

10^{ème} édition du Baromètre du marché des Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants (CGPI) et de leurs clients



Sous l'impulsion du digital, plus de 9 CGPI sur 10 s'attendent à une profonde transformation de leur métier dans les 10 ans

BNP Paribas Cardif publie les résultats de la 10^{ème} édition du Baromètre du marché des Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants (CGPI) et de leurs clients¹. Conduit avec KANTAR TNS, un des leaders mondiaux des études marketing, le baromètre porte sur la perception de la profession par les CGPI, mais également par leurs clients et prospects.

A l'occasion des 10 ans du baromètre, BNP Paribas Cardif revient sur les principales évolutions survenues au cours de la dernière décennie, fait le point sur l'impact de la digitalisation et présente la vision des CGPI pour les 10 prochaines années. Le baromètre dévoile trois principaux enseignements :

- Les CGPI conservent une perception positive de leur activité pour la 3^{ème} année consécutive,
- La digitalisation est perçue avant tout comme une opportunité par les CGPI,
- Portés par la confiance de leurs clients, les CGPI restent sereins sur leurs perspectives de développement.

« Le regain d'optimisme affiché par les CGPI depuis 2014 se confirme cette année. Ils perçoivent la digitalisation comme une opportunité, notamment pour faire face à la réglementation de leur activité, enjeu phare de la profession depuis 10 ans. Forts de leurs atouts que sont la qualité du conseil et la gestion de patrimoine sur mesure, les CGPI demeurent confiants pour la décennie à venir », déclare Jean-Christophe Boccon-Gibod, Responsable du développement commercial du réseau Cardif et partenaires de BNP Paribas Cardif France.

Une perception positive de l'activité pour la 3^{ème} année consécutive

Fort des 10 ans d'ancienneté de son baromètre, BNP Paribas Cardif s'est penché sur la décennie écoulée pour identifier les évolutions survenues au fil des ans.

Si le moral des CGPI a pu fluctuer face aux instabilités des marchés constatées ces dernières années, ils sont aujourd'hui **88% à considérer que leur profession se porte bien (+2 points par rapport à 2015)**. Le regain d'optimisme constaté depuis l'année 2014 (81%) est donc toujours de mise chez les CGPI, pour la troisième année consécutive.

¹ Méthodologie : enquête téléphonique réalisée avec KANTAR TNS du 30 mai au 18 juin 2016 auprès :

- d'un échantillon de 301 CGPI. Les interviews ont été réalisées à partir d'un fichier de 2 857 cabinets, représentatifs du marché des CGPI, soit un taux de sondage de 10,5% (représentativité assurée par quotas sur la taille de la structure et la région)
- d'un échantillon de 502 clients et prospects des CGPI, détenant un patrimoine financier de 75 000 euros et plus (représentativité assurée par quotas sur le sexe, l'âge, la région et l'épargne personnelle)



En 2016, **plus des trois quarts des CGPI (79%) pensent que leur situation financière est comparable ou meilleure à celle de 2015**. L'état d'esprit des CGPI étant étroitement lié aux évolutions et aux conditions du marché, en 2008, seuls 42% des CGPI interrogés percevaient leur situation financière comme identique ou meilleure à celle de l'année précédente.

En matière de collecte brute, après deux années de hausse, un certain fléchissement est observé avec 2,9 millions d'euros en moyenne en 2015, contre 3,3 millions en 2014. Cependant, **les prévisions de collecte restent optimistes en 2016, une majorité de CGPI (55%) tablant sur une augmentation**.

Depuis 10 ans, un enjeu domine au sein de la profession : **l'adaptation à la réglementation**. Comme en 2007, la quasi-totalité de la profession considère encore qu'il s'agit de son défi principal, face à une réglementation qui se complexifie.

Par ailleurs, si près de 9 CGPI sur 10 pensent qu'il est nécessaire de se diversifier, un paradoxe demeure : **la structure du portefeuille d'activités des CGPI a peu évolué depuis 2007** et reste focalisée sur l'assurance vie. Ce produit d'épargne plébiscité par les CGPI représente en moyenne 53% des produits qu'ils distribuent contre 50% en 2007, suivi de l'immobilier qui a néanmoins accusé une légère baisse depuis la première édition du baromètre (14% des produits distribués en 2016 contre 20% en 2007).

Une transformation digitale synonyme d'opportunités pour les CGPI

L'influence du digital sur leur activité est ressentie par ces professionnels comme étant de plus en plus forte : **58% d'entre eux affirment que le digital a modifié leur activité**, contre 50% en 2015. Cette digitalisation est perçue comme **une opportunité** car elle facilite la souscription des contrats et permet une gestion des contrats plus performante.

Si les outils digitaux traditionnels (emails, SMS) sont bien installés dans les échanges avec la clientèle, on constate **un intérêt croissant pour d'autres technologies** : les clients des CGPI aimeraient utiliser la visio-conférence (pour 22% d'entre eux) et la messagerie instantanée (20%) pour communiquer avec leur CGPI. A ce jour, seulement 3% des clients utilisent ces outils pour échanger avec leur conseiller.

Les plateformes de conseil automatisées, également appelées *robo-advisors*, bénéficient auprès des clients d'une bonne notoriété compte-tenu de leur nouveauté sur le marché français : 31% des clients de CGPI en ont déjà entendu parler. Cependant, leur usage est pour le moment quasi-inexistant, avec un potentiel plutôt limité : **seuls 16% des clients seraient prêts à utiliser des *robo-advisors***, et ce, principalement en complément de leur CGPI. Uniquement 6% des utilisateurs potentiels l'envisageraient en remplacement.

L'importance de **la relation humaine et la confiance en l'expertise des CGPI restent primordiales** pour les clients des CGPI et constituent les principaux remparts à l'utilisation de ces plateformes de conseil automatisées : 86% des réfractaires privilégient le contact humain et 65% font davantage confiance à l'expertise d'un CGPI.

Pour leur part, **52% des CGPI envisagent les *robo-advisors* comme une opportunité d'optimiser leurs missions d'allocation d'actifs** tandis que 35% estiment que ces plateformes viennent concurrencer leur activité.

Des CGPI sereins quant à la décennie à venir, portés par la confiance de leurs clients

Plus de 9 CGPI sur 10 (93%) sont convaincus que **leur profession est amenée à se transformer fortement d'ici les 10 prochaines années**.

La transformation digitale figure parmi les nouveaux défis qui les attendent pour la décennie à venir : près des trois quarts d'entre eux estiment qu'**ils devront s'adapter à la transformation digitale de l'activité** (74%) et **aux nouveaux outils digitaux** pour communiquer avec leurs clients et gérer l'activité (72%).

Si 52% des CGPI affirment que **faire accepter la facturation d'honoraires** est l'un des challenges majeurs actuels de la profession, ils sont 73% (+21 points) à l'évoquer dans les défis des 10 prochaines années. Même constat sur l'enjeu des ressources humaines : **recruter du personnel compétent** est considéré comme un défi actuel pour 43% des répondants tandis que ce chiffre atteint les 64% (+21 points) lorsque les conseillers se projettent sur la prochaine décennie.

Par ailleurs, selon les CGPI, **les banques privées seront leurs principaux concurrents** dans les 10 prochaines années. Ils estiment également que **les activités en ligne occuperont une place importante** dans le paysage concurrentiel de demain, les plateformes de conseil automatisées et les courtiers en ligne se plaçant respectivement en 2^{ème} et 3^{ème} positions des principaux acteurs à redouter. Depuis la 1^{ère} édition du baromètre en 2007, l'environnement concurrentiel a fortement évolué. A l'époque, les CGPI estimaient que les banques de réseaux étaient les acteurs les plus à craindre. Aujourd'hui, lorsque les CGPI sont interrogés sur le paysage concurrentiel des 10 ans à venir, les banques de réseaux parviennent à la 6^{ème} position.

Au-delà des nombreux challenges qui les attendent pour la décennie à venir, **les CGPI restent confiants** : 76% pensent que leurs perspectives de développement sont « assez importantes » ou « très importantes » dans les 10 prochaines années, avec une volonté de poursuivre la diversification avec les produits de retraite individuelle (80%), de prévoyance individuelle (65%) ou encore des missions de conseil aux entreprises (62%).

Leur force : **l'engagement sans faille de leurs clients, 92% de ces derniers affirmant qu'ils continueront à faire confiance à leur CGPI au cours des prochaines années**. Ce pourcentage élevé s'explique par le capital image positif dont bénéficient ces conseillers : près de 9 clients sur 10 (88%) ont une bonne image des CGPI. Ils sont même 38% à évoquer une image « très bonne » contre 29% l'année dernière (+9 points). Les principaux atouts perçus par les clients sont la qualité du conseil délivré (pour 52% des clients interrogés), la disponibilité (39%) et la gestion de patrimoine sur mesure (37%).

Retrouvez l'infographie de la 10^{ème} édition du baromètre du marché des Conseillers en gestion de Patrimoine Indépendants et de leurs clients sur bnpparibascardif.com.



L'assureur
d'un monde
qui change

A propos de BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif conçoit des offres innovantes et performantes en matière d'épargne et de protection, dans un monde profondément modifié par l'émergence de nouveaux usages et modes de vie.

Filiale de BNP Paribas, l'entreprise s'appuie sur un business model unique fondé sur le partenariat. Elle co-crée ses offres avec des distributeurs de secteurs variés qui en assurent la commercialisation auprès de leurs clients.

Présent dans 36 pays avec des positions fortes dans trois zones (Europe, Asie et Amérique latine), auprès de 90 millions de clients, BNP Paribas Cardif est devenu un spécialiste mondial de l'assurance des personnes.

Plus de 10 000 collaborateurs² dans le monde participent à la réalisation d'un chiffre d'affaires qui s'est élevé à 28 Md€, dont 59% généré à l'international, en 2015.

Retrouvez les actualités de BNP Paribas Cardif sur  [@bnpp_cardif](https://twitter.com/bnpp_cardif)

A propos de KANTAR TNS

KANTAR TNS est un leader mondial des études marketing présent dans plus de 80 pays. KANTAR TNS fournit à ses clients des insights opérationnels pour les aider à prendre les meilleures décisions et les accompagner dans leurs stratégies de croissance.

Fort d'une expérience de plus de 50 ans et de solutions d'études uniques en matière d'innovation, de gestion de marque et de communication, d'activation shopper et d'expérience client, KANTAR TNS identifie, optimise et active les moments de croissance qui rythment le business de ses clients.

KANTAR TNS appartient au groupe KANTAR, un des plus importants réseaux de veille, d'information et de conseil au monde.

Pour en savoir plus www.tns-sofres.com

Contacts presse

Valérie Oberlin – 01 41 42 78 17 – 07 60 13 49 12 – valerie.oberlin@bnpparibas.com

Sophie Le Blévec – 01 41 42 69 56 – 06 65 88 38 39 – sophie.s.leblevec@bnpparibas.com

² Effectifs des entités juridiques contrôlées par BNP Paribas Cardif : près de 8 000 collaborateurs