



Rueil, le 4 septembre 2009

COMMUNIQUE DE PRESSE

Troisième édition du Baromètre du marché des Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants

2009, ANNEE CHARNIERE POUR LES CGPI : APRES AVOIR RESISTE A LA CRISE, COMMENT EN SORTIR ?

- ✓ Aujourd'hui, près d'1 CGPI sur 5 estime que sa profession se porte mal
- ✓ Cependant, pour 9 CGPI sur 10, les perspectives de développement pour les 5 ans à venir restent importantes
- ✓ Principaux leviers de croissance : la conquête de nouveaux clients et la facturation d'honoraires

Cardif publie les résultats de la troisième édition du Baromètre du marché des CGPI (Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants), conduite en France entre le 28 mai et le 18 juin 2009 avec TNS Sofres, leader français des études marketing et d'opinion, sur un échantillon représentatif de 500 CGPI*.

«2009 est une année charnière. Les CGPI ont réussi à traverser la crise et à faire face à la forte baisse des marchés fin 2008 et début 2009. Ils estiment majoritairement que le pire est derrière eux. Durant un an, ils ont renforcé les relations avec leurs clients existants, qui ont trouvé auprès d'eux écoute personnalisée et conseils sur mesure. La crise a agi comme un révélateur de leurs forces...mais aussi de leurs faiblesses : désormais, les CGPI ont pris conscience de la nécessité d'adopter une posture active pour sortir de la crise», a déclaré Roger Mainguy, Directeur des Réseaux et Partenariats de Cardif France, à l'occasion de la publication des résultats de cette troisième édition.

Situation financière contrastée : les CGPI ont plutôt bien résisté à la crise mais n'en sortent pas complètement indemnes

La situation difficile du deuxième semestre 2008 et du premier semestre 2009, qui a coïncidé avec la période d'étude du baromètre, a contribué à tempérer l'optimisme qui prévalait lors de la précédente édition. Un certain nombre de cabinets ont été fortement touchés par la crise. Lucides, les CGPI se montrent de plus en plus inquiets sur leur profession : la part de ceux qui affirme que la profession se porte « très bien » a diminué de moitié chaque année, tandis que la part des CGPI qui estime que leur profession se porte aujourd'hui « plutôt mal » ou « très mal » augmente de 14 points en trois ans (de 3% en 2007 à 17% en 2009, soit près d'un CGPI sur 5).

Cette tendance se lit également dans le niveau des recrutements : seuls 16% des CGPI disent avoir recruté depuis 2008, contre 26% l'année précédente.

* Méthodologie : enquête téléphonique réalisée par le Département Finance de TNS Sofres du 28 mai au 18 juin 2009 auprès d'un échantillon national représentatif de 500 CGPI. Interviews réalisées à partir d'un fichier de 3 900 cabinets, représentatifs du marché des CGPI soit un taux de sondage de 13% (représentativité assurée par quotas sur la taille de la structure et la région).

Interrogés plus spécifiquement sur leur propre situation financière à la fin du premier semestre 2009, la part des CGPI qui juge qu'elle est au moins aussi bonne que l'année précédente reste stable à 43%. De plus, la part de ceux qui pense qu'elle est nettement « meilleure » n'est que de 9% contre 26% trois ans avant. Cependant, les prévisions sur leur collecte brute sont plus optimistes qu'en 2008, les CGPI ayant stabilisé leur situation au premier semestre 2009 : près d'1 CGPI sur 2 anticipe une hausse de sa collecte, et ils ne sont plus que 19% à prévoir une baisse (contre 30% en 2008).

Après la forte dégradation observée entre 2007 et 2008, ce rebond montre que les CGPI ont relativement bien traversé la crise et, après avoir atteint un point d'inflexion en 2009, entrevoient des perspectives plus favorables en 2010.

Ainsi, 88% des CGPI envisagent des perspectives de développement « importantes » à 5 ans et parmi eux 1 sur 4 les considère même comme « très importantes ». Il s'agit d'un retour aux positions de 2007 (enquête réalisée au premier semestre 2007, avant la crise financière).

Néanmoins, cette bonne résistance s'explique par une stratégie opportuniste qui, à long terme, risque de fragiliser les CGPI. Dans un contexte très chahuté, les **atouts relationnels** et l'**expertise** des CGPI leur ont permis de bien résister.

Comme en 2008, **disponibilité** (citée par 61% d'entre eux) et **qualité de conseil** (citée par 59% d'entre eux) demeurent les fondamentaux de leur métier. Très impliqués dans le suivi des dossiers, ils totalisent en moyenne 51 heures de travail hebdomadaire (+1 heure en un an).

Surtout, **la stabilité des interlocuteurs**, qui arrive en troisième position dans le classement de leurs atouts (cité par 53%), a connu **une progression de 11 points en trois ans**, traduisant l'importance de la relation avec un client qui demande à être rassuré en période de crise par une gestion personnalisée et prudente.

Ainsi, la crise a conduit les CGPI à se focaliser sur la consolidation de leur portefeuille de clients et à concentrer leurs ressources à la sécurisation des avoirs de leurs clients existants, au détriment d'autres leviers de développement. Dans ce contexte, la qualité du back office des fournisseurs prend toujours plus d'importance et s'avère primordiale pour 66% des CGPI (+3 points en un an).

Sortie de crise : principales évolutions identifiées par la profession pour rebondir

Face à la nécessité d'élargir leur marché, **les CGPI estiment que la recherche de nouveaux clients constitue le défi majeur des années à venir (+19 points en trois ans).**

Les CGPI consacrent toujours environ le tiers de leur temps au suivi de la clientèle existante et la part de leur activité dédiée à la prospection commerciale n'augmente que de 3 points en un an (15%). Les « jeunes » cabinets (moins de 10 ans d'ancienneté) passent 18% de leur temps à la prospection commerciale, une part supérieure à la moyenne des cabinets .

A noter, le défi d'internet (« faire face à la distribution de produits en ligne ») est en forte baisse sur trois ans (-7 points). Cardif observe même, au contraire, que les CGPI considèrent maintenant que les offres en ligne sont un moyen de gagner de nouveaux clients et de toucher la population des internautes.

La facturation des honoraires apparaît comme un véritable levier de croissance. Bien que 63% des CGPI facturent des honoraires à leurs clients, en particulier sur le suivi patrimonial, l'accompagnement fiscal, et la négociation immobilière, les honoraires ne représentent en moyenne que 15% de leur rémunération (après les frais sur encours et les frais d'entrée). Cette répartition, qui stagne d'une année sur l'autre, démontre la difficulté des CGPI à traduire en termes financiers leurs atouts (relationnel, disponibilité, ...), surtout en période de crise. Faire accepter la facturation d'honoraires occupe désormais la quatrième place dans la liste des défis majeurs pour les CGPI, en hausse de 3 points par rapport à l'année précédente.

Les rapprochements de cabinets font partie des perspectives d'évolution évoquées par les CGPI. Actuellement 18 % des CGPI appartiennent à des groupements ou à des franchises. Toutefois, ils sont près de la moitié à considérer que les regroupements de cabinets constituent une opportunité.

* Méthodologie : enquête téléphonique réalisée par le Département Finance de TNS Sofres du 28 mai au 18 juin 2009 auprès d'un échantillon national représentatif de 500 CGPI. Interviews réalisées à partir d'un fichier de 3 900 cabinets, représentatifs du marché des CGPI soit un taux de sondage de 13% (représentativité assurée par quotas sur la taille de la structure et la région).

De même 44% des CGPI déclarent avoir des projets de rachat de cabinet dans les 5 ans à venir (+10 points en deux ans), en particulier ceux qui ont la plus forte assise financière, en ligne avec leur besoin de conquérir de nouveaux clients.

Enfin, interrogés sur les deux acteurs dont ils ont le plus à craindre pour l'avenir, les CGPI, comme les années précédentes, placent en première position les banques (74% pour le total banques de réseaux et banques privées). La concurrence des courtiers en ligne est mentionnée par 33% des CGPI (-5 points en trois ans). **La concurrence des autres CGPI, en troisième position, enregistre une hausse de 7 points en un an**, et 1 CGPI sur 3 cite désormais ses confrères comme l'acteur dont il a le plus à craindre.

Cette évolution est la conséquence d'un positionnement sur une cible de clients sans doute trop étroite. Cette année, les CGPI estiment désormais majoritairement que l'obligation de transparence sur les commissions versées par les fournisseurs ne constitue pas un facteur de fragilisation de leur relation avec leurs clients (perception positive de l'évolution vers plus de transparence en hausse de 8 points en un an). De manière générale, la réglementation est de mieux en mieux intégrée par les CGPI, et ils sont moins nombreux, en 2009, à la considérer comme un défi (-4 points).

Cardif, présente dans 20 villes en France, travaille depuis 26 ans en étroite collaboration avec plus de 2500 CGPI qui bénéficient d'une relation personnalisée grâce à un réseau de 150 collaborateurs sur le terrain.

Les CGPI en quelques chiffres, sur un échantillon représentatif de 500 CGPI*:

✓ **Statut** : 90% sont courtiers en assurance, 74% sont conseil en investissement financier et 74% sont démarcheurs financiers

Les CGPI cumulent en moyenne 2,4 statuts (2,2 en 2008)

✓ **Collecte** : montant moyen de la collecte brute réalisée en 2008 : 3,2 millions d'euros (en baisse de 10% par rapport à l'édition précédente)

✓ **Expérience** : les CGPI ont en moyenne 10 ans d'expérience et 25% en ont plus de 15

A propos de Cardif

Cardif (www.cardif.com) est la compagnie d'assurance de BNP Paribas Assurance. Standard & Poor 's lui a attribué la notation financière AA.

Cardif conçoit et commercialise des produits et services dans le domaine de l'épargne et la prévoyance, par l'intermédiaire de multiples canaux de distribution. Présente à ce jour dans 41 pays, avec des positions fortes en Europe, en Asie et en Amérique Latine, Cardif compte aujourd'hui parmi ses partenaires plus de 35 des 100 premières banques mondiales.

BNP Paribas Assurance (www.assurance.bnpparibas.com) est le pôle assurance vie et dommages de BNP Paribas. Il compte 8 000 collaborateurs dont 70% hors de France.

BNP Paribas Assurance a une politique ambitieuse en matière de Responsabilité Sociétale. Il adopte notamment une démarche d'Investissement Socialement Responsable, favorise la diversité dans l'entreprise (label égalité Hommes/Femmes de l'AFNOR) et soutient le développement économique là où il est implanté.

Dans le domaine de l'environnement, BNP Paribas Assurance a pour ambition de réduire de 10% ses émissions de CO₂ à l'horizon 2010.

Son chiffre d'affaires 2008 s'est élevé à 16,1 milliards d'euros. Il a réalisé, en 2008, 42 % de son chiffre d'affaires en dehors du groupe BNP Paribas et 37 % à l'international.

Leader mondial en assurance des emprunteurs, BNP Paribas Assurance est le quatrième assureur vie en France.

Contacts presse :

Sophie Le Blévec Tél : 01 41 42 69 56 Fax : 01 41 42 80 95 E-mail : sophie.s.leblevec@bnpparibas.com	Caroline Chaize Tél : 01 41 42 89 31 Fax : 01 41 42 80 95 E-mail : caroline.chaize@bnpparibas.com
---	--

L'analyse détaillée des résultats du baromètre est disponible sur demande au service de presse.

* Méthodologie : enquête téléphonique réalisée par le Département Finance de TNS Sofres du 28 mai au 18 juin 2009 auprès d'un échantillon national représentatif de 500 CGPI. Interviews réalisées à partir d'un fichier de 3 900 cabinets, représentatifs du marché des CGPI soit un taux de sondage de 13% (représentativité assurée par quotas sur la taille de la structure et la région).