

GESTION D'ACTIFS / CES FONDS QUI SÉDUISSENT LES INVESTISSEURS

« L'ESG est incontournable pour les produits structurés »

» Brice Gimeno revient sur les atouts des structurés dans un contexte de taux négatifs

» Il insiste aussi sur l'intérêt d'une approche ESG dans l'élaboration de ces produits

Par JÉRÉMIE GATIGNOL

Twitter @jgagnol
+ E-MAIL jgagnol@agefi.fr

L'Agefi Actifs. - Quel type de produits conseillez-vous aujourd'hui aux particuliers ?

Brice Gimeno. – Nous préconisons des produits maximisant la possibilité de rappel sur laquelle les coupons sont basés. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous avons mis en place depuis trois ans une gamme de produits structurés avec des dates de constatation quotidienne après la première année de vie du produit. Cela offre une possibilité de rappel beaucoup plus importante puisqu'il suffit que le marché soit positif au moins un jour, par rapport à son niveau au moment de la souscription, sur la période de vie du produit.

Quel est le montant optimal de structurés dans une allocation ?

Cela dépend du profil du client. S'il est très offensif une poche de 30 à 35 % de structurés peut permettre de diluer un peu le risque sur les actions tout en restant exposé à cette classe d'actifs.

Pour un profil plus équilibré, une poche actions de 15 % qui sera à moitié en titres ou OPCVM actions et l'autre moitié en structurés. L'objectif est souvent de diversifier la poche actions.

Les structurés ne sont donc pas des alternatives aux fonds en euros ?

C'est une idée qui a été vendue aux CGP entre 2005 et 2007 et qu'il faut absolument proscrire dans notre métier. Les produits structurés sont désormais une classe d'actifs à part entière. Ils permettent d'aller chercher



BRICE GIMENO,
président DS Investment Solutions

de la rentabilité tout en contrôlant le niveau de risque. S'il fallait absolument qu'ils soient une alternative à d'autres fonds, cela serait plutôt aux fonds patrimoniaux ou diversifiés.

Le contexte des taux négatifs est-il adapté aux produits structurés ?

C'est une bonne opportunité selon le type de produit,

car les clients sont assez attachés à la matérialisation d'un coupon comme dans le cas d'une obligation. Or, certains produits structurés permettent justement de détacher le coupon sur le contrat d'assurance vie, plutôt que de le mettre en mémoire, comme c'est le cas pour les structurés classiques.

Attention, les structurés ne sont pas non plus une alternative aux obligations mais leur mode de fonctionnement et leur capacité à performer dans un univers de taux bas est un avantage.

Vous venez de passer toute votre gamme en ESG. Est-ce vraiment compatible ?

L'ESG est incontournable pour les produits structurés ! L'une des problématiques de notre classe d'actifs est le risque, pour un client, de porter des actions pendant très longtemps. Or, nous estimons qu'avoir un titre d'une société ne prenant pas le virage ESG peut à long terme se révéler néfaste. Au même titre que Nokia n'a pas su prendre le virage du smartphone, l'ESG aujourd'hui est une nécessité face aux changements climatiques et de sociétés que nous traversons. Je préfère donc préconiser à mes clients

d'investir sur des actions qui prennent ce virage ESG et ont moins de risque de plomber les performances de l'indice de référence à long terme.

Concrètement comment cela fonctionne-t-il ?

Lorsque nous établissons le cahier des charges avec une salle de marché, nous leur demandons d'appliquer un filtre ESG d'exclusions. La plupart d'entre elles ont déjà leurs propres filtres ESG s'appuyant sur les agences de notations comme S&P ou Sustainalytics. Elles appliquent simplement ce filtre aux sociétés de l'indice de référence et excluent certaines sociétés en conséquence. Il en ressort alors un nouvel indice « ESG compatible ».

Une grosse part de notre activité consiste à faire des produits sur-mesure pour nos clients CGP [accessible à partir de 200.000 euros, nldr]. Notre rôle est alors d'établir avec eux le cahier des charges et de présenter les différentes approches ESG. Certaines sont plutôt tournées sur l'environnement, d'autres sur le social, d'autres équilibrent les trois facteurs.

Vos clients sont-ils réceptifs à ce discours ?

De plus en plus ! Si notre gamme ouverte est aujourd'hui 100 % ESG, nous ne pouvons toutefois pas obliger nos clients en produits dédiés à adhérer à notre philosophie. Notre rôle est de leur expliquer pourquoi c'est dans leur intérêt. Finalement tout notre discours repose sur l'idée que l'ESG est un critère de sélection très pertinent pour obtenir de la rentabilité à long terme. Il n'est d'ailleurs pas anodin que tous les fonds de pensions et grands fonds d'investissement étrangers prennent en compte cette dimension. ^a