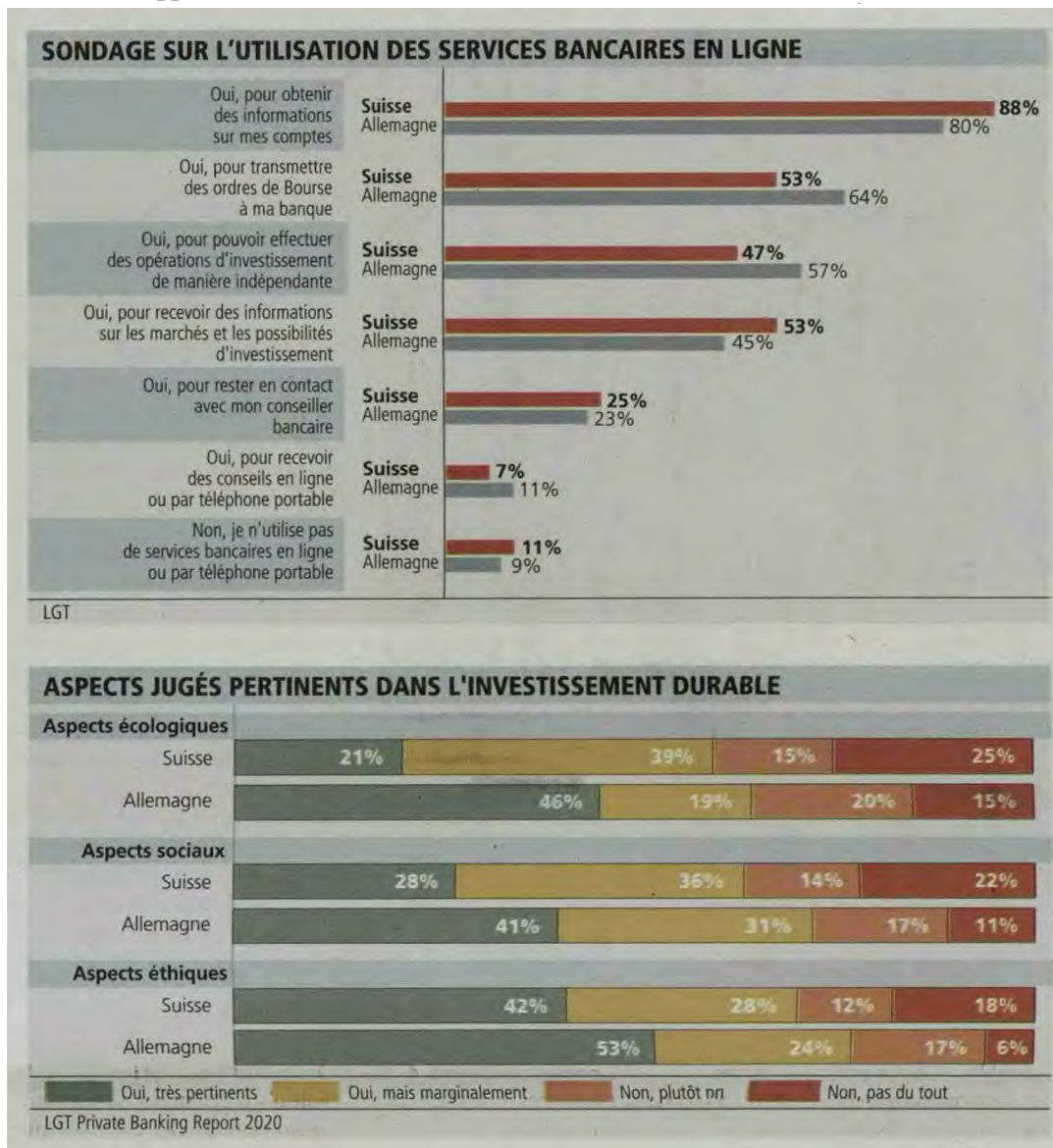




La numérisation peut cohabiter avec le conseil personnalisé

GESTION PRIVÉE. Le rapport «LGT Private Banking Report 2020» dresse un bilan des enjeux et défis en Suisse.





PIOTR KACZOR

Investissement durable, allocation d'actifs des clients, rendement et risque, facteurs émotionnels, relation bancaire principale ou encore impact de la numérisation: ce sont les thèmes principaux couverts par le «LGT Private Banking Report 2020». La sixième édition de cette étude de référence sur la gestion privée en Suisse, en Allemagne et en Autriche est publiée aujourd'hui.

Effectuée par l'Institut pour l'économie financière de l'Université Johannes Kepler de Linz, sur mandat de la banque LGT, cette étude est basée sur une enquête réalisée auprès de 352 personnes fortunées, dont 152 en Suisse en janvier 2020, et un deuxième volet, auprès de 127 personnes en Suisse en avril 2020, pour prendre la mesure de l'impact de la crise pandémique du coronavirus



Entretien
avec Teodoro
D. Cocca,
auteur
de l'étude
et titulaire
de la chaire

à l'asset management de l'Institut. Avant la crise pandémique, en janvier, neuf clients sur dix en Suisse se déclaraient satisfaits ou très satisfaits de leur banque principale. En avril, la satisfaction s'était dégradée pour la moitié des sondés, améliorée pour un quart d'entre eux. S'agit-il d'un simple effet conjoncturel, comme cela se produit après une forte correction des marchés par exemple?

En effet. Mais il est intéressant aussi d'observer quels sont les clients qui expriment une satisfaction moindre: ce sont ceux qui négocient eux-mêmes des titres en ligne, prennent leurs décisions d'investissement de manière plus indépendante et n'entretiennent pas de relation étroite avec un conseiller à la clientèle. En revanche, les clients qui entretiennent une relation personnalisée avec leur conseiller et recourent peu au négoce en ligne, expriment une satisfaction rehaussée à l'égard de leur conseiller et de leur banque.

«LES CHIFFRES MONTRENT AUSSI QUE LE PROCESSUS DE NUMÉRISATION S'EST UN PEU ENLISÉ. CAR LES CLIENTS DU PRIVATE BANKING ACCORDENT UNE HAUTE VALEUR AU CONSEIL PERSONNEL.»

L'enquête montre en outre que la tendance à vouloir se passer de son conseiller à la clientèle s'est atténuée?

En effet. Une part encore non négligeable des clients se posent toujours la question mais la tendance des quatre dernières années ne s'est pas accentuée et s'est même affaiblie. Alors que

l'on pouvait s'attendre, au vu de l'évolution de la numérisation et des technologies, qu'une part accrue des clients mettent en question le besoin d'un conseiller et les honoraires qui s'y rapportent.

Mais les chiffres montrent aussi que le processus de numérisation s'est un peu enlisé. Car les clients du private banking accordent une haute valeur au conseil personnel. La tendance à la numérisation ne semble donc pour l'instant plus se faire au détriment du conseil personnalisé comme ces dernières années, ou dans une moindre mesure. Reste à savoir si ce renouveau du conseil personnalisé se confirmera dans les prochaines années.

Pourtant les néo-banques semblent marquer des points en Allemagne plutôt qu'en Suisse?

Cela dépend de l'offre préalable disponible. En Suisse, les banques en ligne se sont développées plus tôt, avec Swissquote par exemple. Les néo-banques recouvrent une autre réalité. Si celles-ci ont d'abord privilégié le marché allemand, c'est en raison de la taille de celui-ci qui le rend plus attractif pour y atteindre une taille critique.

Enfin, les néo-banques ne sont pas tellement orientées vers le marché du private banking. Il est par conséquent important de distinguer le marché du private banking du marché des affaires de masse ou des clients aisés (affluent) où le penchant vers la numérisation est certainement plus marqué, généralement pour des montants réduits. Les clients du



private banking ne sont guère tentés par les néo-banques. La gestion de fortune ou de patrimoine continue de privilégier les banques de gestion privée traditionnelle.

«DE NOMBREUX
INVESTISSEURS OU CLIENTS
PRIVATE BANKING CROIENT
QU'ILS DOIVENT FAIRE
DES CONCESSIONS SUR LE
RENDEMENT S'ILS VEULENT
INVESTIR DANS DES
PLACEMENTS DURABLES.»

La part des investissements durables est estimée à 10% en moyenne en Suisse, contre 5% et 4% en Autriche et en Allemagne...

On peut être surpris que ces proportions ne soient pas un peu plus élevées au vu de la forte présence des questions environnementales et de l'investissement durable dans les médias ces deux dernières années. Un écart subsiste par conséquent entre la prégnance de ce thème dans les médias et son importance réelle pour les clients du private banking. L'une des explications possibles c'est que de nombreux investisseurs ou clients private banking croient qu'ils doivent faire des concessions sur le rendement s'ils veulent investir dans des placements durables.

Rendement ou durabilité: tel serait le choix, ainsi que tendent aussi à le montrer nos données. Il y a par conséquent un travail d'éducation financière que les banques pourraient peut-être améliorer pour montrer que l'investissement durable peut aussi

procurer des avantages en matière de rendements. Cela illustre aussi le potentiel que recèle l'investissement durable pour les établissements bancaires.

En matière de performance, les investisseurs masculins semblent obtenir

une performance légèrement supérieure mais avec un risque plus

élevé. Ce résultat avait déjà été observé plus tôt me semble-t-il?

En effet. Je précise à cet égard que ces chiffres sont basés sur les réponses des participants et non pas sur un accès aux données de leurs portefeuilles. Le problème à cet égard, c'est que les hommes tendent, en moyenne, à surestimer leur propre performance financière. Ce qui a été montré par d'autres études. A l'inverse, les femmes font preuve de retenue et tendent à sous-estimer les rendements obtenus.

Plus de deux tiers (72%) des femmes estiment ne pas disposer de connaissances financières, ou seulement de connaissances de base, contre 36% pour les hommes.

A quelle réalité cela correspond-il?

Une étude de l'OCDE avait confirmé cette tendance dans une grande partie des pays couverts par l'étude. Mais je pense que, dans notre enquête, cet écart est accentué par l'effet psychologique que je viens d'évoquer. Il serait d'ailleurs intéressant que les chargés de clientèle des banques abordent cet aspect pour améliorer leur conseil à la clientèle. ■

Gestion privée: la numérisation peut cohabiter avec le conseil personnalisé

jeudi, 04.06.2020

Le rapport «LGT Private Banking Report 2020» dresse un bilan des enjeux et défis pour la gestion privée en Suisse. Entretien avec Teodoro D. Cocca, auteur de l'étude et titulaire de la chaire asset management de l'Institut.

Piotr Kaczor



La tendance à la numérisation ne semble pour l'instant plus se faire au détriment du conseil personnalisé comme ces dernières années.

Investissement durable, allocation d'actifs des clients, rendement et risque, facteurs émotionnels, relation bancaire principale ou encore impact de la numérisation: ce sont les thèmes principaux couverts par le «LGT Private Banking Report 2020». La sixième édition de cette étude de référence sur la gestion privée en Suisse, en Allemagne et en Autriche est publiée aujourd'hui.

Effectuée par l'Institut pour l'économie financière de l'Université Johannes Kepler de Linz, sur mandat de la banque LGT, cette étude est basée sur une enquête réalisée auprès de 352 personnes fortunées, dont 152 en Suisse en janvier 2020, et un deuxième volet, auprès de 127 personnes en Suisse en avril 2020, pour prendre la mesure de l'impact de la crise pandémique du coronavirus

Entretien avec Teodoro D. Cocca, auteur de l'étude et titulaire de la chaire asset management de l'Institut.

Avant la crise pandémique, en janvier, neuf clients sur dix en Suisse se déclaraient satisfaits ou très satisfaits de leur banque principale. En avril, la satisfaction s'était dégradée pour la moitié des sondés, améliorée pour un quart d'entre eux. S'agit-il d'un simple effet conjoncturel, comme cela se produit après une forte correction des marchés par exemple?

En effet. Mais il est intéressant aussi d'observer quels sont les clients qui expriment une satisfaction moindre: ce sont ceux qui négocient eux-mêmes des titres en ligne, prennent leurs décisions d'investissement de manière plus indépendante et n'entretiennent pas de relation étroite avec un conseiller à la clientèle. En revanche, les clients qui

entretiennent une relation personnalisée avec leur conseiller et recourent peu au négoce en ligne, expriment une satisfaction rehaussée à l'égard de leur conseiller et de leur banque.

L'enquête montre en outre que la tendance à vouloir se passer de son conseiller à la clientèle s'est atténuée?

En effet. Une part encore non négligeable des clients se posent toujours la question mais la tendance des quatre dernières années ne s'est pas accentuée et s'est même affaiblie. Alors que l'on pouvait s'attendre, au vu de l'évolution de la numérisation et des technologies, qu'une part accrue des clients mettent en question le besoin d'un conseiller et les honoraires qui s'y rapportent.

Mais les chiffres montrent aussi que le processus de numérisation s'est un peu enlisé. Car les clients du private banking accordent une haute valeur au conseil personnel. La tendance à la numérisation ne semble donc pour l'instant plus se faire au détriment du conseil personnalisé comme ces dernières années, ou dans une moindre mesure. Reste à savoir si ce renouveau du conseil personnalisé se confirmera dans les prochaines années.

Pourtant les néo-banques semblent marquer des points en Allemagne plutôt qu'en Suisse?

Cela dépend de l'offre préalable disponible. En Suisse, les banques en ligne se sont développées plus tôt, avec Swisssquote par exemple. Les néo-banques recouvrent une autre réalité. Si celles-ci ont d'abord privilégié le marché allemand, c'est en raison de la taille de celui-ci qui le rend plus attractif pour y atteindre une taille critique.

Enfin, les néo-banques ne sont pas tellement orientées vers le marché du private banking. Il est par conséquent important de distinguer le marché du private banking du marché des affaires de masse ou des clients aisés (affluent) où le penchant vers la numérisation est certainement plus marqué, généralement pour des montants réduits. Les clients du private banking ne sont guère tentés par les néo-banques. La gestion de fortune ou de patrimoine continue de privilégier les banques de gestion privée traditionnelle.

La part des investissements durables est estimée à 10% en moyenne en Suisse, contre 5% et 4% en Autriche et en Allemagne...

On peut être surpris que ces proportions ne soient pas un peu plus élevées au vu de la forte présence des questions environnementales et de l'investissement durable dans les médias ces deux dernières années. Un écart subsiste par conséquent entre la prégnance de ce thème dans les médias et son importance réelle pour les clients du private banking. L'une des explications possibles c'est que de nombreux investisseurs ou clients private banking croient qu'ils doivent faire des concessions sur le rendement s'ils veulent investir dans des placements durables.

Rendement ou durabilité: tel serait le choix, ainsi que tendent aussi à le montrer nos données. Il y a par conséquent un travail d'éducation financière que les banques pourraient peut-être améliorer pour montrer que l'investissement durable peut aussi procurer des avantages en matière de rendements. Cela illustre aussi le potentiel que recèle l'investissement durable pour les établissements bancaires.

En matière de performance, les investisseurs masculins semblent obtenir une performance légèrement supérieure mais avec un risque plus élevé. Ce résultat avait déjà été observé plus tôt me semble-t-il?

En effet. Je précise à cet égard que ces chiffres sont basés sur les réponses des participants et non pas sur un accès aux données de leurs portefeuilles. Le problème à cet égard, c'est que les hommes tendent, en moyenne, à surestimer leur propre performance financière. Ce qui a été montré par d'autres études. A l'inverse, les femmes font preuve de retenue et tendent à sous-estimer les rendements obtenus.

Plus de deux tiers (72%) des femmes estiment ne pas disposer de connaissances financières, ou seulement de connaissances de base, contre 36% pour les hommes. A quelle réalité cela correspond-il?

Une étude de l'OCDE avait confirmé cette tendance dans une grande partie des pays couverts par l'étude. Mais je pense que, dans notre enquête, cet écart est accentué par l'effet psychologique que je viens d'évoquer. Il serait d'ailleurs intéressant que les chargés de clientèle des banques abordent cet aspect pour améliorer leur conseil à la clientèle.