

Capgemini press contacts:

Tiziana Sforza

Marketing & Communication

tiziana.sforza@capgemini.com

+39 348 7018984

La popolazione High Net Worth globale e il suo patrimonio sono tornati a livelli record nonostante lo scenario di instabilità

- *Nel 2023 il dinamismo del mercato si è tradotto in un aumento di 3,8 trilioni di dollari in termini di ricchezza degli High Net Worth Individual (HNWI)*
- *Oltre il 65% degli HNWI rivela che i bias emotivi o cognitivi influenzano le loro decisioni di investimento per quanto riguarda gli avvenimenti importanti della vita ed è per questo che la maggior parte vorrebbe essere aiutata a gestire i propri bias inconsapevoli*

Milano, 17 giugno 2024 – Il [World Wealth Report 2024](#), pubblicato dal [Capgemini Research Institute](#), rivela che il numero di High Net Worth Individual (HNWI)¹ e la loro ricchezza hanno raggiunto livelli senza precedenti nel 2023, grazie al miglioramento delle prospettive economiche globali. Secondo il report, la ricchezza globale degli HNWI è cresciuta del 4,7% nel 2023, raggiungendo gli 86.800 miliardi di dollari. Anche la popolazione HNWI è aumentata del 5,1%, raggiungendo i 22,8 milioni di persone a livello globale, e sta continuando a crescere nonostante l'imprevedibilità del mercato. Questo andamento in crescita compensa il calo dello scorso anno e riporta i trend degli HNWI su una traiettoria positiva.

La crescita degli HNWI è in aumento a livello globale

Nel 2023, il Nord America ha registrato il più alto recupero degli HNWI a livello mondiale, con una crescita annua del 7,2% per la ricchezza e del 7,1% per la popolazione. Secondo il report, la solida tenuta economica, l'allentamento delle pressioni inflazionistiche e il formidabile recupero del mercato azionario statunitense hanno dato impulso alla ripresa. Questo trend si conferma nella maggior parte dei mercati, sia in relazione al patrimonio che alla popolazione, ma in misura minore:

- I segmenti HNWI delle regioni Asia-Pacifico (4,2% e 4,8%) ed Europa (3,9% e 4,0%) hanno registrato una crescita più modesta in termini di ricchezza e popolazione.
- L'America Latina e il Medio Oriente hanno registrato una crescita limitata degli HNWI, con un aumento della ricchezza rispettivamente del 2,3% e del 2,9% e della popolazione rispettivamente del 2,7% e del 2,1%.
- L'Africa, invece, è stata l'unica regione in cui la ricchezza degli HNWI (-1,0%) e la popolazione (-0,1%) sono diminuite per effetto del calo dei prezzi delle materie prime e della riduzione degli investimenti esteri.

¹ Gli HNWI sono individui con un patrimonio investibile pari o superiore a 1 milione di dollari USA, al netto della residenza principale, degli oggetti da collezione, dei beni di consumo e dei beni durevoli. Gli HNWI sono segmentati in tre categorie in base alle fasce di ricchezza: Ultra-HNWI (30 milioni di dollari o più), Mid-Tier Millionaires (5-30 milioni di dollari) e Millionaires Next Door (1-5 milioni di dollari).



La crescita degli HNWI sta portando a un cambiamento in ottica di asset allocation: si sta infatti passando dalla preservazione della ricchezza a una logica di incremento della stessa. I dati dei primi mesi del 2024 evidenziano una normalizzazione delle disponibilità liquide pari al 25% del totale del portafoglio, in netto contrasto con i massimi pluridecennali del 34% registrati nel gennaio 2023. Il report indica che due HNWI su tre pianificano di investire maggiormente nel private equity nel 2024, in modo da sfruttare le possibilità di sviluppo future.

Il grande trasferimento di ricchezza sta determinando un bisogno crescente di servizi a valore aggiunto

Gli Ultra High Net Worth Individual (UHNWI), il segmento a più alta concentrazione tra le fasce di ricchezza, detengono oltre il 34% della ricchezza totale degli HNWI e rappresentano poco più dell'1% della popolazione HNWI totale. Secondo le previsioni, nei prossimi vent'anni le generazioni che invecchiano trasferiranno oltre 80.000 miliardi di dollari², e questo determinerà un aumento della domanda di servizi a valore aggiunto di tipo finanziario (gestione degli investimenti e pianificazione fiscale) e non finanziario (filantropia, servizi di concierge, investimenti per passione³ e opportunità di networking), rappresentando un'opportunità remunerativa per le società di wealth management. Il report rivela che il 78% degli UHNWI considera essenziali i servizi a valore aggiunto e che oltre il 77% conta sulla propria società di wealth management per essere supportato nelle proprie esigenze di trasferimento di ricchezza intergenerazionale. Nonostante gli HNWI desiderino essere ben consigliati, il 65% esprime preoccupazione per la mancanza di una consulenza personalizzata e adeguata alla propria situazione finanziaria in continua evoluzione.

*"I clienti chiedono di più ai loro wealth manager e la posta in gioco non è mai stata così alta. In questo momento di grandi trasferimenti di ricchezza e di crescita degli HNWI, le aziende possono adottare misure concrete per coinvolgere e fidelizzare i clienti attraverso un'esperienza personalizzata e multicanale", ha dichiarato **Dario Patrizi, Financial Services Director di Capgemini in Italia**. "Sebbene il sistema tradizionale di profilazione dei clienti sia ormai onnipresente, sarebbe opportuno prendere in considerazione l'applicazione di strumenti di finanza comportamentale basati sull'intelligenza artificiale e sull'utilizzo di dati psicografici. Tali strumenti possono offrire un vantaggio competitivo grazie alla comprensione del processo decisionale dei singoli individui, che consente di ottenere un maggior grado di conoscenza del cliente. La creazione di canali di comunicazione in tempo reale sarà fondamentale per gestire i bias che movimenti di mercato improvvisi e volatili potrebbero innescare".*

La maggioranza degli HNWI desidera una guida per gestire i propri bias

Oltre il 65% degli HNWI rivela che i bias influenzano le proprie decisioni di investimento, soprattutto in occasione di avvenimenti importanti della vita come matrimonio, divorzio e pensionamento. Di conseguenza, il 79% degli HNWI vorrebbe che i relationship manager (RM) li aiutassero a gestire questi bias inconsapevoli. Integrando la finanza comportamentale con l'intelligenza artificiale, le società di wealth management possono analizzare il modo in cui i clienti reagiscono alle fluttuazioni del mercato e prendere decisioni basate sui dati che sono meno suscettibili ai bias di tipo emotivo o cognitivo. Il report sottolinea che i sistemi basati sull'intelligenza artificiale sono in grado di analizzare i dati e rilevare modelli difficilmente riconoscibili dagli esseri umani, il che consentirebbe ai gestori patrimoniali di adottare misure proattive nella consulenza ai clienti.

² Cerulli Associates, "Cerulli Anticipates \$84 Trillion in Wealth Transfers Through 2045", gennaio 2022.

³ Gli investimenti per passione comprendono immobili di lusso, vini, oggetti da collezione e opere d'arte che riflettono le scelte di vita.



Secondo il report, gli UHNWI hanno incrementato il numero di relazioni con le società di wealth management passando da tre nel 2020 a sette nel 2023. Questa tendenza indica che il settore fa fatica a fornire la gamma e la qualità dei servizi richiesti da questo segmento. Viceversa, i single-family office, che si occupano esclusivamente di una famiglia, sono cresciuti del 200% nell'ultimo decennio.⁴ Per soddisfare ulteriormente il segmento HNWI e UHNWI, le società di wealth management devono trovare un equilibrio tra concorrenza e collaborazione con i family office. Un UHNWI su due (52%) desidera infatti avviare un family office e per farlo vorrebbe essere assistito dalla propria società di riferimento.

Metodologia di ricerca

Il World Wealth Report 2024 copre 71 mercati, che rappresentano oltre il 98% del reddito nazionale lordo globale e il 99% della capitalizzazione dei mercati azionari mondiali. All'indagine Global HNWI Insights Survey 2024 di Capgemini hanno partecipato 3.119 HNWI, tra cui oltre 1.300 Ultra-HNWI, nei 26 principali mercati della ricchezza in Nord America, America Latina, Europa, Medio Oriente e Asia-Pacifico. All'indagine Wealth Management Executive Survey 2024 hanno partecipato 75 persone in 12 mercati, provenienti da società di gestione patrimoniale pura, banche, società indipendenti di broker/dealer e family office in Nord America, Europa e Asia-Pacifico. All'indagine Relationship Manager Survey 2024 hanno partecipato più di 750 persone in dieci mercati.

Capgemini

Capgemini, partner globale per la trasformazione tecnologica e di business delle aziende, supporta i suoi clienti nella loro transizione verso un mondo più digitale e sostenibile, creando impatto positivo per le imprese e la società. Capgemini è un gruppo responsabile e diversificato di 340.000 persone presente in più di 50 paesi nel mondo. Oltre 55 anni di esperienza rendono Capgemini un partner affidabile per i suoi clienti, in grado di fornire soluzioni innovative per le loro esigenze di business. Capgemini offre servizi e soluzioni end-to-end, dalla strategia e progettazione all'ingegneria, grazie alle sue competenze all'avanguardia in ambito AI, cloud e dati, alla sua esperienza settoriale e al suo ecosistema di partner. Nel 2023 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 22,5 miliardi di euro.

Get The Future You Want | www.capgemini.com

Capgemini Research Institute

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale e al suo impatto sui vari settori. L'istituto pubblica i World Report di Capgemini, che da oltre 28 anni offrono un focus dedicato ai servizi finanziari e alla thought leadership sulla digitalizzazione, l'innovazione, la tecnologia e le tendenze di business che interessano le banche, le società di gestione patrimoniale e le compagnie assicurative in tutto il mondo.

Per saperne di più visita il sito: <https://worldreports.capgemini.com>

⁴ The Economist Intelligence Unit e DBS Private Bank, The Family Office Boom.