



Capgemini press contacts:

Michela Cotich

Marketing & Communication

michela.cotich@capgemini.com

+39 347 3620244

Community Group:

Michele Bon

michele.bon@communitygroup.it

+39 338 6933868

Carlo Carboni

carlo.carboni@communitygroup.it

+39 348 9412226

World Wealth Report 2020: per la prima volta in otto anni la crescita della ricchezza degli HNWI in Nord America supera quella dell'Asia-Pacifico, sebbene il COVID-19 sia fonte di incertezza

Gli HNWI mostrano interesse per gli investimenti sostenibili, valutano le commissioni (fee) e ricercano offerte iper-personalizzate

Milano, 9 luglio 2020 – Capgemini ha pubblicato oggi il [World Wealth Report 2020](#) (WWR), dal quale è emerso che nel 2019 la popolazione di High Net Worth Individual¹ (HNWI) e la relativa ricchezza sono aumentati di quasi il 9% a livello globale, nonostante il rallentamento dell'economia mondiale, la guerra dei dazi e le tensioni geopolitiche. Tale incremento è dovuto a un aumento della ricchezza in Nord America e in Europa rispettivamente dell'11% e del 9%, percentuali che – per la prima volta dal 2012 – hanno superato quelle dell'area Asia-Pacifico (8%). Tuttavia il boom dell'anno precedente è stato offuscato da uno scenario incerto, visto che le attese del Fondo Monetario Internazionale sull'economia globale stimano un calo del 4,9% nel 2020.²

Nel 2019, la popolazione e la ricchezza globale degli HNWI in Nord America sono aumentate dell'11% (rispetto al calo della ricchezza dell'1% riportato nel 2018): questo significa che l'intera area, da sola, rappresenta il 39% dei guadagni della popolazione di HNWI e il 37% della crescita della loro ricchezza accumulata nell'anno precedente. La performance europea ha superato quella dell'Asia-Pacifico e dell'America Latina, con popolazione e ricchezza degli HNWI in crescita di quasi il 9%. Nonostante la solida performance di mercato di diversi paesi asiatici (tra cui Hong Kong, Cina e Taiwan), lo scorso anno la regione APAC ha registrato una crescita complessiva dell'8%, al di sotto del tasso di crescita medio globale degli HNWI del 9%.

Confronto tra dati di ieri e di oggi

Secondo i report del World Federation of Exchanges, la pandemia da COVID-19 ha eliminato più di 18.000 miliardi di dollari³ (18 trillion) dai mercati globali tra febbraio e marzo 2020, prima della leggera ripresa registrata ad aprile. L'analisi di Capgemini, descritta dettagliatamente nell'ultimo report, prevede un calo della ricchezza globale tra il 6% e l'8% alla fine di aprile 2020 (rispetto a dicembre 2019). Anche

¹ Gli HNWI sono coloro che hanno investito 1 milione di dollari o più in asset, escludendo la residenza principale, beni da collezione, beni di consumo e durevoli.

² <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/06/24/WEOUpdateJune2020>

³ World Federation of Exchanges, "First Quarter 2020 & Full Year 2019 Market Highlights", 7 maggio 2020: <https://www.world-exchanges.org/news/articles/world-federation-exchanges-releases-first-quarter-2020-full-year-2019-market-highlights>



le priorità di investimento sono mutate: dopo la pandemia, gli investimenti sostenibili, alla base delle iniziative ambientali e sociali, stanno assumendo un ruolo di primo piano.

*"Di fronte all'attuale situazione di eccezionale incertezza, i wealth manager e le aziende si trovano a navigare in acque inesplorate", ha dichiarato **Monia Ferrari, Financial Services Director di Capgemini in Italia.** "Nonostante le fonti di incertezza, questo periodo può anche presentare delle opportunità per le aziende, spingendole a rivalutare e reinventare i propri modelli operativi e di business per divenire più agile e resilienti. Analytics e automazione, così come le tecnologie emergenti come l'intelligenza artificiale, possono consentire alle aziende di migliorare i ricavi attraverso una migliore customer experience, riducendo al contempo i costi grazie alla razionalizzazione dei processi".*

Gli investimenti sostenibili e i servizi a valore aggiunto stanno guadagnando terreno

Il crescente interesse per gli investimenti sostenibili (IS) sta generando, per le aziende, opportunità ad alto potenziale di engagement. Nel segmento degli ultra-HNWI⁴, invece, gli investimenti sostenibili stanno vivendo un'eccezionale momentum. Il 27% degli HNWI ha espresso interesse per i prodotti IS, mentre il 40% degli ultra-HNWI si è detto disposto a investire in sostenibilità.

Gli HNWI prevedono di destinare il 41% del loro portafoglio ai prodotti IS entro la fine del 2020 e il 46% entro la fine del 2021. Le società di wealth management hanno preso atto di questa tendenza e sono pronte a soddisfare tale domanda, tanto che attualmente l'80% delle società del comparto offre già opzioni per gli investimenti sostenibili. I fondi focalizzati sugli investimenti socialmente responsabili sono stati un faro nell'attività di mercato del 2020, e se da un lato gli investimenti degli HNWI nel settore riconoscono l'impatto socio-ambientale, dall'altro vediamo che questo interesse è spinto dal valore finanziario. Le ragioni principali che spingono l'interesse degli HNWI verso gli investimenti sostenibili sono i rendimenti più elevati e i rischi più bassi: il 39% si aspetta di ottenere rendimenti più elevati dai prodotti IS, mentre il 33% considera gli IS una tipologia di investimenti solidi e, al contempo, meno speculativi. È interessante notare che già il 26% degli HNWI afferma di voler offrire il proprio contributo positivo alla società.

L'iper-personalizzazione è necessaria per soddisfare le aspettative in continua evoluzione

L'imprevedibilità del 2020 è destinata a determinare le modifiche in portafoglio, nonché le crescenti aspettative dei clienti e il controllo delle fee per la consulenza. Le azioni sono diventate l'asset class più significativa all'inizio del 2020 e hanno rappresentato il 30% dei portafogli finanziari degli HNWI a livello mondiale, soprattutto grazie alla solidità dei mercati azionari e agli stimoli finanziari che sono riusciti a ristabilire la fiducia. Gli HNWI stanno diventando sempre più critici anche per quanto riguarda le commissioni dei gestori patrimoniali, con il 33% che afferma di non essere contento dei tassi del 2019, percentuale che dovrebbe aumentare a causa della volatilità dei mercati. Secondo il report, più di un HNWI su cinque potrebbe cambiare il proprio wealth manager di riferimento l'anno prossimo, citando le commissioni elevate come principale causa nel 42% dei casi. Gli HNWI hanno anche evidenziato una preferenza per le commissioni basate sulla performance e sui servizi rispetto a quelle basate sugli asset, fattore che si traduce in una maggiore aspettativa sul valore offerto per via delle fee applicate.

⁴ Gli ultra-HNWI detengono oltre 30 milioni di dollari in termini di asset investibili.



Le competenze digitali sono diventate un elemento centrale della continuità operativa dei wealth manager. Le offerte iper-personalizzate alimentate da IA, analytics e da altre tecnologie possono soddisfare le aspettative in continua evoluzione degli HNWI in diversi settori, tra cui:

- **Profili di rischio personalizzati** – sfruttare le scienze del comportamento e l'analisi del sentiment per interpretare i profili di rischio dei singoli clienti
- **Costruzione personalizzata del portafoglio e consulenza tailor-made** – fare affidamento sull'analisi dei dati e il machine learning per creare portafogli personalizzati, oltre che valutare il comportamento del cliente per fornire una consulenza ad hoc
- **Reporting personalizzato dei clienti** – utilizzare le API e le fonti di dati multipli per creare una visione completa degli investimenti dei clienti

Prima dello sviluppo della pandemia da COVID-19 (gennaio-febbraio 2020), gli investitori hanno dichiarato di essere meno soddisfatti dei touchpoint del client journey relativi a servizi e informazioni personalizzate della loro azienda, e più del 60% degli HNWI ha affermato di aver riportato esperienze insoddisfacenti durante i loro tentativi di accedere alle informazioni sulle nuove offerte in ambito wealth management o alle informazioni di mercato. Gli HNWI di età compresa tra i 50 e i 59 anni sono stati i più insoddisfatti rispetto alle proprie esperienze di accesso alle informazioni e ai servizi a valore aggiunto.

BigTech come cavallo di troia

Una customer experience deludente presso i touchpoint per l'accesso alle informazioni e ai servizi a valore aggiunto si traduce in una mancata opportunità di stupire il cliente. Più del 40% degli HNWI intervistati da Capgemini ha affermato che un'esperienza positiva presso i touchpoint ha un forte impatto sull'impressione generale di una società di wealth management, percentuale che è probabilmente destinata ad aumentare in seguito alla pandemia da COVID-19.

Se da un lato appena il 26% dei gestori patrimoniali ritiene che la concorrenza delle BigTech abbia il potenziale di portare a cambiamenti dirompenti, dall'altro gli HNWI sono fermamente convinti che le BigTech siano in grado di riportare performance superiori rispetto ai wealth manager tradizionali in termini di accesso alle informazioni e servizi a valore aggiunto. Il 74% degli HNWI dichiara di essere disposto a prendere in considerazione le offerte di gestione patrimoniale delle BigTech, percentuale che sale al 94% per gli HNWI che affermano di poter cambiare la società di gestione di riferimento patrimoniale nei prossimi 12 mesi (22% del totale).

Gli HNWI in America Latina e in Asia-Pacifico (escluso il Giappone) hanno espresso la maggiore probabilità di rivolgersi alle offerte di wealth management delle BigTech. In Giappone e in Nord America, l'adozione dei servizi delle BigTech da parte degli HNWI probabilmente aumenterà nei prossimi 12 mesi. Non sorprende che gli HNWI di età inferiore ai 40 anni siano i più propensi, con una percentuale di risparmiatori disponibili a cambiare wealth manager che raggiunge quasi il 90%.

Con le BigTech che si fanno strada nel settore dei servizi finanziari, le società di gestione patrimoniale non hanno altra scelta se non quella di migliorare rapidamente l'engagement digitale dei clienti. Dal confronto dei touchpoint che hanno ricevuto poco apprezzamento da parte degli HNWI e quelli più soggetti alla concorrenza delle BigTech emergono tre aree del client journey su cui è opportuno concentrarsi: **acquisizione, consulenza e servizi a valore aggiunto.**



Una duplice strategia basata sui principi dell'Open X⁵ consentirà ai gestori patrimoniali di migliorare rapidamente e in maniera efficiente in termini di costi le competenze lungo tutta la catena del valore. Per quanto riguarda le acquisizioni, la consulenza e i servizi a valore aggiunto, le aziende dovrebbero investire in tecnologia per costruire competenze in-house e sfruttare le possibilità di collaborazione all'interno dell'ecosistema e le partnership con le aziende WealthTech, con l'obiettivo di migliorare le proprie competenze.

Se da un lato l'attenzione immediata dei wealth manager potrebbe essere rivolta alla conservazione del business, dall'altro la costruzione di nuove competenze, sia ora che in previsione della ripresa, potrebbe spianare la strada a future opportunità e nuovi flussi di reddito. Le aziende di successo saranno quelle in grado di armonizzarsi con il proprio ecosistema per soddisfare rapidamente la domanda di informazioni personalizzate di facile accesso e strategie d'investimento su misura.

Per ulteriori informazioni sui contenuti del report, si invita a [partecipare all'evento The World Wealth Report 2020 LinkedIn Live](#), presentato da Capgemini e The Rudin Group giovedì 9 luglio 2020 alle 15.

Metodologia di ricerca

Il World Wealth Report 2020 riguarda 71 paesi, che rappresentano oltre il 98% del reddito nazionale lordo globale e il 99% della capitalizzazione dei mercati azionari mondiali. Al sondaggio Global HNW Insights Survey del 2020 hanno partecipato oltre 2.500 HNWI in 21 importanti mercati wealth in Nord America, America Latina, Europa e nell'area Asia-Pacifico. L'indagine è stata condotta a gennaio e febbraio 2020 e, in quanto tale, i suoi risultati non tengono conto dell'impatto della crisi da COVID-19.

Capgemini

Capgemini è leader mondiale nei servizi di consulenza, trasformazione digitale, tecnologici e per l'ingegneria. Il Gruppo è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio nel mondo in costante evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di oltre 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone ed è oggi un'organizzazione multiculturale di 270.000 dipendenti presenti in quasi 50 paesi nel mondo. Con Altran, nel 2019 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 17 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.it.capgemini.com. *People matter, results count*

⁵ L'Open X fa un salto in avanti rispetto all'approccio basato sulla conformità dell'open banking e passa a uno scambio di dati e risorse senza soluzione di continuità per migliorare continuamente l'esperienza del cliente.