

# Permettre aux professionnels du conseil

*Fidroit organise son traditionnel colloque le 8 juin prochain. L'occasion de faire le point avec Olivier Rozenfeld sur le développement de la communauté de conseillers en organisation patrimoniale (COP) annoncée lors de la précédente édition.*

**Investissement Conseils : L'an passé, vous présentiez votre projet de créer une communauté de conseillers en organisation patrimoniale (COP). Pourriez-vous nous représenter votre démarche ?**

**Olivier Rozenfeld :** Il s'agit de créer une communauté de professionnels avec qui nous partageons le double constat suivant. D'une part, les professionnels du patrimoine exerçant leur activité, avant tout dans une dimension de conseil, ne sont pas clairement identifiés par la clientèle finale. D'autre part, ces mêmes professionnels ne tirent pas toute la quintessence de leur action de formation en termes de rémunération. Dans la mission du CGP, nous distinguons deux phases, encore aujourd'hui confondues, que sont le conseil en organisation patrimoniale pur et l'intermédiation. Or, la phase de conseil est l'acte fondateur de la phase d'intermédiation. Il faut les séquencer pour leur donner chacune une valeur pleine et entière.

“ Dans la mission du CGP, nous distinguons deux phases, auparavant confondues, que sont le conseil en organisation patrimoniale pur et l'intermédiation. Or la phase de conseil est l'acte fondateur de la phase d'intermédiation. ”

La communauté de COP et les services associés visent donc à créer les conditions pour qu'ils apparaissent aux yeux de la clientèle finale comme des acteurs différents, répondant aux évolutions en termes de consommation, de parcours clients, aux « douleurs » associées à chaque moment de vie. Dans cette perspective, nous associons l'humain et le digital. En effet, l'image du CGP est généralement réduite à celle d'un vendeur de produits. Nous l'observons, à l'identique, chez les FinTechs en BtoC, l'idée de produit intervient très, voire trop rapidement dans le parcours client. Notre plate-forme va



Olivier Rozenfeld, président de Fidroit.

à l'encontre de cela et place le conseil au client au centre du dispositif avec, comme moteur, les outils et moyens de Fidroit, une société disposant de plus de vingt années d'expérience et qui adopte les règles de fonctionnement d'une start-up dans cette démarche.

**Sur l'année écoulée, comment avez-vous avancé sur ce projet ?**

**O. R.** Pour que notre démarche soit admise et partagée

et pour vérifier, valider et enrichir nos analyses du marché, nous avons organisé jusqu'en mars dernier des ateliers de travail sur différentes thématiques. Cela nous a également permis de sonder le niveau d'adhésion à nos propositions. Quarante-cinq professionnels y ont participé, et je les en remercie. Pour les CGP, il s'agit d'un relais de croissance, mais également d'un acte militant : à travers nous, ils font valoir leur conviction de placer le conseil au sommet de leur démarche et font comprendre au marché que les enjeux associés sont importants pour la profession. Avec eux, nous avons pu affiner l'élaboration de notre plate-forme Internet, mais aussi la mise en place d'un certificat de COP et d'une équipe interprofessionnelle. Il s'agit réellement d'une coconstruction dont Fidroit est le porte-parole.

**Cette initiative mêle donc le digital et l'humain...**

**O. R.** Nécessairement. Cette démarche est innovante et donc expérimentale, et nous ferons bouger les lignes en fonction des demandes et des réactions des utilisateurs du site. Ces derniers ne connaissent pas les COP : notre challenge est d'installer cette réalité, alors qu'ils

n'en connaissant pas toujours l'utilité ou les fonctions. Beaucoup peuvent aussi se considérer, à tort, comme en dehors du spectre. Via le digital, assez paradoxalement, nous montrerons aux clients finaux que l'intervention humaine se justifie dans de nombreux cas car, dans notre domaine, la psychologie et le relationnel restent déterminants. Le parcours client proposé permettra, par des réponses à de sujets ciblés, de lui faire prendre conscience d'éléments plus importants. Quant au digital, il apporte une réponse à un besoin d'instantanéité et apporte de nouveaux modes de communication parfois plus appropriés.

# d'être identifiés comme tels

## Quand et comment le particulier est-il mis en relation avec le CGP ?

**O. R.** Pour les questions d'un premier niveau, le particulier pourra rechercher ses réponses sur la partie éditoriale du site. Ensuite, nous revisitons l'idée de service en lui proposant des approches ludiques, comme des psycho-tests, des quiz sur des sujets tels que les régimes matrimoniaux, pour lui faire prendre conscience qu'il a peut-être parfois sous-estimé ses choix passés. Nous innovons également avec une rubrique « Challenge ton conseil » qui permet au particulier déjà conseillé d'avoir l'avis de Fidroit avant de prendre une décision avec son CGP. Tout cela pour apporter de la culture patrimoniale à une population qui, dans 90 % des cas, déclare avoir réalisé des opérations sans en maîtriser les conséquences et qui peuvent finalement se révéler incohérentes. Fidroit sera le premier interlocuteur car le digital nécessite de l'instantanéité. Nous avons fortement recruté dans ce sens. Les contacts se feront par téléphone. La réassurance de l'utilisateur est primordiale sur le digital car il y règne toujours un climat de méfiance.

Ensuite, s'il souhaite entrer en contact avec un conseiller, trois à quatre praticiens seront sélectionnés au sein de l'annuaire avec une présentation de leurs spécificités. Chaque cabinet pourra ainsi créer son profil, comme sur les réseaux sociaux : coordonnées, identification réglementaire, outils utilisés, principales compétences... A l'image de plates-formes, comme Doctolib, Avvo, Rocket Lawyer, la prise de contact pourra se faire en ligne. Au final, le client sera en capacité de poser un regard critique sur sa situation patrimoniale et pourra fabriquer avec son conseiller les nouvelles réponses à ses besoins et objectifs. La plate-forme sera accessible depuis notre site *corporate* qui proposera deux entrées : une réservée aux professionnels, l'autre aux particuliers.

## Combien de cabinets ont émis le souhait de vous rejoindre ?

**O. R.** Alors que le projet est encore, pour partie, en construction, puisque notre plate-forme n'est pas encore en ligne, entre 150 et 200 partenaires devraient avoir adhéré d'ici au colloque (120 aujourd'hui après trois semaines d'ouverture de l'annuaire). Ensuite, nous pensons que l'effet d'entraînement sera fort, via le colloque, mais également durant l'été, puisque nous allons présenter le service pour une ouverture et le lancement de la campagne de communication à l'automne auprès des particuliers. Je rappelle que nous prenons tout en charge. Les CGP ont tout à y gagner. Nous leur proposons une réponse à la hauteur de leurs enjeux en termes de développement et de réponse aux besoins clients. Plus que jamais, les conseils en gestion de patrimoine doivent faire valoir leurs compétences !

“ Via le digital, assez paradoxalement, nous allons montrer aux clients finaux que l'intervention humaine se justifie dans de nombreux cas car, dans notre domaine, la psychologie et le relationnel restent déterminants. ”

## De quelle façon vous assurez-vous de la qualité des CGP présents dans l'annuaire ?

**O. R.** Nous allons mener des enquêtes auprès des utilisateurs du site – qui ne seront visibles que par Fidroit – pour nous assurer que le partenaire respecte les engagements de la charte de qualité.

## Et en cas de prescription d'un produit exotique ou d'une opération qui tourne mal...

**O. R.** Le séquençage des phases de conseil et d'intermédiation est clair, et présenté comme tel à l'utilisateur. Notre intervention se limite à la première phase, ce qui se passe ensuite est de la responsabilité pure et simple du cabinet. C'est aussi cette démarche duale qui est novatrice et sera appréciée du client.

## Vous indiquez également avoir constitué une équipe interprofessionnelle...

**O. R.** Tout à fait, nous avons sélectionné des notaires et avocats que nous côtoyons de longue date afin d'assurer la bonne fin des opérations. Ils s'engagent sur une charte de qualité qui les contraint à respecter le parcours de satisfaction de clientèle, notamment dans les délais de prise en charge. Cela valorise également le CGP comme un professionnel capable de mobiliser des experts aguerris dans leur domaine. Actuellement constituée de quinze structures, cette équipe sera amenée à grandir avec le projet.

## Un mot sur le certificat de COP ?

**O. R.** La première promotion devrait débuter en début d'année prochaine, en compagnie d'universités dont je ne peux encore révéler le nom. Il s'agit ici de proposer une formation permettant au professionnel de se positionner comme un acteur du conseil et de structurer sa démarche. Par exemple, un module permettra de savoir comment rédiger une lettre de mission quand plusieurs conseils interviennent dans la chaîne de valeur.

■ Propos recueillis par Benoît Descamps