information financière de la Banque.

RESPONSABILITE DU COMMISSAIRE AUX COMPTE RELATIVES A LA CERTIFICATION DES ETATS FINANCIERS ANNUELS

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, et d'émettre un rapport de

certification contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes "ISA" permettra de toujours détecter toute anomalie significative existante. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives

lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, prises individuellement ou en cumulé, elles puissent influencer les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers annuels prennent en se fondant sur ceux-ci.

II. VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

En application de l'instruction n° 19 faites aux établissements de crédits et institutions de micro finance, nous nous sommes assurés en outre que:

- TMB a mis en place un dispositif à même de prévenir les fraudes, manipulations et erreurs susceptibles d'engager la qualité du système de contrôle interne; d'empêcher qu'elle ne soit impliquée à son insu dans des opérations financières liées à des activités illicites ou de nature à entamer sa réputation ou de porter atteinte au renom de la profession;
- Le système d'information en place est efficace, permet de garantir la fiabilité des opérations financières, de retrouver la piste d'audit et est assis sur des procédures comptables et de contrôle de l'information;

- TMB a respecté toutes les normes de gestion prudentielles imposées par l'instruction n° 14 ainsi que la classification et le provisionnement des crédits suivant l'instruction n° 16 de la Banque Centrale du Congo.

Nous avons également procédé aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observations à formuler sur la sincérité et la concordance entre les états financiers annuels et les informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration, ou dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les états financiers annuels.

Nous n'avons eu connaissance d'aucune infraction non plus aux dispositions

de l'Acte Uniforme du traité de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique, de la loi bancaire de 2002 ou de la loi n° 4/016 du 19 juillet 2004 portant lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme.

L'Associé responsable de la mission de contrôle au terme de laquelle le présent rapport de Commissaire aux Comptes est émis est Monsieur Danny NKUVU.

LE COMMISSAIRE AUX COMPTE, MGI STRONG NKV

REPRÉSENTÉ PAR

Danny NKUVU
Expert-Comptable ONEC
Réviseur-Comptable IRC
Senior Partner

Dieudonné MAMPASI
Expert-Comptable ONEC
Réviseur-Comptable IRC
Associate Partner

Le 03 avril 2017



AUDITOR'S REPORT

OPINION REPORT OF THE EXTERNAL AUDITOR ON THE FINANCIAL STATEMENTS FOR THE FINANCIAL YEAR ENDING 31 DECEMBER 2016

AT THE ANNUAL GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS OF TMB S.A.

To the Shareholders of Trust Merchant Bank,

In accordance with the assignment entrusted to us by your General Meeting, we will present our report of opinion for the year ended 31 December 2016 on:

- the certification of the annual financial statements of TRUST MERCHANT BANK S.A. (TMB);
- the specific checks and information required by law

I. CERTIFICATION OF THE ANNUAL ACCOUNTS

OPINION WITHOUT RESERVE

We have audited the annual financial statements of TRUST MERCHANT BANK S.A. as at 31 December 2016, including the balance sheet, income statement, cash flow statement, statement of changes in shareholders' equity as well as notes to the consolidated financial statements.

In our opinion, the annual financial statements are regular and genuine and give a faithful representation of the results of the operations of TRUST MERCHANT BANK at 31 December 2016, as well as its financial performance and cash flows for the year ended at that same date, in accordance with the Accounting Guide for Credit Institutions (in French 'GCEC').

FOUNDATION OF OPINION

We conducted our audit in accordance with the International Standards on Auditing (ISA). Our responsibilities under these standards are described in more detail in the section "Responsibility of the External Auditor for the Certification of the Annual Financial Statements" of this report. We are independent of the company in accordance with the Code of Ethics of

Accounting Professionals of the International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA) and those of the Statutory Auditors and we have satisfied the other ethical responsibilities falling to us under these rules. We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to support our opinion.

KEY POINTS OF CONTROL

Key audit matter (KEY AUDIT MATTERS) are those areas that we believe were the most important when reviewing the financial statements for the current period. These issues were addressed in the context of the audit of the financial statements taken as a whole and in the formation of our opinion thereon. We do not express a separate opinion on these points.

RESPONSIBILITY OF THE BOARD OF DIRECTORS ON THE FINANCIAL STATEMENTS

The preparation of the accounts and financial statements is the responsibility of the Board of Directors of the Bank. It is responsible for the preparation and accurate presentation of the annual financial statements in accordance with the

accounting rules and methods laid down in the Accounting Guide for Credit Institutions, as well as for the internal audit it considers necessary to enable the preparation of the annual financial statements that do not contain any material misstatement, whether due to fraud or errors.

In preparing the annual financial statements, it is the responsibility of the Board of Directors to evaluate the ability of the Company to continue to operate, if applicable to provide information on the continuity of operations and to apply the basis for business continuity unless the Board of Directors intends to put the company in liquidation or to cease operations or if there is no alternative realistic alternative available to it.

The Board of Directors is responsible for overseeing the Bank's financial reporting process.

RESPONSIBILITY OF THE EXTERNAL AUDITOR FOR THE CERTIFICATION OF THE ANNUAL FINANCIAL STATEMENTS

Our objectives are to obtain reasonable assurance that the annual financial statements taken as a whole do not contain material misstatement, whether due to

fraud or error, and to issue a certification report containing our opinion. Reasonable assurance is a high level of assurance that does not guarantee that an audit performed in accordance with ISA standards will always detect any material misstatement. Anomalies may arise from fraud or result from errors and are considered significant

when it is reasonable to expect that, individually or cumulatively, they may influence the economic decisions that users of the annual financial statements take based on these.

II. VERIFICATIONS AND SPECIFIC INFORMATION

In accordance with instruction No. 19 of the Central Bank of Congo and issued to credit institutions and microfinance institutions, we have also verified that:

- TMB has put a system in place to prevent fraud, manipulation and errors likely to affect the quality of the internal control system; to prevent it from being involved unwittingly in financial transactions connected with illicit activities or likely to undermine its reputation or to undermine the reputation of the profession;
- The information system in place is efficient, ensures the reliability of financial transactions, secures the audit trail and is based on accounting and information control procedures;

- TMB has complied with all the prudential management standards mandated by Instruction No. 14 of the Central Bank of Congo as well as the classification and provisioning of loans in accordance with Instruction No. 16 of the Central Bank of Congo.

We have also carried out the specific verifications required by law.

We have no observations to make as to the accuracy and consistency of the annual financial statements and the information provided in the Board of Directors' report or in the documents addressed to shareholders on the financial position and the financial situation and annual financial statements.

We have no knowledge of any infringement of the provisions of the Uniform Act of the OHADA Treaty relating to the law of commercial companies and the economic interest grouping, the Banking Law of 2002 or Law No. 4/016 of 19 July 2004 on combatting money laundering and the financing of terrorism.

The shareholder responsible for the auditing task in the terms of which this External Auditor's Report is issued is Mr Danny NKUVU.

THE EXTERNAL AUDITOR, MGI STRONG NKV

REPRESENTED BY

Danny NKUVU
Expert-Accountant ONEC
Auditor-Accountant IRC
Senior Partner

Dieudonné MAMPASI
Expert-Accountant ONEC
Auditor-Accountant IRC
Associate Partner

03 April 2017

THE NETWORK



LE RÉSEAU



80

LE BUREAU DE
REPRÉSENTATION À BRUXELLES

80

LES BANQUIERS
CORRESPONDANTS

81

THE BRUSSELS
REPRESENTATIVE OFFICE

81

CORRESPONDENT BANKS

82

LE RÉSEAU
D'AGENCES ET GUICHETS
THE NETWORK OF BRANCHES
AND SUB-BRANCHES

82

LA TMB ET LES MÉDIAS SOCIAUX
TMB AND SOCIAL MEDIA



LE RÉSEAU

DE LA TMB ET SES CORRESPONDANTS

LE BUREAU DE REPRÉSENTATION À BRUXELLES

UN NOUVEAU LIEU POUR UN ACCUEIL OPTIMAL

Coordonnées du bureau de représentation de Bruxelles :

Trust Merchant Bank
Bureau de représentation

78, rue Defacqz / boîte 9 (4^e étage)
B- 1060 Bruxelles

+32 (0)2 511 00 02

+32 (0)2 511 40 02

brussels@tmb.cd

La TMB reçoit ses clients dans son bureau de représentation de Bruxelles depuis 2011. Au mois d'août 2016, celui-ci a investi de nouveaux locaux spacieux, modernes et facilement accessibles, au cœur de la capitale européenne.

Le bureau de représentation a été constitué en succursale de droit belge (statuts publiés au Moniteur belge le 9 décembre 2010), la TMB étant la première banque de droit congolais à obtenir l'agrément des autorités bancaires et financières belges pour le créer.

Le bureau de représentation assure la liaison entre la banque et ses clients et partenaires établis en Belgique ou ailleurs en Europe.

"A Bruxelles, comme dans tout le réseau TMB, le service à la clientèle est notre priorité. En assurant la liaison avec les différents départements de la banque au Congo, nous mettons tout en œuvre pour répondre aux besoins de nos clients et trouver des solutions aux questions qu'ils soulèvent", précise Carine Douenias, responsable du bureau de représentation de Bruxelles.

Le bureau reçoit, informe et conseille les personnes et sociétés qui veulent s'installer en RDC.

Il présente les activités, services et produits de la banque en participant à différents événements: forums d'investissements, préparation à des missions économiques en RDC, séminaires d'informations socio-économiques, tables rondes économiques sur l'Afrique subsaharienne, business forum à la rencontre d'entreprises, divers événements organisés par l'ambassade de la RDC, etc. Ce faisant, le bureau contribue également à faire connaître le système bancaire congolais et à promouvoir le secteur privé congolais et les opportunités d'affaires qu'offre le pays.

En 2016, la TMB a soutenu et participé à diverses manifestations culturelles organisées à Bruxelles par des structures actives au Congo ou mettant en avant le pays: représentation théâtrale au profit de l'association "En avant les enfants", concert des jeunes talents de Musica Mundi proposé par le Rotary Club Brussel-Bruxelles Atomium, projection en avant-première du documentaire "Congo, les berges d'un fleuve", etc.

LES BANQUIERS CORRESPONDANTS

La TMB dispose d'un réseau de correspondants internationaux de premier ordre.

BELGIQUE

ING BELGIUM

KBC BANK

FRANCE

BRED Banque Populaire

ROYAUME-UNI

CITIBANK LONDON

ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

CITIBANK NEW YORK

AFRIQUE DU SUD

NEDBANK LIMITED

RAND MERCHANT BANK

KENYA

KENYA COMMERCIAL BANK

MAURICE

MAURITIUS COMMERCIAL BANK

BANK ONE (MAURITIUS)



THE NETWORK

OF TMB AND ITS CORRESPONDENTS

BRUSSELS REPRESENTATIVE OFFICE

A NEW LOCATION FOR THE BEST POSSIBLE RECEPTION

TMB has been receiving its clients at its representative office in Brussels since 2011. During August 2016, TMB invested in a new spacious and modern office which is easily accessible, right at the heart of the European capital.

When the representative office was established as a branch incorporated in compliance with Belgian law (status published in the Belgian Official Gazette on 9 December 2010), TMB became the first Congolese bank to obtain permission from the Belgian banking and financial authorities to operate in Belgium.

The representative office ensures the link between the Bank and its clients and partners in Belgium and elsewhere in Europe.

"Here in Brussels, just like everywhere else in our network, customer service is TMB's priority. By ensuring the link with all of the Bank's different departments in Congo, we do everything we can to respond to our customers' needs and to find the answers to the questions they ask us", explains Carine Douenias, manager of the Brussels Representative Office.

The office receives, informs and advises people and companies wishing to establish themselves in DRC.

TMB's Brussels Representative Office presents the Bank's activities, services and products and participates in several events: investment forums, preparations for economic missions to the DRC, conferences covering socio-economic issues, round tables about the Sub-Saharan economies, business forums for entrepreneurs, different events organised by the DRC's embassy, and so and so forth. In doing so, the office contributes equally to making the Congolese banking system better known and promoting the Congolese private sector and the business opportunities the country offers.

In 2016, TMB supported and participated in several cultural events organised in Brussels by Congolese organisations, putting the country in the spotlight: a theatre play for the organisation "En avant les enfants", a concert featuring the young talent of Musica Mundi hosted by the Rotary Club Brussel-Bruxelles Atomium, the preview screening of the documentary "Congo, les berges d'un fleuve", amongst other events.

Details of the Brussels Representative Office:

Trust Merchant Bank
Representative Office

📍 78 Rue Defacqz / boîte 9 (4th floor)
B- 1060 Brussels

☎ +32 (0)2 511 00 02

📠 +32 (0)2 511 40 02

✉ brussels@tmb.cd

CORRESPONDENT BANKS

TMB offers a first class network of international correspondent banks.

BELGIUM

ING BELGIUM
KBC BANK

FRANCE

BRED Banque Populaire

UNITED KINGDOM

CITIBANK LONDON

UNITED STATES OF AMERICA

CITIBANK NEW YORK

SOUTH AFRICA

NEDBANK LIMITED
RAND MERCHANT BANK

KENYA

KENYA COMMERCIAL BANK

MAURITIUS

MAURITIUS COMMERCIAL BANK
BANK ONE (MAURITIUS)



LE RÉSEAU

D'AGENCES ET GUICHETS

Situation à fin mai 2017
Actualisation permanente sur www.tmb.cd

LUBUMBASHI

LUBUMBASHI

SIÈGE SOCIAL - ATM

1223, avenue Lumumba

Centre ville

☎ 099 702 3000

MOERO - ATM

761, avenue Moero - Centre ville

☎ 097 001 1206

LOMAMI - ATM

786, avenue Lomami - Centre ville

☎ 099 300 8010

PNC-VILLE

Croisement des avenues

Sendwe et Tabora - Centre ville

☎ 097 002 0005

PLANET HOLLYBUM - ATM

Agence **TMB Plus**

975, avenue Kilela-Balanda

Kimwambwa

☎ 097 001 1207

STADE TP MAZEMBE

2100, avenue des Sports -

Kamalondo

☎ 097 001 1214

RUASHI

5415, chaussée de Kasenga

Ruashi

☎ 097 001 1224

HYPER PSARO CARREFOUR ATM

1, avenue Luvungi - Kampemba

☎ 097 606 0977

SNCC

115, avenue Lumumba

Place de la Gare - Kampemba

☎ 097 001 1209

LA PLAGE - ATM

Route du Golf - Golf

☎ 099 300 8200

GRAND KARAVIA - ATM

Agence **TMB Plus**

55, route du Golf - Golf

☎ 099 300 8160

GALERIE AZZAS

20, avenue Mukuntu

Golf Plateau Karavia - Annexe

☎ 081 709 9937

LA LUANO

Aéroport de La Luano - Annexe

☎ 097 001 1208

KINSHASA

KINSHASA - SIÈGE - ATM

1, place du Marché - Gombe

☎ 081 756 2771

BOULEVARD - ATM

42A, boulevard du 30 juin

Gombe

☎ 081 830 9705

HÔTEL DU GOUVERNEMENT - ATM

Croisement bd du 30 juin et avenue

père Boka Place Royale - Gombe

☎ 082 850 2607

GALERIE DU FLEUVE

4739, avenue de l'Équateur

Gombe

☎ 081 830 9707

MEMLING

Agence **TMB Plus**

5D, avenue de la République du

Tchad - Local 06 - Gombe

☎ 081 830 9700

MEMLING II

5D, avenue de la République

du Tchad - Local 07 - Gombe

☎ 082 850 2605

GRAND HÔTEL

4, avenue Batetela - Gombe

☎ 081 200 0033

FLEUVE CONGO HÔTEL

Agence **TMB Plus**

119, boulevard Colonel Tshatshi

Gombe

☎ 081 707 1858

HASSON & FRÈRES

Avenue des Aviateurs - Gombe

☎ 081 200 0028

BON MARCHÉ

4251, avenue Kabasele Tshamala

Barumbu

☎ 081 830 9711

SHOPRITE - ATM

11268, avenue de l'OUA

Ngaliema

☎ 081 710 1887

MA CAMPAGNE

5, chemin des Trèfles - Place

Commerciale - Ngaliema

☎ 081 710 5000

UPN

2, avenue de la Libération

Binza UPN - Ngaliema

☎ 081 710 1891

MONISHOP CENTER - ATM

150, avenue Kasa-Vubu

Kintambo

☎ 081 710 1888

VICTOIRE - ATM

3/A, avenue de la Victoire

Kalamu

☎ 081 830 9709

LIMETE

Place Commerciale - Limete

☎ 081 830 9703

HASSON & FRÈRES LIMETE

16^{ème} Rue - Limete

☎ 081 830 9713

MATETE

Immeuble Solidaire

Kinsaku 49/D - Matete

☎ 081 710 1892

NDJILI - ATM

2, avenue Mama Mobutu

Quartier 8 - Ndjili

☎ 081 706 7822

BANDUNDU

14, avenue du Parc - Basoko

☎ 081 200 0027

BENI - ATM

40, boulevard Nyamwisi

Bungulu

☎ 081 710 1882

BOMA

470, avenue Mobutu - Nzadi

☎ 081 706 7835

BUKAVU

AGENCE PRINCIPALE - ATM

133, avenue Patrice Emery

Lumumba - Ndendere - Ibanda

☎ 081 200 0025

PANORAMA HÔTEL - ATM

Agence **TMB Plus**

12, boulevard du Lac

Ndendere - Ibanda

☎ 081 706 7607

BUNIA - ATM

177, boulevard de la Libération

Lumumba

☎ 081 710 1889

BUTEMBO - ATM

75, avenue Président

de la République - Mususa

☎ 081 710 1883

FUNGURUME - ATM

Route Kolwezi

☎ 099 300 8140



THE NETWORK

OF BRANCHES AND SUB-BRANCHES

As at end of May 2017
For the current position check www.tmb.cd

GBADOLITE

25, boulevard Mobutu
(Bâtiment BCC - 2^{ème} étage)
Lite
☎ 082 977 9191

GEMENA

161, avenue Mobutu - Centre ville
☎ 081 706 8021

GOMA

AGENCE PRINCIPALE - ATM

20, avenue Karisimbi
Les Volcans
☎ 081 993 7026

AGENCE

20, avenue Karisimbi
Les Volcans
☎ 081 993 7025

IHUSI - ATM

Avenue Vanny Bishweka
Boulevard Kanyamuhanga
Les Volcans
☎ 081 200 0023

JAMBO SAFARI

360, avenue Walikale
Les Volcans
☎ 081 830 9820

MAIRIE

23, avenue Karisimbi - Mikeno
☎ 081 707 4990

IHUSI HÔTEL - ATM

116, avenue Corniche - Boulevard
Kanyamuhanga - Les Volcans
☎ 081 710 1885

KALEMIE

26, avenue Lumumba - Katakani
☎ 099 100 4130

KAMINA

25, avenue Lumumba
Centre Urbain
☎ 081 710 1884

KANANGA

Boulevard Lumumba - Malandji
☎ 081 830 9880

KASUMBALESA

Bâtiment KBP - Frontière
Kasumbalesa
☎ 097 001 1145

KENGE

Boulevard Lumumba - Masikita
☎ 081 710 1890

KILWA

1, avenue Laurent-Désiré Kabila -
Administratif
☎ 099 300 8150

KINDU - ATM

105, boulevard du 4 janvier
Kasuku
☎ 081 200 0026

KISANGANI - ATM

1, avenue de la Radio - Makiso
☎ 081 710 1881

KOLWEZI

AGENCE PRINCIPALE - ATM

113, avenue Kamba - Dilala
☎ 099 300 8110

AGENCE

41, avenue Kamba - Dilala
☎ 081 906 4901

LIKASI - ATM

30/32, avenue Lumumba
Centre ville
☎ 099 300 8120

LODJA

1, avenue Otema W'Osanto
Diocèse de Tshumbe
Procure de Lodja - Lokenya
☎ 081 706 7833

MATADI

AGENCE PRINCIPALE - ATM

5, avenue Vivi - Ville basse
☎ 081 200 0022

PORT SEC AIDEL-TICOM (LEDYA)

6497, avenue Ango-Ango
Kinkanda
☎ 081 711 8483

MBANDAKA

109, avenue Bonsomi - Wangata
☎ 081 200 0024

MBUJI-MAYI - ATM

1, boulevard Laurent-Désiré Kabila
Masanka
☎ 081 710 1880

MUANDA

700, avenue du Commerce
Océan
☎ 081 200 0015

MWENE-DITU

SNCC - Avenue des Rails
☎ 081 706 7828

UVIRA - ATM

1, avenue du Congo - Kimanga
☎ 081 710 1886

GUICHETS POLICE ET ARMÉE POLICE AND ARMY SUB-BRANCHES

Lubumbashi

- PNC-Ville
(également accessible au public)
- Camp Bel Air
(guichet temporaire)

Kinshasa

- EMG - Etat-Major Général
- Camp Kokolo
- Circo - Commissariat Général
de la PNC
- Camp Lufungula
- Camp Kabila
- LNI - Légion Nationale
d'Intervention
- + 5 guichets temporaires

Bukavu

- PNC Bukavu

Kamina

- Camp militaire de Kamina
(guichet temporaire)

Mbanza-Ngungu

- Mbanza-Ngungu
(guichet temporaire)

Muanda

- Base de Kitona

GUICHETS DÉDIÉS À LA CLIENTÈLE INSTITUTIONNELLE INTERNATIONALE SUB-BRANCHES EXCLUSIVELY FOR INTERNATIONAL INSTITUTIONAL CUSTOMERS

Beni

Bukavu

Bunia

Goma

Kalemie

Kinshasa (2)

Kisangani

Uvira

BRUXELLES BUREAU DE REPRÉSENTATION BRUSSELS REPRESENTATIVE OFFICE

78, rue Defacqz boîte 9
1060 Bruxelles - Belgique
☎ +32 2 511 00 02



LA TMB

ET LES MÉDIAS SOCIAUX

RESTONS CONNECTÉS!

La TMB est constamment en quête d'innovation pour être au plus proche de ses clients et les fédérer autour de ses produits, événements et nouveautés. Qualité de service, expertise, réponses accessibles et précises, conseils personnalisés sont les attentes légitimes des clients, rencontrées en agence. La TMB veut poursuivre cette expérience en dehors de ses murs et les médias sociaux lui en donnent la possibilité.

Le site Internet de la TMB et ses comptes sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter ou Instagram regorgent d'informations et permettent, pour certains, de dialoguer avec des agents qui répondent en temps réel.

Au départ d'un smartphone, d'une tablette ou d'un ordinateur, le monde de la TMB est accessible en quelques clics. Que l'on soit à la recherche de précisions sur les produits et services de la banque, d'horaires d'ouverture, de news sur les nouvelles agences, sur les associations soutenues, sur les événements organisés... chacun trouvera ce qu'il recherche en parcourant le fil d'actualités des différents médias.

Tout le monde peut s'inscrire à la newsletter de la banque. Celle-ci apporte à ses abonnés de nombreux renseignements. Publiée périodiquement, elle constitue également le canal exclusif de diffusion des offres d'emploi à la TMB.



[www.facebook.com/
TrustMerchantBank/](http://www.facebook.com/TrustMerchantBank/)



[www.instagram.com/
trustmerchantbank/](http://www.instagram.com/trustmerchantbank/)



twitter.com/TMB_CD

TMB AND SOCIAL MEDIA

LET'S STAY CONNECTED!

TMB is always seeking for innovative ways to be as close as possible to our customers and to unite them around our products, events and news. High quality service, expertise, precise and understandable answers, and personalised advice are all legitimate expectations of our clients, and are enjoyed by clients in our branches. TMB strives to continue that experience outside of its buildings and social media gives the Bank that opportunity.

TMB's internet site and its accounts on social media such as Facebook, Twitter, and Instagram are brimming with information and make it possible for clients to chat with agents who reply in real time.

When using a smartphone, tablet, or computer, the world of TMB is accessible with just a few clicks. Whether you are looking for details about our products and services, opening times, news about new branches, about organisations we support, about events we sponsor... everybody will find what they are looking for by searching through content on our various social media sites.

Anyone can subscribe to the Bank's newsletter, which provides readers with a multitude of information. This newsletter is published regularly and it is the only channel where vacancies at TMB are listed.

Editeur responsable
Published by

Direction générale de la TMB
General Management of TMB

Contact

Le département Marketing de la TMB
Marketing Department of TMB
Isabelle Duvigneaud
idu@tmb.cd

Conception et mise en page
Design and Layout

Kramik sprl
www.kramik.be

Texte et édition
Text and editing

Hélène Delescaille, Youssef Mernissi
& le département Marketing de la TMB
& the Marketing Department of TMB

Artiste peintre
Artwork

Raymond Tsham Mateng Lomami
Les oeuvres publiées dans ce rapport
annuel sont la propriété de la TMB.
Artworks published in this annual
report are the property of TMB.

Photos
Photographs

Monique Stauder
Mustache Mupwany
Kris Pannecoucke
Les photos publiées dans ce rapport
annuel sont la propriété de la TMB.
Photographs published in this annual
report are the property of TMB.

Nisian Hugues
Photo gracieusement mise à
disposition par Malaika.
Photo courtesy of Malaika.

Impression
Printed by

Graphius, Belgium

© TMB, mai 2017
www.tmb.cd

