

COMMUNIQUE DE PRESSE

BNP Paribas Cardif : Baromètre 2025 du marché des conseillers en gestion de patrimoine (CGP)

Les CGP, acteurs incontournables d'une stratégie patrimoniale complète, continuent de séduire une clientèle de plus en plus large

- Plus de quatre CGP sur cinq (85%) se disent confiants pour leur activité sur les 12 prochains mois.
- 67% des CGP indiquent avoir augmenté leur nombre de clients en un an.
- 78% des CGP estiment que leurs clients se sentent inquiets vis-à-vis de leurs placements du fait du contexte géopolitique et économique.
- 58% des CGP pensent que leurs clients seront plus sensibles au rendement, 57% à la diversification et 54% au niveau de risque dans les 12 prochains mois.
- 1/3 des CGP (34%) envisagent de proposer davantage de produits de retraite individuelle.
- Un CGP sur quatre (27%) utilise désormais régulièrement l'intelligence artificielle (IA) dans son activité.

BNP Paribas Cardif livre les résultats de la 19^{ème} édition du Baromètre du marché des conseillers en gestion de patrimoine (CGP). Mené avec KANTAR, l'un des leaders mondiaux des études marketing, le baromètre 2025 confirme le rôle du CGP comme chef d'orchestre des stratégies patrimoniales, orienté vers la diversification des produits et des thématiques d'investissement.



« Acteurs polyvalents de la gestion patrimoniale, les CGP s'adaptent cette année encore au contexte, et notamment à l'inquiétude grandissante des clients vis à vis de leurs placements. Leurs atouts : la qualité de leur expertise et leurs conseils personnalisés, qui leur permettent de répondre aux besoins de diversification spécifiques à chaque client. Bien que les moins de 45 ans représentent encore une part limitée de la clientèle des CGP, cette cible est visiblement perçue comme un levier stratégique majeur pour l'avenir. En privilégiant des solutions financières et digitales innovantes, les CGP confirment leur volonté de personnaliser leur réponse aux exigences de ces nouveaux clients. En parallèle, si l'intelligence artificielle continue de s'imposer dans la pratique du métier de CGP, c'est bien l'accompagnement quotidien sans cesse renouvelé des conseillers qui demeure la clé de voute de leur succès. » déclare **Delphine Mantz, directrice réseaux CGP, courtiers et gestion privée de BNP Paribas Cardif France.**

Dynamique, attractive, confiante : une profession qui garde le cap dans un monde en mouvement.

La conjoncture actuelle invite à relever de nouveaux défis ; 78% des CGP estiment que leurs clients se sentent inquiets vis-à-vis de leurs placements du fait du contexte géopolitique et économique, un chiffre en hausse de 25 points depuis 2024 et un niveau record jamais atteint, même à la sortie de la pandémie de Covid-19. Le climat géopolitique international est d'ailleurs le premier élément défavorable impactant l'activité des CGP (72%), en hausse de 18 points par rapport à l'an dernier, suivi par la réglementation (la « Retail Investment Strategy » à 48% et la loi « Industrie Verte » à 45%), ainsi que le contexte économique (47%).

Toutefois, ce constat contraste avec l'état d'esprit positif des conseillers et le développement de la profession. En effet, plus de quatre CGP sur cinq (85%) se disent confiants sur les 12 prochains mois, un indicateur du dynamisme de la profession porté notamment par une croissance de leur clientèle,



**BNP PARIBAS
CARDIF**

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

puisque 67% des CGP ont indiqué avoir accueilli de nouveaux clients sur un an. En parallèle, les CGP identifient l'IA et la loi sur le partage de la valeur comme des mouvements porteurs d'opportunités (54%), susceptibles de faire évoluer positivement leur activité. En dépit des soubresauts économiques et géopolitiques, la profession se porte donc bien et la confiance des CGP dans leur métier et celle accordée par leurs clients dans leur expertise continuent de croître.

Le triptyque performance, risque et diversification reste l'alpha et l'omega des CGP

Selon les CGP, l'incertitude économique a orienté les choix des clients vers des investissements marqués par plus de sécurité (63%) et de diversification au sein et en dehors de l'assurance vie (52%). Les CGP ont la conviction que ces attentes vont se confirmer dans les mois à venir : plus de la moitié estime que leurs clients seront davantage sensibles à la diversification des avoirs (57%) et au niveau de risque (54%). Conformément aux trois dernières éditions du baromètre, la performance reste toutefois une dimension particulièrement regardée, puisque 58% des CGP indiquent que leur clientèle va davantage s'intéresser au rendement.

Les produits et dispositifs patrimoniaux proposés par les CGP dans le cadre de l'assurance vie et du contrat de capitalisation illustrent ce besoin de diversification. Alors que 61% des CGP comptent saisir les opportunités liées aux investissements dans la défense et la souveraineté française et européenne, 56% envisagent de proposer plus de fonds thématiques (innovation, technologie, santé, énergie...). Par ailleurs, les CGP sont 43% à souhaiter mettre en avant les ETF, 37% le *private equity*, 35% les produits structurés et 28% la gestion sous mandat (contre 13% en 2024).

En complément de l'assurance vie, la stratégie des CGP est sans équivoque et répond aux enjeux sociaux et économiques actuels, notamment concernant la retraite : 59% des conseillers en gestion de patrimoine envisagent en effet de valoriser les produits liés à la retraite (34% la retraite individuelle et 25% la retraite collective). La moitié des CGP prévoit par ailleurs de cibler la prévoyance dans leur portefeuille d'activité d'ici deux ans (29% la prévoyance individuelle et 21% la prévoyance collective).

La clientèle des CGP, des profils plus diversifiés et une jeunesse à conquérir

Véritables experts de l'offre patrimoniale, les CGP sont donc à même de s'adapter à la pluralité des besoins et demandes des clients. Leur premier enjeu aujourd'hui est le renouvellement de leur clientèle et la diversification des profils, notamment les plus jeunes (moins de 45 ans), un vivier que les CGP considèrent comme un enjeu stratégique pour 90% des professionnels interrogés. Près de la moitié des CGP (49%) indiquent d'ailleurs avoir déjà constaté un rajeunissement de leur portefeuille clients.

Une nouvelle clientèle active et dynamique, qui se caractérise par des habitudes et des usages nouveaux. 83% des CGP remarquent leur autonomie et leur digitalisation, 42% indiquent que ces clients sont appétents au risque, et un tiers (33%) qu'ils sont plus avertis financièrement. Ainsi, fidèles à leurs capacités d'adaptations aux évolutions du marché et afin d'être en phase avec ces profils, les CGP sont 42% à privilégier pour cette clientèle les produits structurés, 34% les ETF et 26% le *private equity*.

Enfin, un tiers des CGP (31%) comptabilisent de nouveaux profils socio-professionnels au sein de leur clientèle.

Un virage stratégique vers l'intelligence artificielle (IA), tout en plaçant la vigilance réglementaire au premier plan des enjeux de la profession

Les changements se succèdent avec rapidité, imposant aux CGP de s'adapter et se former en permanence. Le premier défi des CGP est la mise en conformité réglementaire pour 71% des répondants, devant la prise en main de l'IA (44%) ou l'évolution des solutions d'investissement face au contexte économique (38%). D'ailleurs, plus de la moitié des CGP (52%) indique être intéressée en priorité par une formation sur les actualités réglementaires.



**BNP PARIBAS
CARDIF**

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

Enfin, 54% des CGP pensent que l'IA aura un impact positif sur leur activité (une hausse de 14 points par rapport à l'an dernier). 56% des conseillers l'utilisent déjà pour automatiser ou faciliter certaines tâches, régulièrement ou occasionnellement, alors qu'elle était adoptée par 23% des répondants en 2024. En revanche, cet usage restera principalement concentré sur l'automatisation des tâches administratives répétitives pour 79% des CGP, la veille réglementaire et la conformité pour 67% des répondants. En effet, près d'un tiers des CGP (28%) estime que leurs clients pensent que le lien humain restera central dans leur relation avec leur conseiller et 64% indiquent que l'IA n'aura pas d'impact sur leur relation client. L'expertise des CGP et l'accompagnement humain restent la plus-value des conseillers et le cœur même du métier du CGP.

A propos de BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif, un leader mondial des partenariats en bancassurance, propose à ses 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 assurance 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...) ainsi que pour des conseillers en gestion de patrimoine et courtiers qui en assurent la commercialisation auprès de leurs clients. Présent dans 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, le leader mondial en assurance emprunteur* et un acteur majeur du financement de l'économie. 9 000 collaborateurs dans le monde participent à la réalisation d'un chiffre d'affaires qui s'est élevé à 36,4 milliards d'euros en 2024.

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

*Source : Finaccord – 2024

Contacts presse

Géraldine Duprey +33 6 31 20 11 76 geraldine.duprey@bnpparibas.com

Fanny Vidal + 33 6 50 89 88 48 fanny.1.vidal@bnpparibas.com

Léa Constantin + 33 6 66 85 54 95 lea.constantin@bnpparibas.com

A 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**