

“LA BANQUE PRIVÉE, c’est bien plus que de la gestion d’actifs”

Filiale de Natixis, adossée au Groupe BPCE, Natixis Wealth Management conçoit et met en œuvre des solutions patrimoniales, financières et innovantes, adaptées aux clients désireux de faire fructifier leur patrimoine ou de structurer leur fortune. À l’heure où l’univers des banques privées est en pleine mutation, ***Audrey Koenig nous présente la singularité de Natixis Wealth Management, dont elle pilote la direction commerciale.***



Audrey Koenig

Bio express

Audrey Koenig est diplômée de l’Université Louis Pasteur (Strasbourg I) et de l’IGR-IAE de Rennes. Après un début de carrière en tant que conseiller en gestion de patrimoine à la Banque Populaire puis banquier privé au CIC, en 2001, elle rejoint Natixis Wealth Management. En 2011, elle est nommée Directeur du Développement avant de reprendre la direction de la Gestion de Fortune en 2014. Audrey est membre du comité de direction de Natixis Wealth Management. En parallèle, elle est administrateur de Natixis Wealth Management Luxembourg depuis 2016 et Administrateur de Mirova depuis septembre 2018.

Quelles sont vos forces chez Natixis Wealth Management ?

Notre business model consiste à capitaliser sur des marques fortes et des professionnels très spécialisés afin de disposer d’une large palette de choix de gestion à proposer à nos clients en fonction de leurs attentes. Notre force tient à ces synergies que nous bâtissons au quotidien avec nos partenaires dont les offres viennent compléter celles de notre société de gestion, VEGA Investment Managers. Le rôle du banquier privé s’en trouve amélioré et augmenté. Sur la base de l’allocation décidée par le Chief Investment Officer (CIO) de la banque, le banquier est, aujourd’hui, un chef d’orchestre qui travaille en étroite collaboration avec les experts dans des domaines très variés : gestion sous mandat, gestion conseillée, crédit, ingénierie patrimoniale, immobilier, private equity...

Pouvez-vous nous décrire la direction commerciale de Natixis Wealth Management ?

Notre direction commerciale est organisée autour de deux pôles : un pôle dont les équipes sont en charge du déploiement de nos expertises auprès des entités du Groupe BPCE (les Banques Populaires, les Caisses d’Épargne et Natixis) et un pôle dédié à la clientèle directe et aux apporteurs (experts-comptables, notaires, banquiers d’affaires) et aux institutionnels.

Quelle est la place du banquier privé au sein de votre organisation ?

Le maintien d’une forte culture financière est primordial dans notre métier. Une fois par mois, une des sociétés de gestion affiliées vient présenter devant nos banquiers un scénario d’investissement.



“Il faut savoir être présent auprès de ceux qui se lancent dans l’aventure entrepreneuriale et disposent d’un fort potentiel de création de valeur. Lorsqu’ils mènent des projets auxquels nous croyons, nous avons à cœur de les accompagner parce que nous les avons rencontrés dans un moment clé de leur vie, où ils ont tout à bâtir.”

Certains de nos plus importants clients peuvent se voir proposer une gestion sous mandat spécifique et dédiée auprès des affiliés. Avec cet éventail d’offres enrichi, le quotidien du banquier privé évolue. Il reste le leader de la relation, dont il assure le suivi dans le temps, mais, selon les attentes et le profil de son client, il doit pouvoir assembler et fédérer de manière ponctuelle l’expertise de spécialistes.

Dans un univers de plus en plus concurrentiel, où les clients sont accompagnés et surinformés, le banquier privé ne peut plus s’en tenir exclusivement à la gestion d’actifs. Pour instaurer une relation de confiance, il doit posséder de solides connaissances juridiques et fiscales, maîtriser les domaines du crédit, du private equity, mais également évoluer avec agilité dans l’univers de l’immobilier et du marché de l’art. En résumé, le banquier privé d’aujourd’hui est polyvalent, doté de qualités relationnelles, curieux, à l’écoute, force de proposition et parfois même fin psychologue, de sorte que son client ne puisse plus se passer de lui dans toutes les décisions qu’il a à prendre.

Où en êtes-vous de votre révolution digitale ?

Nous nous sommes lancés dans le digital depuis deux ans et nous y consacrons 30 % de notre budget informatique. Le banquier privé nouvelle génération se doit d’adopter le Fronting Digital (outil d’entrée en relation simplifié et dématérialisé). C’est un passage obligé dans l’univers de la banque, où le cadre réglementaire est devenu très strict et les tâches administratives fastidieuses. Pouvoir apposer une signature électronique en bas d’une dizaine de documents,



quel gain de temps ! Actuellement, nous travaillons sur un projet visant à digitaliser tous nos actes de gestion. Début 2019, nous pourrions organiser des rendez-vous clients sous forme digitale. Avec cette révolution numérique, les métiers du back et du middle office vont évoluer vers des missions à plus forte valeur ajoutée et les banquiers privés pourront dégager de leur temps pour le consacrer à leurs clients.

À quels enjeux est confrontée la banque privée de demain ?

Le métier de la banque privée a vu sa rentabilité s’éroder, notamment à cause de la nécessité d’investir dans les outils digitaux et du poids toujours plus lourd des contraintes réglementaires. Face à cette nouvelle donne, la banque privée doit être capable de créer de la valeur ajoutée pour accompagner ses clients. L’une des forces de la banque, c’est le crédit. Je me suis personnellement beaucoup investie

pour que la politique des risques ne soit pas seulement une politique d’adossement à des actifs financiers, mais bien une capacité à accompagner le développement des chefs d’entreprises pour répondre à leurs attentes spécifiques.

Pour devenir client d’une banque privée, il y a bien sûr des seuils d’accès en termes d’actifs placés dans nos livres. Mais il est important d’être capable, à un moment donné, d’aider un client qui a besoin d’un financement. La banque privée, ce n’est pas que de la gestion d’actifs. Nos expertises doivent aussi participer à la création de valeur. ×