

Le 6 avril 2010

HSBC France fait évoluer sa proposition pour sa clientèle HSBC Premier*

Lancée en France en 2003, la proposition HSBC Premier continue d'évoluer.

Des études menées auprès de clients et prospects ont permis d'identifier des évolutions dans les attentes des clients aisés :

- Une relation de plus en plus multicanale . La « relation bancaire » - opérations courantes, transactions - se déplace vers Internet et le Centre de Relations Clients qui apportent une très grande réactivité et disponibilité (24/7). Ce mouvement sur la relation bancaire modifie significativement les attentes envers les conseillers, avec une exigence croissante de compétences et de pro-activité dans la « relation conseil »
- La nécessité d'une plus forte prise en compte de la dimension familiale dans les services, ainsi que d'une meilleure reconnaissance de la relation au quotidien, au-delà des opérations promotionnelles.
- L'importance de la dimension internationale se confirme avec toujours plus de clients concernés directement ou indirectement (via les enfants) par celle-ci.

La nouvelle proposition HSBC Premier capitalise sur ses forces, le conseil patrimonial, l'international et l'offre multicanale, tout en intégrant de nouvelles dimensions souhaitées par notre clientèle.

La clientèle HSBC Premier représente aujourd'hui plus du tiers de la base des clients particuliers de HSBC en France soit près de 280 000 clients

➤ **La personnalisation et l'expertise :**

La clientèle HSBC Premier valorise une relation personnalisée avec un conseiller pro-actif et compétent dans les domaines de l'épargne et du patrimoine et attend toujours plus dans ce domaine : chaque contact doit être pertinent .

- Les Conseillers HSBC Premier, dont le client a les téléphone et email directs, sont des professionnels de la gestion patrimoniale : un programme a été mis en place afin de suivre et mettre à jour en continu leurs connaissances.
- Ils s'appuient sur une approche structurée du conseil « Horizon 360 ° ». Basée sur l'écoute et la formalisation des situation et projets du client à travers 7 thèmes, elle permet de présenter les différentes solutions pertinentes, au bon moment, puis de suivre dans le temps leur bonne adéquation.
- En cas de problématique particulièrement complexe, le Conseiller HSBC Premier organise une rencontre avec les experts patrimoniaux dont les services sont offerts.

- L'importance donnée à la « relation conseil » se retrouve dans la conception de nos agences. En particulier les Centres et Espaces HSBC Premier sont conçus (espaces lounge, espaces conseil, ..) pour offrir aux clients des lieux privilégiés d'accueil et de conseil : 20 nouveaux Centres HSBC Premier seront ouverts à l'horizon 2011, sur le modèle de celui récemment ouvert à Paris rue Auber (deuxième plus grand Centre Premier dans le monde).

➤ **La prise en compte de la dimension familiale :**

L'allongement de la durée de vie et l'accroissement des sujets trans-générationnels, mais aussi l'évolution des structures familiales avec les familles recomposées, requièrent des conseils de qualité dans la bonne organisation de la transmission du patrimoine et de la protection de ses proches.

- Au-delà du conseil, les clients HSBC Premier bénéficient de la gratuité des droits d'entrée pour les fonds issus de donations ou de successions, qu'il s'agisse d'actifs déjà présents chez HSBC ou qu'ils viennent de l'extérieur (hors droits acquits aux fonds).

Bien accompagner leurs enfants et les associer à la qualité de notre relation est une demande de nos clients.

- Aussi les enfants de nos clients HSBC Premier bénéficieront d'avantages à diverses étapes de leur jeunesse : comme la carte bancaire offerte jusqu'à 18 ans, l'accès gratuit aux services Internationaux Premier jusqu'à 25 ans (particulièrement efficace pour les stages à l'étranger devenus courants), ou encore la mise en place de cautions de loyer sans frais.

➤ **La reconnaissance au quotidien :**

Les clients interrogés ont par ailleurs manifesté leur besoin d'une reconnaissance de la relation dans la durée, face à des opérations promotionnelles ponctuelles qui ne répondent pas toujours à leurs attentes.

- Parmi ses réponses HSBC met en place, pour ses clients HSBC Premier, un bonus de rémunération sur le compte sur livret HSBC Epargne. Ce bonus vient tout simplement s'ajouter à la rémunération standard que le client perçoit pour l'année. Son taux est communiqué au début de chaque année.
- De même, les clients HSBC Premier disposent, sans frais, d'informations utiles au suivi leurs avoirs comme le relevé de patrimoine ou les relevés ISF. L'accès à l'espace de banque en ligne et à la plate-forme bourse sont également sans frais.
- Enfin, de nombreuses opérations courantes telles que les chèques de banque, la mise en place de virements permanents et prélèvements, ...sont gratuites.

➤ L'international

La plupart des clients Premier sont concernés par la dimension internationale de l'offre HSBC Premier : parce qu'ils voyagent à l'étranger, pour leurs loisirs ou travail, qu'ils s'y installent ou encore que leurs enfants y fassent un stage.

- La proposition offre la gratuité des retraits dans tous les distributeurs du Groupe répartis dans une quarantaine de pays, mais aussi des services d'urgence que sont le dépannage espèces immédiat de 2000USD ou sa contre-valeur ou l'assistance internationale via le +1908 PREMIER.
- L'installation à l'étranger est grandement simplifiée grâce au service d'ouverture de compte à distance en 3 jours et la mise à disposition des moyens de paiement sous 10 jours.
- Les clients HSBC Premier ont également la possibilité de visualiser et gérer l'ensemble de leurs comptes HSBC dans le monde et effectuent gratuitement les virements internationaux entre ces derniers.

*Clients Premier : Clients détenant plus de 75000 euros d'avoirs et /ou ayant des revenus de plus de 70.000 euros brut par personne ou 100.000 euros brut par ménage.

Contacts Presse :

Coralie Houel, tél 01.40.70.21.57; coralie.houel@hsbc.fr

Sophie Ricord, tél 01.40.70.33.05 ; sophie.ricord@hsbc.fr

Note aux éditeurs :

Le Groupe HSBC

HSBC Holdings plc, maison mère du Groupe HSBC, a son siège situé à Londres. Le Groupe sert des clients dans le monde entier à travers quelque 8 000 implantations réparties dans 88 pays et territoires en Europe, dans la région Asie-Pacifique, en Amérique du Nord et du Sud, au Moyen-Orient et en Afrique. Avec 2 364 milliards USD d'actifs au 31 décembre 2009, HSBC est l'un des premiers groupes de services bancaires et financiers au monde. "Votre banque, partout dans le monde" est la signature publicitaire universelle de HSBC.

HSBC en France

HSBC France, précédemment CCF fondé en 1894, a rejoint le Groupe HSBC en 2000 et a adopté la marque HSBC France en novembre 2005. Le siège de HSBC France est situé à Paris. Avec plus de 400 points de vente sur le territoire national et plus de 10000 salariés, HSBC France développe des activités de banque universelle auprès de clientèles de particuliers et d'entreprises.

Annexe 1 : la campagne de communication HSBC Premier

Annexe 2 : HSBC Premier dans le monde en quelques chiffres

Annexe 1 :

Nouvelle campagne de communication HSBC Premier

HSBC Premier fait évoluer son offre Premier. A cette occasion, la banque lance une nouvelle campagne média en presse et sur Internet du 6 avril au 30 mai, qui met l'accent sur l'expertise des conseillers HSBC Premier et la personnalisation de la relation offerte aux clients..

Des portraits de personnages singuliers pris sur le vif

La campagne démarre avec deux portraits de personnages singuliers pris sur le vif et atypiques pour souligner le caractère unique de chaque client, traduit dans l'accroche « *HSBC Premier, parce que votre monde est unique* ».

En reconnaissant les spécificités et les besoins de chaque client, HSBC souhaite offrir un conseil financier adapté à chacun et à son « propre monde ».

Un troisième visuel vient illustrer la dimension familiale de l'offre HSBC Premier en mettant en scène une famille elle aussi originale représentée dans une situation d'improvisation musicale dans le salon familial.

Au-delà des personnages atypiques et légèrement décalés, cette campagne se démarque à travers un ton artistique très prononcé, entre photo d'art et photo reportage, démontrant une nouvelle fois l'attachement de la banque à la photographie.

Le dispositif media

La campagne réalisée par JWT est déployée grâce à un dispositif pluri-média totalement intégré.

Elle est déclinée, du 6 avril au 31 mai, en presse quotidienne (Le Figaro, les Echos) et presse news et économique (L'Express, Le Point, Télérama, Le Nouvel Observateur, Paris Match, Le Figaro Magazine, Le Monde Magazine, Courrier International, Challenges, Mensuels : Capital, L'Expansion, Enjeux Les Echos).

Parallèlement, un dispositif digital couvrant plusieurs dizaine de sites est mis en œuvre associant couverture et présence tactique, via des sites d'actualités et d'informations (Les Echos.fr, Orange Money, MSN Finances, Yahoo !) et des campagnes de référencement pour accéder directement au site Internet HSBC Premier spécialement développé pour cette marque. .

L'affichage dans l'ensemble du réseau d'agences- qui compte 21 Centres Premier dont le tout nouveau Centre Premier Auber à Paris, relaie également la campagne publicitaire.

Agence créative : JWT

Agences media : MindShare et Néo

Annexe 2 :

HSBC Premier dans le monde en quelques chiffres

L'offre est présente dans de 42 pays dans le monde : Arabie Saoudite, Argentine, Australie, Bahreïn, Brésil, Bermudes, Brunei, Canada, Chine, Colombie, Corée du Sud, Egypte, Emirats Arabes Unis, Etats-Unis, France, Grèce, Hong-Kong, Inde, Iles Cayman, Indonésie, Japon, Jersey, Jordanie, Liban, Macao, Malaisie, Malte, Mexique, Nouvelle Zélande, Oman, Pakistan, Panama, Philippines, Pologne, Qatar, Royaume-Uni, Russie, Singapour, Sri Lanka, Taiwan, Thaïlande Turquie.

La clientèle HSBC Premier : Près de 3,5 millions de clients HSBC Premier dans le monde

Objectif du groupe 6 millions de Clients Premier à l'horizon 2011.

Elle s'appuie sur 42 International Business Centers qui assurent le suivi de la relation à l'international entre les différents pays notamment pour l'ouverture de compte à l'international.

Près de 250 centres HSBC Premier dans le monde.

Près de 6000 conseillers dans le monde accrédités par le Groupe HSBC.

.