

Robo-advisors : menace ou opportunité pour les CGPI ?

L'arrivée des robo-advisors sur le marché de l'intermédiation de l'épargne inquiète certains CGPI, alors que d'autres reniflent déjà la belle opportunité qu'ils représentent. Ces conseillers 3.0 ont l'intention de se rapprocher de la profession pour devenir un outil de conquête de clients n'entrant pas (encore) dans la cible des indépendants du patrimoine, et comptent bien s'imposer comme moyen de conception ou de gestion des allocations d'actifs.

En matière de conseil financier, les gestionnaires de patrimoine indépendants observent avec crainte l'arrivée de nouveaux intervenants, notamment dans les domaines de l'assurance-vie.

Dans l'enquête Morningstar Patrimonia 2015 réalisée en septembre dernier, 34 % des conseillers indépendants considéraient que les robo-advisors avaient un impact négatif, voire très négatif, pour la profession, tandis que 43 % se montraient circonspects. En revanche, ils étaient près d'un quart (23 %) à se montrer plutôt positifs, voire très positifs, considérant que ces solutions allaient permettre de les aider dans leurs missions et les accompagner dans leur développement pour toucher davantage de clients et démocratiser le conseil en gestion de patrimoine.

Un nouvel outil à disposition des CGPI

Suite à cette étude, Jean-Marc Bourmault, directeur des partenariats de Patrimonia, publiait une tribune sur ce sujet indiquant que « si ces nouveaux acteurs du marché de l'épargne sont susceptibles de capter directement une partie des clients, ils peuvent aussi être considérés comme des partenaires



potentiels des conseillers en gestion de patrimoine. C'est même tout à fait le sens de l'initiative prise par BlackRock en faisant l'acquisition d'un robo-advisor à la fin du mois d'août. Le gérant d'actifs a en effet annoncé ne pas vouloir cibler directement les épargnants, mais vouloir mettre à l'avenir à disposition de ses partenaires distributeurs ce nouvel outil, afin en particulier de leur permettre d'accéder à une clientèle plus jeune. Toujours aux États-Unis, Fidelity a pour sa part décidé, à la fin de l'année dernière, de donner accès à un outil d'allocation d'actifs automatisé à plusieurs milliers de conseillers

financiers. La personnalisation du conseil, l'appréhension d'un contexte familial spécifique, et même la compréhension de l'appétence au risque, resteront bien l'apanage des conseillers financiers. Mais entre l'évolution des pratiques des clients – de plus en plus familiers des outils digitaux – et celles des contraintes réglementaires – nécessitant de prouver la bonne prise en compte du profil de l'investisseur et d'offrir un bon suivi de sa situation – nul doute que ces robo-advisors pourront trouver leur place dans la boîte à outils des conseillers.»

Le conseil personnalisé ne peut être substitué !

Une autre étude menée cette fois par Natixis Global Asset Management (NGAM) et publiée fin septembre dernier, montrait également que « l'apparition de logiciels d'aide à la décision financière, les

“robo-advisors”, génère des interrogations sur le futur de l'industrie du conseil en investissement ». Néanmoins, l'inquiétude était exprimée de manière moins vive : « Mais loin d'être une menace, il semble que l'opportunité est de taille pour les CGP. Seul un CGP français sur quatre craint que les nouvelles technologies rendent leur business model, fondé sur des relations personnelles, obsolète. Plus de 80 % d'entre eux estiment que le principal défaut de ces robo-advisors est le manque de conseils personnalisés, en particulier lors des périodes de volatilité accrue sur les marchés. En réalité, les CGP français voient plutôt ces logiciels comme un

moyen de toucher de nouvelles cibles de clientèle, 69 % d'entre eux pensent même que les robo-advisors sont une opportunité de démontrer leur valeur ajoutée auprès de leurs clients.»

A la lecture de ces données, Christophe Point, directeur de Natixis Global AM Distribution France, Suisse romande et Monaco de NGAM conclut : « L'émergence des robo-advisors renforce paradoxalement le rôle du CGP. Il est ainsi amené à évoluer du rôle de simple conseiller vers celui du véritable coach en investissement. L'enjeu désormais est d'éduquer les clients, leur apprendre à décrypter les marchés, les aider à s'affranchir de leurs émotions et de leur vision de court terme, adopter une approche rationnelle et définir des objectifs de long terme. Autant d'éléments qui représentent une occasion exceptionnelle pour le CGP de démontrer toute sa valeur et son expertise. »

Une cible de clientèle différente

Par ailleurs, durant la XVI^e convention annuelle CGPC du 15 octobre dernier intitulée « La transformation numérique dans les services financiers et gestion de patrimoine », Léonard de Tilly, cofondateur de FundShop, Philippe de Cholet, associé de Matignon Finance, et Gilles Artaud, président-fondateur de Planète Patrimoine Soft, ont expliqué que dans le domaine de la gestion d'actifs, « les robots s'adressaient à une clientèle grand public qui n'a pas recours aujourd'hui au conseil en gestion de patrimoine. » Ils se sont accordés pour dire que, s'agissant de clientèle disposant d'un patrimoine substantiel et en attente d'un conseil global, « l'intervention humaine d'un conseiller était indispensable et qu'il y avait donc une complémentarité à organiser entre conseillers et robots. »

Par ailleurs, certains se sont montrés « optimistes » sur scène et dans la salle : arguant que les clients sur le marché français étaient « demandeurs d'une gestion de conviction et non d'une gestion quantitative », et ont estimé « peu probable que les robots prennent une part de marché significative. » D'autres ont avancé que « même s'il était peu vraisemblable

que des modèles purement "online" prospèrent à court-moyen terme et remettent ainsi en cause brutalement les modèles de conseil en place, les FinTech allaient probablement avoir un impact important sur les marges, ce qui affecterait les acteurs de l'épargne en ligne. »

Des associations professionnelles confiantes, mais vigilantes

De leur côté, les associations professionnelles ne redoutent pas cette nouvelle concurrence. Leur champ d'action est bien moindre que celui des CGPI. « La prestation de nos membres ne peut être comparée avec celle des robo-advisors. Notre rôle ne se limite pas à la seule allocation d'actifs, mais bien à délivrer un conseil qui repose sur le concept de l'approche patrimoniale globale. Nos conseils recouvrent tous les pans de nos activités professionnelles et c'est ce que recherche notre clientèle », rappelle Benoist Lombard, président de la CNCGP.

34% des CGPI considèrent que les robo-advisors ont un impact négatif sur la profession.

Un sentiment partagé par Jean-Pierre Rondeau, président de la Compagnie des CGPI : « Nous ne sommes pas inquiets de cette concurrence. Ces acteurs ne concernent pas nos clients qui recherchent un réel conseil, une relation personnalisée pour la gestion globale de leur patrimoine (succession, construction du patrimoine...). Bien qu'ils soient pleinement dans l'ère du numérique, nos clients continuent de désirer ce suivi, et plus encore au fur et à mesure qu'ils avancent dans l'âge. Pour nous, ces nouveaux outils digitaux sont un moyen de plus communiquer avec nos clients et d'accélérer nos échanges. Ils sont au service de la relation client. A l'inverse, les clients des robo-advisors sont plus jeunes et autonomes. Mais je suis convaincu que,

en vieillissant et par l'augmentation de leur patrimoine, ils chercheront à avoir recours à nos services. D'ailleurs, je suis optimiste quant au développement de notre profession, malgré une réglementation contraignante mais qui, comme je l'espère ont compris les pouvoirs publics, l'AMF et l'ACPR, doit s'assouplir. Et les nombreuses fermetures d'agences bancaires confortent ce sentiment. »

David Charlet, président de l'Anacofi, se veut rassurant : « Nous n'avons pas d'a priori sur les robo-advisors, ni de crainte majeure vis-à-vis de cette nouvelle concurrence. Les CIF ne réalisant que de l'allocation d'actif représentent moins de 5 % de la population, et la clientèle aisée n'achète pas ce type de service. Les clients potentiels de ces acteurs sont largement minoritaires, mais les usages des consommateurs évoluent très vite... Certes, ces structures se sont rapidement développées outre-Atlantique, mais les attentes du marché ne sont pas les mêmes. D'ailleurs, on constate qu'elles sont essentiellement des moyens

principalement sur des Trackers, mais ces opérations sont le plus souvent réalisées sur la base de conseils délivrés par des professionnels rémunérés pour cela. Globalement, il convient d'être humble sur les évolutions de

nos métiers car dans quelques années nos raisonnements peuvent avoir totalement changé. Par ailleurs, ces robo-advisors sont aussi à considérer comme des outils pour un pan de notre métier que sont l'allocation d'actifs et son suivi. Il faut rappeler qu'il en existe depuis un certain temps, je me souviens de très anciens rendez-vous avec la Financière Roche Noire, par exemple. Ce type d'outil numérique est simplement plus efficace aujourd'hui et de plus en plus utilisé par les indépendants, notamment pour des raisons réglementaires, administratives et dans une logique de communication client. Nous constatons que ces technologies coûtent très cher en développement et qu'il faut une grande masse de clients pour atteindre le seuil de rentabilité. » →

Par ailleurs, Benoist-Lombard reste également dubitatif quant à la création de valeur créée par les robo-allocataires d'actifs : « *Je m'interroge aussi, en tant que professionnel : ces robo-advisors qui utilisent des algorithmes quantitatifs sont-ils plus efficaces, notamment en cas de crise ? Et leurs sous-jacents, les ETF, sont-ils plus performants que les fonds actifs ? Pour avoir ces réponses, laissons le temps passer et ces outils faire leurs preuves.* »

Néanmoins, ce dernier reste, bien sûr, favorable à l'intégration des FinTech dans le quotidien des cabinets indépendants : « *Pour nous CGPI, l'offre de services de certaines FinTech peut correspondre aux besoins d'une frange de nos clients. Ces offres pourront être utilisées comme des outils complémentaires à notre approche classique des marchés, notamment par le temps qu'ils nous permettent de nous dégager pour réaliser notre activité de conseil. Aujourd'hui, beaucoup de nos membres se sont "digitalisés" pour remettre au centre de leur activité le contact intuitif personae avec le client. Les nouveaux entrants dans la profession ont pleinement intégré le digital dans le développement.* »

Toutefois, les associations de CIF restent vigilantes quant au respect du cadre réglementaire dans lequel évoluent ces sociétés, notamment lorsqu'elles opèrent sous le statut de CIF.

La proposition de valeur de quatre acteurs

Toujours est-il que ces offres sont aujourd'hui entrées dans le paysage de l'épargne française. Si elles apparaissent comme un nouvel acteur, et donc un nouveau concurrent pour les CGPI, c'est davantage sur le *mass-market* que se positionnent ces acteurs, comme des concurrents aux banques de détail.

Il convient de distinguer ces robo-advisors. Nous trouvons des offres dont le recours aux algorithmes repose uniquement sur la définition du profil



Jean-Pierre Rondeau, président de la Compagnie des CGPI

client, son aversion au risque et son horizon de placement (Yomoni et Advize), tandis que l'allocation d'actifs reste réalisée de manière qualitative et quantitative : par les équipes de gestion de Yomoni d'un côté et par le recours à Morningstar chez Advize. A l'inverse, chez Marie Quantier et FundShop, la définition du cadre de l'investissement (profil client, horizon d'investissement...) et l'allocation d'actifs sont réalisées par le biais d'algorithmes.

Autre distinction, notons que, contrairement à Advize, Yomoni et Marie Quantier (qui disposent tous trois des statuts de CIF et d'intermédiaire en assurances), FundShop ne se positionne qu'en tant que conseiller en investissements financiers et n'intermédie pas de produit d'épargne.

Voici les propositions de valeur de chacun de ces quatre structures qui s'adressent aux particuliers, mais aussi – actuellement ou à plus ou moins court terme – aux conseils en gestion de patrimoine indépendants.

Advize

Advize est l'un des membres fondateurs de France FinTech. Créé depuis trois ans, son ambition est de capter les clients déçus de leurs banques. « *Notre volonté est de "disrupter" deux mondes : celui des banques et des compagnies d'assurances où la relation pêche pour deux raisons : le coût d'accès à l'épargne et l'absence de suivi ;*

et celui de l'investissement à long terme pour la constitution d'une épargne via une enveloppe fiable et stable, l'assurance-vie, assure Nicolas Marchandise, président et cofondateur. Les fonds en euros ne répondent plus au besoin de performance des épargnants, d'où la nécessité de les accompagner dans la sélection d'UC et le suivi des allocations dans le temps selon les besoins des souscripteurs et des marchés. Après 2008, nous avons été interpellés par le fait que les Français n'ont pas principalement été choqués par les pertes qu'ils ont subies, mais par l'absence de réaction apportée par leurs conseillers. On atteint ici les limites du système bancaire qui fait qu'un conseiller peut suivre jusqu'à 700 clients, une tâche humainement impossible.

Parallèlement, le marché du courtage d'assurance vie en ligne s'est positionné avec comme seule proposition la baisse des coûts, mais sans suivi ou accompagnement dans la sélection de fonds. Cette carence ne leur a pas permis de capter une part de marché significative (la collecte actuelle ne dépasse pas les 3 %). Avec Advize, nous cherchons à délivrer une expérience client proposant des solutions exécutables et non des outils, qui couvrent les besoins habituels des épargnants, ce qui peut être une porte d'entrée avant d'aborder des problématiques spécifiques avec un CGP, car rien ne remplace le rapport humain. D'ailleurs, à aucun moment nous revendiquons exercer la mission globale des CGP (fiscalité, immobilier, succession...). »

L'approche se veut didactique, dès la détermination du profil d'investisseur. « Ensuite, notre volonté est d'ouvrir aux épargnants l'univers des supports en UC en assurant la diversification et le suivi nécessaire de leur allocation. C'est pourquoi aujourd'hui nos stocks sont composés d'environ 60% d'unités de compte, contre 15 à 20% pour le marché. »

Le suivi de l'allocation est ensuite hebdomadaire via l'envoi chaque semaine l'envoi de la « Météo de votre épargne », un reporting simple. « Il est primordial que nos conseillers soient accessibles pour répondre aux questions et demandes de nos clients sur l'évolution de leur profil, de leur allocation, les perspectives des marchés... », observe Nicolas Marchandise. Ensuite, selon l'évolution des marchés des propositions d'ajustement des allocations sont réalisées en moyenne trois à cinq fois par an. En cas de besoin, une alerte assortie d'une recommandation d'arbitrage est émise pour chaque client concerné avec une explication du problème, de la solution proposée, la mise à disposition des informations sur les unités de compte et toujours la possibilité de contacter un conseiller. « Nous avons donc renversé le problème du suivi permanent en

créant ce lien digital et personnalisé. Cette gestion "copilotée" a été privilégiée au mandat de gestion car elle permet de conserver un lien avec ses clients », confie-t-il.

Pour l'allocation d'actifs (cinq profils de gestion) et la sélection de fonds (au nombre de soixante-cinq actuellement), la société s'appuie sur les compétences de Morningstar. « Cette étape est cruciale pour nous car elle garantit à l'épargnant que ses besoins et son allocation sont en phase et cohérents avec l'environnement de marché. Nos performances sont assez bonnes depuis notre création : +16,5% sur quatre ans sur notre profil le plus défensif (volatilité de 1%), +56% pour notre profil équilibré et +56% pour le portefeuille le plus offensif (volatilité de 11%). »

Actuellement, la société s'appuie sur des partenariats avec des CGP pour devenir une solution leur permettant de traiter les primo-épargnants.

Aujourd'hui, la société compte environ 3 000 utilisateurs, aussi bien de jeunes primo-épargnants que des personnes plus expérimentées, ne trouvant pas la réponse adéquate à leurs besoins et usages dans leur banque. Pour accélérer le développement, quatre nouveaux asso-

ciés sont entrés au capital en ce début d'année (cf. page 100). Des offres de gestion en compte-titres et PEA vont aussi être mises en place.

FundShop

FundShop (société SupportFi) est un robo-advisor développé depuis trois ans et qui opère sous le statut de CIF. Il s'agit d'une plate-forme de service en architecture ouverte qui ne commercialise pas de produit d'épargne, mais qui propose aux utilisateurs de construire un portefeuille adapté à leur profil de risque et aux conditions de marché, contraints par l'univers d'investissement dans lequel ils détiennent leur épargne.

Chaque portefeuille est suivi en continu 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 pour interagir avec l'utilisateur afin de le prévenir de la performance réalisée et des actions à entreprendre pour maintenir le profil de son portefeuille.

Les portefeuilles sont individualisés selon le profil du client, ses objectifs et la date de construction de l'allocation. Les processus de construction et de suivi s'appuient sur des modèles académiques. « Notre outil exploite des modèles utilisés depuis longtemps par les professionnels de la finance, ils ont déjà fait leur preuve et sont robustes, indique Léonard de Tilly, CEO. Les principes de base sont la diversification pour exploiter le potentiel de décorrélation entre les fonds éligibles à un univers, ainsi que le suivi de tendance pour exploiter les cycles de performance sur les marchés financiers... Au final, notre approche se veut détachée de toute →

Les associations de CIF restent vigilantes quant au respect du cadre réglementaire de ces sociétés.

→ émotion en s'appuyant sur de l'optimisation statistique. Le paramétrage et la maintenance restent de l'humain. L'approche est volontairement défensive pour notamment intégrer l'asymétrie du risque entre les tendances haussières et les tendances baissières.»

Outre le marché de l'épargne française, c'est davantage le mass-market que lorgnent ces nouveaux acteurs désireux de se positionner comme concurrents des banques de détail.

Si la société s'est d'abord développée via la clientèle *retail* (3 800 utilisateurs), elle propose désormais ces outils à la distribution traditionnelle, notamment aux plates-formes collaborant avec les CGP (Spirica, par exemple). « Nous intervenons en complément des CGP, et chacun doit voir notre offre comme une opportunité pour faire évoluer les modèles de distribution avec davantage de service. L'objectif commun est de dynamiser le marché de l'assurance-vie, largement investie en fonds euros (plus de 80%) offrant des perspectives de rentabilité fai-

ble pour l'épargnant. Avec les CGPI, notre souhait est d'intégrer notre outil à leur modèle de distribution afin de les aider à industrialiser et automatiser certains de leur process, affirme Léonard de Tilly. Il s'agit d'une solution qui permet- tra de traiter un plus grand volume d'affaire, tout en restant en adéquation avec la réglementation. L'outil offrira égale- ment un nouveau canal de prospection sur un segment de clientèle plus large. Les CGP auront toujours la possibilité de paramétrer l'outil selon leurs vues de marché, leurs listes de fonds favoris, et les allocations pro-

posées par l'outil pourront être modifiées pour convenir aux mieux aux plans de leurs clients. Parallèlement, le CGP disposera de différents services (reporting, alertes...) pour interagir avec son client à des moments opportuns qui justifient une prise de contact ou une action de leur part, et ainsi valoriser leur conseil.

Marie Quantier

L'objectif de Marie Quantier est clair : réconcilier l'épargnant français avec l'investissement. « Nous nous adressons aux

personnes qui ont envie de reprendre en main le process de construction de portefeuille, observe Mathieu Hamel, CEO et fondateur de Marie Quantier. Les épargnants n'ayant pas accès à un service de gestion de fortune ou à un CGP n'ont plus confiance en leur banquier et il leur est absolument nécessaire de prendre en main leur avenir financier. Au final, ils n'investissent pas ou plus car il ne dispose pas des outils adéquats. Pour cela, nous mettons à disposition les techniques des banques d'investissements et des Hedge Funds que nous packageons de manière digitalisée afin que l'information puisse être compréhensible de tous.»

Ces données macroéconomiques et financières sont accessibles selon le niveau de finesse que l'on souhaite : de la donnée brute, jusqu'à l'information retraitée sous une forme interactive. « Notre volonté est de rendre les choses compréhensibles pour tous, d'où des visualisations variées selon les besoins et compétences des utilisateurs.»

L'utilisateur accède donc à un diagnostic de l'économie et des marchés, une sorte de météo de l'environnement, qui permet de définir un portefeuille optimal. Selon son profil de risque et son horizon d'investissement, ce portefeuille est alors ajusté de manière individualisée. Cette recommandation personnalisée peut être modifiée ou refusée, mais l'allocation finale sera toujours en adéquation avec son profil de risque. Ensuite, l'allocation d'actif est suivie constam-

UN CADRE RÉGLEMENTAIRE NÉCESSAIRE

Si la concurrence de ces FinTech ne semble pas inquiéter outre mesure les indépendants du patrimoine et qu'elles peuvent être considérées comme des outils, les associations professionnelles, en particulier la CNCGP et la Compagnie des CGPI, sont en revanche vigilantes quant au respect de la réglementation par ces nouveaux intervenants, en particulier lorsqu'elles opèrent sous le statut de CIF. « Au regard des textes, il me semble illusoire d'être CIF en n'ayant jamais rencontré physiquement le créancier de sa prestation, interpelle Benoist Lombard, président de la CNCGP. Quel que soit le canal de distribution, l'offre de service d'un CIF doit respecter le parcours réglementaire extrêmement balisé que lui imposent les textes. Par exemple, lorsque le client répond au questionnaire de profil de risque, est-on bien sûr que c'est lui qui répond aux questions? Comment s'assurer de la remise du DER avant toute fourniture de services? Nous avons également soulevé la problématique selon laquelle une société étrangère fournirait ce service en opérant d'un autre pays de l'UE car l'activité de CIF est uniquement valable en France. J'ai donc averti à maintes reprises l'AMF et le Trésor de l'incompatibilité de notre statut pour la délivrance de prestations dématérialisées. J'appelle aussi mes confrères des autres associations de CIF à bien vérifier que les nouveaux entrants *pure players* respectent bien la réglementation. Il s'agit d'une question d'équité. La question ne se poserait évidemment pas pour les sociétés souhaitant

délivrer leurs prestations en tant que SGP, voire PSI. Un tel statut, relevant directement de l'AMF, correspond aux exigences de régulation qui doivent s'imposer aux *pure players*. L'individualisation de l'agrément, associée à une exigence de fonds propres plus élevés, est le gage de la protection d'un épargnant qui, jamais, ne rencontrera son conseiller. » Dans ce combat, le président de la Compagnie des CGPI, Jean-Pierre Rondeau, n'est pas en reste : « Tout comme on peut le constater dans le domaine du *crowdfunding*, il existe un grand nombre de sociétés lesquelles sont plus ou moins sérieuses. Les robo-advisors ou sociétés de conseil digitalisé sont selon nous en dehors des clous de la réglementation lorsqu'ils opèrent sous le statut de CIF. Leurs techniques sont légères par rapport aux CIF opérant de manière traditionnelle. Le process réglementaire du CIF impose de rencontrer physiquement son client, de leur fournir un conseil personnalisé. Ce parcours réglementaire est bien balisé avec différentes étapes et remises de documents (DER, lettre et rapport de mission), sans oublier la réglementation sur la lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme. Ce type de structure ne répond donc pas aux à nos impératifs d'autant plus que, comme la CNCGP, nous contrôlons l'ensemble des activités de nos adhérents : CIF, intermédiation en assurances, IOBSP, CJA, démarchage bancaire et financier et activités sur produits divers. Nos autorités de tutelle ont conscience de ce problème

ment via des algorithmes. Si elle ne correspond plus au profil de risque, une notification d'arbitrage personnalisée est alors adressée au client.

Aujourd'hui, cette offre (à partir de 5,90 € par mois) est disponible uniquement en compte-titre et les allocations sont réalisées via des ETF sélectionnés selon leur liquidité, leur méthodologie de réplcation et leur coût.

A fin décembre, un millier de clients avait souscrit à l'offre de Marie Quantier disponible depuis janvier 2015 (20 000 € d'encours par client en moyenne). Prochainement seront proposés deux contrats d'assurance-vie.

Ce service est actuellement utilisé par une dizaine de CGP ou *family-offices* souhaitant déléguer les allocations d'actifs de leurs clients. La société met également à disposition l'outil aux CGP pour construire leurs allocations.

Yomoni

Créée en 2014, Yomoni opère sous le statut de société de gestion et a notamment pour actionnaire le Crédit mutuel Arkéa et Iena Venture (incubateur de la Financière de l'Echiquier, déjà présent chez Phileas Asset Management, Gemway Assets, EthiFinance, Erasmus Gestion ou Obafrica AM). « Nous sommes société de gestion, et à ce titre nous n'exerçons pas le même métier que les CGPI, insiste Mourtaza Asad-Syed, P-DG et directeur des investissements de

Yomoni et notamment ancien responsable de la stratégie d'investissement du groupe Société générale Private Banking. *Par ailleurs, nous n'opérons pas sur le même segment de clientèle que ces derniers, puisque nous nous adressons en priorité à ceux pouvant nous confier de 100 000 € à 100 000 €, une cible qui a économiquement moins d'intérêt pour eux et dont les problématiques patrimoniales restent simples. Notre modèle se veut plus industrialisé avec des portefeuilles profilés logés au sein d'assurance-vie, mais nous travaillons au lancement de notre offre en compte-titres et PEA. Les conseillers en gestion de patrimoine sont davantage en capacité à gérer des dossiers complexes avec une approche patrimoniale globale. Néanmoins, notre service peut intéresser certains d'entre eux cherchant à servir leurs clients "satellites". Nous réfléchissons au développement d'une offre dans ce domaine, ainsi qu'à une offre de gestion déléguée.* »

Sur le site, le client détermine donc son profil de client, lequel est validé par le département *compliance* de Yomoni. Selon les résultats, un portefeuille stra-

tégique est alors déterminé par l'équipe de gestion à partir de méthodes quantitatives utilisées dans la gestion institutionnelle. « Nous utilisons les techniques traditionnelles et avancées de gestion d'optimisation de portefeuille, de risk parity, observe Mourtaza Asad-Syed. Notre volonté est de produire des por-

tefeuilles très diversifiés qui sont ensuite mis en œuvre via des ETF sélectionnés en fonction de critères de liquidité et de prix. Il s'agit d'allocation de long terme, mais sur lesquels une gestion tactique discrétionnaire est réalisée. Une dizaine de portefeuilles types sont ainsi gérés. »

Les ETF et les fonds indiciels sont privilégiés car ils offrent un accès au marché à moindre coût.

« Le tarif est d'ailleurs une de nos forces, avec

un coût maximum de 1,6 % sur l'enveloppe assurance-vie, dont seulement 0,3 % pour ces instruments, note-il. Par ailleurs, nous ne souhaitons pas subir les paris des gérants et notre valeur ajoutée repose sur l'allocation d'actifs, et non pas sur la sélection de fonds qui reste un métier à part entière. »

■ Benoît Descamps

Malgré tout, les robo-advisors peuvent être considérés comme des partenaires potentiels des CGPI.

et j'espère que la surveillance et les contraintes de ce type d'entreprise seront équivalentes aux nôtres. » Sur ce débat, **David Charlet** prône également la vigilance : « Nous sommes d'accord avec nos confrères que pour exercer, ces sociétés doivent avoir et respecter leurs agréments. Or, il n'est pas si simple dans un contexte informatisé, avec des questionnaires déshumanisés, que les recommandations soient bien personnalisées. Notre analyse est qu'il n'existe pas aujourd'hui de modèle 100 % numérique. » Sur ce sujet, les nombreux échanges de **Mathieu Hamel** de Marie Quantier avec les autorités de tutelle illustrent ces difficultés réglementaires : « Depuis notre création il y a un an, nous avons échangé aussi bien avec l'AMF et l'ACPR sur nos process validés par un cabinet d'avocats. Plus d'une centaine de pages sur le parcours client ont été échangées avec l'AMF. » Mathieu Hamel poursuit : « Nous n'avons donc aucune hésitation à dire que nous respectons scrupuleusement les réglementations qui s'imposent à nous. Notre processus de remise et de signature électronique des DER, lettre de mission, archivage des données et des contextes de marché est totalement automatisé et sécurisé. Il est vrai que notre proposition de valeur innovante attire les regards, d'autant plus que nous sommes opposés au système de rémunération par rétrocession. » De son côté, **Nicolas Marchandise** d'Advize (qui évolue sous les statuts de CIF et de courtier d'assurance) juge le débat « stérile. Notre proposition de

valeur et celle des CGP sont selon nous complémentaires, d'où notre volonté de nouer des partenariats avec cette profession. Nous sommes convaincus que les modèles hybrides vont se développer de plus en plus. Plus que le prix, le client est sensible au service. » Pour sa part, **Léonard de Tilly**, CEO de FundShop, observe que « le dispositif réglementaire actuel a été mis en place pour réguler l'activité des conseillers "physiques". Notre activité est différente car nous n'intervenons pas en tant que CGP, mais nous nous focalisons uniquement sur une brique de l'activité que la technologie permet de digitaliser (l'allocation d'actifs et le suivi de portefeuille). Il paraît nécessaire qu'il y ait une réglementation adaptée qui permettra une intégration de nos innovations aux modèles de distribution. Une réflexion au niveau européen est d'ailleurs en cours. »

Enfin, Yomoni a de son côté opté pour le statut de société de gestion pour mieux délivrer sa valeur ajoutée. « Pour nous, il était important d'être société de gestion car la gestion déléguée permet de délivrer une meilleure performance sur le long terme qu'en agissant seul ou via un conseil, expose **Mourtaza Asad-Syed**. Nous pouvons procéder à des paris concentrés et gagner du temps dans l'exécution de nos actes de gestion. Par ailleurs, avec la cyclicité des marchés, nous considérons que la relation de confiance avec le client est moins fragile qu'avec un conseil, surtout en période difficile. »