

Instit INVEST

L'antenne des investisseurs institutionnels

Le magazine



EPARGNE SALARIALE : *Les entreprises montent au créneau*

PORTRAITS



Eric Joseph,
Directeur des
investissements
de Sogecap.

UNE JOURNÉE À...



La **SACD**
s'appuie sur
17 partenaires
de gestion.

TÉMOIGNAGES



**Stéphane
Tortajada,**
Directeur
financement et
investissements
du groupe EDF.



Instit Investigation

LA FORCE DES RÉSEAUX À L'HEURE DU NUMÉRIQUE

LES RÉSEAUX TRADITIONNELS PLUTÔT MASCULINS ET FERMÉS SONT BOUSCULÉS PAR L'ÉMERGENCE DES RÉSEAUX SOCIAUX OÙ LES PERSONNALITÉS EN VUE SONT PLUS ACCESSIBLES. IL N'EN DEMEURE PAS MOINS QUE DANS LA FINANCE ET PLUS PARTICULIÈREMENT DANS LE MONDE INSTITUTIONNEL, ILS OCCUPENT TOUJOURS UNE PLACE IMPORTANTE POUR DYNAMISER UNE CARRIÈRE ET PROMOUVOIR UNE PROFESSION.



Jean-Pierre Maureau, Administrateur du Centre des professions financières et Président du Club des investisseurs de long terme.

Les réseaux dans la finance demeurent un sujet tabou. Ils sont peu évoqués sauf à être critiqués et associés à un pouvoir occulte. Pourtant, ils irriguent l'ensemble des secteurs économiques. Ces groupements formels et/ou informels d'individus permettent de faire circuler des informations de façon plus efficace et plus rapide que par les voies traditionnelles. Ces informations peuvent servir à leurs membres à titre individuel en leur conférant un avantage concurrentiel ou peuvent être utilisées pour défendre les intérêts d'un secteur. Une condition est indispensable pour en faire partie : les membres doivent partager les mêmes valeurs et/ou appartenir à un même groupe social. Ils s'apparentent ainsi d'une certaine façon à une caste que l'on intègre uniquement par cooptation, d'où la nécessité pour leurs membres d'afficher une certaine discrétion.

Dans le monde économique et financier, les réseaux sont multiples et s'entchevêtrent. Ils peuvent être liés à d'autres domaines du pouvoir comme la justice ou les médias, ou dédiés à un seul métier. « Le Siècle », par exemple, est un club fermé de décideurs économiques, politiques, du monde judiciaire ou encore artistique. Il a été créé en 1944 par Georges Bérard-Quélin, un résistant qui souhaitait faire dialoguer les élites de l'époque. Parmi les membres actuels, figurent plusieurs dirigeants d'établissement financiers, et il a été dirigé récemment par Denis Kessler, président de Scor. On y trouve aussi la fine fleur de l'élite française à savoir les inspecteurs généraux des finances, un corps d'Etat composé essentiellement d'anciens de l'ENA. Ces membres se réunissent une fois par mois lors d'un dîner à l'Automobile club ou au cercle de l'Union Interalliée. Ils échangent de façon informelle, créent des liens qui peuvent s'avérer très utiles y compris à titre personnel. Si ce type de clubs est ouvert à l'ensemble des dirigeants, d'autres sont spécialisés dans la finance, les membres se caractérisent alors, outre par leur position élevée au sein des firmes, par une certaine technicité car l'objectif affiché est de peser sur les débats et/ou de promouvoir une profession. Certains d'entre eux s'apparentent à des think tanks (laboratoires d'idées). C'est le cas du Cercle des économistes qui comprend une trentaine de membres, tous universitaires, mais exerçant ou ayant exercé des fonctions dans le secteur public ou privé, parmi lesquels on peut citer Patrick Artus, chef

économiste de Natixis ou encore Laurence Boone qui après avoir notamment officié chez Merrill Lynch, conseille depuis juin dernier le président de la République. Il est actuellement présidé par Jean-Hervé Lorenzi, qui est par ailleurs, conseiller du directoire de la Compagnie Financière Edmond de Rothschild. Plus marqué politiquement, Terranova, à gauche, et l'Institut Montaigne à droite, donnent aussi leur point de vue sur les réformes publiques et font des propositions. Et ils sont loin d'être les seuls à vouloir influencer sur les décisions politiques. Le Centre des professions financières, présidé par Michel Pébereau, l'ancien président de BNP Paribas, regroupe des responsables de compagnies d'assurance, de banques, de sociétés de gestion ou encore des métiers connexes comme ceux du chiffre. « Un des objectifs historique de l'association est de faire connaître et comprendre les métiers de la finance », indique Jean-Pierre Maureau, administrateur du centre. L'association tente également de défendre son point de vue auprès des organismes de régulation et/ou de tutelle. Il intègre une division dédiée aux institutionnels : le club des investisseurs de long terme. « Il compte une quarantaine de personnes, dirigeants ou responsables financiers de sociétés d'assurance,

Bien connaître son organisation professionnelle

Rien que pour le secteur des assurances, il en existe trois : la fédération française des sociétés d'assurance (FFSA), le GEMA pour les mutuelles d'assurance ou encore la FNMF qui regroupe également des mutualistes et il faut encore ajouter des organisations à visée transversale comme l'association française des investisseurs institutionnels (AF2I). « Nous adoptons lors des réunions des positions communes qui sont ensuite défendues auprès des pouvoirs publics en France et en Europe. Nous nous associons parfois à d'autres organisations professionnelles comme la FFSA ou encore la mutualité française (FNMF) », indique Arnaud Chneiweiss, le secrétaire général du GEMA qui regroupe 45 assureurs mutualistes. Ces organisations permettent aussi aux dirigeants de se côtoyer. « Nous organisons des commissions exécutives mensuelles où siègent les dirigeants des organismes adhérents », poursuit Arnaud Chneiweiss. Une démarche qui peut donc être utile à titre personnel.



Arnaud Chneiweiss, Secrétaire Général du GEMA

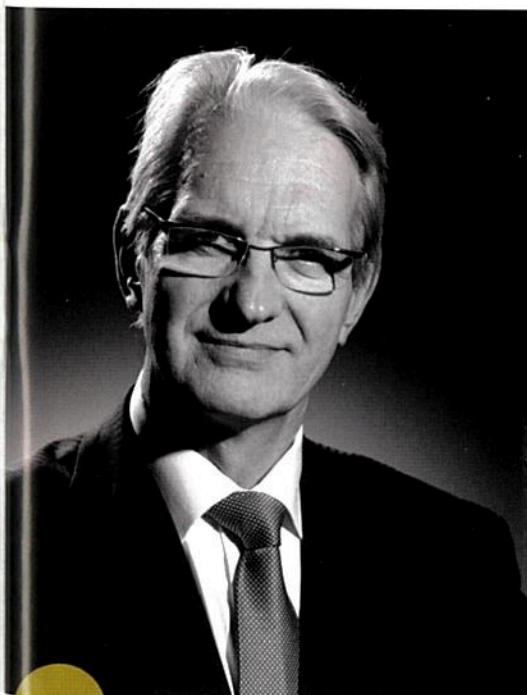
de mutuelles, de groupes de retraite ou de prévoyance, des responsables d'association de Place. Le club s'est organisé pour suivre les évolutions réglementaires, analyser les outils de financement utilisables par les institutionnels ou encore réfléchir sur le rôle social et responsable des investisseurs », détaille Jean-Pierre Maureau, son président.

S'exprimer librement

En parallèle, les organisations professionnelles constituent autant de lobbies cherchant à peser sur les décisions des pouvoirs publics (cf encadré). Il en va de même des réseaux informels. « Il y a une quinzaine d'années, j'ai créé un groupe informel qui réunit maintenant une soixantaine de personnes venant d'institutions financières, de la fonction publique et d'associations de Place, indique Jean-Pierre Maureau. Toutes apprécient

de pouvoir librement s'informer, échanger sur l'évolution de la réglementation ou la conjoncture économique ». Pour faciliter les échanges, le nombre de convives est limité à une douzaine de participants, les déjeuners ayant lieu plusieurs fois par trimestre. Si ces rencontres n'ont pas pour but de faire évoluer la carrière des participants, il n'en demeure pas moins que côtoyer des cadres dirigeants ou des membres de la haute administration peut s'avérer utile. D'autres clubs comme celui des assureurs créé par Jean-Pierre Zerba sont plus décomplexés quant aux différentes finalités d'un réseau. « Le club des assureurs est un lieu de rencontres, d'échanges sur le métier où des dirigeants ou même des courtiers peuvent se croiser dans un cadre convivial afin de se constituer un réseau, de créer des relations, de faire du business », déclare son fondateur.

De même, les associations d'anciens des grandes écoles ont vocation à aider leurs



Jean-Pierre Zerba, Secrétaire général du Club des assureurs



Charlotte Binche, Responsable des relations média et communication digitale chez Amundi

membres dans l'évolution de leur carrière en créant entre eux une solidarité. HEC, par exemple, dispose d'un vaste réseau d'anciens dans la finance fort de 6000 membres organisés autour de 6 pôles, dont un dédié à l'assurance ou encore un autre aux marchés de capitaux. « Le bureau organise de multiples conférences sur des thèmes permettant aux anciens élèves d'élargir leurs compétences, conseille ceux-ci à propos de l'évolution de leurs carrières ou encore les accompagnent en période de transition », détaille Hervé Claudin, co-président du pôle assurance d'HEC Alumni. De nombreux financiers issus d'écoles d'ingénieurs comme Polytechnique ou Centrale ou encore des Ponts, disposent des mêmes services. Plus anecdotique, les associations des docteurs en droit ou en économie peuvent jouer le même rôle, même si elles sont moins structurées en termes de suivi de carrière.

Face à ces regroupements classiques, de nouveaux réseaux gagnent en importance

voire les distancent, il s'agit des réseaux sociaux qui occupent une place grandissante au sein de la finance, comme en témoigne l'initiative d'un investisseur institutionnel. Alban Jarry, en charge du projet Solvabilité II à la Mutuelle Générale, a publié en juillet dernier, une enquête sur l'envolée des comptes Twitter dans la finance, la banque, et l'assurance. En quelques mois, le nombre de comptes aurait explosé. Pour son auteur, les réseaux sociaux sont maintenant incontournables. La plupart des institutionnels l'ont d'ailleurs bien compris. « Nous sommes encouragés par les directions générales à être présents sur les réseaux sociaux », témoigne Bruno Gabellieri, directeur des relations extérieures chez Humanis. Ils se distinguent des réseaux traditionnels par une ouverture nettement plus grande. Il est en effet beaucoup plus facile de rejoindre un groupe sur un réseau social que de pénétrer un club fermé dans lequel la cooptation est de mise. Pour Le Siècle, par exemple, tout nouvel entrant doit avoir été repéré par ses membres, sa candidature devant être validée par un conseil d'administration. Il en va de même des clubs informels sans même évoquer les longues procédures de recrutement pour intégrer la franc-maçonnerie, une confrérie qui serait très présente dans la finance et plus particulièrement dans l'univers mutualiste.

Des personnalités plus accessibles

Rien de tel sur Internet. « Les réseaux sociaux et notamment Twitter permettent d'accéder à des personnalités qui étaient auparavant inaccessibles, précise Charlotte Binche, relation médias chez Amundi. Ces personnalités répondent facilement à des sollicitations si elles sont intéressées ». Un point de vue largement partagé. « On peut y rencontrer des personnalités aussi influentes que dans les réseaux historiques », renchérit Florian Rey, responsable du Développement d'un

Une féminisation des réseaux

Les clubs et les cercles fermés intègrent une majorité d'hommes. Les femmes de la finance l'ont bien compris et ont créé leurs propres réseaux. Certains d'entre eux sont transversaux comme Vox Femina, quand d'autres sont dédiés à une entreprise comme Women in Natixis Network (WINN) dont l'un des membres fondateurs est Isabelle Reux-Brown, directrice des gestions de Vega Investment Managers. L'émergence de ces réseaux est facilitée par internet. « Les réseaux traditionnels sont peut-être plus occultes et probablement plus masculins, déclare Frédérique Cintrat,



Frédérique Cintrat, Directrice des gestions de Vega Investment Managers

qui appartient à diverses associations féminines comme Alter Egales de la CDC ou encore Financi'Elles. Les femmes veulent s'impliquer dans des réseaux qui leurs ressemblent davantage, mixtes ou féminins, pour leurs premiers pas dans le réseautage. Elles se sont appropriées de ce fait les nouveaux codes des réseaux sociaux. Il s'agit d'une véritable révolution ».



groupement de conseillers en gestion de patrimoine, fondateur d'un club sur les réseaux sociaux.

Les échanges n'y sont d'ailleurs pas que virtuels. Ils débouchent souvent sur des rencontres physiques. Le Cigar Social Club, par exemple, créé il y a un an et demi par Florian Rey et quelques acolytes, a vite été un succès. Une centaine de participants viennent maintenant aux manifestations organisées environ tous les deux mois. « Le Cigar Social Club est très ouvert. Il intègre des professionnels de la finance au sens large comme des traders, des patrons de sociétés de gestion, des journalistes financiers, des conseillers en gestion de patrimoine, mais aussi d'autres professions comme des avocats ou encore des inspecteurs des impôts », détaille Florian Rey. Son succès serait dû à la présence de participants très actifs sur les autres réseaux sociaux. « Dès le début des personnalités influentes ont participé à l'événement comme Jean-Charles Simon, créateur de Facta Media, Michel Audéban, directeur général de Gemway Asset Management, Jérôme Dedeyan, président de Debory Eres et chroniqueur sur BFM Business ou encore Fabrice Pelosi, responsable Marketing de Saxo Banque et chroniqueur pour Capital », précise Florian Rey. Des rencontres qui peuvent être utiles aux participants. « Au delà d'un moment agréable autour du cigare, ces événements ont permis de mettre en place des partenariats, de recruter des collaborateurs et surtout de se créer une communauté virtuelle

« **Le Cigar Social Club est très ouvert. Il intègre des professionnels de la finance au sens large comme des traders, des patrons de sociétés de gestion, des journalistes financiers, des conseillers en gestion de patrimoine, etc.** », détaille Florian Rey.



Florian Rey, Responsable du développement chez Patrimoine Consultant

disponible », se félicite Florian Rey. Une nouvelle façon de faire du business et de se tenir informé. « Les réseaux sociaux comme Twitter, LinkedIn et Viadeo me permettent de faire une veille permanente sur mon secteur : que se passe-t-il ? Qui fait quoi ? Qui parle avec qui ? Ils constituent une source inépuisable d'informations, une opportunité de renforcer les liens professionnels, et génèrent des opportunités d'affaires », affirme Frédérique Cintrat, directrice commerciale et marketing à la CNP, élue par un jury de professionnels meilleure commerciale de l'année en 2013 et « femme de l'année dans l'assurance 2013 » par les internautes. Une personnalité qui, comme d'autres, a bien compris l'intérêt de se constituer son réseau sur Internet. ■

Claire Nizard

L'Objectif principal ? Le lobbying

La multiplication des réglementations depuis le début de la crise financière mobilise la finance dans son ensemble y compris les investisseurs institutionnels. Tous les moyens sont bons pour faire entendre leurs voix, si les organisations professionnelles sont en première ligne, elles ne sont pas suffisantes. « Les anglo-saxons sont très présents à Bruxelles contrairement à la plupart des pays européens y compris la France où les lobbies sont moins développés et moins structurés », indique Bruno Gabellieri, directeur des relations extérieures chez Humanis. De plus en plus d'acteurs économiques n'hésitent plus à défendre eux-mêmes leur position au niveau européen. « La plupart des compagnies d'assurance et des banques du CAC 40 disposent en plus des associations professionnelles de leur propre représentation à Bruxelles », ajoute indique Bruno Gabellieri.