

# Pour bien choisir ses placements, attention aux mauvais réflexes

La « finance comportementale » permet aux investisseurs d'identifier et de déjouer leurs travers inconscients.

« Certains investisseurs ne retiennent que les informations validant ce qu'ils pensaient déjà »

JEAN-BERNARD LITZLER

**STRATÉGIE** Et pourquoi devrait-on se contenter de définir un horizon de placement, un degré de tolérance au risque et un montant à investir pour trouver le produit d'épargne qui corresponde à chacun ? L'investisseur n'est pas qu'un pur être de raison. C'est en s'appuyant sur ce constat que se développe depuis quelques années déjà la finance comportementale.

Avec son cabinet Befi Consulting, Mickaël Mangot diffuse cette approche auprès de professionnels de

la banque et de l'assurance. « L'apport principal de la finance comportementale consiste à rappeler que nos comportements ne sont pas forcément rationnels, explique-t-il. Nous avons chacun notre façon de traiter l'information car elle est affectée par une multitude de biais cognitifs, émotionnels et sociaux. » En clair, le degré de connaissance de la finance, la personnalité de chacun et l'entourage dans lequel il évolue structurent sa prise de décision.

Et cela ne s'arrête pas là, selon Mickaël Mangot, puisque nous avons tous des « tics », des règles inconscientes nous permettant de

prendre rapidement nos décisions. Ces recettes ont semble-t-il assuré la survie de l'homme dans des temps reculés mais s'avèrent bien moins efficaces à l'époque d'Internet.

## Trouver son point faible

Certains d'entre nous souffrent ainsi du « biais de confirmation » qui les pousse à ne retenir que les informations validant ce qu'ils pensaient déjà. D'autres ont un « biais de représentativité » : ils tirent des conclusions hâtives d'un exemple particulier. Par exemple, un cycle de hausse d'un marché donné ne signifie pas forcément que cette

hausse se poursuivra. D'autres enfin, et ce serait particulièrement vrai chez les hommes, pâtissent d'un excès de confiance en eux. Cela les pousserait à se sentir faussement à l'aise même dans un univers qu'ils ne maîtrisent absolument pas, d'où des décisions hasardeuses...

Faut-il alors adapter les produits d'investissement à la personnalité de chacun ? « Non, nous ne fonctionnons pas par groupes psychologiques, tranche Mickaël Mangot. Mais pour caractériser les besoins des investisseurs, nous retenons cinq critères : leur connaissance de la fi-

nance; leurs croyances face au marché (est-il facile à battre, quelle est la durée des cycles...), leur expérience, leur degré de confiance en eux et leurs préférences (aversion au risque et aux pertes notamment). »

Finalement, l'investissement qui s'adapte le mieux à chaque personne devrait répondre à ses préférences tout en minimisant l'influence de ses biais. Problème : il est quasiment impossible de lutter contre ces défauts, le plus souvent inconscients. Mais on peut les identifier et améliorer sa culture financière.

Les organismes financiers, eux, savent déjà comment contourner ces obstacles et « orienter » leurs clients. Pour stimuler la souscription d'un placement à risque, ils choisiront par exemple de l'appuyer largement sur des valeurs tangibles (immobilier, matières premières, or) et de grosses capitalisations très connues qui rassureront l'épargnant. Autre exemple : les dispositifs d'épargne salariale trop souples ne fonctionnant souvent pas très bien, il est tentant de proposer au client des options par défaut sachant qu'il les modifiera très rarement. Autre approche, proposer des offres destinées aux femmes sachant que les gammes actuelles ont été conçues par des hommes. C'est le choix de banques privées telles que Pictet ou Banque de Luxembourg tandis que Nathalie Pillet, cofondatrice du cabinet Patrimoine au féminin, a créé une enseigne spécifique. Son cabinet, basé à Grenoble, a développé une gamme baptisée « Investir autrement » avec par exemple un contrat d'investissement dans l'art, une SCPI à vocation sociale et un FCP valeurs féminines. ■

## BUFFETT LE CONCRET, LEMARCHAND L'ÉCOLO, COPPOLA LE BON VIVANT

### ► S'appuyer sur du concret

Il prône la plus grande simplicité, mais personne n'a réussi à copier avec le même succès les recettes de Warren Buffett. Une chose est sûre, les performances exceptionnelles du financier américain d'Omaha prouvent que l'on peut réussir en investissant sur le long terme dans des secteurs d'activité on ne peut plus traditionnels. Le fonds qu'il a créé, Berkshire Hathaway, a misé notamment sur Coca-Cola, des fabricants de bottes, de tee-shirts, des compagnies ferroviaires... Un catalogue d'entreprises hétéroclites, mais qui ne rassemble que des sociétés anciennes, disposant d'un gros savoir-faire et d'un marché durable. Ce goût pour les modèles économiques clairs, concrets, s'ancrant dans la durée, Warren Buffett se plaisait à le résumer avec cette formule : « Investissez dans une entreprise qui peut être dirigée par des idiots, car un jour elle le sera. »



### ► Miser sur ses passions

On peut être artiste et businessman averti. Le réalisateur américain Francis Ford Coppola, célèbre notamment pour sa trilogie du Parrain ou pour Apocalypse Now, est également hôtelier, restaurateur et vigneron. S'il fait les choses en grand, il s'appuie toujours sur son goût pour les belles et bonnes choses. Dès les années 1970, il a commencé à investir dans la vigne et produit des crus prestigieux en Californie. Depuis, il a transformé sa passion en commerce florissant avec l'ouverture d'un vaste complexe de bars et restaurants où il écoule une partie de sa production. L'hôtellerie n'a pas tardé à suivre avec une série d'établissements situés dans des lieux de rêve que Coppola affectionne : au Bellize, en Argentine, au Guatemala et à La Nouvelle-Orléans. L'an dernier, retour aux sources, avec l'ouverture d'un petit hôtel de luxe dans le sud de l'Italie aménagé dans un palais du XIX<sup>e</sup> siècle.



### ► Viser la quête de sens

François Lemarchand a su concilier son amour de la nature avec son goût pour le business. Cet entrepreneur atypique est le créateur à succès de l'enseigne Nature & Découvertes après avoir redressé les magasins Pler Import et donné un temps dans l'aquaculture. Preuve que ses préoccupations écologiques sont sincères, il crée, dès 1994, une Fondation Nature & Découvertes qui perçoit 10 % des bénéfices générés par son entreprise. À ce jour, près de 1 200 projets ont ainsi pu être financés pour un montant dépassant 7 millions d'euros. François Lemarchand a aujourd'hui quitté la présidence de Nature & Découvertes, mais est toujours président de la Fondation et s'investit dans la Fondation Lemarchand pour l'équilibre entre les hommes et la Terre, créée en 2008.

