

« Epargnants, exigez des conseils plutôt que des produits ! »

La gestion patrimoniale fait encore beaucoup d'insatisfaits. Mais quelle est la responsabilité portée par les professionnels d'un côté, et les clients de l'autre ?
Éléments de réponse et de réflexion.

OLIVIER ROZENFELD, PRÉSIDENT DE FIDROIT



Les professionnels du patrimoine cherchent avant tout à « vendre » : pour le financier, un produit ; pour le juriste, un acte ; pour l'homme du chiffre, des comptes. Mais où est le conseil ? Il n'est qu'un accessoire. Il ne participe pas à la création de marge pour celui qui le dispense. Cette situation résulte d'un processus où le professionnel a privilégié la facilité, constatant la réticence de l'épargnant français à assumer le paiement d'honoraires de conseil. Un véritable paradoxe dans un moment où les particuliers recherchent des solutions personnalisées. Ils laissent ainsi subsister, malgré eux, un modèle où les conflits d'intérêts viennent potentiellement grever un service qui répondrait idéalement à leurs besoins. Dans un moment de vérité des prix où la transparence va s'imposer avec l'entrée en vigueur des directives européennes MIF 2 (visant à davantage protéger l'investisseur, notamment sur les marchés de produits dérivés) et DDA (consacrée à la distribution des produits d'assurance), les particuliers ont une opportunité exceptionnelle. Ils pourraient participer et collaborer à l'émergence de nouveaux modes opératoires. Pour cela, ils devront intégrer que toute solution ne passe pas par un produit, qu'ils ont davantage besoin d'un conseiller que d'un produit. Du côté des professionnels, ceux-ci doivent re-

connaître que, sur la durée, il y va de leur intérêt quand nous voyons se développer des phénomènes comme la digitalisation, où les parcours clients se font à 70 % sans l'intervention d'un tiers. Ils doivent donc réagir. Cette convergence d'intérêts suppose de passer du paradigme du « commerce en gestion de patrimoine » à celui du « conseil en organisation patrimoniale ».

Avec une meilleure information, éducation patrimoniale, les Français pourraient mesurer alors l'intérêt majeur qui résulterait de ce passage où toute la valeur était jusque-là concentrée sur le produit, à une situation où l'humain, le conseil et ses compétences seraient valorisés. Ils comprendraient qu'ils n'ont pas donné à ce jour les moyens à leurs interlocuteurs de répondre scrupuleusement à leurs besoins. Faute d'en assumer la contrepartie pécuniaire. Cette approche aurait un intérêt supplémentaire. Elle introduirait une prime à la qualité et marginaliserait alors les mauvais conseillers en même temps qu'elle renforcerait l'indépendance du conseil fourni. Que chacun se le dise, avec la baisse des rendements, le droit et la fiscalité contribueront de façon croissante à la formation de la rentabilité des opérations patrimoniales des

clients. Le conseil en organisation patrimoniale est donc un relais de croissance qui va réconcilier l'intérêt des professionnels et de leurs clients.

Le conseil en organisation patrimoniale va réconcilier l'intérêt des professionnels et de leurs clients

Mesdames et Messieurs les clients, le conseil est une valeur positive pour vous. Elle est cependant chronophage, elle est exigeante en termes de risques pour les professionnels et suppose une formation continue onéreuse. Il est impératif que vous

l'appréciez à sa juste valeur, c'est-à-dire comme un acte valorisable et donc monnayable par le professionnel. Donnez-vous les moyens d'avoir des conseils de qualité dans un moment où les tribunaux ne cessent de rappeler que la fonction des professionnels du patrimoine est surtout celle d'un conseil, et qu'à défaut, leur responsabilité peut être engagée.

Je regrette, à titre personnel, que les honoraires de conseil d'un conseiller en gestion de patrimoine ne soient pas déductibles quand les frais d'un notaire ou d'un expert-comptable le sont.

Le BIP, Bonheur Individuel Patrimonial, passera par le paiement d'honoraires !

Les épargnants devront intégrer qu'ils ont davantage besoin d'un conseiller que d'un produit



Retrouvez les conseils de la rédaction, chaque mois sur BFM Business

