

04.07.2013 - 11:00 Uhr

## Étude de PwC: Global Private Banking and Wealth Management Survey 2013 La Suisse, premier centre financier mondial

Zurich (ots) -

Le private banking est en profonde mutation. Le contexte économique, les réglementations étatiques et les nouvelles technologies modifient durablement le secteur. Les besoins de la génération Y influencent le suivi de la clientèle et l'importance des femmes en tant que groupe de clientèle s'accroît. Telles sont les conclusions de la 20e édition de l'étude «Global Private Banking and Wealth Management Survey 2013» de PwC.

La Suisse se trouve toujours en tête de la liste des centres financiers internationaux les plus attrayants en 2013, devant Singapour, Londres, Hong Kong et New York. Les participants à l'étude pensent toutefois que Singapour pourrait ravir la première place à la Suisse ces deux prochaines années. Londres aussi rattrape son retard. «La croissance ralentit en Europe occidentale et celle de l'Amérique du Nord demeure modeste. La forte progression observée ces dernières années dans les pays émergents reste toujours relativement élevée, mais faiblit dans certaines régions. Les marchés continueront d'évoluer à des rythmes différents selon leur situation géographique. Les banques privées devront s'en accommoder, se positionner correctement et adapter leurs stratégies au degré de maturité des marchés.», ajoute Beresford Caloia, associé, responsable du groupe d'Audit Financial Services en Suisse romande et au Tessin chez PwC Suisse.

Vague réglementaire et compliance, deux grands défis

La compliance a remplacé la réputation comme thème dominant de la gestion des risques. Ce sont avant tout l'ampleur, la rapidité et les coûts de l'adaptation des réglementations étatiques prévues, à l'instar par exemple de l'échange automatique d'informations concernant les données fiscales, qui ont de quoi préoccuper les banques privées. La mise en oeuvre du test d'opportunité (vérification de l'adéquation d'un produit pour un client, «suitability»), résultant d'une plus forte protection des consommateurs, vient immédiatement après sur le radar des risques. Les participants à l'étude s'attendent à une augmentation des coûts de compliance et à de nouvelles réglementations dont les charges sont évaluées entre 5% et 8% du chiffre d'affaires annuel. «Les banques privées devront continuer à investir dans les systèmes et la formation de leurs collaborateurs afin de maîtriser la vague de nouvelles réglementations et de nouveaux risques, et s'adapter ainsi aux nouvelles conditions-cadres», affirme Beresford Caloia.

Comprendre les besoins des clients - identifier de nouveaux segments de clientèle

Les participants à l'enquête sont d'avis qu'ils doivent encore mieux identifier et comprendre les besoins de leurs clients. Ils citent la génération Y (personnes nées entre 1980 et 2000, qu'on appelle «millennials») à titre d'exemple. Bien formés, ses représentants aiment la technologie, font preuve d'optimisme, d'assurance et changent fréquemment d'emploi. Autant d'aspects à même d'influencer le suivi de la clientèle et dont il s'agira de tenir compte à l'avenir.

Les femmes constituent un autre groupe de clientèle encore beaucoup trop négligé, selon les participants à l'étude. Grâce à l'émancipation et à une meilleure formation, elles occupent des postes plus élevés dans l'économie, et leur influence grandissante font qu'elles gagnent elles aussi en importance. La croissance de leurs patrimoines due au propre revenu, à un divorce ou à un héritage représente un fort potentiel. D'après l'étude, un tiers environ des clients sont des femmes, alors que 8% seulement des établissements y ayant participé connaissent une segmentation de la clientèle spécifique au sexe. «Un domaine qui devrait encore grandement évoluer», explique Beresford Caloia.

Potentiel dans l'utilisation de nouvelles technologies

Investir dans la technologie et rendre les processus plus efficaces, voilà les deux perspectives les plus fréquemment évoquées: 54% des participants à l'étude sont confiants de pouvoir simplifier leurs processus ces deux prochaines années et réduire ainsi le nombre d'étapes de travail manuelles, encore trop élevé. Aujourd'hui, les clients veulent avoir accès à leurs données à tout moment, n'importe où et à partir de n'importe quel appareil. Le volume des échanges numériques va doubler dans les deux ans à venir. C'est pourquoi les banques privées prévoient d'importants investissements dans les systèmes de suivi de la clientèle (CRM) pour soutenir l'activité des conseillers de même que dans les applications informatiques liées à la mobilité («mobile computing») et dans les médias sociaux.

La Suisse, havre de sécurité

En dépit de conditions-cadres difficiles, les banques actives dans la gestion de fortune en Suisse ont pu en moyenne enregistrer à nouveau des afflux nets d'argent frais en 2012. «Il s'agit en priorité de capitaux provenant des pays émergents, mais le rôle que joue la Suisse en tant que havre de paix en période de crise politique, sociale et économique au sein de l'UE a également été important», déclare Philippe Bochud, associé, Audit Financial Services de PwC Suisse. Il poursuit: «Les banques ont en outre pu accroître leurs marges sur les actifs sous gestion par rapport aux deux années précédentes, surtout sous l'effet du contexte

boursier réjouissant». Quant aux coûts, les banques les maîtrisent en grande partie, d'où une optimisation du ratio coût-rendement et une hausse de la marge de bénéfice brut au niveau des années 2008 et 2009. Mais les établissements de gestion de fortune en Suisse sont encore bien éloignés des sommets de 2006/2007 et ce, pour tous les chiffres-clés financiers.

L'étude «Global Private Banking and Wealth Management Survey 2013» est disponible au format PDF auprès de Claudia Sauter.

Contact:

Beresford Caloia  
Associé, responsable du groupe d'Audit Financial Services en Suisse  
romande et au Tessin  
PwC Suisse  
E-mail: beresford.caloia@ch.pwc.com

Philippe Bochud  
Associé, Audit Financial Services  
PwC Suisse  
E-mail: philippe.bochud@ch.pwc.com

Claudia Sauter  
Head of PR & Communications  
PwC Suisse  
E-mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100740865> abgerufen werden.