

31.05.2012 - 09:00 Uhr

Cost Efficiency Survey 2012: Le secteur financier à l'aube d'une restructuration radicale

Zürich (ots) -

Les banques et compagnies d'assurances prennent des mesures fondamentales pour mieux optimiser leurs coûts. Comme le montre l'étude « Cost Efficiency Survey » réalisée par la société d'audit et de conseil Ernst & Young, les établissements financiers suisses envisagent de réaliser des économies significatives qui n'épargnent pas les canaux de distribution. Les banques privées sont fortement touchées par ces bouleversements.

ZÜRICH, LE 31 MAI 2012 - Compte tenu des difficultés persistantes sur le marché, l'optimisation des coûts est devenu un facteur clé pour les établissements financiers. Au cours des deux dernières années, 90 pour cent des banques et 75 pour cent des compagnies d'assurances ont pris des mesures pour réduire leurs coûts. Le présent sondage réalisé pour la première fois auprès des principaux établissements financiers suisses montre sans équivoque que le secteur financier poursuit sa restructuration : la moitié des entreprises veulent baisser les coûts de 5 à 10 pour cent et 40 pour cent des sondés visent une diminution de l'ordre de 10 à 20 pour cent. Enfin, 4 % des sociétés interrogées entendent même aller au-delà des 20 pour cent d'économies. « Ces chiffres témoignent clairement du fait que nous sommes sur le point d'assister à une nouvelle transformation de l'industrie financière. Une reprise économique passagère n'arrêtera pas cette évolution. Le secteur est en train d'opérer un changement radical », dit Bernhard Böttinger, responsable Performance Improvement chez Ernst & Young.

Les assureurs interrogés citent parmi leurs plus grands défis la concurrence plus vive pour l'acquisition de nouveaux clients et la pression croissante sur les prix qui découle notamment des possibilités de comparaison simplifiées pour les clients. Les banques quant à elles, mettent l'accent sur les coûts significatifs engendrés par l'application des exigences réglementaires croissantes, sur la plus grande fluctuation de la clientèle et sous la pression consistant à proposer aux clients des produits et services attrayants. Le modèle commercial des banques privées est soumis à une pression particulièrement forte : « Les revenus chutent car les clients retirent leur fortune ou optent pour des produits moins rentables. Dans le même temps, de nouvelles réglementations exigent des investissements considérables », dit Bernhard Böttinger.

Poser les jalons de la croissance future Les banques et compagnies d'assurances s'accordent sur le fait qu'aucune amélioration durable ne sera possible si les mesures d'économies sont mises en place de manière graduelle et court-termiste. « Si elles procèdent de la sorte, les entreprises risquent de semer le doute parmi leurs collaborateurs, de négliger leurs clients et de dégrader la qualité de leurs services. Pour éviter ces effets négatifs, les économies réalisées doivent servir à investir dans de nouveaux produits, services et marchés », explique Marcel Stalder, responsable Advisory Financial Services chez Ernst & Young Suisse. « Les entreprises qui parviennent à optimiser leurs coûts préparent le terrain pour une croissance future et pourront ainsi se démarquer sur le marché. »

Nécessité d'adopter de nouveaux modèles commerciaux Pour réduire d'avantage la base des coûts, les établissements financiers interrogés estiment qu'il est nécessaire de modifier en profondeur leur modèle commercial et leur structure organisationnelle. On décèle des possibilités d'économies entre autres dans l'optimisation de leurs processus ainsi que dans les efforts de simplification de l'infrastructure informatique. Les banques identifient un potentiel supplémentaire dans l'amélioration de leur offre de services, l'optimisation de l'organisation de la vente et la réduction de leurs charges de personnel. Les compagnies d'assurances mettent en avant la nécessité de supprimer les doublons et d'externaliser une partie de leur activité. Selon ces entreprises, les facteurs clés pour réaliser les économies visées sont un soutien sans faille des dirigeants, une définition claire des objectifs et un savoir-faire sectoriel approfondi pour la mise en oeuvre.

Informations relatives à l'étude La présente étude « Cost Efficiency Survey » s'appuie sur un sondage représentatif réalisé par Ernst & Young en février 2012 auprès des décideurs de 23 grandes banques et de dix compagnies d'assurances de Suisse. Cette étude menée à l'aide d'un questionnaire en ligne est la première réalisée sous cette forme. Elle peut être téléchargée à l'adresse www.ey.com/ch.

Contact:

Simone Isermann
Ernst & Young
Media Relations
Tél. : +41 (0) 58 286 35 97
simone.isermann@ch.ey.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016476/100719370> abgerufen werden.