



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

90% DES 25-35 ANS SONGENT À SE CONSTITUER UN PATRIMOINE

D'après les résultats d'une enquête réalisée par l'Ifop pour l'Union Financière de France en mai dernier sur les jeunes et le patrimoine, les 25-35 ans envisagent en grande majorité de se constituer un patrimoine dans les 5 à 10 ans. Ils se sentent concernés par le sujet et en ont une vision décomplexée : le fait d'« *avoir du patrimoine* » n'est en effet pas que l'apanage des gens riches et des héritiers.

Se constituer un patrimoine, un projet souhaité mais pas toujours réalisable

Si près de 7 jeunes sur 10 entre 25 et 35 ans déclarent ne pas encore posséder de patrimoine, 90% songent à le faire, ce qui traduit une certaine confiance dans l'avenir et leur capacité d'enrichissement. Toutefois, ils ne pensent pas toujours être en mesure de réaliser ce projet à court terme : certains remettent à plus tard, d'autres n'ont pas les moyens ou ne s'impliquent pas suffisamment. Ainsi sur les 90%, seuls 34% des répondants affirment être actifs dans la constitution de leur patrimoine. Il s'agit des profils les plus favorisés (diplôme supérieur, CSP+, propriétaires d'un logement et détenteurs de produits de placement).

Certains préjugés peuvent expliquer cette perception. En grande majorité, les jeunes de 25-35 ans estiment que pour se constituer un patrimoine, il faut pouvoir mettre de côté chaque mois en moyenne 629 euros, ce qui représente un montant relativement élevé. Pourtant, épargner 200 euros par mois - ce qu'ils font pour la plupart - permet déjà de poser les bases de la constitution d'un patrimoine.

Une représentation traditionnelle de la notion de patrimoine

L'enquête montre que les jeunes, bien que faisant partie de la génération Y (réputée hyper-connectée, individualiste et entrepreneuriale), font des choix relativement prudents et classiques en matière patrimoniale. Ils sont 45% à n'accepter aucun risque et à préférer opter pour des produits à faible rendement. Ils plébiscitent ainsi à 82% le livret A. Le PEL et l'assurance vie intéressent moins d'un jeune sur deux. Quant au livret de développement durable, seuls 29% y ont recours.

C'est l'accession à la propriété qui semble être un de leurs principaux moteurs. 78% des jeunes entre 25 et 35 ans affirment spontanément qu'« *avoir du patrimoine* » désigne en premier lieu le fait de posséder des biens immobiliers. Les biens immatériels, bourse et épargne, ne sont mentionnés que par 36% des répondants. Ce constat se confirme lorsqu'on leur propose des définitions fermées du patrimoine. Trois items relatifs à la propriété arrivent en tête : la possession d'une résidence principale, d'une résidence secondaire ou de terres.

A contrario, l'investissement dit « productif » (bourse, actions et parts dans une entreprise) ne fait pas partie



des préoccupations des jeunes de 25 à 35 ans. Seulement 24% d'entre eux déclarent s'intéresser aux marchés financiers. Le fait d'avoir vécu une décennie de crise financière explique, sans doute en partie, la défiance de cette génération. Le manque d'éducation financière est peut-être également à l'origine de ce désintérêt. 6 jeunes sur 10 répondent mal à la question concernant la stratégie d'épargne. Contrairement à ce qu'affirme la majorité d'entre eux, épargner 200 euros par mois pendant 20 ans est plus payant que 800 euros pendant 5 ans ou que 400 euros pendant 10 ans.

Une appétence pour le digital mais essentiellement pour les opérations courantes

Les jeunes de 25-35 ans se tournent vers le digital pour réaliser les opérations courantes de la gestion de patrimoine, tels que les actes administratifs (75%) ou de gestion (55%).

Cependant, cette appétence décroît au fur et à mesure que leurs décisions deviennent plus engageantes : ainsi une majorité des répondants (53%) préfère rencontrer un conseiller pour les accompagner dans leurs choix d'investissements.

Cette enquête a été réalisée du 22 au 29 mai 2017 par l'Ifop pour l'Union Financière de France auprès d'un échantillon de 800 personnes, représentatif de la population française âgée de 25 à 35 ans.

Pour toutes informations complémentaires, veuillez prendre contact avec :

UFF

Carole de Carvalho
Chef de projet communication
Tél : 01 40 69 64 57

UFF

Françoise Paumelle
Directrice de la Communication
Tél : 01 40 69 63 75

HAVAS PARIS

Olivia Coppin
Relations Presse
Tél : 01 58 47 87 98

L'UFF 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 entreprises. Sa gamme de produits, construite en architecture ouverte, comprend l'immobilier, les valeurs mobilières et l'assurance vie ainsi qu'un large éventail de produits destinés aux entreprises (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 1 500 salariés, dont plus de 1 200 dédiés au conseil.

Au 31 décembre 2016, l'Union Financière de France compte 211 000 clients, dont 186 000 particuliers et 25 000 entreprises.



■ Union Financière de France Banque est cotée sur Euronext Paris Compartiment B Code Euroclear 3454

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. L'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonance avec les mutations de la société et des marchés : Opinion et Stratégies d'entreprise, l'un des 3 leaders du marché des études d'opinion; Consumer, centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien-être; les Services; 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. Ces pôles d'activité partagent tous une même culture des méthodologies de recueil online et offline.