

La tontine est sa spécificité, mais pas sa seule qualité

Le Conservateur est bien connu pour sa tontine. Mais cette société a bien d'autres atouts dans son jeu. Rencontre avec Gilles Ulrich, directeur général du Groupe depuis le 1^{er} janvier.

Investissement Conseils :
Voulez-vous nous dresser une présentation de votre société ?

Gilles Ulrich : Fondé en 1844 sous la forme d'une société d'assurance mutuelle à forme tontinière, *Le Conservateur* se concentre sur la gestion de tontines jusqu'en 1976. En 1988, le Groupe atteint son système d'organisation actuel avec la naissance de l'établissement financier *Conservateur Finance* et de sa filiale *Gestion Valor* qui gère les fonds maison.

Le Groupe *Le Conservateur* compte aujourd'hui 200 collaborateurs au siège et 150 000 clients. L'encours dépasse 4,5 Md€ pour un chiffre d'affaires multiplié par deux en 5 ans, qui s'établit en 2007 autour de 560 M€ et qui traduit le doublement de la collecte en 4 ans.

IC : *Pouvez-vous nous détailler ces chiffres ?*

GU : Trois canaux de distribution sont actifs :

- les conseillers indépendants (agents généraux d'assurances et mandataires non salariés) qui opèrent 93 % de la collecte constituée pour moitié de contrats multisupports ;
- les salariés (uniquement dans les grandes villes) qui réalisent 6 % du chiffre ;
- les partenaires institutionnels qui représentent environ 1 % de la collecte. Ils sont une voie nouvelle de développe-

ment, qui s'illustre notamment par la diffusion de la tontine sous marque blanche dans des réseaux bancaires.

IC : *Quels sont les principaux produits destinés aux partenaires ?*

GU : La tontine est une association d'épargnants, qui investissent en commun pour une durée déterminée allant de 10 à 20 ans et qui confient la gestion de leurs fonds à un groupe mutualiste. Chaque année, *Le Conservateur* crée et clôt une association tontinière.

Nous proposons également *Arep*, notre contrat en euros, l'un des leaders du marché, qui sert un taux de rendement de + 5 % depuis 2004, *MIP Retraite*, contrat de retraite Madelin décliné en deux versions : euro et multisupport. Lancé en 2004, notre multisupport *Conservateur Helios* reste la référence haut de gamme du Groupe. Il représente, à fin 2007, environ 300 M€ et affiche un taux de rendement de + 5 % en 2007.

IC : *Quel est votre point fort ?*

GU : La force du *Conservateur*, c'est son excellent fonds en euros et la qualité de ses fonds obligataires. *Conservateur Finance* a été primé en 2007 pour la deuxième année consécutive par les *Lipper Fund Awards* pour la régularité de la performance de ses fonds sur 3 ans. La gestion

sécuritaire reste une compétence historique et reconnue du *Conservateur* et, pour répondre à l'ensemble des besoins de nos clients, nous avons choisi de nous ouvrir à la multigestion. Nous lançons donc en 2008 un contrat multisupport à architecture ouverte : *Conservateur Helios Sélection*.

IC : *Quelques précisions sur ce nouveau venu ?*

GU : Les versements initiaux d'au moins 100 000 € situent ce contrat, qui vient élargir notre offre sur ce segment, dans le haut de gamme. Les frais d'entrée seront au maximum de 3 % (sur lesquels les conseillers auront la main libre), les frais de gestion de 0,96 % (sauf sur le contrat en euros : 0,60 %). *Conservateur Helios Sélection* proposera un choix d'une trentaine de supports bien connus de 10 sociétés de gestion externes. Un PEA bancaire sera relancé avec les nouveaux OPCVM éligibles.

IC : *Quelle est l'organisation commerciale ?*

GU : La France est découpée en quatre grandes régions. A la tête de chacune un délégué national travaille avec des délégués régionaux qui animent un réseau d'agents opérant à l'échelle départementale. Chaque délégué de région a à sa disposition un pack qui lui permet de mener des actions marketing au niveau local. Actuellement, 20 personnes sont inscrites à la certification CGPC pour optimiser notre réseau de correspondants en gestion patrimoniale. Nous avons récemment



Gilles Ulrich

inauguré 6 agences sur Paris pour améliorer notre visibilité et favoriser un contact direct avec les clients.

IC : *Quels sont les moyens offerts ?*

GU : Nous avons revu notre système extranet. La nouvelle version, appelée *Espace partenaires*, est une interface sécurisée d'accès Internet développée en interne qui met à disposition de chaque agent ou CGPI des outils de gestion de leur portefeuille clients et de pilotage de leur activité. Notre école de formation, *Campus*, est un passage obligé pour exercer chez nous, car rares sont ceux qui connaissent la tontine. L'école intervient en formation continue au siège et dispense également des sessions de formation sur mesure délocalisées.

Partant du constat que 3 % des clients représentent 35 % de l'encours, nous avons mis en place le *Club privilèges*, qui propose un ensemble de services haut de gamme pour répondre à des exigences d'écoute, de réactivité et de conseils personnalisés. ■

*Propos recueillis par
Bernard Le Court*