

## Arche jette un pont avec le Canada

Le family office dirigé par Frédéric Otto vient d'ajouter un atout important à son réseau de partenaires en se rapprochant de la Banque nationale du Canada. Les deux structures vont mutualiser leurs expertises pour servir une clientèle fortunée.

Par : Thierry Raizer / Publié par paperJam.lu

Mis à jour : 19.06.2014 9:43



Eric Bujold (Banque nationale du Canada) et Frédéric Otto (Arche) rapprochent leurs expertises dédiées aux clients fortunés.

(Photo: DR)

Dans l'optique de reconvertir la banque privée luxembourgeoise vers des clients plus fortunés, il semble que le pari du développement du métier de family officer, régulé dans le cadre de la loi du 21 décembre 2012, soit plutôt porteur. Arche, créée par Frédéric Otto en décembre 2012, reflète par sa croissance le besoin pour cette clientèle de disposer d'un conseiller indépendant, sorte de chef d'orchestre capable d'aiguiller au plus juste quant aux meilleurs professionnels adaptés à la situation particulière.

Or, l'une des demandes de ces riches familles ou entrepreneurs est d'atténuer leurs risques via une diversification des placements, auprès de différentes institutions, dans plusieurs pays. D'où les discussions menées depuis plusieurs mois entre Arche Family Office et la Banque Nationale du Canada, un géant nord-américain (plus de 19.000 employés, 194 milliards de dollars d'actifs) figurant parmi les banques les plus solides au monde, dont une partie de ses clients se situe dans les HNWI (high net-worth individuals).

## Atomes crochus

«Nous avons déjà noué des collaborations avec plusieurs banques depositaires à Luxembourg, à Monaco en France et en Belgique, mais les contacts avec notre clientèle nous ont montré qu'il serait intéressant d'avoir un pied en Amérique du Nord», déclare Frédéric Otto, président d'Arche Family Office. «Le choix du Canada s'est effectué en raison de plusieurs affinités, dont le fait que le pays possède un triple A, que sa place financière est l'une des plus sûres au monde, sans oublier une proximité culturelle.»

Le marché des grandes fortunes francophones étant commun aux deux partenaires, la collaboration s'est aussi nouée en raison de l'approche de la banque canadienne vis-à-vis de la gestion de fortune. Sans disposer d'un agrément semblable au Luxembourg (qui n'existe pas au Canada), la Banque nationale du Canada agit, en quelque sorte, comme un family officer.

«Nous n'effectuons pas de gestion de portefeuille en interne, notre approche repose sur une architecture ouverte en nous appuyant sur un réseau de professionnels, ce qui nous permet de nous positionner en tant que conseillers de nos clients et d'éviter les conflits d'intérêts», déclare Eric Bujold, président de la gestion privée de la Banque nationale du Canada.

## Partenariat win-win

Pas question cependant de prévoir l'établissement d'une branche luxembourgeoise de la banque canadienne. L'idée est de privilégier une voie à double sens entre les deux structures avec une coordination des demandes européennes chez Arche.

«Ce partenariat va nous permettre d'attirer de nouveaux clients au Luxembourg en leur proposant une diversification vers l'Amérique du Nord», ajoute Frédéric Otto. «En raison de leur connaissance du marché, la coordination de la gestion des actifs de nos clients déposés sur place sera ensuite directement assurée par la Banque nationale du Canada.»

Arche jouera donc le point de contact entre cette clientèle fortunée européenne intéressée par des investissements outre-Atlantique, en lien avec les professionnels canadiens qui se déplaceront en fonction des besoins.

Du côté canadien, la marque Luxembourg semble rassurer les clients. Ce qui n'exclut pas un intérêt pour ses derniers en Europe. «Nous avons la chance de travailler avec des clients bien nantis, nous devons donc choisir des centres financiers de confiance», ajoute Eric Bujold. «Le Luxembourg est le premier endroit en dehors de l'Amérique du Nord où nous nouons un partenariat de ce type. Nos pensons que le pays prend un bon virage en se dirigeant vers une clientèle au profil similaire à la nôtre.»

Dans le (petit) monde des grandes fortunes, où les contacts d'affaires se nouent beaucoup via le «bouche-à-oreille», la réputation joue donc toujours un rôle prépondérant. L'approche vis-à-vis des clients également. Et, à ce titre, l'humilité et l'empathie canadiennes pourraient servir de source d'inspiration...

[Eric Bujold](#), [Frédéric Otto](#), [Arche](#), [Banque nationale du Canada](#)