



INVESTMENT INDUSTRY ASSOCIATION OF CANADA
ASSOCIATION CANADIENNE DU COMMERCE DES VALEURS MOBILIÈRES

LETTRE DU PRÉSIDENT

N° 106

L'essor d'un nouveau paradigme pour les conseils financiers
Conférence de la SIFMA sur la clientèle privée | 5-7 avril 2017



FAITS SAILLANTS

Les activités de détail sont dans un tournant crucial. Les clients accordent désormais la priorité à la proposition de valeur et à la commodité en plus du rendement du portefeuille.

Les conseillers mettent davantage l'accent sur le « pourquoi » c. à d. la proposition de valeur du conseiller que sur le « quoi » c. à d. le processus de placement. Les résultats financiers se traduisent dans la réussite des objectifs de vie comme la sécurité financière, le soutien à la famille élargie, laisser un héritage, etc.

Les placements économiques gérés passivement ou les produits indiciels, une fourniture commode des conseils financiers et les divers types de communications numériques sont indispensables pour répondre aux besoins des investisseurs.

LES SOCIÉTÉS DE DÉTAIL AMÉRICAINES SONT À UN POINT D'INFLEXION

J'ai assisté il y a deux semaines à la conférence annuelle de la SIFMA sur la clientèle privée qui a eu lieu à Phoenix. L'objectif de la présente Lettre du président est de commenter les discussions de panel et les exposés qui portaient sur les tendances clés du secteur des conseils financiers aux États Unis du point de vue des investisseurs, des conseillers et des sociétés.

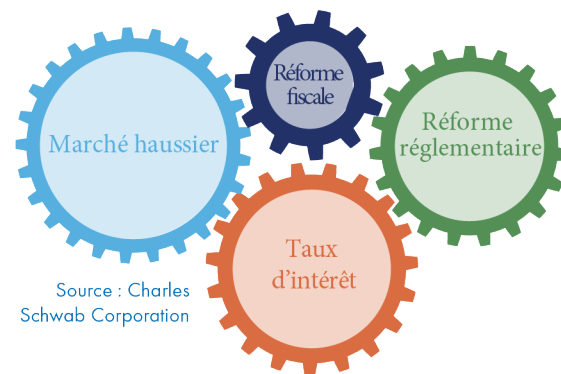
Comme le suggère le titre de la conférence « Les conseils financiers dans une conjoncture qui change rapidement », la fourniture de conseils financiers se retrouve maintenant au milieu de changements rapides sur les marchés financiers de détail, pas tellement à cause de l'impact de la réglementation (quoique l'ombre de la norme fiduciaire adoptée par le ministère du Travail des États Unis plane toujours sur le secteur du détail et que la FINRA devient de plus en plus proactive dans ses activités de réglementation), mais à cause des demandes d'investisseurs qui deviennent de plus sophistiqués et connaissant en technologie, et de l'intense concurrence des petites et grandes sociétés du secteur pour attirer les clients. La fluidité des actifs des clients sous gestion n'a jamais été aussi grande, ce qui reflète une diminution de la fidélisation de la clientèle, une tendance au départ des actifs financiers détenus par les conseillers et sociétés provoqué par le conjoint survivant et le transfert intergénérationnel de patrimoine.

Il ressort de l'évaluation faite par les participants à la conférence que le secteur est actuellement dans un tournant crucial. On avait considéré qu'il y avait eu un point d'inflexion dans le secteur américain immédiatement à la suite de la crise financière de 2008 alors que le secteur avait dû regagner la confiance des clients qui était à son plus bas – déconfiture de Bear Stearns et Lehman; renflouements de Wachovia et de Washington Mutual; nouveaux réajustements de portefeuilles et changements d'objectifs à cause de

l'évolution démographique; vieillissement des bébés boumeurs; et adaptation du secteur aux nouvelles technologies émergentes.

Donc, pourquoi y a t il un nouveau point d'inflexion?

Un point d'inflexion pour les services financiers



Source : Charles Schwab Corporation

IMPORTANCE D'UNE SOLUTION ÉCONOMIQUE POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS DE VIE ET OFFRIR UNE PROPOSITION DE VALEUR AUX CLIENTS

Au cours des dernières années, la priorité des clients est dorénavant d'atteindre les objectifs de vie – comme la sécurité financière, les soins de santé pour le client et la famille élargie, une bonne planification successorale au bénéfice de la famille et de la collectivité, etc. Cet accent sur la vie des gens répond aussi à des émotions fortes, en apaisant l'anxiété et le stress, et en donnant de l'espoir. C'est une réaction normale des bébés boumeurs à la retraite ou qui s'approchent de la retraite. Les activités boursières sont encore indispensables, cependant la préoccupation est davantage la répartition des actifs que l'accumulation des actifs. De plus en plus, les clients

cherchent un conseiller qui fait office de confident ou de quart arrière financiers et ils veulent établir des rapports plus étroits avec leur conseiller.

Les clients s'attendent de plus en plus à ce que leur conseiller soit un guide qui leur permette de prendre les bonnes décisions afin d'atteindre les bons objectifs de vie et qu'il leur fournisse une solution aussi détaillée et pointue qu'il le faut. La définition de sécurité financière, de soins de santé et de planification successorale au bénéfice de la famille ou de la collectivité varie beaucoup entre les clients et il faut tenir compte des attentes et des diverses circonstances et priorités. De plus, les objectifs de vie sont en perpétuel changement.

Le conseiller chevronné sera capable d'établir une proposition de valeur à son client. La meilleure explication consiste à répondre à l'importante question suivante : Pourquoi faire affaire avec un conseiller, ou, en d'autres mots, Pourquoi le client a-t-il besoin d'un conseiller pour atteindre ses objectifs de vie. La deuxième question la plus importante est comment y parvenir. Une planification financière détaillée préparée par le conseiller et le client répond à cette question.

Certains conférenciers ont souligné qu'il peut être difficile pour les conseillers et les sociétés d'établir des rapports très étroits et vraiment personnalisés avec les clients. Il faut une formation particulière, une connaissance approfondie du secteur, et l'adhésion aux nouveaux moyens de communication utilisés par les clients. De plus, la confiance des clients est indispensable pour établir ces rapports étroits.

Atteindre ces objectifs finaux et accroître la confiance qu'il est possible de réussir commencent avec le conseiller et son client qui conviennent des bons paramètres pour mesurer le succès. Ces paramètres consistent notamment dans le rendement du portefeuille, des communications exhaustives entre le conseiller et son client, l'écoute attentive du client, et le recours à une planification financière détaillée qui tient compte des placements boursiers et de l'épargne, et aussi de la gestion de risques, afin d'atteindre les objectifs financiers et de vie sur un horizon temporel défini.

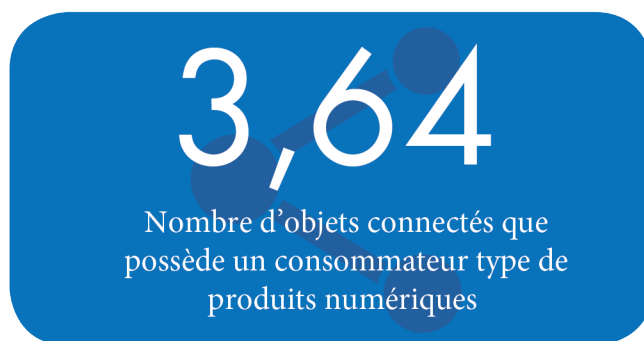
En plus de l'importance d'établir des objectifs globaux, au cours des dernières années les clients en veulent de plus en plus pour leur argent, car ils se sont rendu compte avec le temps que les produits de placement complexes assortis de frais élevés ne fournissent pas nécessairement des rendements élevés. Certes, les investisseurs veulent atteindre leurs objectifs, mais ils veulent aussi les atteindre économiquement. Cela se traduit par des placements importants dans des produits à bas coût gérés passivement, comme les fonds communs de type bêta, les fonds communs à bêta intelligent et les FNB, et par des explications directes et compréhensibles du processus de placement.

De plus, les clients s'attendent à un large éventail de services financiers, car ils se rendent compte que des services accessoires comme la planification fiscale, financière et successorale, peuvent

faire une différence importante sur le rendement du portefeuille et les résultats finaux. Ils veulent aussi qu'on leur explique en termes simples et compréhensibles le processus de placement. Ils veulent aussi de la commodité dans la fourniture des services financiers et des états financiers, et pouvoir eux-mêmes négocier et faire des placements en ligne à partir de leur bureau ou à la maison. Enfin, le client s'attend à des communications de haute qualité avec son conseiller financier, virtuellement chaque jour, pour consulter les résultats financiers et suivre les progrès dans la réalisation des objectifs et, le cas échéant, changer les objectifs.

Enfin, l'informatique, particulièrement la technologie numérique, permet par l'intermédiaire d'Internet et des sites Web des communications en temps réel entre le client et son conseiller partout dans le monde. La technologie a transformé la relation entre le client et son conseiller, ce qui donne la possibilité au conseiller de devenir de facto et sans qu'il n'y paraisse la plaque tournante de la vie financière du client.

L'importance pour l'investisseur d'en avoir pour son argent et de payer moins cher explique pourquoi Schwab et Fidelity se sont classés premier et deuxième dans le dernier sondage J.D. Power sur les sociétés de courtage de détail de plein exercice. Ces deux sociétés ont débuté leurs activités commerciales en satisfaisant les besoins des investisseurs de détail qui veulent en avoir pour leur argent. Par la suite, elles sont devenues des sociétés de courtage de plein exercice, s'occupant d'une clientèle plus fortunée, tout en continuant à offrir un bon service à bon prix et elles ont eu recours à la technologie. Ces caractéristiques ont de l'importance pour les clients.



Source : Charles Schwab Corporation

LE RÔLE ESSENTIEL DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Les conseillers et les sociétés devront se fier à la technologie numérique pour faciliter les communications avec les clients, particulièrement à l'ère des fréquentes communications entre le client et son conseiller, virtuellement chaque jour. L'objectif final est d'établir des communications de haute qualité avec le client. Le conseiller doit être en mesure de communiquer fréquemment avec les clients et à des moments stratégiquement importants pour eux pour se mettre à jour en tenant des discussions informelles et pour réagir à des moments de vie particuliers pour les clients comme le mariage, la naissance des enfants, l'entrée des enfants au cégep, la maladie, etc. Par ailleurs, le client a besoin d'un point

d'accès commode au conseiller. Le secteur utilise la plupart des formes de communication numérique : réseaux sociaux, sites Web et courriels. Les réseaux sociaux sont un excellent moyen de connaître et suivre les moments particuliers de la vie des clients, en ayant souvent recours à Facebook ou LinkedIn. Les sites Web sont importants pour attirer de nouveaux clients et expliquer les produits et services offerts. Ces sites doivent être facilement repérables sur Internet et aussi sur LinkedIn, et ils doivent fournir des informations claires et concises. Enfin, le textage s'est révélé être efficace comme moyen de communication numérique – les statistiques montrent qu'en moyenne un texto est répondu en 90 secondes alors qu'il faut compter en moyenne 90 minutes pour obtenir une réponse à un courriel. Cependant, le problème actuellement est que le textage est interdit par les réglementations des valeurs mobilières parce que les dossiers ne peuvent pas être conservés indéfiniment.



Source : Charles Schwab Corporation

LE SECTEUR FERA LES CHOSES DIFFÉREMMENT

Premièrement, les demandes des clients pour établir et atteindre les objectifs de façon économique et commode changeront les activités de gestion de patrimoine. De plus en plus, la fourniture de conseils financiers se fera chaque jour et plus facilement à l'aide de la technologie. Puisque les clients se préoccupent surtout des résultats globaux, les conseillers doivent en partant expliquer les bénéfices de leur proposition de valeur dans la vie des clients. Les conseillers devront donc mettre l'accent sur la relation. Pour plusieurs conseillers, cela veut dire plus de rencontres en personne avec les clients et déléguer davantage les tâches administratives. Ce changement dans les activités commerciales ne sera pas facile dans le contexte des réglementations contraignantes sur la protection de la vie privée.

Deuxièmement, la demande de commodité et de produits économiques encouragera la mise au point de produits et services plus innovateurs. Par exemple, les fonds communs de type bêta et les fonds communs à bêta intelligent gérés passivement seront populaires, de même que les comptes à honoraires réduits et les placements générant des rendements élevés suffisants pour justifier les honoraires. Les conseillers et les sociétés répondront aux demandes des clients d'une plus grande transparence des produits de placement offerts au détail et des honoraires et frais connexes – ce qui est prévu d'ailleurs au Canada par le MRCC 2 nouvellement entré en vigueur. Les sociétés mettront aussi en place une technologie encore plus sophistiquée pour fournir des

conseils, les états financiers, etc. rapidement à l'emplacement des clients, au lieu des rencontres en personne dans les bureaux de la société, et pour tirer parti des données des clients afin de renforcer les communications et adapter la technologie numérique dans le but d'augmenter la fréquence des communications de haute qualité avec les clients.

Enfin, les sociétés devront attirer une nouvelle génération de conseillers financiers pour prendre la relève des conseillers plus âgés, dont l'âge moyen est de 56 ans, afin de répondre aux demandes d'une diversité croissante de clients sur les plans du sexe et des antécédents, de s'adapter à la clientèle grandissante de la génération du millénaire, et d'augmenter la productivité de la fourniture des conseils financiers. Les sociétés devront mettre au point des méthodes sophistiquées de recrutement, de bons programmes de formation et des procédures de transition efficaces. L'époque du démarchage téléphonique est révolue depuis longtemps. L'avenir est au mentorat et à la collaboration de diverses équipes pour s'occuper des clients.

CONCLUSION

Des investisseurs plus sophistiqués, une diminution de la fidélisation de la clientèle, le besoin de rapports plus étroits entre le client et son conseiller, des objectifs financiers et de vie forts différents selon les clients qui ont par ailleurs les mêmes demandes sur la proposition de valeur, le service et la commodité, sont entrés en collision avec un élargissement de la gamme des produits et services financiers et avec des applications technologiques plus sophistiquées qui offrent plus de possibilités pour les placements en ligne, la fourniture de services financiers et les communications numériques.

Les tendances en matière de placement boursier qui ont été décrites, auxquelles se surimposent une diminution de la fidélisation de la clientèle et la fluidité des actifs des clients sous gestion, ont précipité le secteur américain de la gestion du patrimoine dans un tourbillon de changements structurels et dans un grand mouvement de consolidation, qui ne sont pas dissemblables aux réajustements structurels qui ont suivi l'effondrement institutionnel lors du krach financier de 2008-2009. Les gagnants et perdants des récents changements généralisés seront déterminés moins par l'impact de la taille – les grandes sociétés de courtage qui ont leur propre service électronique versus les sociétés indépendantes, mais plus par les sociétés qui s'adapteront efficacement à l'évolution de la demande des bébés-boumeurs fortunés qui sont encore en position dominante et de l'influence grandissante sur le marché de la génération du millénaire.

Veuillez agréer mes salutations distinguées.

Ian C. W. Russell, FCSI
Président et chef de la direction de l'ACCVM
Avril 2017