

Relations Presse Capgemini Consulting

Bernadette Chatard
Capgemini Consulting
Tél : +33 (0)1 49 67 56 16
bernadette.chatard@capgemini.com

Relations Presse Merrill Lynch France

Marie-Caroline Randon, Lorie Lichtlen
Burson-Marsteller
Tél : +33 (0)1 41 86 76 76
marie-caroline.randon@bm.com
lorie.lichtlen@bm.com

Selon le World Wealth Report 2009, la crise actuelle met à l'épreuve la confiance des clients et les business modèles traditionnels des entreprises de gestion de patrimoine

Une meilleure gestion du risque, une amélioration de la qualité de service et plus de transparence dans la facturation permettront aux sociétés de gestion privée de restaurer la confiance de leurs clients

Paris le 24 juin 2009 - Selon le World Wealth Report publié aujourd'hui par Merrill Lynch Global Wealth Management et Capgemini, la confiance que témoignaient les particuliers fortunés à l'égard des marchés, des autorités de réglementations, des institutions financières et des principes de base de la gestion de portefeuille est remise en cause par la récession économique mondiale. Les pertes subies sur les marchés et la baisse du niveau de confiance ont contraint de nombreuses personnes fortunées à diversifier leurs investissements auprès de plusieurs institutions afin de limiter les risques.

Cette partie du World Wealth Report 2009, qui étudie les comportements des acteurs sur le marché de la gestion de fortune, a été réalisée à partir d'une enquête effectuée auprès d'un échantillon statistique significatif de plus de 1 350 conseillers, plus de 200 clients fortunés et plus de 60 directeurs exécutifs de sociétés de gestion de fortune.

« *Bien que les conseillers aient conscience de l'importance de la qualité de service pour leurs clients, ils sous-estiment le poids d'autres facteurs comme la gestion du risque, l'information aux clients, l'offre et l'accès aux services en ligne ou encore la clarté de la tarification des services rendus dans la décision de ces clients de rester ou de quitter leur société de gestion de patrimoine* » explique **Martina Weimert**, Directeur associé de Capgemini Consulting France.

Le rapport montre que plus de 25% des millionnaires se sont désengagés partiellement ou totalement de leurs institutions de gestion de patrimoine en 2008. Pour fidéliser davantage leurs clients, les conseillers et les sociétés de gestion de patrimoine doivent améliorer la qualité de l'information sur les facteurs de risques, faire progresser le niveau de service aux clients et orienter leur communication vers plus de transparence.

Les moyens de fidélisation sont perçus différemment par les clients fortunés et leurs conseillers

88% des clients fortunés et 87% des conseillers interrogés s'accordent à dire que la qualité de service est « très importante » pour fidéliser les clients.

Cependant, par rapport aux réponses des clients, les conseillers ont sous-estimé l'importance de plusieurs facteurs essentiels, autant de pistes d'améliorations futures :

- ✓ L'accès en ligne et une offre de services sur internet sont jugés « très importants » par 66% des clients mais seulement 32% des conseillers, soit un écart de 34 points
- ✓ Les relevés de comptes et une information de qualité, soit 24 points d'écart entre la perception des clients et celle des conseillers
- ✓ La gestion des risques, soit 19 points d'écart
- ✓ La tarification, soit 18 points d'écart.

Une compréhension plus globale des risques pourrait rassurer les clients

Parmi les particuliers fortunés interrogés, 73% affirment que la capacité à analyser leur exposition aux risques et la gestion de ceux-ci ont été des facteurs importants dans leur décision de rester dans leur société de gestion de patrimoine en 2008, alors que seuls 54% des conseillers l'entendent ainsi. Des évaluations plus globales des risques pourraient aider les clients et leurs conseillers dans l'arbitrage de leurs investissements en établissant par exemple des profils d'investisseurs, des analyses de scénarii et des modèles de diversification plus précis.

90% des conseillers interrogés se déclarant insatisfaits, dans l'exercice de leur métier, des moyens mis en œuvre par leur employeur, ont perdu des clients en 2008. Les principaux motifs d'insatisfaction des conseillers en 2008 concernent la communication et les directives transmises par leur société durant la crise, ainsi que la difficulté à fournir à leurs clients des informations claires et des relevés de comptes, dans un contexte où ils ont en effet dû faire face aux réclamations de leurs clients, soucieux d'obtenir une information exacte rapidement.

« Les conséquences de la crise financière ont pesé lourdement l'année dernière dans les arbitrages d'investissements des clients », commente Gilles Dard, président de l'activité gestion privée France et Europe continentale de Merrill Lynch. « Beaucoup ont réexaminé leur stratégie, leur portefeuille et revu leurs attentes dans un environnement de croissance ralentie. Parmi les banques privées, celles qui ont compris cela et investissent pour prendre en compte les nouvelles attentes des clients, augmenteront leurs chances de succès sur ce marché dans le futur. »

Le World Wealth Report est disponible à l'adresse www.capgemini.com/worldwealthreport

A propos de Merrill Lynch Global Wealth Management

Merrill Lynch Global Wealth Management (GWM) est un fournisseur majeur de services en gestion de patrimoine et investissement pour des individus et des entreprises partout dans le monde. Regroupant environ 16 000 conseillers financiers et gérant plus de 1 100 milliards de dollars d'actifs privés, Merrill Lynch est l'un des plus grands acteurs de ce domaine au niveau mondial. Plus de deux-tiers des actifs privés sont liés à des clients dont la valeur du patrimoine est de 1 million de dollars ou plus. Au sein de l'activité Global Wealth Management (GWM), le département Banque Privée et Investissement fournit des solutions sur-mesure aux clients très fortunés, leur faisant bénéficier à la fois de l'intimité d'une boutique et des ressources d'une des plus grandes institutions de services financiers au monde. Ces clients sont conseillés par plus de 160 équipes de Conseil en Gestion de Patrimoine, ainsi que des experts dans des domaines tels que la gestion de portefeuille, des positions actions concentrées, et les stratégies de transfert de patrimoine entre générations. Merrill Lynch Global Wealth Management (GWM) fait partie de Bank of America Corporation.

A propos de Capgemini

Capgemini, un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance, aide ses clients à se transformer et à améliorer leurs performances en leur conseillant les technologies les plus adaptées. Capgemini s'engage ainsi à favoriser la liberté d'action de ses clients et à accroître leurs résultats, en s'appuyant sur une méthode de travail unique - la « Collaborative Business ExperienceTM ». Pour fournir à ses clients une solution optimale, le Groupe a organisé un modèle de production mondialisé baptisé Rightshore[®], qui réunit les meilleurs talents dans le monde pour les faire travailler comme une seule équipe sur un projet. Présent dans plus de 30 pays, Capgemini a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 8,7 milliards d'euros et emploie plus de 90 000 personnes dans le monde.

Plus d'informations sur : www.capgemini.com

Marque de conseil en stratégie et transformation du Groupe Capgemini, **Capgemini Consulting** accompagne ses clients dans leurs projets de transformation en les aidant à concevoir et mettre en œuvre des stratégies innovantes au service de leur croissance et de leur compétitivité. Cette entité globale propose aux entreprises de l'ensemble des secteurs économiques une approche nouvelle qui conjugue l'utilisation de méthodes novatrices, le recours à la technologie et l'expertise de son réseau mondial de plus de 4 000 consultants.

Plus d'informations sur : <http://www.capgemini.com/services/consulting/>

Rightshore[®] est une marque du Groupe Capgemini