

market

LE MEDIA SUISSE DES HIGH NET WORTH INDIVIDUALS

SUPERCAR(S) TEST
DANS LA FERRARI
PORTOFINO AVEC
ALAIN FREYMOND

INVITÉ
ALEXANDRE PAÏTA

INDEX
GASTRONOMIE:
12 ACTEURS
D'INFLUENCE

MARCHÉ DE L'ART
LES TENDANCES 2018

INVESTIR
QUEL AVENIR POUR
LES HEDGE FUNDS ?

FISCALITÉ(S)
LES TRANSMISSIONS
TRANSFRONTALIÈRES

PHOTO
YANN-ARTHUS
BERTRAND

TRANSMISSION ET CRÉATION DE VALEUR: AU COEUR DES *HNWI*

15 CHF



« LA TECHNOLOGIE TRANSFORME LA RELATION DU BANQUIER AVEC SON CLIENT »

Entretien avec Vitus Rotzer, CEO de NEW ACCESS

New Access, fournisseur Suisse de logiciels bancaires front-to-back office destinés à la banque privée et au wealth management poursuit sa croissance internationale ; grâce à des solutions parfaitement adaptées aux nouvelles exigences des banquiers.

Propos recueillis par Fabio Bonavita

Ces derniers mois, quelles ont été les innovations dans le domaine du software bancaire ?

Vitus Rotzer : Les banques privées ont été récemment poussées à revoir leur offre de services jusqu'alors très traditionnelle suite aux profondes évolutions du *modus operandi* de leurs clients. Les codes sont bousculés : le client veut participer activement aux processus de décision concernant ses investissements, il est également demandeur d'une approche et compréhension holistique de ses besoins et objectifs, tout en communiquant de manière digitale avec son banquier. Les innovations du software bancaire se sont donc axées dans ces directions afin de développer des solutions adaptées en ce qui concerne notamment les processus d'*advisory* ainsi que les propositions d'investissements. Pour la gestion de la relation client le « partout et à tout moment » est plus que jamais un must dans la fidélisation de la clientèle privée. Cela concerne particulièrement l'*onboarding* (processus d'ouverture de compte), l'interaction entre le banquier et son client se veut dorénavant 100 % digitale

et instantanée. Par conséquent la digitalisation des processus d'*onboarding*, des données et documents client ou encore de la gestion de portefeuilles a fait naître un besoin de consolider ces informations en un seul point central, un seul outil, permettant au gestionnaire de répondre efficacement à l'ensemble des besoins du client.

Comment évoluent les attentes des banques ?

Les avancées technologiques, la disponibilité des informations sur les réseaux sociaux mais aussi l'arrivée à l'âge adulte des premiers *millennials* transforment aujourd'hui la relation du banquier avec son client. Pour répondre au mieux à ces nouveaux besoins les banques mettent tout en œuvre pour améliorer l'expérience client. Elles cherchent donc à optimiser leurs processus par l'automatisation et la digitalisation, garantissant ainsi une gestion de la relation client à 360°, plus fiable, plus sécurisée, conforme aux réglementations en vigueur mais aussi plus fluide. Le focus est mis sur l'interaction et la connexion avec le client afin de lui permettre d'accéder à ses informations à sa guise, notamment en matière de mobilité. Cela permet également à la banque de proposer des services à valeurs ajoutées et complémentaires à leur offre traditionnelle : c'est une réelle attente de mieux connaître son client afin de lui proposer des services totalement personnalisés s'éloignant de l'offre orientée « produit ». Par conséquent les banques recherchent la possibilité d'offrir des solutions complètes couvrant l'éventail des besoins clients à chaque étape.

La cyber-sécurité prend une part toujours plus importante, vous le constatez au quotidien ? Avec quelles implications ?

La cyber-sécurité est intrinsèquement liée au respect des standards réglementaires et prend de ce fait une place prédominante dans les prérequis des *security officers* pour toute solution logicielle installée. Nous assistons à une forte volonté de sécuriser le traitement des données clients (GDPR) mais aussi l'échange de ces données dans le cadre de la réglementation sur l'*open-banking* (PSD2). Sont notamment développées des solutions permettant de sécuriser l'identification personnelle avec une utilisation accrue d'authentification à l'aide de la biométrie. Cela permet en effet de contrôler les risques liés au vol de données. Au quotidien il est vital pour la banque que ses systèmes soient à jour pour éviter toute brèche. La signature électronique (*digital signature*) est intégrée dans tous les processus permettant la validation des différents documents susceptibles d'être échangés avec le client notamment lors du processus d'*onboarding* mais aussi lors des propositions d'investissement ou encore par exemple lors de la validation de nouvelles conditions générales.

LES BANQUES METTENT TOUT EN ŒUVRE POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Quelles sont les contraintes liées aux incessants changements en matière de réglementation ?

Le secteur bancaire et plus particulièrement de la banque privée a connu ces dernières années une énorme pression provenant des besoins liés à la mise en conformité aux réglementations européennes et internationales toujours plus strictes. Cette réglementation accrue a poussé les banques à investir dans des solutions logicielles optimisées remplaçant très souvent des systèmes existants obsolètes, non conformes, afin d'assurer un contrôle des coûts permettant ainsi de retrouver une efficacité opérationnelle. La réglementation MiFID II a récemment poussé les banques à



VITUS ROTZER, CEO DE NEW ACCESS

faire évoluer leurs solutions ainsi que leurs processus d'interaction client tant au niveau opérationnel que réglementaire, son équivalent en Suisse étant LSFIN, qui devrait entrer en vigueur le 1er janvier 2020. Nous avons pu assister à la mise en place de solutions répondant aux exigences de protection des données de la réglementation GDPR pour laquelle des modules spécifiques ont été développés afin de garantir une totale mise en conformité éliminant tous risques liés. Nous sommes en constante veille réglementaire afin d'accompagner pro-activement nos clients dans leurs démarches, qui, sans solutions logicielles adaptées et automatisées, connaissent un coût important en main-d'œuvre ainsi qu'en temps.

Quelles sont les évolutions logicielles prévues ces prochains mois ?

Les évolutions logicielles des prochains mois vont continuer de refléter la volonté de digitalisation des processus bancaires amorcée depuis déjà quelque temps. On peut d'ailleurs noter une forte augmentation de la demande envers les *robo advisors* ou d'offre hybride en fonction du segment de clientèle visé. On voit également un nombre croissant de banques accepter les avoirs perçus des crypto-monnaies et, de ce fait, offrir à leurs clients la possibilité d'investir dans ces dernières. Cependant toute évolution logicielle doit être pensée en parallèle de la veille réglementaire afin de l'intégrer dans un souci constant d'efficacité opérationnelle pour tous les systèmes de la banque.

LA RÉGLEMENTATION ACCRUE A POUSSÉ LES BANQUES À INVESTIR DANS DES SOLUTIONS LOGICIELLES OPTIMISÉES

De quelle manière cette digitalisation croissante impacte-t-elle le métier de banquier ?

Tout comme les habitudes et demandes client, le métier de banquier est en constante mutation, flexibilité et adaptabilité en deviennent les maîtres mots. La technologie est intégrée au cœur de la relation client afin de proposer de réels avantages concurrentiels dans un contexte où le client UHNWI compare les services proposés d'une banque à l'autre beaucoup plus facilement qu'avant. C'est pour cette raison que l'utilisation de la technologie dans les services proposés est un prérequis mais elle doit être combinée à la dimension humaine et non la remplacer. L'humain reste l'élément clé, il est primordial pour le développement d'une relation de confiance avec le client. Ce dernier cherchant à garder un seul point de contact pour toutes ses interactions avec la banque.

En ce qui concerne New Access, quels sont les projets en cours ?

Chez New Access, tous développements et innovations sont pensés en ce sens : mettre la technologie au service de l'humain pour améliorer l'expérience client en parfaite conformité avec les normes réglementaires. Dans cette optique nous mettons tout en œuvre afin que la participation active aux décisions soit facilitée pour le client à chaque étape de la gestion de son compte et de ses actifs. Nous avons notamment développé des propositions d'investissements élaborées permettant au client de prendre des décisions en pleine possession des informations nécessaires. Nous continuons également à faire évoluer nos

processus d'*onboarding* afin de les rendre totalement automatisés. « *Onboarder* » un nouveau client en dehors de la banque est désormais possible, il n'y a plus de contraintes ni de lieu ni de fuseau horaire. Tous les formulaires et documents sont générés automatiquement et pré-remplis afin de faciliter le processus. Les informations sont directement envoyées vers le fichier central et ainsi le CRM de la banque. Enfin, afin de centraliser toutes ces informations nous avons élaboré, pour répondre à une demande croissante des banques, un portail unique : le Banker's Front, permettant l'accès à une vue à 360° de toutes les informations du client. Le « *relationship manager* » a ainsi accès à ses portefeuilles, ses documents, ses données et possède donc un outil central permettant une gestion de relation client améliorée et une totale efficacité opérationnelle. New Access propose de ce fait une suite complète et intégrée de solutions front-to-back capable de répondre aux nouveaux défis des banques.

Comptez-vous poursuivre votre expansion géographique ?

New Access connaît une forte croissance depuis ces dernières années. Cette croissance s'appuie sur des solutions logicielles robustes et pérennes et surtout sur une stratégie d'innovations sachant s'adapter à l'évolution du marché de la banque privée. Nos marchés historiques comme la Suisse et le Luxembourg ont toujours un potentiel de croissance important car les banques n'ont pas achevé la digitalisation de leurs processus et sont à la recherche d'efficacité opérationnelle pour réduire leurs coûts. Nos activités de développement se renforcent particulièrement en France et au Royaume-Uni qui sont pour New Access des marchés clés. Un fort potentiel émane également des pays d'Amérique du Nord et d'Amérique latine où les besoins des banques sont différents de l'Europe. Y ayant déjà plusieurs clients établis, nous avons stratégiquement choisi Miami comme point d'ancrage pour notre développement sur la zone géographique comprenant les États-Unis, le Canada, l'Amérique centrale ainsi que les Caraïbes. C'est une étape importante dans l'expansion et la croissance de notre entreprise. ■