



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**5^{ème} édition du Baromètre du marché des Conseillers en
Gestion de Patrimoine Indépendants (CGPI)**

**UNE PROFESSION ETONNAMMENT OPTIMISTE DANS UN
ENVIRONNEMENT DE MARCHÉ PARFOIS
COMPLEXE ET DIFFICILE**

Cardif publie les résultats de la 5^{ème} édition du Baromètre du marché des Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants (CGPI), conduite en France **entre le 23 mai et le 10 juin 2011** avec TNS Sofres, leader français des études marketing et d'opinion, auprès d'un échantillon de 500 CGPI¹.

Cette édition livre trois enseignements principaux :

- L'optimisme réaliste sur la profession de CGPI, un sentiment partagé par une grande majorité d'entre eux,
- La diversification de l'épargne, une tendance qui se confirme face à des évolutions de marché récentes,
- La disponibilité, l'atout majeur de la profession pour 66% des CGPI interrogés.

Les CGPI conservent un regard optimiste mais réaliste sur leur profession

Près de 9 CGPI sur 10 ont un regard optimiste et estiment que leur profession se porte globalement bien. L'arrivée continue, d'année en année, de clients provenant principalement des grands réseaux bancaires à 58% (versus 69% en 2010), traduit la capacité des CGPI à savoir attirer une nouvelle clientèle. Ce recul de 11 points fait suite à une année 2010 qui, à la faveur de la crise, avait connu un fort afflux de clients parfois déçus par les grands réseaux bancaires.

Parallèlement le principe de la recommandation fonctionne de plus en plus : ainsi, l'usage du « bouche à oreille » est en forte augmentation (9% en 2011 contre 3% en 2010) soulignant à la fois la reconnaissance de l'expertise des CGPI et le relais positif entre clients et prospects. Les clients se font ainsi les ambassadeurs de la profession auprès d'autres clients.

¹ Méthodologie : enquête téléphonique réalisée avec le Département Finance de TNS Sofres **du 23 mai au 10 juin 2011** auprès d'un échantillon de 500 CGPI. Les interviews ont été réalisées à partir d'un fichier de 3720 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).



Cet optimisme se traduit également dans les chiffres. Le niveau de la collecte brute² en épargne retrouve celui de 2008 soit 3,2 millions d'euros en moyenne par cabinet. De plus, cette évolution favorable semble avoir vocation à se poursuivre : lorsque l'on interroge les CGPI sur les projections 2011, plus d'1 sur 2 anticipe une augmentation.

Cette année, les projets de cession et de rachat de cabinets restent stables, réaffirmant la confiance des CGPI dans l'avenir des structures indépendantes et donc dans leur modèle de développement :

- 19% des CGPI ont un projet de cession de cabinet dans les 5 ans à venir (20% en 2010)
- 42% des sondés ont un projet de rachat de cabinet dans les 5 ans à venir (39% en 2010)

Autre symbole de la confiance des CGPI en l'avenir de leur profession, la poursuite des recrutements au sein des cabinets se confirme: 23% d'entre eux ont recruté (contre 21% en 2010), soit une hausse de 7 points en deux ans.

La dynamique actuelle, globalement positive, est confirmée par 3 CGPI sur 4 qui restent optimistes sur l'avenir de leur profession dans un horizon de 5 ans.

Toutefois, elle est à nuancer car :

- Pour 22% des sondés, les perspectives de développement ne seront pas importantes dans les années à venir, un pourcentage en hausse depuis 2009,
- Les CGPI sont moins nombreux à penser que leur situation financière s'est nettement améliorée par rapport à 2010. Si 65% d'entre eux estiment qu'elle est identique à celle de l'année précédente, 11% (23% en 2010) seulement pensent qu'elle est réellement meilleure.

La réforme de la fiscalité du patrimoine, au cœur des préoccupations des CGPI

En 2011, un certain nombre d'évolutions de l'environnement de marché auront impacté les CGPI. Conscients du rôle qu'elles jouent sur leur environnement professionnel, les CGPI mesurent bien les conséquences de leur impact :

- Pour 36% d'entre eux, la réforme de la fiscalité du patrimoine amorcée au cours de l'année 2011 a eu un effet défavorable sur la collecte en épargne longue.
- La baisse des taux de rendement des fonds en euros a également été perçue comme ayant eu un impact négatif sur la collecte en épargne longue (pour 45% des sondés).

Face à ces différentes évolutions, les CGPI doivent nécessairement s'adapter à des défis de marché et concurrentiels :

- Pour plus de 9 CGPI sur 10, l'adaptation à un nouvel environnement réglementaire reste leur principal défi dans les années à venir.
- Internet n'est aujourd'hui plus perçu comme un défi concurrentiel majeur pour les CGPI. Ce canal de distribution perd progressivement du terrain (36% contre 41%

² Sur base collecte brute 2010, versus collecte brute 2008.



- en 2010).
- Depuis 3 ans, les grands réseaux bancaires (banques de réseaux et banques privées) s'imposent comme les principaux concurrents pour 79% des CGPI (74% en 2009).

La clientèle des CGPI : nouvelles attentes, nouveaux enjeux

Composée principalement de professions libérales et de salariés cadres, la clientèle des CGPI est âgée de 50 ans en moyenne. Leur épargne est avant tout issue de revenus réguliers - activités professionnelles ou loyers - (cités par 90% des professionnels interrogés), la revente d'un bien immobilier (84%) ou un héritage (79%). Pour 8 CGPI sur 10, le patrimoine financier de leurs clients a augmenté en 2010.

L'épargne des clients des CGPI est au service de leurs projets de long terme : la préparation à la retraite est citée comme le premier objectif de placement (pour 62% des CGPI interrogés), ainsi que la constitution d'un capital à long terme (57%). Conséquemment, l'assurance-vie conserve sa place de leader en matière de produits distribués par les CGPI (46%), devant l'immobilier/foncier (20%) et les valeurs mobilières (11%).

La tendance baissière des fonds en euros a conduit les clients à poursuivre la diversification de leurs placements. En effet, 34% des CGPI ont constaté un regain d'intérêt de la part de ces derniers pour les unités de compte (contre 29% en 2010). Si plus d'1 client sur 2 a eu tendance à diversifier davantage son épargne, 81% de ces clients se sont tournés plus particulièrement vers une diversification dans de nouveaux placements (assurance-vie avec minimum d'unités de compte, immobilier...).

Dans cet environnement de marché parfois complexe et difficile, la clientèle exprime le besoin d'être accompagnée par les CGPI. Se percevant comme les interlocuteurs privilégiés de la gestion du patrimoine, ils comptent sur les qualités et atouts qui les caractérisent pour répondre à cette demande en s'appuyant sur :

- **Leur disponibilité** : 66% des CGPI estiment qu'il s'agit de l'atout majeur de la profession.

« 88% des C.G.P.I interrogés se considèrent comme des interlocuteurs privilégiés dans la gestion du patrimoine de leurs clients. Les attentes des clients sont aujourd'hui simples. Ils souhaitent diversifier leur patrimoine sans prendre trop de risques, tout en étant conseillés et accompagnés », déclare Hervé Cazade, Responsable de la Distribution et du Développement Commercial France de BNP Paribas Cardif.

- **La qualité de leur conseil** (pour 58% des CGPI interrogés contre 71% en 2010). Pour 8 CGPI sur 10, en dehors des produits classiques de gestion de patrimoine, les clients sont essentiellement en attente d'accompagnement et de conseils en matière d'immobilier.

Il est également à noter que le sujet de la dépendance émerge dans les attentes des clients : 29% des CGPI estiment que leurs clients attendent un accompagnement de la profession dans ce domaine.

« La question de la dépendance n'est pas que financière, elle est essentiellement humaine. Il est important d'humaniser le sujet et non de le banaliser, en accompagnant



les clients vers des solutions spécifiques. Une personne se comprend notamment par ses enjeux personnels et celui de la dépendance est une dimension à laquelle nous devons répondre», conclut Hervé Cazade.

A propos de BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif (www.bnpparibascardif.com) est la filiale assurance vie et dommages de BNP Paribas. Il conçoit des produits, distribués sous deux marques : BNP Paribas pour les produits commercialisés par le réseau des agences BNP Paribas en France, Cardif pour les autres réseaux en France ainsi qu'à l'international.

BNP Paribas Cardif se positionne parmi les 15 premiers assureurs européens. Il a obtenu, pour ses compagnies vie et non vie, la notation financière AA de Standard & Poor's.

Son chiffre d'affaires 2010 s'est élevé à 25,3 Mds€. Ses activités sont géographiquement diversifiées avec des positions fortes en Europe, en Amérique Latine et en Asie. Il a réalisé, en 2010, 48% de son chiffre d'affaires à l'international.

Il compte près de 9 000 collaborateurs, dont 73% hors de France.

Dans le cadre de sa politique en matière de Responsabilité Sociétale, BNP Paribas Cardif 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.

Contacts presse :

Adeline Jacques – 01 41 42 65 61 – 06 62 63 73 87 – adeline.jacques@bnpparibas.com

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

