

Revue de presse

Média: Le Temps

Date: 26.04.2010

Auteur: Emmanuel Garessus

« Le pouvoir de l'acheteur s'accroît »

Les cinq plateformes de négoce en ligne de produits structurés transforment le marché au profit des acteurs les plus innovants

L'activité est fortement repartie à la hausse dans les produits structurés. Sur ce marché de 240 milliards de francs que de nombreux observateurs voyaient (ou espéraient voir) disparaître, le chiffre d'affaires s'est accru de 33% au premier trimestre.

Mais l'essentiel du dynamisme est ailleurs, dans ses facultés d'innovation. Certains instituts financiers ont investi d'énormes montants dans le développement informatique et perfectionné un nouvel instrument qui redessinera les contours du marché, les plateformes de négoce en ligne. Le client final en profite-t-il vraiment?

On sous-estime souvent l'importance de la gestion informatique. Pourtant c'est le cœur de l'idée de transparence et de service au client. Un leader dans ce domaine obtient un très fort effet de levier. Parmi d'autres, EFG FP l'a compris. Exemple: la visite récente de l'entreprise zurichoise, dans le bâtiment voisin de Google, ne trompe pas. Cet émetteur de structurés est en pleine expansion. Démarré fin 2007, avec une trentaine de personnes, la société compte maintenant 165 spécialistes en produits structurés, dont 30 informaticiens. Elle a accru d'un tiers sa clientèle en 2009 et détient une part de marché de 80% dans les COSI. Qui parle de crise? La société s'apprête à occuper de nouveaux bureaux supplémentaires à Zurich et à se développer à l'étranger, y compris en Asie.

EFG FP a créé une plateforme en ligne (Constructor) très compétitive. Mais ce n'est pas la seule banque à avoir investi ces 18 derniers mois. Vontobel (voir l'interview de L. Pilloud), UBS, RBS et ZKB (pour l'instant disponible seulement à l'interne), disposent aussi d'une plate-forme en ligne.

Le marché suisse des produits structurés ne sera bientôt plus un marché dominé par l'offre (la banque émettrice) mais par la demande (l'investisseur).

Est-ce vraiment l'acheteur final qui prendra la décision dans une transaction? C'est sans doute une interprétation optimiste. Mais il est incontestable que ces plateformes augmentent sensiblement le pouvoir confié à l'utilisateur. Théoriquement, il a enfin le choix de la solution qui lui convient le mieux. Il n'a plus à demander à un gérant de lui trouver une solution à son problème. La matrice qu'il lit sur une page internet comprend toutes les informations nécessaires, le choix de sous-jacents et de produits qu'il pourra paramétrer. C'est à l'investisseur, s'il dispose des connaissances nécessaires, de faire son shopping quand il en a envie et selon ses besoins.

Ce travail sur mesure est dorénavant possible à partir d'un très petit montant. Le ticket d'entrée est abaissé, écrit Andreas Blümke, de la VP Bank, dans Banque & Finance. Auparavant l'émetteur ne pouvait couvrir ses frais avec une émission inférieure au million de francs de souscriptions. Aujourd'hui, la taille économiquement viable est abaissée à 50 000 francs. Comme ces produits nécessitent des connaissances dont chacun ne dispose pas, le progrès vers un marché d'acheteurs est encore imparfait. C'est le tiers gérant ou le conseiller client qui en profite initialement. L'innovation renforcera aussi bien la demande que l'offre. Un peu à l'image de l'introduction de l'iPhone. Tant qu'Apple ne l'avait pas introduit, personne n'en avait vraiment besoin.

D'autres plateformes s'apprêtent à être lancées. Mais l'idée selon laquelle, dans quelques années, une poignée de banques disposeront de 80% du marché tandis que les autres se battront pour les derniers 20% se nourrit des développements actuels.