

COMMUNIQUE DE PRESSE

13^{ème} édition du Baromètre du marché des Conseillers en Gestion de Patrimoine (CGP) et de leurs clients

Des CGP prêts à répondre au besoin d'accompagnement des clients pour saisir les opportunités offertes par la Loi PACTE

BNP Paribas Cardif présente les résultats de la 13^{ème} édition du Baromètre du marché des Conseillers en Gestion de Patrimoine (CGP) et de leurs clients¹. Mené avec KANTAR, un des leaders mondiaux des études marketing, le baromètre 2019 de BNP Paribas Cardif s'est plus particulièrement penché sur les attentes des CGP et de leurs clients concernant la loi PACTE².

Le volet retraite de la loi PACTE perçu comme une opportunité de développement par les CGP

70% des CGP perçoivent la loi PACTE comme une opportunité commerciale, à la fois pour générer des contacts et développer leur activité retraite.

Cette perception est accentuée par le fort besoin d'accompagnement des clients au vu de leur méconnaissance de cette loi. Seulement 10% des clients des CGP affirment la connaître dans ses grandes lignes. Cette situation génère des attentes fortes en terme d'accompagnement puisque 4 clients sur 10 comptent se rapprocher de leur CGP pour obtenir des informations et conseils à ce sujet. 9% d'entre eux ont déjà parlé de la loi PACTE avec leur CGP. En outre, la fiscalité, citée par 59% des clients des CGP, arrive en tête des thématiques sur lesquelles les clients aimeraient recevoir des conseils de leur CGP. L'épargne retraite est également un sujet où le besoin d'accompagnement est important : 31% des clients des CGP souhaitent qu'on les informe sur ce thème.

Les CGP anticipent une modification des comportements d'épargne de leurs clients dans le cadre de la loi PACTE. 54% d'entre eux estiment que celle-ci va avoir un impact positif sur la collecte. Plus de 3 clients sur 10 pourraient être incités à modifier leurs habitudes d'épargne du fait de la loi PACTE : 19% pour souscrire à un produit d'épargne retraite et 13% pour augmenter leur versement sur des produits retraite existants. Parmi les mesures les plus incitatives perçues par les clients et les prospects, figure la possibilité, après la retraite, de sortir librement en rente ou en capital avec une fiscalité allégée.

Ces attentes en matière d'évolution des comportements d'épargne, suite à la réglementation, peuvent être rapprochées des mouvements anticipés l'année dernière, concernant l'Impôt sur la Fortune Immobilière (IFI). 18 mois après sa mise en place, l'IFI a eu un impact non négligeable sur les arbitrages en faveur des placements financiers : plus d'un client des CGP sur quatre a modifié ses choix de placements ou favorisé les placements financiers plutôt qu'immobiliers suite à l'IFI. L'impact de cette mesure est encore

¹ Méthodologie : enquête téléphonique menée par KANTAR du 13 mai au 31 mai 2019 auprès :

- d'un échantillon de 303 CGP représentatifs du marché des CGP (représentativité assurée par quotas sur la taille de la structure et la région)
- d'un échantillon de 501 clients et prospects des CGP, 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).

² Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises (PACTE)



**BNP PARIBAS
CARDIF**

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

plus fort chez les clients aux patrimoines les plus élevés. 42% des clients dont le patrimoine est supérieur à 500 000 euros ont favorisé les placements financiers plutôt qu'immobiliers et 32% d'entre eux ont modifié leurs choix de placements.

Dans ce contexte porteur, **82% des CGP sont confiants dans leurs perspectives de développement**. D'autant plus que leur **notoriété progresse** sensiblement (elle passe de 55% en 2018 à 68% en 2019) et que leur capital image tend à se renforcer : **33% de leurs clients en ont une très bonne image** contre 24% en 2018.

Une montée en puissance de l'ISR³

L'ISR gagne du terrain en France et offre un grand potentiel de croissance⁴. La connaissance de l'ISR⁵ se renforce. Au-delà de critères qui restent déterminants comme la sécurité et le rendement, **plus d'un quart des clients des CGP considère l'ISR** comme l'un de leurs principaux critères de choix en matière d'assurance vie.

L'importance du caractère ISR apparaît toutefois sous-estimée par les CGP. **Plus de la moitié des clients de CGP et prospects considère que le caractère ISR d'un fonds est important** alors que 35% des CGP le considèrent comme tel. L'ISR devient un critère qu'il ne faut donc pas sous-estimer et qui peut être différenciant. **40% des CGP proposent d'ailleurs déjà un ou plusieurs fonds ISR** et 27% envisagent d'en proposer.

Le digital aujourd'hui bien assimilé par les CGP et leurs clients

Les CGP ont **déjà largement assimilé le digital** dans de nombreux domaines de leur activité. Ils utilisent près de **4 solutions digitales en moyenne** : 84% d'entre eux utilisent des outils de souscription en ligne, 71% d'entre eux des outils liés au devoir de conseil et 68% d'entre eux des agrégateurs. Les solutions les moins utilisées, quoiqu'en augmentation, sont les outils de comparaison des contrats (40%). Le niveau de satisfaction des CGP concernant les solutions digitales qui leur sont proposées augmente : 69% estiment qu'elles sont satisfaisantes contre 56% en 2018.

Les CGP sous-estiment encore un peu l'appétence de leurs clients pour le digital. Ils estiment qu'environ la moitié de leurs clients est prête à effectuer des transactions entièrement digitalisées alors que **61% de leurs clients s'y montrent favorables**.

« Les CGP sont prêts à répondre aux opportunités offertes par la loi PACTE. Ils ont bien cerné le besoin d'accompagnement de leurs clients et se positionnent en partenaires incontournables pour les conseiller et faire évoluer leurs comportements d'épargne. Les CGP ont des atouts à faire valoir pour tirer leur épingle du jeu : leur notoriété progresse cette année tout comme leur capital image. Mais pour faire la différence à long terme, ils doivent aller plus loin et ne pas sous-estimer la maturité digitale des clients ni leur volonté de donner un sens à leur épargne : deux sujets structurants sur lesquels ils avancent progressivement », déclare Pascal Perrier, Directeur Réseaux CGP – Courtiers & E Business de BNP Paribas Cardif France.

³ Investissement Socialement Responsable (ISR)

⁴ Etude BNP Paribas Asset Management / Kantar TNS réalisée en décembre 2018

⁵ En 2018, 56% des Français disposant d'un patrimoine supérieur à 50 000 € savent ce qu'est l'ISR contre 47% en 2017 (Etude BNP Paribas Asset Management / Kantar TNS réalisée en décembre 2018)

A propos de BNP Paribas Cardif

Leader mondial en assurance emprunteur⁶, BNP Paribas Cardif joue un rôle clé dans la vie quotidienne de ses clients assurés en leur proposant des produits et services qui leur permettent de réaliser leurs projets, tout en se prémunissant contre les aléas de la vie. Acteur engagé, BNP Paribas Cardif souhaite avoir un impact positif sur la société et rendre l'assurance accessible au plus grand nombre. Dans un monde profondément modifié par l'émergence de nouveaux usages et modes de vie, l'entreprise, filiale de BNP Paribas, s'appuie sur un business model unique fondé sur le partenariat. Elle co-crée ses offres avec près 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 qu'avec des Conseillers en Gestion de Patrimoine et courtiers qui en assurent la commercialisation auprès de leurs clients. Présent dans 35 pays avec des positions fortes dans trois zones (Europe, Asie et Amérique latine), auprès de 100 millions de clients, BNP Paribas Cardif est devenu un spécialiste mondial de l'assurance des personnes et un acteur majeur du financement de l'économie. Près de 10 000 collaborateurs dans le monde participent à la réalisation d'un chiffre d'affaires qui s'est élevé à 31,8 Md€ en 2018.

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

Retrouvez tous les résultats du Baromètre 2019 des CGP et de leurs clients sur  [@cardif_fr](https://twitter.com/cardif_fr) en suivant [#IndispensablesCGP](https://twitter.com/IndispensablesCGP)

A propos de KANTAR

Kantar est le leader mondial des données, des études et du conseil. Nous comprenons mieux que tout autre la manière dont les citoyens et consommateurs pensent, ressentent, regardent, achètent, partagent, socialisent et votent. En combinant notre expertise de l'humain avec les technologies les plus avancées, les 30 000 experts de Kantar contribuent activement au succès et au développement des plus grandes marques et organisations dans le monde.

En savoir plus : <https://fr.kantar.com/> - @KantarFR

Contacts presse

Caroline Le Roux Moreau – 01 41 42 65 61 – caroline.leroux@bnpparibas.com

Valérie Oberlin – 01 41 42 78 17 – valerie.oberlin@bnpparibas.com

Marion Saraf – 01 41 42 70 71 – marion.saraf@bnpparibas.com

Sophie Le Blévec – 01 41 42 69 56 – sophie.s.leblevec@bnpparibas.com

⁶ Source : Finaccord - 2018