

Prywatne i zawodowe potrzeby przedsiębiorców i firm rodzinnych

CZĘŚĆ

03



BNP PARIBAS
WEALTH MANAGEMENT

We współpracy z

AON

Spis treści

- str. 2 Zaproszenie do zapoznania się z częścią III Globalnego raportu o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych za rok 2021 przygotowanego przez BNP Paribas Wealth Management
 - str. 3 Autorzy
 - str. 4 Kilka słów od redakcji
 - str. 5 Metodologia badań i wybór próby
 - str. 6 Najważniejsze wnioski
-

str. 9

ROZDZIAŁ 1

Zmiana potrzeb prywatnych i zawodowych

- str. 10 Wpływ globalnego kryzysu na prywatne majątki
- str. 12 Pozytywne oddziaływanie wychodzi na pierwszy plan w biurach rodzinnych i rodzinnych modelach zarządzania
- str. 18 Przesunięcia w potrzebach zawodowych: kredyty, doradztwo w obszarze fuzji i przejęcia oraz wspólne inwestycje

str. 27

ROZDZIAŁ 2

Zarządzanie majątkiem rodzinnym przez wiele pokoleń

- str. 28 Przedsiębiorcy i firmy rodzinne: tu chodzi o osobistą relację
 - str. 36 Oddanie decydującego głosu nowemu pokoleniu
 - str. 43 Podsumowanie
-

str. 44 O nas

Zapraszamy

do zapoznania się z „Globalnym raportem o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021”, przygotowanym przez BNP Paribas Wealth Management.



Vincent Lecomte

Co jest powodem Państwa zainteresowania przedsiębiorcami i firmami rodzinnymi?

Elitarni przedsiębiorcy i wiodące firmy rodzinne dają potężny impuls wzrostu gospodarczego, zarówno poprzez osobiste inwestycje, jak i poprzez swoją działalność gospodarczą. Ponieważ jesteśmy odpowiedzialnym podmiotem z sektora wealth management obsługującym zrównoważoną gospodarkę, naszym stałym celem jest coraz lepiej wspierać przedsiębiorców i rodziny na poziomie osobistym i zawodowym. W części 3 naszego tegorocznego, siódmego już raportu, przyglądamy się najważniejszym wyzwaniom w zakresie zarządzania firmami rodzinnymi oraz przekazywania ich majątku i przedsiębiorstw.

Czego możemy nauczyć się od odnoszących sukcesy przedsiębiorców i wiodących rodzin? W jaki sposób Covid-19 wpłynął na decyzje firm rodzinnych?

Widać tu trzy tendencje. Po pierwsze, kryzys zdrowotny przyczynił się do zmiany planów emerytalnych wiodących światowych przedsiębiorców i liderów wśród firm rodzinnych. U ponad połowy z nich w odpowiedzi na kryzys doszło do zmian w zakresie planów emerytalnych: 41% zamierza opóźnić ten moment lub przechodzić na emeryturę stopniowo. W działalność firm rodzinnych bardziej angażują się za to inni członkowie rodziny. Pod tym względem widać coraz większą aktywność kobiet i przedsiębiorców z pokolenia milenialsów.

Po drugie, przedsiębiorcy szukają rozwiązań wspierających biura rodzinne w procesie decyzyjnym. Podstawowym zadaniem biura rodzinnego jest pozytywne oddziaływanie i generowanie zwrotu finansowego.

Trzecią tendencją jest angażowanie przez firmy rodzinnego majątku w sposób zrównoważony i tego właśnie oczekują od zarządzających ich majątkiem. Nie ma praktycznie spotkania, na którym klient nie pytałby "Czy pomożecie mi dokonać zmiany? Co w tym zakresie robicie?"

Dlaczego przedsiębiorcy i firmy rodzinne zwracają się do BNP Paribas Wealth Management?

Bardzo specyficzne potrzeby przedsiębiorstw i firm rodzinnych w pełni zaspokoić może globalny i solidny bank, taki jak BNP Paribas. Nasza Grupa towarzyszy tym klientom w całym cyklu życia ich firmy, od załóżków działalności, poprzez jej rozwój i pozyskiwanie środków, udostępniając instrumenty kredytowe, wyszukując szanse inwestycyjne, a także realizując pierwszą ofertę publiczną, czy obsługując fuzję lub przejęcie, albo nawet wyjście z inwestycji.

Towarzyszymy naszym klientom we wszystkich dużych ośrodkach finansowych na świecie i w tych ośrodkach technologicznych, w których tworzy się najwięcej innowacyjnych rozwiązań. Wykorzystując technologiczny ekosystem BNP Paribas pomagamy klientom łączyć się z innymi klientami i zachowywać konkurencyjną przewagę nad rywalami.

BNP Paribas Wealth Management chce być ich bankiem, który będą sobie nawzajem polecać. Oprócz naszej fachowej wiedzy w zakresie całego cyklu działania przedsiębiorstwa, nasi klienci korzystają również z najlepszej w tej klasie oferty spersonalizowanego planowania majątku, kredytów oraz rozwiązań private equity. To jednak nie wszystko. Aby wspierać ich ambicje, otwieramy szeroko drzwi do świata fachowej wiedzy całej Grupy BNP Paribas w dziedzinie bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej, zarządzania aktywami oraz nieruchomości i pomagamy realizować ambicje biznesowe i osobiste.

To właśnie jest cel tego raportu.

Vincent Lecomte

Dyrektor generalny BNP Paribas Wealth Management

Autorzy



Pierre Ramadier

Globalny dyrektor ds. przedsiębiorców i firm rodzinnych BNP Paribas Wealth Management



Arnaud Tellier

Dyrektor generalny BNP Paribas Wealth Management na region Azji i Pacyfiku



Michael Arends

Dyrektor generalny BNP Paribas Wealth Management w Niemczech



Olivier Van Belleghem

Dyrektor ds. Wealth Management BNP Paribas Fortis Belgium



Ali Homayounfar

Szef Grupy ds. Kluczowych Klientów w USA w BNP Paribas Bank of the West



Enna Pariset

Dyrektor generalna BNP Paribas CIB w Szwajcarii



Caroline Burkart

Dyrektor ds. Client Insight na Wielką Brytanię/Europę, AON Client Insight

Kilka słów od redakcji

Zapraszamy do zapoznania się z „**Globalnym raportem o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021**”, przygotowanym przez BNP Paribas Wealth Management. To już siódma edycja flagowego badania realizowanego przez Aon w imieniu BNP Paribas Wealth Management, w którym analizujemy postawy, zachowania i wybory inwestycyjne niemal 16 tys. przedsiębiorców z całego świata o wysokiej i bardzo wysokiej wartości netto. Od 2015 r. jedną z misji banku, realizowaną we współpracy z osiągniętymi największe na świecie sukcesy przedsiębiorcami, jest ocena wyjątkowego wkładu przedsiębiorczości w realną gospodarkę.

Przedsiębiorczość to stały temat we wszystkich edycjach badania, natomiast w badaniu na rok 2021 wprowadziliśmy pewne zmiany, które odzwierciedlają zaktualizowaną strategię banku. Po raz pierwszy poszerzamy grono odbiorców o rodziny wielopokoleniowe i zajmujemy się kluczowym znaczeniem firm rodzinnych dla gospodarek na świecie.

W tym roku zebraliśmy opinie 920 respondentów z 19 państw z obu Ameryk, Europy, państw Rady Współpracy Zatoki Perskiej oraz Azji. Średnia wartość majątku przeznaczonego do inwestycji wyniosła 17,2 mln USD.

Po roku, o którym nigdy nie zapomnimy, nie jest zaskoczeniem, że nasze badanie dotyczy środowiska rynkowego w dobie COVID. Nasze badanie było realizowane w pierwszym kwartale 2021 r., a więc zapewnia odpowiedni horyzont czasowy. Respondenci dzielą się swoimi opiniami na temat tego, w jaki sposób na ich podejście do różnych klas aktywów, np. akcji, private equity, nieruchomości, czy gotówki, wpływała ciągła niepewność występująca od początku pandemii, czyli od marca 2020 r.

Większość z nich trzymała nerwy na wodzy, a w niektórych przypadkach reagowała na niestabilność rynkową zwiększając ekspozycję na określone rodzaje aktywów. Wielu z respondentów jest teraz jeszcze bardziej otwartych na to, w jaki

sposób różne instrumenty, w tym kredyty, mogą być wykorzystane do ulepszenia ich portfolio i wyników biznesowych.

Co bardzo ważne, jesteśmy w stanie zobaczyć podgląd ich przyszłych strategii inwestycyjnych, rozważanych w czasie, gdy na świecie w różnym tempie upowszechniają się szczepienia. Respondenci mówią nam, że chcą nauczyć się reagować na środowisko, w którym obowiązują niskie stopy procentowe, dowiedzieć się, jak włączyć inteligentne technologie do swojej działalności, a także co oznacza dla nich debata o „Zielonym Nowym Ładzie” w Europie i w USA. W określonych krajach szczególnie istotne są inne aspekty tematów związanych z inwestycjami, na których bank skupia się w roku 2021, np. reagowanie na wydarzenia gospodarcze w Chinach i szansa na zmianę przyzwyczajzeń konsumpcyjnych po pandemii.

Aby to wszystko miało bardziej interesującą postać, podobnie jak w poprzednich latach, teraz również przedstawiamy wybrane dane ankietowe w formie wizualizacji, zwracając uwagę na najbardziej interesujące wnioski, w tym trendy z podziałem na profile demograficzne. Kontekstową obudową naszych danych są komentarze ekspertów z różnych pionów BNP Paribas: od wealth management poprzez bankowość korporacyjną i instytucjonalną, zarządzanie aktywami, aż po nieruchomości, co dodatkowo wzbogaca rozmowy z klientami.

Mamy nadzieję, że miniseria „Globalny raport o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021” będzie się cieszyć Państwa zainteresowaniem. Jak zwykle chcemy też podziękować uczestnikom tegorocznego badania za ich wkład w niniejszy raport.



Caroline Burkart
Dyrektor ds. Client Insight
na Wielką Brytanię/Europę,
AON Client Insight

Metodologia badań i wybór próby

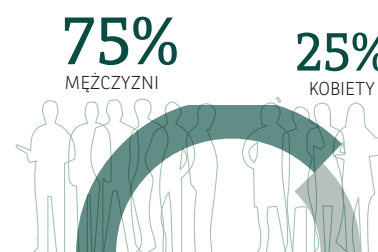
Program badawczy był realizowany przez zespół Client Insight Aon w styczniu i lutym 2021 r. Respondentami byli przedsiębiorcy oraz rodziny wielopokoleniowe o wysokiej i bardzo wysokiej wartości netto.

Badanie było prowadzone w formie mieszanej, tj. ankiet online i telefonicznych, które wypełniło 920 uczestników z 19 państw. Ponadto zespół Client Insight Aon przeprowadził wywiady z ekspertami banku z różnych dziedzin z Europy, Stanów Zjednoczonych, państw Rady Współpracy Zatoki Perskiej i Azji.

PRÓBA ŁĄCZNIE

920

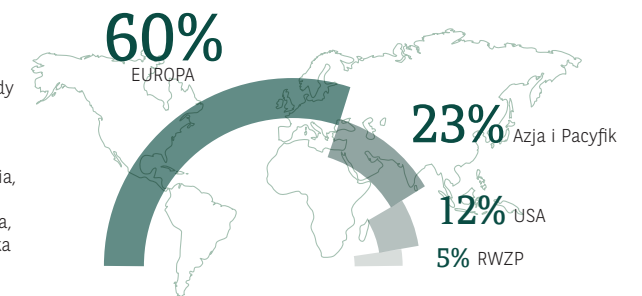
PŁEĆ



17,2 MLN USD
ŚREDNIA WARTOŚĆ AKTYWÓW
NA INWESTYCJE

REGIONY

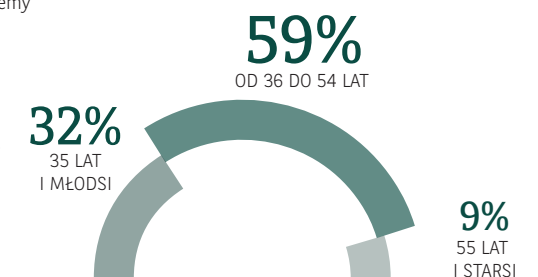
Państwa objęte badaniem:
Belgia, Brazylia, Chiny, Francja, Niemcy, państwa Rady Współpracy Zatoki Perskiej, Hongkong, Indonezja, Włochy, Luksemburg, Holandia, Polska, Singapur, Hiszpania, Szwajcaria, Tajwan, Turcja, Wielka Brytania i Stany Zjednoczone



WIEK

W niniejszym raporcie stosujemy następujące definicje:

- Przedsiębiorca z pokolenia milenialsów („millennipreneur”):** Przedsiębiorca w wieku 35 lat lub młodszy.
- Przedsiębiorca z pokolenia wyżu demograficznego („boomerpreneur”):** Przedsiębiorca w wieku 55 lat lub starszy.
- Ultraprzedsiębiorca („ultrapreneur”):** Przedsiębiorca, którego aktywa przeznaczone na inwestycje wynoszą co najmniej 25 mln USD.



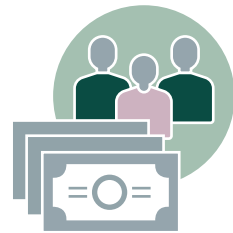
50%
PRZEDSIĘBIORCY
PIERWSZEGO POKOLENIA

50%
RODZINY
WIELOPOKOLENIOWE

Dla **1/3**

przedsiębiorców ostatecznym celem prowadzenia rodzinnego biura i modelu zarządzania jest zarządzanie rodzinnym majątkiem

Zarządzanie rodzinnym majątkiem jest szczególnie istotnym celem w regionie RWZP (39%) oraz Azji i Pacyfiku (36%). Dla kolejnej jednej trzeciej najważniejszym zadaniem biura rodzinnego jest pozytywne oddziaływanie i generowanie zwrotu finansowego. Przedsiębiorcy z pierwszego pokolenia częściej wskazują pozytywne oddziaływanie jako „cel” (38%) niż wielopokoleniowe rodziny (28%).



Ultraprzedsiębiorcy zwracają uwagę na doradztwo w zakresie fuzji i przejęć oraz możliwości prowadzenia wspólnych inwestycji jako luki w obecnej ofercie

Respondenci z Azji szukają możliwości realizowania wspólnych inwestycji, natomiast przedsiębiorcy z Europy i USA wolą alternatywne opcje inwestycyjne. W państwach RWZP zauważa się brak usług powierniczych ze strony instytucji finansowych, a są one potrzebne.

Kredyt

jest postrzegany jako istotne rozwiązanie przekładające się na wyniki firmy i portfolio

Ponad połowa respondentów (51%) twierdzi, że rozważyłaby współpracę z nowymi kredytodawcami w celu zaspokojenia swoich potrzeb kredytowych. Przedsiębiorcy z pokolenia milenijsów są bardziej otwarci na współpracę z nowymi kredytodawcami niż przedsiębiorcy z pokolenia wyżu demograficznego (55% kontra 36%).



54%

54% respondentów zmienia plany odejścia na emeryturę w odpowiedzi na kryzys

41% zamierza opóźnić przejście na emeryturę lub przechodzić na nią stopniowo. 38% przedsiębiorców zwiększa codzienne zaangażowanie w działalność firmy ze względu na trwającą niepewność, a kobiety i przedsiębiorcy z pokolenia milenijsów częściej przejmują stery.



Ponad połowa przedsiębiorców myśli o tym, by zmienić wysokość kwot, które przeznaczają na cele charytatywne

Zwiększać kwoty, które przeznaczają na cele charytatywne, chcą najczęściej przedsiębiorcy w USA (49%) oraz w Brazylii (48%). W regionie Azji i Pacyfiku 35% z nich będzie przeznaczać na te cele tyle samo, co przed kryzysem. Kobiety przedsiębiorcy dużo częściej niż mężczyźni są skłonne zwiększyć kwoty na cele charytatywne (39% i 31%).



Plany przekazywania rodzinnego majątku kolejnemu pokoleniu w obecnych warunkach stały się bardziej płynne

32% respondentów planuje obecnie, ze względu na kryzys, przekazać kolejnemu pokoleniu więcej majątku niż było to pierwotnie zakładane, a przedsiębiorcy i firmy rodzinne zwiększają wsparcie finansowe na rzecz młodszych członków rodzin. W regionie Azji i Pacyfiku jedna trzecia wciąż pozostaje jednak niezdecydowana co do tego, czy plany przekazywania majątku ulegną zmianie.



41%

uważa, że priorytetowym obszarem w zakresie doradztwa w obszarze zarządzania majątkiem jest rozwój umiejętności zarządzania firmami u kolejnego pokolenia.

Tę tendencję widać w szczególności w regionie Azji i Pacyfiku, w państwach RWZP oraz Brazylii. Rodziny wielopokoleniowe chcą też jednak koncentrować się na poszerzaniu wiedzy młodszych członków rodziny w zakresie inwestowania (42%). Ultraprzedsiębiorcy zwracają uwagę przede wszystkim na doradztwo w zakresie prawidłowej wyceny ich firm, w tym tworzenia struktury przenoszenia majątku oraz podnoszenia efektywności podatkowej.

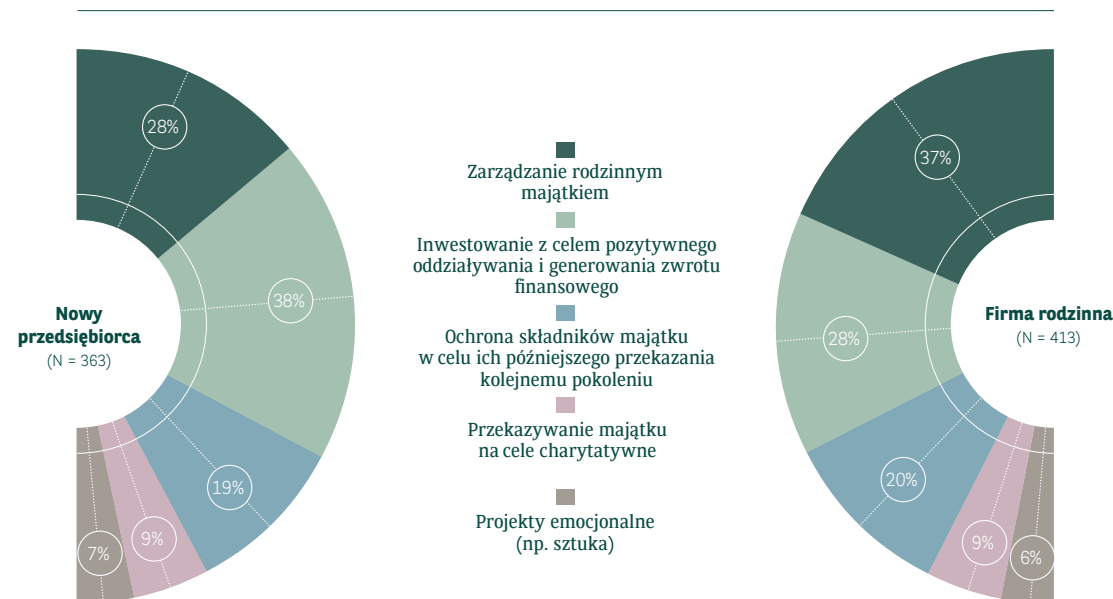




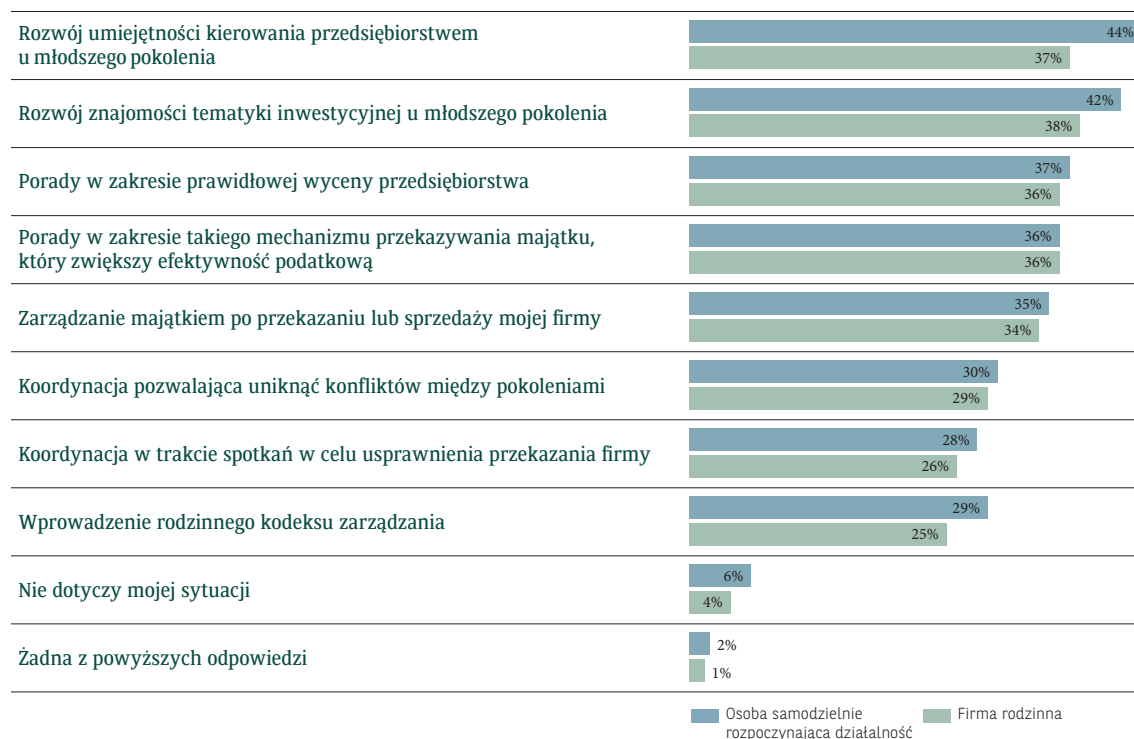
ROZDZIAŁ 1

Zmiana potrzeb prywatnych i zawodowych

Infografika: wpływ globalnego kryzysu na prywatne majątki



Zwracanie się o porady w celu wspierania kolejnego pokolenia



Europa

Planowana zmiana zaangażowania biznesowego od wybuchu pandemii COVID-19

Wzrost	38%
Spadek	28%
Bez zmian	31%
Już nie posiadam	3%

W jaki sposób zmieniają się plany emerytalne

Przyspieszenie	15%
Opóźnianie	27%
Bardziej stopniowo wprowadzanie	17%
Bez zmian	30%
Już jestem na emeryturze	2%
Jest za wcześnie, by planować	9%

Wsparcie finansowe na rzecz rodziny

Zwiększanie wsparcia finansowego	33%
Zmniejszanie wsparcia finansowego	18%
Utrzymanie tego samego poziomu wsparcia	40%
Brak wsparcia	6%
Brak dzieci/wnuków	3%

Azja i Pacyfik

Planowana zmiana zaangażowania biznesowego od wybuchu pandemii COVID-19

Wzrost	29%
Spadek	15%
Bez zmian	50%
Już nie posiadam	6%

W jaki sposób zmieniają się plany emerytalne

Przyspieszenie	5%
Opóźnianie	22%
Bardziej stopniowo wprowadzanie	9%
Bez zmian	39%
Już jestem na emeryturze	3%
Jest za wcześnie, by planować	22%

Wsparcie finansowe na rzecz rodziny

Zwiększanie wsparcia finansowego	28%
Zmniejszanie wsparcia finansowego	7%
Utrzymanie tego samego poziomu wsparcia	52%
Brak wsparcia	11%
Brak dzieci/wnuków	2%

USA

Planowana zmiana zaangażowania biznesowego od wybuchu pandemii COVID-19

Wzrost	50%
Spadek	31%
Bez zmian	15%
Już nie posiadam	4%

W jaki sposób zmieniają się plany emerytalne

Przyspieszenie	28%
Opóźnianie	33%
Bardziej stopniowo wprowadzanie	13%
Bez zmian	21%
Już jestem na emeryturze	0%
Jest za wcześnie, by planować	6%

Wsparcie finansowe na rzecz rodziny

Zwiększanie wsparcia finansowego	41%
Zmniejszanie wsparcia finansowego	23%
Utrzymanie tego samego poziomu wsparcia	34%
Brak wsparcia	1%
Brak dzieci/wnuków	1%

RWZP

Planowana zmiana zaangażowania biznesowego od wybuchu pandemii COVID-19

Wzrost	40%
Spadek	20%
Bez zmian	36%
Już nie posiadam	4%

W jaki sposób zmieniają się plany emerytalne

Przyspieszenie	12%
Opóźnianie	20%
Bez zmian	32%
Bardziej stopniowo wprowadzanie	16%
Już jestem na emeryturze	4%
Jest za wcześnie, by planować	16%

Wsparcie finansowe na rzecz rodziny

Zwiększanie wsparcia finansowego	36%
Zmniejszanie wsparcia finansowego	10%
Utrzymanie tego samego poziomu wsparcia	50%
Brak wsparcia	4%
Brak dzieci/wnuków	0%

Pozytywne oddziaływanie wchodzi na pierwszy plan w biurach rodzinnych i rodzinnych modelach zarządzania

Od pierwszego wydania Globalnego raportu BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych w 2015 r. celem naszych badań jest poznanie wyjątkowych motywacji, zachowań i postaw odnoszących największe finansowe sukcesy inwestorów. Ważny etap osiągnęliśmy w 2018 r., gdy wskazywaliśmy na rosnące zainteresowanie pozytywnym oddziaływaniem: **w tym roku 40% respondentów uznawało pozytywny wpływ za kluczowy czynnik sukcesu działalności ich firmy, co stanowiło wzrost z jedynie 10% dwa lata wcześniej.**

Po roku, w którym materializowały się różnego typu zagrożenia dla celów prywatnych i zawodowych, które często przewyższyły liczebnością szanse, firmy rodzinne wychodzą z tego okresu orientując się bardziej na oddziaływanie w ramach swoich struktur zarządzania.

Po poproszeniu ich o podanie ostatecznego celu takich struktur, około jedna trzecia (32%) respondentów w naszym badaniu jako główny cel wskazywała zarządzanie rodzinnym majątkiem [rys. 1]. **Uderzające jest natomiast to, że taki sam odsetek uważa, że cele są dwojakie: pozytywny wpływ oraz generowanie zwrotu finansowego.**



Jednoczesne pozytywne oddziaływanie i uzyskiwanie zwrotu finansowego jest szczególnie istotne dla przedsiębiorców z pokolenia milenijsów (37%), którzy w wielu obszarach wykazują tendencję do orientacji na cel.

Jeżeli chodzi o poszczególne regiony, to zarządzanie rodzinnym majątkiem jest najważniejszym czynnikiem motywacyjnym w regionie RWZP (gdzie na ten cel wskazuje 39%), w regionie Azji i Pacyfiku wskazuje na niego natomiast 36% respondentów, najwięcej w Chinach (59%) i w Singapurze (43%).

Arnaud Tellier jest dyrektorem generalnym BNP Paribas Wealth Management na region Azji i Pacyfiku. Stwierdza on:

„Zarządzanie rodzinnym majątkiem na potrzeby sukcesji to dynamiczny proces. Widzimy rosnącą potrzebę posiadających odpowiednią strukturę i kompleksowych rozwiązań. Wiele rodzinnych firm unika korzystania z tradycyjnych metod, takich jak wiele spółek holdingowych, natomiast korzysta ze struktur szczuplejszych, takich jak rodzinne biura i fundusze, w których uczestniczą osoby z kolejnego pokolenia rodziny, by zarządzać rodzinnym majątkiem.”

Inaczej jest na niektórych rynkach europejskich, gdzie zainteresowanie silnym oddziaływaniem jest ważniejszym czynnikiem niż względy dotyczące rodzinnego majątku, a tendencję tę widać w Belgii, Luksemburgu, Niemczech, Szwajcarii, Polsce i Turcji.

Pierre Ramadier jest dyrektorem globalnym ds. przedsiębiorców i firm rodzinnych BNP Paribas Wealth Management. Wskazuje, że:

„Ludzie mieli czas na przemyślenia i teraz zadają sobie pytanie o to, w jakim celu zgromadzili majątek. Część z nich zdała sobie sprawę, że nie chcą inwestować w sektory takie jak paliwa kopalne, czy wiertnie, albo ryzykować inwestowanie w spółki o nieakceptowalnych praktykach pracowniczych. To jest coraz częściej przedmiotem troski i prawdopodobnie tak już pozostanie, ponieważ jesteśmy dopiero na początku tej drogi.”

Nasza ankieta pokazuje, że w USA pozytywny wpływ jest niemal tak istotny, jak zarządzanie rodzinnym majątkiem.

Ali Homayounfar jest szefem Grupy ds. Kluczowych Klientów w USA w BNP Paribas Bank of the West. Komentuje wyniki następująco:

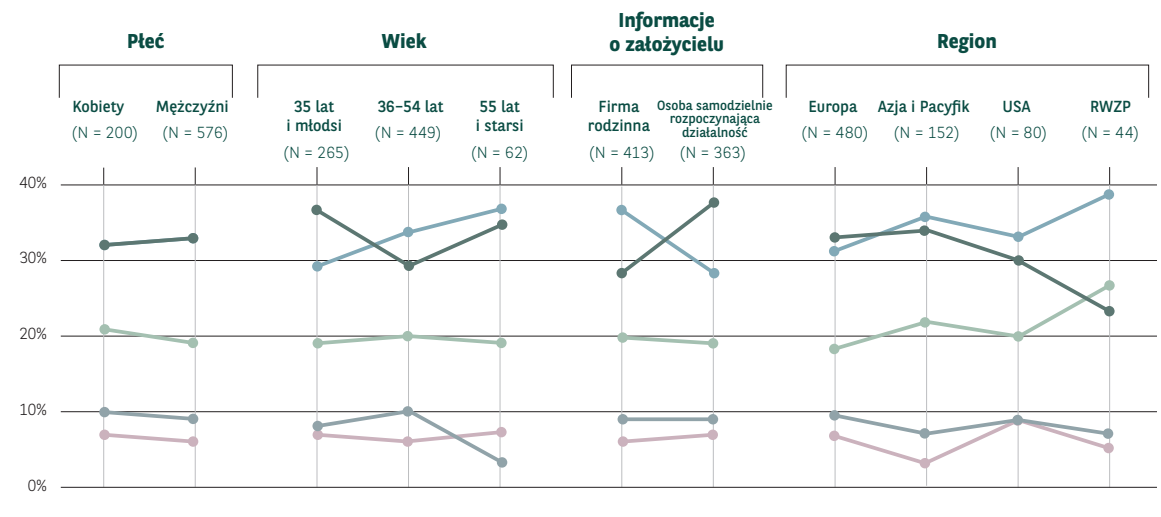
„W USA COVID spowodował u ludzi zmianę sposobu myślenia o środowisku. Coraz częściej widzimy rodzinne biura, które weryfikują, komu zlecają czynności bankowe i z których usług finansowych korzystają i tutaj właśnie widać, że klienci prezentują jednoznaczne stanowisko na temat środowiska i zrównoważonego rozwoju.”

Najważniejszy cel biur rodzinnych i rodzinnych modeli zarządzania zmienia się

Cel rodzinnego biura

Ogólne

● Inwestowanie z celem pozytywnego oddziaływania i generowania zwrotu finansowego	32%	
● Zarządzanie rodzinnym majątkiem	32%	
● Ochrona składników majątku w celu ich późniejszego przekazania kolejnemu pokoleniu	19%	
● Przekazywanie majątku na cele charytatywne	9%	
● Projekty emocjonalne (np. sztuka)	6%	



[RYSUNEK 1] Jaki jest ostateczny cel rodzinnego biura lub rodzinnego modelu zarządzania firmą?

Źródło: Globalny raport BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021

Pomiędzy poszczególnymi grupami wiekowymi w tegorocznym badaniu zaznacza się kluczowa różnica. Rodziny wielopokoleniowe nie ignorują roli pozytywnego oddziaływania w zakresie struktury zarządzania, natomiast mimo to dużo bardziej liczy się dla nich zachowanie rodzinnego majątku.

W przypadku przedsiębiorców z pierwszego pokolenia pozytywne oddziaływanie wskazywane jest jako najważniejszy cel przez 38% badanych. Różnica perspektywy mówi o tym, że nadchodzi zmiana i wejście na pierwszy plan nowych osób ze świeżą perspektywą co do roli i odpowiedzialności przedsiębiorców w budowaniu majątku.

Ta tendencja była dostrzegalna także przed kryzysem, jednak stała się bardziej zauważalna wraz z dochodzeniem do głosu w sprawie majątku rodzinnego młodszych członków rodziny.

Olivier Van Belleghem jest dyrektorem ds. Wealth Management w BNP Paribas Fortis w Belgii. Wskazuje, że:

„To rola kolejnego pokolenia. Widzimy to na zgromadzeniach wspólników i posiedzeniach zarządów. Są obecni, aktywnie uczestniczą i zadają pytania. Stanowią pomost do części inwestycyjnej, ponieważ widzimy, że to właśnie młode pokolenie zleca nam weryfikację rodzinnego portfolio pod kątem zrównoważonego rozwoju. Chcą żebyśmy to robili, żebyśmy podejmowali analizy na rzecz bardziej zrównoważonego charakteru ich inwestycji. Naciskają mocno na firmy, by robiły w tym zakresie więcej.”

Enna Pariset jest dyrektorem generalną BNP Paribas CIB w Szwajcarii. Patrzy na rosnące zainteresowanie oddziaływaniem w szerszym kontekście:

„W ciągu 10 lat zaszły duże zmiany. Elementy zrównoważonego rozwoju weszły do głównego nurtu, natomiast wzrósł także poziom wyrafinowania potrzeb przedsiębiorców i ich rozumienia tej kwestii. Zadają pytania dotyczące celu, skutków i możliwości generowania dodatniej stopy zwrotu. Znamy przypadki biur rodzinnych, które koncentrują się wyłącznie na inwestycjach o zrównoważonym charakterze i określają branże, w których te elementy będą na pierwszym miejscu oraz inwestują w spółki o takim charakterze, przede wszystkim w formie inwestycji private equity.”

Podsumowuje:

„Cele zrównoważonego rozwoju stworzyły dużą liczbę innowacyjnych rozwiązań. Przedsiębiorcy są z definicji zainteresowani innowacyjnością. Spora część zmian w tym zakresie rozpoczęła się w małych firmach, które wywierały wpływ na większe podmioty. One właśnie tworzyły firmy o zrównoważonym charakterze już od samego początku, bez konieczności majstrowania przy strukturach firm, które nie mają zrównoważonych cech.”



PRZESUNIĘCIA
W POTRZEBACH ZAWODOWYCH

Kredyty, doradztwo w obszarze fuzji i przejęcia oraz wspólne inwestycje

Przedsiębiocy i firmy rodzinne byli zmuszeni do nauczenia się nowych wymiarów elastyczności, by ustabilizować swoje firmy w trakcie największych zewnętrznych wstrząsów, które targnęły globalną gospodarką w ostatnim wieku. Wpływ kryzysu na ich przedsięwzięcia był głęboki i w wielu przypadkach ujawnił lukę między treścią porad a wymaganymi rozwiązaniami. **Sytuacja ta dotyczyła przede wszystkim obszaru kredytowania w sytuacji znacznie większej skłonności i zainteresowania dostępem do kredytów w warunkach niemal zerowych stóp procentowych.**



W ujęciu globalnym ponad połowa przedsiębiorców i firm rodzinnych twierdzi, że rozważa współpracę z nowymi dostawcami usług finansowych w celu zaspokojenia swoich potrzeb kredytowych. Poruszanie się w środowisku niskich stóp procentowych przełożyło się na większą skłonność do rozpoczynania nowych relacji i rozbudowy starych.

Widzimy tu wyraźne różnice pomiędzy poszczególnymi grupami wiekowymi: przedsiębiorcy z pokolenia milenialsów są o wiele bardziej chętni współpracować z nowymi dostawcami w celu zaspokojenia swoich potrzeb kredytowych (55%) niż przedsiębiorcy z pokolenia wyżu demograficznego (36%). Aż 76% przedsiębiorców z pokolenia wyżu demograficznego kontynuowałoby współpracę z obecnymi instytucjami finansowymi [rys. 2].

Jeżeli chodzi o sytuację w poszczególnych regionach, to występuje duże zainteresowanie rozszerzaniem istniejących stosunków kredytowych w regionie Azji i Pacyfiku oraz regionie RWPZ, przede wszystkim ze względu na wrażliwość na marże. Inaczej sytuacja przedstawia się w Europie, gdzie stopy procentowe przez długi okres były na historycznie najniższych poziomach, a od połowy do dwóch trzecich klientów jest obecnie otwartych na tworzenie nowych relacji, o ile nowe współpracujące podmioty wykażą odpowiednią znajomość ich działalności.

Dzieje się tak, ponieważ wiele podmiotów w tych regionach zamierza korzystać z dodatkowych linii kredytowych do wspierania swojej działalności w pełnym wyzwań okresie odbicia gospodarczego. Kredyty w Europie mają być wykorzystywane do poprawy wyników przez 54% przedsiębiorców we Francji, 58% w Hiszpanii oraz 68% we Włoszech.

Ta ponowna ocena wymagań kredytowych nie jest zaskoczeniem dla **Michaela Arendsa, dyrektora generalnego BNP Paribas Wealth Management w Niemczech**. Komentuje on wyniki następująco:

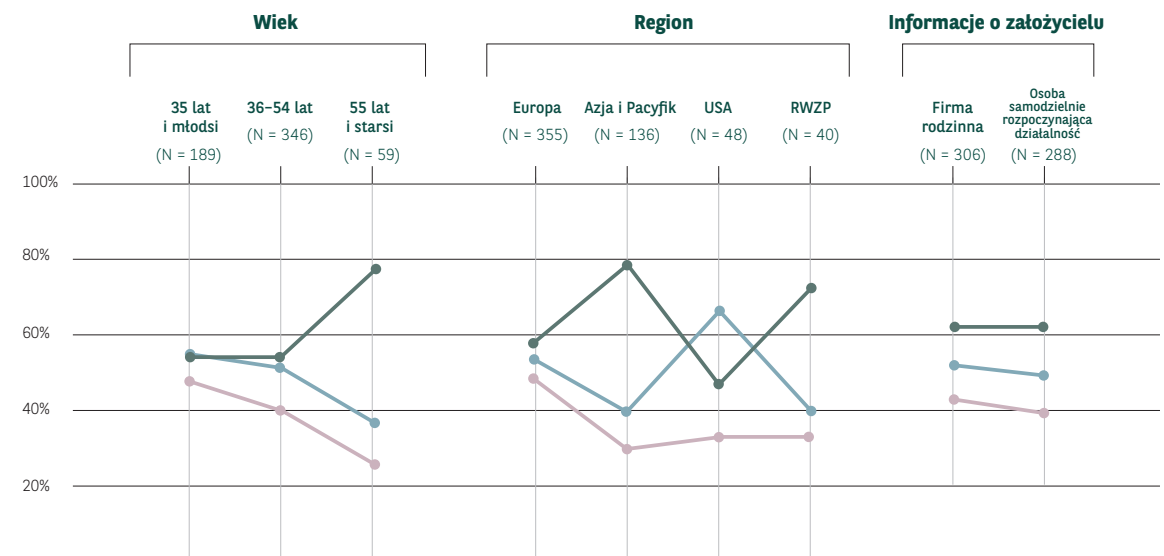
„Widzimy więcej klientów interesujących się kredytami niż kiedykolwiek wcześniej, co jest związane z rynkiem nieruchomości oraz dźwignią, ponieważ ich celem jest wygenerowanie określonej stopy zwrotu z aktywów, w które inwestują. Wielu z nich pożycza, by wypłacić zaliczkę z tytułu transakcji.”

50%

przedsiębiorcy i firmy rodzinne rozważają współpracę z nowymi kredytodawcami

Cel rodzinnego biura

	Ogólne (N = 594)
● Inwestowanie z celem pozytywnego oddziaływania i generowania zwrotu finansowego	62%
● Zarządzanie rodzinnym majątkiem	51%
● Ochrona składników majątku w celu ich późniejszego przekazania kolejnemu pokoleniu	41%



[RYS. 2] Czy w tym roku zdarzyło się Państwu współpracować z nowymi dostawcami w zakresie kredytów?

N = 594

Źródło: Globalny raport BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021

W Niemczech 61% respondentów jest skłonnych zwiększyć swoją ekspozycję kredytową bardziej niż od 6 do 12 miesięcy temu. Michael Arends kontynuuje:

Normalnie niemieccy klienci są konserwatywni jeżeli chodzi o płynne aktywa, a kryzys jedynie pogłębił tę tendencję. Zainteresowanie kredytem nie wynika jednak z kryzysu, a z ujemnych stóp procentowych i konieczności płacenia za zdeponowaną gotówkę. Widzimy, jak klienci koncentrują się na tym, by ich środki pracowały."

Olivier Van Belleghem spodziewa się, że zainteresowanie klientów kredytem będzie trwało dłuższy czas.

W zeszłym roku udzielone kredyty osiągnęły rekordową wartość, a w tym roku w dalszym ciągu są popularne. Przedsiębiorcy i firmy rodzinne korzystają z kredytów, by dywersyfikować swoje portfele oraz inwestować w inne rodzaj działalności, nieruchomości oraz inne aktywa."

Wyższe zainteresowanie kredytami nie jest jedyną zmianą w zakresie tych wymagań. Przedsiębiorcy i firmy rodzinne pytani o to, jakie usługi nie są dostępne dziś, a mogłyby im się przydać w przyszłości, wskazywali na doradztwo w obszarze fuzji i przejęć oraz możliwości wspólnych inwestycji [rys. 3]. Te usługi częściej są uznawane za "nieobecne, choć cenne" niż na przykład produkty w zakresie uposażeń na życie, rynków kapitałowych, czy też produktów depozytowych.

Potrzeba doradztwa w obszarze fuzji i przejęć w szczególności pokazuje olbrzymie znaczenie dostępu do fachowej wiedzy korporacyjnej i instytucjonalnej dla inwestorów prywatnych i liderów biznesu.

W regionie Azji i Pacyfiku oraz państwach RWZP wskazano usługi powiernicze jako istotne, choć niedostępne szeroko. Respondenci z Europy oraz USA wskazywali na brak dostępu do alternatywnych opcji inwestycyjnych.

Michael Arends wskazuje na jedną z wyjątkowych cech wspólnych inwestycji:

Wspólne inwestycje to może być w praktyce trudny temat, ponieważ nie jest łatwo zgodzić się co do podziału zadań i ich charakteru w ramach wspólnej inwestycji. Jest to kolejny przykład strategii dywersyfikacji klas aktywów. Natomiast posiadanie 10%, czy 20% udziałów w firmie w formie inwestycji bezpośrednich to coś zupełnie innego, niż bycie udziałowcem firmy notowanej na giełdzie. Wydaje mi się, że rynki płynne oferują w większym stopniu zrównoważone doznania, natomiast na rynkach o niskiej płynności do głosu dochodzą emocje.

Kontynuuje:

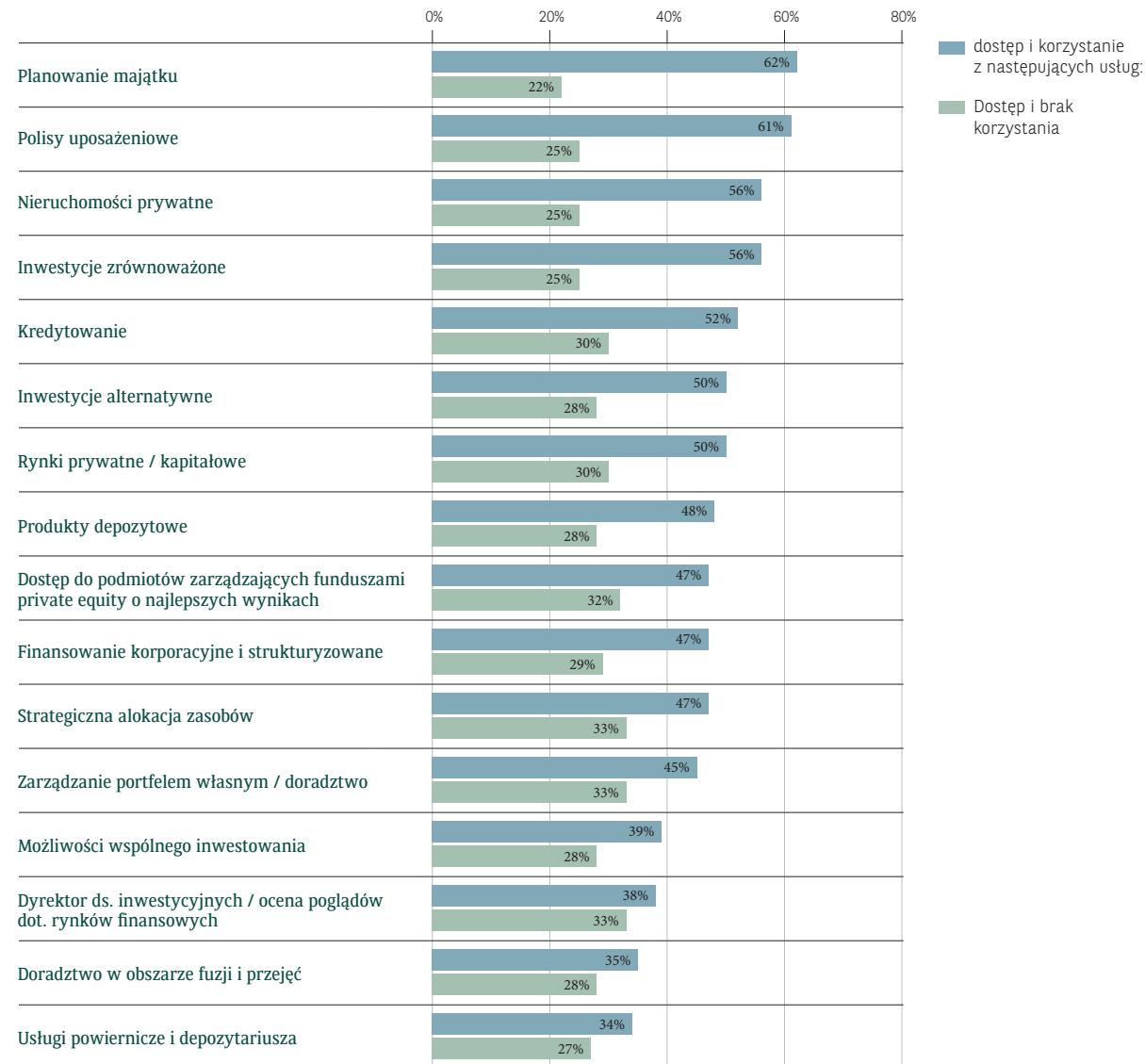
Doradztwo w zakresie fuzji i przejęć wpływa czasem w trakcie rozmów dotyczących planowania majątku. W przypadku przekazywania majątku kolejnym pokoleniom do zadawanych pytań należy kto będzie kierował firmą, w jaki sposób realizowane będzie uczestnictwo w niej, jaka będzie ogólna struktura zarządzania, co z kolei może powodować reorganizację w ramach grupy, wykupy, itp. BNP Paribas oferuje dodatkową wartość klientom w obszarze fuzji i przejęć średniej skali, albo w obszarze poszerzania lub przekazywania majątku kolejnym pokoleniom.

Można zaobserwować wiele różnic między rodzinami wielopokoleniowymi, które prowadzą swoje firmy przez wiele dekad i posiadają ugruntowane relacje, a początkującymi firmami bez wsparcia rodziny i które dostrzegają więcej braków w wymaganych zdolnościach. **45% przedsiębiorców z pierwszego pokolenia twierdzi, że nie ma dostępu do trzech lub większej liczby usług finansowych, które byłyby im przydatne, a na to samo wskazuje 40% rodzin wielopokoleniowych.**

Komentując te wyniki **Enna Pariset** wskazuje, że w szczególności w czasie kryzysu przedsiębiorcy wszystkich typów potrzebowali wokół siebie zespołów, które w sposób kompleksowy zajmowałyby się ich potrzebami.

Moi klienci pochodzą przede wszystkim ze Szwajcarii, lecz także prowadzą międzynarodowe firmy. Ich wymagania osobiste i zawodowe są czasami bardzo wyrafinowane. Na przykład zdarza się, że potrzebują eksperta ds. zarządzania majątkiem, a jednocześnie osoby prowadzącej rodzinne biura, albo zespół finansowy ds. nieruchomości i zespoły ds. fuzji i przejęć omawiające finansowanie i kwestie strategii."

Przedsiębiorcy i firmy rodzinne zwracają uwagę na szereg nieobecnych usług



[RYS. 3] Z których z poniższych usług korzystają Państwo lub Państwa rodzina w celu zaspokojenia potrzeb związanych z rodzinnym majątkiem?

N = 920
Źródło: Globalny raport BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021





ROZDZIAŁ 2

Zarządzanie majątkiem rodzinnym przez wiele pokoleń

Przedsiębiorcy i firmy rodzinne: tu chodzi o osobistą relację

Wszyscy mają nadzieję, że w 2021 r. w wielu częściach świata nastąpi powrót do najbardziej wytęsknionych aspektów życia sprzed pandemii.

Nie inaczej uważają respondenci w naszym badaniu ankietowym. Ich sytuacja jest jednak wyjątkowa. Rodziny wielopokoleniowe oraz przedsiębiorcy prowadzą firmy, do których często są bardzo przywiązani i których sukces często jest blisko związany z ich przywództwem oraz wizją. Jednocześnie są to osoby, które podobnie jak inni miały czas na przemyślenia dotyczące tego, na co poświęcają swój czas.



Plany emerytalne

zmieniają się w odpowiedzi na kryzys

54% respondentów zapytanych o to, czy ponad 12 miesięcy kryzysu wpłynęło na ich plany osobiste, wskazało, że tak i że **obecnie zastanawiają się nad zmianą swoich planów emerytalnych** [rys. 4]. Najczęściej chcą opóźnić przejście na emeryturę lub przechodzić na nią stopniowo (41%), natomiast jedynie 13% chce przejść na emeryturę wcześniej.

Wśród odpowiedzi widać dużą różnorodność w zakresie tego, w jaki sposób liderzy na całym świecie zmieniają swoje osobiste plany. **45% przedsiębiorców w USA i w Europie chce obecnie opóźnić lub spowolnić odchodzenie na emeryturę**, być może po to, by mogli aktywnie uczestniczyć w stabilizowaniu firmy podczas etapu wychodzenia z kryzysu lub nadzorować długofalowe plany transformacji. Znacznie więcej takich odpowiedzi udzielano w państwach Beneluksu, Wielkiej Brytanii oraz Szwajcarii, gdzie większość respondentów przewiduje późniejsze przejście na emeryturę.

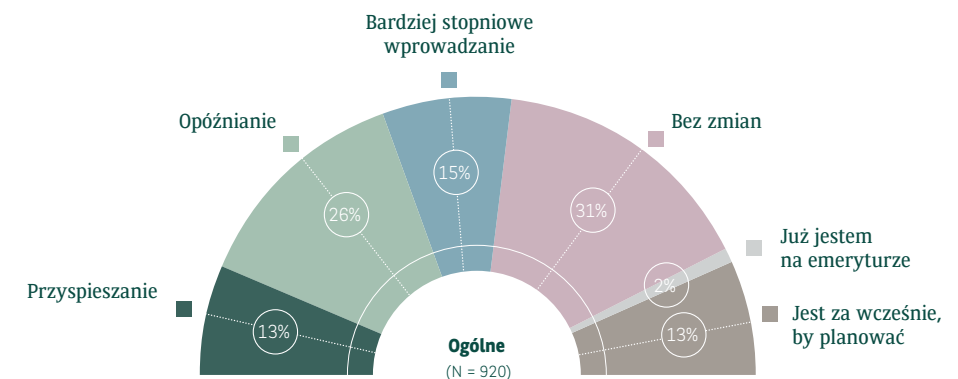
W regionie Azji i Pacyfiku oraz w państwach RWZP dominuje inne podejście. **W tych regionach przedsiębiorcy znacznie rzadziej przewidują zmiany w osobistych planach**. Respondenci z regionu Azji i Pacyfiku ponad dwa razy częściej niż respondenci z Europy (i trzy razy częściej niż ankietowani z USA) uważają, że niezależnie od pandemii jest zbyt wcześnie, by myśleć o emeryturze.

Ali Homayounfar komentując te wyniki zauważa, że:

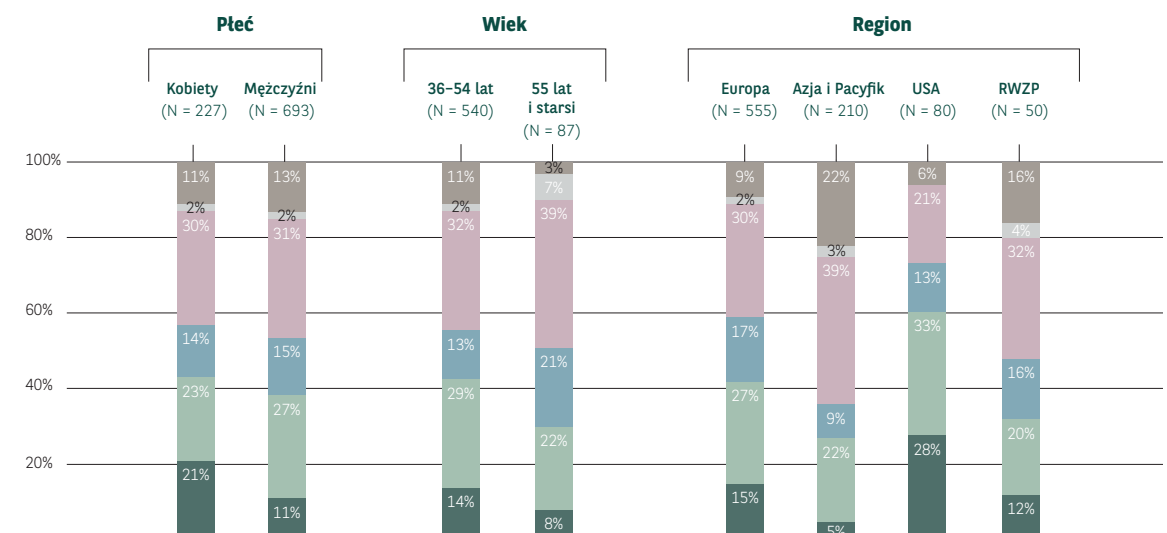
„Pandemia dała ludziom czas, by na chwilę się zatrzymać, zastanowić i działać. Mimo tego, że duże przegrupowanie względem czasów sprzed pandemii jeszcze nie nastąpiło, to z pewnością występuje teraz większa otwartość na omawianie tematów planowania majątku między pokoleniami, w tym jego przekazywania, planowania sukcesji i ubezpieczeń.

Niektóre z planowanych zmian zacierają różnicę między światem prywatnym a zawodowym. **Wielu ankietowanych wstrzymuje lub opóźnia plany emerytalne, a 38% wskazuje, że chce teraz bardziej angażować się w działalność firmy.**

Przedsiębiorcy z pokolenia milenialsów (46%) oraz kobiety przedsiębiorcy (44%) częściej podejmują to przywódcze wyzwanie i częściej planują znaczącą zmianę jeżeli chodzi o ich osobisty wkład w codzienne działanie ich przedsięwzięć.



Plany emerytalne



[RYS. 4] Czy COVID-19 oraz niepewność, jaką przyniosła pandemia, wpłynęły w jakiś sposób na Państwa plany osobiste i zawodowe?

N = 920
 Źródło: Globalny raport BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021
 Ze względu na zaokrąglenia wartości procentowe podane na tym wykresie mogą nie odpowiadać faktycznym wartościom.

Nagłe zmiany planów zawodowych mogą mieć duży wpływ na planowanie finansowe i planowanie w zakresie majątku osobistego. W niektórych krajach długi cień kryzysu będzie wpływał na kwoty bezpośredniego wsparcia przekazywane kolejnemu pokoleniu.

W ujęciu globalnym 33% respondentów zwiększy kwoty przekazywane dzieciom i wnukom na rzecz walki ze skutkami pandemii. Takich odpowiedzi udzielano jeszcze częściej na rynkach wschodzących, na których warunki wychodzenia z kryzysu są trudne, np. w Turcji (56%), Indonezji (53%) oraz Brazylii (48%).

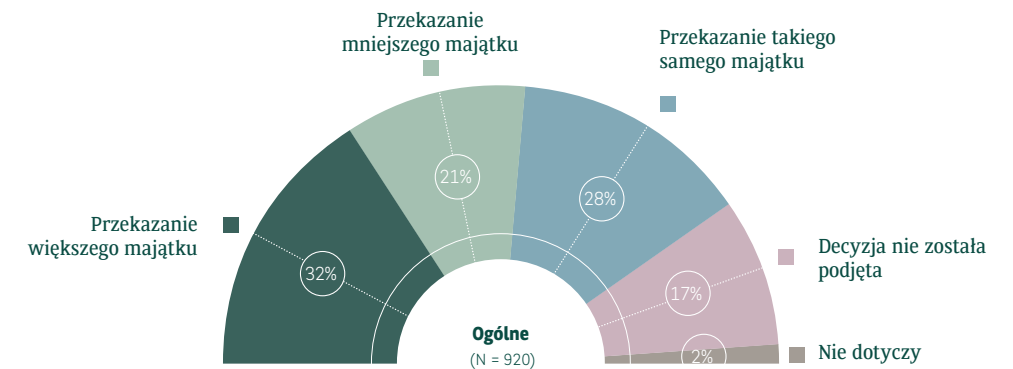
Więcej czasu poświęconego na prowadzenie firmy oraz inwestycji przekłada się na rodzinny majątek i długofalowe decyzje dotyczące jego przekazywania. **32% respondentów planuje przekazać większy majątek kolejnemu pokoleniu niż to planowało przed pandemią, a w USA 39% [rys. 5].**

Wyjątkiem są tutaj respondenci z regionu Azji i Pacyfiku, którzy częściej wahają się, czy należy zmieniać plany przekazywania majątku.

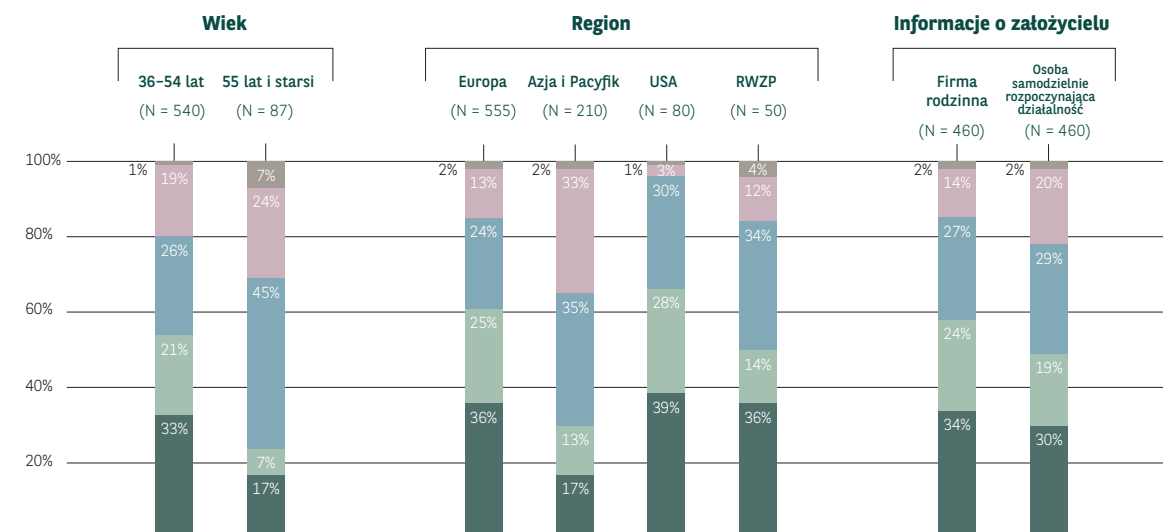
Inni respondenci z kolei zmagają się z problemem tego, jak najlepiej czasowo rozegrać przekazywanie majątku. Skutki nieoptymalnego przeprowadzenia tego procesu mogą być wielorakie, od zniechęcenia następców do wyznaczania własnego kierunku do niemożności utrzymania przez beneficjenta pożądanego stylu życia, czy problemów z realizacją innych celów, na przykład charytatywnych.

Niemal połowa (49%) respondentów zastanawia się nad zmianą harmonogramu przekazywania majątku, natomiast jedna piąta (21%) wciąż nie podjęła w tym względzie decyzji. Najbardziej zainteresowani szybszym przekazaniem majątku są respondenci w Holandii oraz Wielkiej Brytanii (po 46%) i Szwajcarii (44%), natomiast respondenci z Belgii (50%) i USA (40%) częściej planują opóźnienie w tym względzie.

Więcej pieniędzy w obiegu między Europą a USA



Ilość przekazywanego majątku

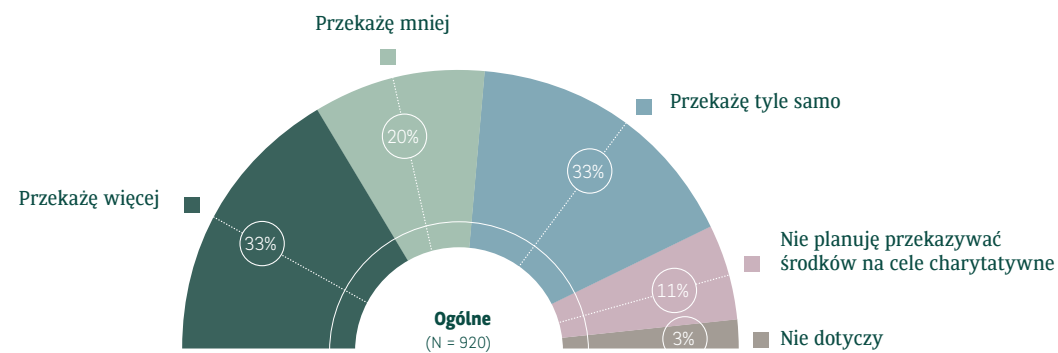


[RYS. 5] Czy w obliczu gospodarczej niepewności zmieniły się Państwa zamiary dotyczące przekazania majątku młodszemu pokoleniom?

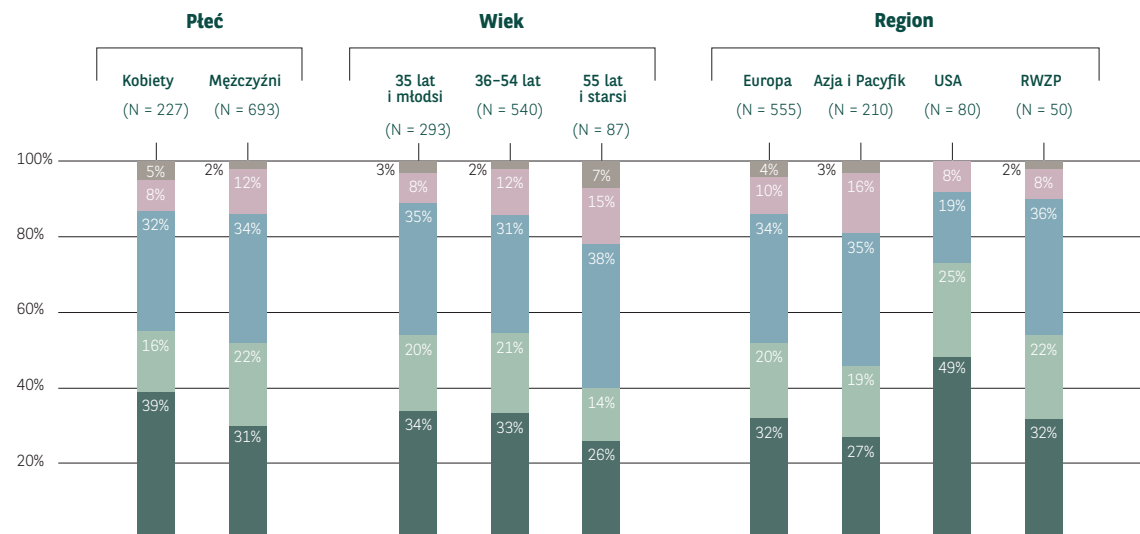
N = 920
Źródło: Globalny raport BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021

1/3

Przekażę więcej na cele charytatywne



Cele charytatywne



[RYS. 6] Czy w obliczu gospodarczej niepewności zmieniły się Państwa zamiary dotyczące przekazania majątku młodszemu pokoleniu?

N = 920
Źródło: Globalny raport BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021

Zniszczenia, jakie wyrządziła pandemia, sprawiły, że jeszcze ważniejsze stały się inicjatywy filantropijne, w których wielu przedsiębiorców i rodzinnych firm z dumą uczestniczy.

Ponad połowa respondentów (53%) obecnie analizuje, czy zmienić kwoty przeznaczane na cele charytatywne [Rys. 6]. Przedsiębiorcy - kobiety oraz przedsiębiorcy z pokolenia milenijsów ponownie wyłaniają się jako dwie najbardziej aktywne grupy, które są zdeterminowane, by zwiększyć kwoty przeznaczane na cele charytatywne w porównaniu do poziomu sprzed pandemii. W USA niemal połowa respondentów chce obecnie przeznaczyć na te cele więcej.

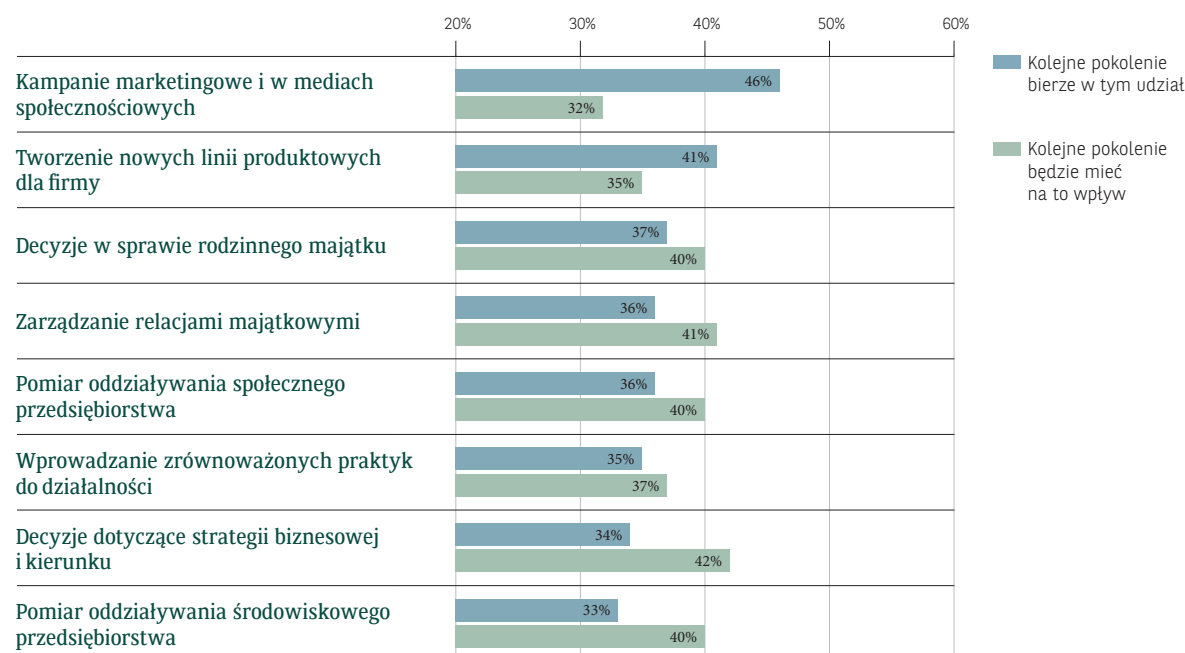


Oddanie decydującego głosu nowemu pokoleniu

Nawet jeżeli decyzje dotyczące przejścia na emeryturę i przekazania majątku wciąż nie zostały podjęte, to kolejne pokolenie rodzin z pewnością będzie mieć duży wpływ na zarządzanie majątkiem i procesy decyzyjne w tych firmach.



Kolejne pokolenie zwiększa wpływy w zakresie strategii biznesowych i rodzinnych decyzji dotyczących majątku



[RYS. 7] W jakim stopniu kolejne pokolenie w Państwa rodzinie będzie uczestniczyć w zarządzaniu majątkiem rodziny / firmą?

N = 920

Źródło: Globalny raport BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021

W ujęciu globalnym 42% respondentów spodziewa się, że kolejne pokolenie ich rodzin będzie wpływać na przyszłą strategię biznesową [Rys. 7]. Wyniki są podobne we wszystkich czterech regionach, a także dla różnych profili właścicielskich, tj. u przedsiębiorców z rodzin o ugruntowanej tradycji i u przedsiębiorców z pierwszego pokolenia.

Może to oznaczać, że szybko znaczenie zyskują przemyślenia na temat dziedzictwa i angażowania zaufanych członków rodziny, nawet u przedsiębiorców bez wcześniejszych rodzinnych tradycji, którzy budują własne przedsiębiorstwa od zera.

Na niektórych rynkach młodzi członkowie rodziny już teraz w pełni uczestniczą w planowaniu biznesowym. **Dodatkowa jedna trzecia (34%) przedsiębiorców wskazuje, że kolejne pokolenie uczestniczy w ustalaniu kierunku ich działalności.** W ujęciu globalnym młodzi członkowie rodziny częściej są aktywnymi decydentami w Brazylii (52%), Szwajcarii (49%), Wielkiej Brytanii oraz we Włoszech (po 46%).

Wpływ dzieci i wnuków założycieli liczy się także w sferze osobistej, ponieważ **37% respondentów uważa, że obecnie to młodsze pokolenia podejmują decyzje w zakresie zarządzania rodzinnym majątkiem.** Na przykład większość (56%) przedsiębiorców w ważnych ośrodkach finansowych, takich jak Luksemburg, czy Szwajcaria, wskazuje, że jest to objęte zakresem ich obowiązków.

Na innych rynkach europejskich szersza odpowiedzialność kolejnego pokolenia pojawia się już na horyzoncie. **44% respondentów z Francji przewiduje, że młodzi członkowie rodziny będą w większym stopniu wpływać na strategię biznesową** oraz jej kierunek, natomiast w Hiszpanii jest to 46%.

Rola kolejnego pokolenia nie ogranicza się jedynie do zakulisowego planowania i współpracy. **Osoby takie kierują także aspektami transformacji biznesowej,** szybko stając się kluczowymi uczestnikami modernizacji przedsiębiorstwa, jego linii produktowych oraz marki.

Okolo jedna trzecia (35%) respondentów wdraża na przykład w swojej działalności praktyki zrównoważone. Jeden na trzech respondentów przekazał kolejnemu pokoleniu upoważnienie do kierowania pomiarem

środowiskowego i społecznego oddziaływania ich komercyjnej aktywności, prawdopodobnie z zamiarem osiągnięcia usprawnień.

Ten trend będzie kontynuowany, **ponieważ 40% respondentów w ujęciu globalnym spodziewa się że kolejne pokolenie będzie wywierać duży wpływ na kierowanie pomiarem oddziaływania na środowisko**, a na to samo wskazuje jeszcze więcej respondentów w niektórych krajach europejskich, takich jak Polska (62%), Szwajcaria (56%), Luksemburg (52%) oraz Niemcy (46%). Pokazuje to, że strefa wpływów młodszych członków rodziny poszerza się.

Rodziny wskazują też na obszary, w których specjalistyczne doradztwo pomogłoby im z powodzeniem wdrażać świeże pomysły nowego pokolenia.

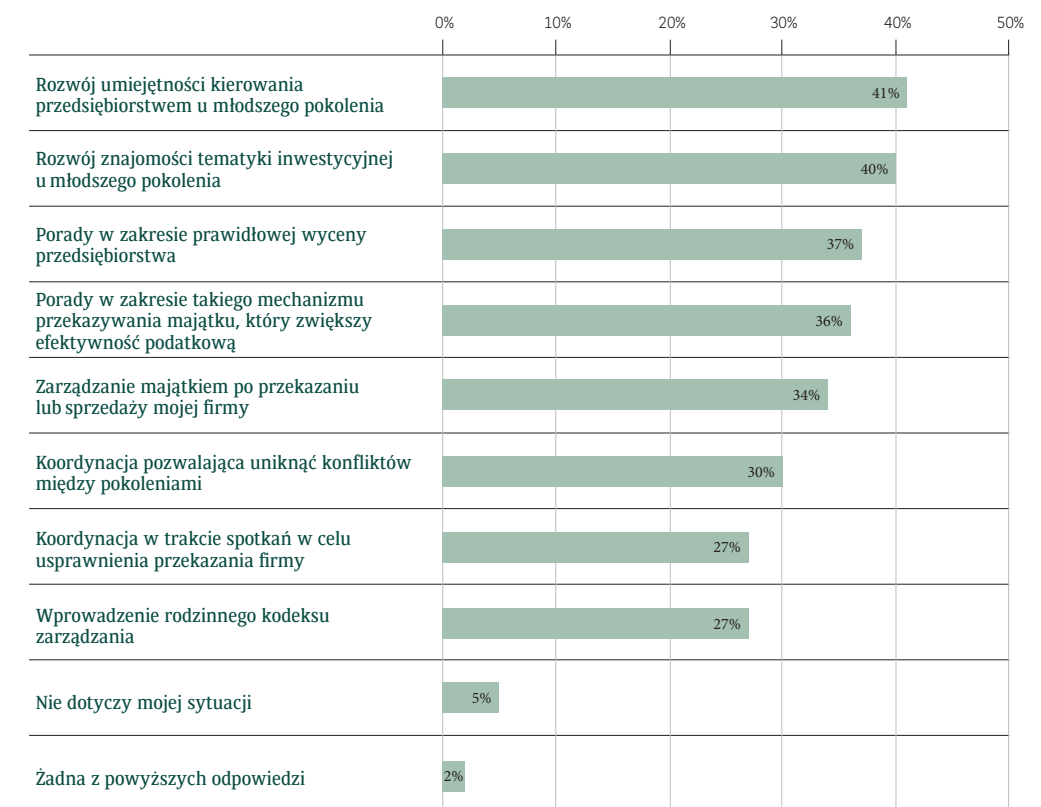
Dwóch na pięciu (41%) przedsiębiorców uważa, że priorytetowym obszarem, w którym pomogłoby im doradztwo w zakresie zarządzania majątkiem jest rozwój umiejętności zarządzania firmami u kolejnego pokolenia [Rys. 8]. W państwach RWZP oraz w regionie Azji i Pacyfiku występuje duża chęć zapewnienia im lepszego zrozumienia obszaru inwestycji.

Podobny nacisk widać wśród rodzin wielopokoleniowych przedsiębiorstw, większy niż w przypadku przedsiębiorstw startujących od zera. **Firmy rodzinne koncentrują się na lepszym zrozumieniu tematyki inwestycji przez młodsze pokolenie, tak by mogło więcej angażować się w tym zakresie (42%).** Z punktu widzenia zarządzania powierzonym majątkiem rodzinnym ma to sens.

Przedsiębiorcy z pierwszego pokolenia podkreślają natomiast znaczenie rozwoju ich umiejętności zarządzania i umiejętności handlowych (44%). Ponieważ ich firmy będą zapewne w dużej mierze stanowić o ich spuściznie, być może mają nadzieję, że pewnego dnia przekażą pałeczkę swoim dzieciom.

W warunkach szerokich debat we wszystkich regionach dotyczących zmian w środowisku finansowym i tego, w jaki sposób finansować nadzwyczajne międzynarodowe i krajowe bodźce fiskalne, ultraprzedsiębiorcy są bardziej zainteresowani zabezpieczeniem swoich przedsięwzięć. **Zwracają się oni po porady w zakresie zarządzania majątkiem, a konkretnie tego, w jaki sposób dokonać prawidłowej wyceny ich firm oraz stworzyć efektywną podatkowo strukturę przed przekazaniem majątku innym członkom rodziny.**

Firmy rodzinne i przedsiębiorcy nadają najwyższy priorytet rozwojowi określonych umiejętności u młodszych członków rodziny



[RYS. 8] Patrząc w przyszłość kiedy przewidują Państwo największą potrzebę wsparcia ze strony zarządcy majątku w zakresie angażowania kolejnego pokolenia w przedsiębiorstwo lub zarządzanie majątkiem?

N = 920

Źródło: Globalny raport BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021



Podsumowanie

W trzeciej części tegorocznego raportu analizujemy, w jaki sposób w erze pandemii zmieniły się wymagania wielopokoleniowych rodzin i przedsiębiorców.

Z ankiety wynika, że plany zawodowe i osobiste podlegają obecnie weryfikacji w świetle różnych wektorów presji gospodarczej i przedłużającego się okresu niepewności. Pomimo wyzwań ostatnich 18 miesięcy respondenci z całego świata podejmują decyzje, które świadczą o ich optymizmie i koncentracji na przyszłości, a wspólnym motywem jest tu łączenie doświadczenia oraz świeżych zdolności i perspektywy kolejnego pokolenia członków rodziny.

Na przykład tam, gdzie ponownej ocenie podlegają plany emerytalne, dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że najstarsze pokolenie chce dłużej kierować firmą, być może po to, by nadzorować wychodzenie z kryzysu lub po to, by wspierać wymaganą cyfrową transformację.

Respondenci nie chcą, by młodszy członkowie rodziny stracili szansę na wdrażanie swoich pomysłów, przewidując, że ich wpływ na optymalizację oddziaływania środowiskowego i społecznego ich przedsięwzięć będzie coraz większy.

Przedsiębiorcy z pokolenia milenialsów i rodziny z pokolenia Z częściej wnoszą swój wkład w przyszłą strategię działania firmy i wspierają zarządzanie rodzinnym majątkiem.

Dla respondentów na całym świecie ważne jest pozytywne oddziaływanie ich przedsiębiorstw.

Około jeden na trzech respondentów wskazuje obecnie generowanie zwrotu finansowego oraz pozytywne wpływanie jako najważniejsze cele rodzinnego

biura i rodzinnej struktury firmy. Przedsiębiorcy z pierwszego pokolenia częściej niż rodziny wskazują na pozytywne oddziaływanie jako ich cel. Dzieje się tak dlatego, że rodziny w większym stopniu uwzględniają aspekty zachowania rodzinnego majątku i spuścizny.

Napięcia między tymi siłami są widoczne w ewoluujących planach przekazywania majątku, bowiem wielu respondentów chce zwiększyć wydatki na cele dobroczynne, a jednocześnie zwiększyć wsparcie finansowe dla członków rodziny, przekazując więcej majątku w terminie wcześniejszym, niż planowało przed kryzysem. Odpowiednie zarządzanie tymi konkurencyjnymi celami wymaga zdecydowanego i holistycznego spojrzenia na planowanie finansowe i planowanie majątku.

Przedsiębiorcy i firmy rodzinne zwracają się także o specjalistyczne porady w innych obszarach, by wspierać ich plany biznesowe. Do poprawy wyników biznesowych niektórym przedsiębiorcom mają służyć kredyty, doradztwo w obszarze fuzji i przejęć oraz wspólnych inwestycji. Inni przedsiębiorcy z kolei skupiają się na planowaniu sukcesji i chcą pomóc kolejnemu pokoleniu zrealizować jego ambicję służąc ukierunkowanymi radami.

Naszym celem jest wspieranie dobrej kondycji przedsiębiorców i firm rodzinnych. Mamy nadzieję, że poszczególne tematy Globalnego raportu BNP Paribas o przedsiębiorcach i firmach rodzinnych 2021 cieszyły się Państwa zainteresowaniem.

BNP Paribas Wealth Management

W świecie, który stale ewoluje, przedsiębiorcy i rodziny powinny budować strategię w zakresie swojego majątku z partnerem, któremu ufają.

Nasi eksperci tworzą dostosowane do potrzeb rozwiązania korzystając z rozbudowanej sieci i wiedzy fachowej, by pomóc Państwu zbudować most pomiędzy majątkiem biznesowym a osobistym. Jesteśmy po to, by doradzać Państwu na każdym kroku. Ciesząc się wsparciem globalnej sieci wealth management, naszych centrów biznesowych na całym świecie, a także banku korporacyjnego i inwestycyjnego, mają Państwo możliwość wykorzystania możliwości wiodącego banku i instytucji finansowej.

Nasz pion Wealth Management zarządza aktywami o wartości 410 mld EUR i jest wiodącym podmiotem bankowości prywatnej na świecie, zajmując siódmą pozycję globalnie i pierwszą w strefie euro. Posiadamy biura w trzech ośrodkach w Europie, Azji oraz USA i zatrudniamy 6800 profesjonalistów. Nasza znajomość lokalnego klimatu inwestycyjnego i kultury sprawia, że jesteśmy naturalnym partnerem dla klientów, którzy pragną zarządzać swoim majątkiem, zachować go i pomnażać na całym świecie w perspektywie długoterminowej. Niedawno zostaliśmy uznani za najlepszy bank bankowości prywatnej na świecie, najlepszy bank bankowości prywatnej w Europie, najlepszy bank bankowości prywatnej w Hongkongu oraz najlepszy bank bankowości prywatnej w zachodniej części USA.

wealthmanagement.bnpparibas

Zespół Client Insight Aon

Zespół Client Insight Aon należy do Aon plc i jest wiodącą firmą konsultingową w zakresie opinii i strategii w globalnej branży wealth. Specjalizujemy się w analizach dotyczących osób o bardzo wysokiej/wysokiej wartości netto, a także instytucji finansowych, z którymi współpracują, dzieląc się naszą wiedzą z liderami biznesu, by umożliwić im rozwój i lepsze wyniki.

Jako globalny zespół doradców doskonale rozumiemy wyzwania stojące przed sektorem wealth management oraz szanse na rozwój. Naszą pasją jest poprawa efektów osiąganych przez klientów. Do naszych kluczowych kompetencji należą badania angażujące klientów, przywództwo idei, oceny monitoringu marek i doradztwo strategiczne.

Do tej pory zebraliśmy od klientów na całym świecie 150 000 indywidualnych opinii, dzięki czemu dostarczamy niezrównanej jakości danych instytucjom, z którymi współpracujemy.

Badanie zaprezentowane w tym raporcie zostało przeprowadzone i opracowane przez Aon UK Limited, należąca do Aon plc. Aon UK Limited posiada licencję Organu Nadzoru Finansowego (Financial Conduct Authority) i jest przez niego regulowany.

Aon plc (NYSE: AON) to wiodąca na świecie firma świadcząca usługi profesjonalne i zapewniająca rozwiązania w zakresie ryzyka, planów emerytalnych i zdrowia. 50 000 współpracowników w 120 państwach czuwa nad jakością wyników dla naszych klientów, wykorzystując nasze własne dane i analitykę do budowania wniosków i analiz, które redukują niepewność i ulepszają wyniki.

ZASTRZEŻENIE

Badanie zaprezentowane w tym raporcie zostało przeprowadzone i opracowane przez Aon UK Limited, należąca do Aon plc, we współpracy z Wealth Management Métier należącym do BNP Paribas, francuskiej spółki Société Anonyme o kapitale zakładowym w wysokości 2 499 597 122 EUR, z siedzibą pod adresem 16 boulevard des Italiens, 75009 Paryż (Francja), wpisanej do rejestru pod numerem 662 042 449 RCS Paris, zarejestrowanej we Francji jako bank przez francuski urząd Autorité de Contrôle Prudentiel (ACP) oraz nadzorowanej przez francuską instytucję *Autorité des Marchés Financiers (AMF)*.

Przed zawarciem jakiegokolwiek transakcji każdy inwestor powinien dokładnie zrozumieć ryzyko finansowe i wartość merytoryczną, ocenić słuszność inwestowania w dany produkt, uwzględnić ryzyko rynkowe związane z emitentem, a także przed dokonaniem inwestycji zasięgnąć porady u własnych doradców prawnych, regulacyjnych, podatkowych, finansowych i rachunkowych. Inwestorzy powinni być w stanie rozumieć w pełni charakterystykę transakcji, a w przypadku braku odmiennych postanowień, mieć możliwość pokrycia finansowej straty wynikającej z inwestycji i akceptować takie ryzyko. Inwestorzy powinni zawsze pamiętać, że wartość inwestycji oraz dochodu z inwestycji może spadać bądź rosnać, a wyników z przeszłości nie należy traktować jako prognozy przyszłych wyników. O ile wprost nie uzgodniono inaczej na piśmie, BNP Paribas nie działa jako doradca finansowy ani powiernik inwestora w żadnej transakcji.

Mimo że informacje zawarte w tym dokumencie zostały uzyskane z opublikowanych i nieopublikowanych źródeł, które Aon i BNP Paribas uważają za kompletne, rzetelne i dokładne, ani Aon, ani BNP nie twierdzą ani nie gwarantują, bezpośrednio ani pośrednio, wyczerpującego charakteru, rzetelności i prawdziwości informacji oraz nie przyjmują za nie odpowiedzialności; wszelkie opinie wyrażane w niniejszym dokumencie mogą ulec zmianie bez wcześniejszego powiadomienia. Aon i BNP Paribas nie przyjmują odpowiedzialności za skutki, które mogą wynikać z wykorzystania informacji, opinii lub prognoz zawartych w niniejszym dokumencie. Przyjmując niniejszy dokument, wyrażają Państwo zgodę na obowiązywanie powyższych ograniczeń.

© BNP Paribas (2021). Wszystkie prawa zastrzeżone, © Aon (2021). Wszystkie prawa zastrzeżone.

Niniejszy dokument został wydrukowany w całości na papierze pochodzącym z recyklingu z certyfikatem FSC® Recycled.

Autorzy zdjęć: © Getty images, Westend61, Westend61, Westend61, Luis Alvarez, sanjeri, sanjeri, Lane Oatey/Blue Jean Images, Ascent/PKS Media Inc., Maskot, Morsa Images, shomos uddin.

Znajdź nas



Elitarni przedsiębiorcy
@BNPP_Wealth



BNP Paribas Wealth Management



wealthmanagement.bnpparibas

Dostępne
w APLIKACJI „VOICE OF WEALTH”



BNP PARIBAS
WEALTH MANAGEMENT

Bank
zmieniającego się
świata