

NICOLE CURTI

ASSOCIÉE, RESPONSABLE DES OPÉRATIONS ET DE LA CLIENTÈLE INTERNATIONALE, STANHOPE CAPITAL

 Nicole Curti est **associée et membre du comité exécutif du groupe européen Stanhope Capital** qu'elle a rejoint en 2008 pour créer la filiale suisse, établie à Genève. Auparavant, elle a travaillé pendant dix ans chez Lombard Odier, notamment

pour le département Key Clients. Pour Stanhope Capital, dont les encours dépassent les 11 milliards de dollars, Nicole est Chief Operating Officer du groupe et responsable depuis Genève de la clientèle internationale. Lauréate des City Wealth

Awards en 2015, elle a été élue Powerwoman de l'année dans la catégorie Leadership (Financial Organisations). Nicole Curti possède un Bachelor en sciences politiques de l'Université de Lausanne et un MBA de l'ESADE Business School de Barcelone.

«LE TEMPS DU "ONE SUIT FITS ALL" EST RÉVOLU»

Stanhope Capital se caractérise par sa diversité et son positionnement international, tout en offrant une expertise locale forte et une approche particulière pour chaque portefeuille. Les clés du succès, selon son associée Nicole Curti.

**Jérôme Sicard****Quelles sont les lignes de métier de Stanhope Capital?**

■ **Nicole Curti:** Stanhope Capital propose aujourd'hui à ses clients une gamme assez étendue qui couvre principalement la gestion de fortune, le merchant banking, avec un accompagnement dans la cession ou l'acquisition de sociétés et les investissements privés. Il s'agit essentiellement de private equity et d'immobilier. En fait, en l'espace de dix ans, l'offre de Stanhope a

beaucoup évolué. Elle est plus diversifiée, que ce soit avec le merchant banking ou avec les private assets. Il faut bien aller avec son temps !

Quelles sont les ressources, les compétences que Stanhope Capital met à votre disposition depuis Londres?

■ L'essentiel de la recherche et de la due diligence s'effectue à Londres, avec une équipe qui regroupe une quinzaine de personnes. En revanche, nous avons notre propre responsable des investissements, basé à Genève, ce qui nous permet de bénéficier d'une véritable expertise locale et de mieux répondre aux besoins spécifiques des clients que nous avons ici. Il est essentiel de posséder cette flexibilité >>>

« Nous proposons une gamme étendue couvrant la gestion de fortune, la banque d'affaires, l'immobilier ou le private equity. »





>>> et cette proximité. En ce qui concerne le merchant banking et les investissements de type private assets, nous nous appuyons également sur notre équipe à Londres qui fonctionne un peu comme une plateforme. Stanhope Capital dispose aujourd'hui de trois bureaux : Londres, Genève et Paris. De manière générale, il y a un échange permanent entre ces trois bureaux car la plupart de nos clients sont internationaux et nous pouvons tous être amenés à intervenir dans le cadre des services que nous leur proposons. A Genève en particulier, nous essayons d'être le «laboratoire» du groupe. Nous innovons dans différents domaines, qu'il s'agisse de solutions d'investissements, de solutions informatiques, de communication, ou de diversité parmi nos collaborateurs.

Quel type d'innovation en matière d'investissements?

■ De plus en plus, nos clients nous réclament des solutions originales, exclusives. Le temps du « one suit fits all » est révolu. Pour l'un de nos clients, nous avons beaucoup travaillé sur la smart mobility et les différents investissements qu'il était possi-

ble d'envisager dans ce domaine. Pour une famille indienne, nous avons dû identifier différents fonds en Inde qui n'apparaissent pas sur nos radars, ici en Europe. Ce sont des recherches très spécifiques. Chez Stanhope, nous avons bien sûr une stratégie centrale, mais nous n'avons pas deux portefeuilles qui se ressemblent. La gestion de portefeuille devient de plus en plus complexe parce que chaque client demande une approche particulière.

En quoi consiste le « elevator pitch » que vous délivrez à vos clients pour leur résumer votre proposition de valeur?

■ Depuis la création de la société en 2004, nous nous sommes tenus à deux principes très simples qui ont été le moteur de notre succès : d'une part ne pas vendre, mais conseiller et, d'autre part, aligner nos intérêts avec ceux de nos clients. Nous opérons en architecture ouverte, nous sélectionnons les meilleurs fonds, nous ne retenons pas de rétrocession et nous avons d'ailleurs décidé de les reverser intégralement à nos clients bien avant que la LsFIN ne soit actée. Quant à l'alignement de nos intérêts avec

ceux de nos clients, nous avons développé un programme qui permet aux associés et aux collaborateurs de Stanhope d'investir une partie de nos bonus dans un portefeuille « modèle type Stanhope ». Cela ne garantit pas que nous fassions tout à la perfection mais nos clients ont au moins l'assurance que nous dirigeons nos efforts en ce sens. Nous sommes assis dans le même bateau.

Quel bilan tirez-vous sur la décennie qui s'achève?

■ Elle a très mal commencé, suite à la crise exceptionnelle de 2008, mais elle s'achève finalement sur les records historiques que réalisent la plupart des indices. En même temps, cette crise a été un catalyseur. Nos clients se sont rendus compte que les grandes institutions, quel que soit le prestige de leur nom, n'étaient pas à l'abri des accidents industriels. Il en a résulté une crise de confiance vis-à-vis des institutions financières qui nous a justement permis de nous développer grâce à notre business model différent, qui ne reposait pas sur la marque mais sur les valeurs.

Ensuite, pour ce qui est de la gestion de portefeuille à proprement parler, nous avons dû nous adapter à la demande croissante de nos clients tant pour des solutions en matière d'actifs privés, comme le private equity ou l'immobilier, que pour des investissements responsables. Ce sont les deux domaines d'expertise que nous avons développés au cours de ces dernières années, si bien qu'en

« Nous nous tenons à deux principes très simples : d'une part ne pas vendre, mais conseiller et, d'autre part, aligner nos intérêts avec ceux de nos clients. »



« Le marché suisse des gérants indépendants est fragmenté avec plus de 2'500 acteurs dont la plupart gèrent moins de 200 millions. »

dix ans nous avons quintuplé nos encours et nous fêtons les quinze ans d'existence du groupe en pleine confiance.

Comment abordez-vous pour vos clients les investissements sur les private markets?

■ Nous avons des équipes dédiées, l'une pour le private equity et l'une pour le real estate. Nous facilitons l'accès pour nos clients à ces deux segments. Dans le cas du private equity, nous procédons en direct ou au travers de fonds. Nous avons la chance de pouvoir travailler avec les grands gérants comme Advent, Vista, Kohlberg qui commandent souvent les meilleurs deals. Les tickets d'entrée sont élevés, de l'ordre de 10-15 millions minimum, mais nous avons créé des pools avec nos clients et nous pouvons les intégrer dans nos souscriptions. Pour les investissements en direct, nous avons créé un fonds avec quatre entrepreneurs qui avaient autant envie d'investir dans des entreprises que d'y apporter leur expérience. À ce jour, nous disposons de 65 millions avec lesquels nous allons financer trois ou quatre projets d'entreprises.

Dans le cas du real de l'immobilier, nous avons la même approche, en direct ou dans des fonds. Nous sommes en effet capables de monter nos propres opérations. Nous avons par exemple acheté trois immeubles en Allemagne, à Berlin, pour quelques clients que nous avons réunis en Club Deal. Tous les trimestres, les loyers représentent l'équivalent d'un coupon. Ce sont des solutions

très intéressantes dans une allocation d'actifs globale, avec des actions, des obligations, de l'alternatif, des produits structurés et 20 à 25% de private equity ou d'immobilier, qui fait particulièrement sens dans ce contexte de taux bas.

Que représentent les investissements ESG dans vos portefeuilles?

■ Environ 40%. Pour la simple et bonne raison que ces fonds performent mieux, ce qui n'était pas nécessairement le cas il y a cinq ans. Ce n'est plus un effet de mode, c'est devenu au contraire un vrai fait de société. Et nous sommes absolument convaincus de la nécessité de ce biais ESG. Stanhope Capital est d'ailleurs signataire des UNPRI, le programme Principes pour l'Investissement Responsable des Nations Unies depuis 2016. En tant qu'entreprise, nous devons respecter un certain nombre de règles et souscrire à différentes actions.

Comment se répartit votre clientèle, que ce soit en termes d'encours ou de géographie?

■ Nous avons environ 180 clients familiaux, ainsi qu'une quarantaine d'institutions. Un tiers des encours se trouve au Royaume-Uni, un tiers en Europe continentale, et un dernier tiers dans le reste du monde, que ce soit l'Amérique latine, les Etats-Unis, l'Asie, ou Moyen Orient. Stanhope est très international, et c'est une autre singularité que nous avons développée avec succès en quinze

ans. Cette diversité se reflète également au sein du groupe. Nous avons plus de 20 nationalités qui sont représentées. Sur Genève, nous en avons une dizaine, avec un profil assez particulier. Sur seize personnes, nous avons neuf femmes et la moyenne d'âge n'est que de 39 ans. C'est assez atypique pour la branche, cela explique peut-être aussi notre succès.

Comment envisagez-vous votre croissance et vos développements pour les dix années à venir?

■ Jusqu'à présent, nous avons une croissance plutôt organique. À l'avenir, nous voudrions aussi pouvoir privilégier la croissance externe et nous regardons avec beaucoup d'intérêt le secteur des gérants indépendants aussi bien en Romandie qu'en Suisse alémanique, où nous voulons être plus présents. Le marché des gérants est particulièrement fragmenté avec plus de 2'500 acteurs, dont la plupart gèrent moins de 200 millions. Nous pensons que ce marché va se consolider, pour des raisons démographiques qui tiennent à l'âge des fondateurs, et pour des raisons réglementaires qui découlent de l'entrée en vigueur des lois LEFin et LSfin. Nous sommes donc à l'écoute de gestionnaires qui souhaiteraient céder leur activité à un repreneur sachant préserver leurs intérêts comme ceux de leurs clients.

■