



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre 2014 du marché des Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants (CGPI) et de leurs clients

62% des clients de CGPI prêts à investir une partie de leur épargne dans l'euro-croissance¹

BNP Paribas Cardif publie les résultats de la 8^{ème} édition du Baromètre du marché des Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants (CGPI) et de leurs clients², conduite avec TNS Sofres, référence des études marketing et d'opinion en France.

A l'image de l'année dernière, les résultats 2014 s'appuient sur la perception de la profession par ses clients et ses prospects.

Cette édition 2014 livre deux enseignements majeurs:

- Le sentiment de confiance des CGPI dans leur activité sort renforcé, dans un contexte de marché plus favorable que l'année dernière ;
- Une majorité des clients de CGPI serait prête à investir son épargne dans l'euro-croissance.

« Grâce à leur valeur ajoutée, les CGPI ont su faire leurs preuves vis-à-vis de leurs clients. Encore insuffisamment connue du grand public, la profession commercialise des produits et des services en adéquation avec les attentes de sa clientèle, qui loue la qualité de leurs conseils et leur capacité à proposer du sur-mesure. Actuellement, un environnement économique plus favorable permet aux CGPI de reprendre confiance, même si l'évolution réglementaire est de plus en plus vécue comme une pesanteur, cet élément de contexte atteignant un niveau d'inquiétude record pour la profession cette année » déclare Jean-Christophe Boccon-Gibod, responsable du développement commercial du réseau Cardif et partenaires de BNP Paribas Cardif France.

¹ Un pourcentage obtenu après la présentation des principales caractéristiques du produit aux clients des CGPI.

² Méthodologie : enquête téléphonique réalisée avec le département Finance & Services de TNS Sofres du 26 mai au 13 juin 2014 auprès :

- d'un échantillon de 502 CGPI. Les interviews ont été réalisées à partir d'un fichier de 3506 cabinets, représentatifs du marché des CGPI, soit un taux de sondage de 14% (représentativité assurée par quotas sur la taille de la structure et la région).
- d'un échantillon de 803 clients et prospects, détenant un patrimoine financier de 75 000 euros et plus.



Clientèle plutôt avertie, les clients de CGPI apprécient l'approche « sur-mesure » de leur conseiller

Cette année encore, le professionnalisme des CGPI dans la gestion des placements est largement reconnu par leurs clients. En effet, ils sont **90% à avoir une bonne image de leur conseiller et de la profession des CGPI**.

Les deux atouts des CGPI, reconnus par leurs clients, sont : la **qualité des conseils prodigués** (50%) et une bonne adéquation entre les **produits proposés par leur CGPI et leurs besoins** (47%). Au total, 81% des clients de CGPI considèrent être bien conseillés.

Ce « sur-mesure » est donc **plébiscité par la clientèle des CGPI**, 33% d'entre elle citant la performance de leur conseil en stratégie patrimoniale comme étant LEUR principale qualité, sachant que 74% des clients considèrent que les frais associés à leurs services ne sont pas plus élevés que ceux des banques. Pour une majorité des clients de CGPI, le « sur-mesure » n'est donc pas synonyme de frais plus élevés.

La commercialisation des nouveaux contrats d'assurance vie, notamment euro-croissance, sera l'occasion pour les CGPI de mettre en œuvre cette approche « sur mesure » saluée par leurs clients.

En effet, 6 clients de CGPI sur 10 se disent prêts à y placer une partie de leur épargne.

Une profession qui doit investir pour être mieux connue

Parmi les 10% des Français³ qui possèdent un patrimoine financier de 75 000 euros et plus, 5% d'entre eux sont conseillés par des CGPI. Dans les 95% restants, 43% en ont déjà entendu parler.

Depuis deux ans, les résultats de l'étude montrent qu'il est indispensable que **ces spécialistes du patrimoine et de la prévoyance, que sont les CGPI, investissent pour faire mieux connaître la profession elle-même et ses atouts**. Une plus grande notoriété de leur activité sera une source de développement pour l'ensemble de la profession.

En effet, parmi les prospects, qui ont déjà entendu parler des CGPI sans avoir eu recours à leurs services, 43% doutent de la pérennité des structures de CGPI et 52% estiment que le coût global de la gestion de leurs portefeuilles serait plus cher qu'auprès d'une banque.

Ainsi, **l'image des CGPI reste mitigée auprès des prospects** : si 63% en ont une bonne image, 23% des interrogés en ont une assez mauvaise.

³ Enquête SoFia 2014 sur la détention de produits financiers des Français.



Les clients des CGPI valorisent l'accompagnement autour des produits et de la fiscalité

Détenant à 90% un contrat d'assurance-vie et à 86% un Livret d'épargne, la clientèle des CGPI réfléchit principalement à **la préparation de sa retraite (47%)**, à **la transmission pour ses descendants (42%)** et à **la fructification de son capital (40%)**.

50% des clients déclarent attendre en priorité des conseils sur des placements **défiscalisants** de la part de leur conseiller. Parallèlement et de manière cohérente, les CGPI notent une **demande forte d'accompagnement sur la fiscalité de la part de leurs clients (87%)**.

Du point de vue des CGPI, leurs clients sont plus en **demande de conseils sur les produits (40%)** et **moins en recherche de sécurité dans leurs placements (33% versus 46% en 2013)**, faisant ainsi écho à un environnement économique plus stable.

CGPI : un moral nettement en hausse

Le **moral des CGPI est en hausse significative cette année** et retrouve le niveau de 2009, 81% d'entre eux considérant que la profession se porte bien, voire très bien (68% en 2013).

La **perception de leur situation financière actuelle s'améliore également**, car 74% des interrogés la trouvent meilleure qu'avant (58% en 2013).

Leur activité est effectivement plus soutenue, grâce à un niveau de collecte qui progresse et s'élève à 3 millions d'euros en moyenne en 2013, versus 2,5 millions en 2012 (+20%).

Néanmoins, les CGPI envisagent avec précaution leur niveau d'activité futur, puisque 70% des CGPI, qui envisagent une hausse de leur collecte en 2014, l'anticipent modérée.

De plus, **les CGPI restent prudents sur leurs perspectives à 5 ans**, moins de 10% d'entre eux anticipant de fortes perspectives de développement et 54% les estimant assez importantes.

Cette situation peut s'expliquer notamment par **la complexité réglementaire, identifiée par 97% des CGPI comme étant le principal défi de la profession**, un pourcentage qui atteint un niveau record depuis la création du Baromètre en 2007 et qui reflète l'évolution du paysage réglementaire de cette activité au cours des dernières années.



L'échantillon des profils étudiés entre clients de CGPI et prospects met en exergue des niveaux de patrimoines similaires pour les deux cibles, mais avec des attitudes dans la gestion de leur épargne qui permettent de les distinguer.

Client CGPI	Prospects
• Cible active (69%) • Profil de risque : joueur⁴ (12%) et averti (47%)⁵ • Une large majorité consulte son conseiller (92%), 67% des clients décidant seuls de leur gestion financière • Un intérêt vraiment marqué vis-à-vis de leurs placements (82%) avec une prise de risque plus importante, 68% étant prêts à placer au moins une partie de leurs économies dans des investissements plus à risque	• Cible retraitée (51%) • Profil de risque : prudent⁶ (29%) et distant (28%)⁷ • Les prospects sont plus décisionnaires, 79% décidant seuls de la gestion de leurs investissements et 78% d'entre eux consultant leur conseiller • Un intérêt moins marqué vis-à-vis de leurs placements (72%) pour cette clientèle, qui accepte une part du risque plus faible (48% investissent toutes leurs économies dans des placements sûrs)
• Des niveaux de patrimoine similaires : une proportion équivalente de clients de CGPI et de prospects disposant d'un portefeuille de 250 000 euros • Près de 70% des prospects et clients de CGPI déclarent avoir une bonne connaissance en matière de placements	

A propos de BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif (www.bnpparibascardif.com) regroupe les filiales assurance vie et dommages de BNP Paribas. Il conçoit des produits et services dans le domaine de l'épargne et de la prévoyance et les commercialise par l'intermédiaire de multiples canaux de distribution. Actif dans 37 pays, ses activités sont géographiquement diversifiées avec des positions fortes en Europe, en Amérique Latine et en Asie.

Son chiffre d'affaires en 2013 s'est élevé à 25,3 Md€, dont 58% réalisé à l'international. Il compte près de 10 000 collaborateurs⁸, dont 77% hors de France.

Dans le cadre de sa politique en matière de Responsabilité Sociétale d'Entreprise, BNP Paribas Cardif développe des produits et services responsables, favorise la diversité dans l'entreprise, met en place une politique environnementale interne et s'engage en faveur de l'éducation économique et financière.

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

Contacts presse

Adeline Jacques – +33 (0) 1 41 42 65 61 – +33 (0) 6 62 63 73 87 – adeline.jacques@bnpparibas.com

Sophie Le Blévec – +33 (0) 1 41 42 69 56 – +33 (0) 6 65 88 38 39 - sophie.s.leblevec@bnpparibas.com

A propos de TNS Sofres

Référence des études marketing et d'opinion en France, TNS Sofres est une société du groupe TNS, n°1 mondial des études ad hoc, et présent dans plus de 80 pays. TNS offre à ses clients des recommandations claires et précises pour les accompagner dans leurs stratégies de croissance. Son expérience et ses solutions d'études couvrent la gestion de marque & la communication, l'innovation, la relation client, et le retail & shopper.

TNS nourrit une relation de proximité avec les consommateurs et les citoyens partout dans le monde, et développe une connaissance unique de leurs comportements et attitudes, en prenant en compte la diversité de leurs cultures, de leurs géographies et de leurs systèmes économiques.

TNS appartient au Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée.

www.tns-sofres.com



⁴ Intéressé par la gestion de son épargne personnelle et prêt à prendre des risques.

⁵ Intéressé mais moins prêt à risquer.

⁶ Intéressé par ses placements mais qui reste centré sur des placements sûrs.

⁷ Profil de client qui n'est pas intéressé par la gestion de ses placements.

⁸ Effectif des entités juridiques contrôlées par BNP Paribas Cardif : près de 8 000 collaborateurs.

