

Ashish Gopee (Head of Elite Banking de Bank One)

«Nous avons investi considérablement dans nos canaux numériques»

Le marché du luxe enregistre chaque année une croissance soutenue. Pensez-vous que la crise de la Covid-19 affectera durablement les performances de ce secteur ? Pourquoi ?

L'économie mondiale tourne au ralenti depuis plus de six mois à cause de la crise sanitaire de la Covid-19, et notre île n'a pas été épargnée. Avec la fermeture des frontières à travers le monde, le marché international est actuellement peu actif. Le manque de devises étrangères, le chômage et la baisse des revenus ont eu un impact conséquent sur notre situation économique et sur la croissance dans divers secteurs. La population dans son ensemble est en mode «*wait and see*», et cela s'applique également aux clients fortunés. Ces derniers attendent que la situation s'améliore avant d'investir leur capital ou de se lancer dans d'autres projets.

La consommation des produits de luxe a aussi été impactée dans le court terme pour plusieurs raisons, y compris les restrictions de voyage, la disponibilité des produits en magasin, une flambée des prix qui découle de la dévaluation des monnaies locales et une baisse de revenus dans plusieurs secteurs. La croissance des années précédentes sera de toute évidence en demi-teinte cette année et il est fort probable qu'elle ne retrouvera pas le niveau de croissance des années précédentes tant que l'économie mondiale ne se relèvera pas des effets de la pandémie.

Quand prévoyez-vous un retour à la normale ?

Il est très difficile de se prononcer à ce stade. Aujourd'hui, nous ne parlons pas d'un «retour à la normale» mais plutôt du «*new normal*». J'irai plus loin en disant que nous sommes de plus en plus résolus à cohabiter avec le virus en attendant que les vaccins ne soient accessibles au plus grand nombre. Les entreprises ont largement retenu des leçons de cette crise sans précédent et un «*retour à la normale*»

ne voudra plus dire un retour en arrière.

Comment votre entreprise satisfait-elle cette clientèle particulièrement exigeante ?

À Bank One, nos clients sont au cœur de nos activités et nous misons beaucoup sur le relationnel. Nous avons constaté une évolution dans les habitudes de la clientèle aisée, qui s'attend à avoir un service de proximité avec une touche humaine ainsi qu'une expérience digitale performante. À cet égard, nous avons investi considérablement dans nos canaux numériques afin de répondre aux attentes de cette clientèle de plus en plus exigeante.

Au cours des deux dernières années, Bank One n'a pas ménagé ses efforts pour s'adapter pleinement aux changements rapides que le secteur bancaire a connus. Nous avons investi massivement dans nos canaux numériques tout en revoyant notre stratégie commerciale et notre modèle opérationnel. Ces canaux comprennent actuellement une plateforme Internet Banking, notre application mobile et une plateforme titres en temps réel pour les investissements. Nous allons continuer à adapter nos produits et services à ce marché hautement concurrentiel et à renforcer notre position en tant que banque de choix pour la clientèle sophistiquée.

Quels sont les produits et services plébiscités par votre clientèle ?

Les portefeuilles de clients que nous gérons à travers nos pôles Private Banking et Elite Banking sont surtout à la recherche de conseils axés sur la gestion de patrimoine, des options d'investissements dans les biens immobiliers et les placements. Notre approche en architecture ouverte nous permet de trouver des solutions adaptées aux besoins individuels de chaque client.

Nous définissons une stratégie d'investissement avec le client en prenant en compte ses attentes, son profil de risque et la durée de l'investissement. De par nos partenariats avec les meilleures sociétés de



«LA CLIENTÈLE AISÉE S'ATTEND À UN SERVICE DE PROXIMITÉ AVEC UNE TOUCHE HUMAINE»

gestion à Maurice et à l'international, nous sommes en mesure d'offrir une solution taillée sur mesure qui convient à chaque client. Au niveau du segment Elite Banking, que je représente, nos clients bénéficient de l'expertise du pôle Private Banking pour des conseils et des solutions adaptées à leurs profils.

Évoluer dans l'industrie du luxe nécessite d'être toujours à l'avant-garde des tendances. Comment vous y prenez-vous pour y parvenir ?

Nous sommes une banque très flexible – la prise de décisions chez nous se fait rapidement en prenant en considération l'évolution de la situation économique aux niveaux local et international. Nous sommes à l'écoute de nos clients et réagissons rapidement afin d'adapter nos offres en fonction de leurs attentes. La digitalisation des services est un atout considérable pour réagir aux tendances et proposer des services innovants. Cependant, la sécurité des actifs de nos clients reste notre priorité principale, surtout dans un contexte de risques et de volatilité accrus.