



Gestion Privée

Réalités et tendances 2006

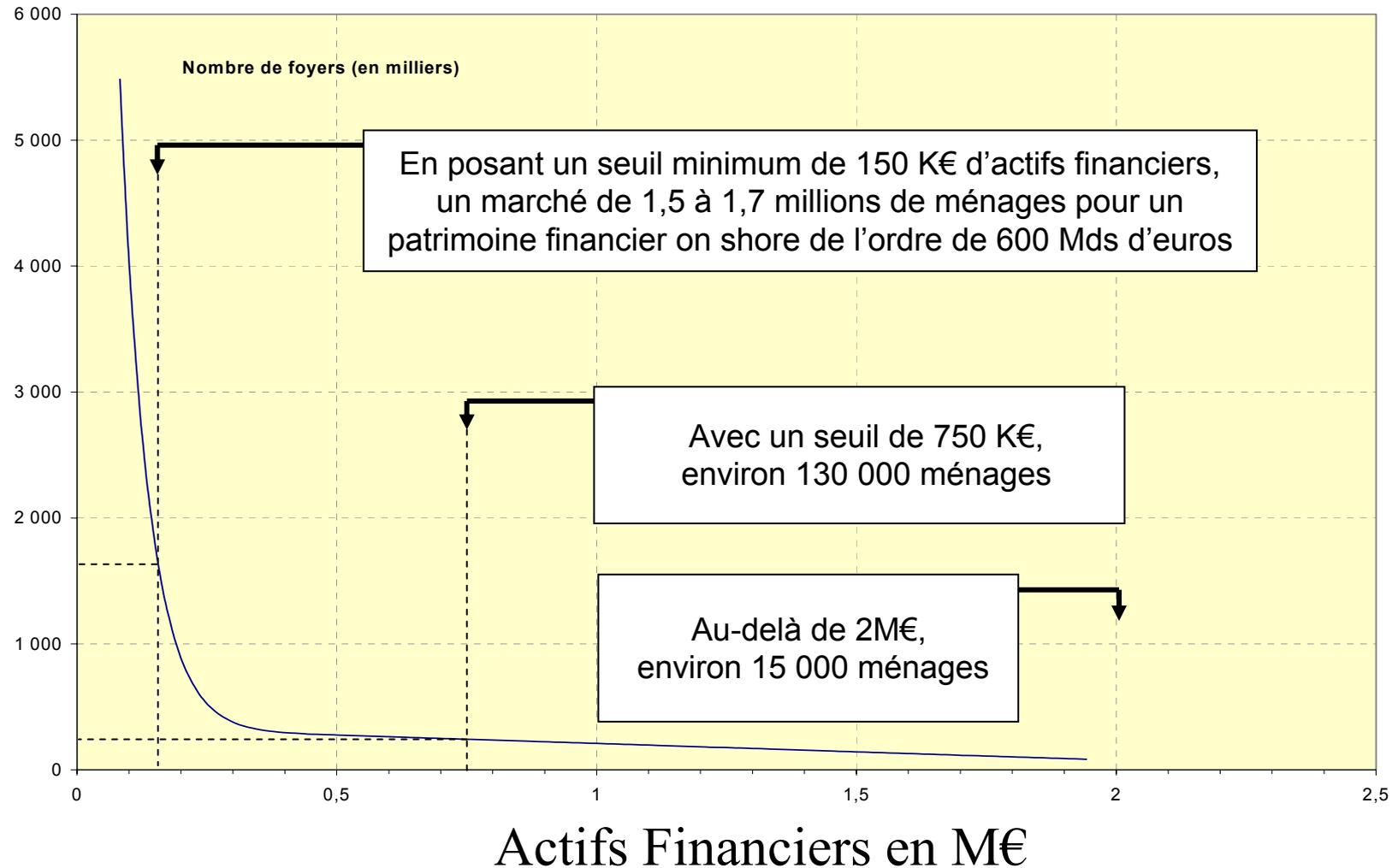
30 mars 2006



Sommaire

1. **Le marché**
2. **Les acteurs, les offres, la réglementation**
3. **Impacts sur l'activité**
4. **Synthèse**

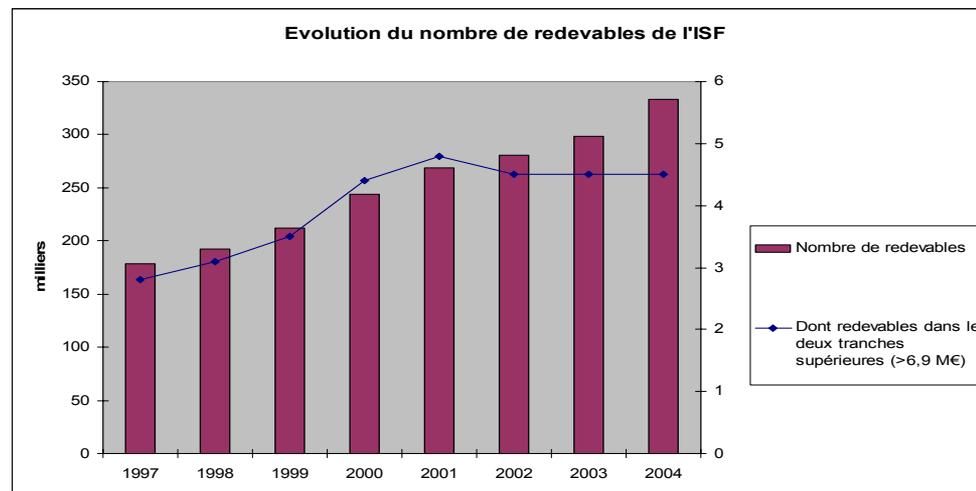
Un marché dont la taille est fonction des critères d'éligibilité adoptés en termes d'actifs financiers



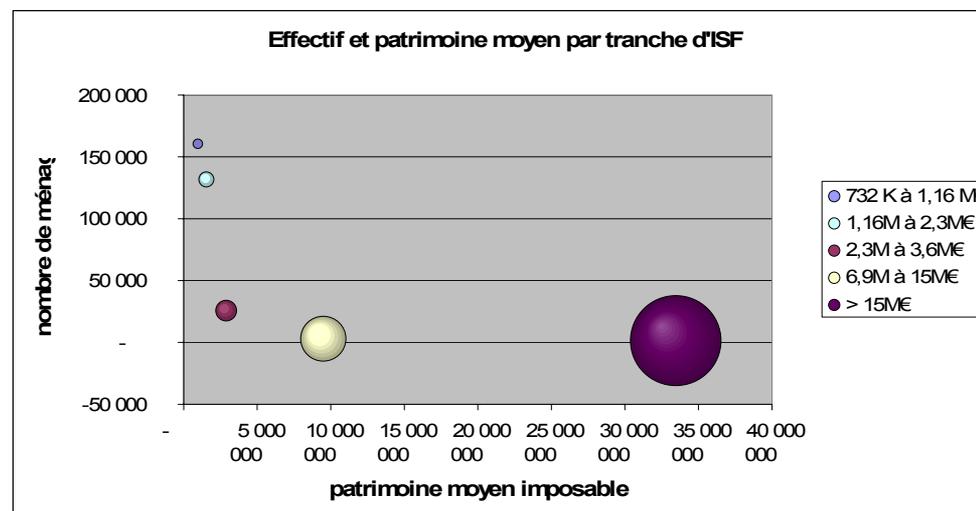
Sources : Modélisation Synagir 2004 / DGI Octobre 2005 / croisements avec mac Kinsey & datamonitor 2004

Une croissance différente suivant les segments

- En nombres de ménages,
 - un marché en progression pour ceux disposant de moins de 6,9 M€ de fortune privée globale.
 - un marché stable pour les tranches supérieures de l'ISF.



- Des actifs financiers dont la proportion s'accroît considérablement avec le niveau de patrimoine global.



Des actifs professionnels comme source privilégiée de collecte

- ...mais les actifs professionnels avant cession sont difficiles à valoriser
 - Patrimoine non liquide
 - Fortunes virtuelles et volatiles jusqu'à la cession
 - Patrimoine éclaté des grandes fortunes familiales

- Et les belles cessions ne doivent pas faire surestimer le potentiel de ce marché :
 - L'immense majorité de 50 à 60 000 cessions par an sont des TPE, seules 500 transactions chaque année concernent les entreprises de plus de 50 salariés (Oséo BDPME 2005)
 - L'activité M&A a repris, mais beaucoup d'opérations actuelles sur des mid-caps sont entre fonds d'investissements

Une tendance globale favorable sur le marché onshore

❑ Transformation des actifs professionnels

- Activité des fonds d'investissements
- Hausse des marchés qui encourage les valorisations élevées
- Exonération des plus-values de cession des actions détenues depuis plus de 8 ans
- Coûts du crédit

❑ Fiscalité

- Bouclier Fiscal
- Exonération à 75 % d'ISF des actions détenues par les anciens salariés et dirigeants d'entreprise

❑ Marchés financiers

- Poursuite de la hausse des marchés ?

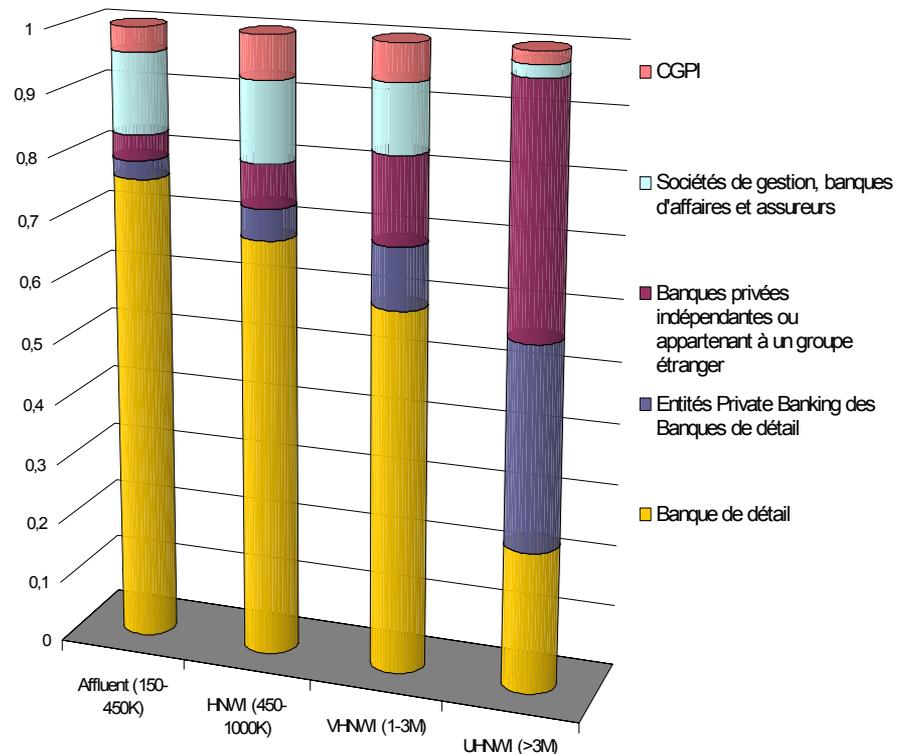
Sommaire

1. **Le marché**
2. **Les acteurs, les offres, la réglementation**
3. **Impacts sur l'activité**
4. **Synthèse**

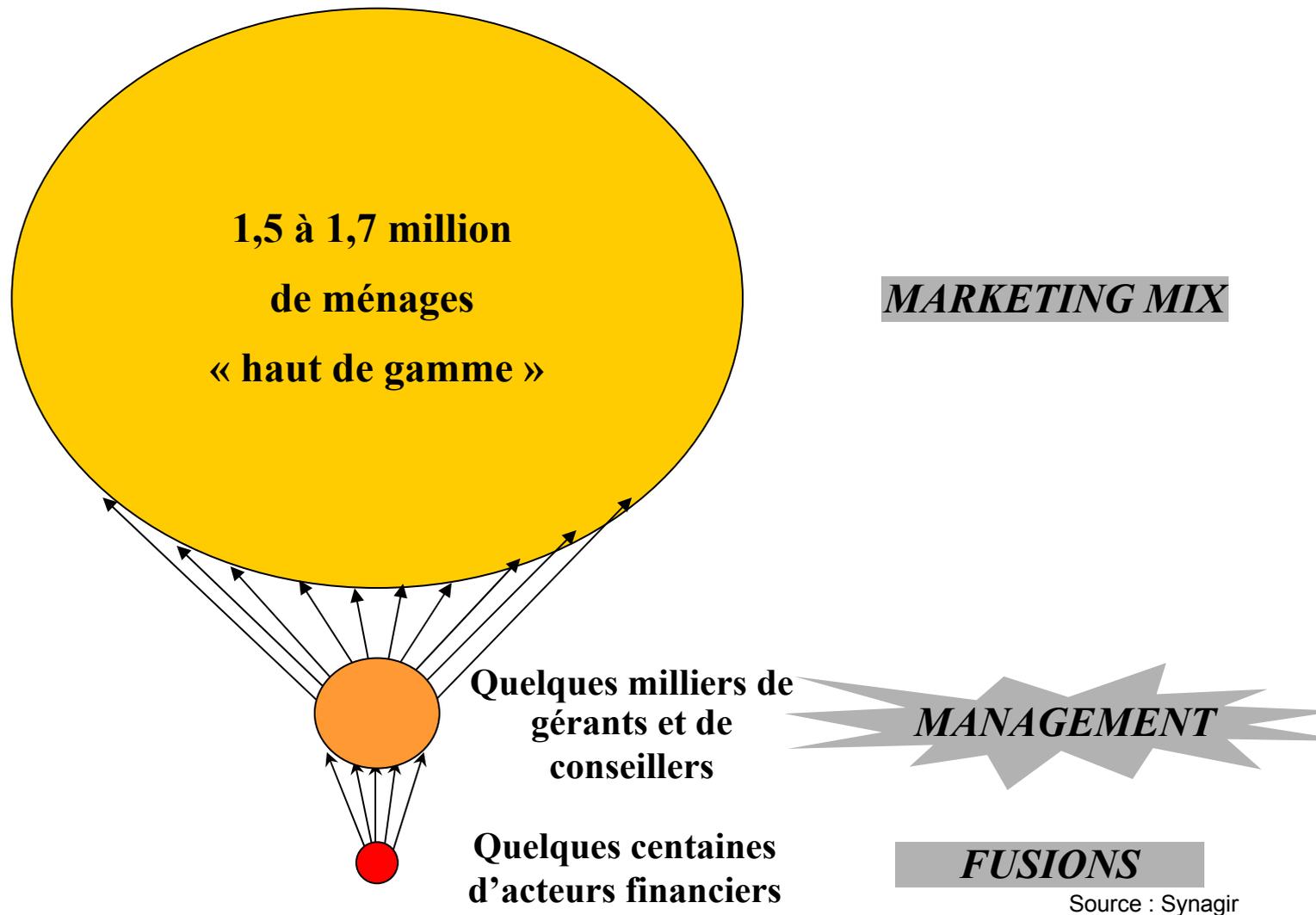
Un marché concurrentiel

- Des nombreux acteurs avec des statuts distincts
 - Banques
 - Sociétés de gestion
 - CGPI
 - Compagnies d'assurance
- Un marché dominé par les grandes banques de détail sur les premiers segments

Parts de marché sur la base des encours 2005 contrôlés par les acteurs



Les facteurs d'évolution des parts de marché



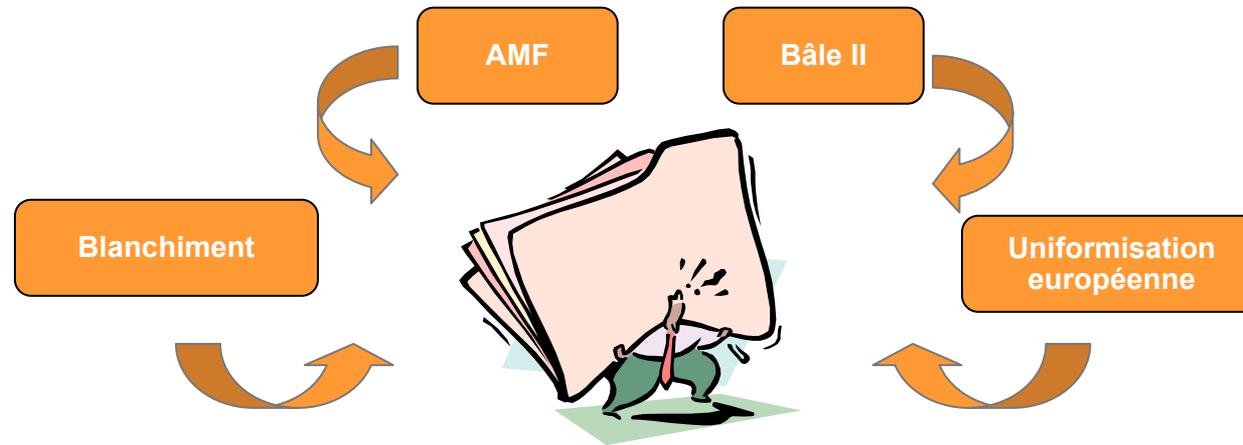
Des offres de plus en plus similaires



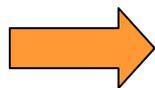
La personnalisation comme
facteur de différenciation



Une réglementation de plus en plus contraignante qui pèse maintenant sur la démarche commerciale



- ❑ La transposition de la directive européenne MIFID, qui doit intervenir d'ici novembre 2007, va à nouveau ajouter des obligations et de la complexité



Renforcement des outils de structuration et de maîtrise de la relation commerciale

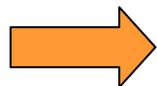
Sommaire

1. **Le marché**
2. **Les acteurs, les offres, la réglementation**
3. **Impacts sur l'activité**
4. **Synthèse**

Au delà des thèmes que nous avons déjà évoqués lors de présentations précédentes

- ❑ Le pilotage de l'activité par la rentabilité
- ❑ La productivité des back offices et l'externalisation
- ❑ L'optimisation de processus
- ❑ La fidélisation de la clientèle

Existe-t-il une taille critique pour la rentabilité ?



La cohérence entre ces trois facteurs est source essentielle de rentabilité

Des choix d'organisation discriminants...

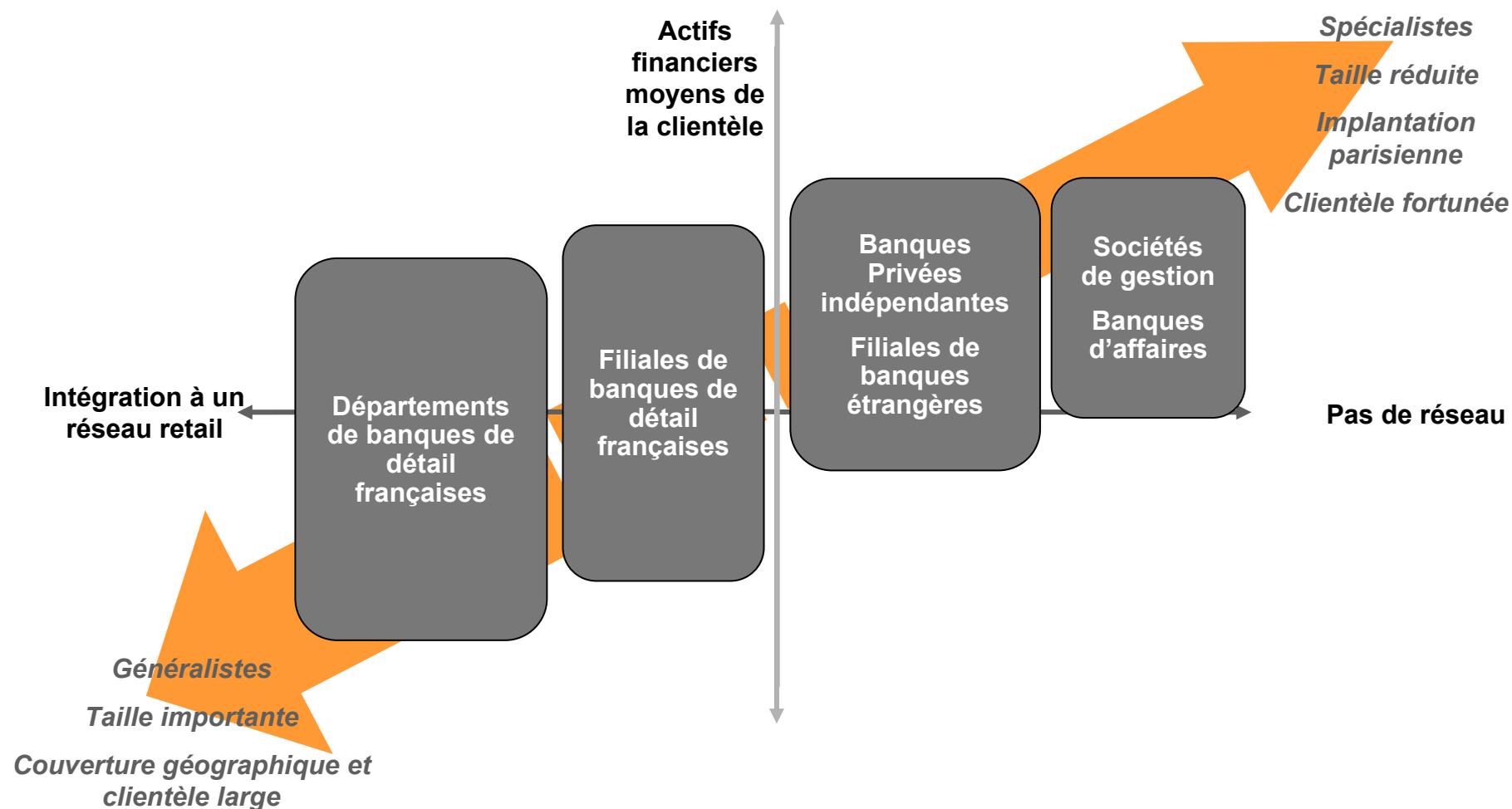
- ❑ Degré de spécialisation des équipes au contact de la clientèle
 - Du commercial pur au généraliste des questions patrimoniales, financières, fiscales

- ❑ Offre de produits « maisons » ou « architecture ouverte »
 - Du complément d'une offre existante à la mise en place d'un service de sélection des fonds les plus performants

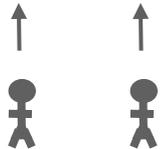
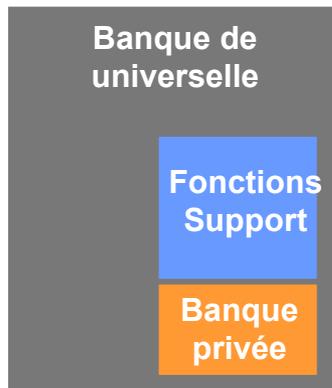
- ❑ Articulation entre la gestion privée et la gestion institutionnelle
 - D'une gestion centralisée, intégrée aux structures de gestion institutionnelles à une gestion personnalisée et décentralisée

- ❑ Canaux de distribution et de communication clients
 - Du contact personnalisé à la collecte d'instructions sur internet

... qui diffèrent suivant quatre grandes familles d'acteurs



Département de grandes banques françaises : « exister au sein du Groupe »



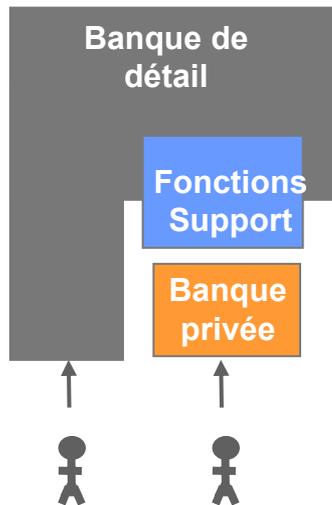
Atouts

- ❑ Large couverture géographique et proximité
- ❑ Gisement de clientèle important
- ❑ Synergies avec les autres métiers
- ❑ Outils informatiques & back offices mutualisés
- ❑ Offre complète de produits et services (Banque au quotidien et services patrimoniaux)

Enjeux

- ❑ Créer une image élitiste
- ❑ Mettre en place un traitement différencié pour la clientèle haut de gamme (sur les plans commercial & réglementaire)
- ❑ Concilier compétence et proximité, approche « clients » et culture « produit », personnalisation de la relation et rotation des équipes commerciales
- ❑ Faire du « sur-mesure » avec des outils et des systèmes conçus pour effectuer des traitements de masse

Filiales de banques universelles françaises : « affirmer sa valeur ajoutée »



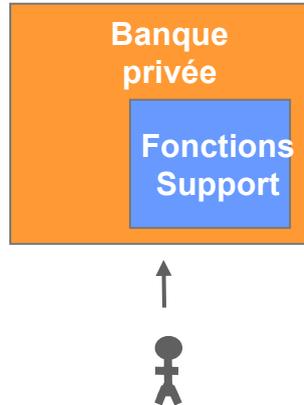
Atouts

- ❑ Image et historique
- ❑ Gisement de clientèle potentielle important
- ❑ Synergies avec les autres métiers du groupe
- ❑ Offre complète de produits et services
- ❑ Proximité des compétences, approche personnalisée orientée client
- ❑ Organisation et systèmes pour faire du sur-mesure

Enjeux

- ❑ Articulation avec le réseau retail et concurrence interne (positionnement de producteur et de distributeur)
- ❑ Politique de moyens (Evolution et rationalisation du SI notamment coûts du plate forme bancaire centrale)
- ❑ Mise en oeuvre de synergies internes (au niveau commercial notamment)

Filiales de banques étrangères et banques indépendantes : « se développer en maîtrisant les coûts »



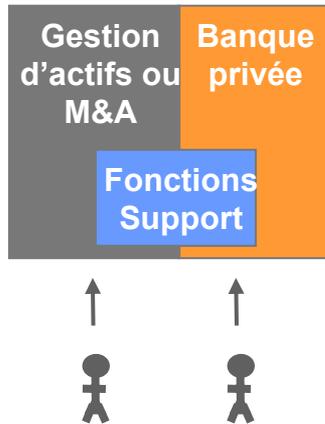
Atouts

- ❑ Image et historique
- ❑ Réactivité dans l'évolution de l'offre
- ❑ Proximité des compétences, approche personnalisée orientée client
- ❑ Organisation et systèmes pour faire du sur-mesure

Enjeux

- ❑ Organisation de la collecte
- ❑ Etendue de l'offre (services de la Banque au quotidien, international)
- ❑ Optimisation des coûts IT et Back Office (mutualisation / externalisation)

Sociétés de gestion et banques d'affaires : « affirmer sa spécificité, maintenir la qualité et la rentabilité »



Atouts

- Image et historique
- Réactivité dans l'évolution de l'offre
- Proximité des compétences, approche personnalisée orientée client
- Organisation et systèmes pour faire du sur-mesure
- Positionnement de spécialiste
- Structure de coûts réduite

Enjeux

- Fidélisation des équipes commerciales et des gérants
- Optimisation des moyens (SI bancaire) et recherche de prestataires
- Sensibilité aux évolutions des marchés financiers et aux cycles économiques

Sommaire

1. **Le marché**
2. **Les acteurs, les offres, la réglementation**
3. **Impacts sur l'activité**
4. **Synthèse**

Les clients sont stables, les acteurs bougent !

- ❑ Opérations de croissance externe
- ❑ Fusion, restructuration et regroupement de moyens au sein d'un même groupe
- ❑ Percée des CGPI et développement, par les banquiers privés, d'offres dédiées
- ❑ Concentration des prestataires BO et IT