



Lettre du Président

Ce que doivent faire les conseillers pour surmonter la crise financière: créer un nouveau climat de confiance pour un nouveau monde financier

Le 15 septembre, l'ACCVM a tenu son congrès annuel à Toronto. La journée a permis aux membres de l'ACCVM d'en apprendre plus avec les principaux leaders de notre secteur sur les façons de « *Créer un nouveau climat de confiance dans le nouveau monde financier* ».

La crise financière a eu lieu il y a trois ans exactement. Cependant, les investisseurs se retrouvent une nouvelle fois aux prises avec une conjoncture financière périlleuse alors que les marchés des capitaux sont en effervescence, le cours des actions s'effondre – et que les perspectives économiques et financières sont assombries par une profonde incertitude.

Nul doute que les investisseurs s'attendaient à une tout autre situation que celle qu'ils vivent depuis trois ans. Ils s'attendaient probablement à une bonne progression du désendettement de l'économie et à la mise en place d'une reprise durable, avec un contrôle de la dette et du déficit publics et un renforcement de la confiance dans les marchés financiers et l'économie mondiale. Les choses se sont passées différemment et les investisseurs font face à un autre problème. L'économie mondiale est anémique; les gouvernements, particulièrement en Europe, n'ont pas été capables de faire le ménage dans leurs finances et les pays européens périphériques sont au bord du défaut de paiement; les institutions financières internationales, dont plusieurs détiennent beaucoup de dettes souveraines, sont de nouveau en danger; la volatilité des marchés a augmenté et la confiance des investisseurs s'est effritée.

Il n'est pas surprenant que les investisseurs s'inquiètent. Ils ne savent que trop bien, à cause de ce qu'ils ont vécu récemment, que les chocs financiers sur les marchés des titres d'emprunt et les marchés des actions mettent leur patrimoine financier en péril. Ils savent aussi que les gouvernements n'ont pas tous les mêmes moyens lorsqu'il s'agit de renflouer de grandes institutions

financières et d'adopter les mesures pour stimuler l'économie qui sont nécessaires pour limiter l'impact des chocs financiers et économiques et revaloriser les actifs financiers. Enfin, même si la volatilité a diminué, il est difficile, à cause des bas taux d'intérêt et de l'absence de tendance dans les marchés des actions, de générer un bon rendement pour les portefeuilles sans prendre de gros risques.

Tous ces problèmes ont grugé la confiance des investisseurs, particulièrement celle des clients fortunés qui sont près de la retraite, et ils incitent plusieurs investisseurs à se retirer des marchés. Les investisseurs sont maintenant à la remorque des événements et non l'inverse.

Il est temps pour les conseillers de créer un nouveau et meilleur climat de confiance avec leurs clients : de les rassurer pendant les perturbations financières, de les aider à mieux comprendre les complexités des marchés financiers et du monde des affaires, et de leur donner de bons conseils au bon moment – ou simplement de leur rappeler les mesures à prendre pour passer à travers des temps économiques et financiers difficiles, qui sont conformes à leur tolérance au risque et leur permettront d'atteindre leurs objectifs financiers.

Par-dessus tout, les conseillers doivent rester à l'écoute de leurs clients en communiquant souvent avec eux par téléphone et courriel. Plusieurs conseillers prennent déjà l'initiative de communiquer avec leurs clients, mais certains en font plus en adoptant diverses approches et techniques pour que leurs clients profitent davantage de la relation client-conseiller. Il faut rappeler aux clients que les plans financiers réalistes qu'ils ont mis au point pour atteindre leurs objectifs tiennent compte de la volatilité des marchés. Les conseillers doivent fournir fréquemment des mises à jour des portefeuilles (en plus des relevés financiers officiels) et expliquer le

rendement des portefeuilles en fonction des objectifs des clients. Les conseillers doivent aussi rassurer les clients que des précautions adéquates ont été prises en cas d'évènements improbables, mais très graves de type « cygne noir », par exemple des stratégies de marché neutre et l'augmentation des liquidités. Il est évident que les conseillers ne connaissent pas l'avenir. Ils ne peuvent pas prévoir avec certitude les mouvements des marchés et leurs clients ne s'y attendent pas non plus. Cependant, les conseillers devraient expliquer et interpréter les évènements récents et la protection des portefeuilles contre les chocs financiers, et présenter leurs prévisions pour les marchés financiers. Les clients ne s'attendent pas à ce que leur conseiller possède une boule de cristal, mais ils s'attendent à ce que leur conseiller leur fournisse une analyse bien étayée des divers scénarios possibles.

Beaucoup de conseillers ont renforcé ce genre de mesures proactives, alors que les conditions financières se sont détériorées et que les investisseurs sont devenus de plus en plus désorientés, afin de renforcer la communication, augmenter la confiance et consolider la relation avec leurs clients. Ces mesures augmentent la confiance dans le conseiller. La présence d'investisseurs bien informés et plus sûrs d'eux entraîne de meilleures décisions de placement – et la tranquillité d'esprit.

Ces temps difficiles mettent tout le monde à l'épreuve. Cependant, les conseillers qui travaillent constamment à renforcer la confiance de leurs clients établissent les bases d'une relation solide et durable avec leurs clients dont ils profiteront beaucoup au cours des prochaines années.

Veillez agréer mes salutations distinguées,



Ian C.W. Russell, FSCI
Président et chef de la direction, ACCVM
septembre 2011