

Croissance du patrimoine
des femmes : quelles
nouvelles perspectives se
dessinent pour les acteurs
du Wealth Management
et de la Banque Privée ?



The better the question.
The better the answer.
The better the world works.



EY

Building a better
working world

Introduction

L'essor économique des femmes, illustré par une hausse significative de leurs revenus et de leur patrimoine, transforme le secteur du Wealth Management en Europe et à travers le monde.

Leur montée en puissance représente une opportunité significative pour le secteur qui doit s'adapter pour répondre à leurs besoins spécifiques.

Malgré cette évolution, leurs attentes sont souvent mal comprises par l'industrie de l'investissement, notamment en raison d'une segmentation inadaptée.

Il est donc indispensable de développer une approche plus inclusive et adaptée aux spécificités des femmes pour répondre efficacement à leurs besoins en matière de gestion de patrimoine.

Plus de 70 % de la richesse transmise dans les prochaines années sera à destination des femmes*.

* Source Boston College's Center on Wealth and Philanthropy.

Sommaire

1	Marché potentiel mondial	5
2	Les femmes dans le Wealth Management	8
3	Analyse comportementale et innovations	16
4	Call to Action	25

1

MARCHÉ POTENTIEL MONDIAL

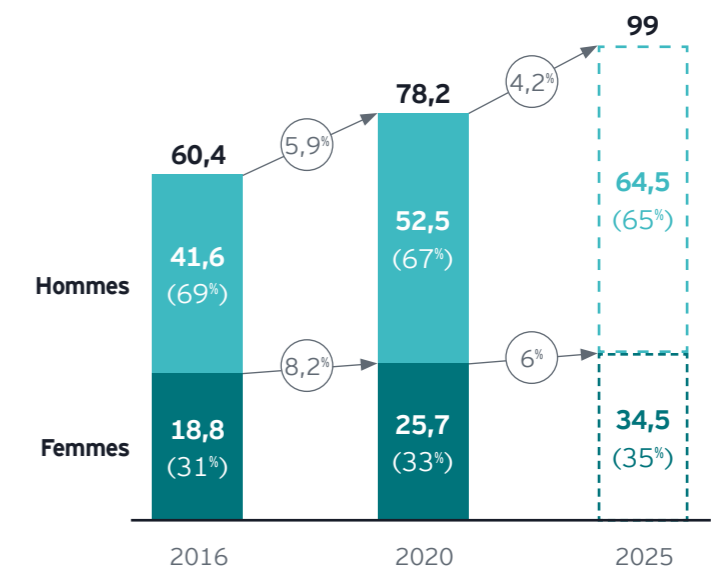
Le marché potentiel à venir

Le secteur du Wealth Management est en pleine mutation. Selon les estimations, **la richesse financière personnelle des femmes s'élève à environ 33 milliers de milliards de dollars en 2024**. Si la part de la richesse détenue par les femmes est plus importante en Amérique du Nord avec près de 18 000 milliards, la croissance annuelle est encore plus soutenue en Asie (+8,8 % pour 2025)

Dans ce contexte, les femmes incarnent une des plus grandes opportunités pour l'industrie du Wealth Management dans les années à venir. Malgré cela, cette tendance reste encore peu prise en compte par les entreprises du secteur.

La croissance du segment WM* des femmes dépasse celle des hommes

(chiffres en trillions de dollars)



Analyse EY, source UBS 2023.
* Wealth Management.

Pour tirer le meilleur parti de ce potentiel, il est crucial d'adapter les services à cet important marché en pleine croissance. En effet, outre l'insatisfaction liée aux performances, ou le besoin de diversification qui sont propres au secteur, **l'une des principales raisons de changement de gestionnaire est l'insatisfaction liée aux produits et services.** On remarque également des biais générationnels dans cette analyse.

Le succès de cette transformation dépendra de la compréhension de ces nouvelles dynamiques et de l'adéquation des offres aux besoins spécifiques des femmes.

Des produits plus en adéquation

- ▶ **ESG** : 37 % des femmes ne sont pas satisfaites des produits ESG proposés (contre 18 % des hommes). Cela est d'autant plus flagrant que 82 % d'entre elles considèrent que ces investissements sont au moins aussi performants que les investissements classiques.
- ▶ **Coûts et frais** : 44 % des femmes souhaiteraient que les frais liés aux investissements soient plus faibles afin de rendre l'investissement plus accessible.

Des services mieux adaptés

- ▶ **Conseil** : plus d'une femme sur deux réalise ses investissements via un conseiller bancaire ou un conseiller indépendant contre seulement 1/3 des hommes. Elles l'expliquent par un besoin d'être confortées dans leurs choix ou un manque de connaissance sur le sujet.
- ▶ **Communication** : 42 % des femmes souhaiteraient que la communication autour des produits soit plus claire et compréhensible. Cela leur permettrait une plus grande autonomie et faciliterait les prises de décisions. Aujourd'hui, cette complexité est parfois vue comme un frein à l'investissement.

2

LES FEMMES DANS LE WEALTH MANAGEMENT



L'évolution sociale, professionnelle et économique des femmes

L'augmentation rapide de la richesse et des revenus des femmes les positionne désormais comme un segment de marché clé dans le domaine du Wealth Management. Il est indispensable de **réévaluer et d'adapter les stratégies** pour intégrer cette réalité en constante évolution. Ce phénomène en croissance est alimenté par un ensemble de facteurs déterminants :

- **Évolution sociale** : l'augmentation de la participation active des femmes dans le monde professionnel a encore progressé par rapport aux générations précédentes. Ce développement peut être attribué aux avancées en matière d'éducation et à la flexibilité introduite par les technologies numériques, favorisant une implication professionnelle soutenue.

70%

des femmes de la génération milléniale déclarent qu'elles prennent **le lead dans les décisions financières** contre **40% des boomers**.

- **Évolution professionnelle** : les femmes ont réussi à gravir les échelons professionnels, assurant désormais une part significative des postes de direction et des professions libérales :

Elles représentent actuellement **39%** des 271 millions de directeurs généraux dans le monde.

Elles occupent aujourd'hui **29%** des postes de direction dans les sociétés de la liste Fortune 500.

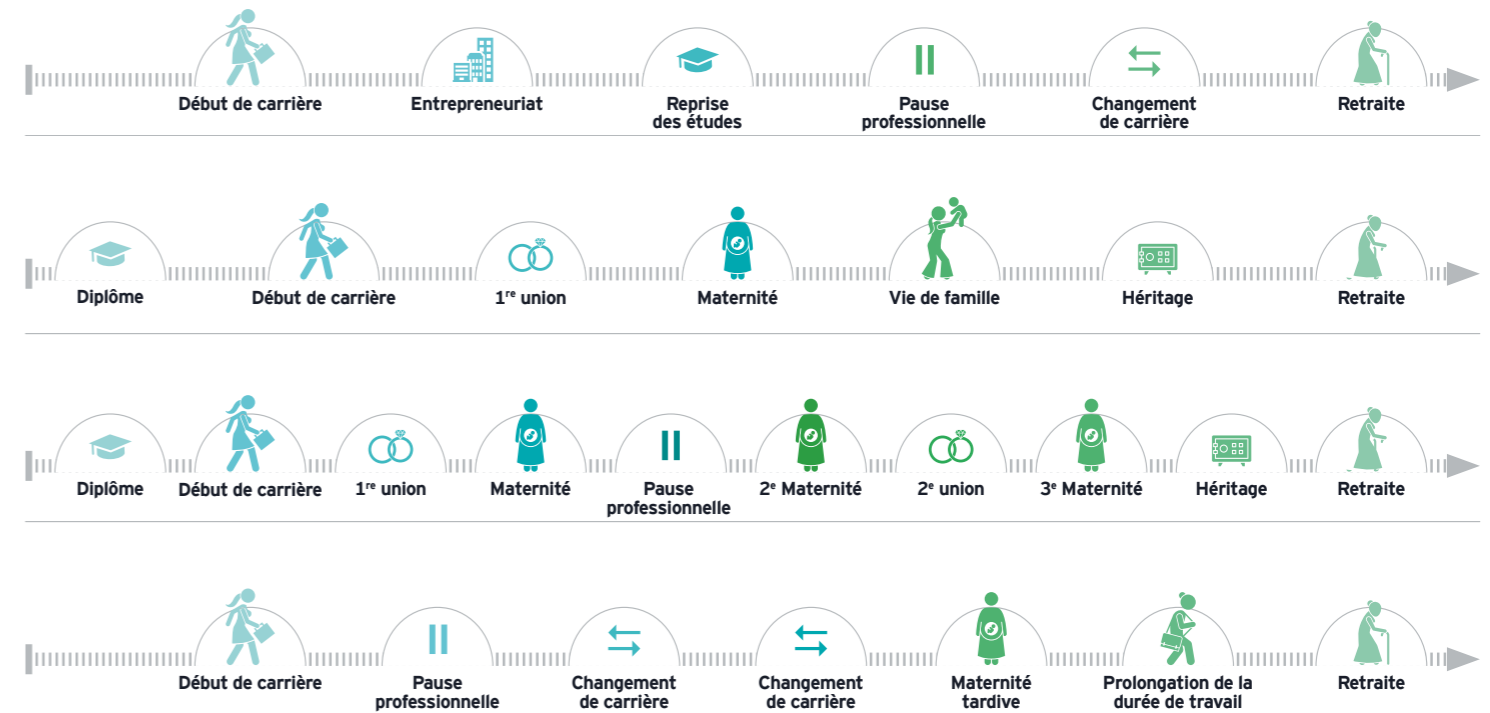
- **Évolution financière** : en corrélation avec l'avancement social et professionnel des femmes, une métamorphose de leur situation économique se manifeste par une augmentation notable de leurs revenus et de leur patrimoine.

Cette situation souligne le changement de rôle des femmes, qui sont désormais non seulement **génératrices de richesse**, mais aussi actrices clés dans le domaine du Wealth Management. Il est par conséquent essentiel de réévaluer et de moduler les stratégies pour répondre à cette dynamique en constante évolution.

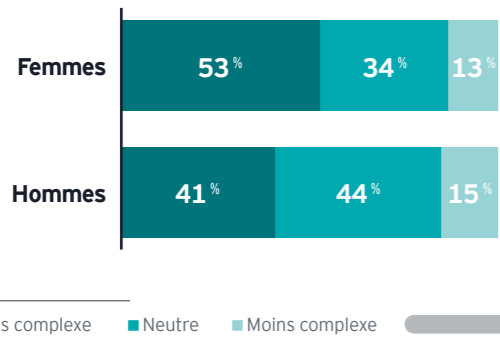
Analyse des tendances des comportements féminins en matière de Wealth Management

Des parcours de vie différents : vers une approche personnalisée

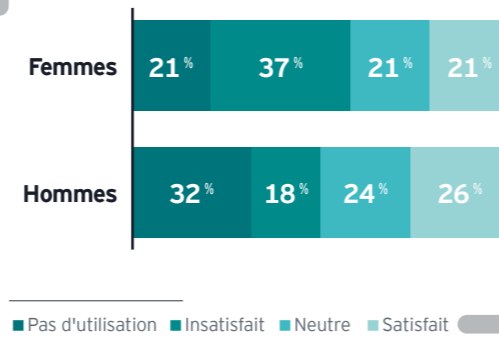
Dans le secteur du Wealth Management, il est essentiel de reconnaître que les parcours de vie des femmes ont considérablement évolué, offrant ainsi une multitude de chemins qui nécessitent des stratégies d'investissement et de gestion de patrimoine personnalisées.



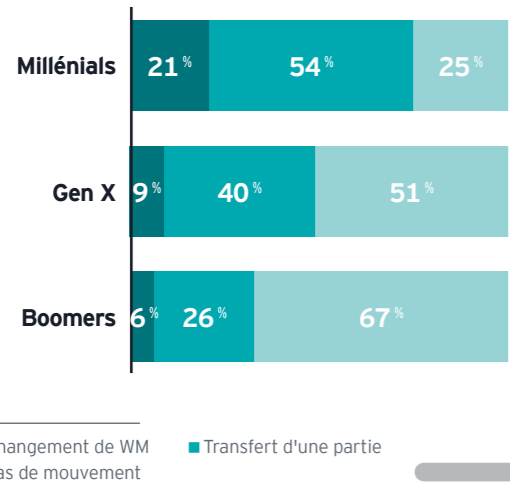
Perception de la complexité depuis 2021



Satisfaction liée aux produits ESG



Part des femmes ayant prévu un mouvement dans les 3 prochaines années



Enseignements majeurs

- ▶ Une confiance à rebâtir spécialement dans ce segment due à une perception accrue de la complexité.
- ▶ Les femmes HNW désirent plus de personnalisation dans leur relation avec le gestionnaire (71 % contre 59 % chez les hommes).
- ▶ Les femmes de la génération du *baby-boom* montrent plus de constance que les Millénials.
- ▶ L'approche ESG nécessite une remise en question, elle n'est pas actuellement satisfaisante malgré l'attrait pour les produits à impact.

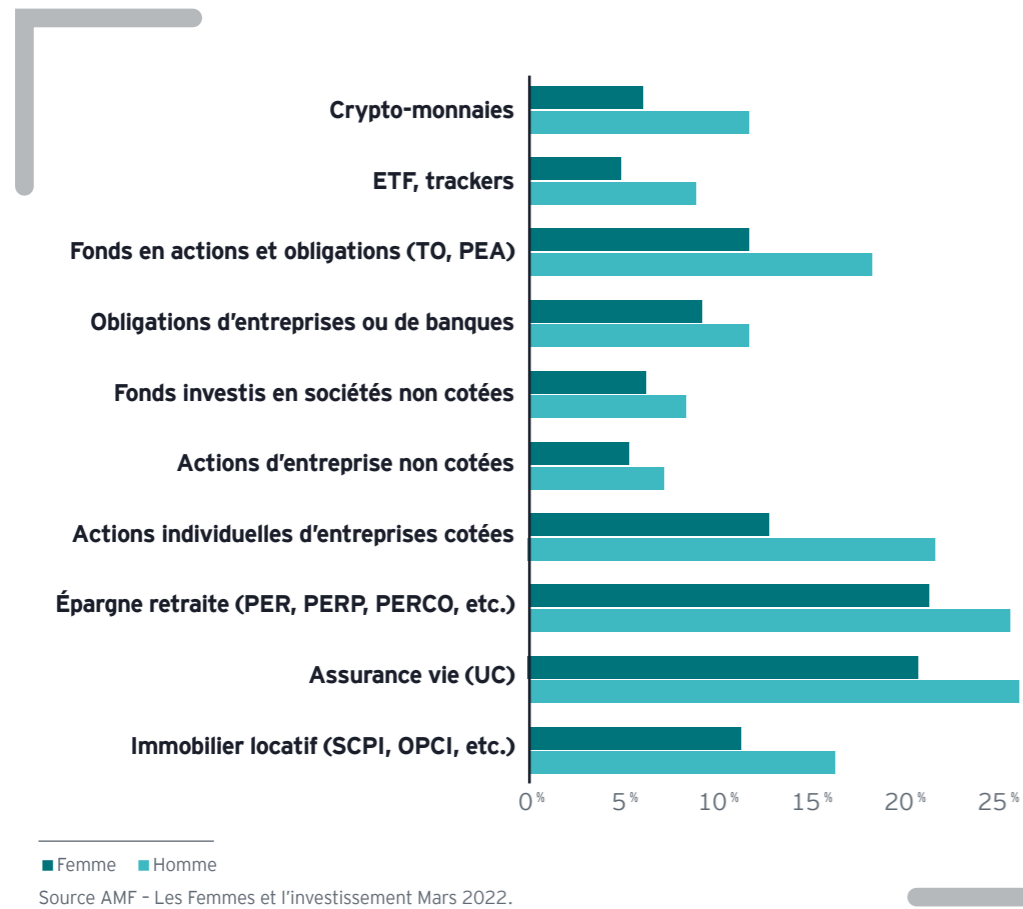
Il est important de souligner qu'il n'existe **pas de parcours type pour les femmes**. Chaque femme possède une trajectoire de vie distincte, un morphotype unique défini par des variables telles que les choix de carrière, la dynamique familiale, les aspirations personnelles et les circonstances économiques.

Assimiler cela est essentiel pour offrir des **solutions financières véritablement personnalisées et pertinentes plus flexibles et agiles**.

Les banquiers privés doivent proposer un conseil adapté à ces moments de vie et des solutions innovantes correspondant à cette **nouvelle temporalité de périodes d'accumulation et de décumulation**.

Consommation des produits du Wealth Management

Dans le domaine du Wealth Management, un large éventail de produits financiers est offert aux clients pour maximiser leur capital. Selon une étude de l'AMF, voici les parts d'actifs déclarés au sein des foyers en 2022 :



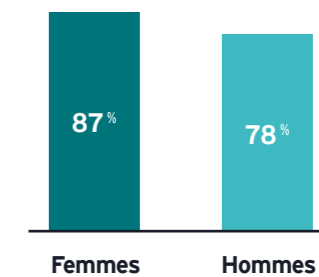
On constate que chaque classe d'actif est plus utilisée par les hommes. Les évolutions démographiques vues précédemment permettront l'évolution de certaines classes d'actif plus en accord avec les valeurs des femmes.



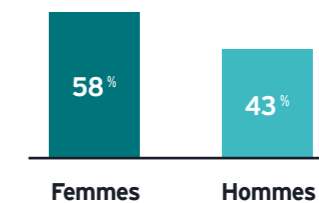
Habituellement catégorisées comme averses aux risques, il est intéressant d'observer les différences femmes vs. hommes pour des classes d'actifs telles que les crypto-monnaies et le *Private Equity* (fonds et actions en non coté). On constate que le sujet de fond n'est pas le risque mais plutôt l'horizon de placement puisque sur l'ensemble des investissements long-terme sont soutenus par les femmes.

Il est intéressant de noter combien les femmes privilégient l'accompagnement d'un expert et la consultation de conseils éclairés lorsqu'elles envisagent des investissements :

Importance de l'accompagnement par un expert



Nécessité de conseil dans le processus d'investissement



Analyse EY Wealth Report - Global.

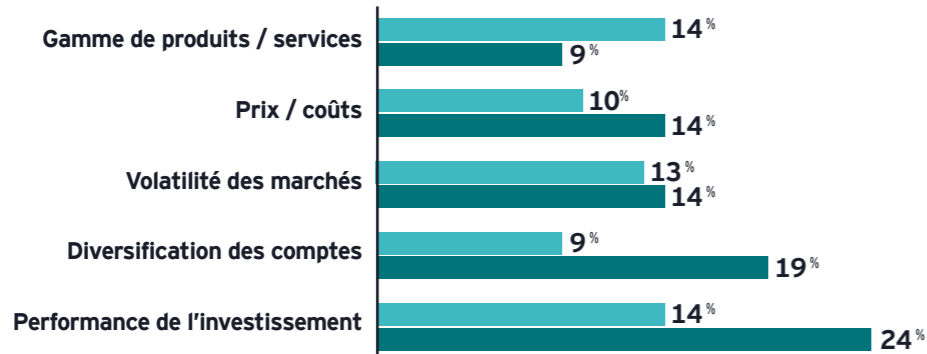
Il existe également des différences générationnelles par rapport à l'importance des produits et services fournis dans le choix du gestionnaire.

Les plus de 40 ans sont clairement tournées vers la performance alors que les plus jeunes jugent la largeur de l'offre comme un facteur très important.

3

ANALYSE COMPORTEMENTALE ET INNOVATIONS

Motifs de changement de gestionnaire pour les femmes



■ Moins de 40 ans ■ Plus de 40 ans

Source EY Wealth Report 2023 - Focus on Europe.



Une approche spécifique de l'investissement

L'augmentation du revenu des femmes a introduit de nouvelles perspectives dans la manière d'aborder l'investissement. Trois tendances caractéristiques de l'approche féminine se démarquent :

Exigence de transparence

Les femmes demandent plus de clarté et de transparence. Cette volonté se manifeste notamment par une méfiance envers l'opacité souvent associée aux produits financiers. ■

Appétence pour l'ESG

Priorisant l'impact de leurs placements, les femmes ont tendance à investir de manière responsable. Elles cherchent à réaliser des placements qui, tout en générant des retours financiers, contribuent également à une cause positive sur les plans sociaux et environnementaux. ■

Perspective de planification

L'accompagnement d'un conseiller financier pour élaborer une feuille de route détaillée couvrant des domaines clés tels que la retraite, la fiscalité et la succession est une dimension essentielle pour les investisseuses. Cette approche leur offre non seulement un cadre structuré, mais aussi une tranquillité d'esprit quant à la gestion efficace et éclairée de leurs investissements et de leur patrimoine. ■

72%

des investisseuses européennes considèrent que **l'investissement durable est important**.

65%

Parmi ces investisseuses 65% souhaitent particulièrement avoir un **impact sur le réchauffement climatique**.

Analyse comportementale issue du EY Wealth Report 2023

Etude pour comprendre les différences comportementales entre hommes et femmes en matière d'investissement

Analyses comportementales

Analyse des attitudes pour comprendre les biais cognitifs (habitudes, éducation) et en quoi ils affectent les décisions relatives à l'investissement

- Comprendre les craintes, les besoins et ce qui peut **favoriser l'engagement**. Utilisation du **Nudge marketing** pour influencer la perception de l'investissement et le passage à l'acte
- Le « **Social listening** » permet de prendre la température du marché et de capter les attentes des clientes. ■

Modélisation de profils

Utilisation de techniques marketing issues des biens de grande consommation

- **Création de profils** selon la perception des messages et **analyse NLP** (neuro-linguistique), ciblage d'actions et **définition des triggers** de campagnes
- Exemple : étude comparative de deux panels ciblés par des « **opinion leaders** » et des spécialistes financiers. ■

70%

des femmes déclarent que leurs amis et leur famille sont les personnes qui influencent le plus leurs décisions d'investissement.

Partager la connaissance et faire gagner en confiance

Objectifs ciblés pour augmenter l'implication des femmes dans le WM

- ▶ Renforcer la confiance des femmes dans leurs compétences financières.
- ▶ Obtenir davantage de transparence des banques sur les produits et services.
- ▶ Simplifier les conseils d'investissement et améliorer la communication financière.
- ▶ Promouvoir la participation des femmes dans le secteur du WM et soutenir leur autonomisation financière.

Part des femmes demandant plus d'informations



■ Boomers ■ Millénials et Gen X

Analyse EY Wealth Report 2023 - Focus France.

Des initiatives en cours

Mentoring et networking



- ▶ Communauté d'investisseuses, « Sororities » et réseaux
- ▶ Accompagnement et support pour les prises de décisions financières
- ▶ Echanges en 1-to-1 avec un mentor et partage d'expériences

Recherche et partage d'informations



- ▶ Partage hebdomadaire d'articles, vidéos et contenus liés à l'investissement dédiés aux femmes
- ▶ Partage d'outils de conception de budgets et planification financière

Pédagogie et formations



- ▶ Formations et programmes d'études liés à l'éducation financière et aux marchés financiers
- ▶ Académies et accompagnement pour les jeunes générations

Financements et levées de fonds



- ▶ Accompagnement dans la préparation pour des levées de fonds
- ▶ Fonds d'investissements dédiés aux femmes entrepreneuses

Cas d'usages d'IA appliqués à l'investissement en Wealth Management



1 Augmenter la collecte : orientation client et business

Renseignements sur les clients et profilage

- ▶ **Marketing client personnalisé** : personnaliser le contenu marketing pour créer un contenu ciblé et pertinent
- ▶ **Gestion des « next best action »** : identifier les actions d'engagement en fonction des besoins et des comportements des clients
- ▶ **Génération de leads améliorée** : tirer parti de l'analyse des données / algorithmes basés sur l'IA pour identifier les prospects

Digitalisation par l'utilisation de la data et l'IA pour transformer les processus et l'expérience client

- ▶ **Planification prédictive et budgétisation** : automatiser la collecte de données par des algorithmes de machine learning pour les prévisions de trésorerie / budget
- ▶ **Intégration digitale des clients** : guider les clients tout au long du processus d'intégration afin de clarifier leurs questions et de recueillir les informations attendues
- ▶ **Reporting portefeuilles clients** : analyse alimentée par l'IA qui surveille les investissements et fournit des captures du portefeuilles en temps réel

Réorienter l'activité autour du client

Mener la transformation digitale

2 Révision de la proposition de valeur

Réinventer la proposition de valeur

Refonte des produits et services

- ▶ **Advisor co-pilot** : automatiser des tâches telles que la recherche, l'analyse de fonds et la génération de rapports
- ▶ **Recherche et services à la demande** : les clients reçoivent des informations en temps réel sur le marché et des analyses sur les investissements

Maximiser les zones de croissance

- ▶ **Coach financier** : NLP (programmation neurolinguistique) déployée pour créer des interfaces conversationnelles / chatbot qui fournissent un coaching financier
- ▶ **Exposition de l'investissement** : analyser l'exposition d'un investisseur à travers les classes d'actifs, les secteurs, les zones géographiques et le risque
- ▶ **Solutions de robo-advisor** : offrir des conseils d'investissement digitaux adaptés aux besoins et aux préférences des investisseurs

Croissance externe

- ▶ **Opportunités d'investissement** : revue des opportunités d'investissement par des filtres dynamiques sur de multiples sources de données

1

2

3 Efficacité à grande échelle

Tirer parti des opportunités offertes par les écosystèmes

Améliorer la rentabilité et transformer les business models

Efficacité opérationnelle

- ▶ **Communications, surveillance de la conformité** : suivi des échanges et communications pour détecter les problèmes ou les violations potentiels de la conformité

Développement des écosystèmes

- ▶ **Mapping des concurrents / partenaires** : automatiser la cartographie des concurrents et identifier les similitudes entre les entreprises / partenaires

Optimisation des coûts comme catalyseur de croissance et de marge

- ▶ **Optimisation du service client** : automatiser des tâches telles que la saisie de données et fournir des réponses en temps réel
- ▶ **Gestion prédictive des ressources** : prévoir les volumes d'appels et la disponibilité des agents pour les directeurs d'agence afin d'optimiser les opérations

Optimisation du service client par l'IA



Personnaliser la recommandation de produits / services selon les profils des clients grâce au Naturel Language Processing (NLP)

- ▶ **Chatbots et assistances virtuelles** : le NLP alimente les chatbots pour une interaction client en temps réel, répondant aux questions et offrant des conseils basés sur l'analyse de données
- ▶ **Analyse de sentiment** : le NLP analyse les communications des clients pour comprendre leur sentiment, aider à identifier l'insatisfaction et en comprendre les raisons
- ▶ **Personnalisation des conseils** : le NLP analyse les informations financières provenant de diverses sources pour donner des conseils d'investissement personnalisés
- ▶ **Compliance et surveillance** : le NLP aide à analyser les documents pour garantir la conformité et à surveiller les communications pour détecter les activités suspectes
- ▶ **Profiling de client** : le NLP analyse les données non structurées pour créer des profils clients détaillés, découvrant des préférences et une tolérance au risque ■

Améliorer les capacités de prises de décision, identifier les opportunités d'affaires et recommander les actions les plus appropriées pour chaque client grâce à l'outil Next Best Action (NBA)

- ▶ **Personnalisation des interactions clients** : analyses de données pour déterminer l'action la plus bénéfique à prendre lors de chaque interaction avec le client
- ▶ **Optimisation des offres commerciales** : analyse des données comportementales et de transaction, le NBA identifie les produits ou services susceptibles d'intéresser chaque client, augmentant ainsi les chances de conversion
- ▶ **Amélioration de la satisfaction client** : en recommandant des actions pertinentes pour chaque client, le NBA améliore l'expérience et la satisfaction du client ■

Proposer une « *Sentiment analysis* » sur un marché ou un produit pour offrir aux clients des investissements personnalisés et basés sur le comportement

- ▶ **Sentiment analysis** : analyse le sentiment du marché à partir d'opinions exprimées dans les données non structurées, comme les actualités financières et les commentaires sur les réseaux sociaux
- ▶ **Analyse du comportement client** : les algorithmes d'IA analysent le comportement des clients pour comprendre leurs besoins et aspirations financières
- ▶ **Personnalisation de l'investissement** : sur la base de l'analyse du sentiment du marché et du comportement du client, des investissements personnalisés sont suggérés
- ▶ **Intégration des intelligences émotionnelle et intellectuelle** : les analyses basées sur le QE (intelligence émotionnelle) et le QI (intelligence intellectuelle) des clients sont intégrées pour offrir un service hyper-personnalisé ■



4

CALL TO ACTION

Solutions « human + tech »

Les solutions innovantes proposées à ce niveau sont un mix d'analyses comportementales, de modélisation de ces comportements et d'hyper-personnalisations appliquées aux différentes clientes.

Positionnement

Identification d'un positionnement stratégique suite à l'analyse de marché

- ▶ Cartographier votre positionnement sur le marché en fonction des spécificités des femmes
- ▶ Identifier des **propositions de valeur** produits / services qui tiennent compte des **spécificités du segment** des femmes
- ▶ **Analyser les comportements et attitudes (NLP)** et cibler les objectifs et priorités des femmes investisseuses ■

Produit / service

Elaboration et optimisation d'une offre de produit / service

- ▶ Instaurer un **accompagnement financier personnalisé** pour assurer une **expérience** d'investissement complète
- ▶ Assurer que les **outils numériques (Gen AI)** mis en place soient intuitifs
- ▶ Mettre en place des **formations spécifiques** pour les conseillers ■

Communication

Communication efficace et plus transparente

- ▶ Établir le bon équilibre entre l'**accompagnement digitalisé** et l'interaction humaine et **s'appuyer sur des communautés** d'investisseuses
- ▶ Utiliser une **communication numérique** efficace pour renforcer l'engagement (**nudge marketing** et utilisation d'**opinion leaders**)
- ▶ Etablir une **communication** dédiée plus **claire et plus transparente** ■

En suivant ces recommandations, l'industrie de la gestion de patrimoine pourra commencer à répondre de manière plus effective aux besoins des femmes et à exploiter le potentiel de ce marché en pleine croissance.

Conclusion

Alors que le patrimoine des femmes connaît un essor historique, diverses perspectives novatrices émergent pour les intervenants du secteur du Wealth Management et de la banque privée, lesquelles peuvent se structurer en cinq axes stratégiques clés :

1

L'activation de la communauté féminine d'investisseurs

La mise en place d'une véritable communauté de femmes investisseurs offre l'opportunité de rassembler ces clientes autour d'objectifs communs et de les engager de manière plus dynamique. Grâce à un conseil en investissement pensé pour et avec cette communauté, la création d'une synergie entre les femmes investisseurs peut susciter un intérêt accru pour les solutions proposées par la banque privée et le Wealth Management. Faire appel à des leaders d'opinion et à des micro-influenceurs est un moyen puissant d'amplifier l'intérêt pour ce type d'investissement auprès d'un plus large public et de renforcer la crédibilité de ces suggestions.

2

Le renforcement du rôle du marketing

La développement de l'hyperpersonnalisation des stratégies d'engagement est une tendance majeure pour le futur du marketing. En proposant des stratégies d'engagement taillées sur mesure pour chaque cliente, les acteurs de la banque privée et du Wealth Management peuvent créer des connexions plus fortes et plus durables avec ces dernières. De même, l'animation et l'orchestration de communautés, en particulier dans le domaine digital, permettent de maintenir un lien constant avec les clientes et d'accompagner leur parcours d'investisseur au quotidien.

3

L'exploitation de Gen AI comme outil d'accélération

En proposant une personnalisation optimale des suggestions d'investissement en fonction du cycle de vie et des spécificités de chaque cliente, Gen AI permet de renforcer l'engagement individuel de chaque client. Cette technologie offre l'opportunité de créer des parcours clients véritablement sur mesure, pour un accompagnement optimal de chaque cliente dans ses décisions d'investissement.

4

Un angle d'approche plus humain

Une approche axée sur la clarté et le pragmatisme permet de construire une relation de confiance durable avec les clientes. Cette démarche donne également plus de sens et d'impact aux décisions d'investissement, en permettant aux clientes de comprendre clairement les enjeux de leurs investissements et les objectifs de leurs stratégies d'engagement.

5

Simplification du discours des « Relationship Managers »

En privilégiant un discours plus accessible, la banque privée et le Wealth Management peuvent faciliter la compréhension des enjeux financiers pour les investisseurs. Moins d'expertise et plus de simplicité dans les explications peuvent faciliter l'accessibilité des produits financiers et aider à gagner en efficacité. Cette simplification du discours est un puissant moteur pour créer la confiance indispensable dans la relation des femmes avec leur banque privée.

Ces axes stratégiques offrent des opportunités intéressantes pour les participations dans la gestion de patrimoine et la banque privée, lesquelles peuvent désormais adapter et optimiser leurs stratégies afin de mieux correspondre aux besoins du public féminin.

La raison d'être d'EY est de participer à la construction d'un monde plus équilibré, en créant de la valeur sur le long terme pour nos clients, nos collaborateurs et pour la société, et en renforçant la confiance dans les marchés financiers.

Expertes dans le traitement des données et des nouvelles technologies, les équipes EY présentes dans plus de 150 pays, contribuent à créer les conditions de la confiance dans l'économie et répondent aux enjeux de croissance, de transformation et de gestion des activités de nos clients.

Fortes de compétences en audit, consulting, droit, stratégie, fiscalité et transactions, les équipes EY sont en mesure de décrypter les complexités du monde d'aujourd'hui, de poser les bonnes questions et d'y apporter des réponses pertinentes.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun représente une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Les informations sur la manière dont EY collecte et utilise les données personnelles, ainsi que sur les droits des personnes concernées au titre de la législation en matière de protection des données sont disponibles sur ey.com/privacy. Les cabinets membres d'EY ne pratiquent pas d'activité juridique lorsque les lois locales l'interdisent. Pour plus d'informations sur notre organisation, veuillez vous rendre sur notre site ey.com.

© 2024 Ernst & Young Advisory.

Tous droits réservés.

Studio BMC France - 2401BMC026.

SCORE France N° 2024-028.

ED None.

Document imprimé conformément à l'engagement d'EY de réduire son empreinte sur l'environnement.

Cette publication a valeur d'information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale, juridique ou autre. Pour toute question spécifique, veuillez vous adresser à vos conseillers.

ey.com/fr

Contact



Fabienne Konik

Partner

Ernst & Young Advisory

fabienne.konik@fr.ey.com