

#### Capgemini Contacts:

Raffaella Poggio  
Marketing & Communication Manager  
[raffaella.poggio@capgemini.com](mailto:raffaella.poggio@capgemini.com)  
+39 347 4271901

Imageware:  
Stefano Bogani  
Jessica Morante  
[capgemini@imageware.it](mailto:capgemini@imageware.it)  
+39 02 700 251

## Dalle richieste digitali degli HNWI il rischio di abbandono dei gestori patrimoniali che non tengono il passo: lo dice il World Wealth Report 2014

*Gli individui ad alto reddito netto di ogni età, livello di patrimonio e area geografica si aspettano dai propri gestori maggiori funzionalità digitali entro i prossimi cinque anni*

Milano 19 giugno, 2014 – Il digitale è diventata un'esigenza pressante per corrispondere alle aspettative dei clienti riducendo il rischio di abbandoni e aumentando la redditività nella gestione patrimoniale: è quanto emerge dallo studio [World Wealth Report 2014](#) (WWR) pubblicato oggi da [Capgemini](#) e RBC [RBC Wealth Management](#). Il sondaggio Global HNW Insights Survey<sup>1</sup> contenuto nel report ha scoperto che quasi due terzi degli High Net Worth Individual (HNWI)<sup>2</sup> si aspettano che la maggior parte, se non addirittura la totalità dei rapporti con i propri gestori, sia effettuata digitalmente entro i prossimi cinque anni e che sarebbero disposti a cambiare gestore qualora non venisse fornita un'esperienza integrata sui vari canali.

La richiesta di funzionalità digitali proviene dagli HNWI di tutto il mondo a partire dai mercati emergenti. L'82% degli HNWI della regione Asia-Pacifico (escluso Giappone), il 74% di quelli di Medio Oriente e Africa e il 70% di quelli dell'America Latina prevedono di effettuare digitalmente la maggior parte se non addirittura la totalità dei rapporti con i propri gestori entro i prossimi cinque anni. Gli HNWI nordamericani evidenziano una richiesta minore in questo senso con poco più della metà di essi (58%) che si attende un rapporto principalmente digitale con i gestori patrimoniali da qui a cinque anni.

### La domanda di digitale fa piazza pulita di vecchie convinzioni

Convinzioni esistenti da lungo tempo circa il fatto che il digitale sia solo per i giovani, i meno abbienti o gli esperti che agiscono autonomamente sono state spazzate via dagli HNWI che nel sondaggio di quest'anno hanno espresso a gran voce la propria preferenza verso il digitale.

- **Ricchezza:** Anche gli HNWI con i patrimoni più grandi richiedono il digitale: più di metà (55%) di coloro che possiedono oltre 20 milioni di dollari di asset da investire e tre quarti (74%) di coloro che ne

<sup>1</sup> Capgemini, RBC Wealth Management e Scorpio Partnership Global HNW Insights Survey 2014

<sup>2</sup> Come HNWI si definiscono coloro che possiedono asset da investire per 1 milione di dollari o più escludendo residenza principale, collezioni, consumabili e beni di consumo durevoli

possiedono tra 10 e 20 si aspettano rapporti principalmente digitali nella gestione patrimoniale entro i prossimi cinque anni.

- **Età:** Anche se la domanda è più forte tra gli HNWI di meno di 40 anni di età, anche gli HNWI più maturi richiedono il digitale: il 57% degli over 40 sarebbe disposto a lasciare il proprio gestore in assenza di un'esperienza integrata (contro l'80% degli under 40).
- **Necessità di consulenza:** Non sono solo gli HNWI più esperti a richiedere funzionalità digitali dai propri gestori. Oltre metà (57%) degli HNWI che si rivolgono a consulenti professionisti si aspetta che il rapporto con i gestori diventi principalmente digitale nei prossimi cinque anni (contro il 78% di HNWI autonomi).

*“La richiesta di funzionalità digitali non conosce limiti in termini di età, patrimonio o area geografica. I clienti vogliono che i punti di contatto con i gestori patrimoniali siano sempre trasparenti e completamente integrati”, ha commentato Jean Lassignardie, Chief Sales e Marketing Officer di Capgemini Global Financial Services. “I dati emersi dal nuovo World Wealth Report rafforzano l'importanza del riconoscere la forza davvero dirompente del digitale nel settore della gestione patrimoniale, imponendo alle società che vi operano di adattare i propri modelli di business per corrispondere alle attese dei clienti.”*

### **Le funzionalità digitali che informano o consentono transazioni sono le più importanti per gli HNWI**

A livello globale gli HNWI danno precedenza alle interazioni digitali che li tengono informati o che permettono di effettuare transazioni. Gli HNWI attribuiscono maggiore importanza all'accesso alle informazioni - come aggiornamenti dei portafogli o dati su investimenti - attraverso i siti Web piuttosto che di persona o per telefono. Le funzionalità online sono preferite anche quando si tratta di transazioni, incontrando il favore soprattutto degli HNWI di Nordamerica e Asia-Pacifico (escluso Giappone). Due terzi degli HNWI sarebbero infatti disposti a cambiare gestore in caso di problemi nell'esecuzione di transazioni o nel trasferimento di denaro da un conto all'altro.

Le preferenze degli HNWI si fanno più personali con interazioni di persona o al telefono quando si tratta di dialogare con i propri gestori, in particolare per ottenere consigli e consulenza. Tuttavia il report WWR sottolinea come questo sia destinato a cambiare a causa della forte richiesta di funzionalità digitali proveniente dagli HNWI under 40 per tutte le tipologie di interazioni con le società di gestione, con il doppio delle richieste di funzionalità mobili, video e social rispetto alle loro controparti over 40. Questa domanda così consistente crea ulteriore pressione affinché le società di gestione adottino un atteggiamento digitale man mano che gli HNWI più giovani accrescono i loro patrimoni e la loro importanza.

*“Le funzionalità digitali offrono opportunità significative per le società di gestione patrimoniale interessate a rafforzare i rapporti con i loro clienti”, ha sottolineato M. George Lewis, Group Head di RBC Wealth Management & RBC Insurance. “I gestori devono guardare al digitale come a un elemento essenziale per proporre ai clienti un'esperienza trasparente e integrata, e devono dare priorità agli investimenti in base alle modalità con le quali i clienti desiderano interagire con le società e con gli operatori. Abbiamo verificato*

*direttamente un crescente interesse verso le funzionalità digitali e continuiamo a identificare opportunità per includere le tecnologie digitali che contribuiscono alla relazione tra cliente e gestore”.*

### **I gestori devono cambiare mentalità e inserire il digitale in tutta la client experience**

Per restare competitive nel futuro e capitalizzare pienamente tutto quel che il digitale ha da offrire ai gestori e ai loro clienti, le società di gestione devono adottare una mentalità favorevole alla trasformazione che includa il digitale in ogni interazione con i clienti. Gli operatori più lungimiranti riconosceranno come le funzionalità digitali avanzate non siano un optional e si concentreranno sulla definizione di una vision digitale capace di adattarsi al modo in cui gli HNWI desiderano interagire.

I gestori che effettueranno con successo questa trasformazione digitale potranno approfondire le relazioni con i clienti, ridurre il lavoro amministrativo dei consulenti, promuovere risparmi significativi, costruirsi una reputazione di lungimiranza, migliorare la client experience e aumentare la fidelizzazione dei clienti.

### **World Wealth Report**

Il World Wealth Report di Capgemini e RBC Wealth Management è un benchmark annuale che tiene traccia degli HNWI nel mondo ed esamina la dimensione del mercato HNWI, con un'analisi dei fattori economici globali, i comportamenti degli HNWI a livello di investimento e le tendenze delle performance dei patrimoni. La novità per questa 18a edizione sono i risultati di una delle ricerche più approfondite disponibili sulle prospettive e il comportamento degli HNWI a livello globale. Sulla base delle risposte di oltre 4.500 individui ad alto patrimonio netto di 23 paesi, il Global HNWI Insights Survey analizza i livelli di fiducia, le decisioni sugli asset, così come la consulenza alla gestione patrimoniale e le preferenze di servizio degli HNWI. Il report è disponibile sul sito internet [www.worldwealthreport.com](http://www.worldwealthreport.com)

### **Capgemini**

Con 130.000 dipendenti in 40 paesi nel mondo, Capgemini è uno dei maggiori provider di servizi di consulenza, information technology e outsourcing. Nel 2013 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 10,1 miliardi di euro. Insieme con i propri clienti, Capgemini elabora e implementa soluzioni di business e tecnologiche adatte alle loro esigenze e ai risultati attesi. L'organizzazione profondamente multi-culturale da sempre contraddistingue il Gruppo Capgemini, così come un modo unico e distintivo di lavorare - la Collaborative Business Experience™ – e un modello globale di delivery distribuita chiamato Rightshore®. Capgemini Italia ad oggi conta su 2.700 professionisti dislocati in 11 sedi; l'offerta è orientata ai principali mercati: Financial Services, Energy & Utilities, Manufacturing, Automotive, Consumer Products, Retail & Distribution, Public Administration, Telecom Media & Entertainment. Oltre alla principale società operativa, appartengono a Capgemini Italia due società specializzate: Capgemini BST e Capgemini BS. Per maggiori dettagli:

[www.it.capgemini.com](http://www.it.capgemini.com).

*Rightshore® è un marchio appartenente a Capgemini*

### **Capgemini Financial Services Global Business Unit**

Capgemini Financial Services Global Business Unit ha una profonda conoscenza del mercato, vanta offerte di servizi innovativi e di nuova generazione a livello globale. Con una rete di 24.000 professionisti al servizio di oltre 900 clienti in tutto il mondo, Capgemini collabora con le principali banche e assicurazioni per fornire attività, soluzioni IT e leadership per creare un valore tangibile. Per saperne di più:

[www.capgemini.com/financialservices](http://www.capgemini.com/financialservices)

Resta in contatto con i nostri esperti in ambito Financial Services collegandoti a questo link:

<http://www.capgemini.com/experts/financial-services>

World World Wealth Report 2014 e altri approfondimenti sono disponibili per iPad scaricando l'app Capgemini's Financial Services Insights su iTunes: <https://itunes.apple.com/us/app/capgemini-financial-services/id668885174?mt=8>

**Connettiti con Capgemini:**



### **RBC Wealth Management**

[RBC Wealth Management](http://www.rbcwealthmanagement.com) è una delle 10 maggiori società di gestione della ricchezza\*. RBC Wealth Management serve direttamente clienti HNWI e Ultra-HNWI in Canada, Stati Uniti, America Latina, Europa, Medio Oriente, Africa e Asia con un'offerta completa di soluzioni bancarie, di investimenti, trust e di gestione della ricchezza. Grazie alla RBC Global Asset Management (che include BlueBay Asset Management), fornisce inoltre prodotti per la gestione della ricchezza e serve, direttamente o attraverso distributori terzi, clienti corporate e individuali. RBC Wealth Management amministra un asset di più di 690 miliardi di dollari canadesi, gestisce asset per oltre 426 miliardi di dollari canadesi e ha 4.400 consulenti finanziari, advisor, private banker e agenti fiduciari. Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito internet:

[www.rbcwealthmanagement.com](http://www.rbcwealthmanagement.com)

### **RBC**

Royal Bank of Canada (RY sul TSX e sul NYSE) è la maggiore banca del Canada in termini di asset e di capitalizzazione del mercato e tra le maggiori banche al mondo per quanto riguarda la capitalizzazione del mercato. RBC è una delle società leader nei servizi finanziari del Nord America e offre servizi di gestione della ricchezza alle aziende e ai privati, servizi assicurativi, societari e relativi a investimenti bancari su scala globale. Conta circa 79.000 dipendenti che servono più di 16 milioni di clienti privati, corporate, settori pubblici e clienti istituzionali attraverso filiali in Canada, U.S.A. e altri 42 Paesi.

RBC supporta un'ampia gamma di iniziative sociali attraverso donazioni, sponsorizzazioni e volontariato da parte dei propri dipendenti. Nel 2013 ha contribuito con oltre 104 milioni di dollari a cause mondiali, incluse donazioni e investimenti a livello sociale pari a oltre 69 milioni di dollari e 35 milioni di dollari in sponsorizzazioni. Per saperne di più: [www.rbc.com/community-sustainability](http://www.rbc.com/community-sustainability).

# # #

*\*Scorpio Partnership Global Private Banking KPI Benchmark 2012. Negli Stati Uniti i titoli sono offerti attraverso RBC Wealth Management, un dipartimento di RBC Capital Markets, LLC, filiale di proprietà totale di Royal Bank of Canada. Membro NYSE/FINRA/SIPC.*