

**PAYS**:France **PAGE(S)**:72-74:76-80

SURFACE:1 370 %
PERIODICITE:Mensuel

**DIFFUSION**:(14000)

JOURNALISTE :Benoît Descamps



# Les réponses des groupements aux défis du marché des CGP

A l'image des marchés des cabinets de CGP et des fournisseurs de produits, les groupements (ou platesformes de services) font face à des défis maieurs: baisse des marges, digitalisation, pression réglementaire... Dès lors, les évolutions de l'offre de ces structures sont d'importance. Pour les CGP, les propositions de valeur et les conditions tarifaires varient sensiblement d'une structure à l'autre.

réeés à partir de la fin des années quatre-vingt-dix, les sociétés de services s'adressant aux cabinets de conseil en gestion de patrimoine - souvent appelés groupements, regroupements ou plates-formes de services – se positionnent comme des accélérateurs de leur développement, contrairement aux groupements « associatifs » ou GIE créés sur la base d'un intuitu personae fort (Incipio, La Boétie Patrimoine, Actualis Associés...). Avec toute une batterie de services et l'accès à une gamme de produits plus ou moins large, ces structures visent à dégager du temps commercial



aux CGP pour qu'ils se concentrent sur la gestion de leur clientèle et leur activité de conseil. Pour autant, l'offre ne s'est pas élargie pour les professionnels du patrimoine: « Ces dernières années, il n'y a pas eu d'apparition de nouveau groupement de type commercial, constate Georges Nemès, président du groupement Patrimmofi. Pourtant, les professionnels du patrimoine se questionnent vis-à-vis de l'évolution du marché: l'accroissement de leurs contraintes réglementaires, la baisse des marges ou

encore la matérialisation de leur actif professionnel à l'instant T.»

# Rapprochements

Au contraire, ce marché de l'accompagnement des CGP connaît, comme ceux des cabinets ou des plates-formes, une concentration nécessaire pour réaliser des économies d'échelle. Le rapprochement entre FIP Patrimoine et Patrimoine Consultants en 2015 a donné naissance



PAYS: France

**PAGE(S)** :72-74;76-80

SURFACE:1 370 %
PERIODICITE:Mensuel

JOURNALISTE :Benoît Descamps

**DIFFUSION**:(14000)





à Magnacarta, lequel vient de se porter acquéreur de Serenalis. Autre exemple, CGP Entrepreneurs, filiale de l'UFF, a acquis La Financière du Carrousel, puis Infinitis. A l'inverse, le groupement Patrimmofi est, quant à lui, sorti du groupe Primonial et se porte acquéreurs de cabinets de gestion de patrimoine (voir par ailleurs). Ce marché est également concurrencé par les plates-formes de produits qui, pour séduire et accompagner leurs partenaires, proposent de plus en plus de services (outils d'allocation d'actifs, outils réglementaires, ingénierie patrimoniale...).

Pour Julie Compagnon, président de Serenalis, « La réglementation a accéléré la naturelle structuration de la profession. Celle-ci était inéluctable, avec une clientèle qui monte en gamme et un environnement juridique, fiscal et financier qui se complexifie. Le marché a complètement évolué : le produit miracle qu'est le fonds en euro n'existe plus et la problématique des retraites bouleverse totalement les clients qui se tournent vers les acteurs du conseil, sans parler de la mise en place du prélèvement à la source.»

Georges Nemès poursuit: « La concentration du secteur est inéluctable. La distribution rapporte de moins en moins pour un coût toujours plus élevé. Ainsi, les acteurs doivent choisir entre créer leurs propres usines de produits pour créer de la valeur ou augmenter leur volume d'activité pour réduire mutualiser les charges. Nous avons choisi la deuxième solution, même si nous ne pouvons pas exclure qu'un jour nous soyons amenés à le faire pour des questions de réglementation, d'opportunité ou pour le développement de Patrimmofi. »

# Des modèles en pleine évolution

En effet, ces structures se heurtent à diverses problématiques: la baisse des marges d'intermédiation et la raréfaction des surcommissions attribuées par les fournisseurs, la hausse des coûts liés à



Georges Nemès, président du groupement Patrimmofi.



Julie Compagnon, président de Serenalis.



Patrick Butteau, directeur général de CGP Entrepreneurs.

la réglementation ou encore la nécessité de proposer des services à plus forte valeur ajoutée, alors que la digitalisation -en cours - des back-offices vient rogner une partie de leur raison d'être. « Nous avons la conviction que nous sommes à une période de profonde transformation du marché des groupements de CGP, affirme Patrick Butteau, le directeur général de CGP Entrepreneurs depuis le 23 octobre 2018. En effet, ces quinze dernières années, l'offre était essentiellement tournée vers le produit, avec quelques services annexes. Le groupement, par son volume, bénéficiait d'une surcommission lui permettant de financer ces quelques services. Or, nous sommes confrontés à la baisse des marges en raison de l'accroissement de la concurrence, de la pression réglementaire qui augmente les charges, mais aussi à l'illégalité des incentives de production...Ce différentiel de commission s'amenuise jusqu'à sa disparition à terme. Le fondement des groupements s'érode. Parallèlement, avec la digitalisation qui simplifie la création des plates-formes et les process, un même producteur peut s'adresser à plusieurs centaines de CGP. Mais ce type de procédé reste marginal car, pour des raisons de productivité, les producteurs réduisent leur nombre de codes en fermant ceux des CGP peu producteurs. En revanche, le digital amenuise le rôle de middle-office du groupement, lequel doit adapter ses ressources pour les concentrer sur des fonctions à plus forte valeur ajoutée. De leur côté, pour accé-

der aux produits, les CGP s'adressent aux groupements qui ont les faveurs des producteurs. Dans ce contexte, nous considérons que l'avenir de ces structures passe par leur capacité à simplifier le quotidien du CGP et à orchestrer le partage des bonnes pratiques métier et réglementaires. Un CGP "isolé" passe, en effet, pas moins de 60% de son temps à des tâches administratives! Parallèlement, il doit gérer ses collaborateurs, ses clients, ses partenaires, sa digitalisation...Il est aujourd'hui difficile d'être indépendant, sans support. Même les "gros" cabinets bien structurés en interne font appel à nos services pour accéder à l'information et échanger.»

# Une réponse aux besoins des CGP

Les gérants de cabinet de gestion de patrimoine se questionnent: comment se développer et faire face à leurs différents défis? S'associer à un ou plusieurs autres confrères (l'exemple le plus abouti étant celui d'Olifan Group - cf. interview pages 70 à 71)? S'adosser à une structure de taille plus importante et en prendre une partie du capital, à l'image de ce que peuvent proposer des structures telles que Cyrus Conseil ou Herez? « Abandonner» une partie de leur marge pour être accompagné par un groupement ou une plate-forme de services? Ou encore réaliser des opérations de croissance externe soi-même, tout en musclant



PAYS: France

**PAGE(S)** :72-74;76-80

**SURFACE** :1 370 %

PERIODICITE : Mensuel

**DIFFUSION**:(14000)

JOURNALISTE : Benoît Descamps





ses fonctions supports et son équipe commerciale?

Ce qui fait dire aux dirigeants de groupements que les CGP n'ont jamais été autant à l'écoute de leur proposition de valeur. « Nous sommes de plus en plus sollicités par les CGP, entre cinq et dix demandes de renseignements chaque mois. Ils sont inquiets au sujet de la nécessité d'atteindre une certaine taille critique pour pérenniser leur activité, mais aussi sur leur bonne conformité à la réglementation en cas de contrôle de leurs autorités de tutelle. Les CGP qui, après dix ou

quinze années passées dans un établissement bancaire, avaient choisi d'être à leur compte souhaitent désormais concilier le meilleur des deux mondes en s'appuyant sur le confort apporté par nos services », observe Vincent Couroyer, président de Magnacarta qui, depuis fin 2017, est majoritairement détenu (à hauteur de 60 %) par un industriel du secteur ambitieux sur le marché des CGP, le groupe Burrus (cf. Investissement Conseils n° 825, d'octobre 2019, pages 62 à 63, et page 65), tandis qu'Oddo BHF détient 29 % du capital et le management 1 %.

Et selon Rachel de Valicourt, directeur général de Primonial Partenaires, ces questions concernent toutes les typologies de cabinet: « Les CGP qui s'adressent à nous ont des profils différents – petits ou gros cabinets –, mais leur point commun est qu'ils cherchent tous à accélérer leur croissance ».

Cédric Forman, directeur général de Thesaurus, complète: « Auparavant, les CGP étaient peu attirés par les groupements car ils craignaient de perdre de leur indépendance en restreignant leur gamme de produits et ils ne souhaitaient pas abandonner une partie de leur marge. Depuis deux ans, le mouvement est inverse: nombreux sont ceux qui cherchent à travers nous des solutions pour se décharger des aspects à faible valeur ajoutée et chronophages de leur activité. De plus, avec l'appui d'un groupement, les CGP se rendent bien compte qu'ils peuvent élargir leur activité dans d'autres domaines, alors qu'ils



Vincent Couroyer, président de Magnacarta.



Rachel de Valicourt, directeur général de Primonial Partenaires.

sont généralement spécialisés sur un pan d'activité, le plus souvent l'immobilier ou le financier. Avec nous, ils délivrent une prestation globale et sont plus sereins dans leurs recommandations.»

# Les bienfaits de ses sociétés de services

Pour plusieurs raisons, les groupements attirent les CGP.

#### Outils et services

Les décharger de leurs tâches administratives a été la principale raison d'être de ces sociétés.

## Gestion administrative

Avec l'appui d'un back/middle-office, le CGP peut se concentrer sur sa valeur ajoutée: conseiller ses clients et accélérer sa conquête de nouveaux clients. Néanmoins, la digitalisation des relations CGP-fournisseur-client, globalement pas encore entièrement aboutie, et qui se prolonge également chez ces groupements/plates-formes de services vient bousculer la donne. Les sociétés de services entament alors une montée en compétences de leurs équipes pour augmenter la valeur ajoutée apportée à leurs partenaires CGP.

#### Accompagnement réglementaire

Depuis la mise en œuvre de MIF II et de DDA notamment, les interrogations des CGP se multiplient face à leur com-

plexité, ce d'autant plus que les sanctions des autorités de tutelle sont de plus en plus fréquentes... «L'accompagnement réglementaire est souvent le point d'entrée de notre relation avec nos partenaires. Grâce à notre service juridique et réglementaire, nous les guidons dans leurs démarches et la mise en place de leurs process. Il s'agit également de les aider à remplir leurs obligations de formation continue», précise Rachel de Valicourt. «La réglementation est un

enjeu pour chacun d'entre eux en termes administratifs, de risque, avec des sanctions qui se multiplient de la part des autorités de tutelle, et de valorisation de leur activité », estime pour sa part Patrick Butteau.

#### Ingénierie métier

Le plus souvent, ces sociétés de services disposent en interne d'ingénieurs patrimoniaux, voire d'ingénieurs en protection sociale ou d'allocataires d'actifs dans leurs équipes. Ces derniers apportent leur valeur ajoutée dans les cas clients complexes et valident juridiquement les structurations de patrimoine élaborées par ou avec les conseils en gestion de patrimoine. Parfois, ces services sont externalisés.

#### Des outils dédiés

La plupart des intervenants ont choisi de concevoir leur propre outil, comme Primonial avec le Hub ou Patrimmofi avec Le Bureau du CGP. D'autres ont préféré négocier des tarifs pour leurs membres auprès des éditeurs traditionnels. « La digitalisation est incontournable, même si aujourd'hui tout n'est pas encore au point, indique Patrick Butteau. Les outils de CRM sont le cœur du système d'exploitation du CGP, auguel doivent se greffer d'autres dimensions, notamment les produits. En tant que groupement, nous proposons cette batterie de services de manière industrialisée et fiable pour libérer du temps commercial au CGP.»



PAYS: France

**PAGE(S)** :72-74;76-80

**SURFACE** :1 370 %

PERIODICITE : Mensuel

**DIFFUSION**:(14000)

JOURNALISTE : Benoît Descamps





# Accès et sélection des fournisseurs

« Face à la profusion de produits, la sélection et le suivi dans le temps leur apparaissent plus compliqués qu'auparavant. Les CGP sont également vulnérables vis-à-vis de leurs partenaires qui se rationalisent et n'hésitent plus à fermer des codes », indique Vincent Couroyer.

Ici aussi, les politiques des sociétés varient: certaines ont des produits dédiés, comme Finorion, d'autres donnent accès à l'ensemble du marché après une véri-

fication au préalable de la qualité du fournisseur et du produit ou conçoivent des solutions en compagnie de leur actionnaire, comme Magnacarta avec la gestion pilotée de Dôm Finances, par exemple.

Surtout, il convient de savoir si le groupement impose une exclusivité d'approvisionnement, comme c'est le cas chez Thesaurus.

# Le côté « club » des groupements

C'est dans leur volonté d'échange et de partage que les groupements se distinguent des plates-formes de services. Georges Nemès explique: « Nous maintenons un esprit "groupement", c'està-dire que nous tissons une relation étroite avec nos partenaires, faite de partage, d'échange et d'accompagnement dans le développement. C'est ce qui nous différencie d'une plate-forme de services.» Patrick Butteau abonde dans ce sens : « La dimension d'échange entre les membres d'un groupement est également prépondérante. Etre conseiller en gestion de patrimoine indépendant ne veut pas forcément dire être seul. Ils ont besoin d'échanger, de partager les bonnes pratiques, idées ou solutions, et pas uniquement dans les moments compliqués. Ce côté club existera toujours, et un groupement tel que le nôtre doit continuer à organiser ce type de moment d'échanges structurés. C'est une demande forte de nos adhérents ». C'est en raison de ce relationnel moins



Cédric Forman, directeur général de Thesaurus.



Emmanuel Angelier, président de la Financière d'Orion, gérant la plate-forme Finorion.

« poussé » qu'Emmanuel Angelier préfère qualifier Finorion de plate-forme de services: « Plus qu'un groupement ou un regroupement de CGP, nous sommes davantage une plate-forme de services et de produits. Selon nous, un groupement doit comprendre un aspect "coopératif" dans les prises de décision et une mutualisation des services. Ce n'est pas notre cas, même si une quinzaine de cabinets sont historiquement présents à notre capital, pour 13% environ. De même, notre modèle de distribution est celui d'une

plate-forme et nous n'imposons aucune exclusivité à nos partenaires ».

# «Impliquer les CGP en les associant dans une société

# à capital variable»

A lors qu'il avait créé le groupement Infinitis, revendu depuis à <u>CGP Entrepreneurs</u>, Bruno Delpeut nous expose pourquoi il a lancé Anseris en février 2019. « Face aux évolutions de marché, j'ai constaté l'usure actuelle des groupements. En effet, la promesse de la gestion du *back/middle-office* pour le compte des CGP n'est plus prépondérante pour les CGP face à la digitalisation des fournisseurs. Dans le même temps, les CGP souhaitent davantage de transparence quant aux commissions d'intermédiation, et les groupements doivent faire face à des marges qui se rétractent et un besoin de services toujours plus fort de la part des CGP.

L'effet de ciseau est fatal pour les groupements qui doivent apporter plus avec moins de moyens. Sans oublier les problé-



Bruno Delpeut, président-fondateur du groupe Anseris.

matiques de co-courtage ou de gammes de produits plus ou moins restreintes...Le modèle actuel des groupements commerciaux doit se renouveler ou s'éteindre. Avec Anseris, j'ai fait le choix d'impliquer les CGP dans toutes les décisions du groupe en les associant dans une société à capital variable (5 000 euros). Il s'agit d'un investissement (donc récupérable) et l'appartenance en qualité d'associé à un groupe national leur permet de rassurer le client, le prospect et le prescripteur. En contrepartie d'une cotisation de 832 euros HT par mois, ils accèdent à des services, des solutions et des outils, comme le marketing, la compliance en partenariat avec le cabinet Marker, l'ingénierie patrimoniale et sociale, la communication externe, l'accompagnement réglementaire, l'extranet, des logiciels négociés à un tarif réduit, des outils de pilotage et de développement de cabinet, des formations en e-leaming. Couplé à une négociation plus intéressante avec les fournisseurs, l'ensemble de ces services vient baisser leurs charges. L'effet ciseau est total.

Ils accèdent également à une offre différenciante mise en place avec la Banque Delubac, avec la capacité de proposer une offre de compte bancaire (particulier et entreprise) avec délivrance de moyens de paiements pour leurs clients et des financements. La Banque peut également les accompagner dans leurs propres opérations de croissance externe.

Actuellement, Anseris compte quatorze cabinets lesquels représentent 2,5 milliards d'euros d'encours.



PAYS: France

**PAGE(S)** :72-74;76-80

SURFACE:1 370 %
PERIODICITE:Mensuel

**DIFFUSION**:(14000)

JOURNALISTE : Benoît Descamps





# Une source de valorisation du fonds de commerce

« Appartenir à un groupement permet d'avoir une assise dans le cadre de son activité quotidienne, mais aussi lorsqu'il souhaite revendre son cabinet ou partir à la retraite », estime Vincent Couroyer.

## L'offre des principaux intervenants

L'offre de services et de produits varie donc sensiblement d'un acteur à l'autre, tout comme les conditions «tarifaires» et les typologies de cabinets regroupés. Voici les grandes lignes, le poids (collecte, encours, nombre de partenaires) et les ambitions de développement de ces acteurs.

## Magnacarta/Serenalis

Magnacarta est le fruit de la fusion en 2015 de FIP Patrimoine et Patrimoine Consultant. En septembre dernier, Magnacarta faisait l'acquisition de Serenalis, un groupement spécialisé, notamment sur l'immobilier et la formation (via Essentialis). Cette opération lui permet de s'adresser à une

autre typologie de cabinet, tout en mutualisant ses coûts.

Deux offres sont proposées aux cabinets de CGP: l'offre complète de service et d'accompagnement personnalisé, et l'offre Serenalis davantage digitalisée et axée sur l'accès (sous forme d'abonnement ou à la carte) à des services et produits. « Magnacarta reste concentré sur l'accompagnement de cabinets établis qui cherchent un second souffle dans leur développement ou qui souhaitent l'accélérer en privilégiant le recrutement de collaborateurs commerciaux, plutôt que sur les fonctions support », précise Vincent Couroyer.

Au quotidien, les partenaires sont accompagnés par une équipe de dix-huit personnes avec des services en matière d'ingénierie patrimoniale, marketing et communication, formations, ingénierie sociale, sélection de produits, conformité, ingénierie immobilière...

S'agissant de Serenalis, l'équipe va être renforcée. Un responsable du développement a été recruté et d'autres embauches sont à venir.

Magnacarta compte soixante-cinq cabinets partenaires, dont cinq ont rejoint le groupement fin 2019. Le groupement a collecté 270 millions d'euros en 2018 et devrait collecter près de 300 millions cette année. Il a enregistré une forte croissance de son activité immobilière avec environ deux cents lots commercialisés, contre quatre-vingt-dix l'année précédente. Son encours s'élève à 1.8 milliard d'euros.

« Notre ADN est d'être des facilitateurs du travail des CGP pour qu'ils se concentrent sur la relation et le suivi de leurs clients existants et la conquête de

Ce marché de l'accompagnement des CGP connaît, comme ceux des cabinets ou des platesformes, une **concentration nécessaire** pour réaliser des économies d'échelle.

> nouveaux, résume Vincent Couroyer. Comme il n'y a pas de recette miracle, nous nous adaptons à leur vision du métier et à leur organisation. Les cabinets qui nous rejoignent sont de tous types: du CGP seul avec une assistance, au cabinet constitué d'une dizaine de personnes.»

## Finorion

Plate-forme plutôt que groupement, Finorion dispose de sa propre gamme de contrats d'assurance-vie (Armada), mais distribue également les contrats « classiques » de quelques autres partenaires, notamment ceux de Generali et de SwissLife. Côté bancaire, elle s'appuie sur l'offre de Nortia Invest. « Ces partenaires nous délèguent l'animation de nos CGP partenaires, à qui nous offrons un niveau de service supérieur», explique Emmanuel Angelier.

A fin novembre, Finorion collaborait avec deux cent trente cabinets, dont cent soixante issus depuis peu d'un réseau de défiscalisation et pour qui Finorion assure la gestion du back et middle-office. « Notre réseau historique s'appuie sur une cinquantaine de partenaires très actifs et en fort développement. L'an prochain, nous comptons accueillir cinquante cabinets supplémentaires grâce à la prochaine mise en service d'un nouvel espace informatique, le projet Archipel, en compagnie d'un éditeur de logiciel et Zone Bourse. Sur notre marché, la différence se fait par la qualité du service et nous sommes convaincus que cette innovation technologique va nous permettre de nous différencier davantage car il permettra au CGP de réellement se digitaliser sur l'ensemble de leur acti-

La société perçoit 0,30 % et rétrocède les droits de souscription au CGP dès lors que ce dernier réalise au moins 400 000 euros de production. Aucun droit d'entrée ou abonnement n'est perçu. «L'objectif est d'être parmi les trois ou quatre partenaires privilégiés des CGP».

Notons que, parallèlement à son réseau de cabinets partenaires, Finorion dispose également d'une structure de gestion de patrimoine dotée de 930 millions d'euros d'encours. Un niveau atteint via différentes opérations de croissance externes (deux dossiers sont en cours de finalisation pour 160 millions d'euros d'encours)

# Patrimmofi

Patrimmofi a pour particularité d'être un groupement qui, durant quelques années, avait été intégré au groupe Primonial avant d'en sortir. Il s'appuie d'ailleurs toujours sur les services de l'Office by Primonial. « En 2016, j'avais repris Patrimmofi à l'heure où le groupe Primonial allait changer d'actionnaire principal, avec l'arrivée au capital du fonds d'investissement BridgePoint », →



PAYS: France

**PAGE(S)** :72-74;76-80

SURFACE:1 370 %

PERIODICITE : Mensuel

**DIFFUSION**:(14000)

JOURNALISTE : Benoît Descamps





explique Georges Nemès qui, depuis l'acquisition de l'Institut du patrimoine et Solon Entrepreneurs (finalisée en janvier) se félicite d'être accompagné par «une belle équipe de quadras dynamique: Frédéric Gilbert, Stéphane Peltier et Jérémy Aras» (voir par ailleurs).

Il expose le positionnement de son groupement: « Chez Patrimmofi, nous proposons toute l'offre de produits du marché; nous n'avons pas de logique de gamme, ce qui nous permet d'imposer que nos partenaires collaborent en exclusivité avec nous. Notre différence repose sur la valeur ajoutée autour de ces produits pour que nos partenaires se concentrent sur leur activité de conseil».

Avec une équipe d'une vingtaine de personnes en soutien, Patrimmofi met à disposition, notamment, un kit réglementaire, mis en place avec Astrée Consultants et qui est personnalisé pour chaque cabinet, ainsi qu'un *middle* et *back-office* centré sur la relation client, de la formation ou encore un service d'ingénierie patrimoniale constitué de trois personnes.

Patrimmofi a conçu son propre outil informatique, dénommé le Bureau du CGP en compagnie de FundShop. Diverses fonctionnalités tant métier que

de gestion de cabinet sont mises à disposition autour de la collecte d'informations patrimoniales, la digitalisation du kit réglementaire, les souscriptions produits, ainsi que des fonctions de suivi des allocations d'actifs sur l'ensemble du patrimoine ou part typologie de produit ou d'enveloppe et un contrôle de l'adéquation avec le profil du client, la traçabilité des arbitrages proposés... Des alertes

d'opportunités commerciales sont préenregistrées autour du patrimoine des clients (avertissement avant les 69 ans du client dans le cadre de l'assurance-vie, avant l'arrivée à l'échéance d'un programme de défiscalisation, l'arrivée à terme d'une opération de démembrement...). « Tous ces éléments facilitent le suivi régulier et permanent du client et justifient la rémunération du CGP », assure le dirigeant.



Le partage de valeur est simple: le CGP perçoit 70 % des commissions d'intermédiation, quel que soit le support d'investissement, les 30 % restants reviennent au groupement. « Le coût pour le CGP est donc variable, ce qui est préférable pour lui lors des années moins fastes ».

L'offre de services et de produits varie donc sensiblement d'un acteur à l'autre, tout comme les **conditions** « **tarifaires** » et les typologies de cabinets regroupés.

> Patrimmofi s'adresse à des CGP souhaitant s'adosser à une structure – principalement aux CGP confirmés ayant au moins cinq années d'ancienneté et réalisant plus de 20 millions d'euros de collecte par an –, rachète des cabinets pour confier la clientèle à ses partenaires, acquiert des cabinets, tout en conservant les gérants à leur tête, ou peut également prendre des participations dans des cabinets. «Ces professionnels cherchent à

mutualiser leurs besoins et en nous rejoignant, ils renforcent leur indépendance vis-à-vis des fournisseurs dont ils se dégagent de toute contrainte de volume. En effet, la vraie indépendance est celle du conseil apportée au client et non pas l'indépendance capitalistique ». Récemment, la société s'est renforcée

avec la finalisation de l'acquisition de l'Institut du patrimoine (70 millions d'euros de collecte et 300 millions d'euros d'encours et vingt-deux CGP), et deux opérations en cours : le cabinet de CGP Rive Gauche Finance et Solon Entrepreneurs, une structure dédiée aux chefs d'entreprise. Cette année, Patrimmofi a intégré trois nouveaux cabinets et étudie cinq dossiers d'acquisition (de 25 à

150 millions d'euros d'encours).

Après 120 millions d'euros de collecte l'an passé, la société compte atteindre les 150 millions d'euros cette année. D'ici fin 2022, Georges Nemès compte atteindre le milliard d'euros d'encours (500 millions actuellement) et les 200 millions d'euros de collecte annuelle.

« Nous comptons devenir le premier groupe indépendant sur notre secteur



PAYS: France

**PAGE(S)** :72-74;76-80

SURFACE:1 370 %
PERIODICITE:Mensuel

**DIFFUSION**:(14000)

JOURNALISTE : Benoît Descamps





d'activité, c'est-à-dire parmi les structures appartenant à des personnes physiques et non pas des industriels du secteur ou des fonds de Private Equity. Pour cela, nous allons poursuivre nos opérations de croissance externe grâce à nos fonds propres significatifs de 10 millions d'euros et le levier bancaire ».

# L'Office by Primonial

L'Office by Primonial est l'offre d'accompagnement des CGP logée au sein de Primonial Partenaires, filiale du groupe Primonial entièrement dédiée aux conseillers en gestion de patrimoine. «Avec un modèle d'organisation unique sur le marché, l'Office by Primonial est une offre de services qui permet au CGP de regagner du temps commercial et d'accélérer son développement, signale Rachel de Valicourt. L'Office by Primonial accompagne ses partenaires selon

leurs besoins sur toutes les expertises connexes au métier : administrative, réglementaire, ingénierie patrimoniale et solutions produits. En les allégeant des tâches chronophages, ils se concentrent sur l'essentiel de leur métier : la relation client. En aucun cas, nous n'intervenons sur l'expertise du CGP, à savoir le conseil et les préconisations de solutions délivrés à ses clients. Toute une série de services sont mis à disposition du CGP, libre à lui de les choisir ou non: l'Office by Primonial propose, le conseiller en gestion de patrimoine dispose.»

S'agissant de l'offre produits, et contrairement à un groupement qui a des liens plus ou moins avancés avec des partenaires, l'Office by Primonial a un positionnement différent et vise à référencer l'offre la plus large. « Nous écoutons les demandes de nos partenaires et, avec l'appui de nos services juridique et conformité, nous réalisons des diligences pour déterminer si nous pouvons interfacer ou non la solution proposée ou le partenaire. Ainsi, le CGP accède à une large palette de produits, tout en conservant un lien direct avec ses partenaires. Lorsqu'il a un besoin spéci-

fique, il peut s'appuyer sur notre équipe commerciale pour trouver le produit idoine ou sur notre Cloud pour réaliser un comparatif des solutions».

L'Office by Primonial permet également d'agréger les commissions du CGP de ses différents fournisseurs. « Il dispose ainsi d'un bordereau unique, ce qui simplifie sa gestion comptable, tout comme nous lui délivrons sa fiche de renseignements CIF (FRA-CIF)».

D'autres services sont à disposition, comme une équipe de huit ingénieurs patrimoniaux. Au total, l'équipe de l'Office se compose de trente-trois personnes (Primonial Partenaires compte cinquante-cinq collaborateurs).

Le coût de l'Office by Primonial varie selon le montant d'encours intermédié: 20 % des commissions perçues entre 0 et 30 millions d'euros, 15 % entre 30 et 60 millions d'euros et 10 % audelà.

«En les allégeant des tâches chronophages, ils se concentrent sur l'essentiel de leur métier : la **relation client**. En aucun cas, nous n'intervenons sur l'expertise du CGP, à savoir le conseil et les préconisations de solutions délivrés à ses clients.»

- Rachel de Valicourt

L'Office by Primonial regroupe actuellement cent trente cabinets partenaires. La société s'attend à une forte croissance de son activité dans les deux années à venir, avec la volonté d'accompagner trente nouveaux cabinets par an. « La demande est forte et nous avons souhaité faire patienter ces nouveaux partenaires car nous développions de nouveaux outils ».

En effet, en partenariat avec ManyMore, l'Office by Primonial vient de livrer son outil de préconisation automatisé accessible via le *Cloud*. Cette solution propose ainsi des allocations en matière finan-

cière et sur les SCPI (et à l'avenir sur l'immobilier physique). « Ce nouvel outil évite au CGP de naviguer entre plusieurs outils et propose des fonctionnalités en termes de détermination des objectifs du client, de questionnaire de profil de risque, d'alertes sur l'allocation, d'archivage des préconisations et arbitrage...»

Cette année, l'Office devrait réaliser 500 millions d'euros de collecte comme l'an passé et intermédier (via Leemo) entre 70 et 100 millions d'euros de biens immobiliers. La société agrège 2,3 milliards d'euros d'encours.

### Thesaurus

Récemment acquis par une société indépendante de capital-investissement, Argenthal, dirigée par François Garcin, le groupe Thesaurus, créé en 1996, compte aujourd'hui douze cabinets indé-

pendants affiliés, ainsi que trois conseillers salariés. « Ces cabinets signent avec nous un contrat d'exclusivité, précise Cédric Forman. Il s'agit pour nous de protéger notre marque et de nous assurer de la qualité des partenaires et des produits commercialisés.»

Thesaurus s'adresse à différents publics de professionnels. Il peut s'agir de lancements de cabinets, comme le mois dernier pour un ancien banquier privé, mais généralement, ce sont des CGP disposant de plusieurs années d'expérience qui rejoignent le groupement.

« Nous leur apportons de la sécurité et leur permettons de se concentrer sur le suivi et le développement de leur clientèle. Souvent, ces CGP sont arrivés au bout de leur modèle et s'adressent à nous pour franchir un cap, tout en renforçant leur indépendance. Par ailleurs, pour les cabinets unipersonnels, il leur est quasi-impossible d'exercer désormais ».

Les CGP partenaires de Thesaurus s'appuient ainsi sur un accompagnement administratif et réglementaire, marketing, communication, ainsi que trois pôles d'expertise: juridique et fiscal,  $\rightarrow$ 



PAYS: France

**PAGE(S)** :72-74;76-80

**SURFACE** :1 370 %

PERIODICITE : Mensuel

**DIFFUSION**:(14000)

JOURNALISTE : Benoît Descamps





immobilier et financier. S'agissant de l'immobilier, Thesaurus a mis en place dès 2001 un service de suivi des acquisitions et de la bonne gestion des biens acquis par les clients. Une quinzaine de personnes sont au soutien quotidien des CGP. S'agissant du modèle économique, la société propose à ses partenaires CGP un modèle de répartition de commission; si elle reste discrète sur ses données en termes de collecte et d'encours actuels, elle ambitionne d'atteindre le milliard d'euros d'encours en 2024.

La reprise par la société Argenthal a, selon Cédric Forman, « eu un bon écho auprès des professionnels du patrimoine. Nous nous appuyons sur une équipe jeune et expérimentée, et avons élargi notre palette de solutions grâce à notre actionnaire en matière de Private Equity et d'immobilier, et prochainement d'une société de gestion de portefeuille. Nous finalisons actuellement un plan de développement à quatre ans ambitieux avec la volonté de passer de trente à cent personnes, dans un esprit entrepreneurial. Notre volonté est d'offrir une gestion privée indépendante. Pour le mener à bien, des recrutements sont en cours en particulier à Paris, Lyon et Bordeaux. » D'ici deux ans, Thesaurus compte attirer vingt à vingt-cinq nouveaux cabinets.

## **CGP** Entrepreneurs

CGP Entrepreneurs a noué des liens avec Harvest et depuis peu Many-More, et tout autre promoteur de solution informatique. « Si les propositions de ces éditeurs ont du sens, nous pouvons les proposer à nos cabinets partenaires qui choisissent ou non de les utiliser, à un tarif groupement. L'objectif ensuite est de pouvoir les implémenter sur notre portail », signale Patrick Butteau. Des outils liés à la conformité sont bien entendu toujours présents, tout comme les services de formation (à Paris et en région, ainsi qu'en e-learning), et la gestion des commissions avec un bordereau unique. En matière de communication et marketing, un accord a été conclu avec Actusite pour la gestion de sites



Internet, newsletter et présence sur les réseaux sociaux. Après une période de test en 2019, un service d'ingénierie patrimoniale va être proposé au plus grand nombre. Prochainement, un pôle immobilier va être créé pour accompagner les cabinets sur l'ensemble de la chaîne de valeur immobilière.

Face aux mutations du marché et suite au changement de gouvernance, CGP Entrepreneurs a fait évoluer son modèle. « Nous avons cherché à combler les attentes d'aujourd'hui et de demain, en nous concentrant sur les dimensions à forte valeur ». Tout d'abord, l'offre de produits a été rationalisée. Sur cent cinquante partenaires producteurs, le groupement en a sélectionné quarante. « Selon le marché cible et les qualités des producteurs, notre offre se concentre désormais sur cinq à six partenaires producteurs pour chaque ligne métier sélectionnés par un comité auquel participent certains de nos adhérents ». Par ailleurs, en janvier prochain, CGP Entrepreneurs aura uniformisé ses conventions de partenariat et mis en place une grille tarifaire unique pour accéder aux services avec quatre niveaux de prix, s'échelonnant de 2000 à 8000 euros. « Cette offre est proposée à un coût nettement inférieur au prix réel des services octroyés.

Nous souhaitions une relation win-win avec les cabinets partenaires, par conséquent cette cotisation est remboursable intégralement ou en partie selon la production réalisée ».

Côté «échanges» entre CGP, <u>CGP</u> <u>Entrepreneurs</u> organise chaque année son congrès, ainsi que deux conventions et un voyage en compagnie de ses principaux partenaires.

Aujourd'hui, cent cinquante cabinets partenaires sur trois cent-vingt s'inscrivent dans l'offre actuelle de CGP Entrepreneurs. «La nouvelle offre a été conçue avec pour objectif de correspondre au mieux à tous les cabinets, dans le respect de leur indépendance et de leur liberté. Notre ambition est donc de faire adhérer le maximum d'entre eux et de séduire vingt-cinq nouveaux cabinets en 2020, quinze cabinets ayant rejoint le groupement en 2019. Nous croyons au potentiel du marché des conseillers en gestion de patrimoine dans cinq à dix années à venir, à l'image de notre actionnaire qui investit sur ce marché.»

En 2019, <u>CGP Entrepreneurs</u> a collecté environ 110 millions d'euros et dispose d'un encours de 940 millions d'euros en assurance-vie.

■ Benoît Descamps