REPÈRES
LE MAGAZINE DE LA CNCGP

CNCGP
Chambre Nationale des Conseils en Gestion de Patrimoine

Septembre 2021 | Numéro 37

DOSSIER P.17

LES CYBERATTAQUES : UNE DANGEREUSE RÉALITÉ

TRIBUNE LIBRE P.3

LA BIODIVERSITÉ, UN ENJEU MAJEUR POUR NOTRE PLANÈTE

REGARDS CROISÉS P.9

LA CRISE, ACCÉLÉRATEUR DE DIGITALISATION

LA FINANCIÈRE
DE L'ÉCHIQUIER

www.lfde.com

ECHIQUIER SPACE

Vos investissements manquaient d'espace

LA FINANCIERE DE L'ECHIQUIER
53, avenue d'Iéna - 75016 Paris
www.lfde.com - 01 47 23 90 90

Echiquier Space présente un risque de perte en capital, un risque actions, un risque de change, un risque de gestion discrétionnaire et un risque en matière de durabilité.

Bruno David est la personnalité invitée de cette tribune.

LA BIODIVERSITÉ, UN ENJEU MAJEUR POUR NOTRE PLANÈTE

« Nous vivons une ère de bouleversements environnementaux, sociaux et démographiques qui nous invitent à penser l'adaptation des sociétés humaines à ces changements. La connaissance de la biodiversité est une donnée essentielle pour éclairer le présent et, par la recherche, le Muséum souhaite faire entendre la voix de l'Histoire naturelle dans les grands débats qui animent les sociétés sur l'avenir de notre planète.

Depuis sa fondation, le Muséum s'intéresse à la trajectoire historique de tout ce qui fait la planète. Il joue là un double rôle de préservation et de transmission de la mémoire de la Terre. Acteur engagé sur les questions de biodiversité, d'écologie, de la relation Homme-Nature ou encore de climat, le Muséum se situe à la croisée de plusieurs activités, qu'il s'agisse d'enseignement, de recherche, d'expertise, de gestion de collections ou de diffusion des connaissances à destination du public. Ces activités donnent au Muséum une place singulière, renforcée par l'usage de dispositifs innovants (podcasts, dispositifs immersifs) qui renforcent la modernité de l'institution.

Pour éviter le risque de l'entre-soi, le Muséum a initié un dialogue avec le monde économique. Les entreprises constituent aujourd'hui des leviers déterminants dans la manière d'appréhender le défi environnemental. C'est dans cette dynamique que le Muséum a intégré l'initiative *Act4Nature international.* Parallèlement, le monde de la finance, qui est un relais d'influence majeur pour les entreprises, est demandeur d'un accompagnement dans sa réflexion sur les investissements durables.

En créant son fonds de dotation *Muséum pour la Planète* en 2020, le Muséum engage une démarche vertueuse, une démarche qui inscrit dans la durée et qui a vocation à financer les projets scientifiques, patrimoniaux et de sensibilisation à la fragilité de la biodiversité. A travers cet outil philanthropique, il s'agit de renforcer son rayonnement en favorisant la rencontre avec de nouveaux acteurs de la société et de sensibiliser, alerter sur la fragilité du vivant. En 1965, Jean Dorst lançait déjà un cri d'alarme dans son ouvrage visionnaire *Avant que nature meure :* « Le passé ne sera jamais une espérance : on ne regarde pas devant soi dans un rétroviseur ». Une phrase qui en dit long sur le défi collectif qui nous attend pour construire une société viable pour les générations futures. »

Bruno DAVID
Président du Muséum national d'histoire naturelle

Bruno David est président du Muséum national d'histoire naturelle depuis 2015. Paléontologue et biologiste marin, il a été auparavant chercheur au CNRS et directeur de l'unité de recherche Biogéosciences.
Il tient une chronique quotidienne sur France Culture, « Le monde vivant ». Son dernier livre s'intitule : « À l'aube de la 6e extinction. Comment habiter la Terre » (Grasset 2021).

Épargne retraite

PER : quelle place demain dans l'épargne des Français ?

Regards croisés entre les épargnants et leurs conseillers financiers

En collaboration avec le cabinet Insight AM, Fidelity International a réalisé une étude[1] de place, qui offre un état des lieux de l'épargne retraite en France, plus de dix-huit mois après l'arrivée de la loi PACTE.

Aperçu des résultats...

Face à une préoccupation majeure, le PER a trouvé son public

Pour **33%** des épargnants, **la retraite est la préoccupation première** en matière d'épargne longue

5% des épargnants français déclarent disposer d'un PER, avec un potentiel de croissance de 30%

Des souscriptions motivées par...

- Avantages fiscaux
- Options de déblocage
- Sortie en rente/capital

Succès notamment chez les 25-34 ans...

2% avaient investi dans les dispositifs Pré-Pacte vs 7% dans le PERIn

Quelques ajustements demandés...

- Simulateur de rendement
- Précisions sur la fiscalité
- Transparence sur les frais

En savoir plus sur www.fidelity.fr

Fidelity™ INTERNATIONAL

Méthodologie de l'étude

Étude épargnants : Étude réalisée par OpinionWay via un questionnaire autoadministré en ligne (CAWI) au cours du 1er semestre 2021. Échantillon de 1001 épargnants (plus de 10 000 euros d'épargne et disposant d'une assurance-vie) représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas.
Etude conseillers : Étude réalisée par Spoking Polls via un questionnaire digital et un entretien téléphonique au cours du 1er semestre 2021. Échantillon de plus de 400 professionnels (Conseillers en gestion de patrimoine, conseillers en agence bancaire et courtiers en assurance).

1. Etude publiée en septembre 2021, retrouvez les résultats détaillés sur www.fidelity.fr

Informations importantes : Ce document ne peut être reproduit ou distribué sans autorisation préalable. Fidelity fournit uniquement des informations sur ses produits et n'émet pas de recommandations d'investissement fondées sur des circonstances spécifiques, ce document ne constitue ni une offre de souscription, ni un conseil personnalisé. Fidelity International fait référence au groupe de sociétés qui forme la structure globale de gestion de placements qui fournit l'information sur les produits et services dans les juridictions désignées à l'exception de l'Amérique du Nord. Cette information n'est pas destinée et ne peut être utilisée par des résidents au Royaume Uni ou aux Etats-Unis ; Ce document est destiné uniquement aux investisseurs résidant en France. Sauf cas contraire, toutes les informations communiquées sont celles de Fidelity International, et tous les points de vue exprimés sont ceux de Fidelity International. Fidelity, Fidelity International, le logo Fidelity International ainsi que le symbole F sont des marques déposées de FIL Limited. Actifs et ressources de FIL Limited au 30.06.2021 - Chiffres non audités. Les spécialistes de l'investissement incluent à la fois des analystes et associés. Le présent document a été établi par FIL Gestion, SGP agréée par l'AMF sous le N°GP03-004, 21 Avenue Kléber, 75016 Paris. PM 3070.

S O M M A I R E

9 REGARDS CROISÉS

LA CRISE, ACCÉLÉRATEUR DE DIGITALISATION

13 CHAMBRE INITIATIVES

QU'A FAIT LA CHAMBRE CES DERNIERS MOIS ?

En quelques rubriques, (re)-découvrez tous les projets menés par la Chambre au cours des derniers mois.
Un peu de rétrospective avant la prospective.

17

DOSSIER

LES CYBERATTAQUES : UNE DANGEREUSE RÉALITÉ

6 POINTS DE REPÈRES
Des chiffres, des dates clés, des recommandations réglementaires.

22 AVIS D'EXPERT
Transmission pour un entrepreneur : l'actualité toujours fertile du « Pacte Dutreil ».

24 FORMATION
Les dix commandements du pôle Formation.

25 Des formations de qualité sur tout le territoire national en 2022.

26 CHECK-LIST
Un récapitulatif des dernières réglementations, passez-les en revue.

28 PAROLE D'ADHÉRENT
Un(e) adhérent(e) de la CNCGP écrit dans *Repères.*

29 CONTACT
Qui fait quoi à la Chambre ? Planche contact des permanents.

30 BILLET D'HUMEUR
Par Florence Duprat.

REPÈRES N°37 • SEPTEMBRE 2021

Repères est une publication de la Chambre Nationale des Conseils en Gestion de Patrimoine.
ISSN 2557-8634

Directeur de la publication : Julien Séraqui

Rédactrice en chef : Anne-France Aussedat
anne-france.aussedat@cncgp.fr

Comité de rédaction : Sonia Elmlinger, Jean-Baptiste Holtz, Anne de Villoutreys

Réalisation : Les écrans de papier

Impression : Le Colibri

Photos : Shutterstock *(Photo de couverture et photos d'illustration, hors mentions d'auteur)*

La CNCGP décline toute responsabilité concernant le contenu des insertions publicitaires fournies par ses partenaires et ne saurait apporter aucune caution aux produits proposés.

POINTS DE REPÈRES

SAVE THE DATE !

Le Sommet BFM Patrimoine aura lieu le jeudi 25 novembre au Carrousel du Louvre.

ETUDIANTS, À VOUS DE JOUER !

JEUNES TALENTS DE LA CNCGP

La CNCGP lance la 2ème édition du Concours Jeunes Talents, pour les étudiants en gestion de patrimoine, sur le thème « La transparence des rémunérations : l'information des clients ».
Renseignements et inscriptions sur le site de la Chambre.

UN LIVRE BLANC INNOVATION / FINTECH POUR LES CGP

La révolution numérique est à l'œuvre…
Voici un précieux document qui accompagne les CGP dans la digitalisation de leurs cabinets.

RENCONTRE SUR LA SEINE

Le 7 septembre, sur la péniche Paris-Etoile, un cocktail a réuni les partenaires et les présidents de région de la CNCGP, occasion de présenter aux partenaires l'organisation régionale de l'association et la réforme du courtage.

© PERENOM

PARTICIPATION DE LA CHAMBRE AUX ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

La CNCGP participe à un grand nombre de manifestations au dernier trimestre de l'année 2021.

- **Journées du courtage,** les 14 et 15 septembre à Paris.
- **Patrimonia,** les 30 septembre et 1er octobre à Lyon.
- **Congrès des Experts-comptables,** les 6, 7 et 8 octobre à Bordeaux.
- **Cercles de l'AGEFI,** le 20 octobre à Lille.
- **Cercles de l'AGEFI,** le 10 novembre à Lyon.

Julien Séraqui donne une conférence aux Rendez-vous du Courtage à Marseille, le 17 juin 2021.

UNE PLAQUETTE POUR PRÉSENTER LA CNCGP AUX COURTIERS

Plus de visibilité pour la Chambre à travers la plaquette distribuée dans les différents salons professionnels.

DÉLOCALISATION DU CA DE LA CHAMBRE

Le conseil d'administration se réunira le 7 octobre à Arcachon, à l'occasion de l'Université de la CNCGP.

RECOMMANDATIONS DE L'AMF AUX CIF

Quels enseignements tirer pour les Conseillers en investissements financiers (CIF) de cette période inédite de crise sanitaire, quels changements dans les comportements des épargnants, quels points de repère pour les professionnels du conseil ?
L'AMF vous répond.

Cette longue période de crise sanitaire a remodelé les habitudes de vos clients. Ils ont baigné dans Internet, tant pour leur information que pour leurs achats, utilisé à haute dose les réseaux sociaux, et leur comportement de « consommateur » n'est plus tout à fait le même. Ils sont friands, en sus de la relation humaine qui fait le cœur de votre métier de conseil, de pouvoir trouver l'information plus vite, à n'importe quelle heure et quel que soit le lieu où ils se trouvent, puis de mettre en œuvre rapidement leurs choix. Aussi pour vous CIF qui développez une offre digitale, qu'elle soit votre principal canal de distribution ou un complément à votre démarche de conseil en face à face, voici les enseignements des dernières visites mystère digitales de l'AMF.

© Franck DUNOUAU

Claire CASTANET
Directrice des relations avec les épargnants de l'Autorité des marchés financiers (AMF)

■ **L'équilibre de l'information** des communications promotionnelles sur les produits financiers doit être strictement respecté. Les avantages d'une offre, tout comme ses risques, ses limites, son tarif, doivent être clairs, exacts et non trompeurs et présentés dans la même taille de police de caractère.

■ S'agissant des communications portant sur les **performances passées,** les avertissements prévus par la réglementation doivent être mis en évidence et lorsqu'il s'agit de performances passées brutes, l'effet des commissions, des honoraires et des autres frais doit être indiqué de manière visible et claire.

■ Si la rapidité d'accès à l'information et la possibilité d'ubiquité sont des avantages offerts par le digital, **un temps raisonnable de réflexion** doit être laissé au client pour souscrire en toute connaissance de cause. Aucune incitation à souscrire dans un délai contraint ne lui permettant pas de prendre connaissance des informations précontractuelles n'est envisageable.

■ **La pratique du multicanal avec la possibilité de joindre un conseiller** peut favoriser un meilleur accompagnement des consommateurs pour une bonne compréhension des offres.

■ **L'accès organisé aux informations précontractuelles,** leur présentation attractive et l'usage d'un langage simple sont le gage d'une bonne compréhension du client.

■ Le parcours du client gagne à être enrichi par une véritable **démarche pédagogique,** qui peut prendre la forme de contenus neutres et factuels explicatifs mais aussi de **pop-ups** qui guident pas-à-pas le client et lui permettent de former un consentement éclairé.

Face à des clients de plus en plus renseignés mais pas toujours bien informés, il est également indispensable de développer une large culture générale financière y compris sur les produits hautement risqués présentés comme alléchants par de nombreuses bannières publicitaires Internet ou influenceurs sur les réseaux sociaux. Car dans votre métier de conseil, vous serez questionnés sur ces offres et vos réponses devront être étayées pour résister à la quête d'argent trop facile qui pourrait émerger des demandes de certains clients. Le propre de votre savoir-faire est de sélectionner les offres et les prestataires sérieux, et d'orienter votre client vers des offres saines.

L'offre de produits verts et responsables pour financer la transition écologique et la transformation de notre économie vers un modèle plus soutenable se développe, les clients devront très prochainement exprimer leurs préférences ESG. L'AMF est à vos côtés face à ce défi et, en 2022, un nouveau module de certification finance durable optionnel vous permettra d'acquérir ou consolider vos connaissances en la matière.

Enfin, malheureusement, 2020 et le début 2021 ont été marqués par une vague d'usurpations sans précédent qui a très largement touché votre métier. Des escrocs se sont présentés en votre nom et ont proposé de faux investissements aux épargnants mis en confiance par la mise en avant erronée de votre statut professionnel régulé. Il est indispensable pour freiner ces pratiques de vous doter d'un site internet actif et de mettre en place une veille de votre réputation sur Internet pour contrer le plus tôt possible ces manœuvres frauduleuses.

Claire CASTANET

CAPITAL INVESTISSEMENT

CALAO FINANCE

Votre partenaire en Private Equity

Calao Finance propose une offre de fonds de private equity thématiques ou multi thématiques,

destinée au grand public, avec sa gamme de Fonds dédiés à l'innovation,

et aux investisseurs professionnels ou institutionnels,

de l'apport-cession remploi (150-0 B TER) avec le FPCI Calao Participations n°2 qui a le label**Relance**

au 1er Fonds à **impact** concernant la transition agroécologique dans la viticulture.

CALAO FINANCE EST SIGNATAIRE DES PRINCIPES POUR L'INVESTISSEMENT RESPONSABLE (PRI) INITIÉS PAR L'ORGANISATION DES NATIONS UNIES (ONU).

PRI Principles for Responsible Investment

CONTACTEZ-NOUS !

Avertissement : communication réservée aux professionnels de la gestion de patrimoine et délivrée exclusivement à titre d'information sur les produits. Ce type de placement ne bénéficie d'aucune garantie ou protection et comporte un risque de perte en capital, limité à l'investissement initial, et une durée de blocage minimum, sauf cas légaux de déblocages anticipés prévus par les règlements des solutions d'investissement. Les éléments sectoriels et statistiques ne préjugent pas de la performance des entreprises des supports d'investissement. Les performances passées ne préjugent pas des performances futures et ne sont pas constantes dans le temps. Les informations contenues dans ce document ne constituent ni un conseil en investissement, ni une sollicitation à investir, ni une offre quelconque d'achat ou de vente et ne présentent aucun caractère contractuel.

REGARDS CROISÉS

Mikaël BELLICHA, Responsable commercial Manymore

Jean-Philippe ROBIN, Directeur commercial Harvest

Jean-Paul RAYMOND, Associé fondateur Quantalys

LA CRISE, ACCÉLÉRATEUR DE DIGITALISATION

La crise sanitaire aura eu de macabres retombées… Paradoxalement, elle a favorisé de nombreuses évolutions dans les milieux professionnels, et notamment dans le domaine numérique. Il a fallu faire face à une absence de relations physiques et, naturellement, la digitalisation des outils de travail s'est frayé un chemin. Même si le processus de digitalisation était déjà amorcé avant la crise, les entreprises l'ont accéléré avec succès.

Repères **a interrogé trois prestataires de solutions technologiques qui accompagnent les adhérents de la CNCGP : Manymore, Harvest et Quantalys. Qu'ils soient éditeurs de logiciels, agrégateurs, outils d'aide à l'allocation d'actifs ou de suivi de clientèle, ces partenaires de la Chambre se sont adaptés à la situation en faisant évoluer leur offre pour répondre au mieux à la demande de leurs clients.**

LA CRISE, ACCÉLÉRATEUR DE DIGITALISATION

Mikaël BELLICHA

Jean-Philippe ROBIN

Jean-Paul RAYMOND

Mikaël BELLICHA, Responsable commercial, Manymore
Jean-Philippe ROBIN, Directeur commercial, Harvest
Jean-Paul RAYMOND, Associé fondateur, Quantalys

Quels sont, pour vos entreprises, les axes de développement devenus indispensables après la crise que nous venons de traverser ?

Mikaël Bellicha : La crise du Covid a frappé avec une grande soudaineté et le confinement était une situation inédite. Nous avons dû improviser et nous adapter pour ne pas la subir.
Pendant le confinement, nous avons mis l'ensemble des collaborateurs en télétravail, ce qui était pour nous une première. Nous avons été aidés en cela par l'outillage déjà existant dans l'entreprise : VPN, outils collaboratifs (Teams, Confluence, Sharepoint, Jira), standard en VO IP, etc.
Si ces outils existaient préalablement, leur utilisation est devenue centrale dans l'organisation de l'entreprise. Par ailleurs nous avons la chance d'exercer dans un secteur d'activité qui se prêtait à l'exercice.
A la sortie de crise, s'est posée la question du retour à « la normale » ou celle de savoir si cette façon de travailler allait devenir la nouvelle norme. Nous avons décidé de prolonger l'expérience et d'avoir un retour sur site partiel (2 à 5 jours sur la base du volontariat), afin d'améliorer l'équilibre vie personnelle / vie professionnelle de nos collaborateurs.
Pour ce faire, nous devons continuer à développer l'agilité : s'auto-organiser, être force de proposition et surtout communiquer pour faire avancer les sujets tant entre équipes qu'avec les clients. C'est véritablement cette dynamique que nous souhaitons poursuivre et déployer plus largement.

Jean-Philippe Robin : Cela peut paraître incongru mais la crise sanitaire n'a fait qu'accélérer un mouvement déjà enclenché depuis des années et au final, dans nos métiers, basés sur la digitalisation des process, comme dans les métiers de nos clients, basés sur le conseil patrimonial, nous réalisons d'excellentes années.
Plus que jamais nos axes de développement consistent à offrir le meilleur des parcours digitaux. Cela passe par des approches fluides sur le volet réglementaire avec bien sûr l'usage de la signature électronique qui a connu un bon considérable pendant les confinements ; par la mise en place de liaison avec les producteurs pour digitaliser les actes de gestion ; par la simplification du bilan patrimonial qui se co-construit dorénavant en interaction avec le client final ; par la mise à disposition d'un portail patrimonial avec son client.
Tous nos axes de développement servent trois objectifs : gagner du temps sur des tâches à plus faible valeur ajoutée pour en dégager sur ce qui fait la force des conseillers : la proximité client ; augmenter le chiffre d'affaires par la vente d'honoraires, d'abonnements et la dynamisation des portefeuilles ; ancrer encore davantage la satisfaction et la recommandation des clients.

> **« Plus que jamais nos axes de développement consistent à offrir le meilleur des parcours digitaux. »**
>
> *Jean-Philippe Robin*

Jean-Paul Raymond : Assez paradoxalement la crise du Covid a été à bien des égards un accélérateur et ce, sur plusieurs plans. Tout d'abord, de nombreux acteurs de la distribution ont pris conscience de leur fragilité et de leur déficit d'offre digitale. C'est en particulier vrai des assureurs et des mutuelles qui ont vu que leur clientèle ne pouvait pas intervenir directement sur leur épargne. Des plans de modernisation et de digitalisation de leurs process ont vu le jour, ce qui s'est soldé pour Quantalys par la mise en place de solutions adaptées en particulier dans les parcours et les outils de simulation et d'exécution, que ce soit en gestion pilotée, en gestion conseillée ou en gestion libre accompagnée. Ce besoin de digitalisation s'est aussi reporté, bien que dans une moindre mesure, au niveau des conseillers indépendants. Certains

d'entre eux ont été amenés à se regrouper au sein de groupements, voire à se faire absorber par des cabinets plus importants et mieux structurés. Ce mouvement de concentration avait déjà été initié avant la crise du fait de la pression réglementaire, mais la crise a été là aussi un grand accélérateur dans ce mouvement de fond de consolidation.

Quelles solutions numériques avez-vous développées pour faire face à la demande croissante de vos clients ?

Mikaël Bellicha : Chez Manymore, nous ne manquons pas d'idées ! Nous cherchons toujours davantage de talents pour les développer. Si nos équipes regorgent d'inventivité pour améliorer sans cesse nos outils, notre plus grande source d'inspiration vient de nos clients. Ce sont eux qui utilisent nos solutions sur le terrain et qui nous font part de leurs souhaits pour continuer à faciliter leur quotidien.

Le premier impact du confinement a été une augmentation du nombre de clients présents à nos webinars de formation. Beaucoup se sont dit : *« Nous utilisons Prisme de façon très partielle, il faut maintenant nous former pour digitaliser l'ensemble de la relation client ».* Les CGP eux-mêmes ont vu leur mode de relation avec le client changer. Une relation quasi exclusive en présentiel s'est transformée en une relation « digitale » et cela a eu un impact sur leur process.

Ainsi, à titre d'exemple, nous avons observé que l'utilisation de la signature électronique s'est généralisée dans la quasi-totalité des cabinets.

Dans cet élan de forte demande de relation à distance, nous sommes en train de refondre complètement notre interface web client Nexus. Dans un futur très proche, les investisseurs pourront compléter en toute autonomie leur KYC et leur profil de risque pour enrichir automatiquement l'interface Prisme des CGP.

« Notre plus grande source d'inspiration vient de nos clients. Ce sont eux qui utilisent nos solutions sur le terrain et qui nous font part de leurs souhaits. »

Mikaël Bellicha

Jean-Philippe Robin : En un an, nous avons fortement accéléré les liaisons entre O2S et les producteurs pour les actes de gestion : Generali Patrimoine, CPR Le Comptoir, Intencial, Ageas, Oddo BHF, Oradea, UAF Life Patrimoine, Vie Plus sont à présent connectés. Cardif, AXA, Nortia et Alpheys le seront dans quelques semaines…

BIG Expert, quant à lui, fait sa révolution en repensant totalement son approche dans le tout nouveau Big bientôt disponible en SaaS.

« Notre volonté est de proposer une offre la plus complète possible afin de répondre aux besoins de plus en plus complexes de nos clients. »

Jean-Paul Raymond

Nous ouvrons également l'ensemble de nos gammes en API pour vous permettre d'interconnecter nos solutions avec d'autres logiciels.

Et puis bien sûr le regroupement des entreprises Harvest, Fidroit et Quantalys dans le même groupe a pour fondement de répondre à une demande forte de nos clients : des solutions modulaires mais qui, lorsqu'elles sont interconnectées, apportent une accélération dans l'efficacité commerciale et opérationnelle.

Jean-Paul Raymond : La conséquence pour nous a été de devoir négocier avec les groupements qui ont des besoins plus complets et sur mesure. Nous avons donc dû augmenter la modularité de notre offre, en particulier à travers la mise en place d'API. Nous avons aussi noué des partenariats forts avec d'autres acteurs de la gestion patrimoniale, partenariats qui ont abouti à un rapprochement capitalistique avec Harvest et Fidroit, afin de servir au mieux nos clients indépendants ou grands comptes sur l'ensemble de la chaîne de valeur : patrimoniale, fiscale, juridique, réglementaire, financière et éthique. Sur ce dernier point, nous avons toujours été très sensibles aux thématiques ESG et sommes aujourd'hui à la pointe de la donnée ESG tant en classification qu'en analyse et explication à travers notre observatoire de la gestion ISR et nos champs spécifiques sur les labels et sur SFDR. Nous avons aussi énormément travaillé sur notre base de données dans deux directions : la complétude sur les produits patrimoniaux hors FCP tels que les SCPI, les produits de Private Equity ou les produits structurés, et la récupération de la base de données des produits hors France, ce qui nous a permis de lancer notre licence globale au niveau européen, qui est multilingue et multidevises. Là encore, notre volonté est de proposer une offre la plus complète possible afin de répondre aux besoins de plus en plus complexes de nos clients ■

Le partenaire du développement des professionnels du patrimoine

ALPHEYS

Le groupe ALPHEYS propose aux professionnels de la gestion du patrimoine, **des solutions de marché innovantes et performantes** sur l'ensemble des classes d'actifs.

S'appuyant sur les **technologies les plus récentes**, les solutions en **architecture ouverte** du groupe **ALPHEYS** contribuent à **diversifier et valoriser vos activités**.

Plus de 1000 partenaires CGP nous font aujourd'hui confiance en utilisant nos outils pour **fluidifier et sécuriser leurs opérations**.

www.alpheys.com

SAS au capital de 28 463 832,72 €, enregistrée au RCS Paris sous le numéro 350 278 487 - APE 6622 Z

CHAMBRE INITIATIVES

LA CNCGP PRÉSENTE SES ACTIONS À L'ÉCRAN

À l'image de l'Assemblée générale de 2020 et pour les mêmes raisons que celles de l'an dernier, l'Assemblée générale de la CNCGP a été organisée cette année sur un format digital. Du Pavillon royal à Paris, les administrateurs, présidents des différentes commissions de la CNCGP, ont présenté leurs travaux par visioconférence aux adhérents. Ceux-ci ont pu voter en ligne les différentes résolutions, qu'ils ont, pour une très large majorité, approuvées ■

Crédit photos : Luc PERENOM

JEUNES TALENTS DE LA CNCGP

Le concours Jeunes Talents a été lancé par la CNCGP en 2020, dans le cadre de la World Investor Week, qui a pour vocation de promouvoir l'éducation financière des investisseurs.
Ouvert aux étudiants en Gestion de Patrimoine, en Master 2 ou équivalent en école de commerce, ou en DU de 3ème cycle, le concours a connu un grand succès avec 40 équipes inscrites, 119 étudiants et 22 établissements représentés.
Au sein d'une équipe (2 à 4 participants), ils ont travaillé sur le thème *«Un épargnant bien conseillé est un épargnant protégé : pourquoi faire appel à un conseil en gestion de patrimoine de la CNCGP ?»*
Le premier prix a été attribué à l'équipe IGP Dauphine - Paris. Les quatre étudiants qui la composent sont en Master 2 Gestion de Patrimoine à l'Université Paris-Dauphine.

Les participants au concours viennent de toute la France

TÉMOIGNAGE DES ÉTUDIANTS LAURÉATS

« Au cours de notre Master, nous souhaitions nous investir dans un projet apportant plus de clarté sur le métier de conseiller en gestion de patrimoine et la plus-value que ce dernier peut apporter aux épargnants.
Nous avons pris connaissance du concours par notre assistante de formation qui nous a relayé l'information de l'organisation d'un concours par la CNCGP. Nous avons été séduits par le format original des productions à rendre, ainsi que par le fait d'être accompagnés par un coach pleinement établi dans l'activité de conseil en gestion de patrimoine.
Participer au concours a été une chance unique qui nous a permis d'approfondir notre compréhension du rôle du CGP.
Après avoir reçu notre prix au cours de l'Assemblée générale annuelle, nous avons également eu la chance de côtoyer de nombreuses personnalités d'un secteur en pleine mutation !

Julien Séraqui, Président de la CNCGP, remet le trophée du Concours Jeunes Talents à l'équipe IGP Dauphine - Paris.

Nous souhaitons remercier, une nouvelle fois, les organisateurs et notre coach, Monsieur Ferri, pour leur initiative, et le jury pour sa distinction. »

Antony Baramaco, Cédric Martin, Thomas Némond, Guillaume Snoeckx

2ème prix
Équipe JAM Conseil de l'Université de Caen Normandie - IAE Caen.
Mathis Jouanne, Juliette Lanoe, Alexandre Sabat

3ème prix
Équipe Angels Patrimoine de l'Université Toulouse Capitole.
Philippe Alvaro, Nelly Pello

Prix de la pédagogie
Équipe A4M Conseil de l'Université Aix Marseille.
Mélissa Bochelen, Alexandre Dominguez, Manon Le Mareuil, Michael Messe

Prix "Un autre regard"
Équipe Les Gustavos Conseillers de l'IAE Gustave Eiffel de Créteil.
Mathieu Finel, Mathis Gallo, Loic Ottmann, Morgan Roué

TÉMOIGNAGE D'UN COACH

« L'avenir de notre métier, ainsi que le développement de nos cabinets, se façonnent aux côtés des étudiants en gestion de patrimoine.
L'équipe 4AM Conseil, composée de Mélissa, Alexandre, Manon et Michael, m'a fait prendre conscience, une fois de plus, de l'intérêt du travail collaboratif qui permet d'être plus productif et performant.
Une belle synergie qui a dopé la créativité pour la réalisation de la vidéo.
Nos différents échanges autour du thème abordé m'ont permis de leur transmettre une partie de nos compétences, expériences et de nos valeurs déontologiques.
Ils maîtrisent les nouveaux codes de communication, apprennent très vite et sont comme nous animés par la volonté de conseiller les clients au plus près de leurs intérêts.
Cette expérience fut d'autant plus enrichissante qu'elle a mené à l'embauche en alternance d'Alexandre qui deviendra, au terme de sa formation, conseiller au sein du cabinet.
Les pionniers et les actuels bâtisseurs de notre profession ont tout intérêt à se rapprocher des talents de demain : recrutez-les en alternance… ils le méritent ! »

Lionel Lafon

LE JURY DU CONCOURS

- **Claire CASTANET** (AMF) - Directrice des relations avec les épargnants et de leur protection et Coordinatrice du Pôle commun à l'ACPR et à l'AMF
- **Corinne DROMER** (CCSF) - Présidente
- **Jean-Denis ERRARD** (Gestion de Fortune) Rédacteur en chef
- **Flor GABRIEL** (ACPR) - Adjointe à la Direction du Contrôle des Pratiques Commerciales
- **Stéphanie LANGE-GAUMAND** (Banque de France) Directrice de l'Éducation financière
- **Pascale MICOLEAU-MARCEL** (Finance pour tous/ IEFP) - Déléguée générale
- **Cédric ROUSSEL** - Député de la 3ème circonscription des Alpes - Maritimes
- **Marie-Christine SONKIN** (Les Echos) - Rédactrice en chef Patrimoine
- **Julien SÉRAQUI** - Président de la CNCGP

Retrouvez les 5 vidéos des lauréats sur la chaîne YouTube de la CNCGP.

UNE EXPÉRIENCE RENOUVELÉE EN 2021

Participez à la seconde édition du concours Jeunes Talents de la CNCGP !

Suite au succès rencontré, la Chambre lance une nouvelle édition du concours sur le thème *«La transparence des rémunérations : l'information des clients»*.

Les inscriptions sont ouvertes du 6 septembre au 31 octobre 2021 à tous les étudiants inscrits en Master 2 de gestion de patrimoine ou équivalent sur le site de la Chambre.

Adhérents de la CNCGP, si vous souhaitez accompagner une équipe, n'hésitez pas à contacter par mail les organisateurs : concours@cncgp.fr.

LA CHAMBRE INVESTIE DANS L'ÉDUCATION FINANCIÈRE

La World Investor Week est une campagne mondiale d'une semaine pour sensibiliser à l'importance de l'éducation et de la protection des investisseurs et mettre en évidence les diverses initiatives des autorités de réglementation des valeurs mobilières dans ces deux domaines critiques. Elle se tiendra du 4 au 10 octobre 2021.

La CNCGP participe chaque année à cette opération de sensibilisation.

LA CNCGP ET LA PROFESSION ONT FAIT FACE À LA CRISE SANITAIRE

Le maintien du lien social entre la CNCGP et ses adhérents

L'organisation de la CNCGP permet de tisser et maintenir entre ses adhérents un lien local grâce au relais de ses présidents de région. Cette proximité que nous avons toujours cultivée avec soin est essentielle pour accompagne et relayer l'information notamment dans la situation inédite que nous traversons.
Cette période particulière a permis d'accélérer le développement des formats de communication digitaux qui se sont révélés indispensables et ont été particulièrement appréciés par les adhérents.

La continuité de la formation

Grâce à la mise en place des réunions de formation régionales et des Universités en distanciel, les adhérents ont pu se former avec la même qualité qu'en présentiel. Néanmoins, cette organisation apporte une moindre convivialité et des échanges interprofessionnels réduits au strict minimum.
Même si les formations en visioconférences ont suscité un réel engouement, reprendre les réunions en « présentiel » est indispensable pour ne pas rompre le lien social sur le long terme, aussi bien pour notre association que plus généralement pour l'équilibre personnel de chacun.
Pour les prochaines réunions régionales et Universités, les formats seront adaptés à la situation avec un nombre plus ou moins restreint de participants, en respectant les mesures sanitaires.

Un flot de nouveaux adhérents qui ne se tarit pas

Cette période de crise n'a pas endigué le flot d'adhésions à la Chambre. Les présidents de région ont mené les entretiens d'adhésion en visio-conférence. Il est très important de s'assurer que les futurs membres partagent les mêmes valeurs que les nôtres. À travers leur façon de travailler, la qualité de leurs conseils et de leur suivi, c'est aussi l'image de notre association qui est en jeu.
D'une façon générale, cette crise nous incite à mettre en place des formats digitaux rapidement en cas de nécessité dans tous les domaines : formation, communication, réunion, entretien d'adhésion, etc.

La digitalisation, le temps de l'intégration

Dès le début du confinement, pour faire face à cette situation inédite, la majorité des cabinets est passée en télétravail. Beaucoup d'adhérents sont engagés depuis plusieurs années dans un processus de dématérialisation de leurs activités. Ce processus s'est intensifié pendant le confinement et a contribué à une continuité de traitement de très grande qualité. Nos process de travail ont été adaptés et complétés.
Après un développement digital parfois en ordre dispersé, doit venir le temps d'une intégration encore plus poussée entre nos partenaires financiers et nos logiciels agrégateurs de données.
De l'analyse au conseil, des documents de conformité à la souscription, le parcours global du Conseil en gestion de patrimoine doit devenir encore plus fluide. Faisons de la contrainte réglementaire une chance pour une meilleure organisation et une opportunité de développement.
Gardons à l'esprit que la digitalisation ne doit pas aboutir à une uniformisation du conseil. Mais plus la technologie nous libérera des contraintes techniques, plus nous pourrons passer de temps à développer une relation privilégiée avec nos clients.

Patrick LO SCHIAVO
Président de la région Côte d'Azur - Corse

Vue de Nice

DOSSIER

LES CYBERATTAQUES : UNE DANGEREUSE RÉALITÉ

Hacking, phishing, ransomware, usurpation d'identité : autant de mots et d'expressions qui font frémir. Et pourtant, la grande majorité des entreprises n'a pas anticipé ce phénomène croissant de la cybercriminalité.

Le nombre de cyberattaques a explosé depuis le début de la crise sanitaire. Aussi, la CNCGP s'est emparée de ce sujet et prépare à l'attention de ses adhérents une proposition d'assurance dédiée au risque cyber.

Afin de donner des pistes aux CGP pour se prémunir contre ce phénomène, *Repères* a interrogé des spécialistes de la question : avocate ; ancien négociateur du GIGN ; expert en protection des entreprises et intelligence économique ; juriste et administrateur de la CNCGP ; fondateur d'une société de gestion.

Violation de données, comment prévenir pour mieux guérir ?

Anne Perrin-Fabre : Si les entreprises ont désormais conscience que les données personnelles qu'elles traitent constituent un actif-phare, d'autant plus valorisable qu'il se conforme aux réglementations applicables, il en va mécaniquement de même des cybercriminels qui ont su anticiper ce vivier et continuent de s'adapter pour en tirer profit. Hacking, phishing, ransomware sont autant d'illustrations des conséquences des vulnérabilités des systèmes et de l'organisation interne de l'entreprise, susceptibles d'affecter la confidentialité, la disponibilité et l'intégrité des données et d'engendrer, outre pertes d'exploitation et autres préjudices commerciaux, une véritable atteinte à sa réputation.

Anne PERRIN-FABRE
Avocat Associé
HARBOUR AVOCATS

Comme partout ailleurs, le risque zéro n'existe pas en matière de faille de sécurité. Il doit être mitigé par des mesures techniques et organisationnelles réfléchies et ajustées. Le choix des outils et les tests d'intrusion associés ne sont pas seuls garants d'une protection efficiente des données. Ils s'accompagnent de procédures internes dédiées, à destination tant des administrateurs IT (e.g. authentification/habilitation, sauvegarde, plan de reprise post sinistre) que des utilisateurs (e.g. sensibilisation, charte informatique contraignante). De même, la sécurisation des contrats avec les fournisseurs de technologies et tout prestataire disposant d'un rôle dans le traitement de données (e.g. hébergement, maintenance, salaires, marketing), la qualification appropriée des interventions des parties à ce titre (responsable de traitement, sous-traitant), la gestion des obligations et responsabilités inhérentes et la souscription d'un module complémentaire RCP consacré à la problématique participent d'une gouvernance sécuritaire appropriée.

La réflexion menée pour les besoins de l'implémentation des mesures adéquates permet de gagner en réactivité et d'accélérer ainsi la gestion de crise en cas de sinistre avéré. L'établissement de la notification de violation à la CNIL dans les 72 heures, l'information éventuelle des personnes affectées, la communication externe susceptible de restreindre les conséquences d'une publicité indésirable et, partant, le risque de réputation, constituent autant d'actions nécessaires et concomitantes pour lesquelles le facteur-temps reste prépondérant.

Une prévention performante de la violation de données relève du respect des textes les régissant, gage de mitigation de ses effets ■

Anticiper la crise

Frédéric Rogé : Les systèmes d'information occupent aujourd'hui une place stratégique dans les entreprises. Il n'est pas toujours facile d'équilibrer les budgets pour continuer de les développer tout en garantissant la sécurité. Cette dépendance est un bon levier de chantage exploité par des groupes criminels pour rançonner les entreprises.

Frédéric ROGÉ
Dirigeant
INCERTIS STRATEGY
Expert en négociation
et protection de l'entreprise

Le nombre d'attaques par rançongiciel a explosé ces derniers mois, laissant toujours plus d'organisations dans l'incertitude d'une telle crise à gérer. Pour les moins préparés, il faudra absorber le choc et tenter d'évaluer l'étendue des dégâts de cette intrusion dans l'intimité de l'entreprise.

Une des constantes est que ces événements génèrent des coûts qu'il n'est pas toujours évident de chiffrer et qui s'étalent dans le temps (dispositifs de gestion de crise et de remédiation, perte d'exploitation, frais dus à un fonctionnement dégradé ou encore impacts d'une perte de confiance vis-à-vis de ses clients ou partenaires).

Aujourd'hui, il n'est plus temps de se poser la question de savoir si cela va arriver mais plutôt de s'y préparer pour en ressortir avec le moins de « séquelles » possibles. Une formation et l'organisation d'exercices de crise autour de ces scénarios apportent des avantages sur lesquels les entreprises peuvent capitaliser. Tout d'abord, jouer l'indisponibilité partielle ou totale de son SI permet d'avoir une connaissance encore plus fine de son organisation et d'en prévoir les priorités lors d'une reprise d'activité. Dans le même temps, l'entraînement aidera à acquérir des réflexes pour optimiser la gestion de la crise et ne pas céder aux pressions exercées.

L'AMRAE (Association pour le Management des Risques et des Assurances de l'Entreprise) en souligne d'ailleurs les bienfaits dans sa dernière étude publiée sur le sujet : « Une bonne préparation à la gestion de crise permet de réduire considérablement l'impact opérationnel et financier d'une cyberattaque. De ce point de vue, les intérêts des assurés et des assureurs sont parfaitement alignés : une crise plus courte permet un retour à la normale plus rapide et un moins grand sinistre. »

Au final, en s'y préparant, la crise peut aussi être une réelle opportunité d'envoyer un message fort comme celui de démontrer sa résilience ■

Pourquoi les entreprises tardent-elles encore à s'assurer contre les risques cyber ?

Arnaud Gressel : Question singulière alors que les attaques cyber ont explosé depuis la crise Covid. Et pourtant le constat est là : 80 à 90% des TPE/PME ne sont toujours pas assurées, même si le taux de souscription augmente désormais significativement.

Arnaud GRESSEL
Expert en Protection des Entreprises et Intelligence Économique (INHESJ)
Fondateur - CEO
RESCO COURTAGE

Les explications à ce défaut d'assurance sont multiples, mais quatres idées reçues en sont bien souvent les causes premières.

« L'assurance ne servira à rien, ce sera trop tard ». Souvent les dirigeants ont tendance à ne concevoir l'assurance qu'en bout de chaîne, se focalisant sur un seul volet : l'indemnisation. C'est méconnaître les dispositifs d'assistance H24 7J/7 inclus dans toutes les offres cyber assurance. Être assuré, c'est en effet avoir la garantie de pouvoir compter sur un dispositif de gestion de crise dès les premières heures d'une attaque ou d'une défaillance du système. Sans cela, la société serait livrée à elle-même pour trouver un prestataire compétent, disponible, et pratiquant des tarifs abordables. Or la qualité de la réponse à incident est primordiale dès les premières heures d'une crise s'agissant d'un risque vital, a minima réputationnel.

« La démarche est complexe ». L'assurance cyber recèle certes une certaine complexité, d'où l'intérêt de s'appuyer sur des conseils spécialisés, mais la démarche est encore relativement accessible pour les TPE / PME. A ce sujet, la Direction Générale du Trésor a annoncé en juillet 2021 la création d'un groupe de travail élargi sur la cyber assurance qui devra en outre simplifier les conditions d'assurance et les modalités de mise en œuvre afin de favoriser son accès au plus grand nombre.
S'agissant des exigences des assureurs en matière de sécurité informatique, elles sont en cohérence avec le niveau de la menace et sont mêmes de précieux conseils.

« La sécurité, c'est la mission de mon prestataire informatique ». Et que se passe-t-il si ledit prestataire est lui-même l'objet d'une cyber attaque et que les données sont compromises ou indisponibles ? Est-il lui-même assuré et dispose-t-il du niveau de compétence pour faire face ? Une société assurée contre les cyber risques disposera d'une assistance experte, y compris juridique, et pourra être indemnisée des frais et coûts de cette crise.

« Ces assurances sont hors de prix ». En fait non, les budgets dédiés sont encore très accessibles pour les TPE / PME (compter moins de 1.000 € en moyenne pour une TPE). Il est toutefois acté que ces tarifs vont augmenter significativement, les assureurs l'ont annoncé pour rééquilibrer leurs portefeuilles. Raison de plus pour ne pas retarder l'échéance.

D'où la nécessité d'une plus grande pédagogie sur ces offres de la part des acteurs de l'assurance, et que les conseils des dirigeants (conseillers en gestion de patrimoine, avocats, experts-comptables, commissaires aux comptes, etc.) puissent les conforter à engager la démarche de s'assurer contre les risques cyber afin de renforcer leur résilience ■

Les bons réflexes face à une usurpation d'identité

Stéphane Lorriot : Les professionnels du conseil en gestion de patrimoine sont confrontés à une recrudescence d'usurpations d'identité. Des individus se font passer pour des professionnels habilités en reprenant des informations accessibles en ligne (Orias, Infogreffe, propre site internet de la victime, etc.) afin d'abuser de la confiance de particuliers en leur proposant des placements qui relèvent le plus souvent de l'escroquerie.

Ces manœuvres frauduleuses se sont intensifiées pendant le premier confinement de 2020. Ainsi la CNCGP a eu connaissance de 17 usurpations d'identité de ses adhérents en 2020 et de quatre en 2021.

Stéphane LORRIOT
Responsable juridique de la CNCGP

Que doit faire un CGP en cas d'usurpation d'identité ?

L'AMF recommande aux CIF victimes de ces agissements de déposer une plainte pénale pour usurpation d'identité auprès d'un commissariat de police, d'une gendarmerie ou du Procureur de la République.

Ensuite, l'adhérent doit transmettre une copie de ce dépôt de plainte à la CNCGP (info@cncgp.fr) qui la fera suivre à l'AMF. Celle-ci fera figurer le site internet sur sa liste noire, catégorie « usurpation ».

L'AMF, dans son rôle de prévention, peut alerter le public pour éviter de nouvelles victimes, le plus en amont possible. Mais seule la Justice pourra agir en ce qui concerne les escroqueries.

L'AMF recommande aussi en pareil cas au professionnel d'informer ses clients de cette usurpation d'identité pour qu'ils ne se trouvent pas en contact avec l'usurpateur.

De même, si le conseiller a un site internet, il est nécessaire de faire figurer un avertissement sur la page principale de celui-ci.

Si le numéro d'immatriculation au registre unique des intermédiaires est utilisé, le professionnel doit aussi avertir l'Orias*.

Le conseiller peut également entreprendre une démarche de demande de blocage d'accès au site internet qui l'usurpe, y compris auprès des opérateurs de moteur de recherche pour un placement sur liste noire ou encore s'adresser à l'hébergeur pour une demande de retrait.

Et un particulier victime de cette même attaque ?

Enfin, les particuliers qui ont été abusés par les usurpateurs peuvent :

- Contacter le service INFO ESCROQUERIES au 0 805 805 817 (appel gratuit du lundi au vendredi de 9h00 à 18h30). Composé de policiers et de gendarmes, leur rôle est d'informer, de conseiller et d'orienter les personnes victimes d'une escroquerie.
- Faire un signalement auprès de l'Autorité des marchés financiers (Epargne Info Service) au 01 53 45 62 00 (prix d'un appel local), du lundi au vendredi de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00 ou sur internet : https://www.amf-france.org/fr/demande-de-renseignements.
- Et si elles s'estiment victimes d'une escroquerie en ligne, faire un signalement sur la plateforme PHAROS à l'adresse https://www.internet-signalement.gouv.fr/.

Ces personnes peuvent aussi prendre conseil auprès d'une association de défense des consommateurs ou d'un avocat, et déposer plainte ■

* Contact Orias : https://pro.orias.fr/fr/contact/form

Investir dans la cybersécurité

La cybersécurité, un contexte exponentiel et transversal à toute activité

Eric Gaillat : En matière de cybersécurité, nul besoin d'énumérer les exemples de rançongiciels qui explosent (4 fois plus en 2020*) et touchent les entreprises et infrastructures de toutes natures et de toutes tailles.

Nous pouvons remarquer un paramètre en général peu connu : la durée entre l'installation du logiciel malveillant et son activation est en moyenne de 250 jours*. En clair, une entreprise peut avoir un « malware » sur son serveur tout en l'ignorant.

Eric GAILLAT
Associé Cofondateur CALAO FINANCE

Il y a des attaques ad nominem mais souvent sur des « têtes de pont ». L'attaque de juin sur la société US Kaseya, éditeur de logiciels, en est un exemple. Elle a eu pour conséquence la fermeture de plus de 800 supermarchés Coop en Suède dont les caisses ne fonctionnaient plus !

La question n'est donc pas de savoir si l'on sera attaqué, mais quand. Pour mémoire, le principe est simple : on vous demande de payer pour récupérer vos données et éviter qu'elles soient vendues sur le darkweb ou pour pouvoir fonctionner à nouveau.

Investir dans la cybersécurité comme placement, évident mais avec discernement

La cybersécurité est un sujet, malheureusement, porteur de croissance, un vrai « megatrend ». Y investir comme placement apparaît comme une évidence. Dans la pratique, il faut choisir ses investissements en la matière avec discernement. Il y a en résumé trois paramètres à considérer : la technologie, ce qu'attend le client dans le temps et la valorisation.

■ La technologie : il faut pouvoir évaluer sa pertinence, son adaptation et sa réelle efficacité, les interrogations actuelles étant par exemple l'arrivée des ordinateurs quantiques d'ici moins de dix ans qui pourrait faciliter et donc accroître les hackings de toutes sortes.

■ L'attente des clients : on observe souvent le « syndrome IBM » qui consiste à privilégier des solutions proposées par des grandes marques vs des PME innovantes, afin qu'en cas de problème, personne ne reproche aux clients d'avoir opté pour une solution inconnue plutôt que pour celle d'un leader. Mais n'oublions pas que la « tête de pont » qui fournit des milliers de clients peut être une cible plus tentante pour les pirates.

■ Et enfin le paramètre de la valorisation : certaines entreprises se sachant sur un marché porteur proposent d'investir à des prix parfois « hors normes ».

L'autre option à considérer est d'investir cette fois dans les services (vs les technologies) donc chez ceux qui sélectionnent les solutions disponibles pour les particuliers et les entreprises.

L'écosystème des PME françaises de la cybersécurité, technologie ou service, est porteur de pépites potentielles. Compte tenu de l'évolution des technologies et des besoins, il est nécessaire de disposer de ressources métiers pour l'analyse et la prospective, avant d'investir. Ce n'est pas une garantie de succès mais une obligation de moyens ■

* Source : Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI)

LA PROPOSITION DE LA CNCGP À SES ADHÉRENTS

Devant la multiplication des risques cyber (atteinte à la réputation sur internet, attaque par ransomware, piratage des systèmes informatiques et téléphoniques, intrusion, vol de données confidentielles, etc.), la CNCGP a engagé avec son courtier BDJ une étude pour proposer à ses adhérents une assurance dédiée. Sur ce sujet, la CNCGP bénéficie du savoir-faire de NeoTech, centre d'expertise cyber du groupe Burrus.

L'étude menée avec notre courtier part d'une définition large du cyber risque : il s'agit des conséquences des tentatives ou atteintes à la sécurité (confidentialité, disponibilité, altération ou traçabilité) des données et systèmes.

Grégoire BOURGEOIS
Président de la Commission RCP de la CNCGP

Le premier objectif est de mettre en place une assurance qui couvre nos adhérents sur les différents aspects du risque cyber :

■ Risque de Responsabilité civile (préjudice subi par des tiers et les frais de défense) ;

■ Risque des Dommages aux biens et des Pertes financières (dommages de l'assuré) ;

■ Gestion de crise indépendamment d'une mise en cause d'un tiers ou de dommages subis par l'assuré (frais de recherche, frais de communication, frais de notification, frais de défense devant la CNIL, etc.) Ce dernier volet est particulièrement important pour les petites et moyennes entreprises.

Le deuxième objectif est de faciliter l'accès de chaque adhérent à une assurance cyber risques.

Pour cela, nous envisageons une police d'assurance avec des conditions de souscription et des pré requis prédéfinis, ainsi qu'une déclinaison de l'offre en fonction du chiffre d'affaires (options de garanties et de franchises).

Le contexte cyber est particulièrement difficile et instable ; certains assureurs refusent d'étudier de nouvelles affaires et les renouvellements de police révèlent une tendance à réduire les garanties et augmenter les primes. Pour autant, la CNCGP entend présenter dès janvier 2022 une police adaptée à ses adhérents. En partenariat avec BDJ - Groupe BURRUS, elle accompagnera son offre d'un plan de sensibilisation aux cyber risques auprès de ses adhérents (webinars, fiches pratiques, etc.) ■

TRANSMISSION POUR UN ENTREPRENEUR : L'ACTUALITÉ TOUJOURS FERTILE DU « PACTE DUTREIL »

Créé par la loi de finances pour 2000 et élargi en 2003, le pacte Dutreil demeure l'outil incontournable des transmissions d'entreprise à titre gratuit. Le chef d'entreprise, entouré de ses conseils en gestion de patrimoine, doit y recourir pour anticiper, sécuriser et diminuer le coût fiscal de la transmission de son entreprise, et ce, pour en assurer la pérennité.

L'intérêt persistant d'organiser un pacte Dutreil

Partant du constat que la continuité d'une entreprise peut être mise en péril par le départ parfois subi de son dirigeant qui est aussi bien souvent propriétaire de celle-ci, le législateur a entendu et entend toujours favoriser la transmission et son anticipation en instaurant un régime fiscal très avantageux, que celle-ci soit réalisée par succession ou donation. En effet, le pacte Dutreil (CGI, art. 787 B et C) offre une réduction de l'assiette taxable de 75% et accorde, lorsque la transmission est réalisée par une donation en pleine propriété avant les 70 ans du chef d'entreprise, une réduction des droits de moitié

(CGI, art. 790). Pour cela, des engagements de conservation collectif et individuels ainsi que d'exercice d'une fonction de direction doivent être pris pour des durées minimales cumulées de 4 à 6 ans.

Les sources des difficultés d'application

L'application du régime et l'analyse de ses conditions se révèlent une tâche ardue pour au moins trois raisons :

1° L'existence de conditions complexes et nombreuses qui imposent une prudence et une obligation de vérification continue pour qu'elles soient remplies durant les périodes requises, le bénéfice de l'avantage fiscal pouvant être remis en cause pendant toute la durée des engagements.

2° La nécessité d'une veille constante des évolutions relatives à ses conditions d'application, modifiées lors d'une dizaine de réformes législatives. De plus, les décisions sont abondantes en la matière, les juges ne cessant de préciser les contours du régime, et la doctrine administrative a été entièrement refondue en avril dernier, avec des prises de position parfois contestables.

3° La singularité de chaque transmission : toute entreprise étant structurée d'une manière différente, l'application du pacte peut se faire par des vecteurs différents qu'il faut opportunément choisir.

Les lignes directrices et points d'attention

Pour toutes ces raisons, le conseiller en gestion de patrimoine, l'expert-comptable et le notaire doivent œuvrer ensemble pour proposer une stratégie adaptée au chef d'entreprise et anticiper au mieux la transmission.

Tout d'abord, il est indispensable de prendre en compte la nature et la structure d'exercice de l'activité professionnelle. Il peut s'agir d'une entreprise individuelle ou d'une société, ce qui change naturellement l'angle d'approche. Lorsque des titres de société sont concernés, il est impératif d'analyser l'activité réelle et l'objet social de la société puisqu'il peut s'agir d'une société opérationnelle, d'une société holding animatrice d'un groupe, ou encore d'une société holding non animatrice mais détenant des participations dans des sociétés opérationnelles. Pour les sociétés holding animatrices, il est plus que recommandé de veiller en amont à se ménager la preuve de cette animation, (trop ?) souvent discutée comme en témoigne le flux continu de décisions.

Ensuite, il convient, lorsque la transmission porte sur des titres de société, d'organiser la conclusion d'un engagement collectif de conservation, qui, en fonction du type et de la durée de détention des titres de capital de la société, peut être un engagement collectif classique (même unilatéral !) mais aussi, pour des structures familiales, un engagement réputé acquis et même un engagement post-mortem.

Enfin, la nature de la transmission doit être envisagée. Il est possible de l'anticiper avec une donation ou simplement de sécuriser une transmission future. Cependant, ces pactes Dutreil « défensifs » ne sont que trop peu souscrits.

Lorsque le moyen choisi est la donation, celle-ci peut être faite en pleine propriété ou en nue-propriété permettant ainsi au chef d'entreprise de conserver les flux financiers de son activité grâce à l'usufruit réservé. Une vigilance particulière est alors nécessaire puisque si des titres sont donnés en nue-propriété, les pouvoirs de l'usufruitier doivent être cantonnés dans les statuts aux seules décisions d'affectation des bénéfices. Un second inconvénient non négligeable s'y ajoute : la donation de la seule nue-propriété fait perdre le bénéfice de la réduction de droits de moitié.

Au fur et à mesure de la mise en place de la stratégie de transmission, les professionnels ne doivent pas perdre de vue les projets à court et moyen terme du chef d'entreprise et des personnes à qui il souhaite transmettre le fruit de son travail ni les pactes ou engagements pouvant déjà être en cours.

L'actualité toujours aussi fertile du pacte Dutreil n'est pas un obstacle à sa mise en place par les professionnels et témoigne de l'intérêt toujours aussi grand d'y recourir ■

Me Jean-François SAGAUT
Docteur en droit
Notaire associé THIBIERGE NOTAIRES
Directeur d'enseignements Université Paris 2-Panthéon-Assas

En collaboration avec
Adrien VERRECCHIA
Notaire assistant THIBIERGE NOTAIRES

LES DIX COMMANDEMENTS DU PÔLE FORMATION

I **A partir de janvier,**
la liste des événements CNCGP je vais consulter ;

II **Pour être certain de participer,**
je m'inscris dans les premiers ;

III **Pour valider ma participation,**
j'assiste à l'entièreté de la formation ;

IV **Pour les Universités,**
j'indique si sur place je souhaite dormir et me restaurer ;

V **Si d'un OPCO je souhaite le financement,**
à Juriscampus je demande les documents ;

VI **Dès que je peux les faire,**
je valide mes questionnaires ;

VII **Dans un dossier sécurisé,**
les attestations je vais conserver ;

VIII **Pour ajouter au carnet, les attestations**
hors parcours CNCGP au plus tôt je transmets ;

IX **Avant toute question,**
je consulte la FAQ et le Guide formation ;

X **En cas de doute,**
le pôle Formation reste à mon écoute.

DES FORMATIONS DE QUALITÉ SUR TOUT LE TERRITOIRE NATIONAL EN 2022

Alsace Lorraine

4/02 ■ Le démembrement comme technique d'optimisation patrimoniale
10/06 ■ Développez le partenariat expert-comptable / assureur
9/11 ■ Comment se préparer face à un contrôle de l'ACPR ?

Aquitaine

1/04 ■ Optimiser la transmission : du bon usage des donations
17/06 ■ Succession avec un conjoint survivant : savoir gérer l'assurance-vie du défunt et celle du survivant
18/11 ■ Gérer le passage du nu au meublé : outil d'optimisation ou piège ? Comment accompagner son client ?

Auvergne Rhône Alpes

25/01 ■ Le Dutreil transmission fait sa révolution : loi, jurisprudence et doctrine
5/05 ■ Détention immobilière complexe
17/11 ■ Majeurs protégés : avoir les bons réflexes patrimoniaux suite aux récentes réformes

Bourgogne Franche-Comté

10/02 ■ Gestion active / Gestion passive : débat
2/06 ■ Savoir lire les comptes pour argumenter
18/11 ■ SCI IR ou IS : comment choisir ?

Bretagne

17/03 ■ SCI Prévoyance des indépendants : conseiller concrètement vos clients
17/06 ■ Comprendre, analyser et exploiter un avis d'imposition
18/10 ■ Comment se préparer face à un contrôle de l'ACPR ?

Centre

11/03 ■ Rémunération du dirigeant : bâtir une stratégie gagnante
17/06 ■ L'assurance-vie dans le couple, savoir adapter les modes de souscription
18/11 ■ Pinel, Malraux, Déficit foncier et après ? Quelle stratégie d'exploitation de l'immeuble pour optimiser les revenus locatifs après l'engagement de location ?

Champagne Ardenne

27/01 ■ Comment se préparer face à un contrôle de l'ACPR ?
13/06 ■ L'entreprise en développement : optimisez la situation du dirigeant
24/10 ■ Accompagner le Dirigeant dans la constitution d'un patrimoine immobilier professionnel ou privé

Côte d'Azur Corse

4/02 ■ Patrimoine du chef d'entreprise : gérer son patrimoine professionnel pour optimiser le patrimoine personnel
8/04 ■ Retraite collective et épargne salariale : quelles stratégies ?
18/11 ■ Détention immobilière complexe

Hauts-de-France

20/01 ■ Assurance-vie et rachat : sur quel contrat effectuer un retrait (ancien ou récent) / L'impact du plafonnement de l'IFI / L'impact sur la fiscalité successorale du contrat (757B)
1/06 ■ Conséquences fiscales de la cession d'entreprise IS
3/11 ■ Le démembrement comme technique d'optimisation patrimoniale

Ile-de-France

15/03 ■ Assurance-vie et rachat : sur quel contrat effectuer un retrait (ancien ou récent) / L'impact du plafonnement de l'IFI / L'impact sur la fiscalité successorale du contrat (757B)
14/06 ■ Lutte contre le blanchiment d'argent et financement du terrorisme
10/11 ■ Le démembrement comme technique d'optimisation patrimoniale

Languedoc Roussillon

2/02 ■ La gestion patrimoniale de la dette
3/06 ■ Connaître les techniques atypiques de transmission pour faire la différence !
16/11 ■ L'assurance-vie dans le couple, savoir adapter les modes de souscription

Midi Pyrénées

31/03 ■ Optimiser la transmission : du bon usage des donations
16/06 ■ Succession avec un conjoint survivant : savoir gérer l'assurance-vie du défunt et celle du survivant
17/11 ■ Gérer le passage du nu au meublé : outil d'optimisation ou piège ? Comment accompagner son client ?

Normandie

8/03 ■ L'assurance-vie dans tous ses états : outils d'optimisation civile et patrimoniale
14/06 ■ Succession avec un conjoint survivant : savoir gérer l'assurance-vie du défunt et celle du survivant
11/10 ■ Diagnostic patrimonial et devoir de conseil en immobilier (de défiscalisation ou non) : En faire un atout précieux face à une évolution permanente des règles

Pays de la Loire

24/02 ■ Conserver et développer ses en-cours dans le cadre d'une succession : les enjeux de la réponse ministérielle Ciot, de l'épargne retraite, du démembrement des clauses et des contrats de capitalisation
16/06 ■ Développez le partenariat expert-comptable / assureur
10/11 ■ Le Génie de l'IFI

Poitou Charentes Limousin

10/03 ■ Démembrement et immobilier d'entreprise : que reste-t-il de nos amours ?
16/06 ■ Comment se préparer face à un contrôle de l'ACPR ?
17/11 ■ Les familles recomposées

Provence Alpes Méditerranée

3/02 ■ La gestion patrimoniale de la dette
2/06 ■ Connaître les techniques atypiques de transmission pour faire la différence !
17/11 ■ L'assurance-vie dans le couple, savoir adapter les modes de souscription

LES UNIVERSITÉS DANS LES CINQ GRANDES RÉGIONS

31/03 et 1/04	■	Grand Nord-Est
12/09 et 13/09	■	Grand Nord-Ouest
17/03 et 18/03	■	Grand Sud-Est 1
20/10 et 21/10	■	Grand Sud-Est 2
6/10 et 7/10	■	Grand Sud-Ouest
13/04 et 14/04	■	Ile-de-France

Au programme des deux journées
Formation CIF : les grands sujets d'actualité
Formation Immobilier + IOBSP : indivision face aux revenus fonciers, aux BIC location meublée et aux plus-values.

■ Validation heures IAS ■ Validation heures Immobilier

CHECK-LIST
Conseils en réglementation

UN CIF QUI CONSEILLE UNE OPÉRATION EN BIENS DIVERS A-T-IL L'OBLIGATION DE VÉRIFIER QUE L'OFFRE EST ENREGISTRÉE AUPRÈS DE L'AMF ?

Oui. Conformément à l'article L. 541-1 du code monétaire et financier, les CIF peuvent conseiller des opérations en biens divers dans le respect des dispositions des articles L. 550-1 et suivants du code monétaire et financier.
Les CIF doivent s'assurer, avant de conseiller toute offre en biens divers, que cette dernière s'est bien vu attribuer un numéro d'enregistrement par l'AMF. Cette vérification peut s'effectuer par une consultation de la liste accessible au public sur Internet.

FAUT-IL OBLIGATOIREMENT FAIRE UNE DÉCLARATION D'ADÉQUATION PAR PRODUIT OU CONTRAT CONSEILLÉ ?

Concernant le conseil en investissements financiers, l'ESMA, dans ses Orientations du 6 novembre 2018, permet de prendre en considération un portefeuille d'instruments financiers. Par conséquent, c'est le portefeuille dans son ensemble qui doit être adapté au client, et non chaque instrument financier pris individuellement.

Cette notion n'existe pas pour les contrats d'assurance vie, de capitalisation ou d'épargne retraite. Il est donc recommandé de formaliser une déclaration d'adéquation par contrat d'assurance. Cependant, un conseil en gestion de patrimoine peut aussi réaliser, en plus des déclarations d'adéquation, une étude patrimoniale globale qui prendrait en compte l'ensemble des actifs du client.

LE CONSEIL EN ÉPARGNE SALARIALE RELÈVE-T-IL DU STATUT DE CIF ?

Le conseil apporté aux entreprises souhaitant mettre en place un dispositif d'épargne salariale au profit de leurs salariés ne relève pas des activités listées au I de l'article L. 541-1 du code monétaire et financier même si ce conseil peut porter sur la sélection de la gamme de fonds d'épargne salariale dans lesquels les salariés pourront placer leurs avoirs.
En revanche, le conseil délivré aux salariés pour les aider à faire leur choix entre les différentes options de placement proposées dans le cadre du dispositif d'épargne salariale peut relever du statut de CIF lorsqu'une recommandation personnalisée portant sur des instruments financiers leur est délivrée.

DOIT-ON CONSERVER LES ORIGINAUX DES DOCUMENTS QUE L'ON NUMÉRISE SUR SUPPORT PAPIER ?

Selon l'article 1379 du Code civil, « la copie fiable a la même force probante que l'original. La fiabilité est laissée à l'appréciation du juge. »
Une reproduction par voie électronique est présumée fiable jusqu'à preuve du contraire si elle répond aux conditions spécifiques posées par le décret n° 2016-1673 du 5 décembre 2016.
D'une façon générale, il est donc recommandé de conserver les documents sous leur forme d'origine pour s'assurer que les informations qu'ils contiennent soient restituées avec la plus grande fiabilité possible. L'article 1379 du Code civil, alinéa 2, dispose d'ailleurs que « si l'original subsiste, sa présentation peut toujours être exigée ».
Pour plus d'informations sur la durée et les modalités d'archivage des documents professionnels, vous trouverez une note dans le kit réglementaire de la CNCGP (Réglementation > Kit réglementaire > Organisation du cabinet).

UN CIF PEUT-IL CONSEILLER DES FONDS PROFESSIONNELS ?

Il n'est pas interdit pour un CIF de conseiller et de distribuer un fonds uniquement destiné à des clients professionnels tels qu'ils sont définis à l'article D533-11 du Code monétaire et financier.
Néanmoins, l'AMF précise : « en amont de la vérification de l'adéquation dans le cadre d'une prestation de conseil en investissement, les CIF ne catégorisent pas leurs clients en qualité de clients professionnels ou non professionnels, et ne peuvent ainsi pas présumer de leurs connaissances et leur expérience ou encore que leurs clients sont en mesure de supporter tout risque lié à l'investissement compte tenu de leurs objectifs » (Position-recommandation AMF DOC-2006-23).
Par conséquent, dans le cadre du parcours client, le CIF doit mettre en œuvre son devoir de conseil comme si le client était non professionnel.

EST-IL POSSIBLE DE PROPOSER UN FONDS DONT LES DOCUMENTS RÉGLEMENTAIRES NE SONT PAS RÉDIGÉS EN FRANÇAIS ?

L'article 421-26 du règlement général de l'AMF prévoit que « la commercialisation de parts ou actions de FIA sur le territoire de la République française est soumise à la fourniture à l'investisseur du règlement ou des statuts ainsi que des documents destinés à l'information des porteurs en langue française.
Par dérogation à l'alinéa précédent, ces documents peuvent être rédigés dans une langue usuelle en matière financière autre que le français si la commercialisation est orientée vers des clients professionnels et après que la personne qui commercialise les parts ou actions du FIA se sera assurée :
- auprès du client professionnel, que celui-ci a consenti à recevoir les documents dans cette langue ;
- auprès du client non professionnel, que celui-ci comprend cette langue. »

EN CAS DE MISE À JOUR DE LA DÉCLARATION D'ADÉQUATION, UN CIF DOIT-IL REFAIRE CELLE-CI DANS SON INTÉGRALITÉ ?

Non, ce n'est pas obligatoire. L'article 325-17 du RGAMF précise que « lorsqu'un conseiller en investissements financiers fournit un service qui implique de mener périodiquement des évaluations de l'adéquation et d'établir les rapports y afférant, les rapports établis après la mise en place du service initial peuvent ne couvrir que les changements affectant les services ou instruments concernés et/ou la situation du client et peuvent ne pas répéter tous les détails du premier rapport. »

LES CGP SONT-ILS SOUMIS À LA RÉGLEMENTATION FATCA ?

Sont concernées par l'application de l'accord FATCA les institutions financières françaises, situées en France métropolitaine et dans les départements français d'outre-mer, à savoir :
- Établissements de dépôt ;
- Établissements gérant des dépôts de titres ;
- Entités d'investissement ;
- Organismes d'assurance ;
- Holdings et centrales de trésorerie.

Les CIF, comme les courtiers en assurance, les IOBSP ou les agents immobiliers, ne sont pas soumis à la réglementation FATCA.
Mais, s'ils distribuent un produit pour le compte d'une institution financière déclarante (par exemple une société de gestion), ils doivent identifier les clients relevant de la définition des US Person en appliquant la procédure de leur fournisseur ■

PAROLE D'ADHÉRENT

La digitalisation, une force pour notre profession

Lambert DEBUS
L&D FAMILY OFFICE
Adhérent de la CNCGP

Vous avez exercé votre activité professionnelle pendant dix ans à Paris et avez pris la décision de délocaliser votre activité à Aix-en-Provence. Quelle en a été la motivation ?

La motivation a été principalement familiale. L'objectif était de se tourner vers une ville correspondant mieux à nos attentes et Aix-en-Provence nous permettait d'avoir une meilleure qualité de vie, tant au niveau professionnel que personnel.

La crise sanitaire a-t-elle favorisé cette décision ?

La crise sanitaire a bien évidemment favorisé cette décision puisqu'elle a facilité les relations à distance et a permis aux clients de mieux les accepter. Aujourd'hui, j'assure la quasi-totalité de mes rendez-vous en visioconférence pour mes clients, mais aussi pour les prospects.

Le Covid a poussé les gens à repenser la relation avec leur conseiller et à rationaliser les moments de rencontre en les transformant en moments d'échange uniquement. Les outils digitaux fluidifient le travail de compliance, grâce notamment à la signature électronique, et permettent d'aller à l'essentiel lors d'un rendez-vous. Ainsi, la rencontre physique est devenue le moyen de concrétiser exclusivement une relation humaine.

D'autre part, il me semble que cette période a permis aux clients de revoir leurs priorités. Ils souhaitent favoriser la disponibilité et la réactivité de leur conseiller plutôt que leur proximité. Je peux répondre plus facilement à cette attente avec ce changement de vie, en opposition avec le rythme de la vie parisienne.

« Notre force va être d'utiliser la digitalisation pour gagner du temps et ainsi améliorer la contact avec nos clients. »

Qu'avez-vous mis en place pour maintenir une bonne qualité de service ?

J'ai à cœur de tenir mes clients informés en temps réel sur l'évolution des sujets patrimoniaux, en leur envoyant régulièrement des newsletters.
Pour aller plus loin, j'ai également mis en place des outils de formation à leur intention via des vidéos. L'objectif est de les faire monter en compétence sur certaines thématiques pour qu'ils soient de plus en plus avertis sur ces sujets patrimoniaux et qu'ils puissent ainsi nous challenger. Je souhaite les aider à développer leur esprit critique.

Comment ont-ils réagi à ce changement ?

Certains ont bien entendu été assez réfractaires au début, mais ils se sont finalement bien adaptés à ce nouveau rythme et à ce type de relation.

Comment voyez-vous l'évolution du marché ?

Le marché tend à se digitaliser massivement, que ce soit du côté des banques ou des partenaires. Les clients sont donc naturellement orientés vers ce mode de fonctionnement. Notre force va être d'utiliser la digitalisation pour gagner du temps et ainsi améliorer le contact avec nos clients et l'accompagnement personnalisé.

Les défis de notre profession sont nombreux, notamment pour les petits cabinets comme le mien. Il est important que nous gardions cet esprit d'entrepreneur face aux regroupements en cours ■

CONTACT
Les permanents de la CNCGP

DIRECTION

Nicolas DUCROS
Délégué général

COMMUNICATION INTERNE
VIE DES RÉGIONS

Anne-France AUSSEDAT
Responsable
communication interne

NUMÉRISATION
ARCHIVAGE

Marguerite
MOUELLE-KOULA
Chargée de numérisation

ACCUEIL

Delphine BASSET
Secrétariat-Accueil

COMMUNICATION EXTERNE

Anne de VILLOUTREYS
Responsable
communication externe

RÉGLEMENTATION
PRÉVENTION DES RISQUES
CONTRÔLE-QUALITÉ

Stéphane LORRIOT
Responsable Réglementation
Prévention des risques
Contrôle-qualité

ADMISSION
VIE DES CABINETS
PARTENARIATS
RÉGULATION

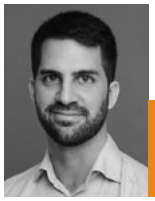
Patricia GUYOT-WALSER
Responsable relation
adhérents / Partenariats

CONTRÔLE INTERNE

Vanessa GOURLAIN
Responsable organisation
et contrôle interne

Agathe VIVANT
Juriste et chargée
de conformité

Agathe LAUWERIER
Chargée relation adhérents



FORMATION

Johann JONFAL
Responsable formation

Martin CAVÉ
Juriste et chargé
de conformité

Lola ABDOULLAEVA
Assistante admission

GESTION COMPTABLE
LOGISTIQUE

Kavida ONCKELET
Chargée de comptabilité

BILLET D'HUMEUR

Communiquer en temps de crise, un challenge vital

Florence Duprat, journaliste, experte en communication, forme à la prise de parole et à l'interview télévisée chefs d'entreprise, dirigeants, experts, hauts responsables, personnalités, élus. Présentatrice sur B SMART et Acteurs Publics TV, elle a présenté des journaux télévisés et des émissions sur BFM TV, Bloomberg TV, France 2 pendant 28 ans. Florence Duprat débute sa carrière dans la presse écrite pour Le Parisien. Elle écrit aussi pour Les Echos puis fait ses armes télévisées à France 2. Après dix ans de Service public, elle passe sur Bloomberg TV, comme rédactrice en chef de sa propre émission de décryptage de l'actualité économique, politique et internationale. Elle participe ensuite au lancement de BFMTV. Elle est l'auteur d'un guide décalé sur l'argent : La Sicav et la Fourmi (1996 - Éditions du Pont-Neuf).

Qui aurait dit il y a 18 mois que nous serions confrontés à une quatrième vague ?
Le coronavirus s'est imposé dans nos vies. C'est lui qui donne le tempo de nos moments de liberté et de restriction. Cette pandémie, doublée d'une crise économique, bouscule le quotidien et les certitudes des entreprises.
Quand l'avenir est incertain, la tentation est grande de réduire les budgets communication. Grossière erreur ! Tous les communicants connaissent l'adage : *« When times are good, you should advertise. When times are bad, you must advertise ».*

Pourquoi communiquer ? Tout simplement parce qu'il est impératif de ne pas rester statique face à une situation de crise comme celle que nous traversons.
Le monde d'après ne ressemblera plus tout à fait au monde d'avant. Faire le dos rond en attendant un hypothétique retour à la normale serait contre-productif.

Communiquer c'est rassurer ses clients, ses partenaires, ses salariés. L'entreprise qui fait entendre sa voix envoie un message positif, montre qu'elle garde le cap malgré les turbulences, qu'elle se projette dans le futur.
Corporate, commerciale ou interne, cette communication est précieuse pour garder le contact, entretenir ce lien essentiel que confinements et couvre-feux ne font que distendre.
Communiquer, c'est également le moyen de se faire remarquer, de mettre en avant sa résilience et sa capacité d'innovation.
Plusieurs entreprises ont su sortir de leur zone de confort, se réinventer, imaginer demain.
Certaines ont engagé une transformation numérique, d'autres ont accéléré leur engagement sociétal et environnemental. Il faut le faire savoir, soigner son image, montrer sa valeur ajoutée.
Comment ? Les vérités d'hier ne sont plus forcément celles d'aujourd'hui.
Bousculée, la communication doit se réinventer, s'adapter à cette situation inédite.
Chaque entreprise se dévoile dans la façon dont elle prend la parole.
La langue de bois n'a plus sa place. Toute stratégie de communication se construit avec du parler vrai.
L'information doit être continue, transparente, crédible, cohérente.
Les enjeux d'image et de notoriété ne se sont pas arrêtés avec la crise.
Ne reproduisons pas les erreurs du passé.
En 2008, lors de la précédente crise mondiale, 60% des sociétés qui avaient mis leur communication en sourdine avaient observé une dégradation de leur image et des intentions d'achat.
Rester muet, c'est prendre le risque de devenir invisible.
A l'inverse, prendre la parole c'est donner du sens à sa communication. Pourquoi ne pas profiter des réseaux sociaux pour créer une relation plus humaine avec ses clients, ses partenaires ?
Comme le dit l'expert ès communication du CNRS, Dominique Wolton : « Dans la communication, le plus compliqué n'est ni le message, ni la technique, mais le récepteur. »

Florence DUPRAT

VICTOIRES DE LA PIERRE-PAPIER 2021
SWISSLIFE DYNAPIERRE

Investor's Life*

Investir dans des produits immobiliers implique des risques de perte en capital. Horizon de placement recommandé : 8 ans. La documentation réglementaire des fonds est consultable sur le site internet de la société.

fr.swisslife-am.com

**La vie de l'investisseur*

SwissLife
Asset Managers

INNOVER C'EST **SIMPLIFIER**

Jinko

VOTRE NOUVELLE GAMME EMTN

Conseillers en gestion de patrimoine, pour vous, Crédit Mutuel Investment Managers innove et crée Jinko, votre gamme de produits structurés conçus par CIC Market Solutions.

Simple, évolutive et accessible, Jinko est la solution pour mieux diversifier les placements de vos clients.

www.creditmutuel-im.eu

Crédit Mutuel
Investment Managers

Crédit Mutuel Investment Managers, 4 rue Gaillon 75002 Paris. SA au capital de 5 000 000 euros, 852 014 810 RCS Paris. Crédit Mutuel Investment Managers est une entreprise d'investissement agréée par l'ACPR. Crédit Mutuel Investment Managers intervient en tant que centre de métier de la gestion d'actifs de Crédit Mutuel Alliance Fédérale pour assurer l'animation, la promotion et la commercialisation des produits des entités de gestion auprès des réseaux distributeurs et auprès d'investisseurs professionnels. Ce document est exclusivement conçu à des fins d'information à caractère général. Il ne constitue ni un engagement de prestation, ni un conseil en investissement. Du fait de leur simplification, les informations contenues dans ce document sont partielles. La responsabilité de Crédit Mutuel Investment Managers ne saurait être engagée par une prise de décision sur la base de ces informations. CIC Market Solutions est une marque de Crédit Industriel et Commercial, établissement de crédit agréé en France par l'ACPR et une entité de Crédit Mutuel Alliance Fédérale. Elle intervient en tant que producteur de recherche économique ou de recommandations d'investissement à caractère général et dans le montage d'émission au nom du CIC.