

Un bon reporting constitue-t-il un avantage concurrentiel auprès des investisseurs ?



Laurent Muller
Administrateur délégué
(Muller & Associés)

« Sans hésitation, la réponse est oui. Oui pour plusieurs raisons. La première est que les investisseurs souhaitent la plus grande transparence possible sur les données de l'entreprise ou du véhicule d'investissement de manière à avoir toutes les cartes en mains pour prendre la ou les bonnes décisions.

Fidéliser les relations avec les investisseurs.

La seconde est que le reporting permet d'avoir une compréhension très claire non seulement des informations financières de la société, mais aussi d'informations non financières. Ceci s'applique pour les investisseurs, mais aussi pour les entrepreneurs et les managers. Des chiffres récents et actualisés permettent de mesurer l'impact de stratégies actuellement en place, d'établir des stratégies claires pour le futur et de prévenir des risques éventuels. La troisième est une question de rentabilité par rapport aux retours sur investissement des investisseurs. Les chiffres sont donc primordiaux et un suivi régulier permet d'anticiper les gains ou pertes à venir afin de pouvoir réagir rapidement. Enfin, la quatrième raison est qu'un bon reporting fidélise les relations avec les investisseurs et permet de gagner leur confiance. Les entrepreneurs ont souvent tendance à oublier qu'après une levée de fonds, le suivi hebdomadaire, mensuel ou autre avec les investisseurs est une proposition de valeur forte. Véritable outil d'aide à la décision, le reporting est devenu une condition sine qua non pour la bonne gestion d'une société ou d'un investissement. Le reporting permet par ailleurs de révéler au grand jour des erreurs stratégiques. »



Brian O'Sullivan
Directeur
(Groupe OnePoint)

« La société de gestion se doit de servir simultanément plusieurs natures de besoins : produire les reportings exigés par le corpus réglementaire auquel elle est assujettie, concevoir les supports à la commercialisation des produits et les rapports de gestion, répondre également aux obligations de reporting réglementaire de ses clients. Si cette capacité à gérer efficacement la production des reportings et à répondre aux différents besoins peut constituer un avantage concurrentiel significatif auprès de ses clients, elle reste un véritable challenge à relever pour la société de gestion. L'offre de reporting n'est certes pas le premier critère retenu dans les appels d'offres, mais l'incapacité de la société de gestion à produire nativement un reporting correspondant au cahier des charges du client peut s'avérer fortement pénalisante, voire discriminante.

Un challenge à relever.

Pour les clients institutionnels soumis à Solvency II par exemple, la capacité de la société de gestion à fournir des reportings en transparence et des éléments de SCR devient un *must have*, une prestation à fournir en standard. Ce qui impose de s'appuyer sur un dispositif de veille multiaxe : réglementations applicables aux fonds et aux clients, anticipation des besoins et contraintes, *best practice*... C'est cette capacité à concevoir les solutions adéquates et à proposer aux clients une offre immédiatement opérationnelle en se positionnant en précurseur qui constitue le véritable avantage concurrentiel pour la société de gestion. »



Michel Ommeganck
International business developer
(Skagen Funds)

« De nos jours, grâce aux moyens technologiques modernes, nous sommes bombardés d'informations.

Cela se passe par mails, courrier ou réseaux sociaux et ceci 24h/24 et 7j/7. On pourrait presque dire que trop d'information tue l'information.

Pas un avantage, mais un prérequis.

Par conséquent, beaucoup d'organisations ont décidé de diminuer, voire supprimer, une partie importante de leur communication pour ne pas rétrograder l'importance de celle-ci. Cela se fait inévitablement au détriment de la qualité de leurs documents. Dans notre industrie, les rapports des résultats se présentent souvent de façons très similaires : la différence peut être visuelle, mais une grande partie du contenu est comparable. Cela s'explique par le fait que, d'un côté, la représentation des données est souvent fortement réglementée, surtout au niveau du contenu et des informations imposées, et de l'autre côté, cette information sert à répondre aux demandes d'une clientèle qui se ressemble. Nous avons toujours considéré qu'un reporting de qualité est primordial et nous prôtons la transparence dans le sens le plus large du terme. Étant une entreprise qui a débuté en investissant l'argent des membres de famille et d'amis des fondateurs, la communication a toujours été pour nous un pilier essentiel de notre entreprise. La qualité de cette communication envers la clientèle est absolument primordiale, ce qui nous a d'ailleurs généré énormément de réactions positives. À nos yeux, en revanche, un bon reporting ne devrait pas constituer un avantage concurrentiel, puisqu'à la fin c'est la performance du fonds qui fait pencher la balance par rapport à d'autres choix. Ce devrait plutôt être un prérequis pour toute institution qui prétend travailler au mieux des intérêts de ses clients. »