

Conférence de presse annuelle du 17 février 2016

de 10h15 à 11h15

Allocution de
Markus Gygax, CEO

Introduction

Merci, Jürg Bucher.

Mesdames, Messieurs, je suis heureux de vous accueillir à notre conférence de presse annuelle. J'ai le plaisir de

- vous présenter une rétrospective des activités opérationnelles durant l'exercice précédent,
- de vous informer de notre résultat annuel 2015,
- de vous expliquer pourquoi nous ajustons les objectifs à moyen terme pour 2017,
- de vous expliquer les mesures et les objectifs de la stratégie développée et
- de vous présenter nos perspectives pour 2016.

Rétrospective 2015 : faits marquants dans les activités opérationnelles

Ce n'est pas parce que l'on a beaucoup de temps qu'on l'utilise toujours à bon escient. Valiant n'avait pas beaucoup de temps pour se remettre sur pied. Vous savez quelle était notre situation il y a deux ans. Nous avons également mis beaucoup en œuvre, lancé de nombreuses nouveautés et appris à collaborer au sein du nouveau comité de direction. Le rythme était et reste soutenu.

Comment les collaborateurs ont-ils réagi à ces changements ? Comment les ont-ils portés ? Pour moi, ce sont là les véritables faits marquants de 2015. Nos collaborateurs ont fait un travail remarquable. Je tiens à les en remercier.

L'an dernier, les formations et certifications de nos conseillers à la clientèle ont connu une réelle accélération. Les certifications déjà effectuées permettent le conseil d'un seul tenant que nous visons pour la clientèle privée et les PME. En outre, nous avons intensifié le contact avec nos clientes et clients. Nous les abordons de manière

plus active et cernons leurs besoins. Parce que nous vous le devons bien. Tout cela sert à améliorer l'efficacité dans la distribution. Nous avons ouvert de nouveaux sites pour le suivi de notre Clientèle entreprises de taille moyenne l'an dernier à Lausanne, Bâle et Thoune.

Et nous avons porté notre devise « Votre banque en toute simplicité ». Les grands thèmes sont : lancement de l'application Mobile Banking, coopération avec la solution de paiement TWINT, nouveau login pour l'eBanking, rationalisation de la gamme des comptes de 12 à 7 comptes principaux, restructurations dans les activités de placement.

Résultat annuel pour 2015

Nos efforts portent leurs fruits. Et cela n'est pas que du ressenti puisque les chiffres sont là pour le prouver. Ainsi, durant l'exercice 2015, nous avons considérablement amélioré le bénéfice consolidé par rapport à l'exercice précédent puisqu'il a progressé de 21 % à 114,4 millions de francs. Trois raisons principales expliquent cette évolution :

- La marge d'intérêts : le résultat des opérations d'intérêts a grimpé de 8,1 %, à 287,8 millions de francs. La marge d'intérêts opérationnelle a progressé de quatre points de base, à 1,08 %. Nous y sommes parvenus en réduisant le coût du refinancement, avec des hypothèques offrant des marges solides et une gestion efficace des risques d'intérêt. Nous n'avons pas pris de risques supplémentaires pour augmenter la marge. Notre politique de risque reste la même qu'avant l'introduction des taux négatifs.
- La croissance : l'an passé, les fonds de la clientèle ont augmenté de près de 189 millions (+1,1 %), atteignant ainsi 18,1 milliards de francs. Les prêts ont augmenté de 1,4 % à 22,1 milliards. Le volume des hypothèques s'est inscrit en hausse de 2 % à 20,4 milliards de francs – pour une qualité tout aussi élevée avec 93 % d'hypothèques en premier rang. La sécurité reste au premier

plan, surtout dans le portefeuille hypothécaire, où nous restons orientés vers les revenus et conscients des risques.

- Les coûts : la gestion des coûts produit ses effets, comme en témoigne la baisse des coûts. Les charges d'exploitation ont diminué de 2,5 millions de francs, soit 1,2 %, par rapport à l'année précédente. L'optimisation de l'efficacité se reflète également dans l'amélioration du ratio coûts/revenu, qui est passé à 55,8 %, soit une baisse de 4 points de pourcentage.

Pour l'activité d'opérations de commissions et de prestations, cela a abouti à une croissance minimale de 0,7 %, alors que le résultat des opérations de négoce a baissé de 3 %. En outre, notre situation de trésorerie est déjà très bonne. En 2015, nous avons atteint un ratio LCR de 100 %, bien que la réglementation ne l'exige pas avant 2019.

Le revirement de situation se confirme. Les chiffres sont bons. Et ils prouvent que notre modèle d'affaires fonctionne également durant les périodes difficiles. Les nombreuses mesures que nous avons prises ont porté leurs fruits – la concentration s'avère payante.

Objectifs à moyen terme pour 2017

En 2013, nous vous avons communiqué nos objectifs à moyen terme pour 2017 pour la première fois. Sur ce transparent, vous pouvez voir que nous sommes sur la bonne voie pour atteindre ces objectifs.

- Bénéfice net de 150 millions de francs : en nette amélioration (+21 %)
- Croissance des fonds de la clientèle > 3 % : pas encore exactement sur la bonne voie (+1,1 %)
- Croissance des fonds de la clientèle 2 % : en bonne voie (+1,4 %)
- ration de fonds propres > 15 % : en bonne voie (16,8%)
- ROE 7-9 % : pas sur la bonne voie (5,6 %)
- Ratio coûts/revenus < 55 % : en bonne voie (55,8%)

Les chiffres 2015 le montrent : nous sommes sur la bonne voie sur le plan opérationnel pour réaliser ces objectifs 2017 mais nous devons abandonner l'objectif de bénéfice. Pour une raison simple : depuis la formulation des objectifs à moyen terme, le niveau des taux d'intérêt s'est tellement détérioré que l'objectif de 150 millions de francs n'est plus réaliste.

Le niveau actuel des taux d'intérêt réduit les anciennes prévisions de bénéfice à une fourchette de 20 à 30 millions de francs. A moyen terme, Valiant possède une rentabilité solide, même dans des situations exceptionnelles. Si les taux d'intérêt remontaient, contrairement à ce qui est attendu, le résultat serait largement supérieur. Pour parler exceptionnellement au conditionnel : si la situation n'avait pas empiré du fait des taux d'intérêt négatifs, nous aurions atteint les objectifs de bénéfice. Mais les taux d'intérêt n'ont pas joué en notre faveur.

Il ne sert à rien de se lamenter sur le contexte. La donne est ce qu'elle est. Toutes les banques retail doivent composer avec. Nous voulons aller de l'avant avec les mesures concrètes de la stratégie développée.

Stratégie développée

Jürg Bucher a déjà expliqué les principes de la stratégie développée. Nous sommes convaincus que nous sommes dans de bonnes dispositions pour pouvoir relever les défis futurs. Valiant réunit toutes les conditions pour garder son indépendance à long terme, un modèle d'affaires qui fonctionne et l'absence de frontières géographiques dans sa zone de marché en Suisse. Nous allons étendre cette zone d'activité, que ce soit au sein des cantons actuels ou en dehors. Pourquoi ?

Premièrement : nous sommes une banque suprarégionale opérant dans onze cantons, surtout des zones intérieures. Si nous voulons croître et pérenniser notre avenir, nous devons davantage nous déplacer dans les agglomérations et les centres de croissance. Nous devons être davantage présents là où la croissance est possible et là où se trouvent les clients.

Deuxièmement : Valiant mise sur la numérisation et pourra ce faisant proposer ses prestations dans toute la Suisse. C'est là l'un des avantages de la numérisation. Je pense toutefois qu'une banque purement numérique n'est pas viable. C'est pourquoi, si nous sommes actifs numériquement dans toute la Suisse, nous devons doubler cette activité d'une présence physique et l'étendre dans de nouveaux territoires.

Nous prévoyons donc d'ouvrir dix nouvelles agences, à un rythme de deux par an. Dans la zone de marché existante, d'une part, ainsi que dans l'arc lémanique, dans l'agglomération zurichoise et en Suisse orientale, d'autre part. Nous n'allons pas y ouvrir des succursales onéreuses. Nous n'avons pas l'argent pour cela. Nous allons mettre en place de nouvelles formes de distribution : de plus petites agences, mois chères et des collaborateurs de vente mobiles. En outre, le partenariat conclu avec Swiss Life va donner naissance à de nouvelles perspectives.

Nos efforts se concentreront sur le développement des effectifs dans le conseil à la clientèle pour les PME et la clientèle privée. Au cours des cinq prochaines années, nous allons recruter environ 80 collaborateurs supplémentaires. Afin de nous étendre dans les nouvelles zones de marché, nous recherchons de nouveaux collaborateurs ancrés localement.

Nos collaborateurs sont à la base de toutes ces mesures. Nous investissons dans leur compétence professionnelle – au bénéfice de nos clients. Ce faisant, nous parvenons à consolider nos compétences et la marque Valiant.

Mais tout cela a un prix : nous allons mettre le prix pour pérenniser l'avenir de Valiant. A compter de 2017, nous avons investi jusqu'à 10 % du résultat opérationnel en plus (bénéfice d'exploitation) dans la numérisation, dans de nouvelles succursales et dans de nouveaux collaborateurs. 10 % du résultat opérationnel correspondent à environ 15 millions de francs par an. Ces investissements porteront leurs fruits à long terme, nous en sommes convaincus.

Outre la croissance organique, nous sommes également prêts pour la croissance externe. Nous examinons attentivement des opportunités en ce sens. Toutefois, seules

les banques retail ayant le même modèle d'affaires que Valiant nous intéressent. Nous ne voulons pas nous diversifier, mais continuer à nous concentrer.

Avec toutes ces mesures, nous voulons parvenir à un Return-on-Equity (ROE) entre 6 et 8 %. C'est sciemment que nous ne formulons pas d'objectif concret de bénéfice à moyen terme. Suivant le scénario de taux, les prévisions de bénéfices divergent fortement. Résultat : les objectifs de bénéfices ne sont pas contraignants, ce qui ne nous correspond pas.

Valiant continue de viser un ratio de fonds propres de plus de 15 %, ce qui sera toujours bien au-delà des exigences de la FINMA, l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers.

Par ailleurs, nous voulons accélérer la croissance profitable des prêts à un rythme situé entre 3 et 6 % par an. Pour y arriver, nous consoliderons à la fois notre position dans notre zone de marché actuelle et au-delà – grâce à la numérisation et à l'ouverture de nouvelles zones de marché. Cette croissance, nous la réaliserons dans le middle et back-office en nous appuyant sur les ressources existantes, et nous augmenterons ainsi notre efficacité.

Perspectives 2016

Pour l'année en cours, nos perspectives restent optimistes. Valiant a montré qu'elle était capable de faire bouger les choses. Nous avançons à pleine vapeur et abordons l'avenir avec beaucoup de dynamisme et une grande confiance. Mais bien évidemment, les taux bas restent un frein de taille. Pour l'année 2016, les axes essentiels sont les suivants :

- conserver la marge d'intérêts opérationnelle (1,08 %) ;
- réaliser une croissance de 2-3 pour cent ;
- transférer la Stratégie de marché 2014+ vers la stratégie adaptée, et la mettre en pratique à un rythme soutenu.

Nous allons tout mettre en œuvre pour conserver la marge d'intérêts opérationnelle – l'augmenter serait presque impossible. La croissance doit rester orientée vers les revenus, comme c'était le cas jusqu'à présent. Autrement dit, nous ne voulons pas d'une croissance à n'importe quel prix. Du fait du franc fort, nous n'attendons toujours pas de corrections de valeur supérieures du portefeuille de crédit. Pour 2016, nous escomptons un bénéfice consolidé légèrement supérieur à l'exercice précédent.

Dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie, nous allons poursuivre les projets partiels en place dans le cadre la stratégie de marché 2014+. Les certifications des collaborateurs se poursuivent. Le réseau de distribution sera modernisé avec de nouvelles succursales à Berne, Thoune et Baden.

En parallèle, nous mettons l'accent sur la simplicité et la numérisation. Avec notre partenaire Swisscom, nous allons lancer début avril le nouveau portail financier des PME « BUSINESSnet ». Nous sommes prêts pour assurer l'ouverture d'une relation d'affaires en ligne, c'est-à-dire sans passer du tout par la case succursale. La FINMA doit encore donner son feu vert – chose qu'elle fera vraisemblablement en mars 2016. Nous allons également lancer un set lilas pour les PME. Les sets lilas rencontrent un vif succès auprès de la clientèle privée. Plus de 42 000 sets ont déjà été vendus. A présent, nous voulons également proposer aux PME une offre de ce type, regroupant les principales prestations à des conditions attrayantes.

Conclusion

La cadence ne va pas ralentir cette année. Nous avons montré que nous pouvons non seulement suivre ce rythme, mais aussi l'imprimer. Le fait que le résultat annuel 2015 ait été un succès témoigne de la réussite du modèle d'affaires de Valiant.

A moyen terme, nous sommes contraints de réajuster les objectifs de bénéfices car l'environnement de taux ne nous laisse pas le choix. Néanmoins, comme nous avons la certitude d'avoir agi de façon adéquate sur de nombreux points, que ce soit sur le plan stratégique ou opérationnel, et de nous développer de manière ciblée, nous

sommes convaincus que nous saurons relever les défis à venir et guider Valiant vers un avenir prospère.

Je vous remercie de votre attention. Jürg Bucher, Ewald Burgener et moi-même sommes à votre disposition pour répondre à vos questions.