Date : 01/12/2013
Pays : FRANCE
Page(s) : 8-11
Rubrique : ASSURANCE
Diffusion : (21000)
Périodicité : Mensuel
Surface : 262 %

INVESTISSEMENT CONSEILS
LE MAGAZINE DES CONSEILS EN INVESTISSEMENT

ASSURANCE
Marché

Les contrats en ligne vont-ils booster l'offre des indépendants ?

Les conseillers indépendants disposent aujourd'hui de tous les outils informatiques leur permettant de proposer d'excellents produits de placements sur le Web. Peuvent-ils dynamiser leur cabinet grâce à ces contrats Internet et se lancer sans retenue sur ce nouveau marché que représente la Toile ? Revue de détails.

MEME si, selon certaines sources, les versements sur l'assurance-vie en ligne représentent encore un peu moins de 2 % de la collecte totale, soit 112 milliards d'euros, Internet représente indéniablement un sacré vecteur de développement – et à moindre coût – pour les cabinets de conseillers en gestion de patrimoine indépendants. Ceux qui, il y a quelques années, ont été les pionniers en la matière en se lançant dans ce créneau ne se découragent pas pour autant.

Ce marché semble être promis à un bel avenir, compte tenu des nouvelles habitudes de consommation des Français, et en particulier des plus jeunes, moins réticents que leurs aînés face à la barrière Internet pour les produits financiers. Car, même poussive, l'assurance-vie en ligne offre une progression régulière : les épargnants n'ignorent plus que les contrats en ligne, moins chargés en frais, sont nettement plus intéressants que ceux vendus par le secteur traditionnel.

Chez les conseillers indépendants, il existe deux grandes catégories d'intervenants sur Internet. D'une part, des conseillers qui ont tout parié sur le Web, et qui proposent leurs produits d'assurance-vie et de capitalisation uniquement via ce canal. C'est le cas d'Altaprofits.com, LinXea, MonFinancier, mesplacementsVie, Assurancevie.com, par exemple. Et d'autre part, des indépendants qui ont développé une niche complémentaire via Internet, tout en conservant une activité principale en cabinet. C'est, notamment, le cas de Finansemble.fr et d'Aduléo. Ce dernier est le fruit d'un partenariat entre e-Cie Vie du groupe Generali et trois grands cabinets de conseil en gestion de patrimoine indépendants, établis depuis vingt-cinq ans sur les régions parisienne, Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon.

Ces indépendants qui misent 100 % sur Internet

Ceux qui ont fait le choix du Web

Depuis l'émergence de la Toile, LinXea a pris l'option du tout Internet. C'était en 2001. L'un des précurseurs, en somme. Pour David Capdevielle, l'un des deux fondateurs du site, et actuel gérant, *« il s'agit avant tout d'un choix économique. Disposant de peu de ressources financières, nous avons cherché un moyen pour que les clients viennent à nous, afin de limiter les frais de développement. Il faut se souvenir qu'en 2001, lorsque nous décidons de proposer des contrats d'assurance-vie en ligne, Google n'est encore qu'une start-up née deux années plus tôt seulement, et le référencement encore gratuit. Il est alors assez facile de se faire connaître, à moindres frais, en optimisant son référencement sur la Toile. Nous avons donc pu, en travaillant beaucoup et avec peu de moyens, toucher un large public sur Internet. Nous n'aurions jamais pu drainer autant de clients en restant sur un modèle classique de cabinet de gestion de patrimoine. »*

Le positionnement en ligne de LinXea s'est très vite et automatiquement imposé : *« Au début effectivement, Internet devait uniquement nous servir de soutien à une activité classique de*

Tous droits de reproduction réservés

Date : 01/12/2013
Pays : FRANCE
Page(s) : 8-11
Rubrique : ASSURANCE
Diffusion : (21000)
Périodicité : Mensuel
Surface : 262 %

INVESTISSEMENT CONSEILS
LE MAGAZINE DES CONSEILS EN INVESTISSEMENT

CGPI, poursuit le gérant. *Très vite, nous nous sommes rendu compte que nous n'aurions pas les moyens de nos ambitions, car le temps passé lors des prises de rendez-vous et avec les prospects ne pouvait pas être rentabilisé par les produits de qualité que nous proposions. Nous n'avions pas de trésorerie nous permettant de nous développer sereinement sur plusieurs années. Il fallait donc changer notre fusil d'épaule et transformer l'objet du site Internet, passant d'un site passif à un site proactif en proposant une sélection de très bons contrats d'assurance-vie. »*

Aujourd'hui, le pari de LinXea est gagné. Plusieurs assurances-vie sont proposées : *LinXea Vie*, *LinXea Spirit* et *LinXea Avenir*, assurées respectivement chez e-Cie Vie, Spirica (groupe Crédit agricole) et Suravenir (groupe Crédit mutuel Arkéa). Ces trois supports sont accompagnés de leurs homologues en version contrats de capitalisation, sans oublier un PEA assurance et un contrat retraite Madelin.

En 2012, la collecte brute annuelle de LinXea s'est établie à 63,317 millions d'euros. A fin septembre 2013, elle s'élevait, sur les neuf premiers mois de l'année, à 65,5 millions d'euros. L'encours total est de plus de 540 millions d'euros pour plus de 14 000 clients.

Quant au développement à venir, LinXea s'annonce serein et toujours plus confiant : *« Internet s'est démocratisé, et l'achat en ligne est devenu un acte banal*, renchérit David Capdevielle. *Malgré tout, l'assurance-vie en ligne reste encore marginale dans le secteur et sa collecte est insignifiante au regard des autres réseaux de distribution. Elle représente encore un très faible pourcentage de la collecte nationale en assurance-vie. La marge de progression est donc énorme, et LinXea, déjà positionné parmi les leaders de l'assurance-vie en ligne, compte bien accélérer sa croissance dans les trois prochaines années, en continuant d'investir sur le canal de distribution que représente la Toile. »*

Internet pour contacter des clients non résidents

Pour Christophe David, associé-fondateur en charge du développement et de la stratégie de Patrimoine Agile, souhaitait proposer *« un produit intéressant pour les clients et qui se démarque des offres purement Internet »*. Située à Versailles, cette société propose le contrat *Primonial Sérénipierre*, via le site Finansemble.fr. *« C'est un succès commercial*, se félicite Christophe David. *Nous avons largement dépassé les objectifs que nous nous étions fixés en commun. D'ailleurs, nous allons mettre en place ensemble une nouvelle offre et renouveler l'expérience. Grâce au site, nous bénéficions de recommandations et de contacts pour le long terme, ce qui est intéressant et nous autorise à proposer plus largement notre expertise. Le site Internet nous permet aussi de contacter des clients "non résidents" qui, autrement, ne seraient pas venus vers nous : nous adaptons alors nos réponses aux spécificités de leur statut. »*

« Nous avons largement dépassé les objectifs que nous nous étions fixés ! »

Christophe David, associé-fondateur de Patrimoine Agile.

Les « pure-players »

Autre exemple de succès sur Internet, voilà, cette fois, l'histoire du pionnier de l'assurance-vie en ligne : Altaprofits.com. Trois professionnels tous issus de l'assurance-vie, François Leneveu, Hervé Tisserand et Elisabeth Andrey, ont créé, voici plus de treize ans, le premier site Web proposant de l'assurance-vie en ligne, sans frais d'entrée sur les contrats, les fonds en euros et les organismes de placement collectif en valeurs mobilières (OPCVM).

« En 1999, le marché de la Bourse en ligne explosait, et le Net allait opérer la même révolution dans le domaine de l'assurance-vie, précisent les dirigeants d'Altaprofits. *Dès lors, nous avons marqué notre " différence " et nous nous sommes répertoriés " innovants " dans le lancement de l'assurance-vie en ligne. A cette époque, en précurseurs, nous avons concrétisé notre idée de faire évoluer le métier de la distribution en matière d'assurance-vie. Nous avons créé et développé notre propre plate-forme technologique transactionnelle, deux outils à la pointe de la technologie, l'*Asset Allocator *(gestion de portefeuille et aide à la décision) et le premier* front-office *de gestion de contrat en ligne. Et notre initiative a été largement suivie : entre 2000 et 2006, des concurrents sont arrivés sur le marché français de la vente d'assurance-vie en ligne. Altaprofits.com se différencie des autres acteurs de ce placement sur la Toile grâce à sa propre plate-forme logicielle qui l'autorise à une totale autonomie de fonctionnement, à une grande réactivité et à l'innovation. »*

Grâce à leur site indépendant, *« tout en étant très proche des plus grandes compagnies d'assurance de taille mondiale »*, les fondateurs d'Altaprofits.com offrent une douzaine de contrats différents en assurance-vie, capitalisation, PEA assurance, retraite et Madelin, ainsi que de la prévoyance-décès.

En 2012, la collecte brute annuelle de la société s'est élevée à 102 M€. A fin 2012, l'encours était de 910 M€ pour 26 000 contrats ouverts.

Ces cabinets qui se diversifient sur le Net

Pour certains conseillers en gestion de patrimoine indépendants, l'activité Internet se veut complémentaire à l'approche patrimoniale en cabinet.

JDHM Vie est un important courtier français en assurances de personnes, qui compte, en France, une cinquantaine de collaborateurs. En 2012, il a réalisé un chiffre d'affaires dans l'activité assurance de personnes de 130,6 millions d'euros.

Depuis 2010, ce courtier a développé une activité Internet sous la marque Assurancevie.com. Ce site offre un large choix de produits : de l'assurance-vie avec deux supports, un contrat de capitalisation et surtout deux offres de plans d'épargne-retraite populaire, cette dernière offre étant des plus rares sur Internet et apportant ainsi toute sa véritable particularité à Assurancevie.com. »

Tous droits de reproduction réservés

Date : 01/12/2013
Pays : FRANCE
Page(s) : 8-11
Rubrique : ASSURANCE
Diffusion : (21000)
Périodicité : Mensuel
Surface : 262 %

INVESTISSEMENT CONSEILS
LE MAGAZINE DES CONSEILS EN INVESTISSEMENT

L'assurance-vie en ligne représentent encore un peu moins de 2% de la collecte totale, soit 112 Md€.

Des conseillers à géométrie variable

Le site Aduléo a été lancé par trois cabinets, associés à cette fin : Gestion Conseil Finance, à Montpellier, Montfinance, à Toulouse, et Delta Finance, à Montargis. *« Nous souhaitions avoir un "véhicule" qui nous permettait d'avoir accès à la "clientèle Internet", tout en sachant que nous ne l'aurions pas au travers de nos cabinets*, précise Philippe Gaucher, dirigeant de Delta Finance. *Aduléo a été créé juste avant la crise, et il a forcément connu quelques débuts difficiles au regard des investissements qui étaient nécessaires pour conforter sa notoriété, malgré l'appui de Generali qui nous a fait confiance et avec qui nous travaillons, par ailleurs, au sein de nos cabinets respectifs. Nous avons eu la chance que cette activité soit secondaire et partagée entre trois cabinets, avec des coûts d'exploitation extrêmement limités. Aujourd'hui, l'activité est plus sereine. Le site d'Aduléo.com a été complètement rénové et il est totalement "malléable", ce qui n'était pas le cas sur la première version dépendante des moyens techniques de l'époque. La collecte progresse régulièrement et le contrat* Aduléo *semble être apprécié par notre clientèle qui recherche avant tout un produit simple et lisible. En outre, ce produit est référencé dans les principaux sites comparateurs d'assurance-vie. »*

Le Web pour apporter son expertise

Rochebonne Finance, un cabinet installé dans le VIIIe arrondissement de Paris, compte cinq personnes et deux associés-fondateurs, Hubert Nicolas et Ariane d'Ivernois. En proposant *Afilium Gestion Privée 3*, le contrat d'assurance-vie de Cholet Dupont Partenaires, le choix de Finansemble.fr s'est imposé pour conserver une part de conseil. *« Sur un produit habituellement vendu en ligne, le client a déjà fait lui-même ses choix. Notre collaboration avec Finansemble.fr nous donne un contact avec le client et, lorsque cela est nécessaire, nous permet de l'orienter vers d'autres options qui pourraient mieux lui convenir*, souligne Ariane d'Ivernois, une conseillère en gestion de patrimoine indépendante installée depuis de plus dix ans. *Internet véhicule une image assez bas de gamme et simpliste, alors qu'il existe des nuances de taille dans l'assurance-vie : l'allocation d'actifs, qui ne sera pas la même pour un client âgé de trente ans que pour un client retraité, ou encore la clause bénéficiaire à adapter, par exemple. Les résultats sont satisfaisants et nous étudions d'ailleurs plusieurs pistes pour lancer de nouvelles offres. »*

« Nous étudions plusieurs pistes pour lancer de nouvelles offres. »

Ariane d'Ivernois, associée-fondateur de Rochebonne Finance.

La part de chiffre d'affaires issue d'Internet est peu importante (environ 5 %), eu égard à l'activité totale de ces trois cabinets de CGPI installé depuis quinze à vingt-deux ans ! Il est donc difficile de comparer ces chiffres pour deux activités qui n'ont pas la même ancienneté.

Deux catégories distinctes de clients

« Les deux métiers sont fondamentalement différents, poursuit Philippe Gaucher, *d'un côté, notre portefeuille Internet très indépendant et qui nous sollicite peu, et de l'autre, notre métier de CGPI où nous avons, au contraire, un contact primordial avec notre clientèle, base de notre métier, que nous ne voulons surtout pas perdre. Enfin, le ticket moyen est sans aucun doute bien plus faible sur Internet qu'à l'intérieur de nos cabinets. Nous sommes positifs sur le développement d'Aduléo.com et sommes ravis d'avoir une "vraie marque" avec un nom déposé et référencé. Il y aura toujours deux types de clientèle : celle qui a besoin d'un suivi personnalisé et d'un conseil précis qui s'adresse à nos cabinets, et celle plus indépendante et qui estime pouvoir gérer son épargne en toute connaissance de cause. Celle-ci trouve dans un contrat en ligne de multiples avantages, en termes de coût, de disponibilité et de gestion. Notamment les jeunes générations, très mobiles, qui ont davantage une culture Internet. Il est aussi pratique de gérer un contrat depuis l'étranger si on y est pour raisons professionnelles… Le client Internet reste très indépendant et possède même parfois plusieurs contrats en ligne. Il y a donc peu de corrélation entre les deux activités même si nous essayons, au travers d'Aduléo, de donner une "touche" CGPI, puisque chaque client est rattaché à un seul et même interlocuteur, limitant ainsi l'impersonnalité du système Internet. »*

Les ingrédients d'un bon contrat en ligne

Si l'on établit un portrait-robot des contrats d'assurance-vie distribués par Internet, on peut dresser les caractéristiques suivantes :
- l'absence de frais sur versements,
- les autres frais (gestion, arbitrages, etc.) réduits au maximum,
- des versements très accessibles (souvent dès 500 euros à l'ouverture du contrat, parfois moins),
- un nombre important de supports financiers (généralement 100 à 300 supports),
- un fonds en euros performant (les contrats Internet représentant de petits montants par rapport aux contrats classiques les assureurs peuvent afficher sur cette vitrine des taux plus élevés), parfois plusieurs fonds en euros sont proposés.
- la possibilité de consulter et gérer son contrat sur Internet (avec des valorisations quotidiennes ou hebdomadaires) et des passages d'ordres et d'arbitrages rapides,
- au moins deux ou trois options de gestion automatisées (sécurisation, dynamisation, investissement progressif, *stop-loss*, etc.),
- un large choix de garanties plancher.

Tous droits de reproduction réservés

Date : 01/12/2013
Pays : FRANCE
Page(s) : 8-11
Rubrique : ASSURANCE
Diffusion : (21000)
Périodicité : Mensuel
Surface : 262 %

INVESTISSEMENT CONSEILS
LE MAGAZINE DES CONSEILS EN INVESTISSEMENT

Une synergie entre cabinets et site Internet

Finansemble.fr est un site sélectionnant des offres de produits financiers à destination des particuliers, dont certaines font intervenir un conseiller en gestion de patrimoine pour vérifier si la solution souhaitée est bien adaptée à la situation de chacun. *« C'est une plate-forme de mise en relations entre les prospects particuliers et les CGPI partenaires*, retrace Maxime Camus, fondateur du site et son directeur général. *Les conseillers indépendants frappent à notre porte pour travailler avec nous. Notre offre leur permet d'accélérer ou de développer leur portefeuille de clients. Notre modèle repose sur un véritable partenariat, car nous partageons équitablement avec les cabinets retenus les commissions composées de droits d'entrée et de frais de gestion sur une période définie. »*

C'est ainsi que pour les deux offres de contrats d'assurance-vie disponibles sur le site Finansemble.fr en octobre 2013, deux cabinets ont été sélectionnés : Patrimoine Agile et Rochebonne France.

Aujourd'hui, le Web continue à s'installer

La distribution de contrats d'assurance-vie, de capitalisation, de PEA assurance, de contrats retraite Madelin, de Perp via Internet ne peut que progresser, même si le développement réel est sans doute bien moins important que celui que l'on attendait il y une dizaine d'années.

« Il est désormais clair que l'e-assurance existe réellement. Ce n'est pas simplement une vue de l'esprit, ni une quête vaine, car au final tout le monde y trouve son compte », note Aurélien Legendre, en 2011, dans son mémoire de Bachelor Assurance intitulé « Le visage de l'assurance a changé ? Et si on tournait la page ? ».

Pour Xerfi France, dans son étude *Le marché de l'assurance-vie à l'horizon 2014*, éditée en juillet dernier, le constat est un peu moins optimiste : *« Ainsi, la révolution Internet tant attendue n'a toujours pas eu lieu. Après près d'une décennie d'exploitation, la distribution en ligne n'a pas réellement convaincu les épargnants : elle n'enregistrait que 3 % des cotisations [d'assurance-vie] en 2012. »*

Entre ces deux avis, outre les succès d'Internet, d'autres tentatives ont connu des fins malheureuses. BNP Paribas Cardif avait lancé il y a quelques années MultiplusWeb afin de permettre à chaque client intéressé de souscrire en ligne un contrat d'assurance-vie multi-gestionnaire, et s'il le désirait de bénéficier du conseil d'un CGPI partenaire de Cardif. Ce dispositif a été mis en sommeil, avant d'être abandonné… Et le contrat n'est plus commercialisé.

L'outil Internet a façonné un nouveau visage de l'assurance. Aujourd'hui, de nombreux partenaires s'intéressent aux contrats en ligne afin de rajeunir la clientèle de leurs cabinets avec des prospects âgés, pour la plupart, de trente à cinquante-cinq ans. ■

Bernard Le Court

Tous droits de reproduction réservés