

Baromètre du marché des conseillers en gestion de patrimoine (CGP)

Les CGP ont un moral solide et se projettent avec optimisme malgré les crises successives

- 80% des CGP estiment que leurs clients auront tendance à orienter leurs placements vers des fonds moins risqués et 73% à diversifier leurs avoirs
- 93% des CGP déclarent d'ailleurs que leurs nouveaux clients font appel à eux pour préparer leur retraite
- 80% des CGP restent confiants pour leur activité
- 62% des CGP s'attendent à ce que leurs clients soient d'avantage sensibles au rendement au cours des prochains mois
- Citée par 69% des CGP, la réglementation constitue leur principal enjeu
- 7 CGP sur 10 considèrent un projet d'acquisition ou de cession

BNP Paribas Cardif présente les résultats de la 17^{ème} édition du baromètre du marché des conseillers en gestion de patrimoine¹. Mené avec KANTAR, un des leaders mondiaux des études marketing, le baromètre 2023 de BNP Paribas Cardif a sondé le moral des CGP et les a questionnés sur l'impact du contexte géopolitique et économique actuel sur leur activité ainsi que sur les attentes de leurs clients.



« Le moral des CGP reste solide face aux évolutions et aux défis de la profession. Si le rendement redevient une préoccupation importante des clients comme l'anticipent les CGP, les fonds euros, qui garantissent rendement et sécurité des placements, retrouvent toute leur place au sein des contrats d'assurance vie. De plus, l'intérêt des clients et de leurs conseillers pour les produits de préparation à la retraite se confirme : plus d'un tiers des CGP compte ainsi renforcer leur offre en retraite individuelle. » déclare Delphine Mantz, Directrice réseaux CGP, courtiers et e-business de BNP Paribas Cardif France.

Un optimisme porté par une dynamique commerciale solide

3 CGP sur 10 se sentent fortement impactés par le contexte géopolitique et économique actuel, marqué par l'inflation et la remontée des taux, 27% d'entre eux se disant fortement impactés (vs 16% en 2022). Néanmoins, pour 95% des CGP la profession se porte plutôt bien ou très bien. Cette même profession, reste optimiste cette année encore, portée notamment par une dynamique commerciale solide. Ainsi 64% des CGP déclarent que leur clientèle a augmenté au cours des douze derniers mois, une tendance qui concerne plus particulièrement les cabinets de trois conseillers et plus (73%).

Par ailleurs, cette dynamique se matérialise par un rajeunissement de la clientèle pour la moitié des CGP interrogés, et un élargissement de cette clientèle vers des cibles moins aisées pour près d'un quart.

¹ Méthodologie : enquête en ligne menée par KANTAR du 30 mai au 27 juin 2023 auprès d'un échantillon de 158 CGP représentatifs du marché des CGP (représentativité assurée par quotas sur la taille de la structure)

Les perspectives de développement à long terme sont également positives, 80% des CGP interrogés déclarent ainsi être confiants pour leur activité pour les douze prochains mois (vs 78% en 2022), et 84% considèrent que les perspectives de développement pour les cinq années à venir sont importantes.

Les CGP anticipent que leurs clients seront plus sensibles au rendement en complément de la sécurité et la diversification

Aujourd'hui une majorité des CGP (59%) constate une inquiétude toujours présente chez leurs clients vis-à-vis de leurs placements. Ce phénomène s'est traduit par le maintien, voire la baisse du volume des placements financiers de ces derniers. En effet, 45% des CGP estiment que leurs clients ont cherché à réduire le volume de leurs placements financiers. Aussi, la profession indique que les clients ont voulu réorienter leurs placements vers des fonds moins risqués pour 80% et diversifier leurs enveloppes d'investissement en dehors et au sein de l'assurance vie pour plus de 70%. Dans le contexte d'inflation et de remontée des taux, 62% des CGP s'attendent à ce que leurs clients soient davantage sensibles au rendement au cours des prochains mois en complément de la sécurité.

Concernant la typologie des actifs au sein des contrat d'assurance vie, cette année marque le retour des fonds euros et le développement de certaines classes d'actifs parmi les solutions d'investissements proposées par les CGP à leurs clients. Ainsi 39% des CGP comptent davantage proposer les fonds euros (vs 14% en 2022), 54% des produits structurés, 44% des obligations, et 42% des fonds responsables.

Par ailleurs, en complément de l'assurance vie, les produits de prévoyance et de retraite sont toujours plébiscités. 93% des CGP interrogés déclarent d'ailleurs que leurs nouveaux clients font appel à eux pour préparer leur retraite en plus de faire fructifier un capital, 22% déclarent qu'il s'agit même de la première raison. Ainsi, 37% des CGP comptent renforcer leur offre en retraite individuelle dans leurs portefeuilles d'ici deux ans, et 22% en retraite collective.

Enfin, l'importance de la dimension responsable dans le choix d'un fonds est un acquis des CGP, qui se stabilise depuis trois ans. Ainsi, 62% des CGP interrogés déclarent que le caractère responsable (intégrant des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance) d'un fonds est important (vs 66% en 2022). La moitié des CGP estime d'ailleurs que leurs clients seront de plus en plus nombreux à vouloir donner du sens à leurs placements et choisir de manière ciblée où vont leurs investissements.

Evolutions de la profession: la réglementation, un défi permanent pour les CGP

Aujourd'hui, 69% des CGP citent la réglementation comme le premier enjeu de la profession devant la recherche de solutions d'investissement adaptées au contexte économique ou encore l'allocation d'actifs. Les CGP sont conscients de l'utilité et de la nécessité d'appliquer cette réglementation puisque 69% d'entre eux considèrent le cadre réglementaire comme un moyen de les protéger ainsi que leurs clients (64%), et ils sont même 17% à être tout à fait d'accord avec ces affirmations. Dans ce contexte, les CGP déclarent s'appuyer en priorité (82%) sur les associations professionnelles pour se tenir informés et conformes à la réglementation et 25% se tourner vers les établissements financiers.

Enfin, les CGP sont sereins face aux évolutions de la profession. Le baromètre révèle cette année encore que la structuration du marché est toujours en cours et que celui-ci tend à se consolider. Dans cette nouvelle édition, 7 CGP sur 10 indiquent être concernés par des projets d'acquisition ou de cession (68% vs 65% en 2022).



**BNP PARIBAS
CARDIF**

**L'assureur
d'un monde
qui change**

A propos de BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif est un leader mondial en assurance emprunteur* et propose à ses plus de 80 millions de clients assurés des produits et services qui leur permettent de réaliser leurs projets, tout en se prémunissant contre les aléas de la vie. BNP Paribas Cardif souhaite avoir un impact positif sur la société et rendre l'assurance plus accessible. L'entreprise, filiale de BNP Paribas, s'appuie sur un business model unique fondé sur le partenariat. L'assureur crée des offres pour plus de 500 partenaires distributeurs dans des secteurs variés (banques et institutions financières, acteurs de l'automobile, de la grande distribution, des télécommunications, fournisseurs d'énergie...) ainsi que pour des conseillers en gestion de patrimoine et courtiers qui en assurent la commercialisation auprès de leurs clients. Présent dans plus de 30 pays avec des positions fortes en Europe, Asie et Amérique latine, BNP Paribas Cardif est devenu un spécialiste mondial de l'assurance des personnes et un acteur majeur du financement de l'économie. Près de 8 000 collaborateurs dans le monde participent à la réalisation d'un chiffre d'affaires qui s'est élevé à 30,0 Md€ en 2022.

Retrouvez les actualités de BNP Paribas Cardif sur LinkedIn, X ou sur www.bnpparibascardif.com

*Source : Finaccord - 2022

Contacts presse

Géraldine Duprey - 06 31 20 11 76 - geraldine.duprey@bnpparibas.com

Marine Ledda - 06 69 27 77 98 - marine.ledda@bnpparibas.com

À propos de Kantar

Kantar est le leader mondial de l'analyse des données Marketing. Kantar propose une compréhension unique et exhaustive de la façon dont les individus pensent, ressentent et agissent, à l'échelle mondiale et locale, à travers plus de 90 marchés. En combinant l'expertise de ses équipes, les bases de données, les analyses et technologies innovantes, Kantar aide ses clients à comprendre les individus et à stimuler leur croissance : Understand People, Inspire Growth.



**BNP PARIBAS
CARDIF**

**L'assureur
d'un monde
qui change**