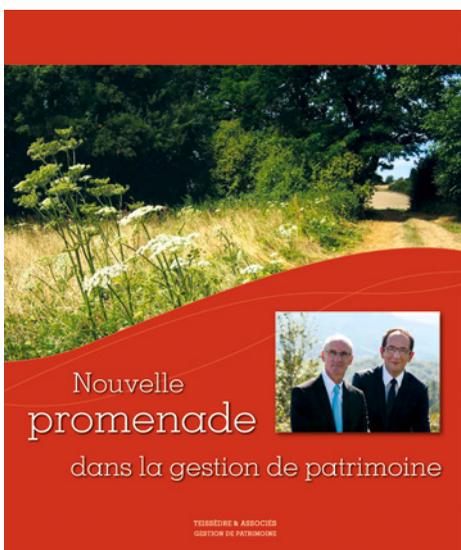


De l'importance de la communication financière



Selon Jean-Jacques Teissèdre et Stéphane Reynaud, du cabinet Teissèdre & Associés, membre de la Chambre Nationale des Conseils en Gestion de Patrimoine de la région Languedoc-Roussillon, une bonne communication s'impose face à la complexité croissante des produits financiers.

COMMUNIQUÉ

Le mandat de Didier Pastor, président CNCGP pour la Région Languedoc-Roussillon, élu depuis 2010, s'achèvera le 31 décembre 2016.

Pourquoi la communication financière est-elle importante selon-vous ?

Les produits financiers proposés aujourd'hui sont nombreux et de plus en plus sophistiqués. Si ce développement de l'offre est indiscutablement une bonne chose pour les épargnants, il faut reconnaître qu'il complexifie leur choix. Il convient donc de les informer régulièrement sur les avantages et les inconvénients de chaque solution financière. La permanente évolution des aspects juridiques et fiscaux est aussi une autre raison à cette nécessaire communication.

La communication s'apparente parfois à de la pédagogie. Pouvez-vous nous en donner des exemples ?

L'assurance vie est le placement préféré des Français, son encours s'élève à près de 1 600 Mds €. Outre ses nombreux avantages financiers et fiscaux, ce produit permet de transmettre des capitaux dans des conditions privilégiées aux bénéficiaires désignés. C'est dire l'importance que revêt la rédaction de la clause bénéficiaire d'un contrat d'assurance vie. Il faut en permanence le rappeler au souscripteur et lui conseiller de vérifier régulièrement si la clause est adaptée à l'évolution de sa famille ou de ses proches (naissance, décès, mariage, divorce, etc.) et à ses souhaits (prorata, représentation, etc.). Autre exemple d'actualité : devant la baisse du rendement des actifs en euros, qui représentent plus de 80 % des sommes investies en assurance vie, de plus en plus d'épargnants souhaitent se tourner vers des supports plus dynamiques afin d'améliorer la rentabilité de leur contrat. Si cette évolution est dans la logique des choses, il est important de préciser les avantages et les inconvénients de

chaque solution et de rappeler que l'horizon d'investissement n'est pas le même, et qu'il doit être respecté.

Pensez-vous que les épargnants s'intéressent suffisamment à la gestion de leur patrimoine ?

Les épargnants ne s'intéressent pas tous à la finance et à la gestion de patrimoine. Pour bon nombre d'entre eux, parce que complexes, ces notions paraissent rébarbatives et ne les passionnent donc pas. Par une communication simple, régulière et variée, nous devons les informer et les inviter à s'y intéresser, même à minima. Il n'y a pas de raisons de perdre de l'argent parce qu'on ne s'occupe pas de son patrimoine ou de payer plus d'impôts parce qu'on ignore qu'il y a des choses intéressantes à faire.

Par quels moyens se fait la communication au sein d'un cabinet de CGPI ?

Selon les cabinets, l'information peut avoir des formes bien différentes. Elle peut se traduire par une lettre trimestrielle, des flashs, des réunions ou des dîner-débats qui permettent aux clients de rencontrer et d'échanger avec nos partenaires financiers. Parfois, certains écrivent un livre, mettent en ligne des vidéos ou organisent un salon annuel de rencontres patrimoniales. D'autres disposent d'un site internet. Quelle que soit sa forme, une bonne communication est nécessaire. Elle permet à tous les épargnants de se familiariser peu à peu avec les arcanes de la gestion de patrimoine. ■