

**Contacts presse Capgemini:**

Mary Sacchi (North America)  
WE Communications for Capgemini  
Tel.: +1 (212) 551 4818  
E-mail: [msacchi@we-worldwide.com](mailto:msacchi@we-worldwide.com)

Josh Graham (EMEA)  
WE Communications for Capgemini  
Tel.: +44 (0)7518 799 630  
E-mail: [jgraham@we-worldwide.com](mailto:jgraham@we-worldwide.com)

## **L'Amérique du Nord se maintient en pole position en termes de population et de patrimoine des particuliers fortunés : World Wealth Report 2022**

***L'Europe, portée par la reprise économique, s'arroe la 2e place en termes de taux de croissance, et dépasse l'Asie-Pacifique où la croissance ralentit ; 70 % des particuliers fortunés au niveau mondial ont investi dans des actifs digitaux et des cryptomonnaies***

Paris, 14 juin 2022 – D'après le World Wealth Report (WWR) de [Capgemini](#), publié aujourd'hui, la population mondiale des particuliers fortunés (PF) a augmenté de 7,8 % et leur patrimoine a progressé de 8 % en 2021, grâce à la reprise économique portée par le marché boursier. L'Amérique du Nord a poursuivi sa trajectoire de croissance, affichant la plus forte augmentation en nombre et en richesse des PF, soit 13,2 % et 13,8 % respectivement. En termes de taux de croissance global, la faible croissance du nombre de PF (4,2 %) en Asie-Pacifique et de leur patrimoine (5,4 %) en 2021 place la région, qui a dominé la croissance des PF au cours de la dernière décennie, en troisième position. Le 2022 World Wealth Report de Capgemini analyse les évolutions de la richesse mondiale au cours de l'année écoulée, en explorant les tendances et les influences sur les PF.

En 2021, les quatre marchés comptant le plus de PF restent, dans l'ordre, les États-Unis, le Japon, l'Allemagne et la Chine, comprenant 63,6 % du nombre de PF dans le monde, soit une augmentation de 0,7 % par rapport à 2020. Le segment des ultrafortunés (plus de 30M\$) a porté la croissance mondiale en termes de richesse (+9,6 %) et de nombre d'individus (+8,1 %) tandis que les millionnaires avec un patrimoine de 5 à 30M\$ ont, connu une croissance de 8,5 % en nombre et de 8,4 % en patrimoine. Enfin, la part des millionnaires avec un patrimoine de 1 à 5M\$ n'a cru que de 7,7 % en population et 7,8 % en patrimoine, mais cette tranche de PF a néanmoins connu la plus forte accélération de croissance. L'écart de croissance entre les différentes catégories de richesse se réduit de ce fait, ce qui indique que les règles du jeu sont plus équitables, grâce à un meilleur accès à l'information pour les investisseurs et à la démocratisation de certaines catégories d'actifs.

### **Pour conquérir de nouveaux segments de clientèle, les gestionnaires doivent repenser leurs stratégies d'engagement**

La démographie des PF a continué d'évoluer, avec de plus en plus de femmes, de personnes LGBTQ+, et de membres des générations Y et Z qui recherchent désormais des services de gestion de patrimoine. Ces segments de clientèle émergents ont chacun leurs propres valeurs, préférences et exigences que de nombreuses sociétés de gestion de patrimoine ne sont actuellement pas en mesure de satisfaire. Par conséquent, nombre de ces PF se tournent vers des concurrents plus adaptés ou des family offices plus petits. Par exemple :

- Les femmes, toutes tranches de richesse confondues, devraient hériter de 70 % de la richesse mondiale au cours des deux prochaines générations. Elles recherchent des sociétés qui assurent non



seulement une transparence sur les frais et la sécurité des données, mais aussi une formation sur la manière de faire fructifier ce patrimoine.

- De même, 39 % des PF de la génération Y ont changé de gestionnaire au cours de l'année écoulée en raison d'un manque de transparence. Ils se tournent souvent vers de nouveaux gestionnaires de patrimoine qui proposent davantage d'interactions numériques, de formation et sont plus pratiques.
- Le boom du secteur technologique et l'essor des licornes financées par des fonds de capital-risque ont créé un groupe unique de PF riches de technologie, et ce segment important de personnes fortunées offre un énorme potentiel pour les sociétés de gestion de patrimoine, mais seules 27 % des sociétés déclarent cibler activement ces prospects.

La nouvelle vague de PF a des besoins client uniques qui exigent des gestionnaires de patrimoine qu'ils adaptent leurs stratégies commerciales. Pour accéder à ce segment de clientèle largement inexploité, le rapport indique que les sociétés de gestion de patrimoine doivent s'efforcer d'offrir des expériences personnalisées et plus pratiques, et d'instaurer la confiance notamment à travers des collaborations avec leur écosystème, des solutions digitales complètes, et une plus grande diversité dans leurs recrutements.

### **Les sociétés de gestion de patrimoine doivent s'équiper pour tirer parti des données**

Le secteur de la gestion de patrimoine connaît une diversification des options d'investissement, vers l'investissement durable et de plus en plus les actifs numériques. Alors que l'ESG continue de s'imposer, les sociétés de gestion doivent mettre la pédagogie et une sélection élargie de produits pour les PF au cœur de leur stratégie. D'après le rapport, à l'échelle mondiale, 55 % des PF ont déclaré qu'il était essentiel d'investir dans des causes ayant un impact ESG positif, et 64 % d'entre eux demandant même les scores ESG pour connaître l'impact sociétal d'un fonds. Toutefois, 40 % des gestionnaires de patrimoine estiment qu'il est difficile d'afficher un impact ESG précis.

*« L'arrivée de nouveaux modes d'investissement tels que l'investissement durable et les actifs numériques est en train de bouleverser le secteur de la gestion de patrimoine. Les sociétés de gestion doivent rapidement faire plus de pédagogie sur cette tendance pour fidéliser leurs clients, a déclaré Nilesh Vaidya, responsable mondial de l'activité banque de détail et gestion de fortune au sein de la Strategic Business Unit Services Financiers de Capgemini. En outre, alors que nous entrons dans la nouvelle ère des actifs numériques, les sociétés de gestion de patrimoine devraient tirer parti de partenariats avec leur écosystème, afin de proposer à leurs clients un portefeuille d'offres numériques diversifié. »*

### **Créer des fonctions de Chief Customer Officer pour améliorer l'expérience client**

De plus en plus de sociétés de gestion de patrimoine ont créé un nouveau poste de directeur de la clientèle (Chief Customer Officer, CCO), destiné à entretenir l'intimité avec les clients et à les placer au cœur du processus de gestion de patrimoine. Ce rôle consiste à tirer parti des atouts des données et du numérique dans l'ensemble de l'organisation pour répondre aux demandes complexes et évolutives des clients et les fidéliser.

D'après le rapport, en se concentrant sur l'automatisation et les enseignements tirés des données, les gestionnaires de patrimoine peuvent offrir des expériences client hyper-personnalisées pour répondre aux attentes des clients d'aujourd'hui. Il indique que les CCO joueront un rôle essentiel dans la mise en place d'un écosystème client inclusif tout en améliorant la valeur ajoutée de leurs conseillers grâce à l'exploitation des données. Ce faisant, les gestionnaires peuvent se rapprocher d'un modèle « guichet unique » pour répondre à tous les besoins de leurs clients de manière pratique, en tenant compte de leur style de vie et de leurs préférences, et en favorisant ainsi la croissance de l'activité.



## **Méthodologie du rapport**

Le World Wealth Report 2022 couvre 71 marchés, représentant plus de 98 % du revenu national brut mondial et 99 % de la capitalisation boursière mondiale. L'enquête Global HNW Insights Survey 2022 de Capgemini a interrogé près de 3 000 particuliers fortunés sur les 24 principaux marchés de gestion du patrimoine en Amérique du Nord, en Amérique latine, en Europe et dans la région Asie-Pacifique. Des entretiens et des sondages ont été menés auprès de plus de 70 cadres de gestion du patrimoine sur 10 marchés, avec des représentants de sociétés de gestion de patrimoine pure-players, de banques universelles et de sociétés de courtage indépendantes, de sociétés de courtage indépendantes et de family offices, et de cadres de gestion de patrimoine interrogés sur le nouveau segment des « riches de la tech », les tendances de marché, le rôle du CMO et leurs stratégies pour l'avenir. L'enquête Wealth Manager Survey 2022 couvre plus de 350 réponses sur sept marchés et a interrogé les gestionnaires de patrimoine sur leur point de vue sur les priorités stratégiques de gestion de patrimoine de l'entreprise et leur satisfaction quant au soutien qui leur est apporté par leur société de gestion de patrimoine.

## **A propos de Capgemini**

Capgemini est un leader mondial, responsable et multiculturel, regroupant 340 000 personnes dans plus de 50 pays. Partenaire stratégique des entreprises pour la transformation de leurs activités en tirant profit de toute la puissance de la technologie, le Groupe est guidé au quotidien par sa raison d'être : libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Fort de 55 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, Capgemini est reconnu par ses clients pour répondre à l'ensemble de leurs besoins, de la stratégie et du design jusqu'au management des opérations, en tirant parti des innovations dans les domaines en perpétuelle évolution du cloud, de la data, de l'Intelligence Artificielle, de la connectivité, des logiciels, de l'ingénierie digitale et des plateformes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 18 milliards d'euros en 2021.

Get The Future You Want\* | [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com)

*\*Capgemini, le futur que vous voulez*