

MÉTIER

Ces conseillers dédiés aux étrangers

Peu nombreux et particulièrement discrets, des CGPI se sont spécialisés sur une clientèle patrimoniale aux besoins très spécifiques : les étrangers résidant en France.



Tout d'abord, il y a l'apparence : des cabinets aux noms étrangers, parfois un léger accent ou un patronyme venu d'ailleurs. Ensuite, il y a l'envers du décor : la maîtrise parfaite d'au moins deux langues et, surtout, d'au moins deux systèmes juridiques et financiers. Qu'elles s'appellent Spectrum IFA Group France, Riviera Financial Planning, Riviera MultiFinance, Anthony & Cie ou Siddalls France, ces structures ont pour point commun d'être spécialisées sur un créneau bien spécifique, celui de la clientèle étrangère installée en France ou prête à le faire. Un marché plus important qu'on ne le croit : 3,5 millions d'étrangers vivent en métropole, dont 1,4 million d'Européens, 128 000 Britanniques, 90 000 Allemands, 34 000 Néerlandais ou 111 000 Américains ont choisi notre pays pour y travailler ou y couler des jours heureux de retraités. Des foyers aux profils patrimoniaux plus complexes qu'il n'y paraît : « Très peu de personnes peuvent les aider », précise Robert Anthony, dirigeant d'Anthony & Cie. *Je suis d'origine anglo-saxonne et c'est une valeur ajoutée. Car il n'y a pas que la langue comme barrière, il faut aussi comprendre le fonctionnement d'un Anglais, ce qu'il a dans la tête. La position d'un Français diffère sur beaucoup de points de celle d'un anglo-saxon. Ainsi, si le concept latin vise à éviter les impôts, mes clients, eux, souhaitent disposer avant tout d'une bonne planification patrimoniale. Autrement dit, ils entendent utiliser intelligemment la loi française, même s'il s'agit de payer des impôts.*

Des spécificités culturelles et juridiques

Loin de choisir la France pour des raisons d'évasion fiscale, la clientèle étrangère souhaite en effet s'y installer

durablement. Elle recherche « *un mode d'emploi afin de comprendre comment fonctionne l'investissement immobilier – résidence secondaire ou investissement locatif – et financier en France*, explique Stéphane Chamouret, gérant de Riviera MultiFinance. *Les patrimoines sont très internationaux avec souvent des interactions dans plusieurs pays, dont la France, avec des membres de la famille parfois installés dans différents pays* ». Chaque pays d'origine a ses spécificités financières propres qu'il faut maîtriser pour bien conseiller le client en France. « *Nos clients ne connaissent pas les règles qui s'appliquent ici. L'organisation de leurs patrimoines avec des produits et montages étrangers ne va pas toujours leur apporter les mêmes avantages fiscaux une fois installés en France. Il faut donc repenser l'intégralité de leur patrimoine* », illustre Rupert Holderness, directeur général de Siddalls France.

Ainsi, les Anglais peuvent déshériter leurs enfants et donner tous leurs biens à la personne de leur choix, chose impossible en France. « *Il y a donc tout un travail à faire pour protéger le conjoint survivant quand un couple s'installe en France* », ajoute Rupert Holderness. Pour les résidents originaires d'Europe du Nord, c'est un autre cas de figure qui se pose : « *Dans cette région, il est fréquent de mettre en place des fondations d'entreprise et des trusts. Or, en France, ces structures ne sont pas reconnues par l'administration fiscale. Enfin, des précautions doivent être prises avec les SCI* », résume Yves Derrien, le patron de Riviera Financial Planning. En plus de ces différences juridiques et réglementaires, les incompréhensions linguistiques posent également parfois problèmes : « *Il y avait en Angleterre un produit qui répondait au nom de PEP, mais il n'avait rien à voir avec*

« Les produits et montages étrangers ne vont pas toujours apporter les mêmes avantages fiscaux une fois installés en France. Il faut donc repenser l'intégralité du patrimoine »

Rupert Holderness, Siddalls France



« En France, la gestion de fortune est monopolisée par les banques »

Robert Anthony, Anthony & Cie

le PEP français », souligne Rupert Holderness.

Un segment bien particulier

Confronté à des problématiques complexes, le marché de la clientèle étrangère est donc devenu un segment à part. En toute logique, les professionnels anglais se sont montrés très offensifs sur le créneau, n'hésitant pas à traverser la Manche il y a déjà quelques années pour épauler leurs compatriotes. Ce fut notamment le cas en 1989 pour le cabinet Anthony & Cie (18 personnes, 250 clients), installé sur la Côte d'Azur (Sophia Antipolis) et à Paris. Mais aussi au milieu des années 1990 avec l'arrivée du britannique Siddalls (14 personnes, environ 4 500 clients et 75 millions d'euros de collecte en assurance vie), dont le siège français est à Bordeaux et qui dispose de bureaux à Nantes et Aix-en-Provence. Ou encore de Spectrum IFA Group France installé à Valbonne depuis 2003 et travaillant dans les principales zones d'implantations touristiques : Côte d'Azur, Provence, Bretagne, Toulouse, Dordogne et Limousin. Ses clients ? « *Des personnes qui parlent anglais mais pas nécessairement des Anglais. Il peut s'agir de Scandinaves, de Néerlandais, d'Américains, d'Allemands, d'Australiens ou de Sud-Africains* », précise Tim Yates le patron France de la structure qui annonce 1 500 à 2 000 clients présents dans l'Hexagone.

Plus exceptionnellement, certains Français se sont eux-aussi positionnés sur la clientèle internationale. C'est le cas notamment d'Yves Derrien, le patron de Riviera Financial Planning (deux personnes) basé à Antibes qui a pour clients des Européens du Nord. « *J'ai toujours travaillé avec cette clientèle notamment quand j'étais dans des banques privées tels que le CCF et dans le groupe Crédit Agricole* ». Stéphane Chamouret, le fondateur de Riviera MultiFinance, à Mandelieu, près de Cannes, s'est quant à lui spécialisé dans le conseil financier et immobilier auprès d'une clientèle internationale. « *50 % de ma clientèle est française et 50 % internationale, plutôt européenne et anglophone* », précise-t-il.

Adéquation des statuts

Ces structures – et notamment les CGPI étrangers qui opèrent en France – sont censées répondre à la législation française. « Il est important avant de s'adresser à elles de bien vérifier leurs agréments et statuts en France. Certains pensent avoir des équivalences qui correspondent au statut de CIF mais ce n'est pas le cas », précise un CGPI qui préfère rester anonyme. The Spectrum Group, tout comme Siddalls, disposent d'un statut de courtier d'assurance. « Nous sommes en cours de démarche pour obtenir le statut de CIF », ajoute Rupert Holderness. Un statut que possèdent déjà Yves Derrien, Anthony & Cie et Riviera MultiFinance, tous trois démarcheurs et courtiers également.

Intéressés par les évolutions de la législation française touchant leurs clients ou les concernant dans l'exercice de leurs professions, ces conseillers peinent à se retrouver pleinement dans les associations et autres regroupements de professionnels de la gestion de patrimoine. Inscrit depuis plusieurs années au CFP, Siddalls avoue « ne plus s'y reconnaître et être à la recherche d'une



« Les patrimoines sont très internationaux avec souvent des interactions dans plusieurs pays »
 Stéphane Chamouret, Riviera MultiFinance

association agréée par l'AMF en vue de l'obtention du statut de CIF ».

Robert Anthony, membre de la CIP et de la CGPC, dit apprécier le travail mené par Patrice Pomniaret et Claude Bensoussan et note que « globalement, notre clientèle diffère de celle des CGPI classiques dans la mesure où elle est essentiellement haut de gamme. Toutefois, les quelques clients étrangers sont souvent confiés à des cabinets francophones alors que des cabinets spécialisés comme le nôtre existent. J'offre volontiers à mes deux syndicats et à mes collègues mon aide pour tout ce qui touche à l'international. Aujourd'hui, il n'est pas évident pour nous de trouver des confrères et collègues pour collaborer ensemble. » Confiant, il estime qu'avec « le regroupement des cabinets, les choses de vraient évoluer ». À ce jour, il faut dire que les CGPI « classiques » ne s'intéressent guère aux problèmes patrimoniaux de la population étrangère. Stéphane Chamouret avance une explication : « L'étranger fait souvent peur, pour des problèmes de langue, de culture et d'origine des fonds. Si bien que les CGPI français laissent souvent le champ libre aux étrangers. »

Concurrence des banques

Les banques et notamment les banques privées s'affichent en revanche comme les principaux concurrents des conseillers pour étrangers. « Il y a un vrai problème en France car la gestion de fortune est monopolisée par les banques, notamment les départements de clients privés qui sont très agressifs vis-à-vis de la clientèle étrangère », note Robert Anthony. Il en est autrement en Angleterre où les conseillers indépendants dominent largement le marché. »

De fait, certaines structures connues comme Barclays ont logiquement fait des étrangers une cible prioritaire mais c'est le cas également, de manière plus surprenante, d'acteurs comme BNP Paribas qui ont ouvert dans certaines villes, comme Cannes, des agences multilingues spécialisées dans la clientèle des expatriés. Preuve que le marché est porteur, des institutions moins connues, comme la Jyske Bank, une banque privée danoise qui exerce à Cannes, se sont installées en France pour y accorder leurs services aux riches expatriés. ■

Caroline Dupuy

GESTION DE FORTUNE
 LE MAGAZINE DE LA GESTION PRIVÉE

notre **NOUVEAU SITE,**

www.gestiondefortune.com

The advertisement features a large image of the 'Gestion de Fortune' magazine cover. The cover includes the title 'Gestion de Fortune' and 'Le Magazine de la Gestion Privée'. It lists various topics: 'L'actualité boursière en continu', 'Actuellement en kiosque', 'Abonnement Express', 'L'abonnement', and 'Nos manifestations'. A prominent financial chart shows 'S&P 500' with a value of '12:57' and '1342.08'. Below the magazine image is a subscription form with fields for 'Nom', 'Prénom', 'Adresse', 'Code postal', 'Ville', 'Pays', and 'Moyen de paiement'. The website address 'www.gestiondefortune.com' is displayed at the bottom of the ad.