



## ENTRETIEN

# « Avec le digital, le courtier est devenu un commerçant comme un autre »



Entretien avec **Guillaume-Olivier Doré**, CEO et fondateur de [Mieuxplacer.com](http://Mieuxplacer.com)

**Avec 11 000 milliards d'euros d'encours dont la moitié en placements financiers, les Français sont de grands épargnants. Chaque foyer fiscal dispose, en moyenne, de 150 000 euros de réserve. Longtemps protégé, le secteur vit une révolution digitale sans précédent. La transparence sur les frais rebat les cartes d'un marché ultraconcurrentiel. Difficile, pour l'heure, de savoir qui en sortira gagnant.**

### DÉCIDEURS. Quelles sont les nouvelles attentes des épargnants ?

**GUILLAUME-OLIVIER DORÉ.** Le marché de l'épargne est très proche de la grande distribution. Il y a des producteurs, les asset managers, qui, dans la grande majorité des cas, ne sont jamais en contact direct avec leurs clients finaux, des grossistes, les plateformes qui référencent des produits, et des distributeurs finaux, les courtiers et conseils en gestion de patrimoine. Avec le digital, le courtier est devenu un commerçant comme un autre. Les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de transparence. Aussi bien sur les produits proposés que sur les tarifs pratiqués. La réglementation en vigueur va obliger l'industrie à mettre en place ces changements profonds. Certaines compagnies d'assurance-vie et intermédiaires n'en ont d'ailleurs absolument pas envie. C'est un réel *big-bang* qui se prépare en France.

### Comment votre offre répond-elle à ces nouveaux besoins ?

Nous avons rassemblé sur notre plateforme une large gamme de produits de placement et d'investissement auprès des plus grands fournisseurs afin de laisser le choix à nos clients. En mettant les fournisseurs au même niveau (les uns par rapport aux autres), nous conseillons en toute neutralité nos épargnants pour leur proposer le ou les produits les plus adaptés à leurs projets. Tout est détaillé et clairement affiché sur notre site : définition, liquidité, capital garanti ou non, risque pris, performances passées... Cela permet d'améliorer l'expérience utilisateurs. Nous sommes aussi très transparents sur les frais. Encore beaucoup d'acteurs mettent en avant des rendements sans préciser qu'il faut y soustraire des coûts de courtage et de gestion.

### En matière de digitalisation, le marché de l'épargne est-il au point ?

Non. Il s'agit d'un secteur très réglementé où la dimension bureaucratique ralentit

le changement. Aujourd'hui, les souscriptions en ligne de nouveaux contrats ne représentent que 7 %. Beaucoup d'acteurs en profitent pour vivre sur leurs acquis. Les marges pratiquées ne sont notamment plus justifiées. Mais c'est une stratégie qui n'est pas viable sur le long terme : les conseils ne réussiront pas à trouver de nouveaux clients. Les mentalités évoluent et des mouvements commencent à s'opérer pour tenter de répondre à ces nouveaux enjeux. L'avenir des grossistes est notamment remis en cause. Il leur sera de plus en plus difficile de survivre en restant indépendants. Avec la baisse des marges, ils ne peuvent plus jouer sur le volume mais sur le service. L'offre technologique constitue sans aucun doute un élément clé dans cette différenciation.

### La digitalisation va-t-elle permettre de démocratiser l'accès à certains placements ?

Sans aucun doute. Étrangement, moins vous avez d'argent, plus vous payez vos produits chers. Grâce à nos solutions, vous pouvez quasiment accéder à tous les produits pour un montant de seulement 100 euros. En moyenne, nos clients n'ont

## « L'avenir des grossistes est remis en cause »

placé que 8 000 euros. C'est un marché au potentiel énorme : il y a en France 40 millions d'épargnants.

### Mais avec toutes ces innovations, sera-t-il toujours nécessaire de passer par un courtier ?

Même s'ils sont souvent considérés comme des contraintes, ils sont extrêmement importants car ils garantissent une sécurité dans la qualité des produits proposés. Ils devront néanmoins être capables de changer leur positionnement pour baisser leurs marges ou offrir un service à plus forte valeur ajoutée.

PROPOS RECUEILLIS PAR VINCENT PAES