



# LES FAMILY OFFICES

Ayant traditionnellement pour rôle d'accompagner des familles qui souhaitent pérenniser et transmettre leur patrimoine aux générations futures, et ce dans les meilleures conditions, les family offices ont considérablement fait évoluer leur offre ces dernières années.

 **Marine Ulrich**

**P**lanification patrimoniale, wealth management, solutions d'investissements, contrôle du risque ou conseil successoral font encore partie des fonctions intrinsèques des family offices. Mais dans un contexte de plus en plus global et international, ils ont su développer leur expertise et adapter leur modèle d'affaires afin de s'adapter aux mouvances des

marchés financiers, aux constantes évolutions réglementaires et surtout aux besoins de leur clientèle. Ils se placent aujourd'hui davantage dans une logique de supervision que de gestion et se concentrent sur des investissements différents, basés sur le marchés privés, des actifs alternatifs, immobiliers ou encore entrepreneuriaux.



# ÉTENDENT LEUR DOMAINE

De cette façon, les family offices ont su s'adapter aux besoins de plus en plus diversifiés de leurs clients avec une offre plus aboutie et des compétences plus étendues. La plupart misent ainsi sur une approche transversale et globale de services, en s'appuyant sur un groupe ou un réseau de partenaires experts tout en conservant leurs fonctions régaliennes.

L'objectif ? Servir leurs clients « à 360 degrés afin de leur offrir une vision globale et satisfaire l'ensemble de leurs intérêts » exprime Gabriele Gallotti, l'un des associés fondateurs de Novum Capital Partners.

Associé du groupe Reyl, Thomas Fontaine est responsable de son département « Entrepreneur & Family Offices Services ». >>>



**Patrick Stauber**

MARCUARD HERITAGE



**Thomas Fontaine**

REYL&CIE

>>> Dans ce rôle, il s'assure de créer avec ses clients un véritable « partenariat global sur le long terme en leur offrant, à travers un point d'entrée unique, un accès à l'ensemble des domaines d'expertise du groupe ». La plupart du temps, la relation débute sur la satisfaction d'un besoin à court ou moyen terme, telle que l'ouverture d'une relation de banque privée. « Notre approche consiste ensuite à nous intéresser à tous les sujets appartenant tant à la sphère professionnelle que familiale. C'est en adoptant une démarche proactive que nous arrivons à trouver pour nos clients des solutions sur mesure et à les accompagner dans des opérations spécifiques souvent complexes. Nous nous plaçons en tant qu'entrepreneurs au service d'entrepreneurs ». Ariel Goekmen-Davidoff et Patrick Stauber, tous deux membres du conseil d'administration, expliquent que Marcuard Heritage a ces dernières années développé une approche plus large et holistique. Sa gamme de services englobe à présent de nombreux aspects personnels et professionnels de la vie des clients

et répond à leurs besoins dans tous les domaines qui ont un impact sur leur « bien-être » financier.

Au-delà de cette dimension transversale, de nombreux family offices prônent aujourd'hui un conseil indépendant, transparent et objectif basé sur une « architecture ouverte ». Pour Simon Minder, à la tête du cabinet de conseils M76 Family Office Consulting, ce critère est la clé pour respecter et sauvegarder au mieux les intérêts des clients. Comment ? En ne vendant ou ne revendant aucun produit maison afin d'éviter tout conflit d'intérêts. C'est la vision partagée par Novum Capital Partners dont le modèle d'affaires n'accepte aucune rétrocession des banques ou d'un autre fournisseur de produits financiers. Il repose, entre autres, sur l'absence totale de produit maison à vendre. « Notre seule source de rémunération ce sont nos clients ! » explique Gabriele Gallotti.

Dans des marchés de plus en plus volatiles et un contexte économique offrant peu de visibilité, les clients des family offices se tournent davantage vers des investisse-

ments dans des valeurs solides et des actifs tangibles. Les family offices confirment depuis quelques années leur appétence pour les marchés privés, les actifs entrepreneuriaux ou encore l'immobilier d'investissement.

Pour preuve, le family office Bedrock a lancé le programme Bedrock Private Markets dans le but de donner accès à de nouvelles opportunités dans des secteurs de niche du crédit privé, programme récemment élargi au private equity et à d'autres investissements illiquides. Maurice Ephrati, managing partner et co-fondateur de Bedrock, confirme que ce programme a suscité un intérêt considérable auprès de ses clients, ceux-ci ayant une réelle volonté d'augmenter significativement leur exposition sur les marchés privés.

La place croissante que prend le private equity ne s'explique pas uniquement par des motifs de rendement. En effet, il y a une réelle volonté des familles et de leurs successeurs, souvent entrepreneurs depuis plusieurs générations, d'investir dans des actifs entrepreneuriaux pour financer des projets auxquels ils croient. Le patrimoine de beaucoup de clients des family offices provient à l'origine du succès de leur propre entreprise. Ainsi, ces familles possèdent-elles une réelle appétence et une compréhension globale des risques que cela implique, ainsi que des avantages à investir dans ces actifs non liquides.

**« Les conseils d'un family office prennent également tout leur sens quand celui-ci tient son rôle dans la transmission du patrimoine aux générations futures. »**



**Maurice Ephrati**

BEDROCK



**Simon Minder**

M76 FAMILY OFFICE CONSULTING



**Gabriele Gallotti**

NOVUM CAPITAL PARTNERS

Là encore, Bedrock veut tirer son épingle du jeu. Depuis 2014, le family office s'est associé à Technology Opportunity Partner, un fonds sélectif qui investit uniquement dans le top-tier du capital-risque d'investissement lié au secteur de la technologie. Cela a engendré d'importantes réévaluations des portefeuilles clients en leur donnant un accès exclusif à certaines des startups les plus recherchées de la Silicon Valley.

Les family offices s'adaptent également à une nouvelle clientèle. Les nouvelles cibles sont entrepreneuriales et surtout plus jeunes. Ce sont des créateurs de startups ou les futurs dirigeants d'un business familial. Ils sont mieux formés et informés en matière financière avec des attentes différentes de celles de leurs parents. La fortune n'est plus un critère d'entrée dans un family office. Comme l'explique Thomas Fontaine, « le niveau de fortune de nos clients va de zéro à plusieurs milliards de francs. Nos clients sont des entrepreneurs et notre souhait est de participer activement à la genèse et au succès d'histoires entrepreneuriales ». Ce qui compte c'est de croire aux projets de cette nouvelle clientèle à haut potentiel qui a soif d'entreprendre et de positionner le family office comme véritable partenaire de leur développement sur le long terme.

Les conseils d'un family office prennent également tout leur sens quand celui-ci

« Dans un contexte économique offrant peu de visibilité, les clients des family offices se tournent davantage vers des investissements dans des valeurs solides et des actifs tangibles. »

tient son rôle d'accompagnement dans la transmission du patrimoine aux générations futures. Pour les entreprises familiales, le défi de l'intégration et de la transmission de la société à la prochaine génération est l'une des plus délicates problématiques à laquelle elles sont confrontées. Il est donc essentiel d'écouter, de comprendre et de prendre en considération les attentes de ces nouvelles générations dans ce contexte d'héritage familial. La gestion de fortune implique alors une interaction et une implication permanente avec les différentes générations d'une même famille.

Maurice Ephrati y voit « une excellente source d'idées nouvelles et de challenges ». C'est ainsi que, début 2019, Bedrock a renforcé les liens créés avec ces nouvelles générations en collaborant avec le réseau britannique Horizons, une entreprise sociale autoproclamée, conçue pour inspirer, éduquer et connecter les leaders de demain qui souhaitent avoir un impact positif sur le monde dans lequel ils vivent. Cette nouvelle clientèle plus jeune, constamment connectée, est familière des nouvelles technologies. Les family offices

se doivent alors d'être à la pointe des dernières innovations et les gestionnaires de plus en plus disponibles en ligne. Ils s'intéressent aujourd'hui plus que jamais à l'évaluation de l'expérience client numérique, repensent les interactions humaines et les outils de communication avec leur clients. Ils réfléchissent à la manière d'optimiser leurs ressources et leurs coûts afin de préserver la viabilité de leur business model. Gabriele Gallotti confirme cette volonté de s'intéresser aux priorités des investisseurs de demain en recherchant constamment « des solutions, modernes, jeunes et innovantes pour se préparer à travailler, dans le futur, avec les nouvelles générations ».

■