

MMA Expertise Patrimoine

Maurice JULLIARD, Directeur des Réseaux Vie Covéa



Quel est le bilan de vos activités en 2018 ? Quels résultats avez-vous enregistrés ?

COVEA a enregistré des résultats Vie exceptionnels en 2018. C'est également le cas plus spécifiquement sur les réseaux spécialisés dont le courtage. Depuis 10 ans, notre chiffre d'affaires est en progression constante (+ 10% en 2018). Notre taux d'UC est également en croissance de 17% par rapport à l'année dernière.

Entre 2013 et 2018, la part d'UC dans nos encours est passée de 16 à 30%. Sur le Courtage, la collecte est supérieure à 50% en UC. C'est tout à fait remarquable pour un groupe mutualiste.

Ces dernières années les efforts entrepris sur les axes stratégiques ont été compris, partagés, et transmis par nos collaborateurs et nos partenaires.

Nous gagnons de plus en plus de collaborations (CGP et courtiers) sur toute la France.

Alors même que nous maintenons notre politique de maîtrise de l'euro, nous réalisons une collecte de 530M€.

Malgré l'atténuation des années blanches fiscales 2017 et 2018, nous avons obtenus des résultats probants sur le marché de la Retraite. Je suis satisfait de cette accélération, c'est une thématique que nous souhaitons investir d'avantage sur les prochaines années.

Concernant la Prévoyance, l'année 2018 s'est construite en deux temps. Un démarrage plutôt calme, suivi d'un second semestre qui nous a permis de tenir notre trajectoire de croissance.

2018 a donc été positif pour COVEA sur les marchés à valeur et pour l'ensemble des Réseaux Vie.

Parce qu'elle est solide, notre signature rassure partenaires et clients. Elle séduit également de plus en plus d'acteurs importants spécialistes de la Retraite et de la Prévoyance. Ces partenariats ouvrent de nouvelles voies importantes pour les prochaines années.

Les fusions et absorptions de cabinets CGP sont en nette augmentation. Quels sont les ressorts de ce phénomène ?

Au-delà des problématiques de marché, certains acteurs sont entrés depuis plusieurs années dans une logique de concentration. Il est exact que le mouvement s'accroît aujourd'hui considérablement. J'y vois quatre causes principales.

La première est générationnelle. Certains CGP entre 58 et 65 ans se disent qu'il est plus difficile d'exercer leur activité que par le passé. Cela crée par extension l'émergence de nouveaux acteurs ou l'accentuation d'un phénomène de concentration.

Second point : les Conseils en Gestion de Patrimoine restent inquiets des impacts de DDA sur leur business model. Ils mesurent les risques potentiels liés au contrôle du régulateur sur leurs activités. Cela pèse sur leurs stratégies et leurs décisions.

Troisième élément, la concentration est désormais perçue comme un moyen de travailler autrement, de sortir de l'isolement en ayant accès à plus de compétences, de soutien et davantage de services (marketing, juridiques, fiscaux...). L'interprofessionnalité offre un moyen pour rompre l'isolement.

Enfin, de plus en plus de cabinets sont à la recherche d'une taille critique en terme d'encours. Être plus solide sur un marché devenu complexe, est une piste pour renforcer leur solidité. Le périmètre managérial va prendre une dimension plus forte dans l'avenir.

Des CGP s'inquiètent de l'impact de DDA sur le Troisième Usage du courtage. Quelle est votre position ?

Historiquement, les usages sont liés à l'IARD. La règle est qu'en cas de transmission, la commission continue à être perçue par le courtier créateur.

Pour la VIE, il n'y a pas de règle encore clairement établie. En conséquence, aucun assureur ne pratique de la même façon. Il n'y a pas de position de place.

En ce qui nous concerne, dès le lancement de nos activités, nous avons inscrit dans notre protocole, que la rémunération est due au nouveau conseiller après qu'il se soit mis d'accord sur une indemnité avec le courtier créateur.

L'approche phygitale du client promet le meilleur des deux mondes. En quoi est-elle bénéfique aux CGPI ?

L'intégration du digital dans les activités des Conseils en Gestion de Patrimoine est loin d'être aboutie. Des développements majeurs vont arriver dans les prochaines années. Selon plusieurs études, 75% des actes d'achat des jeunes générations se font aujourd'hui après une visite préalable sur internet. C'est une donnée importante. Elle implique qu'un conseiller qui développe

une activité de face à face, devra de plus en plus dans l'avenir être porteur d'une valeur ajoutée qui lui permette de se démarquer des acteurs Internet pour justifier de sa rémunération.

La loi PACTE est-elle une opportunité pour les CGPI et leurs clients ?

La fiscalité va redonner de l'énergie aux thématiques incluses dans la loi PACTE et mettre davantage de protection sociale au cœur des activités des CGPI. C'est très positif. Elle pourrait créer une dynamique intéressante et se traduire rapidement dans des résultats de collecte.

Investissement Socialement Responsable et Finance solidaire apparaissent en plein développement. Les CGPI sont-ils particulièrement intéressés par les produits ISR ?

L'ISR est dans notre actualité. C'est une thématique qui commence à prendre une place importante sur le marché des CGP. COVEA Finance, notre société de Gestion développe ce type de fonds. Les modes de consommation, les problématiques environnementales et sociales sont autant de sujets positifs à prendre en compte dans nos solutions conseils. Le niveau de conscience du consommateur et donc de nos clients, s'est largement développé ces dernières années. Nous sommes entrés dans une logique de co-responsabilité de l'ensemble des acteurs.

Il reste encore un déficit entre l'intérêt intellectuel et affectif pour les ISR et leurs parts de marché. C'est pourtant une problématique particulièrement portée par les générations les plus jeunes. Nous sommes au commencement de cette Histoire. Les CGP n'ont pas encore complètement basculés vers ces marchés. L'offre est encore étroite mais la pression du consommateur va induire des changements profonds.

Quels marchés ou quelles spécialisations peuvent encore être développés par les CGP pour se développer ou renforcer leur valeur ajoutée ?

Je suis convaincu que les CGP peuvent aller beaucoup plus loin sur le sujet de la protection sociale. La loi PACTE est d'ailleurs une bonne occasion de passer un cap.

La vulnérabilité offre un champ intéressant sur le sujet et constitue à elle seule un axe de développement particulier. Grâce à un mécénat établi auprès de l'Association France Tutelle nous marquons notre engagement sur le sujet.

L'interprofessionnalité me paraît être un autre sujet très important qui se structure de manière visible. Les CGP s'attachent les conseils de prescripteurs et experts en partageant leur savoir-faire auprès de leurs clientèles respectives (connaissances fiscales, juridiques, commerciales...).

Enfin, l'intelligence artificielle va nous permettre de stocker et d'exploiter une quantité jamais égalée d'informations sur nos clients. Confronter et optimiser l'expérience des clients et l'expérience des distributeurs va être une séquence particulièrement intéressante. C'est clairement un axe majeur de développement.

D'ici 20 ans, nous ne travaillerons plus de la même façon. L'intelligence artificielle et l'analyse comportementale auront permis de revisiter l'ensemble des pratiques et des offres. Nous pouvons d'ailleurs nous interroger sur ce que le digital va changer dans nos comportements et nos relations.

Il fera évoluer la relation client, la réactivité, le service, le comportement du conseiller, les gammes disponibles... Quelle sera alors la place du self-care et donc celle des entretiens menés en face à face ?

Quelles sont vos ambitions pour 2019 ?

L'année 2018 a été une excellente année pour les réseaux Vie de COVEA (DRV) et pour MMA Expertise Patrimoine.

Dans un Monde où tout change, nous souhaitons maintenir notre stratégie sur les marchés à valeur. Au-delà des objectifs quantitatifs il est important pour nous de conserver des liens forts avec nos partenaires historiques et de trouver de nouvelles collaborations.

Les choix que nous avons faits sur DDA sont solides. Notre accompagnement repose sur des équipes engagées, professionnelles, sur des offres respectueuses de l'intérêt de nos clients et de nos partenaires.

Je suis confiant dans notre capacité à atteindre nos objectifs prioritaires.