

PODCAST TRANSCRIPT

Next Génération

Bonjour, je suis Firmin Sylla. Bienvenue sur un point le podcast qui décrypte l'univers de la gestion de patrimoine. Bonne écoute. Bienvenue à toutes et à tous. C'est un plaisir de recevoir Aurélien Drain, Head of Business Development chez HSBC Private Banking. Bonjour Aurélien. Bonjour, pour commencer, est ce que vous pouvez présenter brièvement HSBC Private Banking et vos missions à titre personnel? Oui, bien sûr. HSBC Private Banking est un acteur spécialisé en gestion de fortune qui fait partie du grand groupe HSBC, connu pour sa solidité financière et sa grande couverture internationale. Nous avons la chance de travailler aux côtés de notre banque commerciale, la banque des entreprises, la banque d'investissement et également avoir une très forte capacité en asset management. Merci pour cette introduction. Alors dans ce podcast, nous allons nous intéresser à un type de clientèle particulier, à savoir les millenials et la façon dont ils peuvent être conseillés sur le plan entrepreneurial et en matière de gestion de patrimoine. Alors on sait que la quête de sens et la transparence sont les deux attentes clés de cette génération Y. Comment faites vous pour y répondre? Aurélien Oui, c'est vrai que la quête de sens et la transparence sont des attentes communes à tous nos clients. Mais il faut reconnaître que la nouvelle génération d'entrepreneurs, notamment, que nous accompagnons au quotidien dans nos activités, est particulièrement sensible à ce besoin de sens, surtout quand elle réalise la cession de son entreprise ou d'une partie de ses, de son business. Nous accompagnons beaucoup d'entrepreneurs de cette nouvelle génération grâce notamment à notre banque commerciale qui a très souvent accompagné la croissance de ces entreprises par du crédit, par de l'accompagnement international. Et il est donc important que nous, en tant que banquier privé, en tant que banque privée, nous puissions les accompagner aussi sur leurs problématiques plus personnelles. Alors, avant d'accompagner les millenials, il faut pouvoir les atteindre et capter leur attention. Comment procédez vous pour trouver la bonne tonalité auprès de cette population? Alors c'est vrai que les codes sont un peu différents et il faut, je dirais, qu'il faut être vraiment dans l'efficacité avec ses clients. Ils sont aussi en attente de conseils puisque très souvent, le cycle de création de valeur pour eux a été très

rapide. Entre la création de l'entreprise, de l'idée au business model, à l'expansion internationale puis à la cession, tout ça peut se faire très vite. Et donc arrivent les problématiques plus privées. Donc pour les atteindre, il faut pouvoir leur être efficace, être utile et leur donner les bons conseils au bon moment. Et je dirais, il faut comprendre. Leurs aspirations et leurs aspirations sont quand même très orienté sur la quête de sens. On en a parlé. Mais donc, avoir ce fameux impact dont on parle beaucoup, qui peut être dans la société? Très souvent, ces entrepreneurs sont très demandeurs de pouvoir partager leurs succès, partager leurs bonnes pratiques avec leur communauté. C'est un peu la notion de Give back aussi, dont on parle beaucoup aux États-Unis, mais qui devient de plus en plus prégnante en France, de redonner, de partager avec ses pairs et pouvoir aussi faire profiter de cette valeur. Comment, concrètement, est ce qu'il partage, peut être dans un cadre de conseil aussi avec vous, de partenariat, leurs expériences, leurs échecs, leurs aspirations futures, évidemment. Alors, ils partagent évidemment leurs aspirations. Ça peut être sous forme de vouloir faire créer un nouveau projet. Donc sous quelle forme, dans quel type de structure? Ça peut être aussi avec quels? Quels, quels investissements? De quelle manière? Investir intelligemment, en ayant, là encore, en veillant à donner du sens à son investissement. Donc, nous les accompagnons à travers avec tous nos experts en gestion, que ce soit dans le cadre de mandats de gestion, de mandats, de gestion, conseiller. On peut bien évidemment les accompagner aussi en crédit puisque c'est important, surtout quand on est jeune. On peut faire plein d'opérations avec du crédit et nous avons cette capacité, notamment grâce à notre nouvelle plateforme luxembourgeoise, mais aussi pouvoir leur donner accès à nos outils, à nos technologies. Je pense notamment à tous les outils que nous avons en matière d'intelligence artificielle, en matière de. Aussi de newsflow très important que ces clients là puissent être alimentés sur toute l'actualité des marchés par exemple, ou toute la recherche que peut produire HSBC. Très bien donc on comprend bien que l'une des clefs pour capter l'attention des millenials, c'est notamment de rester connectés à travers différents médias porteurs de sens, encore une fois pour cette génération. Maintenant, si l'on s'intéresse de plus près aux modalités de l'accompagnement de la génération Y et ce que cela comporte, certaines spécificités de conseiller des start uppers, des serial entrepreneur? Oui, bien sûr. Je pense qu'il faut savoir déjà les avoir accompagner le plus tôt possible. Ensuite, les conseiller à titre personnel, notamment ce qu'on appelle le wealth planning, l'ingénierie patrimoniale. Comment se structurer et comment protéger ses proches? Comment organiser ces nouvelles activités? Beaucoup d'entrepreneurs réinvestissent. Vous le savez, dans des, dans d'autres activités, dans d'autres, dans d'autres startup. Donc tout ça se structure. Il faut le faire dans le cadre le plus le plus favorable pour eux. Et puis, il est très important de pouvoir les accompagner en termes de. De networking, notamment international. Je pense notamment aux séminaires qu'on organise pour le Next



Generation chez HSBC. Pour donner un exemple, nous organisons pour l'année prochaine, au mois d'avril, un séminaire à Singapour avec nous, nos clients de la nouvelle génération. Et c'est l'occasion qu'ils se rencontrent entre eux et à travers toutes les zones géographiques du monde. Très bien et je rebondis aussi sur la question. Me vient à l'esprit là tout de suite sur les termes de peur. Peu de give back dont vous avez parlé auprès de cette génération Y sur le terrain de la philanthropie peut être, et ce qu'il y a parfois des sujets qui peuvent être, qui peuvent émerger, sur lesquels vous pouvez conseiller cette génération Y? Oui, bien sûr. Nos équipes d'ingénierie patrimoniale sont parfaitement aguerries à cet exercice et elles ont pu conseiller de nombreuses structures et entrepreneurs pour s'organiser au mieux dans ce domaine philanthropique. Évidemment, toutes ces règles s'appliquent très bien, la nouvelle génération également sur des supports et des activités parfois différentes. Mais, mais justement, c'est ça qui est tout à fait complémentaire. Et comment est ce que vous travaillez avec les autres entités d'HSBC? Oui, c'est une bonne question. Nous avons une très forte proximité avec notre banque commerciale et avec notre banque d'investissement aussi pour nos très grands clients. C'est l'occasion de partager des club deal sur des clients qui sont déjà très avertis et quasi professionnels dans l'investissement. Mais c'est aussi très utile pour la nouvelle génération d'entrepreneurs puisque nous pouvons et nous avons des exemples récents. Nous avons pu accompagner sur des levées de fonds en mettant en relation avec des fonds d'investissement avec qui nous avons l'habitude de travailler. Et ça a donné de très beaux résultats, notamment sur des levées de fonds internationales, et c'est peut être aussi un accompagnement pour la cession de l'entreprise. Mais ça peut être aussi un accompagnement jusqu'à l'IPO ou avec notre banque d'investissement et nos équipes qui sont extrêmement qualifiées dans ce domaine là. Nous avons eu l'occasion de travailler sur des projets d'apéro et jeux et on sait que la nouvelle génération est notamment dans la tech. Ce sont des sujets importants pour nos entrepreneurs et pour la France. Parfait. Merci Aurélien Drain, Head of Business Development chez HSBC Private Banking, pour tous ces éclairages sur l'accompagnement des millenials dans un contexte de développement de projets d'entreprise et de gestion privée. De notre côté, je vous dis à bientôt pour un prochain podcast.