

Hantise des banques, les «clients à risques» génèrent un commerce lucratif

Rien de pire que d'être montré du doigt pour avoir accueilli les millions d'un dictateur corrompu. Pour «gérer le risque de réputation», les banques font désormais appel à des sociétés spécialisées qui leur vendent clés en main des listes contenant des centaines de milliers de noms.

Rien ne permet, a priori, de douter de l'honnêteté du chef du service des eaux de Bogota. Mais c'est le genre d'homme que des entrepreneurs peu scrupuleux seront tentés de soudoyer pour obtenir de juteux contrats publics. Qu'il le veuille ou non, le voici donc devenu «PEP» - personne politiquement exposée. Et s'il dépose une grosse somme d'argent à UBS par exemple, une alerte discrète va s'activer sur les ordinateurs de la banque. «La liste de personnes présentant un risque potentiel comprend près de 400 000 noms, dit George Gagnebin, responsable du secteur banque privée UBS, et nous l'actualisons tous les jours.»

Changement de décor: le salon élégant d'une petite banque privée à Genève. Une quarantaine d'employés gèrent quelques milliers de relations clients (et non 4 millions comme à UBS). «Si on m'avait dit il y a quelques années que le contrôle de la clientèle occuperait un poste à plein temps, je ne l'aurais pas cru», dit son directeur. Or le poste va prochainement être dédoublé.

«Connais ton client»

Les scandales de blanchiment, puis les attentats du 11 septembre ont bouleversé la partie immergée des activités bancaires. Corsetées par des exigences légales de plus en plus denses, bombardées de fax et autres listes de suspects émanant des autorités les plus diverses, les banques n'ont rapidement plus su où donner de la tête. Elles voyaient bien en revanche le dégât d'image considérable que cause un client malhonnêtement enrichi dont le nom - et celui de sa banque - s'étale dans les journaux. Or c'est une chose de se rallier au credo «know your customer» («connais ton client»), mais pour l'appliquer dans un écheveau financier globalisé, il faut souvent connaître le client du client, et plus encore. Certains ont compris le besoin pressant qui surgissait pour un nouveau type de services.

Des sociétés comme World-Check. Vendredi 17 octobre, son CEO et seul actionnaire David Leppan présentait son produit au Swissôtel de Zurich, à l'entrée d'une salle où se réunissait le gratin helvétique de la «compliance» bancaire (tout ce qui se rapporte au respect des normes légales). World-Check vend une base de données recensant quelque 200 000 «profils à risques» dans 200 pays. «Dix-huit des vingt plus grandes banques suisses l'utilisent», dit David Leppan. Créée fin 2000 avec un capital initial de 50 000 livres sterling, la société enregistrée en Grande-Bretagne emploie plus de 40 personnes, et son chiffre d'affaires 2002-2003 (1,7 million de dollars) devrait doubler cette année.

Ali Baba et les 40 voleurs

D'origine sud-africaine, David Leppan a commencé sa carrière chez Thomson Financial Services dont il vendait des données répondant aux exigences de l'Office of Foreign Assets Control (OFAC) américain. Dans les remous de l'affaire Abacha, un groupe de banques lui a demandé s'il ne pouvait pas leur simplifier la vie en compilant sous forme électronique les listes officielles de sanctions qui se multipliaient. C'est alors qu'il s'est mis à son compte. «Le plus difficile n'est pas de recenser les politiciens exposés, mais leurs intermédiaires. Autrement dit, je m'intéresse plus aux quarante voleurs qu'à Ali Baba», résume joliment David Leppan.

Le service «Public Figures & Associates» de Factiva est né à peu près de la même manière. UBS désirait globaliser et automatiser le plus efficacement possible ses activités de «compliance», qui mobilisent une cinquantaine de personnes en Suisse et plus de cent dans le monde. Filiale de Reuters et Dow Jones, Factiva «a décidé de lancer en mai 2002 un produit pour tout le monde, profitant de sa réputation de fiabilité et de son réseau mondial», dit Simon Alterman, vice-président de Factiva responsable pour le contenu.

Ici s'arrête la comparaison entre les deux sociétés, principaux acteurs du marché des PEP's avec l'américaine Regulatory Data Corporation. World-Check est une PME menée par un professionnel indépendant; Factiva PFA est un service parmi d'autres au sein d'un groupe qui réalise 240 millions de dollars de chiffre d'affaires par an. World-Check met l'accent sur le critère «risque»; Factiva se concentre sur les responsabilités politiques. «Nous avons clairement choisi de nous en tenir aux informations objectivement vérifiables», dit Simon Alterman.

«Nous ne fouillons pas les poubelles»

Cette précaution découle d'un point hypersensible: la protection des données personnelles pour ceux qui figurent sur les listes. Imaginons qu'après s'être fait éconduire par plusieurs banques, un client réalise qu'il est considéré - sur la base d'une information non fondée - comme «profil à risques». Pour éviter de tels dérapages, les fournisseurs de fichiers électroniques se conforment strictement aux législations nationales et s'en tiennent aux sources publiques, d'ailleurs très abondantes (listes OFAC, Patriot Act, du Seco, des banques centrales, FBI, Interpol, Gafi, etc.). «Notre travail est de corréler l'information disponible, dit David Leppan, pas de fouiller les poubelles.»

Par souci de transparence, World-Check renvoie également à la source originelle (il doit y en avoir au moins deux, distinctes). A la banque d'évaluer ensuite l'information, de faire son propre contrôle. «La décision finale reste celle de notre maison», dit-on chez LODH, cliente aussi bien de World-Check que de Factiva.

«Nous n'établissons pas des listes noires!» insistent aussi bien Simon Alterman que David Leppan. Le second préfère parler «d'identification de risques» et le premier d'une «assurance» pour les banques. Lesquelles ont encore leurs propres sources d'informations. «Ces listes ne se substituent pas au travail de recherche que nous effectuons mais constituent une sécurité supplémentaire», dit le porte-parole du Credit Suisse.

Le marché s'élargit

Si aujourd'hui le marché des PEP's concerne surtout les banques et les autorités, il est promis à un bel avenir. La législation antiblanchiment ou anticorruption élargit constamment son champ à de nouvelles catégories d'intermédiaires financiers: assureurs, avocats, opérateurs de casinos, vendeurs aux enchères et même de voitures. «Le potentiel est immense», dit David Leppan.

D'ores et déjà, les fournisseurs de listes s'affrontent à coups d'arguments publicitaires: «World-Check avait établi cinq mois avant l'attentat meurtrier de Bali le profil de son principal auteur, l'extrémiste islamiste Isamuddin, alias Hambali», dit David Leppan. «Aucun autre produit (ndlr: que Factiva PFA) ne combine la possibilité de démêler les liens complexes de relations personnelles et politiques», rétorque Clare Hart, présidente et CEO de Factiva.

(Jean-Claude Péclet, Le Temps, 27 octobre 2003)

Ne s'abonne pas qui veut

Les listes de profils à risques sont soumises à des règles strictes. Le seul fait d'y figurer n'est pas en soi attaquant.

Dans de nombreux pays, dont la Suisse, la législation nationale sur la protection des données fixe des conditions pour l'établissement et la diffusion de listes telles que celles vendues par World-Check ou Factiva. Elles doivent être annoncées à l'autorité compétente et signalées dans un registre public. Le citoyen qui en fait la demande peut accéder aux données le concernant et demander leur suppression ou modification si elles sont erronées. En cas de désaccord, un tribunal peut être amené à trancher.

En revanche, le seul fait de figurer sur une liste de «profils à risques» n'est pas attaquant, s'il est objectivement fondé. «Ces listes ne constituent pas une mise au pilori, elles donnent des informations à des sociétés financières qui les exploitent librement», dit Kosmas Tsiraktsopoulos, porte-parole du préposé fédéral à la protection des données. Leur accès est payant et restreint: un journal ou un particulier, par exemple, ne peuvent souscrire au service. En outre, les contrats d'utilisation fixent des règles d'utilisation strictes, et les banques n'ont évidemment aucun intérêt à enfreindre la confidentialité.

Si les listes de PEP's sont relativement récentes, celles compilant d'autres profils à risques – les clients douteux de petits crédits par exemple – existent depuis longtemps. «Internet a simplement systématisé leur utilisation», note Kosmas Tsiraktsopoulos.

S'agissant des personnalités «sensibles», une question demeure néanmoins: qu'est-ce qui prouve que la société qui établit les listes n'est pas discrètement manipulée par des services secrets? David Leppan sourit à cette question. «Toute mon activité est liée au risque, ma personne aussi. Mes clients peuvent contrôler qui je suis, ce que je fais. C'est vrai qu'il n'existe pas de garantie absolue. Tout ce que je peux vous dire, c'est que je n'appartiens à aucun parti, ne vote pas, ai créé cette société avec mon seul argent dans

un esprit de durabilité, aux antipodes des start-up habituelles. Et je ne travaille qu'avec des gens que je connais bien. Pour le reste... Certains affirment que Ben Laden est le plus grand terroriste mondial, d'autres disent que c'est George Bush. Moi je suis un esprit libre.»

(Jean-Claude Péclet, Le Temps, 27 octobre 2003)

Combien ça coûte?

La base de données de World-Check est accessible en ligne, avec un cryptage 128 bits et sans trace de qui consulte quoi, à partir de 8000 dollars par an et par utilisateur (jusqu'à cinq). Beaucoup de banques préfèrent, par souci de sécurité et pour automatiser les opérations de contrôle, télécharger la base complète, ce qui est possible à partir de 25 000 dollars par an, dit David Leppan.

Factiva ne communique pas de chiffres. Mais les deux sociétés se rejoignent pour affirmer que la valeur du service est «infiniment supérieure à son prix». La réputation n'a pas de prix.

(Le Temps, 27 octobre 2003)
