

TOCQUEVILLE FINANCE

Laurent RYTLEWSKI, Responsable de Partenariats



Quelle est l'actualité de TOCQUEVILLE Finance et quel est le bilan de votre activité depuis le début de l'année ?

Le début de l'année succède à une période faste en 2017 où les actions européennes ont été dopées par une volatilité faible et un retour des investisseurs sur les marchés à risque.

La collecte a été au rendez-vous, et nos performances aussi.

Depuis 2018, nous avons entamé une démarche de recrutement pour étoffer nos forces de gestion ainsi que nos équipes commerciales

En gestion collective, deux nouveaux gérants seniors spécialisés dans le stock picking multicap ont rejoint notre société et deux autres sont en cours de recrutement.

Sur le plan de la vente, nous venons d'engager un sales sur les cgpi et nous sommes sur le point d'en recruter un second.

Les CGP ont toujours constitué le cœur de clientèle de Tocqueville Finance. Nous avons pris en 2017 la décision de nous appuyer davantage sur nos partenariats avec les plateformes et les groupements de CGP. Nous fonctionnons par capillarité et par levier des forces de distribution. En effet, ils nous facilitent la tâche de terrain et intensifient notre dynamique commerciale ainsi que notre visibilité auprès des clients finaux que sont les CGP.

Depuis le début de l'année, la volatilité s'est accrue mettant un terme à la belle vague traversée en 2017. Nous continuons à collecter néanmoins, notamment sur TOCQUEVILLE ULYSSE qui est notre fonds historique zone euro. Cette stratégie est même devenue notre best of. Y coexistent aussi bien des valeurs Value que des valeurs Croissance mais également des petites et moyennes capitalisations. Avec la rotation sectorielle du début d'année, nous constatons que les investisseurs se portent vers ce fonds blend, généraliste sans biais particulier et qui est donc plus adapté dans ce contexte qu'un fonds à thématique forte.

On a souvent entendu que c'est parce qu'ils ont proposé une offre innovante et notamment la multigestion que les CGP se sont développés. Etes-vous d'accord avec cette appréciation ?

C'est un constat que je cautionne pleinement. L'allocation d'actifs est bien au cœur du métier de Conseil en Gestion de Patrimoine. Elle est même une exigence élémentaire. En témoigne la très grande diversité de la composition de leurs actifs, là où les taux et le crédit faisaient fonction de référence il y a encore quelques années. Nous traversons par ailleurs une période d'évolution réglementaire irréversible. Dans ce contexte, si le CGP veut apporter une véritable valeur ajoutée à son client, il doit savoir lui conseiller d'allouer son portefeuille sur différentes classes d'actifs très diversifiées, et bien sûr si possible très décorrélées.

Les CGP sont-ils encore à la pointe de l'innovation aujourd'hui ?

La question ne se pose plus. Pour les CGP, l'innovation n'est pas un choix mais une obligation. Ils doivent répondre aux besoins de leurs clients qui évoluent avec un marché sans cesse en mutation. Même si le contact relationnel physique reste déterminant pour la confiance, on réalise aujourd'hui que le digital et le numérique sont devenus des outils incontournables pour la nouvelle génération des millennials.

En 2018, les CGP sont soumis à la loi de l'évolution. Leur monde pousse vers des solutions et des outils digitaux. Ils n'ont pas d'autre choix, quasi darwinien, que de suivre la tendance, de s'adapter et d'utiliser les mêmes armes que leur environnement.

Les Indépendants ont la chance de pouvoir s'appuyer sur les plateformes qui mettent à leur disposition tout un dispositif digital.

En tout état de cause, ils ne disposent ni des moyens humains, ni financiers ni techniques pour produire un tel service. C'est une opportunité de pouvoir bénéficier d'outils réactifs, compétitifs et performants à moindre coût.

La réglementation est-elle un frein à l'innovation ?

Fournisseurs comme distributeurs, nous sommes tous dans l'obligation de nous adapter à la réglementation.

Mais nous savons bien que pour les CGP, qui sont pour la plupart de petites structures, le poids de la réglementation est extrêmement lourd.

Faire de cette contrainte à court terme une force à long terme est sans doute plus facile à dire qu'à réaliser mais c'est le sens dans lequel il faut aller. Même si elle nous oblige à modifier violemment nos habitudes et nos réflexes

Le CGP doit se faire accompagner sur le plan réglementaire et utiliser tous les outils qui peuvent lui permettre de gagner du temps administratif tout en répondant à ses obligations. La réglementation tend à renforcer le devoir de conseil, il faut que les Indépendants concilient activité patrimoniale et conseil réglementaire pour alimenter leurs clients

En ce qui concerne l'innovation produit, on ne peut que constater que les réglementations sont des freins beaucoup plus forts à l'innovation aujourd'hui qu'ils ne l'étaient avant la crise de 2008.

Les Asset managers comme les assureurs, qui subissent l'impact de Solvency, considèrent qu'ils sont dans l'obligation d'aller vers le marché des actions qui est le seul à apporter du rendement. Le marché monétaire s'érode et on verra vraisemblablement une remontée des taux sur le marché obligataire. Dégager de la performance est de plus en plus compliqué.

Nous sommes dans une période particulière où la réglementation se durcit, devient plus contraignante et où les classes d'actifs n'offrent plus ou presque d'opportunités. Dans ce cadre, il est très difficile d'apporter un renouvellement. On est un petit peu dans une disruption où le Nouveau Monde n'est pas encore apparu.

L'offre en outils et services digitaux continue à s'enrichir et le débat est ouvert sur la place que doivent occuper les robo advisors. Qu'en pensez-vous ?

Je crois qu'il ne faut pas perdre de vue que dans robo advisors, il y a advisor.

Cela sous-tend la notion de conseil que fournit cet outil. Le robo advisors ne doit pas remplacer le conseiller mais lui fournir le moyen d'éclairer ses décisions par les informations complémentaires qui sont apportées. C'est une brique en plus mais le choix reste toujours à l'humain, donc au CGP. Ce n'est jamais le robo advisors qui appuie sur le bouton.

Parmi les CGPI, voyez-vous des cabinets particulièrement innovants ? Quels sont les bons exemples à suivre ?

Nous voyons quelques cabinets CGP qui tendent à changer de pratiques et à se rapprocher d'un modèle de gestion privée en étant rémunérés en honoraires sur leur mission de conseil par leurs clients et en s'adjoignant les compétences d'un sélectionneur de fonds.

Il me semble que c'est une démarche intéressante, qui a du sens car aujourd'hui, dans le cadre de MiFID II, toutes les sociétés de gestion ont basculé en clean shares classes qui sont des parts de fonds sans frais de rétrocession pour les investisseurs privés dans le cadre de la gestion sous mandat.

Certains acteurs de la profession sont en réflexion. Mais rien ne permet encore de dire si cette pratique anglo-saxonne de la perception de revenu va se généraliser en France pour les Conseils en Gestion de Patrimoine.

Aujourd'hui que peut apporter TOCQUEVILLE Finance aux Conseils en Gestion de Patrimoine ?

L'appartenance de Tocqueville Finance au Groupe La Banque Postale est un véritable atout. Dans cet environnement réglementaire de plus en plus contraint, notre position nous permet d'être un vecteur de liaison entre les autorités de tutelle et de régulation d'une part et les Conseils en Gestion de Patrimoine d'autre part.

Tocqueville Finance a été la première boutique à intégrer un grand groupe. D'une certaine manière, nous pouvons dire que nous avons été les précurseurs d'un modèle qui devient aujourd'hui un standard. Les attentes des CGP évoluent car ils ont besoin de rassurer leurs clients. Le statut du gérant star n'est plus vraiment d'actualité. En revanche, les CGP portent un attachement plus fort qu'autrefois à la solidité des sociétés de gestion. D'un point de vue réglementaire, la solidité de notre groupe permet à TOCQUEVILLE Finance d'avoir le support technique qu'une petite société de gestion n'a plus les moyens d'avoir tout en conservant notre agilité de petite boutique française. Nous n'avons rien perdu de notre identité.