

Communiqué de Presse

Paris, le 15 avril 2010

Investissement, philanthropie et consommation des grandes fortunes : 7 tendances clés depuis la crise

Société Générale Private Banking parraine une étude exclusive réalisée par "The Economist Intelligence Unit"* sur les grandes fortunes et leurs comportements en matière d'investissement, de philanthropie et de consommation depuis la crise financière.**

La crise financière mondiale a provoqué une réelle crise de confiance parmi les grandes fortunes internationales qui, quel que soit le milieu auquel elles appartiennent, les a incitées à se montrer plus vigilantes et dans certains cas, à adopter un rôle plus direct et plus actif. Cette étude montre que ces grandes fortunes cherchent à mieux contrôler leurs investissements ainsi qu'à mieux maîtriser et comprendre l'impact de leurs actions philanthropiques. Ils exigeraient par ailleurs des produits de luxe qu'ils soient plus durables et de meilleure qualité.

L'étude a ainsi identifié sept grandes tendances auprès de cette clientèle :

Investissement :

1. La crise financière a entamé leur confiance envers les experts en investissement. A moyen terme, les grandes fortunes seront beaucoup plus vigilantes, multiplieront les demandes de due diligence avant de réaliser des investissements et prendront une part encore plus active dans la gestion de leur avoirs financiers.
2. Leurs choix d'investissement ont évolué durant la crise. De produits peu liquides (hedge funds) ou complexes (produits dérivés), ils se sont tournés vers des placements plus simples, transparents et liquides. La recherche de retours sur investissement plus élevés les incitera peu à peu à revenir vers des produits plus complexes qui devront toutefois être parfaitement transparents pour parvenir à contrer une prise de risque moins importante.

Philanthropie :

3. La récession a engendré une tendance générale à la baisse des dons

SERVICE DE PRESSE
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE - GIMS

Elisa O'NEILL
+33 (0)1 42 14 39 24
elisa.oneill@socgen.com

Jolyon BARTHORPE
+33 (0)1 42 14 34 55
jolyon.barthorpe@socgen.com

GIMS/COM - Immeuble SGAM
170, place Henri Regnault
92043 Paris La Défense cedex - France
Fax: +33 (0)1 42 14 53 82

SERVICE DE PRESSE
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
+33 (0)1 42 14 67 02
www.societegenerale.com

Société Anonyme au capital de
924 757 831, 25 EUR
552 120 222 RCS PARIS

philanthropiques. Cependant, une grande majorité de cette clientèle prévoit de maintenir voire d'augmenter leurs dons.

4. Ainsi, les grandes fortunes souhaitent adopter une approche plus professionnelle en matière de philanthropie, axée sur l'analyse de l'impact de leurs actions dans la société et sur une plus grande responsabilisation du secteur caritatif. Si cette tendance existait avant la crise, l'étude démontre qu'elle s'est accélérée du fait de la récession.

5. Sur les marchés émergents comme l'Inde et la Chine, la philanthropie se développe d'une part au même rythme que l'augmentation de la richesse mondiale et d'autre part, au fur et à mesure que les pouvoirs publics de ces pays prennent conscience de l'intérêt de tirer parti des compétences des philanthropes fortunés.

Consommation :

6. Cette clientèle affirme qu'à l'avenir elle continuera en effet à dépenser autant qu'avant la crise, mais de manière moins ostentatoire.

7. Les particuliers fortunés souhaitent que l'industrie des produits de luxe leur apporte avant tout un service de qualité, « quelque chose de spécial » qui va au-delà de l'exclusivité et du prix affiché. Les personnes interrogées estiment que la récession a précipité cette « ruée vers la qualité » dans les comportements d'achat.

Pour cette étude, "The Economist Intelligence Unit" a notamment interrogé 11 personnalités très fortunées issues des quatre coins du monde parmi lesquelles James Caan, entrepreneur britannique, investisseur et présentateur vedette sur la chaîne BBC Two ou encore Rohini Nilekani, l'une des plus grandes philanthropes asiatiques.

Les besoins des particuliers et familles très fortunés sont spécifiques, tant au niveau de la protection et de la transmission de leur fortune que de sa croissance et de son contrôle. Ils exigent impérativement une approche pluridisciplinaire qui va bien au-delà de la simple gestion de portefeuille.

Le segment des grandes fortunes a fait l'objet de peu d'études par le passé et représente un des axes prioritaires dans la stratégie de développement de Société Générale Private Banking.

Le rapport intitulé "Le nouveau monde de la fortune : sept grandes tendances en matière d'investissement, de philanthropie et de consommation chez les particuliers très fortunés" est disponible sur simple demande auprès du département relations presse de Société Générale Global Investment Management and Services.

**The Economist Intelligence Unit est la division d'intelligence économique du groupe The Economist.*

***La population étudiée pour cette étude qualifiée de "particuliers très fortunés" ou de "grandes fortunes" disposent d'une capacité d'investissement de plus de 30 millions de dollars US d'actifs financiers.*

Société Générale

Société Générale est l'un des tout premiers groupes de services financiers de la zone euro. Avec 157 000 personnes dans le monde, son activité se concentre autour de trois grands métiers :

- Réseaux de détail, Financements Spécialisés & Assurances qui comptent 32 millions de clients particuliers en France et à l'international.
- Banque Privée, Gestion d'actifs & Services aux investisseurs, où le Groupe compte parmi les principales banques

de la zone euro avec 3 073 milliards d'euros d'actifs en conservation et 344 milliards d'euros d'actifs sous gestion à fin décembre 2009.

- Accompagnant ses clients dans de nombreux secteurs, la Banque de Financement & d'Investissement, Société Générale Corporate & Investment Banking offre des solutions sur mesure en s'appuyant sur son expertise globale en matière de banque d'investissement, de financements et d'activités de marchés.

Société Générale figure dans les indices internationaux de développement durable : FTSE4good et ASPI. En 2010, l'agence de notation SAM a décerné à Société Générale le titre de "Mover 2010" pour le secteur bancaire.

www.societegenerale.com

Société Générale Private Banking

Société Générale Private Banking, l'activité de gestion de fortune du groupe Société Générale, se classe parmi les leaders de la banque privée avec des actifs sous gestion de 75,4 milliards d'euros à fin décembre 2009.

Avec 2 800 collaborateurs dans 22 pays à travers le monde, Société Générale Private Banking offre des solutions de gestion de fortune à une clientèle d'entrepreneurs et de particuliers fortunés disposant de plus d'un million d'euros d'avoirs financiers.

Société Générale Private Banking offre également des services de gestion de fortune dédiés aux particuliers et familles très fortunés dans le monde via notamment l'alliance mondiale conclue avec Rockefeller Financial.

Société Générale Private Banking propose des solutions d'ingénierie financière et patrimoniale (conseil en fiscalité, trusts...) internationales, une expertise mondiale en matière de produits structurés, de hedge funds, de mutual funds, de fonds de private equity et de solutions d'investissement en immobilier et un accès aux marchés des capitaux.

Le savoir-faire reconnu de ses équipes en matière de gestion de fortune et d'allocation d'actifs est régulièrement récompensé : elle a été élue en 2010 "Meilleure Banque Privée Mondiale, en Europe et au Moyen Orient pour son offre de produits structurés et de dérivés actions" (Euromoney). En 2009, elle reçoit le prix de la "Meilleure Banque privée au Japon et au Luxembourg" (Euromoney), se classe parmi les 3 meilleures banques privées en Europe et obtient le titre de « Meilleure Banque Privée pour son offre de services dédiés aux Family Offices » conjointement avec Rockefeller Financial (Private Banker International).

www.privatebanking.societegenerale.com