



[DOSSIER EPARGNE DIGITALE] Stellane Cohen, Altaprofits : « Nous construisons des produits de très grande qualité, qui sont régulièrement cités dans la presse comme des benchmarks du marché de l'épargne »



Alors que selon une étude récente seulement 11 % des Français déclarent utiliser le canal digital pour leur épargne longue, l'enjeu pour les principaux acteurs de ce marché semble bien de renouveler leurs services et leurs offres afin de satisfaire de nouvelles attentes.

Digital CMO donne la parole aux principaux acteurs de l'épargne digitale sur ces sujets dans un dossier spécial. Second entretien avec Stellane Cohen, CEO et fondatrice d'Altaprofits. Digital CMO – En matière d'épargne, quel est votre modèle de plateforme ?
Stellane Cohen – Nous sommes, en termes de modèle juridique, une SAS (Société par Actions Simplifiée) dont un groupe d'assurance, Generali, est l'actionnaire majoritaire. Il joue un rôle en de financial partner. Nous sommes une société de courtage d'assurance-vie en ligne et de conseil en gestion de patrimoine et nous développons un modèle phygital associant le meilleur des deux mondes : entre plateforme technologique depuis 20 ans et conseil personnalisé pour nos clients.

Nous avons développé notre propre technologie, notre propre outil. Nous offrons sur Internet une offre de produits et de services en épargne. En termes de produits, nous proposons une offre en assurance-vie avec des partenaires assureurs de renom, Generali, Suravenir, SwissLife Assurance et Patrimoine, Generali Luxembourg et également Allianz. Notre gamme est complète : contrats d'assurance-vie, de capitalisation, PEA, PEP. Nous avons développé également une offre en retraite. Conseiller en investissements financiers, nous proposons également des produits financiers de défiscalisation – le tout sur la plateforme ! – ainsi que de l'immobilier en direct et offrons également les services, c'est-à-dire, la capacité pour l'internaute d'interagir immédiatement sur son contrat. Le client a la possibilité de souscrire en ligne



un contrat, de faire des versements, de mettre en place des versements programmés, de faire des arbitrages, etc.

À côté de cette plateforme, nous avons une équipe de conseillers en gestion de patrimoine pour accompagner les épargnants qui ne souhaitent pas tout faire seuls. Nous croyons beaucoup en ce modèle puisque nos 20 ans d'expérience nous font dire que pour un placement financier, le conseil en investissements pur web ne correspond pas à tout épargnant.

Digital CMO – Quelles sont les avantages comparatifs selon vous de l'épargne digitale par rapport aux modèles traditionnels ?

Stellane Cohen – Pour moi, le premier point, c'est l'accès à l'information, la transparence, la consultation à la dernière valorisation connue. Et cela c'est fondamental. Je souscris un contrat d'assurance-vie en ligne, 8 jours après j'ai accès à toute l'information. Les modèles traditionnels n'apportent pas cette réactivité. Le deuxième point est la capacité à interagir en tant qu'épargnant, c'est l'immédiateté, l'accès direct à mon contrat. J'ai besoin d'argent pour x raison, je fais mon rachat partiel en ligne, en 72 h, je l'ai sur mon compte bancaire. Ensuite la qualité des produits ; nous sommes connus pour nos produits en marque blanche, ce sont des produits qui nous sont propres, construits pour nos clients, notre marché cible. Nous construisons des produits de très grande qualité, qui sont régulièrement cités dans la presse comme des benchmarks du marché de l'épargne. Ensuite, la diversité de l'offre. Nous proposons à nos clients d'être multi-assurés et nous proposons l'agrégation des contrats. Nous avons développé des solutions d'accompagnements, nous avons des chargés de relations clients, des conseillers patrimoniaux, qui sont tous diplômés d'un master 2 en gestion de patrimoine et ont tous la certification AMF. Ainsi, nous apportons du conseil en présentiel ou à distance en utilisant des outils comme la visioconférence. Pour résumer, notre modèle est la mise à disposition d'une plateforme Internet permettant l'interaction permanente sur son contrat, la consultation immédiate, une offre de produits en marque blanche parmi les meilleures du marché et des frais très mesurés compte tenu de nos frais de structure maîtrisés et l'accompagnement d'un conseiller en gestion de patrimoine.

Digital CMO – Quels sont vos clients et quels types d'épargnants recherchez-vous spécifiquement ? Avez-vous connu l'arrivée d'une nouvelle classe d'investisseurs en 2020 ?

Stellane Cohen – Oui, nous avons fait une étude où l'on voit qu'il y a un rajeunissement. Les jeunes sont beaucoup plus sensibles aux sujets d'épargne et de retraite que nous nous pouvions l'être à leurs âges. Est-ce que c'est la crise sanitaire et l'année 2020 qui a fait prendre conscience de cela ? Il faut aussi garder en mémoire la tentative de réforme des retraites en 2019 qui a pu sensibiliser sur ces sujets. Nous avons vu très clairement des jeunes s'intéresser aux placements. Quand vous regardez les chiffres de la Banque de France, il y a de plus en plus de jeunes qui ouvrent des comptes titres en Bourse. Chez Altaprofits, nous avons des produits de première gamme et des produits plus sophistiqués, ce qui a fait la notoriété de la société. Nous avons ainsi des clients qui viennent chercher des choses particulières et qui sont avertis.

Digital CMO – La partie pédagogie financière vous paraît-elle être un élément incontournable ?

Stellane Cohen – Oui, il y a deux phénomènes. L'accès à l'information complémentaire afin de permettre au client de la comprendre et la décrypter. Selon nos études, la culture financière en France est peu répandue. Il y a donc ce contraste entre l'accès générale à l'information par les journaux et l'inculture. Ainsi la pédagogie est fondamentale et incontournable.

Digital CMO – Comment apportez-vous du conseil à vos clients ?

Stellane Cohen – Nous nous engageons vis-à-vis de nos clients de toujours leur donner



accès à l'information, sur leurs contrats, et à un décryptage des tendances de marché qui est une première accessibilité au conseil. Ensuite, nous adressons à nos clients une newsletter avec des conseils et enfin nous avons une équipe en gestion de patrimoine, des conseillers patrimoniaux qui répondent à toutes les sollicitations de nos clients pour les accompagner sur la mise en place de solutions patrimoniales. Nous nous rendons compte que beaucoup de clients aujourd'hui sont totalement autonomes mais nous avons aussi des clients qui ont des difficultés ; ces derniers seront accompagnés, notamment grâce à nos outils en ligne pour les aider.

Digital CMO – Quels sont vos produits flagships aujourd'hui, l'épargne retraite constitue-t-elle un accélérateur ? Vers quel type de stratégie gamme produits allez-vous vous positionner ?

Stellane Cohen – Nous avons l'assurance-vie qui reste le placement préféré des Français. Depuis 18 mois on voit le développement du Plan Épargne Retraite qui est un véritable succès.

Digital CMO – Avez-vous connu une accélération de votre développement en 2020 ? La crise sanitaire a-t-elle eu un impact sur votre croissance ?

Stellane Cohen – Nous avons une histoire particulière puisque je dirigeais une société nommée Cosevad. Nous avons racheté Altaprofits le 15 janvier 2020. L'année 2020 a donc été marquée par une croissance externe où nous avons fortement développé notre entreprise puis nous avons procédé à une fusion des deux sociétés, fusion fiscale, juridique, sociale et des équipes pour former une entreprise unique aujourd'hui. Nous avons fait une migration informatique. Nous avons une entreprise qui s'est transformée, développée et la crise sanitaire a été pour nous l'opportunité d'accélérer certains sujets comme le déploiement d'un CRM par exemple car le besoin était là. L'année 2020 a été très intéressante car elle nous a permis d'avancer plus vite sur de nombreux sujets.

Digital CMO – Quels types de technologies vous paraissent intéressantes d'embarquer dans un futur proche (outils de dialogue, simulation d'allocation et probabilité d'atteinte des résultats, Gatekeeping, amélioration sur parcours client et reporting...)?

Stellane Cohen – Nous avons toutes les technologies Front indispensables pour apporter le meilleur accompagnement à nos clients. Toutes les technologies qui permettent d'améliorer, d'optimiser la relation client et la qualité de service sont indispensables. Pour accélérer le traitement des réponses, nous sommes en train d'étudier la mise en œuvre d'intelligence artificielle pour pouvoir traiter plus de sollicitations clients et apporter une très forte réactivité.

Digital CMO – Pensez-vous que l'épargne digitale constitue la voie unique au développement d'une épargne de long terme ?

Stellane Cohen – La voie unique, je ne sais pas. Ce que nous mettons derrière l'épargne digitale, c'est l'accès à l'information, la transparence, la capacité à suivre en fil continu, l'« agence » ne ferme jamais. Et cela sera un standard demain. Avec de vieux contrats, il est impossible d'accéder à l'information ; aujourd'hui c'est fini, l'épargnant veut avoir le suivi, comprendre, savoir, regarder ses conditions générales et pouvoir avoir accès à des fonds intéressants. L'épargne digitale sera un prérequis.

Digital CMO – Quels sont vos objectifs de développement à court et moyen termes ?

Stellane Cohen – Notre première ambition est d'offrir à nos clients une expérience de grande qualité. Tout mettre en œuvre pour bien les servir. Nous voulons maintenir notre leadership, poursuivre notre croissance et concevoir des offres toujours plus exigeantes qui répondent au mieux aux attentes de nos clients. Aujourd'hui les produits sont encore trop formatés. Les acteurs Internet font bouger les choses.

Digital CMO – Quels sont les actions concrètes, marketing et commerciales, que vous envisagez pour 2021 ?

Stellane Cohen – Nous construisons beaucoup de marketing de contenu accessible



dans les médias spécialisés pour pouvoir apporter du décryptage, du conseil, un point de vue et des convictions.

Digital CMO – Quels sont les grands enjeux commerciaux et marketing que vous percevez en matière d'épargne digitale ?

Stellane Cohen – Les grands enjeux sont technologiques. Avoir la capacité d'apporter des solutions toujours plus pertinentes, avec une dimension d'interconnexion, c'est-à-dire un service en ligne et aller chercher des offres toujours plus performantes.

Site web : <https://www.altaprofits.com>

Entretiens déjà publiés et à venir dans notre dossier sur les acteurs de l'épargne digitale :

- Sébastien d'Ornano, Yomoni.
- Stellane Cohen, CEO et Fondatrice d'Altaprofits.
- Guillaume Piard, Président fondateur de Nalo.
- Antoine Delon, Président de Linxea.
- Karl Toussaint du Wast, Associé Fondateur de Netinvestissement.
- Marine Moresco, Responsable Marketing chez Mon Petit Placement
- **Christèle Biganzoli**, CEO et Fondatrice de **Ritchee**.
- Jean Olivier Ousset, Associé Fondateur, Epargnissimo
- Jonathan Wasserman, Président de Corum Epargne
- Boursorama (à confirmer)
- Fortuneo (à confirmer)

Etude Digital CMO : Les acteurs de l'épargne digitale face aux évolutions des attentes digitales

- La technologie ne remplace pas l'humain.
- La fin des modèles traditionnels en épargne digitale
- Vers une offre et des canaux accessibles à tous.
- Quelles stratégies dans le contexte des nouveaux enjeux du marché du digital.

Etude – Format PDF de 25 pages – Gratuit – Parution Septembre 2021

