

Paris, le 5 novembre 2010

L'Observatoire UFF-IFOP de la clientèle patrimoniale livre ses enseignements pour 2010 : La crise n'est pas finie pour les Français Patrimoniaux

- L'impact de la crise semble s'inscrire dans la durée.
- Le pessimisme s'accroît nettement vis-à-vis de l'évolution des marchés financiers.
- Le positionnement par rapport au risque reste inchangé en 10 mois.
- Le besoin d'accompagnement plus expert grandit chez les patrimoniaux, confirmant la défiance observée en 2009 à l'égard de la banque de réseau.
- L'attrait pour les investissements verts est significatif..

Face aux ruptures générées par la crise, l'Observatoire UFF/IFOP de la Clientèle Patrimoniale s'attache à analyser les attentes et décrypter les comportements d'investissement des Français patrimoniaux et constitue ainsi un véritable outil de pilotage sur ces éléments pour l'UFF.

L'impact de la crise sur les comportements d'investissement s'inscrit dans la durée

La crise financière et économique, vécue comme un véritable séisme en 2008 et début 2009, continue d'avoir un fort impact sur les comportements de placement des patrimoniaux, alors qu'à la rentrée 2009, les différents indicateurs laissaient présager une normalisation plus rapide.

Inquiets de la situation économique et financière, peu confiants sur le fait que «les banques aient tiré les conséquences de la crise et adopté des comportements moins risqués », les patrimoniaux montrent la volonté d'une **implication grandissante** dans la gestion de leur épargne, d'autant plus qu'ils sont **plus pessimistes** qu'à la rentrée 2009 quant à l'évolution des marchés financiers dans les 6 prochains mois, probablement déçus de l'absence de progression du CAC 40 sur un an. Le recul est particulièrement prononcé auprès de ceux ayant les patrimoines financiers les plus élevés (> 75000 €) et qui, plus exposés au risque, espéraient certainement retrouver une partie du capital perdu.

- Alors que les patrimoniaux anticipaient une amélioration de leur capacité d'épargne, ils estiment que celle-ci n'a pas eu lieu au niveau escompté, ce qui les incite, contexte aidant, à faire preuve d'une **prudence accrue**. En effet, si le taux d'épargne a terminé en progression en 2009, c'est avant tout du fait d'un pouvoir d'achat accru grâce à une inflation particulièrement basse, un élément peut-être moins directement ressenti des Français.
- Dans ce contexte, les patrimoniaux continuent de privilégier les placements perçus comme à **faible risque** et ne se sentent pas près à revenir vers les actions.

Le positionnement vis-à-vis du risque reste inchangé

- Les patrimoniaux montrent un même niveau de frilosité que l'an passé et acceptent, en moyenne, de prendre un **peu plus de 20% de produits risqués en portefeuille**, une proportion constante et qu'ils ne sont pas prêts à augmenter.
- Leur appréhension du risque des différents produits de placement est très proche de celle observée l'an passé à l'exception des SICAV monétaires, perçues plus risquées, peut être en raison de la récente crise de devise : tous les produits d'investissements (même les assurances en euros) paraissent porteurs de risque ; parmi les produits perçus comme les moins risqués figurent les obligations d'État, loin devant les obligations d'entreprises (risque de 3,8 versus 5,5/ 10). La crise grecque ne semble ainsi pas avoir eu d'impact ou, au contraire, a rassuré quant à la mobilisation en faveur d'un pays. L'or, malgré son très haut cours, garde son statut de valeur refuge.
- Les principaux critères de choix lors d'un investissement restent la **disponibilité des fonds**, le **niveau de rendement** et la **régularité de performance**, ce qui traduit un certain paradoxe au regard des produits plébiscités : assurance vie en euros et immobilier, tous deux impliquant un engagement de long terme.
- En très nette progression (+12 pts), l'attente de **simplicité** des produits proposés, une façon de se rassurer face à la complexité des produits et aux inquiétudes vis-à-vis des banques.

Le besoin d'accompagnement par les conseillers spécialisés est en croissance

- Face à la déception vis-à-vis du secteur bancaire, la première attente des patrimoniaux concerne le fait que le conseiller défende avant tout les intérêts de son client : les conseillers spécialisés, qu'ils soient indépendants ou bancaires, sont nettement mieux perçus à ce sujet que le conseiller bancaire généraliste et l'écart s'accroît encore (conseiller spécialisé : 63% d'opinions positives versus 49% en 2009 ; conseillers bancaires généralistes : 35% d'opinions positives versus 34% en 2009).
- Face à l'incertitude montante et à la complexification perçue des marchés, un **besoin d'accompagnement se fait plus largement sentir** :
 - les patrimoniaux aspirent à une **relation privilégiée** avec leur conseiller, dont l'expertise est attendue au-delà de son cadre traditionnel, en particulier en termes d'expertise financière, voire fiscale mais aussi, de **suivi sur la durée**.
 - en parallèle, le **désir d'autonomie totale s'amointrit** : en 2009, 14% des patrimoniaux ne souhaitaient pas avoir d'interlocuteur lors de la souscription de produits financiers à l'avenir ; en 2010, c'est désormais le cas de seulement 2% d'entre eux.
- Enfin, dernière attente importante, les patrimoniaux souhaitent être **clairement informés** du niveau de risque des produits, à rapprocher de leur volonté de maîtrise.
- Face aux incertitudes et ruptures engendrées par la crise financière, le conseiller reste une référence incontournable et son rôle devrait encore s'intensifier :
 - Les patrimoniaux sont de **plus en plus nombreux à envisager de se tourner vers un conseiller spécialisé** pour gérer leurs placements financiers (51% contre 44% en 2009).
 - Et si le taux de recommandation est généralement faible dans le secteur bancaire, le conseiller spécialisé bénéficie d'un plus grand nombre d'ambassadeurs que le conseiller bancaire.

Les investissements verts : un intérêt significatif sous réserve d'un rendement équivalent

Les investissements verts suscitent un **intérêt significatif** auprès des patrimoniaux : **65% d'entre eux estiment que les investissements verts sont aussi performants que les investissements traditionnels** et 67% privilégieraient ce type de placement plutôt qu'un investissement traditionnel.

A **performance équivalente, une large majorité (77%) se déclare prête à souscrire à ce type de placement**, dont 34% certainement. Les Français patrimoniaux qui ont l'intention de souscrire à ce type de fond envisagent d'y consacrer en moyenne 20% de leurs investissements au cours des 12 prochains mois.

Pour rappel...

C'est dans le cadre de sa réflexion sur une approche du risque post-crise et du lancement de notre offre gestion Pilotée et Suivi que l'UFF a confié à l'IFOP la réalisation de son Observatoire de la Clientèle Patrimoniale.

L'UFF a souhaité disposer d'un outil de pilotage des attentes et comportements d'une clientèle stratégique qui lui permette de :

- Suivre l'attitude des Français vis-à-vis du risque,
- Mesurer la perception du risque des produits financiers,
- Comprendre la nature et la profondeur des ruptures induites par la crise.

La première enquête a été réalisée en novembre 2009 via une approche duale, qualitative et quantitative. L'approche quantitative a été reconduite pour la seconde fois en septembre 2010. Les interviews ont été réalisées par téléphone, du 31 août au 7 septembre 2010.

300 Français patrimoniaux ont été interrogés :

- Détenant des valeurs mobilières ou de l'assurance vie,
- Ayant un niveau de patrimoine financier hors immobilier de plus de 30 000 € et, pour ceux détenant un patrimoine compris entre 30 000 et 75 000 €, une intention de réaliser un placement financier dans les 2 ans.

Sur la base de ces critères, cette population représente 11% des Français, soit environ 5,5 millions d'individus.

150 clients UFF ont également été interrogés.

L'Union Financière de France en quelques mots

*Créée en 1968, l'Union Financière de France est une **banque spécialisée dans le conseil en gestion de patrimoine**, qui offre des produits et services adaptés aux clients particuliers et aux chefs d'entreprises. Sa gamme de produits comprend l'immobilier, les valeurs mobilières et l'assurance vie ainsi qu'un large éventail de produits destinés aux entreprises et à leurs dirigeants (plan d'épargne retraite, plan d'épargne salariale, gestion de liquidités à moyen terme, etc.).*

*L'Union Financière de France dispose d'un réseau dense présent partout en France et est composée de **1100 salariés**, dont plus de 800 dédiés au conseil.*

*Au 30 septembre 2010, l'Union Financière de France compte **139 000 clients**, dont 119 000 particuliers et 20 000 entreprises.*

L'Union Financière de France est cotée sur Euronext Paris Compartiment B

Code Euroclear 3454

Code ISIN FR0000034548.

L'IFOP en quelques mots

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, phone city), l'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonnance avec les mutations de la société et des marchés : Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité ; les Médias et le Numérique, la Santé qui compte une organisation Global Healthcare et le Luxe. Depuis 2008, Ifop renforce son activité Quali et a créé un département Tendances & Planning Stratégique afin de répondre aux enjeux à caractère plus prospectif des annonceurs. Ces pôles d'activité partagent tous une même culture des méthodologies de recueil online et offline. L'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses quatre implantations : Paris, Toronto, Buenos Aires et Shanghai.

Pour toutes informations complémentaires, veuillez prendre contact avec :

Union Financière de France
Hélène SADA-SULIM
Directrice de la Communication
Tél : 01 40 69 64 77

Golin Harris
Coralie Ménard
Relations Presse
Tél : 01 40 41 56 09