

Communiqué de presse

Paris le 14 juin 2021

Présentation du 6ème baromètre AFFO / Opinion Way En 2020, les familles privilégient les actions cotées, le private equity et l'immobilier d'investissement

Le baromètre annuel OpinionWay pour l'AFFO démontre que les familles ont préféré ces derniers mois stabiliser leurs investissements et demeurer prudentes dans leurs choix d'investissement, du fait du contexte incertain créé par la crise sanitaire. Leur sensibilisation à la protection de la famille, à l'éducation de leur membre et à la transmission de leur patrimoine personnel et professionnel a fortement augmenté, comme leur attrait pour l'investissement responsable. Enfin, la propension à investir dans des startups reste aussi stable qu'élevée.

Côté investissement, 6 produits représentent toujours plus des trois-quarts des classes d'actifs, avec en tête les actions cotées (20%) et le private equity (20%), suivis de très près par l'immobilier d'investissement (18%). A noter la remontée des actions cotées en 2020 qui devraient s'accroître en 2021.

Un baromètre 2020 marqué par l'impact de l'épidémie de Covid

Selon les résultats de l'enquête, l'année 2020 marque une stabilisation de l'investissement chez les familles, en France comme à l'étranger. Le bas niveau des taux d'intérêt et la politique des banques centrales sont en tête des événements jugés impactant pour 71% des sondés. Fait majeur de l'année, l'épidémie de Covid a cependant beaucoup influencé le choix d'investissement des familles, et constitue l'événement impactant cité en premier lieu par les sondés.

D'autres changements ont également pesé dans les choix des familles, comme la forte valorisation des actifs non cotés, les enjeux climatiques ou les tensions politiques dans le monde, et, dans une moindre mesure, le Brexit, les tensions sociales et la montée de l'insécurité en France, ainsi que la montée des populismes dans certaines régions du monde. La propension à investir dans des startups reste élevée et stable, 79% des sondés mentionnent que les familles qu'ils accompagnent y investissent.

Les classes d'actifs les plus représentées en 2020

Selon le baromètre, 6 produits d'investissement représentent toujours plus des trois quarts des classes d'actifs des familles (79%), sans évolution prononcée par rapport à l'année précédente : 20% pour les actions cotées (+3 points), 20% pour le private equity (10%, -3 points, pour l'investissement en direct, et 10%, +2 points, pour l'investissement via des fonds), 18% pour l'immobilier d'investissement dont 2% pour la pierre papier, 12% pour la trésorerie et 11% pour l'assurance-vie multi-support (-2 points). Les autres produits sont moins présents dans les choix d'investissement : la dette cotée, les autres actifs tangibles, la dette non-cotée, la philanthropie, les fonds alternatifs et l'art.

Quelle évolution pour 2021 ?

L'enquête montre également que durant l'année 2021, certains produits devraient être davantage représentés dans les classes d'actifs des familles, notamment les investissements dans les actions cotées, 53% tablent sur une augmentation avec une hausse particulièrement élevée de 30 points par rapport au précédent baromètre. Les investissements dans les actifs tangibles comme les forêts ou les vignobles devraient aussi augmenter (+11 points) comme la philanthropie et la dette non cotées (+6 points) et l'art (7 points). Le private equity, en direct ou via des fonds, la trésorerie, incluant le fonds en euros, et la pierre papier devraient être moins représentés en 2021.

Quant aux préoccupations des familles face à l'avenir, elles concernent notamment la gestion des allocations financières d'actifs face à l'évolution des marchés et l'adaptation aux changements d'environnement générés par la pandémie. Mais aussi l'anticipation des risques en s'assurant de la liquidité et de la cohérence du couple rendement risque et surtout la santé de leurs membres, le risque de faillite de certains actifs à cause de la pandémie, la crainte de manquer des opportunités lors de la reprise post-covid.

Des familles plus prudentes dans leurs choix

Si les familles présentent toujours majoritairement un profil d'investisseur équilibré (56%) cherchant à allier performance et risque modéré, elles sont plus prudentes que les années précédentes et semblent souhaiter avant tout préserver leur capital en limitant les risques. Cependant les profils dynamiques, davantage portés sur le risque, voient leur part doubler par rapport à l'étude précédente, tandis que les profils offensifs, acceptant les risques les plus élevés pour augmenter leur espérance de rendement, sont moins fréquents.

Le baromètre met également en lumière le fait que les familles sont de plus en plus sensibles aux questions d'éducation de ses membres : 81% des personnes interrogées estiment ainsi qu'elles y sont désormais sensibilisées, soit une augmentation de 14 points en un an. De même, les familles sont unanimement sensibles aux questions de transmission de patrimoine personnel et professionnel.

Des familles de plus en plus sensibles à l'investissement socialement responsable

L'enquête démontre également que les familles sont de plus en plus sensibles à l'investissement socialement responsable (71%, +10 points), et la protection de leur famille (95%, +5 points). Elles se montrent en revanche moins attentives au risque d'image, la perception des autres risques restant globalement stable, qu'il s'agisse des risques liés à la gouvernance, à certains investissements face à l'ubérisation de l'économie ou à la protection des données.

Les qualités humaines essentielles

Enfin, le baromètre démontre que les critères les plus importants pour une famille dans le choix d'un multi-family office demeurent la relation personnelle avec le dirigeant et son équipe ainsi que son indépendance, des qualités humaines jugées essentielles. Les autres critères cités sont le réseau de partenaires mais aussi la capacité à accompagner à l'international, le mode et le niveau de rémunération. La notoriété du family-office, bien que dernier critère cité pour son importance, progresse néanmoins de manière notable.

Contact presse : Agence FORCE MEDIA

Patricia Ouaki : +33 (0) 1 44 40 24 01 / +33 (0) 6 07 59 60 32- patricia.ouaki@forcemedia.fr

A propos du Baromètre AFFO en consultation avec Opinion Way

Créé en 2016 et animé par Rémi Béguin, le baromètre réalisé chaque année en consultation avec OpinionWay pour l'AFFO est basé sur les réponses fournies à un questionnaire proposé aux family officers (mono et multi) ainsi qu'aux partenaires de l'AFFO. Réalisé durant les 2 premiers mois de l'année 2021, il porte sur l'année 2020 et interroge sur les choix d'investissement des familles, leur appétence aux risques, la répartition des investissements entre les différentes classes d'actifs, l'évolution des choix d'investissement, l'impact de l'actualité sur leurs choix...

A propos de l'AFFO :

Créée en 2001 et présidée par Jean-Marie Paluel-Marmont depuis 2012, l'AFFO est une association à but non lucratif ayant pour vocation de promouvoir le développement et la reconnaissance du métier de family office en France et en Europe.

Référence du métier du family office, l'association fédère les acteurs de ce métier et offre un lieu d'échanges, d'expertises et de connaissances pour renforcer les liens entre ses membres et créer une interactivité forte entre les différents professionnels du family office. L'objectif est d'accompagner les familles dans la préservation de leur capital financier, humain et social sur plusieurs générations.

*L'AFFO s'impose comme la référence dans l'écosystème du family office autour de trois axes fondamentaux : **L'éthique** : posséder des valeurs professionnelles communes respectées de tous, regroupées dans une charte signée par chaque membre titulaire ; **L'humain** : prendre en compte la dimension humaine et comprendre la psychologie des familles pour mieux les accompagner dans la prise de décision ; **Les compétences** : véritable chef d'orchestre, le family officer doit avoir des compétences multiples et la capacité de s'entourer des meilleurs spécialistes.*