

Paris, le 22 mars 2017

COMMUNIQUE DE PRESSE

15^{ème} anniversaire de l’AFFO

Anticiper et répondre aux besoins de la profession

et des entreprises familiales

A l’occasion de son 15^{ème} anniversaire, l’AFFO affiche une pérennité liée à sa capacité à anticiper et répondre aux besoins de la profession et des entreprises familiales, et poursuit ses deux grandes missions : faire connaître et promouvoir le métier du Family Office ; former et informer ses membres, et être un lieu d’échanges et d’expertise.

Rappelons qu’un family office accompagne les familles dans les moments cruciaux de leur histoire, comme la gouvernance, la transmission et la gestion des actifs familiaux. Il se définit surtout à travers trois caractéristiques : une vision à très long terme, “transgénérationnelle”, une vision “transsectorielle” et une transparence totale en termes d’honoraires.

« Nous avons pu constater, qu’une entreprise familiale, au cours de son existence, a forcément besoin de l’expertise d’un family office, sous une forme ou sous une autre. Ce métier est polymorphe, et évolue de la même manière que les besoins des familles. Il est donc essentiel pour une famille de connaître le rôle du family office, de comprendre, comment il va pouvoir les accompagner et les conseiller pour mieux anticiper leurs besoins. C’est cette réflexion qui nous a amené à créer le guide « A la découverte du Family Office », explique Jean-Marie Paluel-Marmont, président de l’AFFO.

Présentation du baromètre AFFO / Opinion Way

Réalisé en 2017, pour la 2^{ème} année consécutive par OpinionWay, ce baromètre se base sur les réponses fournies à un questionnaire proposé aux family officers (mono-family offices, multi-family offices) ainsi qu’aux partenaires de l’AFFO.

Ce baromètre permet ainsi de connaître le choix d’investissements des familles, leur appétence au risque, la répartition entre les classes d’actifs, l’évolution des choix d’investissement, de mesurer l’impact de l’actualité sur leur choix, l’intérêt porté à l’investissement socialement responsable, l’attrait pour l’expatriation...

Il ressort de cette enquête que les familles demeurent prudentes sur les investissements et souhaitent donc continuer à allier performance et risque modéré. Comme pour la 1^{ère} édition, une grande majorité, 66%, présente un profil d’investisseurs équilibrés, 21% un profil prudent, 7% un profil dynamique et 2% un profil offensif. A noter que la part des profils prudents a augmenté de +10%, alors que celle des profils équilibrés a diminué de -3%, celle des profils dynamiques de -4% et celle des offensifs de -1%.

Les placements dans l'assurance vie ressortent en tête (26 % : 13% pour les contrats en euros et 13% pour les multi-supports) suivis par l'investissement dans l'immobilier (19% : 17% pour le locatif et 2% pour la pierre papier). Les actions cotées et le private equity représentent chacune 14% des produits d'investissement.

(Retrouvez l'étude complète en annexe de ce communiqué).

Lancement du guide « A la découverte du Family Office »

L'AFFO a souhaité publier ce guide pour mieux faire connaître et comprendre le rôle du family office aux familles. Composé de deux parties, l'une théorique et l'autre pratique, ce guide est agrémenté de 6 cas pratiques qui illustrent bien les capacités du family office à accompagner et conseiller les entreprises familiales.

“ Ce guide éclaire avec transparence et réalisme l'objet de notre métier de conseil et de services pour des familles entrepreneuriales, avec un seul but : favoriser le développement et le succès des entreprises familiales ”, précise Jean-Marie Paluel-Marmont.

Ce guide répond à cette question clé : qu'est-ce qu'un family office ? Il présente les statuts juridiques dont ils dépendent, les services offerts et les fonctions couvertes. En effet, les services et prestations de family office sont multiples et requièrent un ensemble de compétences aussi variées que complexes. Cette pluridisciplinarité crée la fonction de family office, qui axe son offre autour de deux pôles : gouvernance et valeurs familiales ; préservation du patrimoine financier et extra financier de la famille.

Il propose également 6 cas concrets illustrant les interventions d'un family office :

- Cas n°1 : Gouvernance et transmission du pouvoir
- Cas n°2 : Restructuration d'un groupe familial
- Cas n°3 : Relations intrafamiliales et transmission d'une entreprise
- Cas n°4 : Planification financière
- Cas n°5 : Mission de consolidation, conseil et suivi des actifs financiers
- Cas n°6 : Coordination des intervenants

4^{ème} édition du Prix de l'AFFO

Le Prix de l'AFFO a pour vocation de faire connaître le métier de Family Office et son implication dans l'intérêt économique de l'entreprise familiale, ainsi que d'encourager les jeunes diplômés dans ce métier à l'avenir prometteur. Il s'adresse aux étudiants des universités ayant développé un troisième cycle de type master, spécialisé en gestion de patrimoine. Le 4^{ème} Prix de l'AFFO a été attribué à Lola Michel, étudiante à l'IAE de Bordeaux, pour son mémoire sur *La pérennité dans les entreprises familiales viticoles bordelaises*.

Dans son mémoire, Lola Michel explore les facteurs de pérennité à travers une analyse théorique et une analyse casuistique d'une entreprise familiale (au moins trois membres actifs dans l'entreprise depuis au minimum deux générations, avec une optique de pérennité transgénérationnelle), active depuis 1880, soit quatre générations. Parmi ces facteurs figurent la recherche d'une vision à long terme, la place privilégiée du capital humain et la réussite de la transmission.

Objectifs et perspectives 2017 :

L'AFFO continuera à accompagner les family offices dans le développement de ce métier d'avenir en leur offrant des prestations de service à la hauteur de leurs exigences.

- Les prochaines Matinées Thématiques aborderont des sujets comme : Loi de finance : Horizon 2017 ; La Fiducie ; Droit Collaboratif et Médiation ; Immobilier : quelles perspectives en France et à l'international ? ; Les Vignobles...
- Les Déjeuners Mono qui rencontrent un vif succès continueront à Paris et en Province
- Le Groupe de travail MFO, lancé en 2013, continue ses travaux sur le thème : Quel business model pour les MFO ? Analyse et mesure des process correspondant aux activités de Multi Family Office
- La commission Education et Formation lancera, courant 2017, la cinquième édition de son Prix de l'AFFO et publiera le mémoire de la lauréate 2016
- Les membres auront le plaisir de faire un voyage à New York en novembre 2017
- Les prochaines Rencontres Annuelles auront lieu en décembre 2017

L'AFFO procèdera au lancement :

- du *Comité Juridique et Fiscal*
- d'un cahier pratique sur le thème Comment créer un SFO ? (single family office)
- de la réédition du livre blanc actualisé sur la Philanthropie, paru en 2012

A propos de l'AFFO :

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. L'AFFO 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 peu à peu comme la référence naturelle dans le monde 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.

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

Le baromètre AFFO / Opinion Way

La méthodologie :

OpinionWay a réalisé cette enquête entre le 18 janvier et le 15 février 2017, en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (ComputerAssistedWebInterview).

Résultats complets du Baromètre 2017

- ***Les familles demeurent prudentes sur les investissements, mais cherchent à développer leurs participations dans les sociétés.***

Comme en 2016, les responsables des family offices estiment que les familles privilégient des investissements équilibrés (66%, -3 points), alliant performance et risque modéré. Environ 1 famille sur 5 (21%) présente plutôt un profil prudent, en nette progression par rapport à l'an dernier (+10 points). Les profils cherchant des rendements plus importants, au prix de placements plus risqués, demeurent moins répandus : 7% (-4 points) des familles ont un profil d'investisseur dynamique et seulement 2% (-1 point) ont un profil offensif, cherchant à obtenir des rendements élevés tout en acceptant le risque de pertes.

L'immobilier locatif d'investissement arrive en tête des classes d'actifs choisies par les familles (17%), suivi par les actions cotées (14%). L'assurance vie occupe également une place de choix dans les investissements privilégiés par ces dernières, qu'il s'agisse de supports en euros (13%) ou multi-support (13%), tout comme le private equity, en investissant directement dans les sociétés (8%) ou via des fonds (6%). Les family officers estiment que la trésorerie représente environ 7% des actifs des familles. Les autres classes d'actifs, moins privilégiées, sont inférieures à 5%.

Au cours de l'année 2017, les family officers estiment que les familles vont fortement augmenter leurs investissements directs dans les sociétés (75%). Elles privilégieront également l'immobilier locatif d'investissement (62%) et les assurances vie multi-support (57%). En revanche, les assurances vie en euros (66%) et les obligations et dette d'Etat (75%) vont diminuer.

L'intérêt pour l'investissement socialement responsable demeure mitigé : plus de la moitié des family officers interrogés (55%, +7 points) déclarent que les familles ne sont pas intéressées par ce type d'investissement.

➤ ***Des familles mieux sensibilisées aux risques.***

Pour les family officers, les familles sont globalement de mieux en mieux sensibilisées aux risques d'image (85%, +17 points) et à la protection de données (79%, + 8 points), ainsi qu'au risque de certains investissements dans une économie ubérisée (60%, + 3 points).

➤ ***L'attrait pour l'étranger demeure élevé, mais moins qu'en 2016.***

L'attrait de l'expatriation continue d'être ressenti fortement par les family officers, bien que cette tendance soit moins marquée qu'en 2016. Si 45% (+5 points) estiment que les familles n'envisagent ni plus ni moins facilement de vivre à l'étranger qu'en 2015, 38% (-10 points) considèrent qu'elles envisagent plus facilement cette éventualité.

Alors même que l'attrait pour l'expatriation se contracte un peu, les familles envisageant de quitter le pays le feraient plutôt pour une durée indéterminée (62%, -7 points), plutôt que pour une durée déterminée (36%), même si elles l'envisagent plus qu'avant de manière non définitive (+16 points).

Les family officers ont constaté en 2016 une embellie sur le volume des investissements : de manière générale, ils ont observé que les familles ont plutôt accru (43%, +14 points) ou maintenu leurs investissements (40%). L'attrait pour l'étranger se retrouve également dans les choix de destination des investissements des familles : 43% estiment que les familles ont réduit leurs investissements en France et 21% les ont augmenté, tandis que 57% (+3 points) ont constaté une hausse des investissements à l'étranger.

➤ ***Les relations personnelles entre family officers et familles restent déterminantes dans le choix d'un family office.***

Comme en 2016, les family officers estiment que la qualité des relations personnelles entre le dirigeant du family office (91%, stable), son équipe (89%, stable) et la famille sont les éléments les plus déterminants dans le choix d'un family office, devant son indépendance (85%, stable) et son mode de rémunération (74%, -6 points). La capacité à l'accompagnement international constitue également un critère de choix important pour 70% (-7 points), tout comme le réseau de partenaires du family office (70%, -4 points), alors que la notoriété semble avoir une influence plus secondaire dans ce choix (64%, -10 points).

*

*

*