



CMB MONACO : La relation client est à la base de notre ADN

par Laëtitia Reynaud

La CMB qui a été élue en 2017 « Meilleure Banque Privée à Monaco » par le magazine International Banker et pour la deuxième année consécutive, « Meilleur Service Client Banque Privée à Monaco » par The European est une habituée des récompenses. Depuis 2014, de nombreux observateurs du marché la sélectionnent pour la primer.

Pour Werner Peyer, l'Administrateur Délégué de la CMB, ce succès est le résultat d'un véritable travail d'équipe : « Nous avons une vraie culture d'entreprise qui nous permet d'avoir une vision à long terme. Les marchés sont toujours volatiles et il est normal que la banque comme n'importe quel autre secteur évolue. Nous aimons le changement, comme un surfeur nous restons sur la vague ! »

Un état d'esprit assez rare dans le milieu bancaire qui reste souvent conservateur. Les nouvelles contraintes réglementaires, fiscales et même technologiques... qui sont en train de bouleverser le secteur ont, au contraire, poussé la CMB à renforcer sa stratégie : « La relation client est à la base de notre ADN : nous restons à l'écoute de nos clients, avec lesquels nous avons su tisser des liens étroits, parfois sur plusieurs générations. Aujourd'hui, la moyenne d'âge de nos clients est supérieure à 70 ans, mais nous sommes aussi les banquiers de leurs enfants et de leurs petits-enfants. Nous adaptons nos modes de communication et nos pro-





duits en fonction de l'âge de nos clients, sachant que paradoxalement les plus réfractaires aux nouvelles technologies sont quadragénaires et quinquagénaires. Contrairement à leurs parents ou à leurs enfants, ils sont davantage conscients des cyber-risques.

La volonté des autorités monégasques de se mettre en conformité avec les nouvelles réglementations internationales reste pour Werner Peyer une bonne chose, puisque cela pourra inciter les clients, multi-bancarisés à rapatrier leurs actifs offshore, à Monaco : « La place monégasque est d'une extraordinaire solidité. C'est l'un des rares pays au monde à ne pas avoir de dettes tout en préservant la continuité de sa politique fiscale. Nous avons aussi la chance d'être proches des autorités avec qui il est facile d'entamer le dialogue. De plus, il ne faut pas oublier que Monaco est une place très régulée, qui dépend de la Banque de France. Tout ceci ne peut que rassurer les investisseurs ! »

Aujourd'hui, la CMB qui compte 220 collaborateurs de 20 nationalités différentes, peut répondre aux besoins de la clientèle internationale de la Principauté : « Nos collaborateurs nous sont fidèles, ce qui est peu fréquent dans le secteur bancaire. Cette stabilité est importante pour nos clients qui ont besoin justement de temps pour construire une relation de confiance avec leur gestionnaire de portefeuille. » Néanmoins, les équipes de la CMB sont toujours en constante évolution, puisqu'avec l'entrée en vigueur de régle-

mentations comme FATCA¹ ou l'EAP², il a fallu recruter de nouveaux talents : « Notre métier s'est beaucoup complexifié et plus personne, aujourd'hui, ne peut prétendre maîtriser seul l'univers bancaire. Mon rôle d'ailleurs n'est pas d'être spécialisé dans tous les domaines, mais plutôt d'être le chef d'orchestre de mes équipes d'experts ! Nous avons créé une Académie interne qui permet à nos collaborateurs de se former en continu pour que leurs compétences restent en adéquation avec les évolutions et les besoins du secteur. »

Dans l'univers global de la finance, la Place monégasque, malgré sa taille, a su tirer son épingle du jeu, notamment auprès de la clientèle fortunée courtisée par Monaco : « Nous restons sous les radars et n'entrons donc pas dans la concurrence brutale que se livrent les grandes places entre elles et cela nous permet finalement de pouvoir être sélectifs dans le choix de nos clients. »

Aujourd'hui, la préoccupation principale de Werner Peyer est finalement, comme beaucoup d'autres acteurs du secteur, axée sur la cyber criminalité, puisque les banques restent des proies de choix pour les hackers : « Les braqueurs ne viennent plus, mais ils sont au sein même de nos réseaux informatiques. C'est une véritable menace que nous prenons très au sérieux. Notre actionnaire Mediobanca Spa a d'ailleurs une politique d'investissement particulièrement offensive sur la protection des données. Aujourd'hui, avec le CRM³, les banques ont l'obligation de conserver un dossier exhaustif sur leurs clients. Nous

détenons donc des données très sensibles que nous avons le devoir de protéger. » Il se félicite d'ailleurs de la création de l'Agence Monégasque de Sécurité Numérique (AMSN) qui apporte un soutien précieux aux Opérateurs d'Intérêt Vital.

2017 a été une année riche pour la CMB, puisqu'elle a notamment procédé à une migration totale de ses systèmes d'informations et s'est évidemment préparée à l'entrée en vigueur de l'EAI. En 2018, elle compte poursuivre son ascension en travaillant avec ses équipes sur la flexibilité : « Mon mode de management est de permettre à chacun de nos collaborateurs d'être force de proposition et de les rendre compétents sur de nouveaux sujets, c'est l'une des clés de notre succès. »

La CMB a aussi le projet d'axer son développement sur la Fin Tech : « De nombreux projets initiés par nos équipes ont trait à l'intelligence artificielle ou au digital. Notre métier a beaucoup changé ces 20 dernières années, les clients ne cherchent plus forcément la meilleure performance, ils veulent conserver leur fortune et leur pouvoir d'achat. Notre objectif est d'optimiser leurs allocations d'actifs et la technologie joue un rôle important même si elle ne remplacera jamais le gestionnaire pour tout ce qui est planification de stratégie. Face aux évolutions du secteur et des marchés, être une structure à taille humaine, est notre plus grande force, car elle nous offre une grande souplesse d'adaptation qui nous permet de nous réinventer sans cesse. »

1. FATCA (The Foreign Account Tax Compliance Act) loi qui vise à lutter contre l'évasion fiscale des citoyens résidents américains détenteurs des actifs financiers en dehors des US.
2. EAI : Exchange Automatique d'Information
3. CRM : Customer Relationship Management