

Le Temps
1211 Genève 2
022/ 888 58 58
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 39'716
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 220.119
N° d'abonnement: 1076461
Page: 14
Surface: 36'663 mm²

L'invité

Il sera difficile pour la place financière de tenir son rang si toutes les banques se replient sur la Suisse

Les banques ont tout intérêt à s'en remettre encore au modèle suisse, qui a fait de l'exportation l'un des piliers de sa croissance

Depuis l'abandon du secret bancaire fiscal, voilà plus de cinq ans, les banques de gestion suisses ont dû étendre leur registre pour justifier leur rôle auprès de leurs clients.

Il leur a fallu refondre un modèle d'affaires trop longtemps dépendant d'un avantage concurrentiel qui a peu à peu été emporté avec les remous de la crise financière. Tant que cette «exception culturelle» prévalait, banquiers et gestionnaires suisses ont privilégié la gestion des actifs financiers dans une logique de produits plutôt que la gestion du patrimoine dans une logique de services.



François Reyl

Directeur général,
banque Reyl

Refroidies par les piques dissuasives des autorités fiscales étrangères, certaines banques suisses ont choisi de se recentrer sur le marché local

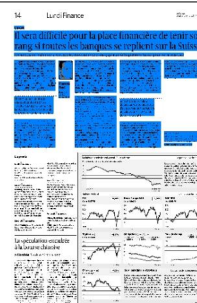
Ce sont pourtant les services vers lesquels ils se doivent de revenir aujourd'hui. Pour démontrer leur capacité à créer de la valeur, il leur faut en effet intervenir sur l'ensemble des éléments qui composent le patrimoine de leurs clients, depuis le portefeuille actions jusqu'à l'immobilier en passant par la prévoyance et l'entreprise, le tout en se pliant aux nouvelles normes «tax compliant» (ou conformes à la fiscalité).

Le positionnement géographique ne peut avoir qu'une faible incidence sur l'ajustement

de leur modèle d'affaires. Refroidies par les piques dissuasives des autorités fiscales étrangères, certaines banques suisses ont choisi de se recentrer sur le marché local. En dépit des apparences, cela n'a rien d'une solution de facilité. Le marché suisse, déjà très compétitif, oblige banquiers et gestionnaires à une approche spécifique avec une offre très complète qui doit comprendre des pièces essentielles comme la prévoyance ou l'optimisation fiscale à l'échelle locale. Ce sont des extensions de domaine qui réclament énormément d'efforts en termes de compétences, de ressources et bien évidemment de coûts.

Ce repli stratégique se comprend mais, s'il se généralise, il rendra difficile pour la place financière suisse de tenir son rang à l'international. Les banques ont donc tout intérêt à s'en remettre encore au modèle suisse, qui a fait de l'exportation l'un des piliers de sa croissance. En 2013, sur les 600 milliards de francs de PIB réalisés par la Suisse, la part des exportations s'élève au tiers, à hauteur de 200 milliards. Dans cet exercice, la Suisse est l'un des pays les plus doués au monde. Certains secteurs se distinguent particulièrement, comme la chimie, la pharmacie, les machines-outils, l'électronique, l'horlogerie et les biens de consommation haut de gamme.

Si elles ne fabriquent pas des microprocesseurs comme U-Blox ou des appareils à rayons X comme Comet, les banques suisses peuvent pourtant prétendre appartenir elles aussi à un secteur de pointe, capable de s'imposer à l'extérieur de leurs frontières. Ne dévient-elles pas après tout des produits et des



Le Temps
1211 Genève 2
022/ 888 58 58
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 39'716
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 220.119
N° d'abonnement: 1076461
Page: 14
Surface: 36'663 mm²

services sophistiqués, mis au point avec une grande précision par un personnel hautement qualifié, pour répondre aux situations complexes de leurs clients, où qu'ils se trouvent.

Il est partout dans le monde des créateurs de richesse susceptibles d'en appeler aux banques suisses et à leurs spécialistes pour les guider dans la constitution et dans la préservation de leur patrimoine. En retour, les banques doivent cependant leur proposer une gamme qui tienne compte du profil de cette clientèle, de ses aspirations et de ses priorités, quitte à se diversifier davantage au gré des exigences formulées.

La recherche de relais de croissance ne laisse pas d'autre choix aux banquiers que de sortir de leur zone de confort relatif

Parmi les créateurs de richesse, il est intéressant de s'attarder un instant sur le segment des entrepreneurs, qui demande un traitement exclusif. Pour attirer à elles ces entrepreneurs, les banques privées ont tout intérêt à maîtriser les mécanismes de l'entreprise afin de l'intégrer ensuite dans la stratégie patrimoniale souhaitée par l'entrepreneur. Pour les convaincre, il est préférable de se montrer à l'aise avec les opérations de haut de bilan habituellement couvertes par les banques

d'affaires. Les stratégies de financement, les opérations de valorisation, de transmission ou de recapitalisation ne sont pas forcément le cœur de métier des banques privées, mais l'acquisition de clientèle et la recherche de relais de croissance ne leur laissent pas d'autre choix aujourd'hui que de sortir de leur zone de confort relatif.

>> Sur Internet

Retrouvez sur notre site de nouvelles contributions d'invités extérieurs, ainsi que l'ensemble des articles écrits dans cette page par des invités

www.letemps.ch/forum_eco