



L'INVESTISSEUR à la barre

Les approches d'investissement responsables changent la manière dont le secteur financier doit aborder ses clients.

Aujourd'hui, de nombreux investisseurs se détournent des produits "mainstream", auto-déclarés performants, pour adopter des approches dont les labels vont de l'investissement éthique à l'impact investing, en passant par la micro-finance et le dialogue actionnarial. Une tendance que le secteur financier traditionnel observe avec scepticisme et parfois un peu de condescendance.

Cet intérêt croissant pour des produits classés "investissement responsable"

s'inscrit pourtant dans une évolution qui trouve sa source dans les positionnements clairs adoptés à travers l'histoire par certains investisseurs. Ceux-ci avaient pris le parti de placer leurs valeurs éthiques personnelles avant les revenus financiers d'activités qu'ils ne cautionnaient pas. Leur constat était simple: investir, par exemple, dans un secteur controversé comme l'armement revient à se rendre passivement complice d'atteintes à la vie des individus.

On a pu reprocher aux stratégies



Ce sont les investisseurs qui ont progressivement imposé leur référentiel au secteur financier.





Profilier les clients selon des critères traditionnels est désormais insuffisant.



qui excluent ce type de placements de sous-performer – ce qui reste d'ailleurs à prouver. Mais cela n'a pas de sens, dans la mesure où ces produits ont été "imposés" au secteur financier par des investisseurs pour qui la performance vient après leurs valeurs. Au contraire, vendre de tels produits à une clientèle qui n'a pas ce profil "absolu" peut enfreindre une règle de base, celle de connaître son client.

L'impulsion du client

L'approche par exclusion a regagné une grande popularité parmi les investisseurs institutionnels grâce au fonds souverain norvégien, qui l'applique de manière systématique – notamment au tabac ou à l'armement non conventionnel – en pratiquant également une politique de dialogue. Ceci l'amène à exclure les entreprises qui ont des comportements sociaux et environnementaux controversés si elles ne changent pas leurs pratiques.

De la même manière que pour les exclusions, des investisseurs institutionnels ont mené une réflexion sur un système de management durable

des entreprises, ce qui les a amenés à créer différentes agences de notation en matière environnementale, sociale et de gouvernance (ESG). C'est le cas en Suisse de la Fondation Nest, qui est actionnaire-fondatrice de l'agence Inrate. Depuis lors, les évaluations de ce type d'acteurs sont "fournies" aux gérants d'actifs, donnant naissance aux approches d'investissement "best in class" ou "best of services".

Ici, ce sont les investisseurs qui ont progressivement imposé leur référentiel au secteur financier dans l'élaboration de produits et de services. De plus en plus d'études confirment l'intuition initiale des pionniers de cette approche en constatant l'impact neutre à positif sur la performance de décisions d'investissement basées sur une évaluation des entreprises à la fois financière et de responsabilité sociale.

Profilage obsolète

Cette forme de gestion active "étendue" est très clairement orientée vers les valeurs d'investisseurs qui veulent aussi contribuer par leurs investissements au

développement durable. Ceux-ci sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à développer leur propre référentiel de valeurs ESG. Pour satisfaire les exigences de ces clients, les profiler selon des critères traditionnels – défensif, neutre, croissance – est désormais insuffisant, tout comme leur proposer systématiquement des "fonds maison". De nouveau, si la performance est ici importante, comme pour toute gestion active, c'est l'adéquation de l'analyse au référentiel de durabilité du client qui va faire la différence dans une relation à long terme.

En conclusion, le secteur financier va devoir sortir de sa zone de confort traditionnelle (risque-rendement) pour intégrer les valeurs d'investissement des clients – des valeurs de plus en plus complexes en termes de contribution aux grands défis environnementaux et sociaux de notre siècle. Ceux qui arriveront à satisfaire à ces nouvelles tendances durables avec une offre adéquate – et à montrer un impact positif – seront à même de fidéliser ces investisseurs. C'est le client qui est complexe, pas les produits. ■