

“opinionway



*« Stratégies de communication en temps de crise :
pour une pérennisation et un développement
de la relation client »*

Résultats de l'étude réalisée auprès de clients de CGPI
par Patrimonia & OpinionWay

- Etude réalisée du 2 au 10 septembre 2008 -

Contacts :

Patrimonia - Christelle Fougeroux / 01 46 62 11 62

OpinionWay – Marc Rota, Charles-Henri d'Auvigny / 01 78 94 90 00

Contexte

- ▶ En période de crise financière, la communication entre les CGP et leurs clients revêt une importance particulière. Les premiers doivent gérer l'urgence, rassurer et mettre en œuvre une stratégie commerciale adaptée à un contexte fragile. Les seconds s'interrogent sur la performance de leurs placements, l'orientation à donner à leurs investissements et la fiabilité de leur conseiller financier.
- ▶ L'enjeu : **comment transformer une situation de crise en un lien commercial renforcé ?**
- ▶ Patrimonia a donc souhaité mener une étude auprès des clients de CGPI afin d'en savoir plus sur les relations entre ces 2 acteurs et les attitudes des clients envers leur conseiller. *L'étude a été réalisée par l'institut européen et indépendant OpinionWay.*

Méthodologie

- ▶ **Dates de terrain : du 2 au 10 septembre 2008.**
- ▶ **Étude quantitative en ligne** réalisée auprès d'un échantillon de **400 personnes ayant recours à un conseiller de gestion en patrimoine indépendant.**
- ▶ **L'échantillon** a été pré-sélectionné à partir du **panel IDA d'OpinionWay, composé de 35000 investisseurs actifs particuliers.**
- ▶ **Mode d'interrogation** : l'échantillon est interrogé en ligne sous système CAWI (Computer Assisted Web Interview).
- ▶ **Questionnaire** : composé d'une vingtaine de questions (dont 1 question ouverte), soit une durée d'environ 10 à 12 minutes.

Patrimonia : présentation

- ▶ **PATRIMONIA EST LE RENDEZ-VOUS ANNUEL DES PROFESSIONNELS DU CONSEIL EN GESTION DE PATRIMOINE.**
- ▶ **Près de 4.000 participants**, conseillers en gestion de patrimoine indépendants, salariés de réseaux bancaires et d'assurances, experts-comptables, avocats, notaires, courtiers spécialisés en assurance vie, agents généraux, intermédiaires financiers... s'y retrouvent faisant ainsi de cette convention un haut lieu d'échanges et le « point d'orgue » annuel de la profession.
- ▶ Unique par son concept et sa renommée, Patrimonia est soutenue par les principales associations professionnelles et reconnue au titre des obligations de formation.
- ▶ **Patrimonia permet aux différents acteurs de la vie financière d'échanger leurs expériences, d'établir de nouveaux partenariats et d'actualiser leurs connaissances dans les domaines juridiques, fiscaux, financiers et patrimoniaux en bénéficiant de l'éclairage de personnalités et d'experts de renom.**

Base IDA : notre panel d'investisseurs actifs

Précisions sur notre base IDA

- ▶ Cette étude a été réalisée à partir de notre panel IDA, composé de **35 000 actionnaires individuels actifs et inactifs ***.
- ▶ Ces panélistes ont une relation privilégiée avec OpinionWay et peuvent être interrogés, dans le meilleur état d'esprit, lors de réunions de groupe, par téléphone ou de manière auto-administrée (par questionnaire papier ou en ligne).
- ▶ OpinionWay possède **plus de 450 informations sur chacun de ces panélistes** dont :
 - ▶ La CSP,
 - ▶ La taille du portefeuille,
 - ▶ L'activité boursière,
 - ▶ Les interventions sur les différents marchés ou indices,
 - ▶ Les sociétés dont ils sont actionnaires dans les 60ères capitalisations de Paris
 - ▶ Etc.
- ▶ OpinionWay vous propose d'utiliser ce vivier **unique** pour creuser vos différentes problématiques : comportements et attitudes de vos cibles, pré-test de vos offres/produits, test de communication, ...

** Les actionnaires individuels actifs, AIA, réalisent plus d'une transaction par an et ou suivent leur portefeuille d'action au minimum tous les trimestres.*

Les actionnaires individuels inactifs, AII, réalisent moins d'une intervention par an, et ne suivent pas leur portefeuille au mois une fois par trimestre.

Synthèse



Les clients de CGPI : un profil spécifique

- ▶ **Des hommes** (91% vs 75% des investisseurs actifs français),
- ▶ **De plus de 50 ans** (75% de 50 ans et +) : 59,7 ans en moyenne,
- ▶ **Plus retraités** (52% vs 35%), mais également **plus actifs CSP+** (c'est-à-dire cadres/cadres sup/chefs d'entreprise) que la moyenne.
- ▶ Si la majorité réside en Province, ils sont toutefois **plus parisiens que la moyenne** : 31% vs 26% pour les investisseurs actifs français.
- ▶ **Moins favorables au risque que la moyenne des investisseurs actifs** : 75% se disent prêts à risquer plus de 5% de leur capital en perspective d'un gain potentiel plus élevé (contre près de 82% de l'ensemble des investisseurs actifs).
- ▶ Si l'**objectif principal de leur épargne** est de faire fructifier leur capital (75%), il existe cependant des disparités entre les cibles actifs CSP+ et les retraités :
 - ▶ **Pour les retraités**, il s'agit plus de transmettre un capital (48% vs 20% des actifs CSP+).
 - ▶ **Les actifs CSP+** souhaitent plus faire fructifier leur capital (79% vs 66% des retraités) et se constituer un complément de revenu pour la retraite (56% vs 23%).

Une relation durable et plutôt fréquente...

- ▶ **2/3** des interrogés sont clients de CGPI depuis **plus de 5 ans** (67%).
- ▶ Plus d'**1/4** (27%) ont un rythme de **contact mensuel** avec leur conseiller.
- ▶ Les **occasions de contacts** sont majoritairement motivées par le besoin de **faire un point sur ses actifs (65%)**.
- ▶ Le contact est **principalement initié par le client lui-même** (65%),
- ▶ Et les échanges ont lieu avant tout **par téléphone (74%) ou en face à face (73%)**.

...fondée sur la compétence du CGPI

- ▶ **90% font confiance à leur CGP.** Cette confiance est plus marquée chez les actifs CSP+ (96%) que chez les retraités (87%).
- ▶ Les motivations principales pour utiliser les services d'un CGPI sont à juste titre :
 - ▶ La **confiance/qualité des conseils** (38%),
 - ▶ La **compétence technique** (31%),
 - ▶ Et enfin la **personnalisation** (33%).Cette personnalisation des conseils et service est d'ailleurs la motivation première (21%).
- ▶ Le CGPI est bien évalué sur tous les éléments liés à ses compétences :
 - ▶ *'facilité pour comprendre mes besoins',*
 - ▶ *'compétences financières',*
 - ▶ *'qualité et fiabilité de ses conseils',*
 - ▶ *'compétence juridiques et fiscales',*
 - ▶ *Etc.*

Une confiance solide en période de crise... ...malgré toujours plus de besoins de communication de la part CGPI

- ▶ **Une confiance qui reste solide en période de crise**
 - ▶ 74% ont confiance en leur CGPI en cas de crise pour leur communiquer les bonnes informations.
 - ▶ Un taux de confiance qui reste élevé mais inférieur à la confiance globale (hors situation de crise).
- ▶ **Une communication du CGPI en situation de crise qui pourrait être améliorée :**
1 client sur 2 déclare que le CGPI a été réactif et proactif pendant cette situation, ce qui est un score mitigé.

Quelles sont les attentes en période de crise ?

▶ Spontanément les clients de CGPI (en situations de crise) attendent :

- ▶ De l'information (25%) : « plus de conseils » (15%), « Plus d'informations » (6%), « être informé de la situation » (6%)
- ▶ De la communication (12%) : « être prévenu, alerté » (4%), « qu'il communique, appelle, prenne contact » (2%)
- ▶ De la réactivité (21%) : « être alerté avant la crise »
- ▶ Une bonne gestion des risques (16%) : « qu'il propose des solutions/alternatives » (4%), « me fasse perdre le moins possible » (4%)

▶ Ils souhaitent en effet que leur CGPI...

- ▶ **Communique plus souvent (60%)**
- ▶ **Soit force de proposition (66%)**
- ▶ **Prenne l'initiative du contact, soit pro-actif (76%)**
- ▶ **Et surtout, plus de 8 sur 10 attendent qu'il soit :**
 - ▶ **Fiable (90%),**
 - ▶ **Réactif (84%), qu'il alerte rapidement (81%),**
 - ▶ **Explique clairement la situation (89%),**
 - ▶ **Et à l'écoute (82%).**

- **Si la compétence (fiabilité) est le premier élément attendu en situation de crise (et reconnu par ailleurs) chez les CGPI, une communication et une pro-activité encore plus forte améliorerait l'image et la satisfaction globale des clients vis-à-vis de leur CGPI.**
- **Cela permettrait non seulement de fidéliser les clients actuels mais également de générer un fort taux de recommandation et du trafic vers les CGPI.**

Résultats



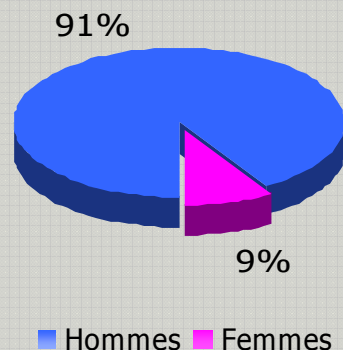
Profil socio-démo des clients de CGPI interrogés



Sexe / Âge / Habitation

Base totale

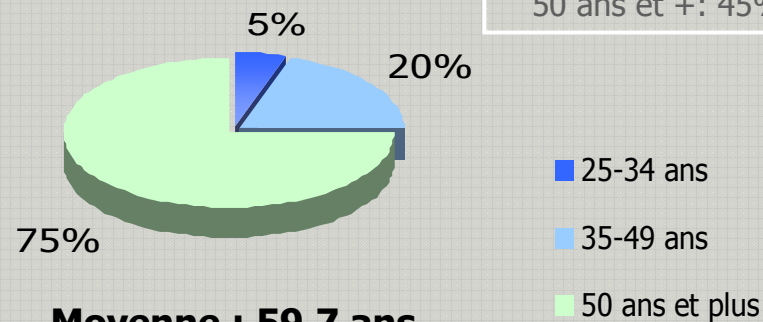
Sexe



Benchmark * Investisseurs actifs

Hommes: 75%
Femmes: 25%

Age

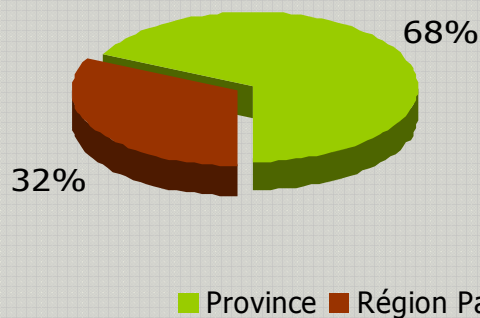


Benchmark Investisseurs actifs

50 ans et +: 45%

Moyenne : 59,7 ans

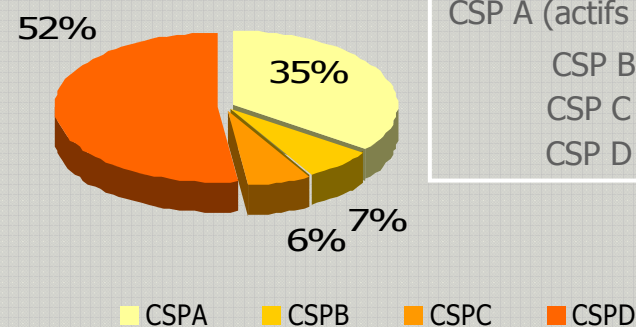
Région d'habitation



Benchmark Investisseurs actifs

Région parisienne:
26%
Province: 74%

CSP



Benchmark Investisseurs actifs

CSP A (actifs CSP+) : 30%
CSP B : 17%
CSP C : 18%
CSP D : 35%

→ Des hommes, de plus de 50 ans, plus parisiens que la moyenne et plus CSP+ ou retraités

* Données issues de notre panel représentatif des investisseurs actifs français (IDA)

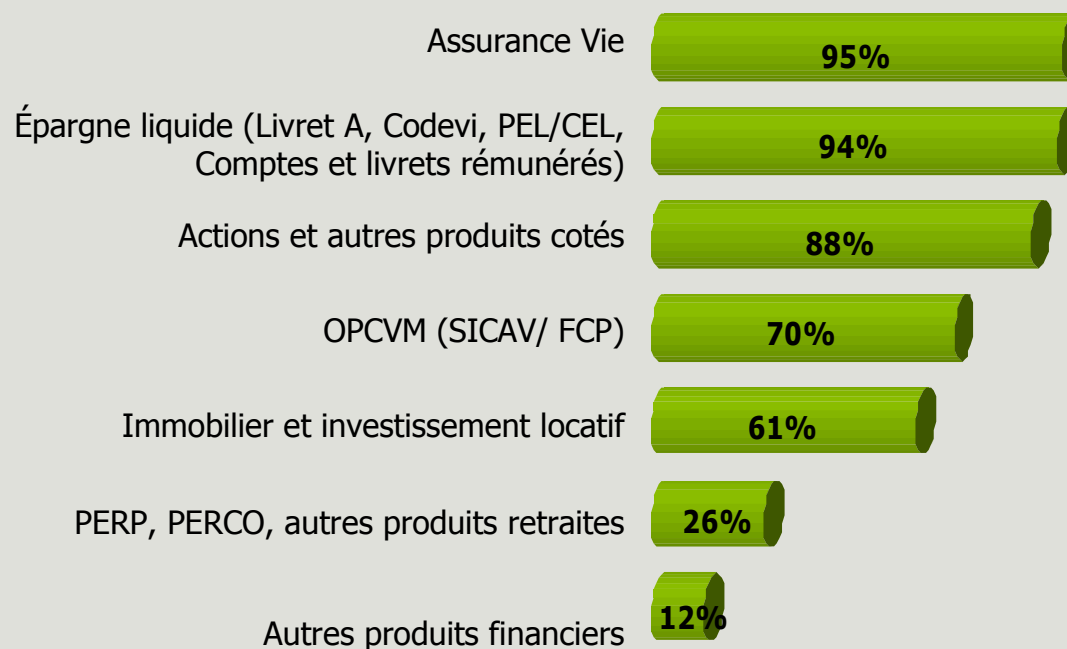
Profil financier des clients de CGPI



Placements possédés

Base totale

Q2 : Parmi les types de placements suivants, le ou lesquels possédez-vous ?



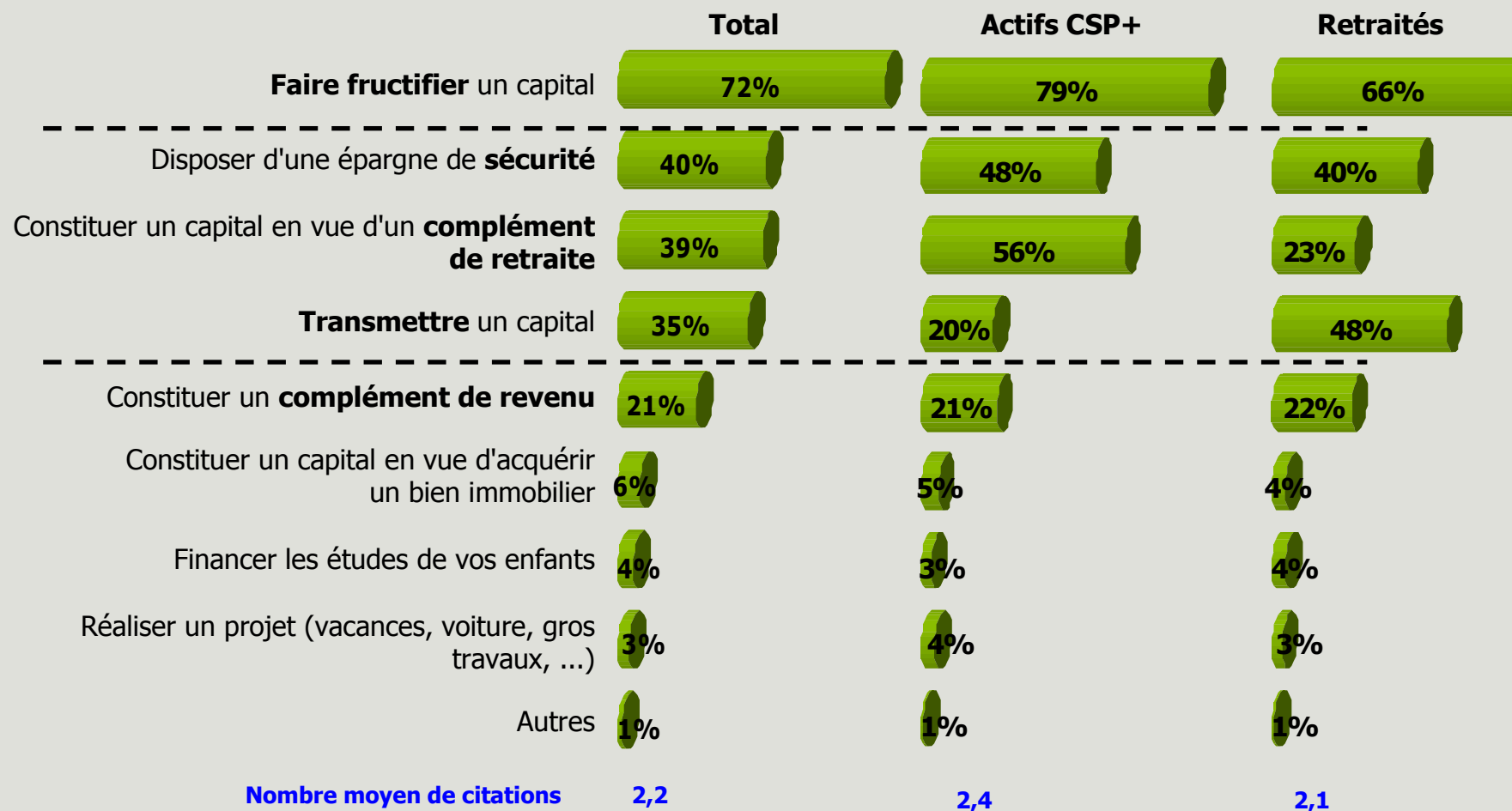
Nbre moyen de citations 4,5

→ Assurance Vie et épargne liquide, premiers placements

Principaux objectifs de leur épargne

Base totale

Q4a : Quels sont les principaux objectifs de votre épargne ?

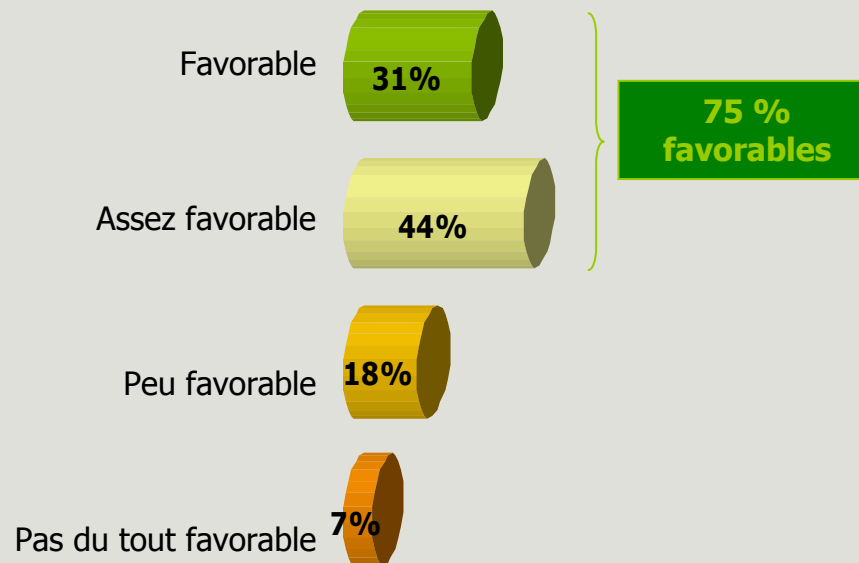


→ Premier objectif de l'épargne : faire fructifier son capital, pour 3 personnes sur 4

Aversion au risque

Base totale

Q5 : Globalement, concernant l'idée de prendre un risque sur une partie de votre patrimoine pour obtenir plus de rendement, diriez-vous que vous êtes :

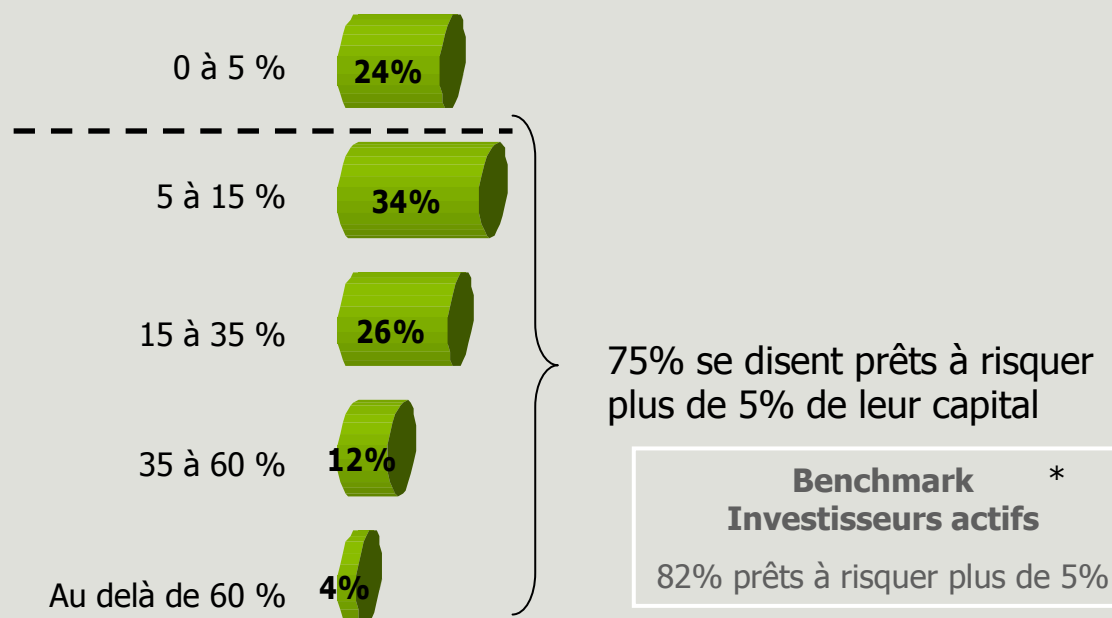


→ 75% des personnes se disent favorables au fait de prendre un risque sur une partie de leur patrimoine

Propension au risque (part du capital que l'on est prêt à risquer)

Base totale

Q5b : Aujourd'hui, lorsque vous placez votre argent, quel pourcentage de votre capital êtes-vous prêt à risquer contre une perspective de gain potentiel plus élevée ?



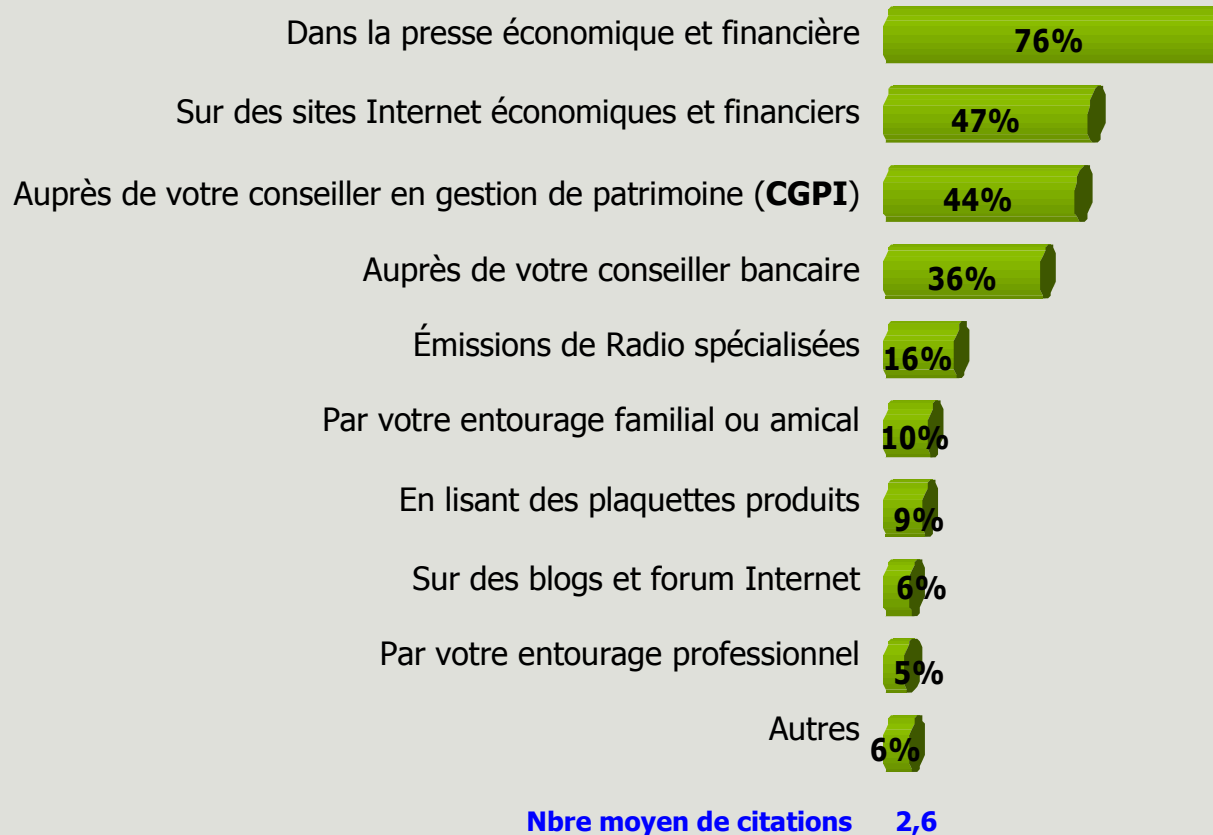
→ 75% prêts à risquer plus de 5% de leur capital
→ Et 42% plus de 15%

* Données issues de notre panel représentatif des investisseurs actifs français (IDA)

Sources d'information pour gérer son patrimoine

Base totale

Q3 : Généralement, où trouvez-vous l'information, les conseils ou les avis pour vous aider à gérer votre patrimoine ?

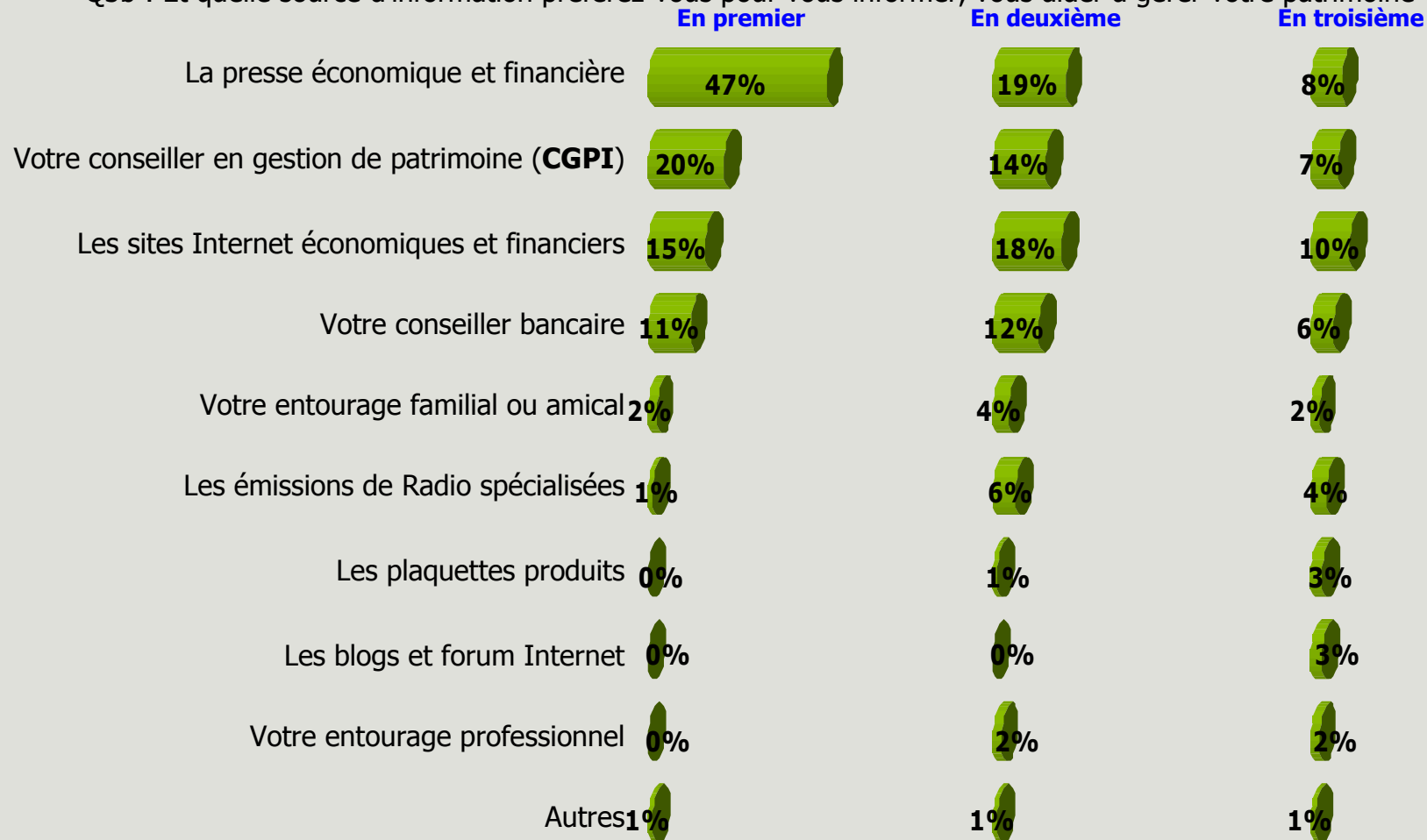


→ La presse économique et financière, source d'information pour 3 personnes sur 4...

Source d'information principale

Base totale

Q3b : Et quelle source d'information préférez-vous pour vous informer, vous aider à gérer votre patrimoine ?



→ ...Et première source d'information pour 1 personnes sur 2, devant le conseiller de gestion en patrimoine

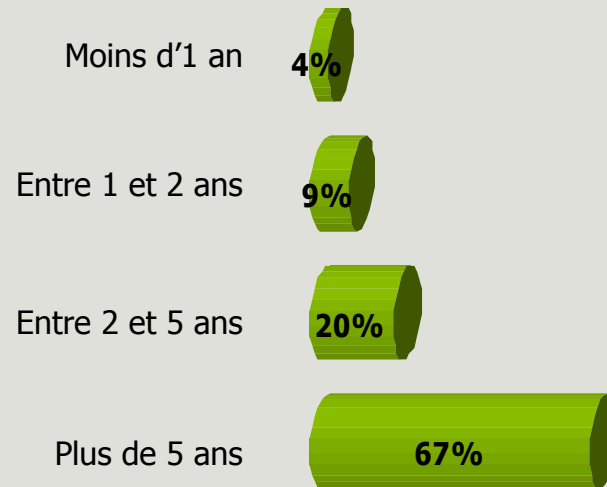
Relations avec le CGPI (en général)



Ancienneté des clients CGPI

Base totale

Q6 : Depuis combien de temps confiez-vous votre patrimoine ou prenez-vous conseil auprès d'un conseiller en gestion de patrimoine indépendant ?

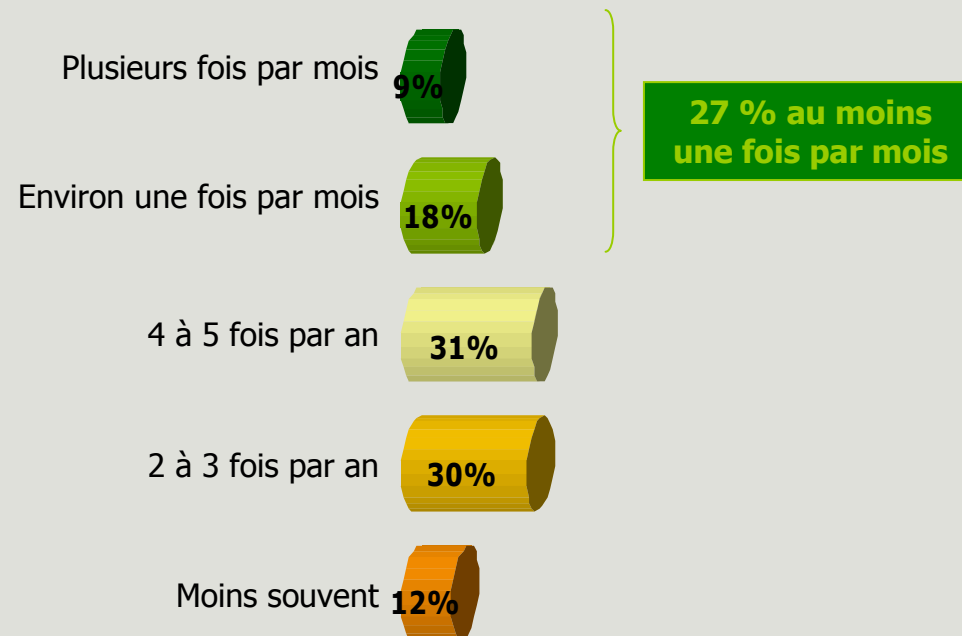


→ 2/3 confient leur patrimoine à un CGPI depuis plus de 5 ans

Fréquence de contact avec leur conseiller

Base totale

Q8 : A quelle fréquence êtes-vous en contact avec votre conseiller en gestion de patrimoine indépendant ?



→ Plus d'1/4 en contact avec leur conseiller au moins une fois par mois

Occasions de contact avec le conseiller

Base totale

Q9 : A quelle(s) occasion(s) êtes-vous généralement en contact avec votre conseiller en gestion de patrimoine indépendant ?



Motivations pour faire appel à un CGPI

Base totale

Q7 : Et quelles sont les motivations qui vous ont poussé à confier votre patrimoine ou prendre conseil auprès d'un conseiller en gestion de patrimoine indépendant ?



Motivation principale

Base totale

Q7b : Et parmi celles-ci, quelle était votre principale motivation ?

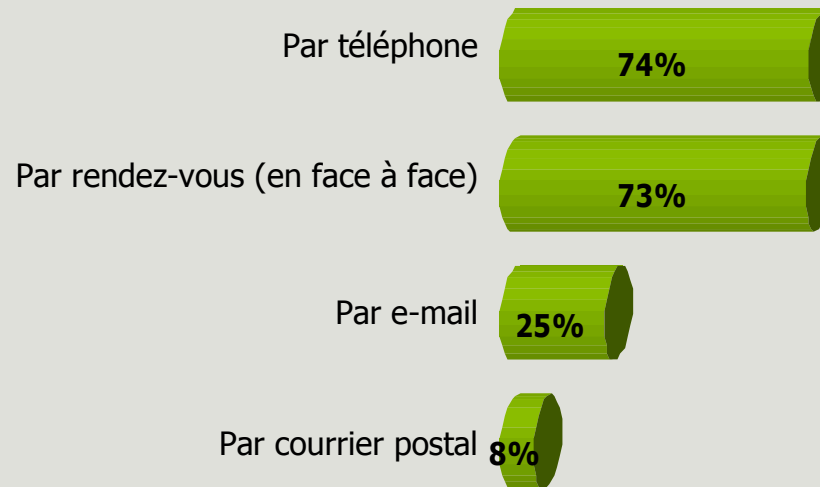


→ Première motivation : le conseil personnalisé

Principaux moyens d'échanges

Base totale

Q13 : Quels sont les principaux moyens d'échanges avec votre conseiller en gestion de patrimoine ?



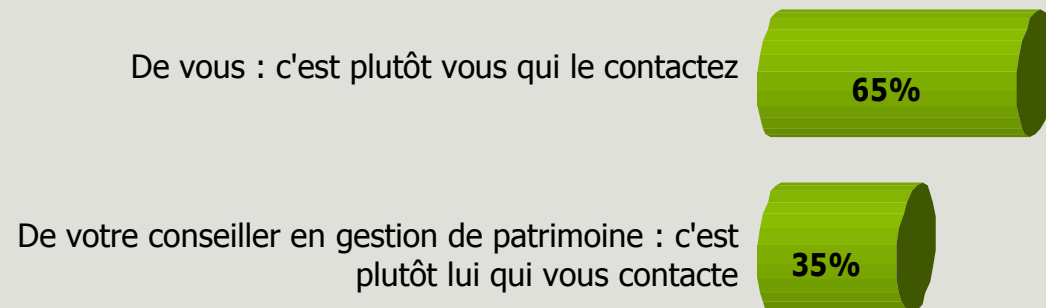
Nbre moyen de citations 1,8

→ Téléphone et rendez-vous, premiers moyens d'échanges

Initiateur de la prise de contact

Base totale

Q14 : Le plus souvent, l'initiative de la prise de contact vient-elle plutôt...



→ 65% contactent le conseiller en premier

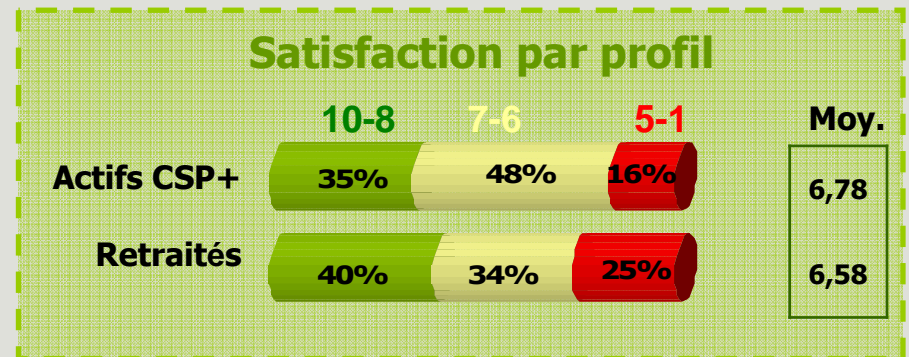
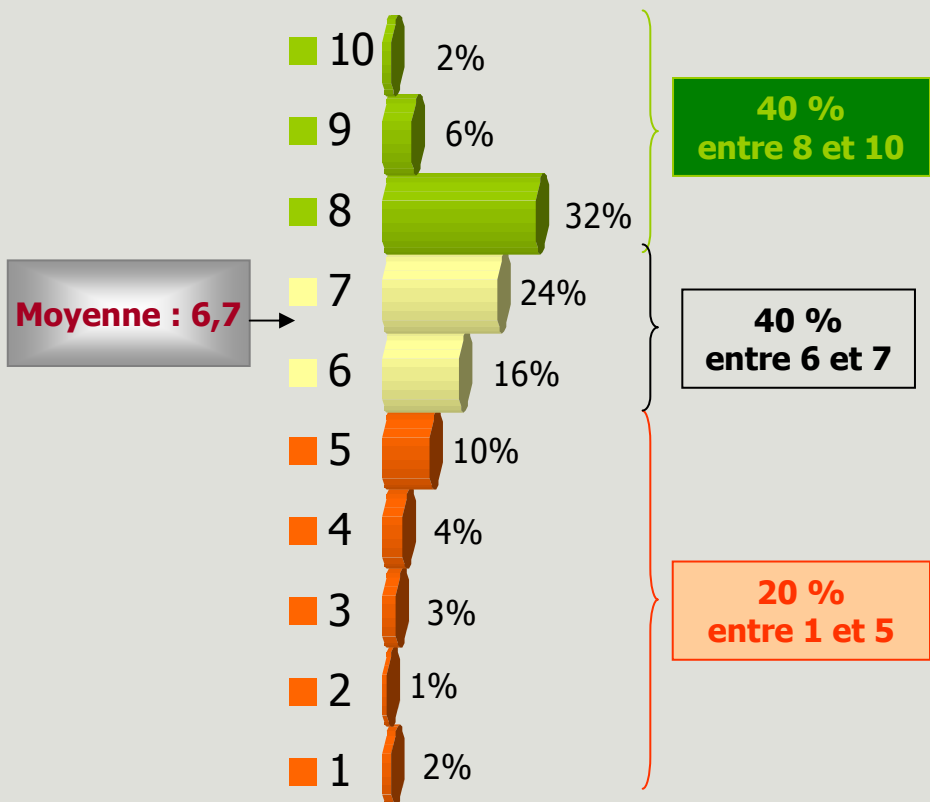
Evaluation des CGPI par leurs clients



Note attribuée au conseiller de gestion en patrimoine

Base totale

Q10 : Globalement, quelle note de 1 à 10 donneriez-vous à votre conseiller en gestion de patrimoine indépendant pour exprimer votre satisfaction ?:

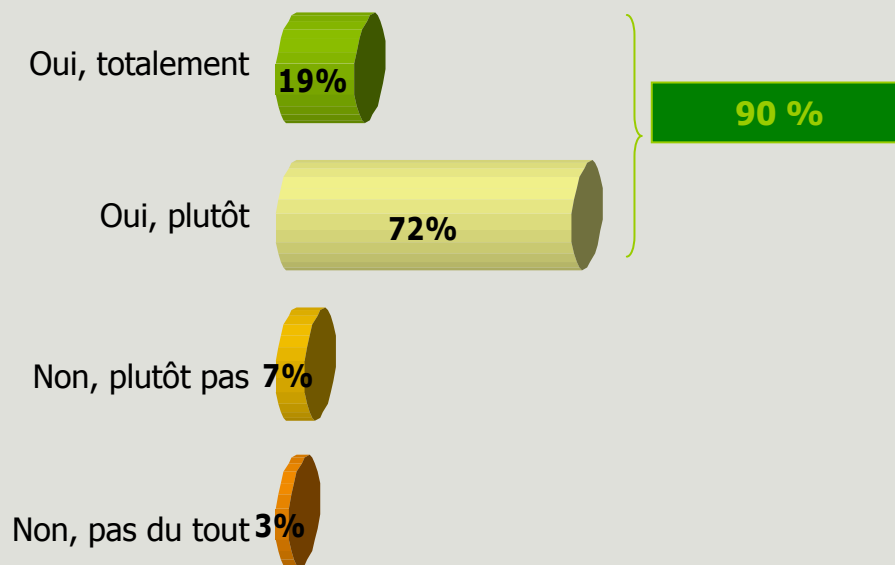


→ Une note d'évaluation du conseiller correcte

Confiance envers le conseiller

Base totale

Q11 : Globalement, diriez-vous que vous avez confiance dans votre conseiller en gestion de patrimoine indépendant

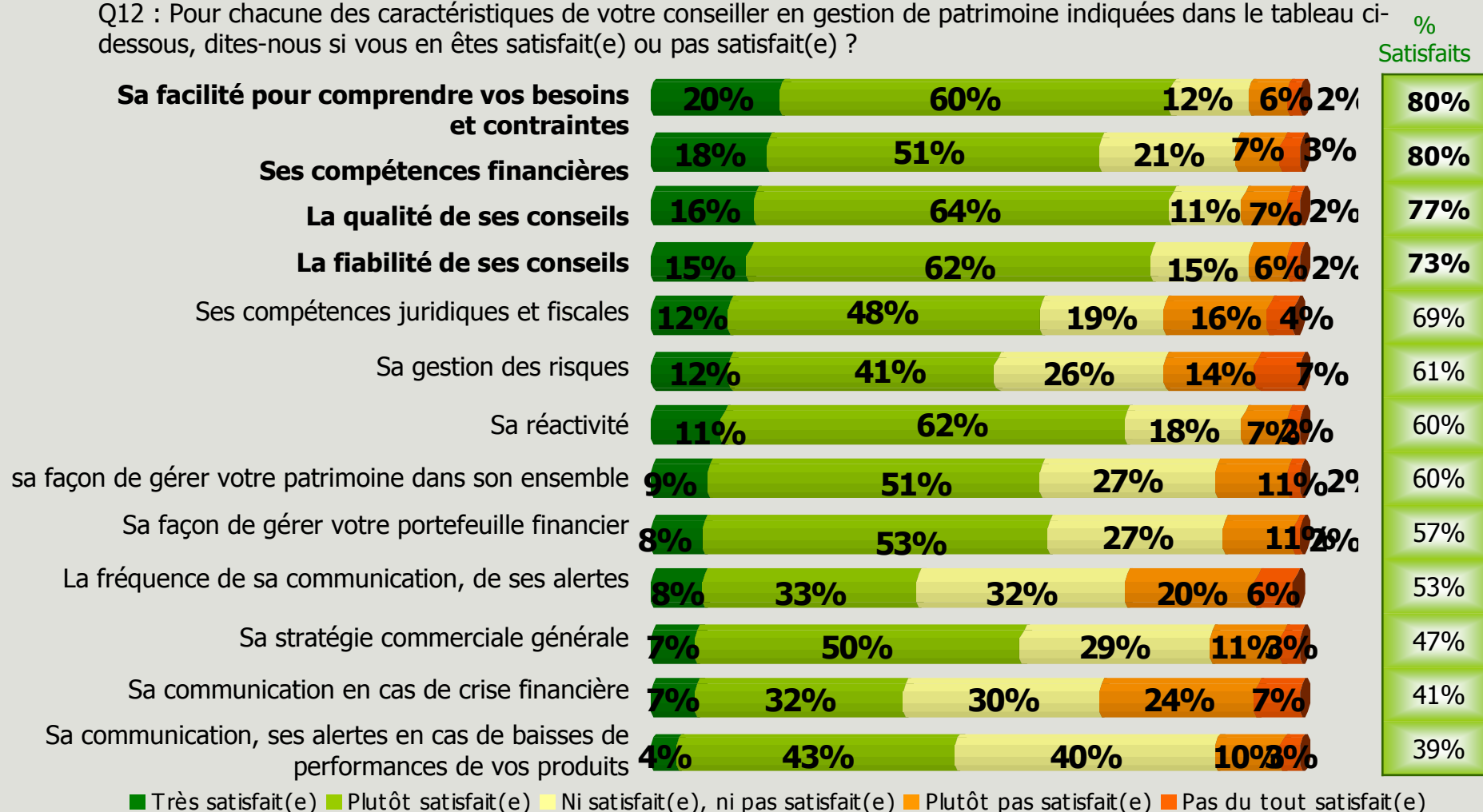


→ Une très forte confiance : 9 personnes sur 10 ont confiance dans leur CGPI...

Caractéristiques du conseiller - Satisfaction

Base totale

Q12 : Pour chacune des caractéristiques de votre conseiller en gestion de patrimoine indiquées dans le tableau ci-dessous, dites-nous si vous en êtes satisfait(e) ou pas satisfait(e) ?



→ ...liée à la compétence du CGPI

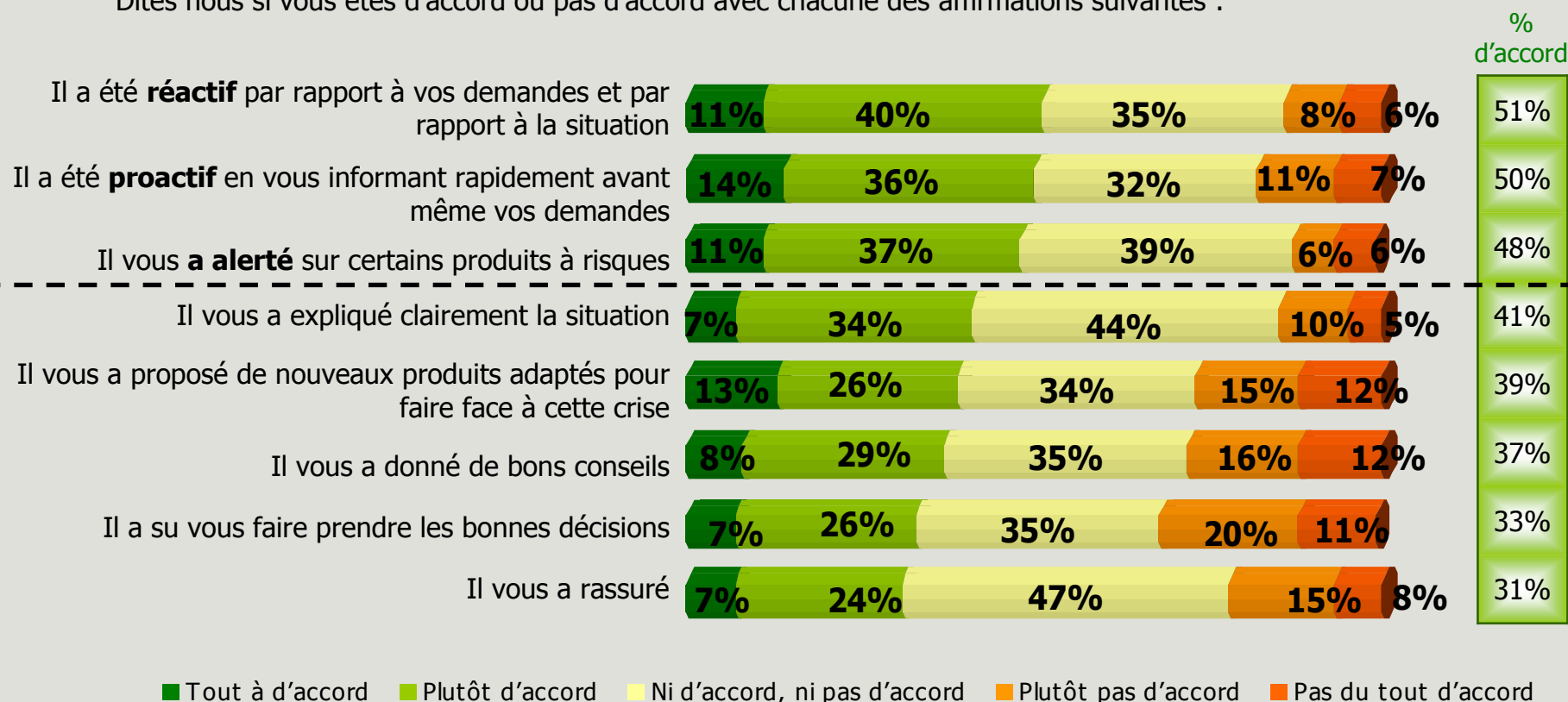
Relations avec le CGP & évaluation en cas de crise



Réaction du conseiller lors de la gestion de crise

Base totale

Q16 : Lors de cette (ou ces) récente(s) situation(s) de crise, comment a réagi votre conseiller en gestion de patrimoine ?
Dites nous si vous êtes d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes :

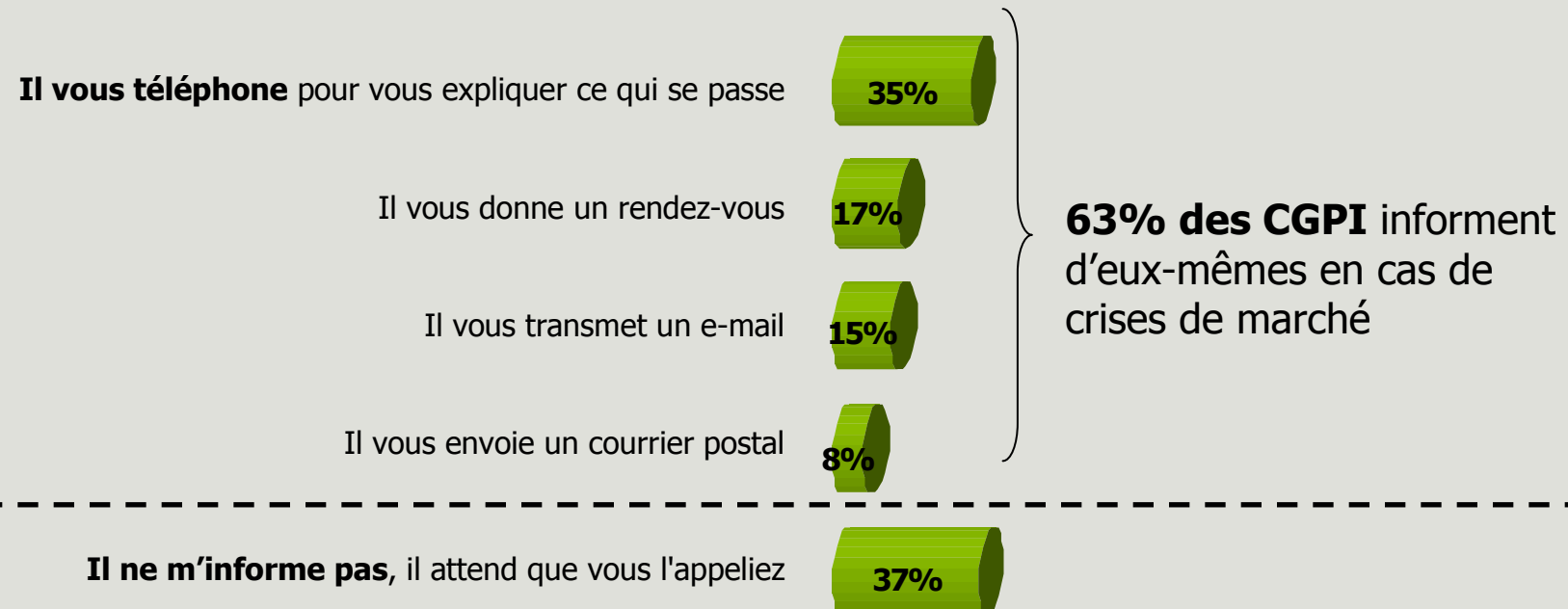


→ Une marge de progression claire quant à la réaction attendue des CGPI envers les clients en situation de crise

Moyen utilisé par le conseiller pour informer

Base totale

Q17 : Et lors d'évènements exceptionnels de marché (crises du marché, chute du CAC 40, ...), comment vous informe-t-il ?

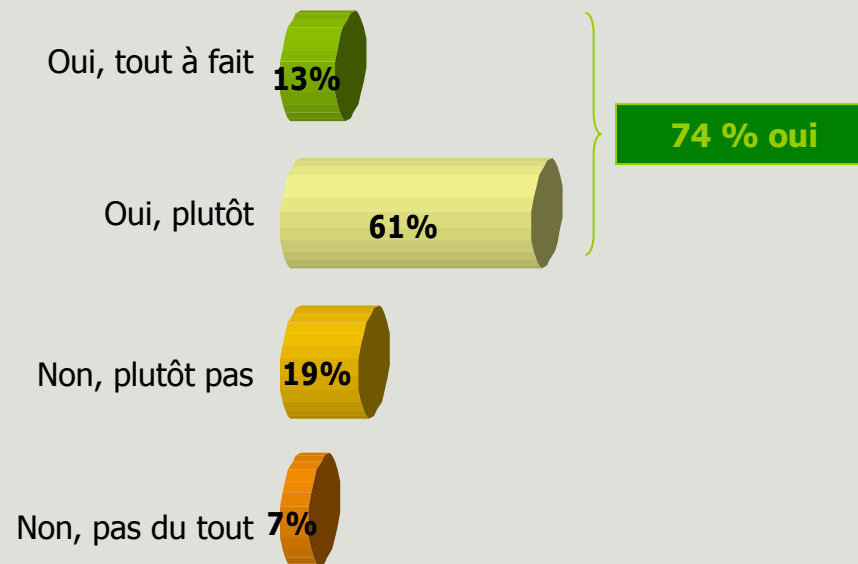


→ Pour 1 personne sur 3, le conseiller n'informe pas lors des crises

Confiance envers le conseiller en situation de crise

Base totale

Q19 : En situation de crise, diriez-vous que vous avez confiance dans votre conseiller en gestion de patrimoine indépendant pour vous communiquer les bonnes informations ?

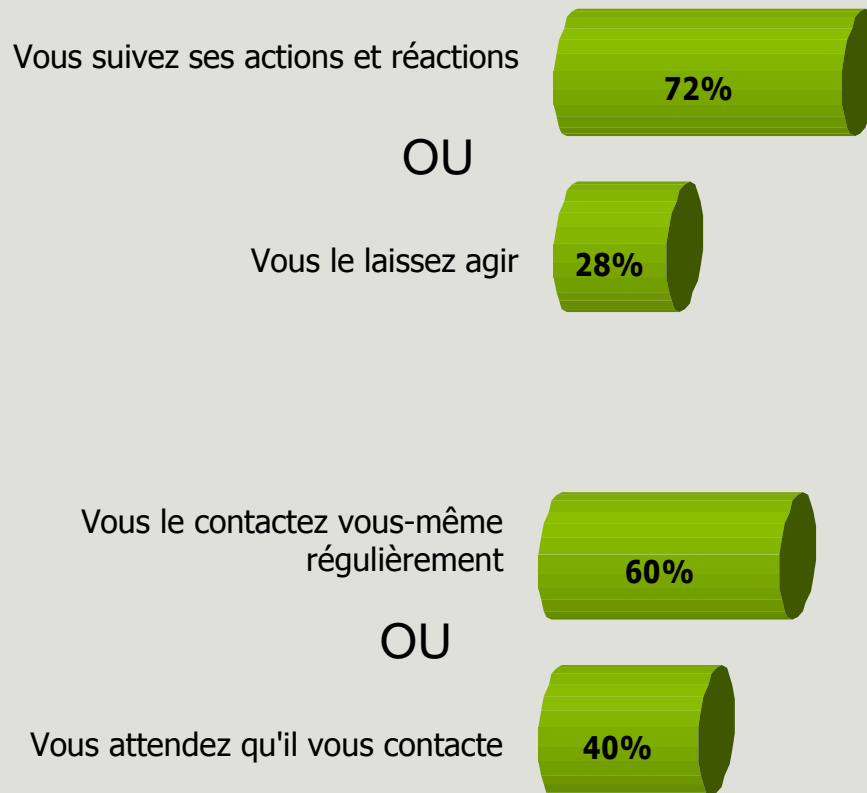


→ Une confiance qui reste solide en situation de crise

Réaction dans ces situations de crise

Base totale

Q20a : Et comment réagissez-vous généralement dans ces situations de crise des marchés ?



→ Des clients pro-actifs et concernés

Attentes vis-à-vis du CGPI en cas de crises



Quelles sont les attentes en période de crise ?

▶ Spontanément les clients de CGPI (en situations de crise) attendent :

- ▶ De l'information (25%) : « *plus de conseils* » (15%), « *Plus d'informations* » (6%), « *être informé de la situation* » (6%)
- ▶ De la communication (12%) : « *être prévenu, alerté* » (4%), « *qu'il communique, appelle, prenne contact* » (2%)
- ▶ De la réactivité (21%) : « *être alerté avant la crise* »
- ▶ Une bonne gestion des risques (16%) : « *qu'il propose des solutions/alternatives* » (4%), « *me fasse perdre le moins possible* » (4%)

▶ Ils souhaitent en effet que leur CGPI...

- ▶ **Communique plus souvent (60%)**
- ▶ **Soit force de proposition (66%)**
- ▶ **Prenne l'initiative du contact, soit pro-actif (76%)**
- ▶ **Et surtout, plus de 8 sur 10 attendent qu'il soit :**
 - ▶ **Fiable (90%),**
 - ▶ **Réactif (84%), qu'il alerte rapidement (81%),**
 - ▶ **Explique clairement la situation (89%),**
 - ▶ **Et à l'écoute (82%).**

Attentes spontanées en situation de crise

Base totale

Q21 : En matière de communication lors de situations de crise (ex : crise immobilière, crise des subprimes, chutes du CAC 40, etc.), qu'attendez-vous de votre conseiller en gestion de patrimoine ?

Au moins une citation :

68%

DE L'INFORMATION (QUALITE / CLARTE / CONSEILS)	25%	DE LA COMMUNICATION	12%
De bons conseils / des conseils sur des produits	15%	Être prévenu / Être alerté	4%
Des informations / Qu'il m'informe / Plus d'infos	6%	Plus de présence / Plus de disponibilité	3%
Qu'il m'explique la situation	4%	Qu'il communique / Qu'il m'appelle / Qu'il prenne contact avec moi	2%
Qu'il me donne son avis / Son opinion	2%	Qu'il soit à mon écoute / Qu'il prenne en compte nos objectifs	2%
DE LA REACTIVITE	21%	BONNE/MEILLEURE GESTION DU PORTE-FEUILLE FINANCIER	9%
De la réactivité / Qu'il soit réactif	15%	Qu'il me donne les bonnes orientations / Qu'il me guide	3%
Qu'il me prévienne avant la situation de crise / Qu'il m'alerte avant la crise/ Qu'il anticipe	6%	Une gestion au mieux de mes intérêts	2%
UNE BONNE/MEILLEURE GESTION DES RISQUES	16%	Qu'il nous donne les bons arbitrages à faire / Des arbitrages efficaces	2%
Qu'il propose des solutions / Qu'il propose des alternatives	4%	AUTRES / DIVERS	6%
Qu'il limite la casse / Qu'il me fasse perdre le moins possible	4%	Qu'il n'agisse pas en fonction de ses intérêts commerciaux	2%
Une bonne analyse de la situation / Qu'il interprète les difficultés en cours	3%	NSP / RIEN	10%
Une évaluation des risques / Qu'il nous informe sur les risques	2%	NON REpondants	22%
		Nombre moyen de citations	0.9

Attentes spontanées / Exemple de verbatim

Q21 : En matière de communication lors de situations de crise (ex : crise immobilière, crise des subprimes, chutes du CAC 40, etc.), qu'attendez-vous de votre conseiller en gestion de patrimoine ?

« Qu'il fasse une analyse du marché et des secteurs qui risquent de souffrir et appelle en faisant part de sa recommandation. Exemple : avec la crise immobilière aux US, il aurait dû recommander de prendre ses bénéfices sur des valeurs de BTP (Vinci, Lafarge, Saint-Gobain) ce qu'il n'a pas fait... »

« Peu de choses tant qu'il ne sera pas capable de me prévenir un mois à l'avance »

« Une prévision raisonnée de l'évolution des indices boursiers et des conseils sur les placements à faire ainsi que sur le niveau des liquidités à conserver. »

« Qu'il m'informe de ma situation par rapport au marché et réagisse en conséquence tout en me tenant au courant »

« Qu'il m'aide à voir clair, qu'il me guide de façon à ce que je ne suive que ses bons conseils, et pas les autres... ce n'est facile ni pour l'un ni pour l'autre... »

« Qu'il prenne contact avec moi afin de donner des explications/conseils sur sa stratégie et compréhension de la situation ou du marché (en 2 mots : rassurer / informer et non pas faire l'autruche) »

« Rien, c'est trop tard quand la crise est là. La com doit se faire avant »

« Une attitude proactive spontanée »

« Qu'il m'alerte à temps et me préconise des solutions »

...

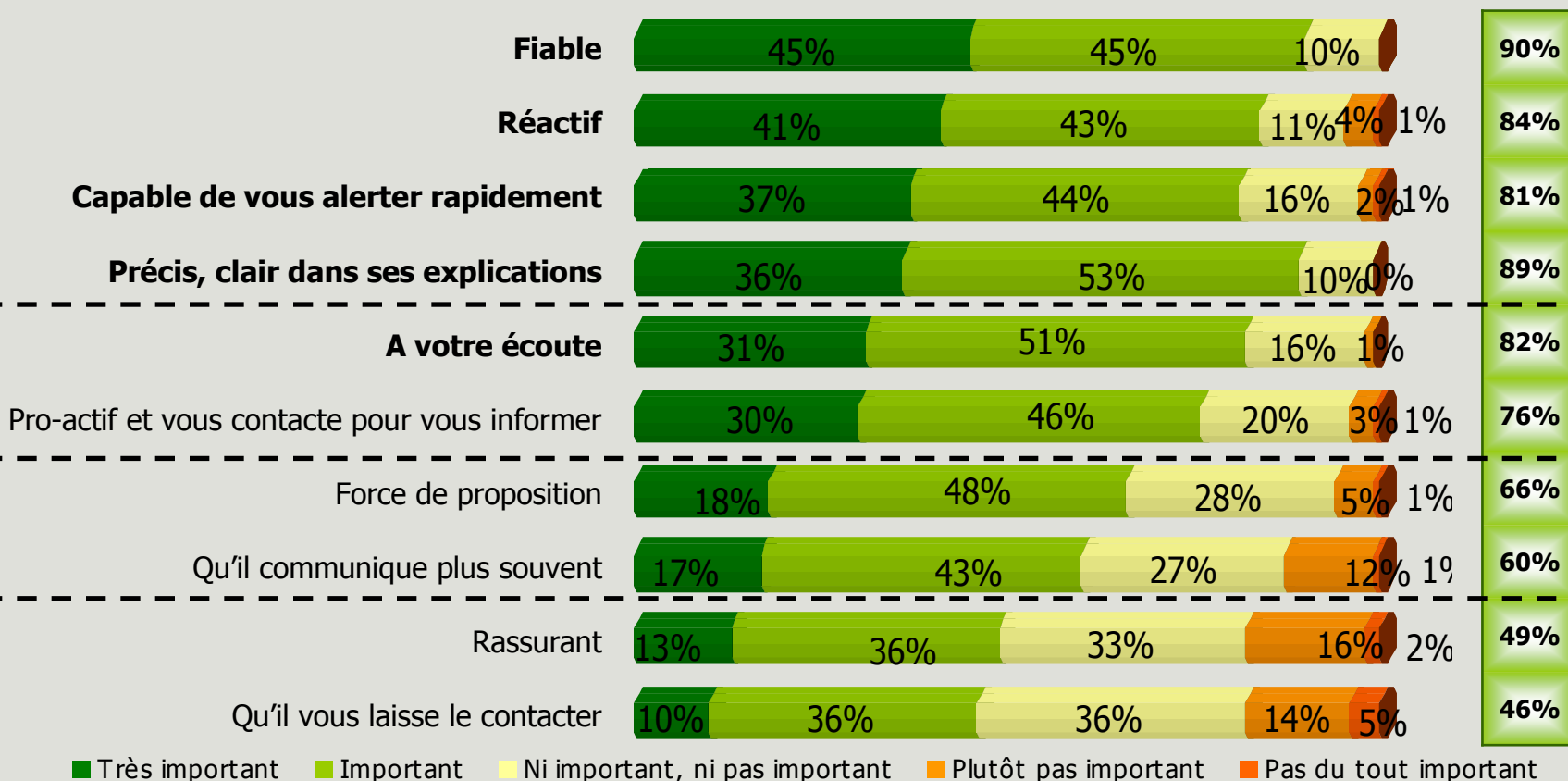
Attentes importantes envers le conseiller

Base totale

Q22 : Parmi les attentes suivantes vis-à-vis de votre conseiller en gestion de patrimoine, quelles sont celles qui sont importantes pour vous en situation de crise ?:

En situation de crise, vous attendez de votre conseiller en gestion de patrimoine qu'il soit...

% Important

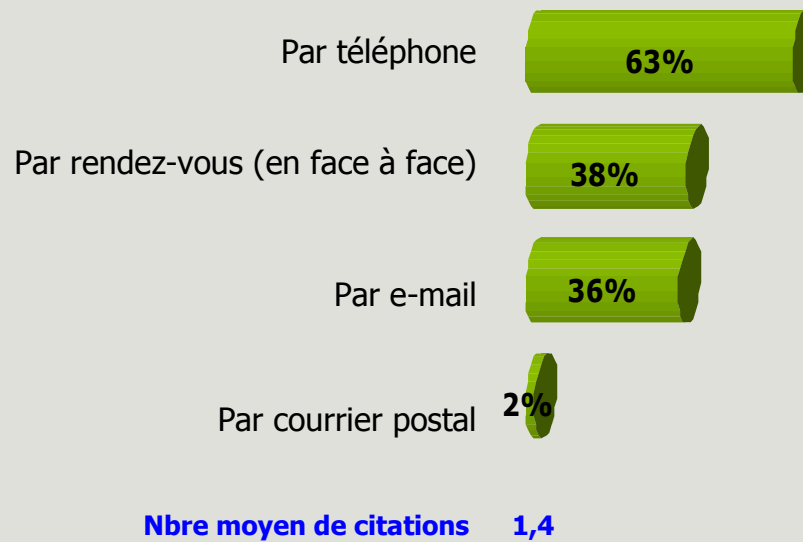


→ Premières attentes : fiabilité, réactivité

Canaux d'information souhaités

Base totale

Q23 : En situation de crise financière, de quelle manière souhaitez-vous être informé(e) par votre conseiller en gestion de patrimoine indépendant ?



Informations complémentaires sur OpinionWay



OpinionWay en quelques mots...

- ▶ OpinionWay a été **créé en mars 2000** avec une idée fondatrice simple : rendre plus innovant le marché des études.
- ▶ Le développement d'OpinionWay repose sur **4 convictions fortes qui guident les collaborateurs au quotidien et expliquent la dynamique de la société** (+ 25 % en 2006, + 60 % en 2007 avec un CA de 8 M€ et 41 collaborateurs) :
 - ▶ **L'innovation** : adapter sans cesse nos approches pour collecter, traiter les données et restituer au mieux les informations à nos clients.
A titre d'exemple , nous venons de lancer un outil de tracking du buzz sur Internet :
<http://www.weetrack.net/>
 - ▶ **Le regard croisé** : la complexité croissante des marchés nécessite souvent de les étudier sous plusieurs angles pour saisir leur fonctionnement.
 - ▶ **L'accompagnement** : faire en sorte que le consommateur soit compris et entendu dans l'ensemble de l'organisation de nos clients.
 - ▶ **La responsabilité** : nous impliquer dans nos projets en respectant les standards de qualité (certification AFNOR) et dans notre profession : nous sommes membres actifs d'ESOMAR, de l'IAB, de l'ADETEM et faisons régulièrement du Research on Research.
- ▶ OpinionWay **opère en France** (2/3 de son activité) **et à l'étranger** (1/3), réalise des **enquêtes quantitatives** (2/3 du CA) **et qualitatives** (1/3 du CA) et **interroge des cibles grand public** (3/4) ou **BtoB** (1/4).

Une équipe dédiée pour toutes vos problématiques

Philippe LE MAGUERESSE, Directeur des Études marketing grand public

- École Supérieure de Commerce (ICN Nancy)
- 12 années d'expérience dans le domaine des études marketing, en particulier dans le secteur des biens de grande consommation (AC Nielsen, TNS Sofres).
- Forte expérience dans les études online (depuis 2002) et connaissance du secteur Internet (Directeur de département chez Ibase en 2001/2002)

Ligne directe : 01 78 94 89 96

Email : plemagueresse@opinion-way.com

Charles-Henri d'AUVIGNY, Directeur commercial

- Ex-Directeur associé de TLB, institut spécialisé sur le domaine financier.

Ligne directe : 01 78 94 89 93

Email : chdauvigny@opinion-way.com

Marc ROTA, Chef de Groupe BU Marketing

- DESS Marketing et Stratégie. IAE Poitiers.
- Ex-chargé d'études chez TNS Sofres Conseil et au sein du groupe Stratégies.
- 5 ans d'expérience dans les études.

Ligne directe : 01 78 94 90 04

Email : mrota@opinion-way.com

Nos références...

Banque - Finance – Assurances

CDC
Crédit Immobilier de France
Crédit Lyonnais
Europay
Sofinco
Boursorama banque
BNP Paribas
Nyse Euronext
Ecureuil Gestion – Caisse d'Épargne
LCF Rothshild

Institutions – administrations

CFE-CGC
D.G.A.
La Documentation Française
Le Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie
Le Ministère de la Fonction Publique,
Le Ministère de la Santé,
Le Service d'Information du Gouvernement (SIG)
U.D.A.

Industries

Areva
EDF
Lafarge
Pechiney
Schneider
Gefco

Internet - Nouvelles technologies – IT –Telecom

Google
Apple
France Telecom
Bouygues Telecom
SFR
Aol

Humanitaire - caritatif

AFM-Téléthon
Armée du Salut
Handicap International
Unicef
Institut Curie
MSN-Actions Sociales

Tourisme – Services

Accor
Accor Services
Elior
SNCF
RATP
La Poste
Voyage-sncf
Pagesjaunes

Loisirs - divertissement

La française des jeux
Ubisoft
Sony
VUP

Presse - Edition – Média

Bayard
France 2
Groupe Expansion
JC Decaux
Le Point
La Recherche
TF1