

Groupements de CGPI, des prestations à la carte

Du club d'amis aux grandes plateformes commerciales, la palette des groupements est large. Chaque conseiller peut trouver sa structure ad hoc.

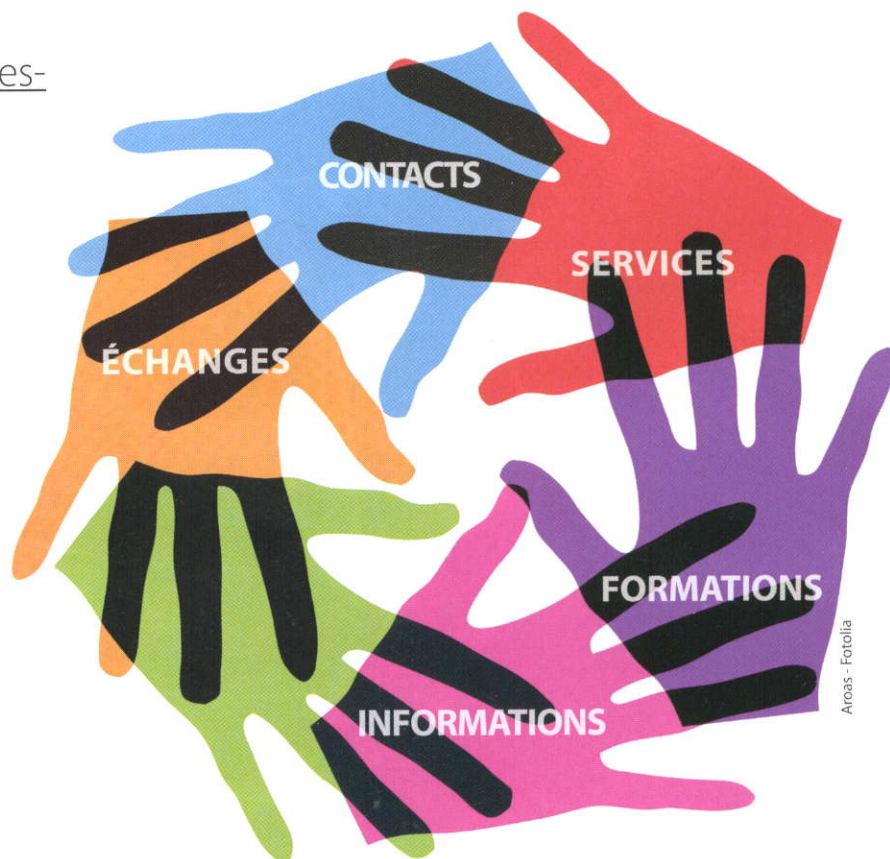
L'utilité des groupements de conseillers en gestion de patrimoine indépendants (CGPI) n'est plus à démontrer. Au sein d'une profession éparpillée, où les conseillers se sentent parfois isolés, le besoin de partager ses expériences justifierait à lui seul l'existence de ces structures. Mais les groupements vont très au-delà de la simple nécessité des échanges. Ils se sont organisés pour apporter, moyennant cotisations mensuelles très variables, des prestations concrètes : échanges de contacts fournisseurs, négociation commune, recherche des meilleures formations, propositions de solutions d'investissements, éventuellement des rétrocessions de commissions...

Dans tous ces domaines, l'union fait la force. Cela explique que de nombreux groupements sont aujourd'hui connus et reconnus et qu'ils rassemblent non plus des conseillers isolés, mais des cabinets importants bénéficiant d'une forte notoriété. Ainsi, la réputation du groupement La Boétie Patrimoine n'est plus à faire. C'est l'un des plus anciens sur la place. Créé en 1991, il fédère 23 cabinets représentant plus de 2,5 milliards d'euros d'encours et qui, « lors de réunions mensuelles et d'un séminaire annuel, se transmettent les bonnes informations, les produits et les soucis éventuellement ren-

contrés », explique son président, Patrick Ganansia. Et de préciser : « Le groupement communique sur son nom uniquement vis-à-vis des fournisseurs. D'ailleurs, il a référencé des partenaires sans caractère obligatoire. Chaque cabinet conserve son appellation d'origine, ce qui ne l'empêche pas, s'il le souhaite, d'indiquer son appartenance à La Boétie Patrimoine. » Un gage de qualité !

Des échanges plébiscités

À l'image de La Boétie Patrimoine, qui fait figure d'ancêtre dans la profession, la majorité des groupements a été créée sous la forme d'associations à but non lucratif. Ils sont généralement constitués par affinités personnelles et/ou régionales. Exemple parmi tant



d'autres : le Cercle France Patrimoine. Outre des échanges par mails et téléphone et des réunions bimensuelles du bureau, les 14 cabinets membres se retrouvent lors de trois manifestations annuelles, dont la dernière en octobre, à Lyon, la veille de Patrimonia. C'est également la forme d'une association qu'a retenue Actualis Associés. Chacun des 21 cabinets, représentant au total 850 millions d'euros d'encours, adhère à l'une des six commissions de travail (valeurs mobilières, immobilier, assurances, juridique et fiscal, réglementation, communication) qui se réunit chaque mois. Des tables rondes trimestrielles et un séminaire annuel complètent ces échanges. Là ne s'arrête pas son utilité : « Nous

proposons aussi à nos membres des outils d'allocations d'actifs, et nous leur envoyons régulièrement une lettre financière. Nous essayons d'identifier les partenaires avec lesquels nous travaillons. Nous allons axer notre développement vers trois plates-formes assurances, une vingtaine de sociétés de gestion, mais nous n'imposons aucun fournisseur», explique Henry Masdevall, président fondateur de Actualis Associés.

L'irruption des plates-formes commerciales

À côté de ces groupements à caractère associatif, groupements historiques traditionnels si l'on peut dire, ont progressivement émergé des structures d'un type nouveau destinées à proposer des services administratifs et commerciaux à des CGPI de tous horizons. L'affectio societatis a ici vécu. On est loin du principe de proximité: les conseillers membres ne se connaissent pas forcément; ils sont fédérés par des professionnels qui ont fait de la gestion des groupements leur travail à temps plein. Le président et ses acolytes se rémunèrent en offrant des prestations comme n'importe quelle société commerciale.

Ces groupements nouvelle formule aident les CGPI, en particulier les cabinets de création récente, à s'organiser administrativement afin de se consacrer exclusivement à leurs démarches commerciales. Les services sont poussés aussi loin que possible: formation et information bien sûr, aide à la sélection

des placements naturellement, mais aussi fourniture de système d'agrégation des comptes, d'allocation d'actifs, de sélectionneur de fonds, jusqu'à la prestation ultime, l'aide à la prospection de clients.

Infinitis, lancé en janvier 2009, est une illustration aboutie de ce type de groupements, qui offre des prestations élaborées dans une logique commerciale. Infinitis affirme réunir 160 cabinets, un encours chiffré à 2,9 milliards d'euros en produits financiers. Ce groupement, bien considéré dans la profession, bénéficie de l'appui de 12 salariés, dont 7 directeurs de région. Il réunit 12 fournisseurs en assurance, 20 « asset managers » et 20 promoteurs ou plates-formes immobilières « pour lesquels on a établi un cahier des char-

« Notre groupement est un lieu d'échanges et de rencontres sur la profession. En novembre, nous convions 200 personnes à Paris. »

Henry Masdevall, président fondateur d'Actualis Associés, président du cabinet Valorey Finances

ges », explique Bruno Delpout, son président. Si la cotisation mensuelle n'est que de 98 €, Infinitis a « négocié un delta avec les fournisseurs pour ne pas pénaliser la rémunération du cabinet ». Autre structure de ce type: la Financière du Carrousel, dont la philosophie est claire: « Il y a dix ans, explique la société, les CGPI passaient un tiers de leur temps à effectuer des tâches administratives et

UNE RÉPUTATION À PARFAIRE

À la question « Aujourd'hui, on constate qu'il y a de plus en plus de regroupements de cabinets de CGPI. À terme, diriez-vous que les regroupements sont plutôt... », les conseillers financiers ont répondu:

» Une opportunité pour mutualiser certains coûts ou faire pression sur vos fournisseurs: **45 %** (72 % des CGPI ayant donné cette réponse font partie d'un groupement)

» Une contrainte, une perte d'autonomie: **43 %**
 » Les deux: **7 %**
 » Ni l'un ni l'autre: **3 %**
 » Ne se prononcent pas: **2 %**

Source: Baromètre du marché des CGPI BNP Assurances Cardif 4^e édition 2010.

à se former, et deux tiers au service de leurs clients. Aujourd'hui, les évolutions du métier ont inversé ces proportions. Il est devenu primordial de permettre aux CGPI de retrouver du temps afin qu'ils puissent se consacrer au développement commercial de leur cabinet et pérenniser leur activité. »

À tout profil de CGPI un groupement adéquat

De l'assistance à la création du cabinet de CGPI au suivi administratif des clients au jour le jour, en passant par la négociation de partenariats en tant que centrale d'achat, la Financière du Carrousel s'occupe, prétendument, de tout. Moyennant finance, y compris un pourcentage fixe année après année sur le chiffre d'affaires du conseiller. Le risque évident pour le CGPI, en adhérant à un groupement comme la Financière du Carrousel, n'est pas de perdre son indépendance dans le service à ses clients, en particulier dans la sélection des produits. Celle-ci n'est généralement pas mise en cause. Le risque, le vrai, en cas de litige avec le groupement, c'est de se trouver dépendant d'un intermédiaire qui réachemine les commissions récurrentes venant des fournisseurs... En conclusion, nous dirions qu'à tout profil de CGPI correspond un type de groupement adéquat. De l'approche associative à la démarche commerciale, chaque conseiller peut faire son marché, dans une logique gagnant-gagnant.

Guillaume Toussaint

UN NOUVEAU VENU, LE GNIP

Lancé récemment, le Groupement national des indépendants du patrimoine (GNIP)

visé à développer la notoriété de ses membres à travers son site Internet. Bien référencé, celui-ci devrait lui apporter quantité de prospects. « Dans moins

de un an, le GNIP devrait regrouper 80 à 90 cabinets », affirme Pascal Desailly, président du GNIP et PDG du cabinet lillois Nord Conseils Finances.

Les CGPI retenus doivent offrir une expérience d'au moins quinze ans et adhérer à la Chambre

des indépendants du patrimoine. En contrepartie, chacun règle un droit d'entrée de 5 000 € et une cotisation mensuelle de 200 €. Sachant que les partenaires fournisseurs devraient participer eux aussi aux campagnes de publicité du site.