Bilan LA RÉFÉRENCE SUISSE DE L'ÉCONOMIE

La finance suisse à l'épreuve de l'ère digitale

22 Mai 2014

PAR FABRICE DELAYE MARY VAKARIDIS ET MYRET ZAKI **Bousculée par les outils technologiques mis au point par des challengers non bancaires, la place helvétique doit faire deux révolutions: le renouveau informatique et repenser la relation avec ses clients.**

Avenir. A l'image de la web TVcréée à Genève par Dukascopy, les institutions financières doivent réinventer leur modèle d'affaires si elles ne veulent pas se faire distancer par des fintechs plus innovantes.
Elles doivent éloigner leur image vieillotte de simples coffres-forts. François Wavre/Rezo

Parce que le partage de la plateforme implique de faibles coûts marginaux, Lombard Odier facture un coût moyen aux clients comparable à son propre coût moyen. «La différence entre coût moyen et coût marginal laisse une marge intéressante», conclut Christophe Gabriel, qui décrit cette activité comme une démarche entre «partenaires» plutôt qu'une démarche purement commerciale. «Nous mettons à disposition ce que nous avons dans le but de partager les coûts et d'amortir les investissements, et surtout pour assurer le plus important: continuer à investir dans une plateforme performante.»

Cela, c'était le côté « back end » des banques, ou côté jardin. Côté cour, ou « front end », le renouveau technologique passe par l'accès digital du client à ses données, la transparence et la comparabilité des prix. Cette tendance est perceptible à travers tout le spectre des métiers bancaires. Il en va ainsi dans le domaine des produits structurés.

Notamment avec Deritrade, la plateforme de produits structurés de la banque Vontobel. Lancée en 2008 pour distribuer les produits structurés de Vontobel, elle se mue en 2013 en plateforme multi-émetteurs, ajoutant aux produits Vontobel ceux émis par Société Générale, Morgan Stanley ou encore Deutsche Bank puis prochainement UBS, et permettant aux clients de comparer simultanément les prix.

«On assiste à une automatisation d'une grande partie du business des produits structurés diminuant ainsi les coûts de production de ces instruments, observe Frédéric Rouiller, responsable du conseil et de la distribution de produits financiers chez Vontobel à Genève. Nous pensons que la solution multi-émetteurs représente l'avenir, car elle apporte une vraie plus-value en termes de transparence pour les investisseurs».

Chez Dukascopy Bank, les prix des devises à l'achat et à la vente sont affichés instantanément sur mobile, avec un spread infime, et sont identiques pour tous les clients. Les données sur les mandats de gestion des banques sont aussi en passe de sortir de l'ombre. En témoigne l'essor de performancecorner.ch, le site d'IBO (Investment By Objectives), société créée en 2005 par un ancien de Credit Suisse, Nicholas Hochstadter, qui développe actuellement le premier comparateur de performances, entièrement gratuit et fiable, des politiques de placement des banques de la place, selon les stratégies, les monnaies et le risque pris. Déjà, un nombre croissant de banques accepte de jouer le jeu.

Nicholas Hochstadter en est persuadé: les clients doivent pouvoir comparer les portefeuilles, tout comme les gérants doivent pouvoir se comparer entre eux. Son modèle prévoit, à terme, d'instaurer un réseau social qui permettra aux membres de la plateforme de communiquer entre eux, en toute confidentialité. Ce faisant, il opère une lente révolution des mentalités en Suisse (et au Liechtenstein). C'est tout naturellement que ce comparis des gérants de fortune a reçu le soutien d'un autre esprit innovant: Olivier Collombin, fondateur de la plateforme E-merging.

Les Facebook de la finance

Ces acteurs de la finance genevoise ne l'ignorent pas: dans la finance 2.0, les stars de demain ne travaillent pas chez UBS, ni chez Pictet. Mais peut-être bien chez Centralway, société britannico-helvétique de capital-risque et incubateur basé à Zurich. Dans un bâtiment industriel à l'esthétique passe-partout des années 1960, on pousse une porte et l'on pénètre dans des locaux où règne une ambiance conviviale à la Google: billard, espace de détente, boissons à volonté.

Les salles de conférences s'appellent Warren Buffett ou Steve Jobs. Un des premiers Macintosh à disquette trône dans une vitrine. Venus du monde entier, des geeks conversent en anglais à voix basse et pianotent sur des laptops. Trente ans de moyenne d'âge. La similitude avec la culture Google n'est pas fortuite. Certains employés sont d'anciens googlers. Derrière Centralway, le millionnaire et pionnier de l'internet Martin Saidler (46 ans).

Né en Autriche et basé à Zoug, le quadragénaire a fondé Centralway en 1999. Business angel et serial entrepreneur dès 2002, il investit ensuite dans quelque 200 firmes en Europe de l'Est. La plupart ont depuis été revendues avec succès. D'après le classement des 300 plus riches de Suisse de Bilan et Bilanz, sa fortune s'établirait entre 200 et 400 millions de francs.

Le projet le plus en vue de Centralway s'appelle Numbrs. Avec cette application, l'utilisateur peut faire défiler son actualité financière sur son smartphone à la manière dont il consulte le mur Facebook pour tuer le temps dans les transports publics. Numbrs centralise l'ensemble des transactions et informations financières de l'utilisateur. Y sont répertoriées les variations des cours de bourse, les transactions par carte dans les commerces, les entrées et sorties de paiements, etc.

L'application permet d'effectuer des opérations à tout moment et n'importe où. Une tirelire interactive qui permet en tout temps de jeter un coup d'œil sur les analyses et prévisions de revenus. Début avril, l'application avait été chargée 23 000 fois, avant même le démarrage de la campagne marketing. Numbrs a levé à elle seule 11 millions de dollars et affiche des ambitions énormes visant des dizaines de millions de consommateurs. Le programme occupe 35 personnes à plein-temps sur un effectif de 80 collaborateurs. «Mais l'ensemble des équipes est impliqué dans un aspect ou un autre», précise Fynn Kreuz, responsable du marketing.