

BANCO SANTANDER CENTRAL HISPANO, S.A.

Adquisición de ciertos negocios de ABN AMRO Holding, N.V. (“ABN AMRO”) por un precio aproximado de 19.900 millones de euros

29 de mayo de 2007

Resumen

Banco Santander Central Hispano, S.A. (“**Santander**”), junto con The Royal Bank of Scotland Group plc (“**RBS**”), Fortis N.V. y Fortis S.A./N.V. (“**Fortis**”) (conjuntamente, los “**Bancos**” e, individualmente cada uno de ellos, un “**Banco**”), ha anunciado una propuesta de Oferta (la “**Oferta**”) sobre la totalidad de las acciones ordinarias de ABN AMRO.

Los Bancos proponen ofertar 30,40 euros en metálico y 0,844 acciones de RBS por cada acción ordinaria de ABN AMRO, lo cual equivale a 38,40 euros por acción ordinaria de ABN AMRO¹. La contraprestación total de la Oferta propuesta para los accionistas de ABN AMRO ascendería en consecuencia a un importe de 71,1 millardos de euros².

El anuncio efectuado por los Bancos en el día de hoy contiene más información sobre la propuesta de Oferta.

Tras la ejecución de la Oferta propuesta, Santander adquirirá los siguientes negocios principales de ABN AMRO (conjuntamente, los “**Negocios de ABN AMRO**”):

- Unidad de Negocio de Latinoamérica (excluyendo clientes mayoristas fuera de Brasil) incluyendo, en particular, Banco Real (“**Real**”) en Brasil;
- Banca Antonveneta (“**Antonveneta**”) en Italia; y
- Interbank y DMC Consumer Finance (“**Interbank**”), un negocio especializado en crédito al consumo en Holanda.

Se espera que a Santander le corresponda satisfacer un importe aproximado de 19,9 millardos de euros², esto es, aproximadamente un 27,9% de la contraprestación total de la Oferta propuesta. De dicho importe, la parte de la contraprestación atribuible a los Negocios de ABN AMRO alcanzará aproximadamente 18,9 millardos de euros², mientras que el resto constituirá aquella parte de la contraprestación atribuible a la participación de Santander en los activos de ABN AMRO que se compartirán entre los bancos. Tales activos (que incluyen la cartera de capital riesgo de ABN AMRO,

¹ Importe determinado sobre la base de un precio por acción de RBS de 642,5 peniques vigente al cierre de mercado el pasado 25 de mayo de 2007 y un tipo de cambio de 0,6780 peniques de libra esterlina por euro, tal y como publicado en el Financial Times de 26 de mayo de 2007 e incluye una retención por importe de un (1) euro en metálico que se retendría por los Bancos pendiente del resultado de la situación de LaSalle. Los términos de la Oferta propuesta excluyen el dividendo a cuenta de ABN AMRO correspondiente al ejercicio 2007, y cuyo importe se estima en 0,55 euros. Para mayor detalle, incluyendo la definición de la situación de LaSalle, véase el Anexo I, *Other Proposed Offer Details*, del anuncio -en inglés- relativo a la propuesta de Oferta efectuado por los Bancos en el día de hoy).

² Importe determinado sobre la base del número de acciones sin dilución, tal y como resulta del Anexo IV, del anuncio -en inglés- relativo a la propuesta de Oferta efectuado por los Bancos en el día de hoy y sobre la base de un precio por acción de RBS de 642,5 peniques vigente al cierre de mercado el pasado 25 de mayo de 2007.

sus participaciones en Capitalia y en Saudi Hollandi y Prime Bank) serán gestionados para maximizar su valor.

Los Bancos están trabajando conjuntamente con el fin de elaborar un plan completo para la reestructuración de ABN AMRO, que se espera genere los beneficios previstos de la operación minimizando a la vez el riesgo de ejecución. Dada la amplia experiencia en escisiones e integraciones con la que cuenta cada uno de los Bancos, así como su acreditado historial en la obtención de ahorros de costes y generación de ingresos en anteriores adquisiciones, tenemos plena confianza en que ese plan se implementará exitosamente.

Se estima que los Negocios de ABN AMRO generaron conjuntamente en 2006 un beneficio antes de impuestos de aproximadamente 1,55 millones de euros¹, o un 31% del beneficio de ABN AMRO antes de impuestos en 2006, excluyendo la depreciación de los activos intangibles de Antoveneta y los ingresos derivados de los negocios a compartir.

Explicación estratégica

Creemos que la Oferta propuesta tiene unos fundamentos estratégicos de peso para Santander, por los siguientes motivos:

- La adquisición de los Negocios de ABN AMRO aumentará nuestra exposición a mercados atractivos que conocemos bien y respecto de los cuales hemos desarrollado las herramientas necesarias para actuar eficazmente en los mismos;
- Los Negocios de ABN AMRO tienen un significativo potencial de crecimiento;
- Tenemos confianza en nuestra capacidad para aportar valor añadido a los Negocios de ABN AMRO mediante el desarrollo de nuestro modelo de banca comercial global y minorista, mediante la implantación de nuestras propias plataformas tecnológicas y la generación de sinergias; y
- Disponemos de un sólido historial en la integración de negocios tanto en Europa como en Latinoamérica. Como resultado, consideramos que el riesgo derivado de la integración de los Negocios de ABN AMRO es relativamente bajo.

Beneficios de la operación

En conjunto, las sinergias esperadas en relación con adquisición de los Negocios de ABN AMRO ascienden a los siguientes importes:

<i>(importes en millones de euros)</i>	Sinergias en Ingresos Netos	Sinergias en Costes	Total sinergias
--	------------------------------------	----------------------------	------------------------

¹ Estas estimaciones han sido calculadas sobre la base de las Cuentas e Informe Anual de ABN AMRO correspondientes al ejercicio 2006, ajustándolas por razón de determinados costes de reestructuración y otras partidas no recurrentes así como con las estimaciones de los propios Bancos. Dado que la reestructuración del Grupo ABN AMRO descrita en el anuncio -en inglés- relativo a la propuesta de Oferta efectuada por los Bancos en el día de hoy no corresponde exactamente con las distintas Unidades de Negocio utilizadas en tales Cuentas e Informe Anual de ABN AMRO correspondientes al ejercicio 2006, las estimaciones referidas en el texto no han sido auditadas y podrían en consecuencia no resultar exactas. Cualesquiera inexactitudes podrán, en determinadas circunstancias, una vez concluida la Oferta propuesta, ser abordadas conforme a los términos de los acuerdos entre los Bancos, pero no afectarán a los términos de la Oferta propuesta. Puede encontrarse un mayor detalle sobre el cálculo de estas cifras en el Anexo IV del anuncio -en inglés- relativo a la propuesta de Oferta efectuada por los Bancos en el día de hoy.

Unidad de Negocio Latinoamérica	110	700	810
Banca Antonveneta	60	150	210
Financiación al Consumo	5	5	10
Total	175	855	1.030

Reestructuración

Una vez ejecutada la Oferta propuesta, se procederá a la reestructuración de ABN AMRO incluyendo la segregación ordenada de los Negocios de ABN AMRO de la propia ABN AMRO. Creemos que podemos integrar con éxito en la estructura de nuestro Grupo tanto a Real en Brazil como a Antonveneta en Italia. Hemos llevado a cabo con éxito distintas operaciones similares, incluyendo la integración de Santander Mexicano y Serfin, Santander Chile y Banco Santiago, Santander Brasil y Banespa, Totta en Portugal y Abbey en el Reino Unido. En todos los casos, hemos creado unidades integradas más sólidas, dotadas de una mayor eficacia operativa y mejores capacidades comerciales.

La reestructuración supondrá también la separación ordenada de aquellas unidades del negocio de ABN AMRO que corresponden a Fortis y RBS, así como de los activos compartidos de ABN AMRO, que no han sido atribuidos a ninguno de los Bancos y que se espera sean enajenados a lo largo del tiempo con el objetivo de maximizar su valor.

Financiación

Esperamos financiar aproximadamente un 51% de nuestra parte de la contraprestación correspondiente a la Oferta propuesta mediante optimización del balance (incluyendo mediante el apalancamiento del balance, mayor uso de titulizaciones y enajenaciones de activos), con un objetivo para el ratio de *core Tier I* del 5,3%. Con el tiempo, esperamos que nuestro ratio de *coreTier I* vuelva a situarse en un nivel cercano al 6%.

Esperamos financiar el resto de la contraprestación ofrecida (49%) a través de la emisión de obligaciones convertibles en acciones y una ampliación de capital.

Efecto en el BPA (Beneficio por Acción)

Sobre la base de la estructura de financiación señalada anteriormente, esperamos que la operación produzca un efecto positivo en nuestro BPA desde el primer año. En concreto esperamos que el impacto en nuestro BPA sea de +1,3% en 2008, +3,8% en 2009, y + 5,3% en 2010.

Acuerdos con Fortis y RBS

Tras la ejecución de la Oferta propuesta y durante el período transitorio mientras se completa la reestructuración, ABN AMRO será una filial indirecta de RBS, y será de propiedad conjunta de los Bancos a través de su sociedad vehículo constituida para la adquisición, RFS Holdings N.V. (“RFS Holdings”). RBS liderará el proceso de reorganización ordenada de ABN AMRO que llevarán a cabo los Bancos y asumirá la responsabilidad principal de garantizar que ABN AMRO es gestionada, desde que culmine la Oferta propuesta, conforme a todas las obligaciones de carácter regulatorio que resulten de aplicación.

Fortis, RBS y Santander han suscrito un acuerdo en relación con la propuesta de Oferta por ABN AMRO, sus participaciones en RFS Holdings y la reestructuración prevista de ABN AMRO.

Los Negocios de ABN AMRO

Unidad de Negocio de Latinoamérica

Resumen de los negocios

ABN AMRO ha estado presente en Brasil desde 1917 y, mediante la adquisición del Banco Real y Bandepe (1998), Paraiban (2001) y Sudameris (2003), ha alcanzado una sólida posición en ese mercado. En la actualidad ABN AMRO actúa en el mercado brasileño bajo la marca Real. Real constituye hoy en día un banco que integra plenamente banca mayorista y minorista que cubre todo el país con más de 1.900 oficinas y 8.700 cajeros automáticos.

Además, la banca privada de Real (Real Van Gogh) se dirige a clientes “affluent” (de renta alta) en todo Brasil. Asimismo, y en materia de crédito al consumo, ABN AMRO Aymoré mantiene relaciones con más de 15.000 concesionarios de vehículos a los que facilita servicios de financiación de vehículos, a la vez que desarrolla otros productos de financiación al consumo en todo Brasil.

Explicación estratégica

- Tal y como se anunció en el marco de nuestra Jornada del Inversor sobre Latinoamérica (*Latin America Investor Day*), consideramos que los sistemas bancarios latinoamericanos se están beneficiando de un menor riesgo y una mayor estabilidad, un alto crecimiento económico y una mayor demanda de productos y servicios bancarios, factores todos ellos que, conjuntamente considerados, sugieren la necesidad de una mayor inversión.
 - El índice de penetración de productos tales como hipotecas, depósitos para minoristas o fondos de inversión es bajo comparado con estándares internacionales. De hecho, dentro de los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China) Brasil constituye el mercado con menor penetración de productos bancarios en términos de porcentaje de su Producto Interior Bruto. Creemos que los mercados de estos productos están llamados a crecer de forma espectacular con el desarrollo de la economía brasileña y la disminución del coste del crédito.
 - Consideramos que no existe ninguna otra zona económica de gran tamaño que ofrezca la misma combinación de capacidad de crecimiento económico y demográfico, sólidos sistemas bancarios y baja penetración de productos y servicios bancarios. Consideramos igualmente que la oportunidad de crecimiento en ingresos que existe actualmente en Brasil será cada vez menos frecuente en el panorama bancario internacional.
 - Además, en la actualidad la economía brasileña se beneficia de una combinación de políticas fiscales y monetarias sólidas y de un entorno económico global favorable.
 - Como resultado, Brasil ha venido teniendo un superávit fiscal primario y por cuenta corriente. Ello ha supuesto un aumento en la confianza en los mercados de capitales brasileños y ha permitido la emisión de deuda en moneda local a largo plazo e interés fijo. Por tanto Brasil está construyendo una curva de tipos

de interés en moneda local tradicional que reduce la dependencia de fuentes externas de financiación. Esto reduce a su vez la vulnerabilidad de Brasil en caso de deterioro global o corrección brusca en los mercados financieros. En consecuencia, consideramos que Brasil podría obtener la calificación de *investment grade* en un futuro próximo.

- Brasil es un mercado que conocemos bien

Nuestra presencia en Brasil se remonta a muchos años atrás. Hemos adquirido diversos bancos en Brasil (Banco Geral en 1997, Banco Noroeste en 1998, Banco Meridional en 2000 y Banespa en 2000). A lo largo de los últimos diez años hemos integrado con éxito cada una de estas entidades en el negocio de Santander en el mercado brasileño.

- Real es una franquicia atractiva, que a la vez es muy complementaria con el negocio actual de Santander en Brasil
 - Real dispone de una excelente marca en Brasil, con una amplia red de distribución. Por sí misma, Real es la cuarta mayor entidad bancaria por volumen total de préstamos, depósitos e ingresos.
 - La combinación de Banespa y Real supondrá la creación de una entidad bancaria líder en Brasil, segunda en volumen de depósitos, tercera en tamaño de red (con más de 3.700 sucursales y puntos de atención bancaria), tercera en volumen total de préstamos, y cuarta en ingresos.
 - Esta posición se traducirá en economías de escala, una mayor capacidad comercial y una ventaja competitiva en lo que en definitiva constituye un negocio intensivo en distribución.
 - La nueva entidad estará a la par con Bradesco e Itaú en términos de cuota de mercado e infraestructura.
 - Real complementará los negocios actuales de Santander en Brasil:
 - Desde un punto de vista geográfico, la entidad resultante de la integración constituirá una potencia en el Sur/Sureste de Brasil, el eje económico del país. Como se desprende del cuadro incluido a continuación, esta entidad ostentará cuotas de mercado del 20% en São Paulo, 13% en Río de Janeiro, 11% en Rio Grande do Sul y del 9% en Minas Gerais.
 - En el Sur/Sureste (que constituye la fuente del 64% del Producto Interior Bruto de Brasil) la cuota de mercado de la nueva entidad será del 16%. Además, Real supondrá la presencia de Santander en zonas en las que en la actualidad Santander tienen proporcionalmente una menor presencia, tales como Río de Janeiro y Minas Gerais, mientras que por su parte Santander dispone de una fuerte presencia en otras zonas en las que la presencia de Real es menor, tales como Rio Grande do Sul.

Cuota de Mercado (Sucursales) por Región:

Región	% de PIB	Cuota de Mercado (Santander)	Cuota de Mercado (Real)	Cuota conjunta
São Paulo	34%	13%	7%	20%
Río de Janeiro	13%	3%	10%	13%
Minas Gerais	10%	2%	7%	9%

Rio Grande do Sul	8%	8%	2%	11%
Subtotal	64%	9%	7%	16%
Total Brasil	100%	6%	6%	12%

- Santander Brasil y Real tienen asimismo un mix de negocios complementario: Real es más fuerte que Santander en áreas tales como segmento de mercado masivo (*mass market*), préstamos al consumo y PYMEs, mientras que Santander es más fuerte que Real en áreas tales como rentas altas (*affluent*) y banca corporativa/de negocios.

Desglose de Préstamos por Segmento de Clientes:

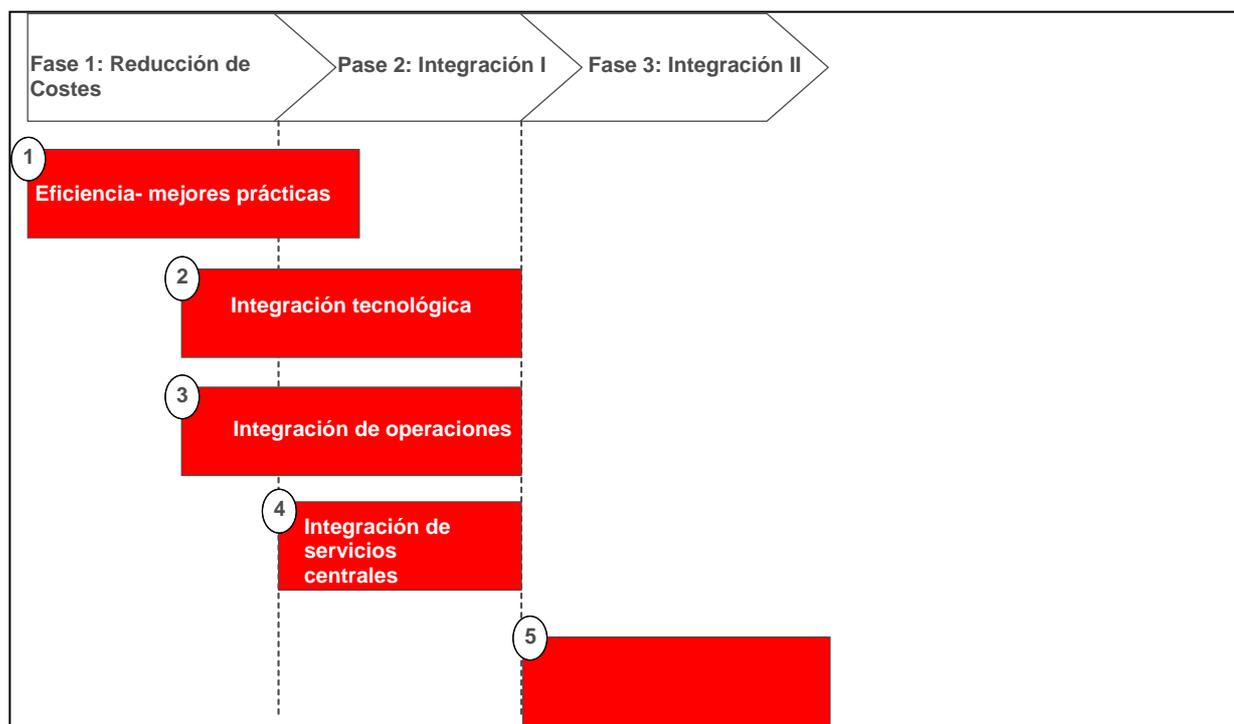
Segmento	Santander	Real
Tarjetas & Préstamos al Consumo	34%	44%
PYMEs	7%	25%
Empresas	32%	19%
Grandes empresas	24%	8%
Hipotecas	3%	4%

- Creemos que esta operación proporcionaría un complemento ideal para nuestra presencia actual en Latinoamérica. Tras la operación, dispondremos de una cuota de mercado cercana al 15% en los dos mayores mercados (Brasil y México), una cuota superior al 20% en Chile, y superior al 10% en otros mercados como Argentina, Venezuela y Puerto Rico. Nuestra cuota de mercado en la región Latinoamericana se situará entre el 10% y el 15% en todos los principales productos.

Creemos que podemos aportar un importante valor añadido a las actividades existentes de ABN AMRO en Latinoamérica. Como se ha señalado antes, la entidad resultante de la integración entre nuestro negocio en Brasil y la unidad de negocio LatAm de ABN AMRO ostentaría una cuota de mercado similar a la de Bradesco o Itaú. Sin embargo, y aun asumiendo la plena obtención de la totalidad de las sinergias anticipadas, la entidad resultante aún generaría un beneficio pro forma neto inferior en más de un 25% al beneficio neto esperado para Bradesco o Itaú.

Nuestro objetivo a medio plazo es alcanzar el mismo nivel de beneficio que generan Bradesco e Itaú mediante la obtención de sinergias en costes y la mejora de ingresos, así como mediante la inversión en el desarrollo de una marca bancaria líder en Brasil.

Sinergias de Costes y Plan de Integración



Hemos preparado un plan compuesto de 5 iniciativas claras para mejorar la eficiencia en la nueva entidad:

1. Eficiencia – “mejores prácticas”

En parte como resultado de nuestros potentes sistemas de información, el ratio entre costes administrativos (i.e. costes no atribuibles a personal) y fondos administrados (préstamos + depósitos + fondos fuera de balance) es del 1,85% en el caso de Santander Banespa, frente a un 2,24% en el caso de Real.

Consideramos que podemos acercar el ratio de Real al de Santander Banespa mediante una combinación de mejores prácticas (que esperamos poner en marcha una vez adquiramos el control de Real) y, con el tiempo, el despliegue de nuestros sistemas de información propios. Esperamos incorporar las prácticas operativas de Santander Brasil a Real antes de integrar completamente ambos bancos.

Las actuaciones previstas para mejorar las prácticas operativas incluyen:

- Racionalización de los sistemas de información y operaciones: racionalización de las operaciones bancarias y de las comunicaciones, considerando las posibilidades de *outsourcing*, cancelación de proyectos no críticos, etc.
- Gestión más controlada de los contratos para reducir costes al nivel de Santander;
- Optimización de la estructura de canales (sucursales, centros de contacto);
- Racionalización y simplificación de los productos y del marketing; y
- Optimización de plantilla, si es necesario.

Esperamos alcanzar más del 40% de las sinergias de costes previstas tan sólo acercando las prácticas operativas de Real a las de Santander Brasil.

2. Integración tecnológica

Con el tiempo, la entidad resultante de la integración operará con una única plataforma tecnológica integrada y multi-banco. Recientemente hemos culminado la migración de todos los bancos que actualmente tenemos en Brasil a una única plataforma tecnológica. Estamos convencidos de que igualmente podremos migrar las operaciones de Real a esta plataforma con escasos costes incrementales. Este objetivo es coherente con el de situar a la totalidad del Grupo Santander bajo la cobertura de una misma plataforma tecnológica no más tarde del año 2010.

3. Integración de operaciones

Igualmente integraremos las funciones de *back-office* de cada uno de los bancos. Durante la integración, las redes de ambos bancos se mantendrán separadas, al objeto de evitar alteraciones en sus actividades comerciales.

Las iniciativas previstas para alcanzar este objetivo incluyen:

- Integración del *back-office* y *outsourcing* a la Santander LatAm Factory en Sao Paulo; e
- Integración de servicios tecnológicos y de información y *outsourcing* a la Santander IT Factory en Brasil.

4. Integración de servicios centrales

Asimismo integraremos plenamente los servicios centrales de ambos bancos, incluyendo los departamentos de producto y funciones de apoyo.

Las iniciativas previstas para alcanzar este objetivo incluyen:

- Racionalización e integración de funciones de apoyo: finanzas, cumplimiento, riesgos, recursos humanos, asesoría jurídica, mantenimiento de edificios, seguridad y administración; e
- Integración de actividades globales: gestión de tesorería, mercados globales, pagos, seguro y activos.

5. Fusión completa y optimización de redes

Como parte de una plena fusión de ambos bancos, esperamos completar una optimización de la red. Tal y como se señaló anteriormente, la complementariedad geográfica de los bancos es excelente. Sin embargo, inevitablemente habrá un cierto grado de duplicidad entre ambas redes. Como consecuencia de dicha duplicidad, algunas oficinas serán cerradas y trasladadas a nuevas ubicaciones. No obstante, creemos que esto afectará a un número muy pequeño de oficinas. Nuestros estudios preliminares sugieren que en el medio plazo no se producirá reducción neta alguna en el número existente de oficinas.

Tal y como se ha señalado antes, un elemento clave de nuestra estrategia futura consiste en continuar invirtiendo en el desarrollo de la infraestructura del sistema bancario brasileño, disponiendo de una clara estrategia de crecimiento en la región. Durante los últimos dos ejercicios hemos abierto más de 350 sucursales en toda Latinoamérica. Nuestro plan consiste en continuar ampliando nuestra capacidad ya instalada al objeto de estar mejor posicionados para participar en el crecimiento estructural de los sistemas bancarios de la región.

Las iniciativas previstas para alcanzar este objetivo incluyen:

- Cierta racionalización de la estructura regional; y
- Cierta optimización de la organización comercial, unida a la adopción de una estrategia de marca única, en el momento oportuno. En la mayoría de los procesos de integración bancaria en Latinoamérica (i.e. México, Chile o Brasil) hemos mantenido marcas distintas durante períodos relativamente largos de tiempo. Todas nuestras unidades en Latinoamérica convergen ahora hacia una única marca, Santander, al objeto de beneficiarse de una misma identidad así como de las iniciativas de marketing desarrolladas a nivel de grupo.

Estamos convencidos de que la operación mejorará el servicio y la oferta de productos a nuestros clientes, generando a la vez unas mejores perspectivas de carrera para nuestro personal. Aunque sea demasiado pronto para poder facilitar estimaciones precisas, no esperamos un número significativo de bajas laborales. Se espera que cualquier reducción de empleo inicial se produzca mediante jubilaciones anticipadas o terminaciones voluntarias. Creemos que la mayoría de las bajas tendrá lugar a través de la rotación ordinaria de empleados (que alcanza aproximadamente el 20% por año en Latinoamérica).

No obstante lo anterior, nuestra estrategia consiste en continuar invirtiendo en el *front office* y reforzando nuestra estructura comercial. A lo largo de los dos últimos años, hemos sumado un número de más de 12.000 empleados netos a nuestras operaciones en Latinoamérica, resultado de mejoras de eficiencia (posibles gracias a nuestros sistemas de información) en nuestras áreas de soporte así como de fuertes inversiones en las áreas comerciales.

De forma adicional, haremos un esfuerzo para ofrecer oportunidades en otras áreas de nuestra organización al personal que desempeñe sus funciones en sectores en los que exista una clara duplicidad. Además, parte de este ejercicio de recorte de costes afectará a los contratos de *outsourcing* de Real, no afectando en ese caso a los empleados de Real.

Se prevé que la integración tenga lugar a lo largo de un período temporal de tres años, de forma que las sinergias anunciadas se vean plenamente reflejadas en la cuenta de resultados de la entidad resultante de la integración en el ejercicio 2010.

En conjunto, esperamos que estas medidas generen unas sinergias de costes por importe de 700 millones de euros no más tarde del año 2010.

Bajo riesgo de ejecución / plan de integración

Creemos que el riesgo de ejecución para Santander inherente a la operación propuesta es bajo. Santander dispone de un historial de adquisiciones muy sólido en Latinoamérica (incluyendo Brasil), habiendo integrado diversas entidades (Banco Geral do Comercio, Banco Noroeste, CF Meridional) que en la actualidad operan como un único negocio bajo la marca Santander. Todos nuestros bancos en Brasil se encuentran en la actualidad plenamente integrados y operan en la misma plataforma tecnológica. Santander Brasil cuenta con un sistema de información escalable que se espera pueda alojar con suficiente margen las operaciones de Real.

De forma adicional, durante los últimos diez años, hemos llevado a cabo diversas integraciones de considerable volumen en otras partes de Latinoamérica, incluyendo México (Santander Mexicano y Serfin) y Chile (Santander Chile y Banco Santiago).

Durante las fases iniciales de la integración descritas anteriormente, pretendemos mantener separadas las estructuras comerciales de Santander Brasil y Real, de forma que cada uno operará bajo su propia marca, mientras integramos el área operativa. Así se pretende garantizar la inexistencia de distracciones durante esta fase inicial, permitiendo que ambas organizaciones mantengan su pulso comercial. Una vez que las funciones operativas hayan sido integradas, pretendemos adoptar una decisión sobre la integración de las estructuras comerciales de ambos bancos.

Lo anterior es coherente con el método que hemos seguido en otros mercados latinoamericanos. Por ejemplo, hemos venido operando con éxito en México y Chile con dos marcas distintas durante un prolongado período de tiempo antes de adoptar la decisión de unificar las marcas.

En los años 2006 y 2007 el Grupo Santander ha hecho converger sus esfuerzos en una única marca para todos los mercados en los que opera (con muy pocas excepciones, tales como Banesto y Banif en España). En consecuencia con el tiempo esperaríamos que la entidad resultante de la integración opere bajo la marca Santander.

Sinergias de ingresos

Adicionalmente a las sinergias de costes, también esperamos generar una mejora significativa en los ingresos como resultado, fundamentalmente, de cuatro iniciativas:

1. Aprovechamiento del tamaño de la entidad resultante de la integración

Consideramos que la entidad resultante de la integración será capaz de aprovechar mejores oportunidades de crecimiento asociadas a su mayor tamaño. Creemos que la extensión de la red de distribución de la nueva entidad derivará en una mejor posición competitiva.

La red de oficinas resultante nos permitirá alcanzar una mejor cobertura del mercado brasileño, especialmente en áreas tales como Río de Janeiro y Minas Gerais. Esto nos sitúa en una mejor posición para aprovechar las oportunidades comerciales, principalmente en el mercado empresarial pero también en el mercado minorista y, en particular, en aquellas áreas del sector comercial, tales como *transactional business*, en las que una total cobertura del mercado resulta clave.

2. Extensión de las mejores prácticas

Estamos convencidos de que Real puede beneficiarse de nuestra experiencia en áreas en las que tradicionalmente hemos sido fuertes, por ejemplo en banca para rentas altas (“*affluent*”), comercialización minorista de fondos de inversión y banca de negocios. De forma similar, Santander Brasil puede beneficiarse de la fortaleza de Real en áreas tales como el segmento de mercado masivo (“*mass market*”) y el segmento de pequeñas empresas.

3. Apalancamiento del potencial comercial de los sistemas tecnológicos de Santander

Creemos que el despliegue de la plataforma tecnológica de Santander en la red de oficinas de Real mejorará su capacidad de generación de ingresos al permitir el aumento del tiempo dedicado a actividades comerciales (en detrimento de las tareas administrativas) y contribuir a la generación de información sobre la clientela (CRM - *Customer Relationship Management*).

4. Sinergias con las unidades globales de Santander

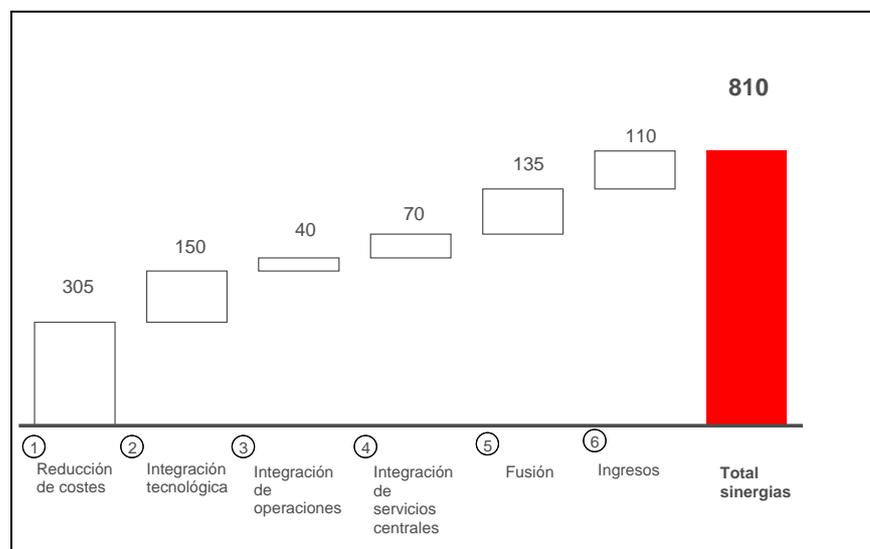
Creemos que, mediante el trabajo conjunto con las unidades globales de negocio de Santander, tales como nuestra División Global de Seguros, nuestra División Global de Gestión de Activos y nuestra División Global de Tarjetas de Crédito, Real podrá beneficiarse de mejoras significativas en su rendimiento comercial. Estas unidades globales de apoyo de Santander pueden igualmente contribuir a una gestión, control y administración más eficiente en Brasil.

Esperamos que las sinergias de ingresos alcancen al menos los 110 millones de euros, lo cual supone menos del 2% de la base consolidada de ingresos de ambas entidades.

Coste neto y beneficios en ingresos

En su conjunto, anticipamos que la operación reportará los siguientes beneficios para Santander:

- 700 millones de euros en sinergias de costes, lo que representa un 32% de la base de costes proforma para 2006, y que se alcanzará principalmente a través de la integración de las estructuras de *back-office*; y
- Ciento diez millones de euros en ingresos, equivalente a un crecimiento incremental de los ingresos de los negocios adquiridos del 3%, resultado de la optimización de la red de distribución y la puesta en común de las mejores prácticas.
- No obstante, tal y como se ha señalado anteriormente, incluso una vez obtenidas tales sinergias, se espera que la nueva entidad genere beneficios netos pro forma por valor inferior en más de un 25% al beneficio neto anticipado de Bradesco e Itaú individualmente considerado. Nuestro objetivo final sigue siendo generar al menos el mismo beneficio que Bradesco e Itaú. Creemos que este objetivo es alcanzable toda vez que la nueva entidad tendrá un tamaño similar al de dichos bancos.



(importes en millones de Euros)

Se espera que la entidad bancaria resultante de la integración tenga un ratio de costes/ingresos de aproximadamente el 55% en 2007, reduciéndose al 45% en 2009.

Banca Antonveneta

Consideramos que Antonveneta es una marca de alta calidad con significativo potencial de desarrollo. En la actualidad constituye el séptimo mayor banco en Italia por tamaño de red de distribución (descontando la operación UniCredit-Capitalia y BPER-BPM), y el sexto mayor banco en el norte de Italia (sobre la misma base), en donde se centran las actividades de este banco.

Antonveneta es un banco comercial con sede en Padua (Veneto), que si bien realiza operaciones en toda Italia se centra principalmente en el noroeste del país, principalmente en Veneto y Friuli.

La cuota de Antonveneta en el mercado de préstamos y depósitos para Italia es sólo de alrededor del 3%, pero sin embargo goza de una fuerte posición de mercado en las regiones principales donde está presente. Estamos convencidos de que la marca Antonveneta y sus 1.045 oficinas constituyen una plataforma excelente desde la que crear valor mediante el crecimiento orgánico y desarrollar un sólido negocio bancario destinado al mercado minorista en Italia. Antonveneta presenta una fuerte tendencia hacia la banca minorista, que representa aproximadamente el 80% de su cartera de préstamos. Dispone de más de un millón y medio de clientes minoristas, con 600.000 tarjetas emitidas, y 200.000 PYMEs como clientes. Al margen de una buena familia de marcas, el banco tiene una sólida cartera de PYMEs, préstamos corporativos y banca privada.

Antonveneta dispone de masa crítica en sus dos principales mercados locales, con cuotas en el mercado de depósitos que alcanzan un 8,9% en Veneto y un 6,8% en Friuli, así como una buena posición de partida en otros mercados italianos clave tales como Lazio (2,4%), Emilia Romagna (1,7%), Piamonte (1,3%) y Lombardía (1,1%). En resumen, Antonveneta dispone de posiciones destacadas en una serie de regiones que representan el 12% del Producto Interior Bruto de Italia, así como de una buena base de partida en regiones que representan otro 50% de dicho Producto Interior Bruto y que constituyen el núcleo de la economía italiana.

Antonveneta ostenta una cuota de mercado en términos de sucursales del 3,2% en Italia, con tan sólo una cuota del 2,2% en préstamos y del 2,3% en depósitos. Consideramos que Antonveneta dispone de un margen significativo para mejorar su rendimiento.

Italia comparte ciertos patrones de conducta con España y tiene áreas insuficientemente desarrollados tales como es el caso del sector de las hipotecas minoristas, crédito al consumo o de grandes bolsas de ingresos en aspectos tales como financiación de PYMEs o fondos de inversión, que permiten al sector obtener una buena rentabilidad estructural. Santander ya está presente en los sectores de crédito al consumo y banca privada en Italia. Esta experiencia de Santander confirma nuestra visión optimista del mercado italiano.

A 31 de diciembre de 2006, Gruppo Banca Antonveneta disponía de activos por valor de 51,5 millardos de euros, préstamos por importe de 36,9 millardos de euros, y depósitos por valor de 19,7 millardos de euros.

El beneficio después de impuestos ascendió a 413 millones de euros, con 192 millones de euros incluyendo la amortización de los intangibles relacionados con la compra.

Explicación estratégica

Estamos convencidos de los beneficios estratégicos de la adquisición de Antonveneta por las siguientes razones:

- Italia es un mercado atractivo:
 - En Italia percibimos oportunidades de elevados ingresos bancarios a través de la combinación de una gran reserva de ahorro y atractivos márgenes y diferenciales. Por tanto, entendemos que es un mercado en el que la banca minorista centrada con un fuerte modelo de negocio puede obtener resultados atractivos.
 - La banca italiana se ve perjudicada por la baja penetración de ciertos productos clave de banca minorista, tales como hipotecas y créditos al consumo. Los mercados de estos productos se están empezando a desarrollar en Italia, lo que ofrece una oportunidad excelente para bancos con experiencia en dichas áreas.
 - Una combinación de fuerte crecimiento de ingresos y mejoras en la eficiencia está permitiendo al sistema bancario italiano obtener un crecimiento sustancioso de los beneficios. Esta visión está confirmada por un reciente informe independiente de JP Morgan que sugiere que el BPA ajustado de los seis mayores bancos italianos crecerá más del 15%, con tres bancos alcanzando un BPA ajustado del 20%.
- Conocemos bien el mercado italiano:

Hemos tenido una presencia significativa en Italia desde la adquisición de una participación en San Paolo IMI al tiempo de su privatización. Esto nos ha proporcionado una introducción excelente en el mercado italiano y nos ha ayudado en nuestra entrada en el crédito al consumo local. Son especialmente significativas:

 - Nuestra estrecha alianza con San Paolo IMI durante 11 años. Hemos desarrollado varias *joint ventures* con San Paolo IMI, principalmente Finconsumo y AllFunds, que han proporcionado excelentes resultados;
 - Nuestras operaciones en el mercado de crédito al consumo italiano a través de Finconsumo y Unifin. En 2003, acordamos adquirir de San Paolo IMI la participación del 50% en Finconsumo de la que todavía no éramos propietarios. En enero de 2004, completamos la operación. En 2006, adquirimos el 70% de Unifin, una compañía especializada en el crédito al consumo garantizado por el salario o pensión del cliente;
 - Nuestra reciente adquisición de KBL Fumagalli Soldán, un pequeño negocio de banca privada en Italia, a KBL.
- Antonveneta es una compañía atractiva con un potencial significativo:
 - Antonveneta tiene un negocio de banca minorista fuerte, especialmente en algunas de las regiones de renta alta del norte de Italia. Creemos que está bien posicionado para aprovechar la oportunidad de crecimiento a largo plazo que ofrece el mercado italiano;
 - Creemos que Antonveneta tiene un potencial significativo y que ofrece una plataforma excelente para el crecimiento orgánico. Aunque en Italia en su

conjunto su cuota de mercado es inferior al 5%, tiene posiciones fuertes en regiones clave;

- La fortaleza en regiones clave es importante ya que es lo que tradicionalmente analizamos como base para el desarrollo de la banca minorista. En términos absolutos, el tamaño de Antonveneta es similar a Banesto y algo mayor que Santander Totta. Por tanto, creemos que tiene una masa crítica adecuada para alcanzar niveles de eficiencia y rentabilidad en línea con otros negocios de banca minorista en nuestro Grupo;
- Una vez que nuestra plataforma tecnológica escalable se haya implementado, estaremos en una posición excelente para extender nuestra presencia en Italia con un coste limitado.

Beneficios de la operación

Creemos que podemos añadir valor significativo a Antonveneta. Creemos que podemos mejorar tanto los resultados comerciales de Antonveneta como su eficiencia operativa por la generación de sinergias de costes y mejoras en los ingresos.

Sinergias de costes

Creemos que existe un potencial significativo para mejorar la eficiencia operativa de Antonveneta.

Costes como % de ingresos - 2006



Nota: Los Ingresos y costes excluyen partidas extraordinarias

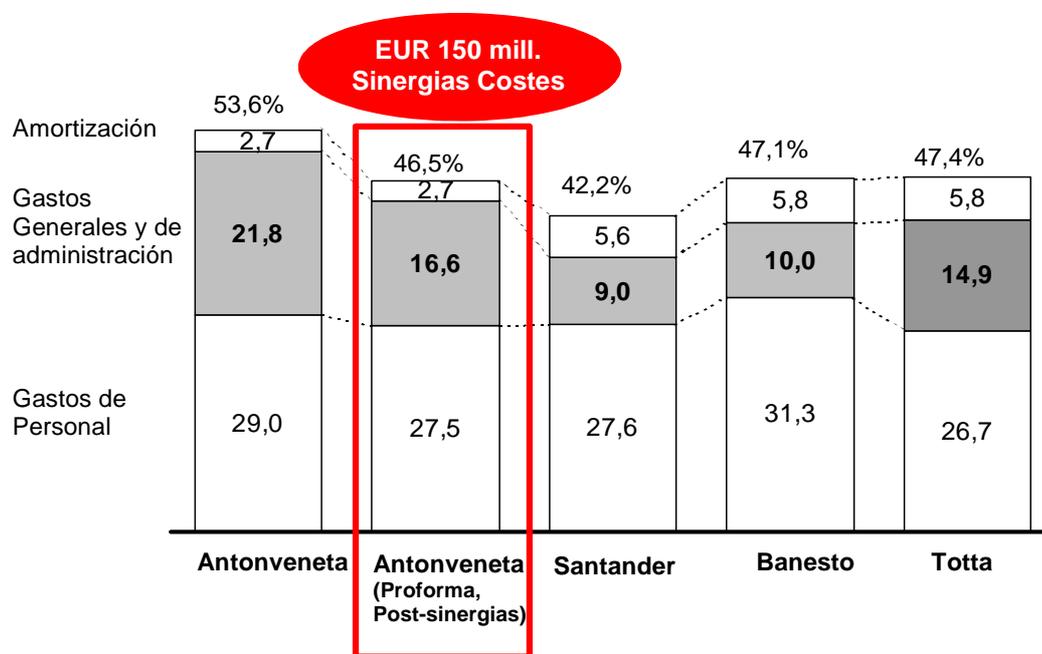
Como ilustra la tabla anterior, el porcentaje de ingresos representados por los gastos generales y administrativos de Antonveneta supera en más de un 6% nuestro negocio de banca minorista en Europa continental menos eficiente y en más de un 12% a la más eficiente.

Creemos que esto se debe a la combinación de una cultura de costes bien establecida dentro de Santander y al impacto de nuestra plataforma tecnológica integrada, Partenon, que comparten todas las unidades europeas del Grupo Santander. Ofrece la ventaja de reducir los costes, a través de costes operativos planos, eliminando el *middle office* y la distribución multicanal desde el inicio. También reduce los costes unitarios de nuestras operaciones de banca minorista y ha permitido una reducción sustancial de los costes de mantenimiento.

Confiamos en que la plataforma Partenon sea plenamente adaptable a las necesidades del mercado italiano. Como demostró la integración de Abbey, la implementación de la plataforma tecnológica Partenon y nuestra cultura de control de costes nos ha permitido mejorar sustancialmente la eficiencia operativa de los bancos que adquirimos. Hemos reestructurado las operaciones de Abbey e implementado Partenon al tiempo que mejorábamos sus resultados comerciales. Confiamos en conseguir lo mismo en Antonveneta.

El ratio de eficiencia de Abbey ha pasado de 69,9% en 2004, cuando Santander adquirió el banco, a estar justo por debajo de 51% en el primer trimestre de 2007, lo que representa una mejora de casi 20 puntos porcentuales en sólo nueve trimestres. Lo hemos conseguido mediante la combinación de mejoras en el rendimiento y en la eficiencia comercial.

En particular, creemos que Antonveneta puede alcanzar una reducción significativa en sus costes administrativos una vez que Partenon esté totalmente implantado y Antonveneta comience a compartir las plataformas operativas del Grupo.



La mejora de la eficiencia administrativa en Antonveneta tendría tres pilares:

Mejorar la eficiencia a través de las mejores prácticas del Grupo Santander

Las iniciativas para mejorar la eficiencia mediante la aplicación de las mejores prácticas del Grupo Santander (i.e. el recorte de costes ordinario) incluirían:

- Racionalización de los sistemas de información y operaciones: racionalización de las operaciones bancarias y de las comunicaciones, considerando las posibilidades de *outsourcing*, cancelación de proyectos no críticos, etc.
- Gestión más controlada de los contratos para reducir costes al nivel de Santander;
- Optimización de la estructura de canales (sucursales, centros de contacto);
- Racionalización y simplificación de los productos y del marketing; y
- Optimización de plantilla, si es necesario.

Hay un claro espacio para la mejora en Antonveneta, que tiene 9,8 empleados por sucursal, comparados con los 8,4 de Santander Totta, 6,7 de Santander España y 5,7 de Banesto.

Integración de sistemas

Las iniciativas de integración de sistemas tecnológicos incluirían:

- Implementación de Partenon;
- Integración de los centros de procesamiento de datos; e
- Integración de servidores.

Integración de funciones de apoyo

Las iniciativas de integración de funciones de apoyo incluirían:

- Subcontratación de las funciones de *back-office* y los servicios de información junto con todo el Grupo Santander;
- Integración de las actividades de compra; e
- Integración parcial de otras funciones de apoyo (recursos humanos y financiación).

Sinergias de ingresos

Tenemos intención de aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento. Hemos identificado tres oportunidades para el crecimiento orgánico dentro de Antonveneta:

Mejorar los resultados comerciales de Antonveneta

- Creemos que ABN AMRO no ha sido capaz de sacar todo el partido a las oportunidades de Antonveneta de crecimiento de ingresos.
- Confiamos en que Antonveneta se podría beneficiar de nuestras prácticas comerciales y de nuestras habilidades de desarrollo de productos minoristas, en especial en áreas como gestión de activos, en las que tenemos experiencia probada.
- También creemos que Antonveneta tiene cuotas de mercado en hipotecas y fondos de inversión que son más bajas de lo que deberían. Creemos que el potencial de crecimiento en estas áreas es muy alto y son áreas en las que tenemos una posición muy fuerte (dentro de los 3 primeros de Europa en términos de cartera de hipotecas residenciales).
- Esperamos que la implementación de Partenon tenga un impacto positivo en los resultados comerciales de Antonveneta. Partenon reducirá la carga operativa y administrativa del personal de las sucursales y aumentará de forma efectiva el tiempo disponible para actividades de atención al cliente y de ventas. Hemos experimentado este efecto en todas las unidades de negocio en las que se ha implementado Partenon.

Apoyo sobre las unidades globales de Santander

Creemos que Antonveneta se beneficiará de las capacidades de las unidades globales de Santander en varios segmentos, como Tarjetas, Seguros, Gestión de Activos, Clientes Privados y Crédito al Consumo. Hay un claro potencial para la venta cruzada de tarjetas de crédito o productos relacionados con seguros a través de la red de clientes de Antonveneta. Además, las capacidades de Banca

Mayorista Global de Santander pueden utilizarse para desarrollar una oferta para PYMEs basada en la tesorería y los derivados.

Nuestro modelo de negocio de banca comercial está basado en dos líneas: en primer lugar, buscamos construir las mejores organizaciones de distribución local posibles, guiadas por criterios comerciales y de control de costes. En segundo lugar, pedimos a nuestros gestores de negocio global (responsables de tarjetas de crédito, banca mayorista, gestión de activos y seguros) que trabajen permanentemente con nuestras redes de distribución comercial para mejorar los resultados de ventas, la innovación de producto y la gestión de costes de nuestros bancos locales.

Creemos que nuestras unidades de negocio pueden mejorar significativamente el negocio de Antonveneta en el norte de Italia por el aprovechamiento de las habilidades de Santander, en particular a la vista de que los clientes de Antonveneta son del tipo de clientes a los que Santander está típicamente acostumbrado a dar servicio en España y Latinoamérica. También creemos que podemos mejorar significativamente el negocio de tarjetas de crédito y la venta cruzada de productos de ahorro y seguros a ratios similares a los vigentes en el resto del Grupo Santander.

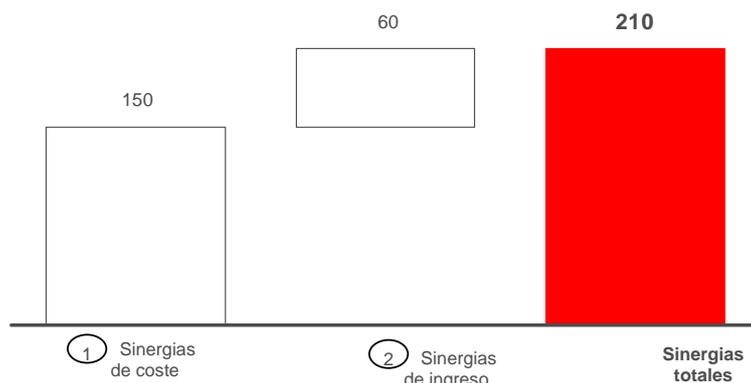
Expansión orgánica del negocio

Creemos que Antonveneta ofrece una plataforma excelente para el crecimiento orgánico. Creemos que la actual situación competitiva en Italia (con al menos cuatro grupos principales centrados en su propia integración interna) ofrece una oportunidad tremenda de ganar cuota de mercado.

Tenemos experiencia significativa en la apertura de sucursales. En los últimos doce meses, hemos abierto (en términos netos) más de 380 sucursales en España y Portugal.

Creemos que es posible expandir la red de sucursales de Antonveneta mientras otros bancos integran sus propias redes y cierran sucursales. Nuestra experiencia en España y Portugal prueba que se pueden abrir con éxito pequeñas sucursales, con bajos costes marginales, sin perder control de nuestro coste base conjunto.

Estos planes sugieren que podemos generar sinergias de costes de alrededor de 150 millones de euros y de ingresos de alrededor de 60 millones de euros. Incluso tras estas sinergias, el beneficio neto por sucursal de Antonveneta debería tener mayor potencial que otros negocios similares.



Nota: excluye el impacto de posibles expansiones de red (importes en millones de Euros)

ABN AMRO Interbank y DMC Consumer Finance

El negocio de Interbank está presente en la actividad de crédito al consumo en Holanda mediante una red de distribución propia y de terceros (agentes).

Este negocio se integrará en la estructura de Santander Consumer. Esperamos que esta combinación produzca sinergias por valor de alrededor de 5 millones de euros mediante la aplicación de las mejores prácticas del Grupo Santander (que tiene un ratio de eficiencia del 35% aproximadamente, uno de los mejores del sector) y mediante el uso de la red de distribución de Interbank para distribuir productos de Santander. Igualmente, esperamos generar unas sinergias de aproximadamente 5 millones de euros en ingresos netos mediante la distribución de todos los productos de Santander a través de las redes de Interbank (incluyendo las de DMC).

Santander Consumer Finance está presente en 14 países en todo el mundo y tiene más de 9 millones de clientes. Opera principalmente en Europa y en los Estados Unidos y ya tiene actividades en Holanda en la financiación de vehículos (tanto nuevos como de ocasión) y una línea de negocio de *Stock Finance*.

Impacto financiero de la operación

Esperamos que la operación cumpla nuestros criterios financieros de adquisición (que son aumento del BPA y que generen un ROI por encima de nuestro coste de capital en el plazo de tres años) hacia el final de 2010, fecha en la que esperamos que las sinergias descritas anteriormente estén plenamente integradas en nuestra cuenta de resultados, de la siguiente forma:

- Impacto sobre el BPA de +1,3% en 2008, +3,8% en 2009 y +5,3% en 2010; y
- ROI por encima del 12,5% en 2010 y ROI por encima del 10,5% en 2009*.

*Nota: ROI calculado como ingresos esperados en 2010 (incluyendo sinergias) entre el precio total pagado por los Negocios de ABN AMRO más Valor Actual Neto de la amortización los activos intangibles de Antonveneta adquiridos.

Para mayor transparencia, hemos distribuido el precio total entre los diferentes activos que estamos adquiriendo. La división es la siguiente:

(millones de euros)	Atribución de valor	Sinergias de costes	Sinergias de ingresos	ROI esperado 2010
Total	19.855			
De los cuales- participación en los negocios compartidos	1.005 ⁽¹⁾			n/a
Total Negocios Adquiridos	18.850	855	175	>12,5%⁽²⁾
LatAm	12.000	700	110	>13,5%
Antonveneta	6.640	150	60	>10,5%⁽²⁾
Interbank (consumer finance)	210	5	5	>12,0%

- (1) Asumiendo un valor total de los activos compartidos de 3,6 millardos de euros
(2) (Valoración + VAN de la amortización de activos inmateriales) / ingresos netos

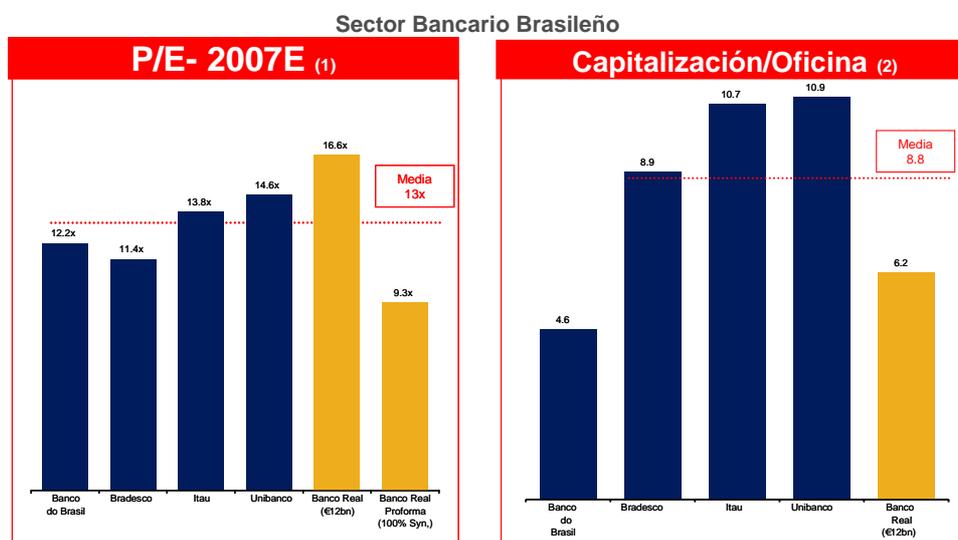
Participación en activos compartidos

Hemos asumido una valoración total de los activos compartidos de aproximadamente 3,6 millardos de euros, de acuerdo con los otros Bancos.

Latinoamérica

Hemos asignado una valoración de 12 millardos de euros al negocio en Latinoamérica que Santander adquirirá. La valoración es favorable tanto en términos de PER después de sinergias como de múltiplos de valor. En conjunto, incluyendo las sinergias anunciadas, esperamos un ROI en 2010 que supere el 13,5%.

Además de las sinergias a corto plazo anunciadas (esto es, 2007-2010), esperamos mejoras en los ingresos a largo plazo resultantes del aprovechamiento completo de la escala y la posición de mercado del grupo resultante.



Fuentes: precios FactSet a 25 de mayo de 2007.

(1) Basado en la valoración para Banco Real de 12 millardos de euros; PER proforma calculado asumiendo beneficio neto, incluyendo 100% de las sinergias, de 1.291 millones de euros; múltiplos de Banco Real no incluidos en la media.

(2) Incluye Puntos de Atención Bancaria.

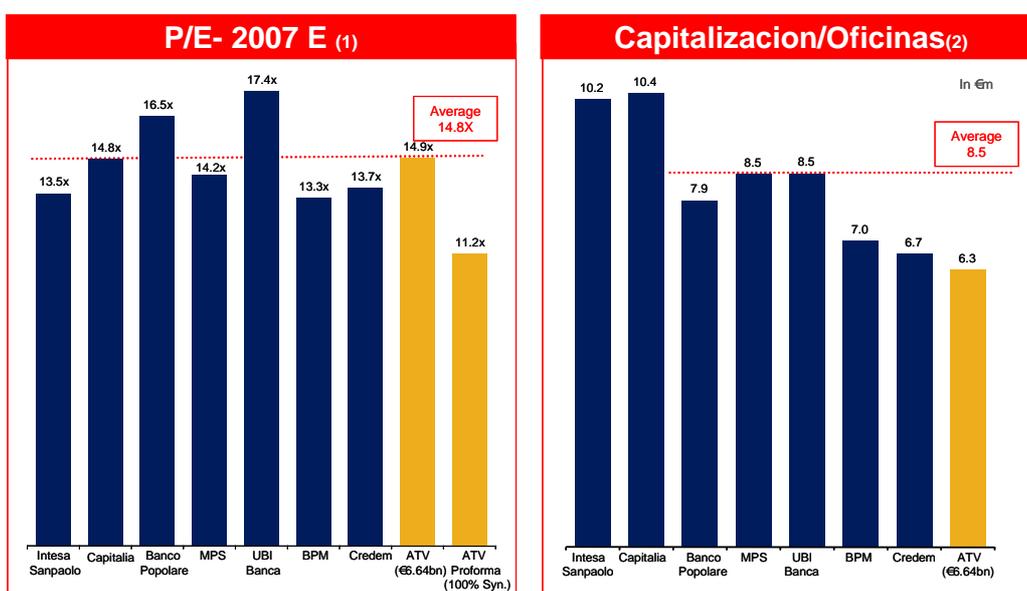
Antonveneta

Hemos otorgado una valoración de 6,64 millardos de euros a Antonveneta. Esto representa 14,8 veces las estimaciones de consenso del beneficio neto para 2007 y 11,2 veces el beneficio neto pro forma para 2007, incluyendo el 100% de las sinergias anunciadas.

En conjunto, incluyendo las sinergias anunciadas, esperamos un ROI en 2010 por encima del 10,5%. Este ROI se ha calculado como beneficio neto de 2010 (incluyendo las sinergias) / valoración otorgada más Valor Actual Neto de los activos inmateriales adquiridos de Antonveneta. Creemos que esta fórmula refleja el beneficio financiero de la adquisición de este activo.

Además de obtener las sinergias anunciadas para 2010, esperamos una aceleración del crecimiento de los ingresos a largo plazo (i.e. post-2010) de Antonveneta conforme se vaya beneficiando de todas las ventajas de la implantación de nuestros sistemas de tecnología y nuestros planes de expansión a medio plazo comiencen a surtir efecto.

Nota: Activos intangibles de Antonveneta - hemos estimado el coste después de impuestos de asumir estos activos intangibles (que ABN AMRO capitalizó al tiempo de la adquisición de Antonveneta) en 700 millones de euros .



Fuentes: precios FactSet a 25 de mayo de 2007.

(1) Basado en la valoración para Antonveneta de 6,64 millardos de euros; PER proforma calculado asumiendo beneficio neto, incluyendo 100% de las sinergias, de 594 millones de euros; múltiplos de Antonveneta no incluidos en la media.

(2) Incluye sucursales en Italia excepto en Intesa Sanpaolo (número total de sucursales).

Interbank (crédito al consumo)

Hemos otorgado una valoración de 210 millones de euros a Interbank (que incluye DMC), negocio de crédito al consumo de ABN AMRO en Holanda. Creemos que una vez Interbank esté plenamente integrado en la estructura de Santander Consumer, puede obtener un ROI que exceda del 12% en 2010.

Fondos e impactos financieros

Santander pretende financiar la adquisición mediante una combinación de fuentes de financiación.

- Esperamos financiar el 51% de nuestra proporción de la contraprestación de la propuesta de Oferta (10,2 millardos de euros) mediante un ejercicio de optimización del balance. Éste incluirá un aumento del apalancamiento del capital base de la entidad integrada, la aceleración de nuestros planes de titulización y disposiciones de activos (incluyendo participaciones en nuestra cartera industrial). Estamos comprometidos a maximizar la proporción de este componente en los fondos totales y, a la vez, mantener ratios de capital adecuados. Nuestro objetivo es alcanzar un ratio de *core Tier 1* del 5,3% una vez se complete la operación, con un firme compromiso de aproximar este ratio a los niveles actuales (6% aproximadamente) en un periodo de tiempo razonable. Emitiremos capital híbrido para cumplir con todas las regulaciones aplicables.
- Planeamos financiar el resto (49%) de nuestra proporción de la contraprestación de la propuesta de Oferta propuesta (9,7 millardos de euros) mediante la emisión de valores convertibles y un aumento de capital.

Contraprestación total	71,1
Porcentaje atribuible a Santander	19,85
Total “optimización de balance”	10,2
mayor apalancamiento / titulizaciones	8,7
venta de activos (cartera industrial y activos inmobiliarios)	1,9
Otros (incluyendo partidas no recurrentes)	-0,4
Aumento de capital y emisión de convertibles	9,7
Total	19,85
% “Optimización de balance”	51%
% Aumento de capital y emisión de convertibles	49%
(importes en millardos de euros)	

Nuestra participación en la operación propuesta satisface nuestros criterios financieros de adquisición pues creará ganancias a nivel de Grupo ya en 2008 (esperamos un aumento del BPA en un año de +1,3% y 5,3% en 2010) y el ROI excederá nuestro coste de capital en 2009.

Contactos

SANTANDER

Relaciones con Inversores: Angel Santo Domingo

+34 91 259 65 14

Prensa: Peter Greiff, Angela Roche

+34 91 289 5221

Asesor financiero y, junto con otras entidades, asegurador (*underwriter*) del Banco

MERRILL LYNCH INTERNATIONAL

+44 20 7628 1000

Andrea Orcel

Richard Slimmon

Asesor de comunicaciones

MAITLAND

+44 20 7379 5151

Angus Maitland

Martin Leeburn

Información para Inversores y Analistas

PRESENTACIÓN PARA ANALISTAS E INVERSORES

D. Alfredo Sáenz, Vicepresidente Segundo y Consejero Delegado de Santander, realizará una presentación para analistas e inversores institucionales.

- **Lugar:** 280 Bishopsgate, Londres, EC2M 4RB
- **Fecha y Hora:** 29 de mayo de 2007 12.30pm – 13.30pm (CET) (11.30am – 12.30pm (BST)), rogándose puntualidad.

Por favor, téngase en cuenta que, debido al aforo limitado, puede ser necesario restringir el número de asistentes de una misma institución.

- **Copias de la presentación estarán disponibles en la página web de Santander en breve.**

Si no puede asistir en persona a la presentación, puede seguirla por los siguientes medios:

- **Retransmisión en directo a través de Internet en:**
 - www.emincote.com/consortium001/default.asp
 - También se facilitarán detalles en breve en la página web de Santander
 - www.santander.com
- **Conferencia telefónica en directo marcando:**
 - Reino Unido (con coste): +44 207 138 0811
 - Reino Unido (llamada gratuita): 0800 028 7847
 - Estados Unidos (con coste): +1 718 354 1193
 - Estados Unidos (llamada gratuita): 1888 893 9532
 - España (con coste): +34 914 533 434
 - España (llamada gratuita): 800 099 465
 - Holanda (con coste): +31 20 713 2789
 - Holanda (llamada gratuita): 0800 026 0068
- **También se facilitará una reproducción en diferido de la presentación, a la que se podrá acceder marcando:**
 - Reino Unido (con coste): +44 207 806 1970
 - Reino Unido (llamada gratuita): 0800 559 3271
 - Estados Unidos (con coste): +1 718 354 1112
 - Estados Unidos (llamada gratuita): 1 866 883 4489
 - España (con coste): +34 917 889 869
 - Holanda (con coste): +31 20 713 2791
 - Holanda (llamada gratuita): 0800 027 0028
 - Clave para la reproducción:
 - Inglés: 4945328#
 - Castellano: 3089460#

La retransmisión en directo por Internet permite escuchar la presentación en directo. Puede unirse a los ruegos y preguntas (Q&A) de la presentación a través de la conferencia telefónica en directo.

Información para los Medios

RUEDA DE PRENSA

D. Alfredo Sáenz, Vicepresidente Segundo y Consejero Delegado de Santander, celebrará una rueda de prensa para los medios de comunicación.

Los detalles de la rueda de prensa son los siguientes:

- **Lugar:** 280 Bishopsgate, Londres, EC2M 4RB
- **Fecha y Hora:** 29 de mayo de 2007 3.00pm – 4.00pm (CET) (2.00pm – 3.00pm (BST))

Si no puede asistir en persona a la rueda de prensa, puede seguirla por los siguientes medios:

- **Retransmisión en directo a través de Internet en:**
 - www.emincote.com/consortium001/default.asp
 - También se facilitarán detalles en breve en la página web de Santander
 - www.santander.com
- **Conferencia telefónica en directo marcando:**
 - Reino Unido (con coste): +44 207 138 0811
 - Reino Unido (llamada gratuita): 0800 028 7847
 - Estados Unidos (con coste): +1 718 354 1193
 - Estados Unidos (llamada gratuita): 1888 893 9532
 - España (con coste): +34 914 533 434
 - España (llamada gratuita): 800 099 465
 - Holanda (con coste): +31 20 713 2789
 - Holanda (llamada gratuita): 0800 026 0068
- **Video conferencia con periodistas en Madrid.**
 - Por favor llame al +34 289 5221 para más información
- **También se facilitará una reproducción en diferido de la rueda de prensa, a la que se podrá acceder marcando:**
 - Reino Unido (con coste): +44 207 806 1970
 - Reino Unido (llamada gratuita): 0800 559 3271
 - Estados Unidos (con coste): +1 718 354 1112
 - Estados Unidos (llamada gratuita): 1 866 883 4489
 - España (con coste): +34 917 889 869
 - Holanda (con coste): +31 20 713 2791
 - Holanda (llamada gratuita): 0800 027 0028
 - Clave para la reproducción:
 - Inglés: 4270111#
 - Castellano: 9849777#
- La retransmisión en directo por Internet permite escuchar la rueda de prensa en directo. Puede unirse a los ruegos y preguntas (Q&A) de la rueda de prensa a través de la conferencia telefónica en directo.
- Los medios de televisión y radio media que deseen tener acceso a medios de retransmisión en directo de la rueda de prensa deben ponerse en contacto con las oficinas de prensa o enviar un correo electrónico a mediarelations@rbs.co.uk para más detalles.
- Restricciones de agenda pueden limitar la disponibilidad para mantener entrevistas de las personas que intervendrán en la rueda de prensa. Los medios de televisión y radio que deseen solicitar una entrevista deben ponerse en contacto con las oficinas de prensa o enviar un correo electrónico a mediarelations@rbs.co.uk. Se facilitará conexión por satélite y líneas ISDN para la retransmisión de entrevistas.
- Por motivos logísticos, no se permitirá el acceso a equipos de cámara o fotógrafos en las salas de conferencia.

Información importante

En relación con la Oferta propuesta, RBS prevé registrar con la Securities and Exchange Commission de los Estados Unidos de América (“SEC”) un Documento de Registro conforme al formulario F-4, que constituirá un folleto, y los Bancos prevén registrar con la SEC un documento de oferta de adquisición en formato *Schedule TO* y otros documentos relevantes. SE URGE A LOS INVERSORES A LEER CUALESQUIERA DOCUMENTOS RELATIVOS A LA PROPUESTA DE OFERTA CUANDO, EN SU CASO, ÉSTOS ESTÉN DISPONIBLES, YA QUE CONTENDRÁN INFORMACIÓN IMPORTANTE. Los inversores podrán obtener copia de tales documentos, sin cargo, en la página web de la SEC (<http://www.sec.gov>) una vez que tales documentos hayan sido registrados con la SEC. También podrá obtenerse de los Bancos copia de tales documentos, sin cargo, una vez que hayan sido registrados con la SEC.

Este comunicado no constituye una oferta de venta ni la solicitud de una oferta de compra de ningún valor, ni se llevará a cabo una venta de valores en ninguna jurisdicción en la que tal oferta, solicitud o venta fuera ilegal antes de obtener un registro o calificación conforme a las leyes del mercado de valores de dicha jurisdicción. Este comunicado no constituye una oferta de venta de valores en los Estados Unidos de América. No se llevará a cabo ninguna oferta de valores en los Estados Unidos de América a no ser que se obtenga el registro de tal oferta bajo el *Securities Act* de 1933 de los Estados Unidos de América o la correspondiente exención.

Manifestaciones sobre previsiones y estimaciones

Este anuncio incluye ciertas manifestaciones sobre precisiones y estimaciones y otras declaraciones a futuro.

Tales manifestaciones y declaraciones se realizan sobre la base de las expectativas actuales de los Bancos y están naturalmente sujetas a incertidumbre y a cambios de circunstancias. Las manifestaciones sobre previsiones y estimaciones y otras declaraciones a futuro incluyen manifestaciones sobre beneficios o sinergias que podrían resultar de una operación con ABN, así como, entre otras, manifestaciones o declaraciones que habitualmente contienen expresiones tales como “tiene intención de”, “prevé”, “espera”, “proyecta” “estima” y expresiones similares. Por su naturaleza, las manifestaciones sobre precisiones y estimaciones y otras declaraciones a futuro conllevan riesgos e incertidumbres porque están relacionadas con hechos, y dependen de circunstancias, que ocurrirán en el futuro. Hay una serie de factores que podrían hacer que los resultados y acontecimientos reales difiriesen significativamente de los declarados expresa o implícitamente en dichas manifestaciones o declaraciones. Estos factores incluyen, entre otros, la existencia de una oferta competidora por ABN AMRO, el cumplimiento de las pre-condiciones o condiciones a las que está sujeta la propuesta de Oferta, incluyendo la obtención de las oportunas autorizaciones regulatorias y de competencia, la culminación con éxito la Oferta y de cualquier procedimiento subsiguiente adquisición forzada, la posibilidad de que no se materialicen los beneficios esperados de la Oferta propuesta (incluyendo las sinergias previstas), la posibilidad de que la separación e integración de ABN AMRO y sus activos entre los Bancos y la integración de tales negocios y activos por los Bancos se vea significativamente retrasada o resulte más costosa y difícil de lo previsto, así como otros factores adicionales, tales como cambios en las condiciones económicas, en el contexto regulatorio, fluctuaciones en los tipos de interés y de cambio, el resultado de litigios y actuaciones gubernamentales. Otros factores desconocidos o impredecibles podrían

hacer que los resultados reales difieran sustancialmente de los expresados manifestaciones sobre previsiones y estimaciones y otras declaraciones a futuro. Ninguno de los Bancos asume ninguna obligación de actualizar públicamente o revisar estas previsiones, ni como consecuencia de la aparición de nueva información, ni como consecuencia del acaecimiento de hechos futuros ni de ninguna otra manera, salvo en la medida en que sea exigible legalmente.

Merrill Lynch International, entidad autorizada y regulada en el Reino Unido por la Autoridad de Servicios Financieros (Financial Services Authority) (“FSA”), está actuando como asesor financiero de Fortis, RBS y Santander y como asegurador (underwriter) de Fortis, RBS y Santander, y no está actuando para ninguna otra persona en relación con la propuesta de Oferta, y no será responsable de otorgar las protecciones otorgadas a los clientes de Merrill Lynch International, ni de proporcionar asesoramiento, en relación con la propuesta de Oferta a personas distintas de Fortis, RBS y Santander.

Fortis Bank SA/NV, entidad autorizada y regulada en Bélgica por la Comisión Bancaria Financiera y de los Seguros (Commission Bancaire Financière et des Assurances), Greenhill & Co. International LLP, entidad autorizada y regulada en el Reino Unido por la FSA, y Fox-Pitt, Kelton Ltd, entidad autorizada y regulada en el Reino Unido por la FSA, están actuando como asesores financieros de Fortis. Fortis Bank SA/NV, Greenhill & Co. International LLP y Fox-Pitt, Kelton Ltd no están actuando para ninguna otra persona en relación con la propuesta de Oferta, y no serán responsables de otorgar las protecciones otorgadas a sus clientes, ni de proporcionar asesoramiento, en relación con la propuesta de Oferta a personas distintas de Fortis. Fortis Bank SA/NV y Greenhill & Co. International LLP están actuando como asesores financieros en relación con la operación y Fox-Pitt, Kelton Ltd está actuando como asesor financiero en relación con la financiación de la operación.

The Royal Bank of Scotland plc, entidad autorizada y regulada en el Reino Unido por la FSA, está actuando como asesor financiero de RBS y no está actuando para ninguna otra persona en relación con la propuesta de Oferta, y no será responsable de otorgar las protecciones otorgadas a los clientes de RBS, ni de proporcionar asesoramiento, en relación con la propuesta de Oferta a personas distintas de RBS.

Santander Investment, S.A., entidad autorizada y regulada en España por el Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores, está actuando como asesor financiero de Santander y no está actuando para ninguna otra persona en relación con la propuesta de Oferta, y no será responsable de otorgar las protecciones otorgadas a los clientes de Santander Investment, S.A., ni de proporcionar asesoramiento, en relación con la propuesta de Oferta a personas distintas de Santander.

NIBC Bank N.V., entidad autorizada y regulada en Holanda por la Autoridad Holandesa de los Mercados Financieros (Autoriteit Financiële Markten), está actuando como asesor financiero de Santander y no está actuando para ninguna otra persona en relación con la propuesta de Oferta, y no será responsable de otorgar las protecciones otorgadas a los clientes de NIBC Bank N.V., ni de proporcionar asesoramiento, en relación con la propuesta de Oferta a personas distintas de Santander.

Cualquier Oferta realizada en, o dirigida a, los Estados Unidos de América se realizará únicamente por los Bancos y/o RFS Holdings directamente o por un intermediario (*dealer-manager*) registrado con la SEC.