

REPORTING

Faire de la contrainte une opportunité



Michel Kabanga Kayembe
Partner
(Kurt Salmon)



Sébastien Wingerter
Senior manager
(NGR Consulting)



Cécilia Vernhes
Team leader in fund reporting
(Kneip)

- Les exigences en matière de reporting se multiplient, contraignant les acteurs de l'industrie des fonds à des efforts conséquents pour répondre aux exigences du régulateur en matière d'information.
- Au-delà de la contrainte, toutefois, une bonne exploitation de la donnée peut aussi être source de création de valeur auprès des investisseurs.

— Texte: Sébastien Lambotte — Photos: Julien Becker

LA PRESSION RÉGLEMENTAIRE continue de peser sur l'ensemble du secteur financier et l'industrie des fonds n'y échappe pas. Restaurer la confiance des investisseurs constitue un des enjeux importants de la gestion d'actifs. Les régulateurs entendent donc favoriser une plus grande transparence à l'égard des investisseurs. La mise à disposition des reportings réguliers en lien avec l'activité des fonds gérés contribue à atteindre cet objectif.

Si hier cette transparence s'appliquait essentiellement aux organismes de placement collectif en valeurs mobilières (OPCVM), plus connus sous le label Ucits, désormais cette obligation d'effectuer des reportings réglementaires poussés s'étend également aux fonds alternatifs avec la mise en place de la directive AIFM. « Par le passé, on pouvait aisément dissocier les exigences selon qu'elles s'adressaient à des portefeuilles traditionnels ou à des investisseurs plus avisés, enclins à investir dans des classes d'actifs autres que des actions, obligations ou cash, commente Michel Kabanga Kayembe, partner au sein du cabinet Kurt Salmon Luxembourg. Après la crise de 2007-2008, le régulateur a souhaité également harmoniser le cadre réglementaire entre Ucits et AIF. »

Cette volonté d'apporter plus d'informations aux investisseurs est perceptible également au sein du projet de la directive Prips (*packaged retail investment products*, ou produits d'investissement de détail packagés). On peut encore citer d'autres réglementations, telles que Fatca (*foreign account tax compliance act*) ou Emir (*European market infrastructure regulation*), qui font que le reporting réglementaire évolue sans cesse et devrait progressivement s'étendre à tous les produits financiers.

Des coûts à mutualiser

Pour les acteurs de l'industrie des fonds, cela entraîne une augmentation des coûts opérationnels non négligeable. Pour chaque nouvelle réglementation, de nouveaux processus doivent être mis en place pour s'assurer de la bonne mise en conformité. Pour rester un acteur de premier plan au cœur de cette industrie, chacun doit pouvoir mieux appréhender les nouveaux enjeux, tout en trouvant les moyens de limiter les coûts et les efforts liés à la mise en place de ces reportings.

« Une première réflexion réside dans le fait de savoir si l'on peut générer de la valeur pour ses clients en prenant en charge les changements induits par cette obligation de reporting ou s'il y a moyen de s'associer à d'autres

acteurs, afin d'externaliser ces activités qui deviennent de plus en plus complexes et qui peuvent s'avérer ne pas être des processus 'clés', précise Michel Kabanga Kayembe. Les gestionnaires d'actifs peuvent aujourd'hui déléguer, en partie ou de manière intégrale, leurs obligations de reporting auprès d'acteurs spécialisés ou d'autres partenaires actifs dans la comptabilité et l'administration des fonds ou auprès d'agents de transfert. »



« Il faut considérer l'opportunité de mettre en place un reporting 'marketing'. »

Sébastien Wingerter
Senior manager
(NGR Consulting)

DES PRESTATAIRES OFFRENT des services adaptés, s'appuyant sur des infrastructures, des ressources humaines et des outils mutualisés de gestion de ces processus réglementaires. Au Luxembourg, c'est par exemple le cas de Kneip, actif dans la gestion et la transmission d'informations financières, ou encore de la plateforme Opexia, qui permet d'outsourcer des processus de gestion financière parmi lesquels ceux ayant trait au reporting. Ces acteurs offrent l'avantage de suivre la réglementation et d'opérer une seule fois les adaptations au niveau des processus pour l'ensemble de leurs clients. La chaîne de valeur se transforme donc, de nouveaux métiers se créent. Le premier souci des acteurs étant alors, le plus souvent, de permettre à ceux au sommet de la chaîne de continuer à créer de la valeur et se différencier.

Trouver et bien structurer la donnée

Il n'en demeure pas moins que, vis-à-vis des autorités, le gestionnaire d'actifs reste responsable. Il est le premier tenu à délivrer des reportings complets en temps et en heure. D'autre part, bien appréhender les enjeux de la transmission de ces informations, que l'on s'appuie ou non sur un prestataire extérieur, peut s'avérer particulièrement complexe.

« La première contrainte, et la plus importante, réside dans le contenu, commente Cécilia Vernhes, team leader in fund reporting chez Kneip. L'information demandée n'est pas toujours directement disponible. Le cas échéant, il faut aller la chercher, la calculer, la créer, la structurer. Avec AIFMD, ces enjeux ont été majeurs et souvent complexes. Prips pose des questions relatives à la nouveauté du contenu exigé. D'autres questions importantes ont trait à la justesse de l'information qui sera transmise au régulateur directement et, en amont, au prestataire chargé d'assurer le reporting. » ▶

340

C'est le nombre de champs de données à remplir dans le cadre d'un reporting pour les fonds d'investissement alternatifs. 38 champs concernent le gestionnaire et 302 le fonds en lui-même.

► Un prestataire extérieur, en effet, ne pourra assurer sa mission que s'il dispose de l'information valide. « La problématique de la donnée est clé. Il faut pouvoir aller la chercher là où elle se trouve, précise Sébastien Wingerter, senior manager chez NGR Consulting, société de conseil qui est notamment à l'origine du développement de la plateforme Opexia. Un prestataire peut travailler sur les enjeux techniques, le traitement de la donnée. Mais il faut avant tout pouvoir l'alimenter. »

Les sources peuvent être multiples. La donnée peut émaner de l'asset manager directement, mais aussi des auditeurs, des agents de transfert, de la banque dépositaire, de la comptabilité du fonds. Et les nouvelles exigences, régulièrement introduites par le régulateur, laissent présager encore bien des surprises aux acteurs de l'industrie. « En effet, l'information telle qu'elle est exigée aujourd'hui n'est peut-être pas celle qui sera demandée demain. Le risque auquel doit faire face l'ensemble des acteurs, face à l'évolution du reporting, est celui de devoir recommencer à chaque fois le travail au gré des besoins et souhaits des régulateurs », précise M. Wingerter.

COMMENT, DANS CE CONTEXTE, les acteurs peuvent-ils se préparer et s'épargner des frais et efforts inutiles ? « Il faut pouvoir disposer d'un environnement clair de données à la source, avec une bonne granularité de l'information, permettant de mieux la traiter en aval selon les exigences de chacune des réglementations, répond Cécilia Vernhes. Avec une information de base, complète et bien définie dès le départ, on peut mieux l'articuler pour répondre aux besoins finaux. Cela demande toutefois un gros effort sur la conceptualisation à l'origine de l'ensemble des données. »

Cet effort, cependant, s'avérera payant sur le long terme. L'information pourra plus facilement être utilisée dans de nombreux cas de figure et mieux intégrée dans tout processus opérationnel, en interne ou en externalisé, afin de répondre aux nouvelles exigences du régulateur. Une donnée de base pourra être transformée, calculée, interprétée de différentes manières, selon le moment et l'exigence des autorités de contrôle. Les acteurs s'épargneront surtout des développements fastidieux et coûteux chaque fois qu'un nouveau reporting sera exigé de leur part.

Vers un reporting « marketing »

« La réglementation pousse aujourd'hui les acteurs à disposer de systèmes informatiques plus ouverts et plus souples, ajoute encore Michel Kabanga Kayembe. Aujourd'hui, les acteurs de taille plus modeste ne sont plus à même d'assurer la production des reportings en interne et même ceux qui sont dotés d'une taille plus

importante s'interrogent sur la manière d'appréhender l'ensemble des enjeux réglementaires, car les sujets sont multiples et les ressources sont limitées. »

Ce n'est qu'une fois les enjeux du reporting réglementaire bien appréhendés que les acteurs pourront peut-être faire de la contrainte un vecteur de création de valeur auprès de leurs investisseurs. En effet, le régulateur n'est aujourd'hui pas l'unique acteur à exiger plus de transparence. Qu'il investisse dans un fonds Ucits ou dans un produit alternatif, l'investisseur aussi souhaite être mieux et régulièrement informé. « Au-delà du reporting réglementaire, il faut considérer aujourd'hui l'opportunité de mettre en place un reporting de type 'marketing' envers ses investisseurs, précise Sébastien Wingerter. Ce type d'outil, aujourd'hui, permet aux asset managers d'entretenir la relation avec les investisseurs, de les informer, de les rassurer. » ►



« La contrainte la plus importante réside dans la gestion du contenu. »

Cécilia Vernhes
Team leader in fund reporting
(Kneip)

PSF de support

Vers de nouveaux services ?

À l'heure actuelle, au Luxembourg, les prestataires de type PSF de support qui proposent des solutions de reporting axent leurs activités en priorité sur les aspects réglementaires.

C'est là que se situe l'urgence, bien évidemment. Toutefois, dans une perspective à long terme, dans un monde financier en pleine mutation, il y aurait un intérêt pour la Place à créer de nouveaux services liés au développement de reportings de type marketing. L'enjeu, pour l'avenir, sera de permettre à des asset managers de marquer leur différence, d'établir une relation de confiance avec leurs distributeurs, comme avec les investisseurs finaux. Les enjeux sont conséquents, pour les acteurs pris individuellement, mais aussi pour le développement de l'industrie des fonds au Luxembourg. « Rappelons que, au niveau de l'industrie des fonds, le positionnement du Luxembourg est celui d'une logique d'intermédiation, à savoir B2B2C, avec des services liés à l'administration et à la distribution des fonds d'investissement, mais aussi en lien avec les aspects réglementaires, commente Michel Kabanga Kayembe (Kurt Salmon). Il y a un certain nombre d'opportunités à mettre à disposition des services et des solu-

tions permettant de supporter par exemple la distribution de fonds par une meilleure exploitation des données disponibles. » Les outils existants, qui permettent encore au Luxembourg d'être une plateforme unique de domiciliation, d'administration et de distribution des fonds, ont donc tout intérêt à évoluer pour permettre aux gestionnaires d'actifs de créer de la valeur autrement. Les prestataires de services, comme les éditeurs de logiciels, trouveront sans doute là une occasion de se positionner, de diversifier leurs activités. Dans la mesure où ils ont déjà appris à gérer la « donnée » et que les flux d'information passent par leurs processus, pourquoi ne pas l'enrichir, offrir des services d'enrichissement de la donnée et de reporting plus personnalisés pour satisfaire des investisseurs et des partenaires demandeurs d'informations utiles ? Considérant le marché, il y a fort à parier que de nombreux asset managers pourraient être séduits. S. L.

► Considérant les enjeux réglementaires, qui ont beaucoup occupé les acteurs de l'industrie des fonds ces dernières années, le reporting « marketing » est aujourd'hui bien loin d'être généralisé. Toutefois, on peut voir dans cette possibilité une opportunité à exploiter. « D'autant plus si un réel travail autour de la donnée et des flux régissant cette information a été réalisé en amont pour répondre aux enjeux du reporting réglementaire, commente Cécilia Vernhes (Kneip). Il est dès lors plus facile de réexploiter la donnée à des fins marketing, avec un objectif de création de valeur cette fois. » Évidemment, dans ce contexte, il faudra d'abord bien définir sur quoi on choisit de communiquer et vers qui. On ne s'adresse pas à des investisseurs ou à des intermédiaires de la même façon que l'on reporte vers le régulateur.

«L'amélioration de la communication entre les asset managers et leurs distributeurs, comme une banque privée, est un élément qu'il ne faut pas sous-estimer, commente Michel Kabanga Kayembe (Kurt Salmon). À travers un reporting marketing, le gestionnaire de fonds pourra faire la démonstration de sa valeur ajoutée.»

LA COMMUNICATION D'INFORMATIONS utiles, comme une explication claire sur le risque eu égard au profil du client, peut aussi faciliter la commercialisation de produits. «La difficulté d'un tel exercice réside dans le fait que l'asset manager ne connaît pas toujours l'investisseur final. Il ne peut évidemment pas tout communiquer, au risque de dévoiler ses stratégies d'investissement, ses secrets lui permettant de créer de la valeur. Au-delà, il faut s'assurer que les messages sont adaptés, qu'ils seront compris et bien interprétés, commente Sébastien Wingarter (NGR Consulting). Il sera sans doute toujours plus facile d'établir une bonne communication entre ceux qui préparent le fonds et ceux qui sont chargés de le distribuer, si l'on reste entre professionnels de la finance.»

S'adresser directement à l'investisseur final exigera sans nul doute de restructurer l'information autrement, afin de la rendre compréhensible pour les différents profils de risque et de connaissance ciblés. Un travail de vulgarisation doit s'opérer.

Mieux répondre aux exigences futures

Il n'en demeure pas moins vrai que la collecte et le traitement des données, à des fins de reporting, ne devraient donc plus être vus uniquement comme une contrainte réglementaire, mais également comme une occasion de marquer sa différence. «La question à se

poser dans ce contexte est celle relative aux possibilités de valoriser un set de données existant», assure Cécilia Vernhes. Dans un contexte réglementaire fort, avec une concurrence réelle, il faut pouvoir se démarquer. Les réglementations à venir, en outre, vont demander de nouveaux reportings, avec de nouvelles informations qui n'auront plus forcément et uniquement trait à la performance ou aux résultats passés.

«Les reportings Prips, par exemple, vont devoir proposer des éléments en lien avec des scénarios futurs. Comme on le sait, les résultats passés ne préjugent pas des performances futures. Aussi, à l'avenir, il y a fort à parier que l'asset manager devra faire preuve de plus de transparence quant à sa politique d'investissement envers le régulateur. Dès lors, ne peut-il pas aussi faire de ces données un argument marketing à même de renforcer la confiance que lui accordent les investisseurs?», interroge Sébastien Wingarter.

Dans la mesure où il devra réaliser l'effort de produire ces informations, l'opportunité de les réutiliser pour en faire un argument marketing ne devrait pas être négligée par les asset managers. ◀



«La réglementation pousse les acteurs à disposer de systèmes de traitement plus ouverts.»

Michel Kabanga Kayembe
Partner
(Kurt Salmon)

AIFM

Le reporting en chiffres

Les modèles de reporting imposés par les directives européennes sont pour le moins exhaustifs.

Pour ce qui est de la directive AIFM, le modèle se compose de 41 questions très détaillées et de 340 champs de données (38 champs concernent le gestionnaire et 302 le fonds en lui-même). À charge pour le gestionnaire, donc, de produire une grande quantité et une grande variété d'informations qui concernent, pêle-mêle, les actifs sous gestion, les emprunts et les liquidités, l'exposition au risque ou encore la répartition des investisseurs. Les gestionnaires disposent de 30 jours à compter de la fin de la période de référence pour produire et transmettre à l'autorité de régulation leur reporting. Un

délai qui est porté à 45 jours pour les fonds de fonds. La périodicité de ces reportings (annuelle, semestrielle ou trimestrielle) dépend du gestionnaire et des fonds en eux-mêmes. En règle générale, la fréquence est déterminée en fonction des volumes d'actifs sous gestion. Elle sera trimestrielle pour des actifs sous gestion dépassant le milliard d'euros, semestrielle pour des actifs compris entre 100 millions et 1 milliard d'euros (avec effet de levier) ou 500 millions et 1 milliard (sans effet de levier) ou annuelle pour des actifs inférieurs à 100 millions d'euros (avec effet de levier) ou 500 millions d'euros (sans effet de levier). J.-M. G.