

ISLAMIC BANKING: « Un nouveau concept de finance avec plusieurs défis » estime le Dr Jayshan Keejoo

7 September 2012



Photo: Dr Jayshan Keejoo

Le Dr Jayshan Keejoo, Associate Professor in Law and Strategic Project Management Science aux États-Unis et spécialisé en Change Management, est d'avis que le concept de Islamic Banking a fait ses preuves ces dernières années dans plusieurs pays ayant une grande communauté

musulmane. Estimant que le Islamic Banking peut représenter plusieurs opportunités pour un pays, au Mauricien, il évoque les défis auxquels ce secteur devra faire face. « For incumbents to survive, they must not only bring their fundamental banking skills up to competitive levels but also overcome a handful of challenges specific to Islamic banks », dit-il. Dans la plupart des pays ayant d'importantes communautés musulmanes, souligne le Dr Keejoo, les institutions financières qui répondent à ce segment sont en croissance beaucoup plus rapidement que les banques conventionnelles, en raison de la forte demande des consommateurs pour des produits et services selon la charia — la loi islamique interdisant l'incertitude (gharar), le jeu (maysir) et l'usure (riba). « For incumbents to survive, they must not only bring their fundamental banking skills up to competitive levels but also overcome a handful of challenges specific to Islamic banks », dit-il.

En général, poursuit le Dr Jayshan Keejoo, les banques islamiques sont régies par la charia, qui, entre autres, interdit l'utilisation des intérêts ou de la spéculation. À noter qu'il y a environ 270 banques islamiques à travers le monde et, ensemble, ils détiennent des actifs estimés à plus de 300 milliards de dollars. Cependant, le spécialiste de Change Management estime que trop de banques islamiques prennent leur position de marque et la crédibilité de soi, en supposant que l'adhésion aux principes de la charia sera suffisante. Les banques islamiques, dit-il, ont besoin de comprendre et de gérer activement leur image de marque, afin de créer la perception d'avoir « davantage de crédibilité islamique » sur leurs concurrents. Et d'ajouter : « The first step is to understand the main factors that contribute to credibility in a given Islamic market, including whether a bank is a pure play or a hybrid, its history and pedigree, and the composition of its Sharia committee. From analysis, a bank should choose a specific brand position — conservative, innovative or community advocate. This effort must be clearly understood and adhered to by all bank managers. » Aussi, fait ressortir le Dr Keejoo, le maintien du dialogue avec la communauté en vue de promouvoir et de défendre la crédibilité d'une banque islamique est également importante.

Les produits dans les banques islamiques sont souvent plus complexes que ceux des établissements

traditionnels. Contrairement à une banque qui consent un prêt classique, la banque islamique ne peut pas charger au-dessus du montant initial si le client effectue des paiements en retard, parce que le supplément serait considéré comme des intérêts. Ainsi, poursuit-il, la gestion du risque de crédit est plus complexe parce que la banque a besoin d'estimer non seulement les pertes attendues des défauts de paiement sur les prêts mais aussi le coût réel pour la banque. « Customers increasingly expect these products to perform as well as those from conventional banks and will not accept added complexity as an excuse for much higher costs or lower performance. To mitigate this additional complexity, Islamic banks need to pay greater attention to the three pillars of successful operations : cost containment, fast processing times and low error rates. Islamic banks must manage these basics and understand customer needs in order to compete against conventional institutions », soutient notre interlocuteur. Et de conclure : « La demande croissante de solutions bancaires qui respectent la charia représente une opportunité, mais la concurrence croissante pose de nouveaux défis dont l'un des principaux serait de construire des relations de coopération entre les banques qui sont des rivales ou de potentielles rivales sur le marché islamique. »

Article de Presse Disponible sur: <https://www.lemauricien.com>