



Les clubs d'actionnaires, pour des relations privilégiées avec les sociétés

Echanges En amont des prochaines assemblées générales, il peut être intéressant d'intégrer ces structures facilitant le contact direct entre les entreprises et leurs actionnaires individuels par l'information et la fidélisation.

01 Un club, pour quoi ?

Les plus anciens ont été créés dans les années 1990 par de grands groupes du Cac 40. Le doyen est ainsi le club d'actionnaires de Société Générale, lancé en 1992. 30 ans plus tard, les nouveaux venus émanent surtout de petites sociétés (voir le tableau ci-dessous).

Le club ou cercle vise à « soigner » et fidéliser les actionnaires individuels. Le vivier peut être important, en effet, avec 46.000 membres pour le cercle de BNP Paribas, près de 15.000 pour celui d'Axa ou 7.300 chez Vivendi. Ces véhicules sont à distinguer des clubs d'investissement, créés à l'initiative d'épargnants désireux d'investir en commun dans un portefeuille boursier.

Ils diffèrent aussi des comités consultatifs, formés de 12 à 15 actionnaires individuels (voire salariés) sélectionnés par l'entreprise pour des réunions de travail sur sa communication financière.

Certains groupes ont à la fois club et comité, d'autres l'un ou l'autre, et trop de ténors du Cac 40 ni l'un, ni l'autre... Les fusions ont causé, par ailleurs, la disparition de clubs, comme récemment chez Suez (depuis l'OPA de Veolia) et Peugeot, marié avec Fiat Chrysler.

Pour adhérer (la démarche est détaillée sur le site des sociétés), détenir au moins une action au porteur ou au nominatif suffit souvent. Les groupes les plus exigeants sont aussi ceux qui offrent un riche programme d'événements. Le cercle de BNP Paribas requiert un minimum de 200 actions mais permet d'accéder à plus de 350 manifestations. Chez Vivendi, pourtant très actif aussi, une action suffit !

02 Information dédiée

Les clubs d'actionnaires permettent une information privilégiée à double sens par le lien direct qu'ils créent entre l'entreprise et ses actionnaires. La première bénéficie ainsi d'une meilleure connaissance des seconds, surtout lorsque les actions ne sont pas détenues au nominatif.

En amont de leur assemblée générale, par exemple, de grands groupes, comme Engie et LVMH, utilisent ce vivier d'actionnaires individuels pour les sonder sur les thèmes qui les intéressent. Les actionnaires, de leur côté, reçoivent une information régulière sur la vie de l'entreprise et ses grands rendez-vous, tels que les résultats et l'assemblée, grâce à des lettres et magazines dédiés, au rapport annuel et, pour les plus actives, à des réunions d'information en région ou lors de salons parisiens, comme l'Investir Day, et aux visites de sites, très appréciées.

Le numérique a permis de multiplier les sources d'information et, surtout, de toucher davantage de monde, souligne Vivendi, évoquant le succès du « replay » de ses réunions dans les métropoles régionales. On peut citer aussi les webinaires avec les dirigeants ou des vidéos sur les métiers (Engie en propose actuellement une sur sa centrale de production de froid sous le palais de Tokyo, à Paris) et des visites virtuelles. Certains grands groupes, enfin, proposent des formations à la Bourse (via l'École de la Bourse). Toutes les informations sont, dans le meilleur des cas, détaillées sur des pages dédiées au club sur le site Internet des entreprises, avec numéro de

téléphone (pas toujours Vert) et adresse mail spécifiques.

03 Fidélisation

La pandémie calmée, les agendas des clubs les plus actifs se sont regarnis, comme on le constate avec les programmes d'Engie (qui organise également des événements pour ses actionnaires

belges), des banques ou de Vivendi, où l'on confirme que « le physique apporte une indéniable chaleur humaine et des échanges plus poussés avec nos actionnaires ».

Les invitations à des événements sportifs et culturels, des visites guidées de musées et d'expositions, en lien avec les activités de l'entreprise ou, le plus souvent, son mécénat (le rugby ou la Philharmonie de Paris, par exemple, pour Société Générale), sont des outils privilégiés pour rencontrer et fidéliser ses actionnaires individuels, y compris en province où les

grands groupes sont soucieux de les convier aussi aux événements locaux (opéra, théâtre...). Pour les producteurs de vins et spiritueux (LVMH, Pernod Ricard, Rémy Cointreau, Lanson-BCC), caves et chais sont des lieux bénis pour les visites, privées ou non, les dégustations, les cours de « pastisologie » chez Pernod Ricard, et, plus généralement, pour proposer à la vente des produits et tarifs exclusifs. L'assureur Axa aussi offre, de longue date aux membres de son cercle, des prix préférentiels pour les grands crus de sa filiale Axa Millésimes.

Plus généralement, les remises sur les produits « maison » sont l'un des axes de fidélisation des clubs. Rappelons au passage que





LVMH, propriétaire d'Investir, propose aux membres de son club un abonnement à tarif préférentiel à notre hebdomadaire.
— C. L. C



La moitié des entreprises du Cac 40 sont dotées d'un club ou d'un cercle

SOCIÉTÉ (MNÉMO)	DATE DE CRÉATION	CONDITIONS D'ADHÉSION
CAC 40 (LISTE NON EXHAUSTIVE)		
AXA (CS)	1997	1 action (adhésion automatique au nominatif)
BNP PARIBAS (BNP)	1995	200 actions
CARREFOUR (CA)	2014	100 actions au porteur ou 1 au nominatif
CRÉDIT AGRICOLE (ACA)	2002	50 actions au porteur ou 1 au nominatif
ENGIE (ENGI)	2006 et 1998*	50 actions
LVMH (MC)	1994	1 action
ORANGE (ORA)	1997	20 actions et une adresse mail valide
PERNOD RICARD (RI)	2006	24 actions
RENAULT (RNO)	1995	1 action et une adresse mail valide
SAFRAN (SAF)	2005	1 action au porteur ou au nominatif
SAINT-GOBAIN (SGO)	2010	1 action (adhésion automatique au nominatif)
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE (GLE)	1992	100 actions au porteur ou 50 au nominatif
TOTALENERGIES (TTE)	2000	100 actions au porteur ou 50 au nominatif
VINCI (DG)	2001	1 action (adhésion automatique au nominatif)
VIVENDI (VIV)	2010	1 action
(*) GDF et Suez, à l'origine d'Engie, avaient chacun un club avant leur fusion.		
HORS CAC 40 (LISTE NON EXHAUSTIVE)		
ACCOR (AC)	2000	50 actions au porteur ou 1 au nominatif
AÉROPORTS DE PARIS (ADP)	2006	50 actions au porteur ou 1 au nominatif
AIR FRANCE-KLM (AF)	2013	50 actions au porteur ou au nominatif



ARKEMA	2007	25 actions au porteur ou 5 au nominatif
ARCHOS (ALJXR)		1 action
AUDACIA (ALAUD)	Janvier 2022	Etre actionnaire ou souhaiter le devenir
CLARANOVA (EX-AVANQUEST)	2017	1.000 actions au porteur ou au nominatif
COMPAGNIE DES ALPES	2005	1 action
COMPAGNIE DU MONT-BLANC (MLCMB)		1 action au nominatif
EDF (EDF)	2006	1 action
EDENRED (EDEN) (ECLUB)		30 actions au porteur ou 1 au nominatif, et une adresse mail active
ENERGISME (ALNRG)	Janvier 2022	1 action au porteur ou au nominatif
ENERTIME (ALENE)		NC
FDJ (FDJ)	2019	1 action
GETLINK (EX-EUROTUNNEL) (GET)		Pas de club mais avantages tarifaires pour les inscrits au nominatif
INNATE PHARMA (IPH)	2012	1 action
LANSON-BCC (ALLAN)		1 action
LUCIBEL (ALUCI)	Fin 2022	Au moins 1.000 actions pendant au moins trois mois
RÉMY COINTREAU (RCO)		1 action
SCOR (SCR)	2016	100 actions au porteur ou 1 au nominatif
SODEXO (SW) (E-CLUB)	Octobre 2019	1 action au porteur ou au nominatif
TOOSLA (ALTO)	Février 2023	1 action
VALEO (FR) (E-CLUB)	2017	50 actions au porteur ou 1 au nominatif
VALLOUREC (VK)		100 actions au porteur ou 1 au nominatif

