



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 7 avril 2004

Le dynamisme des clubs d'investissement

Activité, montant des ordres et encours des portefeuilles en hausse sensible ; bonnes performances boursières ; plus grande maturité des clubs et des clubistes ; généralisation confirmée de l'usage d'Internet. Tels sont les principaux enseignements de la 7^e enquête nationale sur les clubs d'investissement réalisée par l'Autorité des marchés financiers (AMF) et la Fédération française des clubs d'investissement (FFCI) en partenariat avec Euronext.

Un dynamisme confirmé

L'éclatement de la bulle financière qui a vu l'indice CAC 40 chuter de plus de 54 % entre septembre 2000, date de son record historique, et septembre 2003, date de clôture de l'enquête, a eu un impact certain sur le rythme de création de clubs d'investissement qui s'est considérablement ralenti : 27 % des clubs existants au 30 septembre 2003 ont été créés depuis début 2001 contre plus de la moitié pour la période 1998-2000. Il en résulte un allongement de la moyenne d'âge des clubs qui passe de deux ans en 2000 à cinq ans en 2003. Même impact sur celle des clubistes dont 53 % appartiennent à la tranche d'âge des plus de 55 ans.

Si la conjoncture défavorable a poussé les clubs à modifier leur stratégie d'investissement, ils ont su profiter de la reprise des marchés qui s'est engagée à partir de la mi-mars 2003. Ainsi, depuis 2000, les cotisations mensuelles forfaitaires moyennes (89 % des clubs) sont passées de 60 à 63 euros. Le montant moyen des ordres a, lui aussi sensiblement augmenté à 1 945 euros contre 1 534 euros trois ans plus tôt. L'activité s'est également nettement redressée : après un creux à 20 ordres en 2002, les clubs ont passé en moyenne plus de 13 ordres sur le seul premier semestre 2003.

Diversification et concentration

Ce regain d'activité s'est accompagné d'une plus grande diversification puisque le portefeuille type comprend 14 lignes contre 10 lignes en 2000 et 11 lignes en 1996. L'essentiel de l'encours des clubs reste principalement investi en actions (93,8 %) dont la quasi totalité (97,7 %) est négociée sur Euronext Paris. L'évolution des

marchés depuis 2000 a amené les trois quarts des clubs d'investissement à modifier leur stratégie d'investissement vers une plus grande sélectivité des valeurs et moins axée sur les TMT.

Pourtant, le portefeuille moyen reste fortement concentré sur quelques titres : les trois valeurs les plus importantes concentrent 38 % des montants gérés avec une convergence des choix vers une quinzaine de sociétés sur les 180 valeurs détenues, avec une nette préférence envers Alcatel, Carrefour, L'Oréal et Alstom.

De meilleures performances que les marchés d'actions

En phase de forte correction boursière, les performances enregistrées par les clubs sont en moyenne 2,5 fois supérieures à celles du CAC 40 (-13,46 % contre -33,7 %). Néanmoins, des disparités sont observées entre les clubs : dans ce contexte, 20 % des clubs ont enregistré des performances annuelles 2002 positives contre pour 10 % d'entre eux des pertes de plus de 40 %.

Le rebond boursier a également plus profité aux clubs d'investissement qu'au marché en général avec des performances de +25 % pour les clubs contre +2 % pour le CAC 40 (entre le 1^{er} janvier et fin septembre 2003). Sur cette période, 49 % des clubs ont enregistré des performances boursières comprises entre +10 et +30 %.

Utilisation d'Internet en hausse

Enfin, la 7^e enquête consacre le rôle d'Internet comme outil de fonctionnement et d'information des clubs d'investissement.

Certes, les banques restent le principal interlocuteur des clubs mais 53 % de leurs membres passent leurs ordres sur Internet contre 34 % en 2000. En outre, si la presse écrite demeure leur source d'information prépondérante, 65 % utilisent Internet de façon régulière.

Cette étude, réalisée entre octobre et décembre 2003 à partir d'un échantillon représentatif de 376 clubs regroupant 4 440 actionnaires individuels, a pour objectif d'apprécier l'évolution de leur profil, leur mode de fonctionnement et d'information.

Pour en savoir plus : www.amf-france.org, www.clubinvestissement.fr,
www.euronext.com

Source : FFCI – tél. 01 42 60 12 47
AMF – Service de la communication – tél. 01 53 45 60 34/28