

Fareed Soobadar (Divisional Head - Corporate Banking, Bank One)

«INTÉGRER LE TOP 3 DANS LE SEGMENT DE BANQUE D’AFFAIRES»

Ces dernières années, Bank One a réalisé une croissance à deux chiffres dans le segment de la banque d'affaires. L'institution met les moyens en œuvre pour offrir des produits et services à valeur ajoutée aux grandes entreprises, souligne son Divisional Head - Corporate Banking.

Richard LE BON

BUSINESS MAGAZINE. Comment se positionne Bank One dans le segment de la banque d'affaires ?

Il faut avant tout comprendre que ce secteur est étroitement lié au développement du pays. Notre modèle d'affaires se focalise sur les grandes entreprises. Nous cibons surtout le top 100 des entreprises et celles qui sont cotées en Bourse.

Sur le plan économique, le pays devrait réaliser une croissance oscillant autour de 4 %. Les secteurs qui devraient tirer la croissance sont : le tourisme, la construction et les infrastructures. D'ailleurs, c'est dans ces secteurs que la demande est la plus forte. La grande distribution est également sur une bonne dynamique. Nous enregistrons pas mal d'opérations dans ce secteur très compétitif. En contrepartie, dans le secteur du textile, les entreprises, surtout celles de petite taille, font face à des difficultés. De même, le secteur sucrier est durement impacté par la baisse des prix. Cela dit, en tant que banque, nous nous attelons à épauler les opérateurs.

BUSINESS MAGAZINE. Comment est structuré votre cluster 'Corporate banking' ?

Nous comptons une vingtaine de collaborateurs pleinement qualifiés au sein de notre équipe, avec à leur actif de nombreuses années d'expérience sur le marché local. Le cluster est en pleine croissance et est en phase de recrutement.

BUSINESS MAGAZINE. Quelle est votre stratégie pour gagner des parts de marché ?

Valeur du jour, au niveau des banques locales, Bank One se classe à la quatrième place dans le segment de banque d'affaires. Notre objectif est d'intégrer le top 3. Nous espérons atteindre cet objectif dans les trois prochaines années. Comment ? D'abord, en gardant notre philosophie de partenariat en soutenant les opérateurs dans leur stratégie globale. Nous voulons ensuite être partie prenante de leur développement stratégique, en faisant aboutir leurs projets et en leur prodiguant des conseils avisés. C'est un travail de fond.

Cette approche, qui est explicitée dans notre plan stratégique 2017-20, nous a permis de grappiller des parts de marché. Du reste, sur ces trois dernières années, la division Corporate banking a réalisé une croissance à deux chiffres. Cette courbe se maintiendra au vu de nos prospects.

Le marché mauricien est petit avec un peu moins de 1,3 million d'âmes. Ce qui fait que la capacité de l'économie de croître est limitée. Ce sont des paramètres que nous devons prendre en considération. Les risques sont réels. Certaines sociétés peuvent disparaître. D'où la nécessité de rester prudent. N'empêche, Bank One entend aider l'économie dans sa croissance et a une vision de long terme.

BUSINESS MAGAZINE. Un nombre croissant d'entreprises mauriciennes s'implantent en Afrique. Comment les accompagnez-vous ?

Bank One est une société financière à part entière et, à ce titre, en tant que partenaire, elle accompagne les entreprises locales qui veulent s'installer dans la région et en Afrique. Pour offrir ce service d'accompagnement, Bank One s'appuie, notamment, sur le réseau de son partenaire I&M Bank. Celle-ci nous aide

pagement englobe le conseil, le financement et la mise en contact par le biais de notre réseau.

Par ailleurs, notre filiale I&M Burbidge Capital au Kenya nous met parfois en contact avec des sociétés africaines qui sont à la recherche de partenaires dans le cadre de leurs projets d'expansion sur le continent. Ce qui crée des opportunités de business pour les entreprises locales.

BUSINESS MAGAZINE. L'affaire Quantum Global, avec l'ordre de la cour de geler des dépôts d'un montant de Rs 17,2 milliards dans quatre banques, nous rappelle à quel point le secteur bancaire est dépendant au vu de sa grande exposition au global business. Sommes-nous vulnérables ?

Beaucoup d'activités dépendent des dépôts émanant de l'offshore. Si demain, les investisseurs montraient une certaine réticence à placer leur argent dans l'offshore mauricien, c'est toute l'économie qui en sortirait perdante. De même, le secteur bancaire s'en trouverait fragilisé.

Maurice ambitionne de devenir un centre financier international de premier plan. Dans ce processus, il est essentiel de gérer notre réputation. Le cas échéant, les investisseurs ne vont pas venir. Moins d'entrée d'investissements directs étrangers signifie moins de développement, de croissance et de recettes. C'est une spirale. Quand on parle d'investissement, il faut parallèlement penser à l'image.

à avoir une présence et une compréhension du terrain. De même, nous pouvons solliciter le soutien de BNI Madagascar, laquelle fait partie du groupe CIEL, pour assister les entreprises qui souhaitent s'installer dans la Grande Ile.

Avant d'accompagner nos clients, nous essayons de mieux comprendre leur marché. De là, nous leur prodiguons des conseils. Concrètement, l'accom-

«QU'UNE SOCIÉTÉ SOIT DÉTENTRICE D'UNE LICENCE NE VEUT PAS DIRE QU'IL FAUT RELÂCHER LA VIGILANCE»



«LE SEGMENT OFFSHORE COMPTE POUR PLUS DE 70 % DES TRANSACTIONS SUR L'AFRIQUE»

nologique qui sera opérationnelle prochainement. Nous allons venir avec des innovations qui sont à l'avant-garde de la technologie numérique. Bank One a également investi dans une plateforme numérique Global Custody, un nouveau logiciel conçu pour déployer son offre d'architecture ouverte (Open architecture) à destination des clients privés, gestionnaires d'actifs externes et institutions financières.

BUSINESS MAGAZINE. Aujourd'hui, on parle surtout du créneau de banques d'affaires et d'investissement car les riches entrepreneurs recherchent également des services pointus en matière de gestion de patrimoine. Cela dit, votre division travaille-t-elle en synergie avec les services de Private banking de la banque ?

Effectivement, les ventes croisées (cross-sellings) entre les unités sont courantes. Il y a toute une intégration qui s'opère entre les différents départements (Corporate banking, Private banking et Retail banking). Aucun département n'opère en isolation. Pour se différencier comme une institution financière à part entière, Bank One doit être capable de proposer un service comparable à celui des grosses pointures, et ce, dans tous ses segments d'activités. Nous bougeons vers un modèle où nous avons l'obligation d'être plus performants, plus à l'écoute et plus avant-gardistes que nos concurrents.

BUSINESS MAGAZINE. À l'ère du digital banking où les banques domestiques se démarquent de plus en plus comme des sociétés financières à part entière, comment voyez-vous se développer le segment 'Corporate banking' ?

Il faut suivre la tendance digitale car c'est l'avenir. Bank One met en place sa plateforme tech-

Au niveau du secteur bancaire, pour mitiger les risques, il faut que chaque banque applique les procédures de KYC (Know your customer). La vigilance doit être de rigueur. Il convient à chaque opérateur de renforcer ses méthodes et ses pratiques. Qu'une société soit détentrice d'une licence ne veut pas dire qu'il faut relâcher la vigilance. Il faudra au contraire être plus strict sur le plan de la mise en conformité, connaître le client et la provenance des fonds.

BUSINESS MAGAZINE. Qu'en est-il de la part des investissements sur l'Afrique découlant de vos activités offshore ?

De plus en plus d'investissements en Afrique transitent par Maurice. Actuellement, le segment offshore compte pour plus de 70 % des transactions sur l'Afrique. Cela rejoint les dernières statistiques de la Financial Services Commission qui indiquent que 60 % des investissements passant par notre juridic-

tion ces deux dernières années sont dirigés en Afrique.