

HSBC en France en 2005

Conférence de Presse du 6 mars 2006

HSBC 

Avertissement

La présentation qui va suivre peut contenir des déclarations prospectives relatives à la situation financière, aux résultats des opérations et à l'activité d'HSBC en France.

Ces déclarations prospectives expriment les prévisions ou les opinions d'HSBC en France concernant les évolutions futures et elles sont sujettes à des risques connus et inconnus, et à des incertitudes qui pourraient faire que les résultats, performances et événements diffèrent sensiblement de ceux qui sont présentés ou sous-entendus dans ces déclarations.

Sauf mentions contraires, les chiffres figurant dans cette présentation sont établis selon les normes internationales IFRS, et correspondent au périmètre France, format utilisé par le Groupe HSBC pour la mesure des performances de HSBC en France.

Sommaire

- **Un résultat en hausse de 26,4% par rapport à 2004**
- **2005 : lancement d'une grande banque HSBC en France**
- **Une offre de services enrichie et plus compétitive**
- **Des signes très encourageants d'accélération d'activité avec toutes nos clientèles**
- **Une distribution croissante des produits HSBC France dans l'ensemble du réseau mondial du Groupe**
- **Perspectives 2006 : notoriété de la marque, qualité du service**

Résultats

Un profit avant impôt en hausse de 26,4%

Faits marquants (Périmètre France - M€)

	2 005	vs 2004
PNB avant provisions pour risque de crédit	2 489	+10,4%
Frais généraux	1 804	+5,7%
Résultat d'exploitation	755	+28,8%
Résultat avant IS	760	+26,4%

Coefficient d'exploitation	72,5%
ROE ⁽¹⁾	24,5%

Ratio Cooke ⁽¹⁾	10,1%
----------------------------	-------

- Le PNB est en bonne progression malgré l'impact de taux long terme historiquement bas, mais intégrant des plus-values sur la cession d'actifs non stratégiques.
- Les frais de gestion sont strictement contrôlés, sans affecter la mise en œuvre du Plan Stratégique. 120M€ de ces frais (soit 4,8 points de coefficient d'exploitation) sont liés aux coûts de HUB, du changement de marque et du plan pour l'emploi.
- Le résultat avant impôt progresse de 26,4% grâce à un coût du risque très bas.
- HSBC France, entité légale, a réalisé en 2005 un profit de 1 119M€ et dispose de 5,2Md€ de fonds propres.

(1) Périmètre légal

Résultats par ligne de clientèle

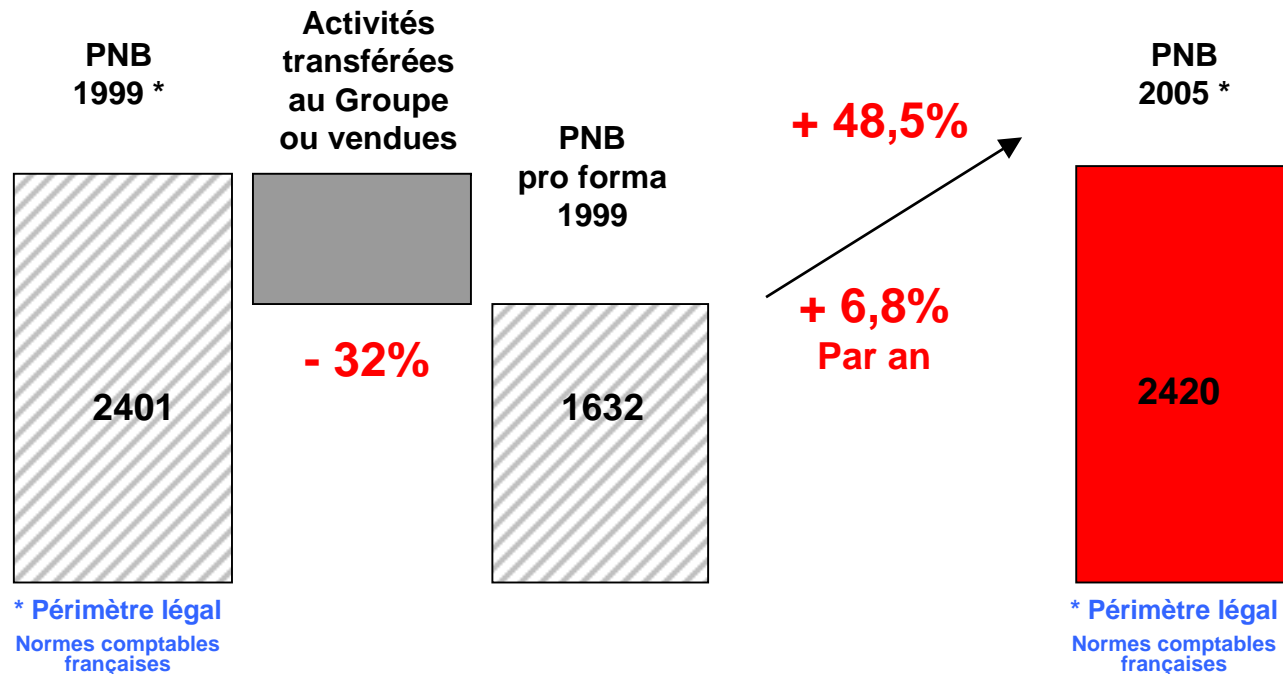
M€- périmètre France	PNB	% vs 2004	Résultat avant IS	% vs 2004
Banque de Particuliers	911	+5,6%	180	+8,8%
Banque d'Entreprises	705	-0,6%	218	+2,2%
Banque de Grande Clientèle et Marchés (CIBM)	616	+33%	337	+34%
Gestion d'Actifs et Banque Privée	256	+17,3%	46	ns

- **Banque de Particuliers** : très bonne progression commerciale, en accélération au second semestre malgré la baisse des taux.
- **Banque d'Entreprises** : les difficultés de l'UBP en 2004 et le changement de périmètre de clientèle avec la Banque de Grande Clientèle pèsent sur la croissance des recettes, mais le très faible coût du risque permet la croissance du résultat avant impôt.
- **Banque de Grande Clientèle et Marchés** : très belle activité en particulier en Marchés et Financements Structurés.
- **Gestion d'Actifs et Banque Privée** : remarquable réussite de la Gestion d'Actifs (progression des actifs gérés de 19% à 66Md€) et finalisation de la restructuration de la Banque Privée.

Résultats (suite)

Estimation de l'évolution de la contribution au Groupe 2000/2005

- Malgré les transferts et cessions d'activités représentant 1/3 de ses revenus, HSBC en France a enregistré une croissance de ses recettes de 50% depuis 1999, sur la base de normes comptables comparables.



- Plus de 350M€ de revenus générés par HSBC en France au profit des autres entités du Groupe HSBC, dont :
 - 230M€ de recettes provenant des grandes entreprises françaises
 - Marchés, principalement sur les produits dérivés : 60M€
 - Produits de la gestion d'actifs : 50M€

2005 : lancement d'une grande banque HSBC en France

- Mise en commun de 5 banques pour créer, le 8 novembre, une **Banque HSBC de 380 agences** (70% d'agences de plus que l'ancien réseau national)
Unification des tarifications et refonte de la segmentation de clientèle
- Des résultats prometteurs après la bascule de marque du 8 novembre :
 - Un doublement de la notoriété
de **16% à 34% d'octobre 2005 à janvier 2006**
de 21% à 49% en Ile de France seule
 - Une bonne appropriation de la marque
Notoriété spontanée auprès des clients HSBC passée de 10% (oct 2005) à 45% (janv 2006)
- Poursuite du développement d'une **plate-forme informatique intégrée** :
UBP en novembre 2005, après la Banque de Picardie fin 2004

2005 : lancement d'une grande banque HSBC en France

- Mise en œuvre d'un plan de **redéploiement d'emplois** afin de renforcer notre **efficacité** et notre **puissance commerciale** :
 - Après signature d'un accord de gestion de l'emploi en mars 2005, finalisations des consultations sur les projets de réorganisation et leur mise en œuvre permettant les redéploiements d'effectifs destinés à faire passer le **taux de commerciaux de 51% à 58%**,
 - 700 recrutements externes de commerciaux en 2005,
 - Les recrutements ont déjà permis de développer les forces commerciales et de créer **250 nouveaux postes de commerciaux**.
- **Rationalisation** de certaines activités : tenue de compte de l'épargne salariale, correspondance bancaire, activités actions
- **Cessions** d'activités **non stratégiques** : Netvalor, Dewaay, Framlington

Une offre de services enrichie et plus compétitive

- **Pour la clientèle de particuliers**

- Nouvelle offre de **conventions** modulables en fonction des profils des clients
- Lancement de l'**offre** globale **Premier** : une offre exclusive du Groupe HSBC en France et à l'international
- Lancement d'**HSBC Invest**, le site de courtage en ligne d'HSBC France
- **Enrichissement de la gamme** de produits financiers avec le lancement de :
 - HSBC Evolution Patrimoine Vie (HEPV), produit d'assurance-vie s'adaptant à l'évolution du profil patrimonial des clients,
 - HSBC Plus, fonds alternatif éligible à l'ensemble de nos contrats d'assurance-vie,
 - HSBC BRIC Freestyle, fonds d'actions internationales sur le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine.

Une offre de services enrichie et plus compétitive

- **Pour la clientèle de particuliers (suite)**

- **Une tarification plus compétitive**

Selon le **classement du journal *Le Monde*** paru en décembre 2005,

HSBC France est désormais très bien positionné sur ses clientèles stratégiques :

- **3^{ème} sur 36** pour les clients boursicoteurs avec un coût annuel des services retenus de 524 euros contre une moyenne de 808 euros pour l'ensemble des banques interrogées,
- **2^{ème} sur 36** pour les clients fortunés avec un coût annuel des services retenus de 1 000 euros contre une moyenne de 1 515 euros pour l'ensemble des banques interrogées,
- **12^{ème} sur 36** pour les clients aisés, avec un coût annuel des services retenus de - 7,7 euros contre 25 euros en moyenne pour l'ensemble des banques interrogées
(selon ce profil, la rémunération des liquidités déposées sur le livret d'épargne était supérieur au total des coûts des services utilisés),

Quelques caractéristiques des profils *Le Monde* :

Client aisé : Revenus de 3 700 euros, détenteur d'une carte bancaire internationale haut de gamme. Abonné au service internet de sa banque et à une assurance perte et vol de moyens de paiement. Compte créditeur de 1500 euros en moyenne. Solde moyen du livret : 10 000 euros.

Client boursicoteur : 4 300 euros de revenus par mois, même services que le client aisé. Abonné au service de bourse en ligne. Compte titres de 46 000 euros, Détient 30 000 euros de Sicav et de FCP. 10 achats et ventes d'actions françaises d'un montant de 46 000 euros. 2 achats de Sicav extérieures à sa banque d'un montant de 7 500 euros. Compte créditeur de 2 300 euros en moyenne. Le solde moyen de son livret est de 15 000 euros.

Client fortuné : 6 000 euros de revenus par mois. Même services que le client boursicoteur. Compte titres s'élevant à 160 000 euros. 60 000 euros de Sicav et de FCP placés sur 6 Sicav dont 2 extérieures à la banque. 10 achats et 10 ventes d'actions françaises d'un montant de 8 000 euros et 2 achats de Sicav extérieures à la banque pour un montant de 10 000 euros. Assujetti à l'impôt de solidarité sur la fortune et est aidé par la banque pour faire sa déclaration.

Une offre de services enrichie et plus compétitive

- **Pour la clientèle de Banque Privée**

HSBC Private Bank France a été reconnue cette année encore pour la qualité de son offre de gestion :

- **3ème au classement des Corbeilles Mieux Vivre Votre Argent**
pour les performances de l'ensemble de la gamme sur 5 ans, tous établissements confondus
- **Victoire des SICAV 2006 La Tribune - Standard & Poor's :**
 - pour la 4ème année consécutive, **Intégral Valor classé meilleur fonds sur 5 ans** de la catégorie Mixtes International Equilibrés
 - **Louvre Multi Select European Equity Fund, meilleur fonds sur 3 ans** de la catégorie Actions Europe
 - en outre HSBC Private Bank France se classe pour l'ensemble de sa gamme :
 - 3ème sur 52 établissements sur 3 ans**
 - 4ème sur 46 établissements sur 5 ans**

(Catégorie gamme large : établissement disposant d'au moins 15 fonds dans 15 catégories différentes)

Une offre de services enrichie et plus compétitive

- **Pour la clientèle d'entreprises**

- Accompagnement des clients à l'**international** :
 - Développement d'un produit packagé **Elys-Export** qui combine crédit export et assurance crédit export
 - Mise en place de deux « **French desks** », UK et Chine (ouverture de compte, financement)
- Déploiement des offres s'appuyant sur l'**expertise technologique** du Groupe HSBC :
 - **fxtrading@hsbc** sur le change
 - **HSBC.net** outil transactionnel pour les opérations internationales sur le Net (cash management, crédits documentaires, ...)

Des signes très encourageants d'accélération d'activité avec toutes nos clientèles

- Banque de détail : l'année 2005 reflète le succès croissant de « l'effet HSBC »

Les clients

- + 20% d'entrées en relation pour la banque de particuliers tous réseaux en 2005 (74 000)
- + 19 000 clients particuliers « stratégiques » net chez HSBC France
- + 2 600 clients particuliers « stratégiques » net par mois au dernier trimestre 2005
- + 50% de croissance des entrées en relation entre le 1er et le 2ème semestre 2005

Les produits

- + 54% de production de crédits immobiliers (+94% : 2ème sem 2005 / 1er sem 2005)
- + 18% de collecte en assurance-vie via Erisa (marché +14%)
- + 7% en dépôts à vue de particuliers et entreprises
- + 10% de production de crédits moyen long terme sur le marché de l'entreprise (+20,4% de production déc 2005 / déc 2004)
- 51% de la clientèle d'entreprises est équipée en outils de Banque à Distance

Des signes très encourageants d'accélération d'activité avec toutes nos clientèles (suite)

- **Banque de financement et d'investissement** : les progressions dans les league tables traduisent la montée en puissance des opérations avec les grands clients français

League tables depuis 2000

	Émissions obligataires	Crédits syndiqués	Fusions et acquisitions	Marché primaire actions	Introductions en bourse
2000	8	11	16	12	16
2004	5	7	7	12	8
2005	3	5	8	7	7
Sources	<i>Bloomberg</i> Émetteurs français, toutes devises	<i>Loanware</i>	<i>Thomson</i> Opérations annoncées	<i>Bondware</i>	<i>Bondware</i> Bookrunners

Des signes très encourageants d'accélération d'activité avec toutes nos clientèles (suite)

- **Asset Management**
- **Forte croissance** des encours :
 - +19% à 66Mds d'euros à fin 2005, avec 5,2Mds€ de collecte nette
 - Succès spectaculaire des fonds alternatifs de Sinopia (5ème « Hedge Fund » européen)
 - Très bonne collecte des fonds actions du Groupe HSBC (BRIC Freestyle, Chinese Equity, Indian Equity)
 - Encours, distribués par HSBC Investments France sur Indian Equity : 2,3Mds€
 - Encours, distribués par HSBC Investments France sur Chinese Equity : 950M€
 - Encours, distribués par HSBC Investments France sur BRIC Freestyle : 360M€
- **Bonnes performances dans la plupart des classes d'actifs** :
 - HSBC Investments, 1er des grands réseaux bancaires en 2005 (Victoires La Tribune - Standard & Poor's)
 - Sinopia, 3ème et HSBC Investments, 8ème sur 213 sociétés de gestion françaises du (classement Alpha League Table Europerformance-Edhec), récompensant l'Alpha de la gestion actions.
 - Sinopia Actiprimes Obligations, meilleur fonds sur 10 ans (« Bond Global – Euro Hedged » classification, Reuters Lipper Fund Awards France 2006)
- Une **réorganisation** permettant de combiner la puissance et la sécurité d'un grand groupe avec la performance des « boutiques » : Sinopia, HSBC Halbis Partners, HSBC Epargne Entreprise

Une distribution croissante des produits HSBC France dans l'ensemble du réseau mondial du Groupe

- Effets en termes d'activité :
 - Sur les marchés des dérivés
Progression de 60% des revenus en 2005
 - En Asset Management
Progression de 49% des encours chez Sinopia (38% hors effet marchés),
très largement due à la diffusion des produits dans les réseaux du Groupe HSBC
- Evolution des effectifs en France dans les deux activités :
 - + 4% d'effectifs en Asset Management
 - + 10% d'effectifs sur les marchés

Perspectives 2006

Perspectives 2006 : poursuivre le renforcement de notre notoriété et marquer notre différence

- Capitaliser sur la **marque**
- Tirer pleinement parti de la capacité unique du Groupe HSBC à **l'international**
- Continuer à progresser dans l'**accueil** et le **service**
- Développer notre action d'**entreprise responsable**

Perspectives 2006 : Capitaliser sur la marque

- Viser un objectif de **notoriété globale de 50% pour 2006 et de 70% pour 2007**
(versus 16% en octobre 2005 et 34% en janvier 2006)
- Renforcer notre **marque « employeur »**
 - Devenir un employeur de préférence dans nos 20 écoles cibles
 - Accroître le recrutement de jeunes diplômés
 - Renforcer notre politique de formation
 - Faire d'HSBC France une entreprise reconnue pour ses opportunités de carrière et de développement professionnel

Perspectives 2006 (suite) :

Tirer pleinement parti de la capacité unique du Groupe HSBC à l'international

Le groupe HSBC a été reconnu en 2005 :

- « **Banque mondiale de l'année** »
(*The Banker*, septembre 2005)
- « **Overall deal of the year** » remporté pour l'émission de 6 milliards d'Euros à échéance 2055 de la République Française, pour laquelle HSBC était le principal arrangeur et chef de file
(*Euroweek*, février 2006)
- « **No. 2 cash management** »
(*Euromoney*, octobre 2005)
- « **The World's Best Sub-Custodian** »
(*Global Finance Magazine*, août 2005)
- « **4ème entreprise mondiale** » pour sa politique environnementale et sa bonne gouvernance
(*Accountability Institut / Fortune*, septembre 2005)
- « **29ème marque mondiale**, classement Interbrand »
(*Business Week*, 2005)

Perspectives 2006 (suite) :

Continuer à progresser dans l'accueil et le service

- Ouverture de **20 Centres Premier** en 2006
- Renforcement des **formations à l'accueil**
- Développement d'une **politique de qualité**, n° vert, questionnaire qualité
- **Qualité technologique** / Développement des services sur le **Net**

Perspectives 2006 (suite) : **Développer notre action d'entreprise responsable**

- **Formation des Managers à la RSE**
- **Politique carbone neutre**
- **Financement responsable**
- **Investissement socialement responsable**
- **Diversité**
- **Fondation HSBC pour l'Education**

HSBC 