

rethink sustainability

Les Millennials, un véritable enjeu pour la gestion de fortune

15 novembre 2018

La tranche la plus âgée de la génération Y (appelée également *Millennials*) s'approche des 40 ans. D'ici 2020, *les Millennials représenteront le segment le plus important de la population adulte*. Alors qu'ils remplacent la génération du baby-boom dans le monde professionnel, ils exerceront une influence prépondérante sur les dépenses pour les décennies à venir.

D'une part, leur revenu potentiel augmente à mesure qu'ils avancent dans leur carrière et, d'autre part, leurs parents baby-boomers leur légueront des sommes totalisant plusieurs milliers de milliards de dollars.

Il n'empêche que le profil de bon nombre d'entre eux est très différent de celui des générations précédentes et que le secteur de la gestion de fortune doit composer avec cette réalité.

Les Millennials ont grandi à l'ère du numérique. Ils attendent des options technologiques dans tous les domaines, de la communication au commerce, en passant par la gestion de leurs investissements. Ils accordent généralement plus d'importance aux expériences et moins aux possessions matérielles que les générations précédentes, conséquence de l'avènement de l'économie de partage. Un sondage réalisé pour *Eventbrite* a montré que trois membres de la génération Y sur quatre préfèrent dépenser de l'argent pour un événement plutôt que d'acheter un objet.

Dans le même temps, ils sont face à diverses tendances de fond, telles la *raréfaction des ressources*, le *changement climatique*, la *digitalisation* et les *inégalités croissantes*, qui doivent être traitées de toute urgence, ce qui n'était pas le cas des générations précédentes. La prise de conscience de la nécessité de s'attaquer à ces enjeux influence leur comportement en matière d'investissement et modifie leur façon de voir les choses par rapport aux générations précédentes.



Se concentrer sur nos responsabilités

D'après [Deloitte](#), de nombreux membres de la génération Y refusent de voir l'argent comme seul facteur de réussite et ils accordent plus de valeur aux marques démontrant une responsabilité sociale.



(...) De nombreux membres de la génération Y refusent de voir l'argent comme seul facteur de réussite et ils accordent plus de valeur aux marques démontrant une responsabilité sociale.

Cela ne signifie pas pour autant que le rendement ne les intéresse pas : ils considèrent plutôt que ce n'est pas l'unique raison d'être de leurs investissements. [Ils sont préoccupés par des questions environnementales et sociales](#) et attendent des entreprises pour lesquelles ils travaillent et dans lesquelles ils investissent qu'elles fassent de même.

L'accent porté sur les questions environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) n'est plus une simple option souhaitable dans un portefeuille : [le sondage sur l'investissement responsable](#) réalisé en 2018 par Nuveen montre que 92% des membres de la génération Y souhaitent que l'ensemble de leurs investissements soient responsables.

Comme [l'indique](#) le cabinet de recherche en mégadonnées CB Insights, « pour attirer et conserver cette nouvelle génération d'investisseurs, les conseillers doivent proposer des stratégies d'Impact Investing dans les domaines social, du développement durable et des énergies propres ».

Les entreprises susceptibles de saisir les opportunités de cette tendance comprendront celles opérant dans les énergies propres (comme les fabricants d'éoliennes Vestas et Siemens Gamesa), les transports (Tesla, Nissan, Renault), ainsi que les marques emblématiques de l'ère digitale (réseaux sociaux comme Snapchat et Instagram) et des poids-lourds de l'e-commerce, comme Asos et Amazon.

Investir pour avoir une influence

La prise en compte des préoccupations de la génération Y concernant les [investissements durables](#) au sein des portefeuilles sera primordiale pour les stratégies d'investissements futures. Lombard Odier pense que [les rendements seront conditionnés par ces facteurs pour les trois à cinq années à venir](#).

[Le changement climatique](#), l'évolution démographique, l'essor de la numérisation sur le lieu de travail et la croissance des inégalités ont bousculé les modèles d'affaires traditionnels. Pour Lombard Odier, il est primordial d'investir dans les sociétés qui sont les mieux placées en termes de durabilité.

Le symposium « [Repenser l'investissement responsable](#) », organisé à Zurich en mars 2018 par Lombard Odier, a accueilli l'ancien vice-président américain, [Al Gore](#). Il a présenté l'ampleur du changement climatique et des menaces qu'il représente pour l'économie mondiale. Il a insisté



sur la vitesse à laquelle des secteurs et des pays amorcent déjà une transition pour réagir aux enjeux du développement durable et a présenté les risques et les opportunités pour les investisseurs.

« Les mutations profondes qui accompagnent le dérèglement climatique soulèvent des risques financiers spécifiques pour les détenteurs d'actifs potentiellement irrécupérables, tels que les combustibles fossiles. La France a par exemple déclaré qu'elle interdirait toute nouvelle exploration. L'Inde a quant à elle indiqué que, légalement, d'ici à 12 ans, 100% des nouvelles voitures devront être électriques. Les produits et les services qui améliorent la qualité de vie aujourd'hui sans emprunter de ressources à l'avenir représentent le potentiel de croissance le plus élevé. », a expliqué M. Gore.

“

Les produits et les services qui améliorent la qualité de vie aujourd'hui sans emprunter de ressources à l'avenir représentent le potentiel de croissance le plus élevé.

Personnellement et numériquement

De nombreux membres de la génération Y souhaitent pouvoir utiliser les plateformes numériques pour gérer leur argent, comme dans de nombreux autres domaines, mais cela ne doit pas exclure la personnalisation. C'est tout simplement un autre type de personnalisation que le **modèle traditionnel de gestion de fortune**, qui inclut de nouvelles options, comme le financement participatif et d'autres offres de FinTech, ainsi que des recommandations plus personnelles.

S'inscrire à la newsletter

Email



OK

La tradition et la fidélité aux marques ne sont plus aussi importantes pour les membres de la **génération Y** qu'elles ne l'étaient pour les générations antérieures. La fidélité à la marque doit être gagnée, pas uniquement par la qualité, la valeur et la cohérence, mais également grâce à un comportement adéquat. Aujourd'hui, les investisseurs veulent savoir où va leur argent et combien ils paient : la transparence des tarifs est plus importante pour eux que pour les générations précédentes. D'après Deloitte, « de nombreux membres de la génération Y ont une perception négative des conseillers financiers. Pour la dépasser, les sociétés de gestion de fortune doivent commencer par mettre l'accent sur la transparence de la tarification. »

“
La tradition et la fidélité aux marques ne sont plus aussi importantes pour les membres de la génération Y qu'elles ne l'étaient pour les générations antérieures. La fidélité à la marque doit être gagnée, pas uniquement par la qualité, la valeur et la cohérence, mais également grâce à un comportement adéquat.

Chez Lombard Odier, la durabilité est un facteur primordial de la performance. Si les clients choisissent avec soin leurs gestionnaires de fortune, ils peuvent inclure des sociétés dans des portefeuilles reposant sur la solvabilité, les pratiques commerciales et des modèles d'affaires durables. Collaborer avec un gestionnaire de fortune qui peut choisir la bonne société permet d'obtenir de bons rendements.

Solutions technologiques

Une nouvelle gamme de start-ups dans le domaine de la gestion technologique fournit des solutions numériques novatrices. **BBVA**, la deuxième banque d'Espagne, a indiqué que, ces dernières années, « de nouvelles sociétés sont apparues et fournissent des conseils reposant sur l'intelligence artificielle et les mégadonnées, ainsi que des plateformes de micro-investissement ou des solutions de négoce s'appuyant sur les réseaux sociaux. »

Quelques exemples : **Nerdwallet**, qui fournit aux utilisateurs un accès à un réseau d'investisseurs spécialisés, **Kensho Technologies**, qui fournit un système d'apprentissage automatique permettant aux investisseurs d'accéder à une analyse financière présentée dans des termes simples et **Grisbee**, une start-up française qui fournit des conseils personnalisés et surveille la santé financière des investisseurs. Reste que ces solutions ne peuvent fournir la touche personnelle, qui reste un élément primordial de toute activité de conseil.

Similitudes et différences

A de nombreux égards, les *Millennials* fortunés ont les mêmes souhaits que leurs aînés en matière de gestion de patrimoine : des rendements stables à long terme, qui leur permettront de transmettre leur patrimoine à la prochaine génération. En revanche, ils attendent des gestionnaires de fortune une approche plus transparente, plus digitale et axée sur des valeurs.

“
A de nombreux égards, les Millennials fortunés ont les mêmes souhaits que leurs aînés en matière de gestion de patrimoine : des rendements stables à long terme, qui leur permettront de transmettre leur patrimoine à la prochaine génération. En revanche, ils attendent des gestionnaires de fortune une approche plus transparente, plus digitale et axée sur des valeurs.

Ils veulent renforcer leur contrôle sur les décisions de placement, mais « ils auront toujours besoin de la relation humaine pour pouvoir investir dans les situations plus complexes », indique [Accenture](#), un avis que partage Lombard Odier. Cela laisse entendre qu'une approche hybride combinant plus de technologie et des conseillers humains se généralisera. D'après le cabinet de conseil financier [Capco](#) : « Les clients ne sont pas à l'aise quand il s'agit d'investir des montants importants (plus de USD 100 000) dans une solution uniquement numérique. En matière de patrimoine, les clients veulent un certain degré d'interaction humaine pour les guider dans les décisions financières complexes et les options de produits fournies par une expérience entièrement digitale. »



Les clients ne sont pas à l'aise quand il s'agit d'investir des montants importants (plus de USD 100 000) dans une solution uniquement numérique. En matière de patrimoine, les clients veulent un certain degré d'interaction humaine pour les guider dans les décisions financières complexes et les options de produits fournies par une expérience entièrement digitale.

CapGemini, un autre cabinet de conseil, ajoute : « Les régions Europe et Asie-Pacifique (sauf le Japon) sont les plus disposées à adopter les services hybrides, tandis que l'Amérique du Nord est la moins susceptible de le faire. »

Cela dit, les fondamentaux de l'investissement avisé persisteront. Il faut trouver de bonnes entreprises, durables dans tous les sens du terme : bien gérées, en phase avec l'évolution de l'économie mondiale et susceptibles de prospérer dans les années à venir. Chez Lombard Odier, ce sera [le thème central de nos investissements futurs](#).

Information Importante

Le présent document de marketing a été préparé par Lombard Odier (Europe) S.A., un établissement de crédit agréé et réglementé par la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF) au Luxembourg. La publication de document de marketing a été approuvée par chacune de ses succursales opérant dans les territoires mentionnés au bas de cette page (ci-après « Lombard Odier »).

[En savoir plus.](#)

