

Interview de Vincent Siciliano, President & CEO de la New Resource Bank

(par Stéphan Darimont, *Banking Boulevard*, San Francisco, Février 2012)

Stephan Darimont (SD): Bonjour Vincent,

Vincent Siciliano (VS): Bonjour Stéphan

SD: Vous êtes le Président et CEO de la New Resource Bank de San Francisco. Puis-je vous demander de présenter les objectifs de la New Resource Bank ?

VS: Notre mission est de travailler avec des sociétés dont le but est de générer un produit non seulement financier mais également social et environnemental.

C'est ce que nous appelons le « management durable ». Ainsi voulons-nous contribuer à la construction d'une société durable, d'abord ici en Californie et puis aux Etats-Unis. Nous souhaitons travailler avec les sociétés dont la ligne de conduite est ce que nous appelons le « triple-bottomline » : Ainsi ne sont-elles pas uniquement concentrées sur leur revenu financier, elles veillent également à l'environnement, c-à-d au « *capital-nature* », et à la société, c-à-d le « *capital social* ».

SD: Dans le marché de la banque de détail, comment vous positionnez-vous vis-à-vis des grandes banques internationales ?

VS: Notre mission est vraiment très différente de celle de ces grandes banques internationales. Malgré ce qu'elles peuvent affirmer, leurs efforts portent sur la maximisation des intérêts financiers de leurs actionnaires.

Notre mission voit beaucoup plus large. Nous veillons aux intérêts de la Communauté et contribuons à la préservation à long terme de la santé de notre planète. Le positionnement de notre marque est dès lors très clair: que vous investissiez dans la New Resource Bank ou que vous y déposiez votre épargne, cet argent sera prêté pour bâtir une communauté humaine plus durable.

Les grandes banques ne peuvent prétendre cela. Si vous déposez de l'argent auprès d'une grande banque, qui peut dire où il « passera la nuit » ? Qui peut dire où il sera investi ?

SD: La crise bancaire a-t-elle contribué à vous apporter de nouveaux déposants désireux d'investir différemment pour des raisons éthiques?

VS: Oui, l'an dernier nous nous sommes concentrés sur la campagne "déplacez votre argent", une vaste campagne dont l'objet était de déplacer l'argent géré par les grandes banques vers les banques à objectif social (community banks) ou les « Credit Unions ».

Et puis Il y eu bien sûr "Occupy Wall Street" qui fut je pense une façon de signaler que le rêve américain était mis à mal, et que le rêve américain devenait hors d'atteinte pour les gens qui travaillent dur car ils ont des difficultés avec l'actuel système économique.

Alors ils ont pris conscience que leur compte bancaire était un bulletin de vote [sur les questions suivantes] : « De quelle économie voulons-nous ? » « De quel type de banque voulons-nous ? » « Où voulons-nous investir notre argent ? »

Durant l'automne dernier, nous avons ouvert quelque 500 nouveaux comptes de particuliers durant les trois derniers mois de l'année ; c'est probablement plus du triple de ce que nous aurions vu en temps normaux.

SD: Dans le métier du Corporate Banking, n'est-ce pas un défi que d'investir dans certains secteurs qui sont certes prometteurs et en croissance (comme l'énergie verte, l'agriculture bio, la construction écologique) mais qui peuvent s'avérer plus risqués sur le court terme que les secteurs traditionnels ?

VS: Notre but n'est pas de nous exposer davantage que la plupart des banques. Mais ce qui semble plus risqué pour certaines banques l'est en fait moins pour nous- et cela tient à notre expérience. Prenons l'exemple des prêts destinés à l'énergie solaire : notre compréhension du domaine nous permet de séparer ce qui relève de l'expertise de ce qui constitue un vrai risque. Notre propre expertise nous aide donc à mieux comprendre ces nouveaux métiers et à ramener notre prise de risques à des niveaux acceptables.

SD: Comment conciliez-vous votre mission avec les activités de vos clients? Pour certains d'entre eux, le développement durable pourrait n'être qu'une priorité de second ou de troisième rang. La New Resource Bank ne prêterait-elle ainsi qu'à des sociétés dont l'éthique se rapporterait à une norme bien précise?

VS: C'est une excellente question. J'aime y répondre en affirmant qu'il existe un certain nombre de voies d'accès au monde du développement durable. Pour certains clients il s'agit d'une simple question de réduction des coûts, et s'ils souhaitent changer d'éclairage ou d'isolation, c'est pour des raisons économiques- et cela nous convient.

Pour d'autres, c'est une question de valeurs.

Leurs valeurs les mènent à vouloir sauver la planète et améliorer notre société humaine- et c'est tant mieux. Donc il y a plusieurs portes d'accès, comme le souhait de rétention ou d'attraction de personnel ou de positionnement de marque, des questions réglementaires, des considérations économiques. Toutes ces voies d'accès nous conviennent ; elles mènent toutes au développement durable.

Nous disposons d'un outil de diagnostic de développement durable que nous proposons à nos prospects et à nos clients.

Il s'agit de 45 questions assez simples réparties en 5 ou 6 catégories portant sur votre consommation d'énergie ou d'eau, votre gestion des déchets, les habitudes de votre personnel et votre impact sur la société.

Ce n'est pas compliqué. Les questions sont progressives et vous aident à définir vos comportements dans ces différents domaines. Lorsque nous évaluons ces entreprises ce que nous analysons est leur engagement et leurs compétences en matière de développement durable.

Nous avons réparti les scores en quatre catégories : vous pouvez être un « learner (apprenti) », un « achieveer », un « leader » ou un « champion ». Il n’y a pas de notion d’échec.

Cela nous est égal que vous soyez un “learner (apprenti)” ou un « champion ». Ce qui nous importe est que vous soyez sur le chemin du développement durable.

Donc quoi qui vous y amène nous convient. Si à la fin vous dites, « rien de tout ceci ne nous intéresse », alors vous n’êtes probablement pas notre client.

Mais des gens me disent : “ Vincent, je ne suis pas écolo dans l’âme mais j’ai changé d’éclairage parce que c’était plus économique » ou « j’ai mis en place un programme ambitieux de recyclage parce qu’il nous permet de moins dépenser » ; eh bien alors vous êtes sur la voie du développement durable, et c’est ce qui compte pour nous.

SD: Est-ce un grand défi de trouver des professionnels qui adhèrent à vos valeurs, tout en ayant l’esprit d’entreprise, et qui en même temps soient capables d’analyser le risque de crédit dans le business du développement durable qui est encore à ce jour un secteur non-conventionnel ?

VS: Le plus difficile est d’identifier des profils disposant d’une longue expérience en développement durable. On trouve aisément des personnes expérimentées en banque et dans l’octroi de crédits. Il est moins commode de trouver des profils qui soient des entrepreneurs.

Mais ce n’est pas un problème que la plupart des gens ne soient pas des experts en développement durable. Ce qui compte pour nous, c’est que leurs valeurs soient compatibles avec la promotion du développement durable.

On peut toujours former les personnes. Moi-même j’ai suivi une longue formation. Je ne prétendais pas tout connaître à mes débuts. On peut emmener les gens plus en avant dans le développement durable- cela fait partie de notre mandat ici à la banque.

SD: Vincent Siciliano, merci beaucoup

VS: Merci Stéphan