

## PATRICK LEGLAND

UN PROFESSIONNEL  
COSMOPOLITE

Directeur de la recherche  
Actions depuis 2003,  
Patrick Legland s'attache  
à faire du bureau d'études  
de la Société Générale  
un acteur de référence  
sur les marchés Actions.

Le calme du bureau contraste avec l'agitation de la salle des marchés toute proche. La grande baie vitrée offre la vision du chantier de la troisième tour en construction de la banque de La Défense. Comme un écho à cet univers sans cesse en mouvement, Patrick Legland, pragmatique, nous confie ne jamais s'être fixé de plan de carrière mais d'avoir avancé, étape par étape, dans un métier où seuls les résultats comptent. Il nous confie d'ailleurs que

*“dans la majorité des métiers de marché, et notamment l'analyse financière, il est primordial d'être extrêmement ouvert sur tout ce qui se passe afin d'avoir les bonnes idées avant les autres. S'interroger sur comment raisonnera le marché dans six mois ou dans un an suppose une grande curiosité, dans le bon sens du terme. C'est d'ailleurs dans cette optique que je m'oblige à lire régulièrement les journaux qui ne correspondent pas à mes idées”. Depuis le début de sa carrière, en 1986, Patrick Legland s'est vu confier de nombreuses missions de par le monde, que ce soit à Hong Kong, pour Paribas, où il fut responsable de la recherche sur l'Asie avant de prendre la tête de l'ensemble de l'equity sur cette même zone, ou chez UBS Warburg à Londres, où il prit la direction du bureau d'étude sur les valeurs françaises.*

ans dans cette activité et chapeaute aujourd'hui, sur Paris et Londres, environ 150 personnes dont une centaine d'analystes sectoriels auxquels se rajoutent des stratégestes, des économistes et des responsables des bases de données.

Pour cet homme d'équipe, chaque individu apporte sa pierre à l'édifice et son approche cosmopolite se retrouve dans la multitude de nationalités représentées au sein de ses équipes : *“pour comprendre les différentes cultures, européennes notamment, il est essentiel d'avoir des personnes familières avec celles-ci. Manager des équipes de nationalités différentes de la mienne m'enrichit en permanence”*. Selon lui, la qualité de la recherche et des recommandations boursières dépend à la fois de cet aspect, mais également de la professionnalisation des équipes de recherche. En effet, depuis son arrivée dans le groupe Société Générale, Patrick Legland s'attache à intégrer à ses équipes d'analystes le maximum de collaborateurs issus de l'industrie : *“sur le secteur pharmaceutique par exemple, la plupart de nos analystes sont des pharmaciens ou des chimistes, avec un background financier. C'est un privilège que de travailler avec des collaborateurs experts sur chacun de leur domaine”*.

## PROFIL

## Ses succès

■ **2005** : le bureau d'études de la Société Générale, dirigé par Patrick Legland, est élu meilleur bureau d'études de l'année, selon un classement EXTEL France réalisé sur la base des informations recueillies auprès de l'ensemble des clients de la profession.  
■ **Mise en place** d'une recherche “cross asset” avec

les autres équipes du groupe Société Générale (crédit, dérivés).  
■ **Avril 2006** : arrivée au sein de la recherche Actions paneuropéennes, et sous la responsabilité de Patrick Legland, d'une équipe dédiée à l'investissement socialement responsable (ISR).

S'ENRICHIR AU CONTACT  
DE MULTIPLES CULTURES

Il est, depuis janvier 2003, directeur de la recherche Actions paneuropéenne chez Société Générale et pilote, conjointement avec le responsable de la division distribution et trading (DTC), Jacques Ripoll, l'ensemble des métiers de cash equity du groupe. À 43 ans, ce passionné d'analyse financière est depuis vingt

“ Dans la configuration actuelle de notre métier, un produit de recherche ne sert à rien s’il n’est pas à la fois correctement marketté et en permanence remis en question. ”

Pour ce grand travailleur qui, tout comme ses équipes, commence sa journée bien avant le morning meeting\* de 8 heures du matin, le métier de l’analyse “est difficile et exigeant et il faut être passionné pour en assumer les contraintes, et notamment relever le challenge permanent et quotidien de chercher les bonnes idées d’investissement”. Il nous confie d’ailleurs avoir vécu comme une épreuve l’éclatement de la bulle Internet de 2001 et l’effondrement des marchés Actions qui a suivi : “à cette époque, il a fallu démontrer que l’analyse financière était utile, importante et apportait de très bons résultats, quand elle était exercée correctement”.

Enfant, Patrick Legland s’imaginait chef d’entreprise. Aujourd’hui, cet homme de terrain nous confie “avoir trouvé à Société Générale toutes les satisfactions [qu’il pouvait] espérer d’un projet entrepreneurial indépendant puisque le management de la banque favorise et optimise la possibilité de trouver de nouvelles idées, de développer de nouveaux services et business”. ■

\* Réunion quotidienne (avant ouverture des marchés) au cours de laquelle les analystes informent vendeurs et traders sur les nouvelles susceptibles de faire varier les différents cours de Bourse sur les jours ou les semaines à venir.

Dans cette optique, Patrick Legland se félicite d’avoir participé, en janvier 2005, à la naissance de la marque Cross Asset Research qui vise à donner à l’ensemble des analystes, actions, crédits, dérivés et matières premières de la Société Générale, une réflexion commune et cohérente. Cet analyste fondamental, viscéralement attaché à l’indépendance de la recherche, nous confie avoir trouvé avec son homologue de la distribution et du trading, un équilibre subtil et réfléchi avec “d’un côté une recherche indépendante en termes d’idées, et c’est une des raisons de notre succès, et à la fois un énorme travail d’équipe entre recherche et vente afin que les vendeurs puissent marketer nos idées auprès de nos clients”.

### ALLIER L’INDÉPENDANCE DES IDÉES À LA FORCE DE LA VENTE

Patrick Legland passe d’ailleurs 20 % de son temps à rencontrer des investisseurs, en France où à l’étranger, pour leur présenter les meilleures idées boursières de la Société Générale, mais il attend en retour l’avis des clients sur l’ensemble des produits et services : “le management tel que nous le concevons se doit d’avoir une approche business et commerciale avant tout, c’est le meilleur moyen d’obtenir un retour sur la qualité de notre travail. Je pense que dans la configuration actuelle de notre métier, un produit de recherche ne sert à rien s’il n’est pas à la fois correctement marketté et en permanence remis en question”.

### 1963

■ Naissance à Amiens (Somme)

### 1985

■ Diplômé de l’École supérieure de commerce de Lille (ESC Lille)

### 1987

■ Diplômes de la SFAF et du FSA

### 1986-1990

■ SAFE, bureau d’analyse indépendante, biens d’équipement

### 1990-1994

■ Phillips & Drew, Londres, analyste valeurs moyennes

### 1995-1997

■ Paribas, Hong Kong, responsable de la recherche sur l’Asie puis de l’equity

### 1997-2000

■ Paribas Capital Markets, Londres, directeur de la recherche Europe

### 2000-2003

■ UBS Warburg, Paris-Londres, managing director valeurs françaises

### DEPUIS JANVIER

### 2003

■ Société Générale, directeur du bureau d’études sur les valeurs paneuropéennes et co-responsable de la division cash equity

Élodie Freu