

Printemps 2023

Perspectives de l'industrie



3

Un accord pré-nuptial peut faciliter la planification financière à long terme du couple

4

Fonds indiciels : les différences subtiles

5

Forger et soutenir la résilience financière des familles

6

Les banques peuvent courir un risque de liquidité plus élevé que les assureurs

7

Conseils sur la recherche de prospects dans votre collectivité

8

Comprendre les défis particuliers des clientes

9

Les commentateurs économiques inquiètent les clients

10

Pourquoi les clients peuvent mettre fin à leur relation avec un conseiller

11

Déceler et prévenir la maltraitance financière



Un accord prénuptial peut faciliter la planification financière à long terme du couple

Entamez la conversation avec une liste de vérification

Si vous avez des clients qui aimeraient se marier, vous pourriez leur suggérer de parler d'un accord prénuptial avant leur mariage.

Un accord prénuptial est une entente écrite qui établit les directives à suivre en cas de divorce ou de décès. Par exemple, ces accords traitent souvent de la propriété des biens, des droits financiers et d'autres questions d'argent susceptibles d'avoir de l'importance si l'union conjugale devait prendre fin.

Les accords prénuptiaux sont de plus en plus courants. Un récent sondage de Harris Interactive révèle que 40 % des couples américains formés de personnes de 18 à 34 ans en ont signé un. Les clients devront sans doute consulter un avocat pour établir un tel accord, mais vous pouvez leur soumettre quelques questions à envisager.

Utilisez une liste de vérification pour aider les couples à déterminer les questions qu'il serait important d'aborder dans un accord prénuptial, comme les suivantes :

- Veulent-ils avoir des enfants? Si oui, à qui songent-ils idéalement pour prendre soin de leurs enfants?
- S'ils ont des enfants d'une union précédente, comment envisagent-ils de les intégrer dans leur famille recomposée?
- Si un des conjoints devait déménager pour des raisons professionnelles, quel serait l'impact sur les objectifs professionnels de l'autre?
- - Quel genre de logement veulent-ils et comment prévoient-ils de le payer?
- Que feront-ils des dettes préexistantes?

- Ont-ils l'idée de se lancer en affaire? Comment évalueront-ils leur entreprise en démarrage?
- Produiront-ils des déclarations de revenus distinctes ou conjointes?

Les accords prénuptiaux sont adaptables. Cependant, les clients feraient bien de suivre quelques bonnes pratiques. Par exemple, un accord prénuptial doit être :

- par écrit;
- conclu volontairement;
- exact et détaillé;
- élaboré par chacun des partenaires en faisant appel à un conseiller juridique indépendant.

Source : [Wealth Management](#) (en anglais)

À retenir : Aidez vos clients fiancés à personnaliser leur relation financière. Amorcez la conversation au sujet d'un accord prénuptial et faites-les réfléchir aux grandes questions financières.

Fonds indiciels : les différences subtiles

Comment aider les clients à faire de meilleurs choix

Les fonds indiciels sont de plus en plus populaires auprès des clients. D'une part, ils permettent de s'exposer à l'ensemble d'un secteur. D'autre part, ils sont habituellement assortis de frais moins élevés parce qu'il s'agit de placements passifs, qui ne sont pas activement négociés. Vous renforcerez la valeur de vos conseils en comprenant les différences entre les fonds tout en tenant compte de la tolérance au risque des clients.

Ratios des frais de gestion

Quels sont les frais de gestion associés à chaque fonds indiciel? Il est important de tenir compte de ce facteur en fonction du rendement souhaité par le client.

Frais

Quelle est la structure de frais du fonds indiciel? Il peut y avoir des frais d'acquisition, des frais de souscription différés et des frais 12b-1 :

- Les **frais d'acquisition** sont des frais de souscription payés à l'achat du placement.
- Les **frais de souscription différés** sont payés lorsque le client vend le placement.
- Les **frais 12b-1** sont les frais de marketing du fonds indiciel. Ils peuvent être facturés séparément ou intégrés dans le ratio des frais de gestion.

Parfois, les frais sont élevés même si le ratio des frais de gestion est faible. Il importe donc de tenir compte à la fois des frais et du ratio.

Écart de suivi

Cet écart mesure la différence entre la valeur du fonds et celle de l'indice qu'il reflète. Il prend la forme d'un écart-type. Un écart important

témoigne de nombreuses divergences, qui peuvent être le fait d'un fonds mal construit, de frais onéreux ou d'un ratio des frais de gestion élevé.

Titres

Les fonds indiciels ne reproduisent pas tous exactement l'indice ou le secteur sous-jacent. Un fonds peut inclure d'autres titres semblables à ceux de l'indice. Si le gestionnaire de portefeuille suit activement les titres, ce n'est pas un fonds en gestion passive. Les frais peuvent alors être plus élevés. Comparez les titres du fonds à ceux de l'indice. Vous saurez ainsi s'il s'agit d'un véritable fonds indiciel ou non.

Absence de diversification

Bien des fonds indiciels ont les mêmes caractéristiques que des fonds spécialisés, axés sur la valeur ou sectoriels. Ceci signifie qu'ils sont moins diversifiés que l'indice sous-jacent, lequel peut s'étendre à un plus grand nombre de titres. Cette forte concentration expose les clients à des risques plus élevés et de possibles pertes financières.

Source: [Investopedia](#) (en anglais)

À retenir : En comprenant les différences entre les fonds indiciels, vous pourrez mieux aider les clients à prendre des décisions de placement judicieuses.

Forger et soutenir la résilience financière des familles

Les Canadiens ont besoin de vos conseils

Le Financial Resilience Institute définit la résilience financière familiale comme la capacité d'un ménage de résister au stress, aux difficultés financières et aux imprévus de la vie. La pandémie de COVID-19 est un excellent exemple d'un tel imprévu.

La situation financière des Canadiens a été scrutée de près tout au long de la pandémie, avec les résultats suivants :

- **En 2020, un sondage sur la retraite de la Banque Scotia a révélé que :**
 - 70 % des répondants estimaient qu'ils n'épargnaient pas suffisamment en vue de la retraite.
 - 66 % évaluaient mal la somme qu'il leur faudrait pour subvenir à leurs besoins une fois qu'ils auraient cessé de travailler.
- **En 2022, un sondage de la CIBC a révélé que :**
 - 43 % des répondants estimaient économiser suffisamment en vue de la retraite.
 - 88 % n'avaient pas de plan de retraite structuré.

L'indice de résilience financière Seymour de juin 2022 montre une diminution de la résilience financière des Canadiens. Cette baisse s'explique notamment par les raisons suivantes :

- Endettement élevé des ménages
- Absence de préparation à la retraite
- Autres enjeux macroéconomiques

Le même indice montre que seuls 4 % des Canadiens font appel à un conseiller. C'est pourquoi vous devriez faire connaître la valeur de vos conseils. Créez des stratégies complètes basées sur les besoins de chaque client. Ainsi, vous aiderez vos clients à mieux saisir les composantes de leur situation financière. Vous les aiderez aussi à épargner davantage et à étoffer leurs placements autres que liquides. Un tel examen contribuera à renforcer la résilience financière de la famille des clients.

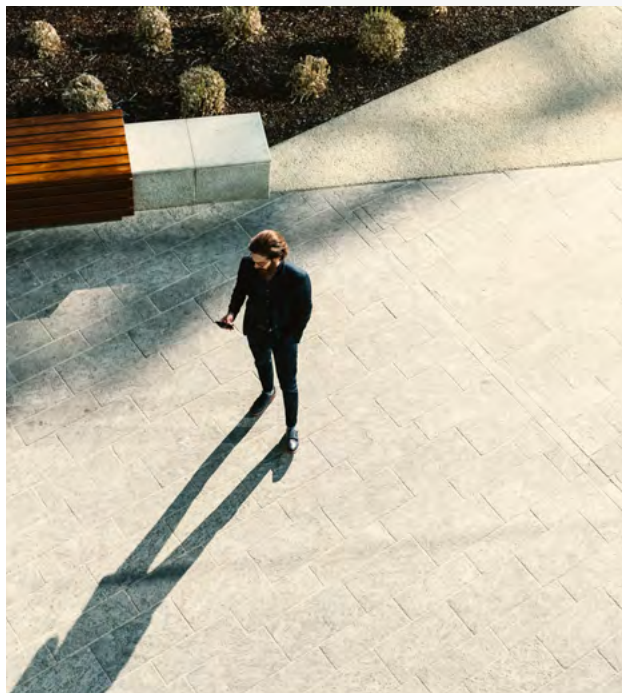
Source : [Wealth Professional](#) (en anglais)



À retenir : Il existe un immense marché inexploité pour vos conseils. Les clients ont besoin que vous les aidiez à forger leur résilience financière.

Les banques peuvent courir un risque de liquidité plus élevé que les assureurs

Les produits d'assurance visent un engagement à long terme des clients



À retenir : Les compagnies d'assurance sont financièrement solides. Ceci contribue à donner confiance aux clients qui veulent souscrire des contrats d'assurance.

La Silicon Valley Bank (SVB), une banque régionale de Californie, investissait beaucoup dans des obligations à long terme. À mesure que les taux d'intérêt ont augmenté, la valeur de ces obligations a diminué. La SVB a été obligée de vendre des obligations à perte en raison de retraits massifs (« ruée vers les guichets ») se chiffrant en milliards de dollars.

Par contraste, il est très improbable qu'un scénario de « ruée vers les guichets » se produise dans le cas des compagnies d'assurance. Tous les contrats assortis de valeurs de rachat sont assujettis à des frais de rachat, ce qui dissuade les gens de faire des retraits hâtifs. De plus, des propriétaires de contrat pourraient renoncer à leur couverture d'assurance. Généralement, les compagnies d'assurance bénéficient d'une position solide sur le plan des capitaux et accordent de la valeur à presque tous leurs placements pour refléter toute perte latente.

Source : [Investment Executive](#) (en anglais)

Conseils sur la recherche de prospects dans votre collectivité

Communiquez ce que vous faites et pourquoi on devrait faire affaire avec vous

La prospection dans votre collectivité obéit à la loi de l'attraction. Si les gens connaissent votre ardeur au travail, votre honnêteté et votre réussite, ils penseront d'abord à vous lorsqu'ils auront besoin d'un conseiller. Voici six façons de faire connaître ce que vous faites et pourquoi vous excellez dans votre domaine :

1. Sensibilisez les gens.
 - Soignez votre tenue et arborez le logo de votre entreprise pour susciter des conversations.
2. Augmentez votre visibilité.
 - Participez à des activités locales pour rencontrer du monde et nouer des liens.
3. Dites aux gens ce que vous faites.
 - Si vous manifestez de l'intérêt pour la carrière des autres, ceux-ci vous interrogeront sans doute sur la vôtre.
4. Soyez toujours positif.
 - Évitez de vous plaindre et de tenir des propos négatifs. Respectez la confidentialité des clients. Remplacez « comment vont les affaires » par « comment avez-vous aidé quelqu'un aujourd'hui » pour démontrer la valeur que vous offrez.
5. Portez-vous volontaire pour des tâches qui s'arriment à vos compétences.
 - Vous pouvez démontrer vos aptitudes en animant un séminaire d'éducation financière.
6. Ayez des cartes professionnelles avec vous.
 - Distribuez-les à des personnes que vous rencontrez pour la première fois afin qu'elles se souviennent de vous.



À retenir : Au lieu de solliciter la clientèle, soyez actif dans votre collectivité pour montrer aux gens pourquoi ils devraient s'adresser à vous. Mettez-vous en valeur silencieusement. Portez des vêtements de votre entreprise ou ajoutez un logo à votre tenue quotidienne. Portez-vous volontaire pour des tâches qui font appel à vos compétences.

Source : [Think Advisor](#) (en anglais)

Comprendre les défis particuliers des clientes

Insuffler aux femmes l'assurance nécessaire pour atteindre leurs objectifs

D'après Statistique Canada, les femmes représentent plus du quart des personnes dont le revenu se situe dans la tranche supérieure de 1 % au Canada. D'ici 2026, les femmes contrôleront près de la moitié du patrimoine financier du pays (Investor Economics Household Balance Sheet 2017).

Bien qu'elles contrôlent un patrimoine de plus en plus important, les femmes affrontent néanmoins des défis financiers particuliers comme les suivants :

- inégalité salariale
- interruptions de carrière
- espérance de vie plus longue

Les conseillères sont dans une position privilégiée pour aider les femmes à gérer leurs finances, parce qu'elles comprennent mieux les défis que celles-ci doivent relever et peuvent donc leur offrir des conseils plus adaptés.

Cependant, en définitive, les femmes veulent se sentir à l'aise avec leurs décisions financières. Il incombe à chaque conseillère et conseiller d'aider ses clientes à se juger suffisamment renseignées et à être satisfaites de leurs choix financiers.

Source: [Investment Executive](#) (en anglais)



À retenir : Les femmes continueront de voir croître leur patrimoine financier et de chercher des conseillers en qui elles ont confiance. Ceci donne à tous les conseillers – et particulièrement aux conseillères – l'occasion d'appuyer les femmes et de leur insuffler l'assurance nécessaire pour atteindre leurs objectifs.

Les commentateurs économiques inquiètent les clients

Points de discussion pour gérer l'émotivité dans le cadre de la planification financière

Bien des clients attendent anxieusement les nouvelles concernant l'inflation et les hausses de taux d'intérêt. Vous devez les rassurer, qu'il y ait ou non une récession.

Voici quelques points à aborder à cette fin :

1. Il ne faut pas écouter tout ce qui se dit au sujet de l'économie.
 - Les conjectures économiques intéressent davantage les investisseurs à court terme. En moyenne, le marché boursier a toujours monté à long terme.
2. Le marché regarde vers l'avenir, tandis que les données économiques reflètent le passé.
 - D'éminents analystes et économistes affirment que les perspectives sont favorables pour le marché.
3. La faillite de la Silicon Valley Bank (SVB) n'est peut-être pas mauvais signe.
 - Historiquement, de tels événements ont tendance à survenir vers la fin des cycles de hausse des taux. L'obsession des médias pour la faillite de SVB éclipse la réalité des actions financières. En général, les actions des banques régionales des zones rurales constituent un bon placement en raison de leur faible ratio cours-bénéfice et de leurs perspectives robustes.
4. La conjoncture n'est pas propice aux placements indiciaires.
 - Les placements indiciaires tuent le rendement dans un marché comme celui que nous connaissons actuellement. La gestion active est particulièrement indiquée dans le contexte présent.
5. Il ne faut pas trop miser sur les obligations à court terme.
 - Comparativement au rendement à long terme élevé du marché boursier, les obligations et les dépôts en liquide font plutôt office de véhicules d'épargne.

Source : [Think Advisor](#) (en anglais)

À retenir : L'anxiété risque de faire perdre de vue les principes élémentaires des placements. Vous pouvez utiliser les points ci-dessus pour calmer les clients et leur redonner confiance dans leur situation financière.

Pourquoi les clients peuvent mettre fin à leur relation avec un conseiller

Et ce que vous pouvez faire pour éviter une cessation de la relation

Un récent sondage de Morningstar révèle que les clients cessent rarement de faire affaire avec leur conseiller. S'ils le font, c'est probablement en raison de la qualité de la relation et non des frais ou des rendements moins élevés que prévu.

Trois facteurs sous-jacents expliquent souvent que des clients cessent de faire affaire avec leur conseiller :

1. Le conseiller ne met pas suffisamment l'accent sur la dimension humaine des finances personnelles.
2. Le conseiller n'explique pas clairement sa valeur.
3. Les attentes n'étaient pas arrimées dès le début du partenariat.

Le sondage a aussi révélé que les personnes ayant les caractéristiques suivantes étaient plus susceptibles de cesser de faire affaire avec leur conseiller :

- salaire plus élevé
- plus d'actifs à placer
- meilleure littératie financière

Source : [Wealth Professional](#) (en anglais)

À retenir :

Vous pouvez éviter un bris de la relation en :

- parlant aux clients de ce qui va dans le sens de leurs intérêts
- utilisant des guides de discussion pour comprendre les véritables objectifs des clients
- faisant participer les clients dans des pratiques d'établissement des objectifs

Expliquez clairement la valeur que vous offrez aux clients en :

- veillant à personnaliser votre service
- interagissant de façon proactive
- utilisant des méthodes de communication efficaces

Déceler et prévenir la maltraitance financière

Connaissez vos clients pour prévenir l'exploitation financière

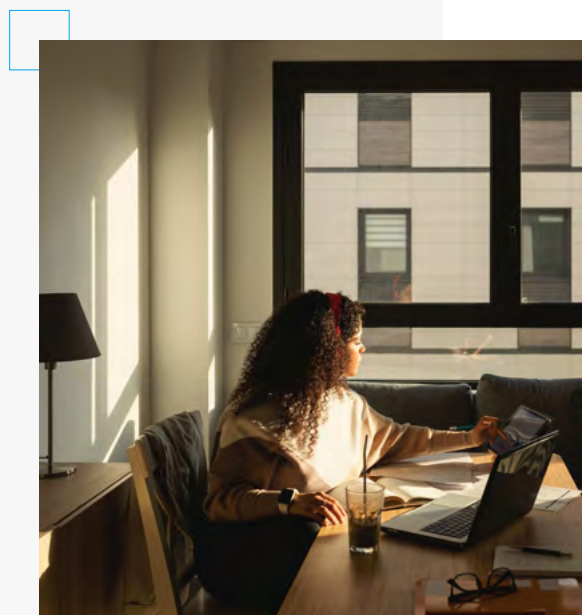
Le Centre canadien pour l'autonomisation des femmes (CCAF) a [récemment mené un sondage](#) auprès de 121 victimes et survivantes de maltraitance financière durant la pandémie. La maltraitance financière survient lorsque quelqu'un prend le contrôle des ressources économiques de la victime et l'empêche d'en profiter.

Parmi les répondants du sondage :

- 93 % avaient vu leurs paiements de revenu confisqués par leur abuseur.
- 80 % ont déclaré que leur conjoint se montrait contrôlant, manipulateur et coercitif en matière de finance et de stabilité économique.
- 87 % se sont fait voler de l'argent de leur porte-monnaie, sac à main ou compte bancaire.

Quand vous conseillez un couple, il est possible que vous transigiez davantage avec un des conjoints. Parfois, les conseillers auront plus de respect pour le conjoint qui s'occupe davantage des placements. Cependant, vous avez le devoir d'inclure l'autre conjoint titulaire de placements/comptes conjoints, surtout si vous ne lui avez pas parlé depuis un certain temps.

Source : [Wealth Professional](#) (en anglais)



À retenir: Vous devez impérativement connaître votre client plutôt que ce que son conjoint dit à son sujet. Votre tâche consiste à créer un espace sûr pour les deux conjoints, de façon à ce que chacun puisse exprimer ses objectifs financiers même si un des deux s'occupe plus activement de cet aspect de leur vie.

Vous recherchez plus de perspectives de l'industrie?

Les résumés d'articles et les principaux points à retenir peuvent vous aider à faire croître vos affaires et à vous informer.

Visitez la page [Perspectives de l'industrie](#) sur le site sunlife.ca/serviceconseil pour consulter les numéros précédents.

Votre opinion compte!

Joignez-vous à la communauté La Voix du conseiller. Participez à des groupes de discussion et à des recherches en ligne, conçus pour améliorer les solutions que nous offrons aux conseillers en assurance comme vous.

[Inscrivez-vous dès maintenant et participez](#)

Notre appui. Votre croissance.