

Horizon numérique : des stratégies technologiques en gestion d'actifs



La cybersécurité et l'expérience client comme moteurs d'investissement en gestion d'actifs

La technologie n'est jamais bien loin des radars des gestionnaires d'actifs. Comme le confirme le [rapport de KPMG publié en 2021 Occasions et risques en gestion d'actifs](#), le secteur canadien est plus que jamais motivé par un impératif numérique.

Les statistiques sont révélatrices : 91 % des répondants à notre sondage accroîtront leurs investissements dans les technologies numériques au cours des 24 prochains mois, tandis que tous les sondés comptent faire de même au cours des cinq prochaines années. Certes, les entreprises de gestion d'actifs considèrent depuis longtemps la transformation numérique comme un moyen de demeurer concurrentielles et de devancer les attentes des clients, mais les tendances liées à la pandémie (comme le télétravail et le service à la clientèle virtuel) en ont convaincu plus d'une de mettre les bouchées doubles à cet égard.

(Aucun) repos pour la défense

Des investissements dans les systèmes, les services et les canaux numériques sont réalisés dans l'ensemble des opérations de gestion d'actifs. En outre, le sondage de KPMG révèle que 82 % des gestionnaires d'actifs prévoient d'augmenter leurs dépenses en cybersécurité au cours des 2 prochaines années.

Ce qui est normal, puisque les gestionnaires d'actifs sont de plus en plus conscients des risques qu'ils courent s'ils s'engagent plus profondément dans le monde virtuel. Bien que bon nombre d'entre eux aient déjà passé des années à améliorer leurs contrôles et processus de cybersécurité, les cybercriminels ne cessent de repousser les limites. Non seulement les voleurs de données et les pirates informatiques se font-ils plus audacieux et créatifs, mais ils élargissent aussi leur champ d'action au-delà de l'organisation pour s'attaquer également à ses clients et aux fournisseurs de sa chaîne d'approvisionnement. Dorénavant, pour parvenir à une maturité en matière de

cybersécurité, les organisations devront investir continuellement dans la main-d'œuvre et les technologies qui leur permettront de conserver une longueur d'avance sur les menaces (et d'éviter de faire les manchettes).

On répartit les investissements en cybersécurité entre trois priorités. Tout d'abord, l'adoption rapide et généralisée de plateformes de collaboration et de systèmes infonuagiques a entraîné le besoin d'améliorer les contrôles et les processus de cybersécurité. Parallèlement, les entreprises consacrent plus de ressources aux processus de développement et d'exploitation (DevOps) pour s'assurer que leurs services à la clientèle et leurs applications en ligne sont tout aussi sécurisés. Ces investissements devraient demeurer stables à mesure que les entreprises élargissent leurs canaux virtuels et explorent des moyens d'intégrer l'automatisation et l'intelligence artificielle dans leur offre de services.

La gestion de l'identité est une autre priorité liée aux investissements en cybersécurité. Au fur et à

mesure que le télétravail et les services numériques deviennent la norme, les entreprises reconnaissent l'importance de veiller à ce que tous les utilisateurs de leurs systèmes et services soient bien ceux qu'ils prétendent être. À cette fin, de nouveaux systèmes et contrôles s'ajoutent pour vérifier l'identité d'une personne à son point d'entrée numérique (par l'authentification à deux facteurs, par exemple) et contrôler son niveau d'accès.

La dernière priorité est la détection de crimes informatiques. Il est essentiel de déjouer le piratage au fur et à mesure qu'il se produit, tout comme de mettre en place des contrôles de détection et de surveillance qui permettent de cerner et de neutraliser les menaces avant qu'elles ne causent des dommages. La plupart des organisations ont adopté une forme de cybersurveillance, mais l'efficacité de celle-ci varie. Ainsi, les entreprises acquièrent les outils et les compétences qui ont le mieux fait leurs preuves pour suivre l'évolution du contexte de risque.

Les données s'ajoutent au mélange

Cela fait des décennies que les gestionnaires d'actifs ont compris la valeur de l'analyse de données. Autrefois l'affaire d'entreprises et d'institutions financières de grande taille, les outils de données et les algorithmes sophistiqués sont aujourd'hui de plus en plus accessibles à toutes les organisations de gestion d'actifs. En effet, de nos jours, des entreprises de toutes tailles utilisent des programmes avancés de nettoyage de données et des outils de traitement du langage naturel pour extraire et appliquer des données provenant de sources multiples (p. ex., le web, les corpus d'analyse d'opinion, les consommateurs, les rapports d'entreprise et les données de cartes de crédit).

À l'avenir, la démocratisation de l'analyse de données donnera à tous les gestionnaires d'actifs les moyens d'utiliser des données plus propres, pertinentes et obtenues plus rapidement pour réaliser de multiples objectifs. Ceux-ci voudront entre autres mieux connaître leur clientèle (p. ex., connaissance du client), évaluer les stratégies

liées aux facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), gérer la conformité aux normes du secteur ou anticiper les tendances du marché. Tout cela demande de l'investissement, mais compte tenu des avantages que peut offrir une analyse de données plus approfondie, c'est de l'argent bien investi.

Une expérience client renouvelée

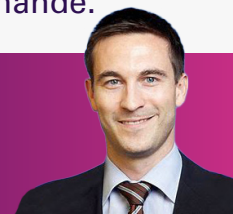
Des relations de confiance avec les clients stimulent la gestion d'actifs. Or, de telles relations sont plus difficiles à tisser et à nourrir en cette période de fermetures de bureaux et de distanciation sociale. Pour combler l'écart, les gestionnaires d'actifs procèdent à des mises à niveau dans l'ensemble de leurs bureaux afin d'améliorer le parcours client.

Les services frontaux, intermédiaires et administratifs feront tous autant l'objet d'investissements numériques. Les investissements dans des services frontaux vont du service à la clientèle (p. ex., les portails de vente et de marketing ou de relations avec les investisseurs) aux capacités de gestion des risques. Par ailleurs, les investissements dans les services intermédiaires ciblent des outils de gestion de la relation client, des capacités en marketing et une intégration de la clientèle qui sont plus efficaces.

« Cependant, améliorer le parcours client ne se limite pas à offrir de nouveaux canaux numériques et services virtuels. Il faut aussi incorporer l'automatisation, les systèmes intelligents et les plateformes intégrées aux services administratifs pour soutenir les services frontaux. Car, après tout, les canaux et les applications de pointe n'auront aucun effet si les services administratifs ne sont pas en mesure de répondre à la demande.

Chris Farkas

Associé, Services-conseils, et leader national pour les Services-conseils, Services financiers et gestion d'actifs KPMG au Canada



L'évolution se poursuit

La pandémie n'a guère contribué à atténuer l'intérêt des gestionnaires d'actifs pour la transformation numérique. Au contraire, les défis actuels accentuent l'attrait du secteur envers les investissements en cybersécurité et en technologie pour maintenir la sécurité et la position concurrentielle des entreprises au-delà de la pandémie.

La gestion d'actifs a bien un avenir numérique, mais il ne se fera pas sans stratégie. Laissez l'équipe de Gestion d'actifs de KPMG vous aider à tracer la voie en vous fournissant des conseils personnalisés, des connaissances technologiques, du soutien à la mise en œuvre et une planification à l'épreuve du temps.

Communiquez avec nous



James Loewen

Associé, Audit, et leader national,
Gestion d'actifs
KPMG au Canada
+1 416 777 8427 | jloewen@kpmg.ca



Joseph Micallef

Associé, Fiscalité, et leader national
pour la Fiscalité,
Services financiers et gestion d'actifs
KPMG au Canada
+1 416 777 8037 | jmicallef@kpmg.ca



Peter L. Hayes

Associé, Audit, et directeur national,
Placements non traditionnels
KPMG au Canada
+1 416 777 3939 | phayes@kpmg.ca



Chris Farkas

Associé, Services-conseils, et leader
national pour les Services-conseils,
Services financiers et gestion d'actifs
KPMG au Canada
+1 416 791 2091 | chrisfarkas@kpmg.ca