

Digitalisation des circuits de distribution : un enjeu majeur pour les SCPI

Alexandre CLAUDET
Directeur général
VOISIN ATLAND

Maxime CAMUS
Directeur général
GRISBEE

Réunion adhérents
13 décembre 2018

Quelle appétence pour les épargnants ?

Selon le baromètre « La français et l'épargne digitale »
publié par *Deloitte* et *WeSave* fin 2017 :

- 59 % des épargnants souhaitent bénéficier d'outils leur permettant de mieux comprendre la façon dont est géré leur épargne ;
- 44 % des épargnants plébiscitent l'épargne digitale pour placer leur épargne ;
- 40 % des épargnants veulent cependant que le développement des solutions d'épargne digitale passe par le fait qu'elles soient associées à la possibilité de joindre un conseiller ;
- 60 % des épargnants se disent intéressés par la mise à disposition d'un agrégateur d'épargne.

Quelles sont les principales motivations pour l'épargne digitalisée ?

- Pour 54 % des épargnants, l'épargne digitale est associée à la notion de frais peu élevés ;
- pour 40 %, à celle de placements performants ;
- et, pour 35 %, à celle d'une gestion optimisée.

Quelques interrogations

- Quels sont les objectifs de la digitalisation : s'ouvrir à une clientèle plus large, plus jeune, plus internationale ?
- Les actifs immobiliers, de type SCPI, engagent à long terme. Est-ce compatible avec un process de commercialisation de type digital ?
- La digitalisation des SCPI va-t-elle changer leur positionnement ?
- La digitalisation permet-t-elle de réduire les coûts de commercialisation et de gestion des SCPI ? Cela aura-t-il, à termes, un impact positif sur leurs performances ?
- Quelles sont les perspectives de développement de la digitalisation des SCPI ?

Digitalisation des circuits de distribution : un enjeu majeur pour les SCPI

Alexandre CLAUDET
Directeur général
VOISIN ATLAND

Réunion adhérents
13 décembre 2018



**La digitalisation des circuits de
distribution,
un enjeu majeur pour les SCPI**

**Réunion adhérents IEIF
13 décembre 2018**

Sommaire



3 enjeux

Enjeu 1 | Distribution et développement

Enjeu 2 | Rentabilité

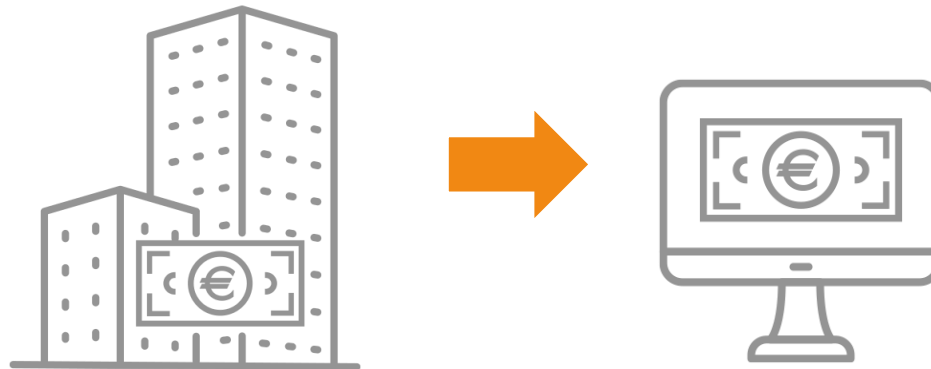
Enjeu 3 | Risques

Notre leitmotiv



Vision

De la pierre papier à la pierre numérique



Numérique + Conseiller = combinaison gagnante



Enjeu 1 – le développement

48%

des épargnants placent le conseiller au cœur de leur relation avec leur établissement

32%

des épargnants interagissent avec leur établissement en combinant numérique et conseiller

20%

des épargnants placent le numérique comme canal privilégié dans leur relation

80% des clients sont en demande de contact avec un conseiller

52% des clients sont en demande de services numériques

Le conseiller joue un rôle clé au moment de la souscription

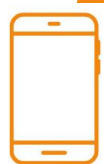


Enjeu 1 – le développement



78%

des épargnants envisagent de contacter leur conseiller pour procéder à une future souscription



22%

des épargnants envisagent de passer par le numérique (18%) ou téléphone-courrier (4%)

Le numérique doit renforcer la fidélisation, levier majeur de développement



Enjeu 1 – le développement

86%

des épargnants étaient déjà clients de l'établissement où ils ont réalisé leur dernière souscription

47%

des jeunes épargnants se tournent vers leurs parents pour des conseils en matière de placement

Les services numériques doivent renforcer la fidélité, l'image, la marque, pour susciter des re-souscriptions ou des prescriptions

Conclusions sur la distribution et le développement



Enjeu 1 – distribution et développement

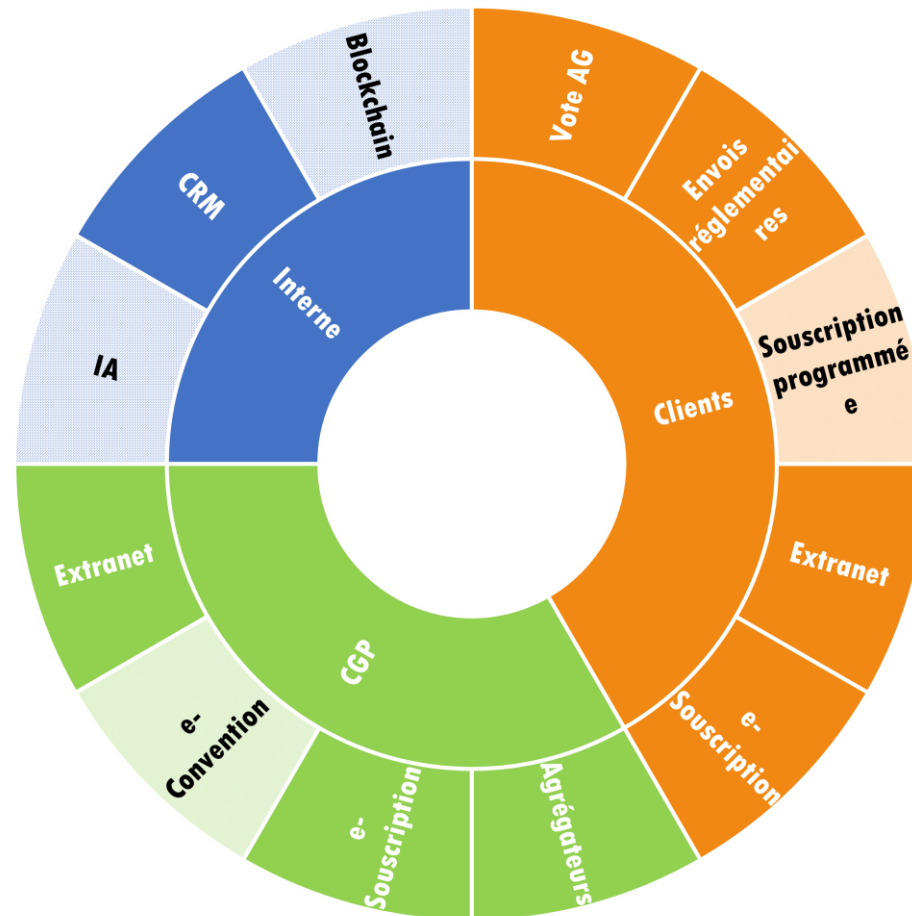
- **Le numérique est une tendance lourde dans laquelle il est indispensable de s'inscrire**
- **Le numérique ne signifie ni disparition du conseiller ni désintermédiation**
- **Le numérique permet d'adresser de nouvelles clientèles**
- **Le numérique permet de renforcer la fidélité, l'image, la marque, vecteurs de re-souscription ou prescription**

Le numérique chez Voisin



Retour d'expérience

Carte des services numériques



LÉGENDE

Couleurs pleines : outil en production

Couleurs rayées : livraison prochaine

Couleurs en damier : à l'étude/ exploratoire

Extranet – un taux d'adoption fonction de l'âge



Retour d'expérience

51%

des clients EPARGNE PIERRE ayant entre 21 et 30 ans ont activé leur compte⁽¹⁾

38%

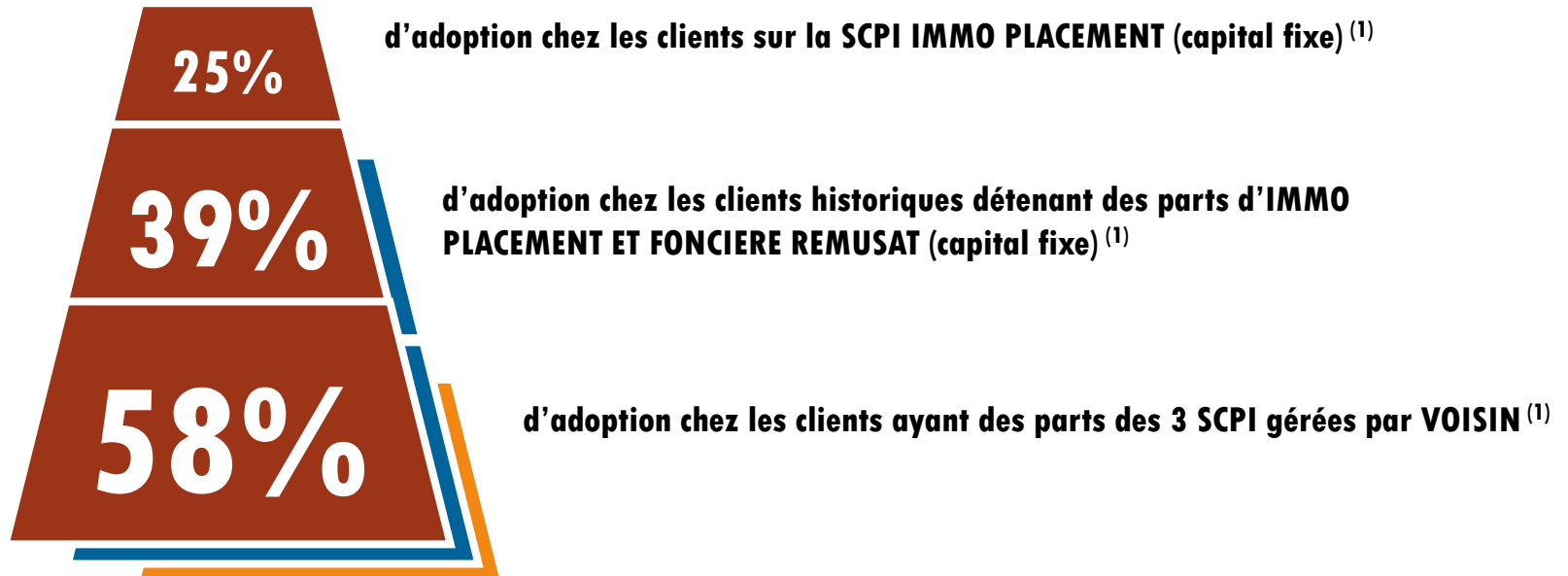
d'adoption chez les clients EPARGNE PIERRE ayant plus de 70 ans⁽¹⁾

1) Clients personnes physiques uniquement

Extranet – un taux d'adoption fonction du nombre de produits détenus



Retour d'expérience



1) Clients personnes physiques uniquement

Extranet – un outil important vis-à-vis des professionnels du patrimoine



Retour d'expérience

60%

d'adoption chez les partenaires qui travaillent directement avec VOISIN

35%

chez les partenaires qui sont liés à une plateforme ou un réseau

Dématérialisation des envois – la fluidité comme levier principal d'adoption



Retour d'expérience

50%

des clients optent pour la dématérialisation des envois (revenus, fiscalité, convocations) à condition que le consentement soit recueilli à la souscription

25%

Le taux d'adoption passe à 25% pour les clients historiques (recueil via campagnes)

Vote en ligne – le numérique gagne du terrain par rapport au courrier



Retour d'expérience

30%

Un taux de participation similaire quelque soit le mode de convocation

100% des personnes convoquées par email ont voté en ligne

12% des personnes convoquées par courrier ont voté en ligne

Le numérique permet d'améliorer la productivité et la qualité des opérations



Enjeu numéro 2 – la rentabilité

Suppression des tâches sans valeur ajoutée et gain de temps (import des données au lieu de saisie)

Réduction du risque d'erreur humaine (règles et contrôles)

Solution à la concentration de souscriptions en fin de mois
Meilleure visibilité sur la collecte au fil de l'eau
Lissage de la charge du traitement des dossiers

Suppression des aléas postaux

Aide à la décision et au suivi (ex : quorum des AG)

Le numérique demande de gérer quatre types de risques



Enjeu numéro 3 – les risques

Le risque juridique : que peut-on dématérialiser tout en restant conforme à la réglementation ?

Le risque technologique : quelle solution ? Quel prestataire ? Comment conserver les données ?

Le risque d'adoption : les utilisateurs vont-ils faire confiance et adopter ces outils ?

Le risque opérationnel : comment faire pour être livré en temps, en qualité, et au budget prévu ?

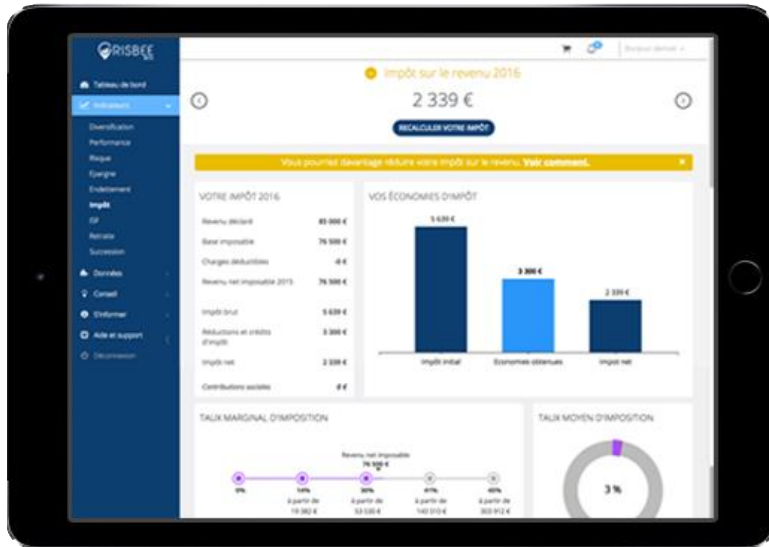
Digitalisation des circuits de distribution : un enjeu majeur pour les SCPI

Maxime CAMUS
Directeur Général
GRISBEE

Réunion adhérents
13 décembre 2018



GRISBEE, la gestion privée pour tous



- La 1^{ère} plateforme de gestion de patrimoine en ligne à destination des particuliers...
- ... afin d'aider chacun à bien gérer ses finances et à préparer son avenir (projets, investissements, retraite, impôts, succession...)

Labellisé par :



Notre approche : démocratiser le conseil en gestion de patrimoine indépendant

GRISBEE, prendre en main son argent grâce à des services innovants et performants



1. Consolidation
de son patrimoine
financier, immobilier et
professionnel



2. Diagnostic
de sa santé financière
(rendement, risque, retraite,
fiscalité, succession, ...)



3. Projections
intégrant les rendements
estimés de ses produits et les
événements à venir



4. Recommandations
adaptées à sa situation,
à ses objectifs et
à ses priorités



5. Souscriptions

- 100% en ligne **ou**
- Accompagnement par un conseiller

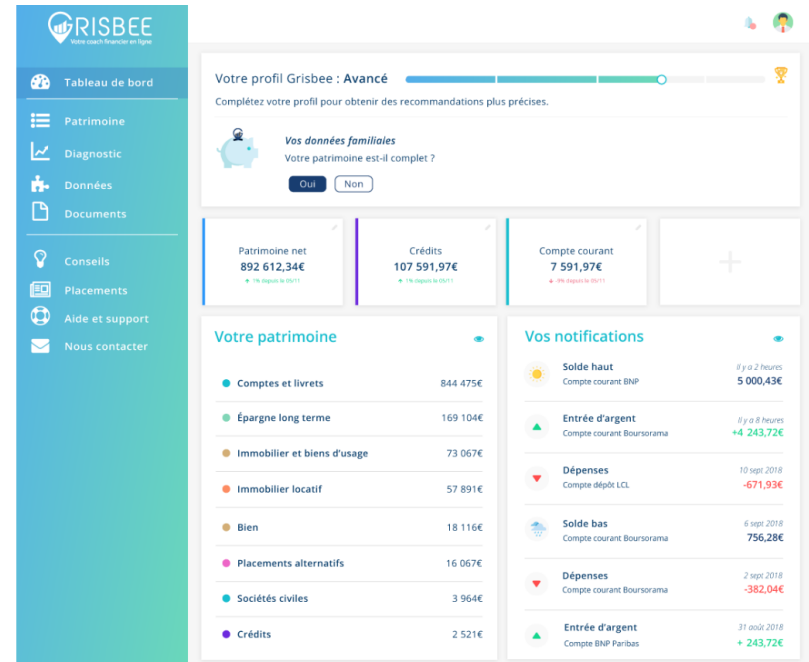


6. Pilotage
Gestion d'objectifs
financiers, alertes
automatiques...

Un accompagnement complet, de la recherche d'information à la souscription d'un produit financier

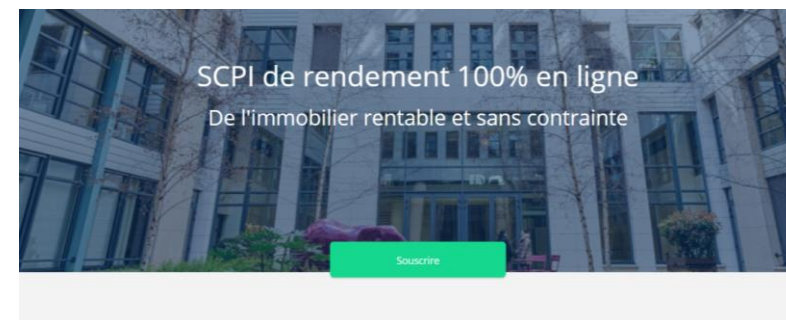
La connaissance client est au cœur de l'offre de services

- Patrimoine complet consolidé et mis à jour quotidiennement : actifs financiers et immobiliers / passif
- Situation familiale, composition du foyer, ...
- Revenus, charges et investissements
- Profil d'investisseur
- ...



Zoom sur la souscription digitalisée

- **Décembre 2016 :**
Assurance vie en ligne Grisbee Vie
- **Octobre 2017 :**
Souscription en ligne de SCPI fiscale
- **Juillet 2018 :**
Souscription en ligne de SCPI de rendement (phase 1)



Process de souscription en ligne SCPI

- Lettre de mission
- Préparation de la souscription : nombre de parts, objectif, ...
- Identité, coordonnées, ...
- Revenus, composition du patrimoine, crédits
- Profil d'investisseurs
- Prise de connaissance de la documentation
- Préparation du règlement (coordonnées bancaires, ...)
- Réception et contrôle du dossier par le conseiller (complétude et cohérence) + envoi des documents réglementaires (rapport écrit)
- Signature électronique

The image shows two screenshots of a web interface for SCPI subscription. The top screenshot, titled 'VOTRE SOUSCRIPTION', shows a progress bar at 10% and a form with the following fields: 'SCPI sélectionnée' (PRIMOVIE), 'Valeur de la part' (203.0 €), 'Nombre de parts souhaité' (25), 'Montant de la souscription' (5075 €), and 'Objectif recherché' (Valorisation du capital). The bottom screenshot, titled 'VOTRE PROFIL D'INVESTISSEUR', shows a progress bar at 70% and a gauge labeled 'VOTRE PROFIL D'INVESTISSEUR' with 'Prudent' on the left and 'Dynamique' on the right, with the needle pointing towards 'Equilibré'. A green box on the right contains the text: 'L'investissement envisagé semble cohérent par rapport à votre profil d'investisseur. Veuillez prendre connaissance des facteurs de risques des SCPI fiscales avant de poursuivre votre souscription. Contactez-nous si vous souhaitez en savoir plus.'

Le temps de saisie considérablement réduit permet au professionnel de se focaliser sur le conseil

Avantages de la souscription en ligne

Pour le distributeur

- Gain de temps -> possibilité de se focaliser sur le conseil / l'accompagnement
- Moins d'erreurs -> travaux en back office allégés
- Meilleure connaissance client
- Respect de la réglementation facilité

Pour le client

- Gain de temps
- Expérience plus fluide / moins d'irritants
- Suivi / accès à l'info plus aisé

La digitalisation de la distribution représente un des leviers de transformation du conseiller « augmenté »

- **Vers le conseil « augmenté » : la souscription représente une étape moins lourde et plus fluide au sein d'un process davantage consacré à la connaissance client et au conseil**
- **Le gain de temps généré peut également participer à la démarche de démocratisation du conseil en gestion de patrimoine**
- **La digitalisation facilite l'accès à l'information et contribue ainsi à l'effort de transparence demandé par les clients et les autorités**
- **Dans un contexte d'alourdissement réglementaire, la digitalisation facilite le quotidien du back office et les échanges entre les parties prenantes (producteurs <-> distributeurs)**

**La digitalisation est une opportunité
pour le conseiller d'enrichir sa relation client**

Merci de votre attention

Vos questions ?



Les prochains rendez-vous de l'IEIF

La matinée prospective

24 janvier 2019

9h à 13h

Chez Groupama Immobilier



Les prochains rendez-vous de l'IEIF

Les réunions adhérents du jeudi matin

10 janvier 2019

2019 : l'année de la logistique ?

17 janvier 2019

Nouvelles stratégies d'investissements en Europe : quelles localisations ? quels actifs ?

31 janvier 2019

Fonds de dette : quelles stratégies pour quels risques ?

Intervenants en cours de confirmation