



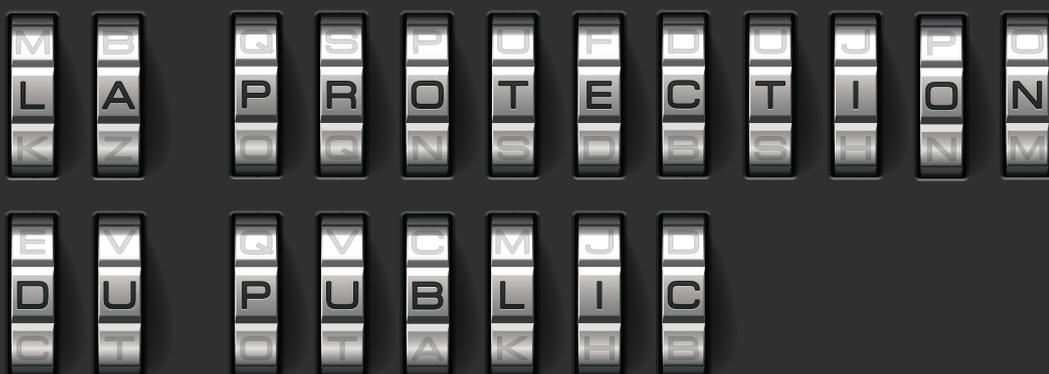
LE MAGAZINE DES
PROFESSIONNELS
EN FINANCES
PERSONNELLES

MARS 2017

VOLUME 42

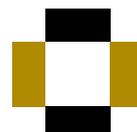
NUMÉRO 01

CHAMBRESF.COM



LE GRAND
ENJEU EN 2017

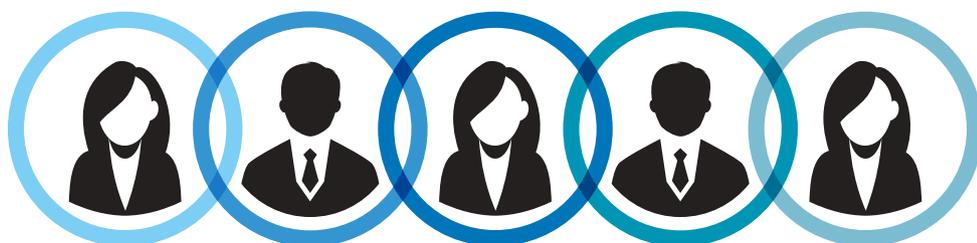
PP40063682



Chambre
de la sécurité
financière

LE GRAND RASSEMBLEMENT CSF / 8 JUIN 2017

HÔTEL MORTAGNE
BOUCHERVILLE



**LA SANTÉ
FINANCIÈRE
C'EST NOTRE
AFFAIRE
À TOUS**

ENSEMBLE, NOUS SOMMES
BIEN PLACÉS POUR ASSURER
LA PROTECTION DU PUBLIC.

**LA CSF, C'EST VOTRE CHAMBRE.
IMPLIQUEZ-VOUS !**

INSCRIVEZ-VOUS À TITRE DE
DÉLÉGUÉ POUR PARTICIPER À
L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE
OU POUR VOUS PRÉSENTER EN
TANT QU'ADMINISTRATEUR
AU CA DE LA CSF.

DATE LIMITE : 29 MARS

DÉTAILS SUR CHAMBRESF.COM

RÉDACTION, RÉVISION ET ÉDITION

Julie Chevette
Paul Derome

GRAPHISME ET IMPRESSION

Cabana Séguin/Solisco

PUBLICITÉ

Marie-Michèle Daoust
514 282-5777, poste 2252
mmdaoust@chambresf.com

DÉPÔT LÉGAL

Bibliothèque et Archives
nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN 0823-8138

CONVENTION DE POSTE-PUBLICATION

PP40063682

SERVICE AUX ABONNÉS

2000, av. McGill College, 12^e étage
Montréal (Québec) H3A 3H3
514 282-5777 • 1 800 361-9989
magazine@chambresf.com

Le magazine CSF est publié quatre fois par année par la Chambre de la sécurité financière à l'intention de ses quelque 32 000 membres, qui exercent dans les domaines suivants : l'épargne collective, l'assurance de personnes, les plans de bourses d'études, la planification financière et l'assurance collective de personnes.

Les articles publiés sont conçus dans un but d'information et de formation des membres. Les opinions exprimées n'engagent que leurs auteurs. Tous les articles peuvent être reproduits à condition d'en mentionner la source. Le masculin est utilisé pour faciliter la lecture et désigne aussi bien les femmes que les hommes.

MOT DE LA DIRECTION

Formation continue, excellence
et protection du public **4**

LES LIKE CSF

Restez branché
pour ne rien manquer **5**

OUTILS PRATIQUES

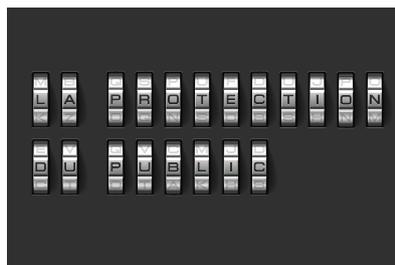
Les mots pour inspirer confiance **6**

Dons planifiés : pour que
la charité soit bien ordonnée **8**

Rendez-vous avec le rendement **10**

GRAND DOSSIER

LA PROTECTION DU PUBLIC LE GRAND ENJEU EN 2017



ÉDITORIAL
Des solutions équilibrées
pour la protection du public **12**

Littératie financière
Les difficultés persistent **13**

Pour bientôt,
l'invasion des robots? **14**

Distribution d'assurance
par Internet : pas sans
mon conseiller **15**

La multidisciplinarité
À la base d'un système robuste
de protection du public **16**

Vos histoires de santé financière
Survivre à l'après-cancer **17**

ENCADREMENT

Protéger les moins nantis
La Nouvelle-Zélande refuse
d'abolir les commissions de suivi **20**

ACTUALITÉS

Les Prix Excellence 2016
L'excellence pour protéger
la santé financière **22**

CHRONIQUE DE L'EXCELLENCE

Clément Blais :
les enfants d'abord **25**



PORTRAIT

La face cachée de Peter Tsakiris **26**

La question des membres **28**

POINT DE VUE DE LA RELÈVE

Contact et confiance,
selon Pierre-Oliver Cloutier **29**



FORMATION

Nos formations en ligne **30**

Nouveau cours obligatoire
ProDéonto **31**

FORMATION CONTINUE, EXCELLENCE ET PROTECTION DU PUBLIC

La CSF est un organisme d'autoréglementation (OAR) où vous, les membres, participez aux divers processus décisionnels. À l'instar d'un ordre professionnel, elle a un syndic et un comité de discipline composé de pairs qui veillent à l'intégrité et à la déontologie de votre pratique. En tout, vous êtes près de 300 membres de la Chambre à vous impliquer au sein du comité de discipline, du conseil d'administration, des divers comités et en tant que délégués à l'assemblée générale annuelle des membres. Ainsi, vous prenez part activement aux orientations adoptées en lien avec la mission de Chambre et qui permettent de faire évoluer la profession.

Au cours des derniers mois, nous avons effectué une tournée régionale pour échanger avec vous à propos des différentes réalités de votre pratique. Être à votre écoute nous permet d'atteindre un objectif important : mieux faire connaître le rôle et la mission de la CSF. Ces rencontres nous donnent aussi l'occasion de mieux comprendre vos besoins et de guider nos actions, notamment en ce qui a trait à la formation. Celle-ci est un élément sur lequel repose votre professionnalisme et l'un des piliers de la mission de protection du public de la CSF. En accord avec cette mission, nous en profitons pour vous rappeler que la période de référence de formation continue prendra fin le 30 novembre 2017. Nous vous invitons donc à consulter notre offre de formations 100 % CSF et à suivre le nouveau cours obligatoire ProDéonto, que la CSF a lancé à la fin de 2016. Ce cours, qui est déjà fort apprécié, vous propose de combiner des forfaits vous permettant de perfectionner vos connaissances dans plusieurs domaines.

D'autre part, il nous apparaît important de souligner la qualité de votre travail en mettant en lumière ceux et celles qui se sont démarqués tout en contribuant à la santé financière de leurs clients. Ainsi, les lauréats des Prix Excellence CSF 2016, que vous découvrirez dans ce numéro, représentent à leur façon des modèles pour l'ensemble des conseillers : ils mettent en pratique de manière exemplaire les actions que nous posons afin que nos membres atteignent le plus haut degré d'expertise et de conformité. Soulignons ici que nous avons reçu un nombre impressionnant de candidatures de très grande qualité, ce qui a drôlement compliqué la tâche du jury.

Avec l'arrivée des nouvelles technologies dans le secteur financier, dont celle des conseillers-robots, la qualité de vos conseils et de vos prestations de services doit faire la différence. C'est ce qui vous démarquera et démontrera la valeur ajoutée de votre rôle-conseil.

Un OAR multidisciplinaire tel que la CSF, qui veille à la déontologie, à la formation continue et à la discipline, participe à l'évolution et à la qualité de votre pratique et contribue à la confiance des consommateurs à l'endroit de l'industrie des services financiers.



— LYNE GAGNÉ, MBA, IAS.A.
PRÉSIDENTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



— MARIE ELAINE FARLEY
PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION



LES LIKE CSF

RESTEZ BRANCHÉ POUR NE RIEN MANQUER

La CSF est présente sur les médias sociaux. Joignez-vous à notre communauté pour rester à l'affût des dernières nouvelles et obtenir des informations essentielles à votre pratique.

Journal de Montréal Assurance en ligne : aventure risquée selon la CSF

1^{er} décembre 2016 — Option consommateurs confirme les recommandations de la CSF : La vente de produits d'assurance en ligne trop risquée pour les consommateurs sans l'intervention d'un conseiller.



RACONTEZ-NOUS VOS HISTOIRES DE SANTÉ FINANCIÈRE

11 janvier 2017 — Racontez-nous comment votre conseiller vous a prodigué un conseil qui a changé votre vie. Les meilleurs témoignages seront publiés dans le magazine CSF.



CAS VÉCU À LIRE

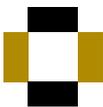
p. 17-19

23 janvier 2017 — NOUVELLE ADRESSE... et un accueil toujours aussi chaleureux! La CSF est prête à poursuivre sa mission dans ses nouveaux locaux.



journal-assurance.ca - Les gens préfèrent acheter auprès d'un représentant certifié

2 février 2017 — «La recherche d'informations peut se faire en ligne, mais pour la souscription, la force de vente est encore nécessaire; les gens ont encore besoin d'être accompagnés dans le processus» et les 32 000 spécialistes en santé financière membres de la CSF sont bien formés et encadrés pour accompagner leurs clients.



ChambreSF@Chambresf

6 janvier 2017 — En cette période propice aux REER, consultez un spécialiste en santé financière membre de la CSF.





LES MOTS POUR INSPIRER CONFIANCE

QUELS SONT LES MOTS LES PLUS APPROPRIÉS AVEC LES CLIENTS ?
QUELLE APPROCHE REMPORTE LA CONFIANCE DES ÉPARGNANTS ET
DES INVESTISSEURS ? UNE ÉTUDE RÉVÈLE QUEL VOCABULAIRE TOUCHE
LE CŒUR DE LA CIBLE.

En collaboration avec la firme spécialisée en communication Maslansky Luntz + Partners, Invesco Consulting a réalisé une étude intitulée « Les mots qui résonnent » afin d'aider les conseillers en services financiers à communiquer plus efficacement avec leurs clients.

Les résultats de cette recherche sont étonnants et ont été testés auprès d'investisseurs et de consommateurs canadiens par le biais de groupes de discussion puis de sondages téléphoniques. François Corbeil, vice-président régional, ventes, chez Invesco, fait le point sur les éléments à retenir en s'appuyant sur quatre grands principes de communication.

1

UN LANGAGE POSITIF

« Ne vendez pas la peur ou la culpabilité », recommande François Corbeil. Il faut utiliser des termes positifs comme *aider à maintenir votre niveau de vie* au lieu de *gérer le risque lié à l'inflation*, ou encore *s'assurer que vous aurez assez d'argent pour le reste de votre vie* plutôt que *gérer le risque lié à la longévité*.

Il est également plus efficace d'employer le mot *coût* que celui de *frais*, souligne M. Corbeil. *Frais* fait penser à *frais de service*, alors que *coût* fait plutôt référence au prix à payer pour pouvoir faire affaire avec un expert », précise-t-il.

Par ailleurs, les clients préfèrent se sentir guidés par leur conseiller dans leurs décisions d'investissement. Ils recherchent donc un guide et non un partenaire, un coéquipier ou encore moins un confident ! Dans cet esprit, l'utilisation du verbe guider est judicieuse.

L'approche personnalisée, par laquelle le consommateur a le sentiment que l'on s'adresse à lui et qu'il n'est pas considéré comme un numéro, est également un atout gagnant.

2

UN LANGAGE PLAUSIBLE

Présenter des avantages possibles et réalistes aux clients est également une démarche qui porte fruit. Par exemple, promettre une *retraite confortable* et non pas la *retraite de vos rêves* remporte davantage l'adhésion des épargnants.

En outre, les consommateurs semblent être beaucoup plus rassurés d'entendre les mots *une partie*, par exemple lorsque l'on va investir une partie de leur portefeuille dans tel ou tel produit de placement, et non pas *la totalité*.

Autre élément à retenir : *la sécurité financière* est désormais davantage prisée que *la liberté financière*. « Depuis les attentats du 11 septembre 2001, on a constaté que le mot *liberté* a perdu de son lustre et a été supplanté par le terme *sécurité* », souligne M. Corbeil. Qui plus est, les clients préfèrent un investissement *qui tient ses promesses* plutôt qu'une solution d'investissement *nouvelle et améliorée*.

Une stratégie *fondée sur les résultats et conçue pour les marchés d'aujourd'hui* est également plus attirante aux yeux des épargnants qu'une stratégie qui serait *basée sur les tendances des trois dernières décennies ou des trois dernières années*, par exemple. De la même façon, les clients recherchent des conseillers qui les aident à assurer la *sécurité des gains* et non pas à *réduire les pertes*.

Le conseiller qui promet qu'il va *surpasser le marché* au lieu d'*augmenter les gains* ou de *sécuriser les biens* ne gagnera pas non plus la confiance des épargnants.

3 UN LANGAGE SIMPLE

« Évitez le jargon! Les gens n'aiment pas être inondés par une terminologie financière qu'ils ne comprennent pas. Ils veulent des mots simples », recommande François Corbeil. Par exemple, on évite les mots *solution d'investissement* au profit de *stratégie d'investissement*.

« Lorsqu'on utilise le terme solution, cela sous-entend que le client avait un problème, ce qui n'est pas un langage positif », fait valoir M. Corbeil.

De la même façon, la *diversification du portefeuille* est perçue plus favorablement et mieux comprise par les épargnants que la *diversification des actifs*.

M. Corbeil ajoute que certains conseillers insistent beaucoup sur leur formation, par exemple en parlant de leurs diplômes. « Les clients sont intimidés, et au bout du compte, cela n'a pas réellement un impact positif », dit-il.

4 UN LANGAGE PERSONNEL

L'approche personnalisée, par laquelle le consommateur a le sentiment que l'on s'adresse à lui et qu'il n'est pas considéré comme un numéro, est également un atout gagnant. Il est donc préférable de mettre l'accent sur des avantages qui interpellent les clients. « Les gens veulent que le conseiller en services financiers comprenne leurs intérêts et leurs besoins, mentionne M. Corbeil. On pourrait par exemple commencer la rencontre en disant : "Parlez-moi de votre situation actuelle, et dites-moi, s'il y a lieu, comment les progrès de l'économie vous touchent", au lieu de parler des *prévisions des analystes pour l'avenir* ».

Par ailleurs, il est recommandé de choisir le mot *expertise* et non *expérience*. « Ce n'est pas parce qu'une personne travaille dans le même domaine depuis 20 ans qu'elle est bonne pour autant! Cela ne rassure pas nécessairement le client. Il vaut donc mieux mettre l'accent sur son expertise », commente François Corbeil. Tout cela rappelle à quel point il est important de bien choisir ses mots!

EMMANUELLE GRIL



FRANÇOIS CORBEIL
Vice-président régional,
ventes, chez Invesco

SPÉCIALISTES EN SANTÉ FINANCIÈRE : FAIRE COMPRENDRE ET RASSURER

Depuis sa dernière campagne publicitaire, la CSF utilise l'appellation marketing « spécialiste en santé financière » pour décrire le travail de ses membres. Cette dernière vise à faire comprendre le rôle des conseillers qui, en étant des professionnels formés et encadrés par la Chambre, favorisent la santé financière de leurs clients. La campagne établit le parallèle entre le rôle des médecins, qui doivent veiller à la santé des gens, et les conseillers qui ont le devoir de veiller à leur santé financière.



DANS UN SONDAGE POSTCAMPAGNE*

72% DES QUÉBÉCOIS

affirment que « cette comparaison aide à comprendre le rôle des conseillers en finances personnelles membres de la Chambre de la sécurité financière ».

87% DES QUÉBÉCOIS

trouvent « rassurant qu'un organisme veille à protéger leur santé financière en formant et en encadrant ses membres ».

*Ad hoc recherche, décembre 2016.

DONS PLANIFIÉS

POUR QUE LA CHARITÉ SOIT BIEN ORDONNÉE



LA SITUATION SE PRÉSENTE SOUVENT DE FAÇON INATTENDUE : LORS D'UNE CONSULTATION, UN DE VOS CLIENTS MENTIONNE QU'IL AIMERAIT POSER UN GESTE SIGNIFICATIF POUR LA SOCIÉTÉ. COMME LE BÉNÉVOLAT N'EST PAS SA TASSE DE THÉ, IL PENSE PLUTÔT FINANCER UNE CAUSE QUI LUI TIENT À CŒUR PAR DES DONS, OU MÊME EN CRÉANT UNE FONDATION. MAIS PAR OÙ COMMENCER ?

ÉLARGIR L'OFFRE DE CONSEIL

Dan Richards, de Client Insight, a réalisé il y a quelques années un sondage auprès de 50 000 investisseurs de partout au pays. L'analyse a démontré que « les clients qui obtiennent des conseils en matière de fiscalité, de planification successorale, d'épargne-études et de dons planifiés sont plus enclins que les autres à confier davantage d'actifs à leur conseiller ». Pourtant, M. Richards a constaté que seulement la moitié de ces clients investisseurs avaient été informés de la gamme de services de leur conseiller.

Le degré de satisfaction de la clientèle augmente de manière exponentielle à partir du moment où le conseiller améliore sa communication et propose des services dont il avait présumé, à tort, qu'ils étaient déjà connus de ses clients.

Dans l'offre de services du conseiller proactif figure la planification de dons. Les Québécois sont de plus en plus nombreux à connaître cet instrument philanthropique, même si dans les faits, une très petite proportion de gens y ont recours. Le conseiller peut jouer un rôle prépondérant dans cette démarche, alors que la notoriété des dons planifiés s'accroît sensiblement depuis les 10 dernières années – bien que la progression soit lente, comme l'a démontré une étude de CROP sur la question.

L'organisme Un héritage à partager Québec, qui a commandé certaines recherches sur le sujet, a découvert qu'environ une personne sur deux ayant entendu parler des dons planifiés savait que des avantages fiscaux s'y rattachaient. Il y a donc là un espace de communication et d'éducation à occuper par les conseillers afin d'aider leur clientèle à bien

comprendre les tenants et aboutissants du don planifié. Notons par ailleurs que l'organisme offre de l'aide aux professionnels, en plus d'un annuaire complet – et gratuit – de tous les organismes de bienfaisance en activité au pays. Voilà une excellente ressource pour que chaque client puisse choisir sa cause.

NOMBREUSES FORMES DE DONS

Les dons planifiés se déclinent sous plusieurs formes : don testamentaire, don d'assurance vie, rente de bienfaisance, fiducie de bienfaisance ou don de valeurs mobilières.

Comme on peut s'en douter, le don de titres en espèce, d'obligations ou de parts de fonds communs constitue l'un des moyens les plus



fiscalement avantageux d'effectuer un don planifié. À ce chapitre, rappelons qu'il est plus profitable de transférer directement des titres que de donner le produit de la vente de ces titres. Cette forme de don convient bien aux personnes qui souhaitent donner sans puiser dans leurs liquidités ou qui possèdent des actions dont la valeur a considérablement augmenté depuis leur acquisition.

Le type de don planifié le plus répandu demeure le don testamentaire. À ce jour, les chiffres colligés de plusieurs recherches montrent que plus de 70 % des adultes de 35 ans et plus affirment avoir rédigé un testament, soit une augmentation de plus de 10 % par rapport à la décennie précédente. La moitié d'entre eux l'ont fait auprès d'un notaire.

Rappelons que l'organisme Un héritage à partager Québec, un regroupement de quelque 160 organismes de bienfaisance, a pour mission d'encourager les Québécois à faire des dons planifiés au moyen de la planification financière, fiscale ou successorale.

UN AVANTAGE POUR LE CONSEILLER... ET SON CLIENT

Le notaire et fiscaliste François Bernier, directeur, planification fiscale et successorale à la Sun Life, décrit le donateur type comme étant âgé de plus de 45 ans, titulaire d'un diplôme universitaire, marié ou en couple et qui dispose d'un revenu de ménage excédant 100 000 \$. Généralement, c'est une personne qui fait du bénévolat, qui s'implique socialement ou qui pratique une religion sur une base régulière.

Toujours selon François Bernier, les avantages du don planifié pour le conseiller et son client sont indéniables. Les occasions d'entamer une discussion sur la bienfaisance et d'offrir des solutions philanthropiques sont multiples. En embrassant le sujet des dons caritatifs, le conseiller élargit sa gamme de stratégies en matière de gestion du patrimoine, ce qui lui permet de se démarquer dans un marché de plus en plus concurrentiel.

Comme le régime fiscal canadien est conçu de façon à reconnaître les dons caritatifs et à accorder aux donateurs des crédits d'impôt qui peuvent être substantiels, vos clients bénéficieront d'économies fiscales, un argument supplémentaire lorsqu'il s'agit de justifier vos frais et honoraires n'apparaissant pas dans le calcul de rendement du portefeuille du client.

Comme le mentionne M. Bernier, «le simple fait de prospecter l'intérêt des clients pour la philanthropie permet souvent de découvrir ce qui les passionne. Il ne faut pas être mal à l'aise quand vient le temps de discuter de ce sujet qui peut paraître délicat, car en discutant des dons caritatifs avec eux, vous apprenez à mieux connaître leurs valeurs, leurs principes et leurs rêves».

Il en découle une confiance accrue et une plus grande fidélité de la part de votre clientèle. Vous vous démarquez aussi comme étant une personne désirant avoir un impact positif dans la communauté, ce qui est classé parmi les qualités les plus recherchées, selon les experts en image.

FONDATION SUR MESURE

Enfin, une solution complètement indépendante s'offre aux conseillers qui ont l'habitude des fonds de dotations mis sur pied par les sociétés de placement mais qui trouvent les règles de placement de gestion d'actif et de transfert trop contraignantes.

Denise Castonguay, la PDG de Canada Gives propose en effet aux conseillers et experts en gestion de patrimoine des solutions de gestion de fondation clés en main. «Nous sommes uniques au pays et nous avons élaboré ce service pour offrir une plus grande indépendance aux conseillers dans leur approche avec leurs clients. Comme nous sommes un organisme à but non lucratif, nous nous concentrons exclusivement sur la partie "donner" de l'équation. L'objectif est de s'assurer que toutes les fondations créées grâce à notre programme et avec l'aide des conseillers financiers donnent le plus possible et servent ainsi — au premier chef — la fonction pour laquelle elles ont été établies au départ.»



FRANÇOIS BERNIER
Directeur, planification fiscale
et successorale à la Sun Life

« LE SIMPLE FAIT DE PROSPECTER L'INTÉRÊT DES CLIENTS POUR LA PHILANTHROPIE PERMET SOUVENT DE DÉCOUVRIR CE QUI LES PASSIONNE. »

RENDEZ-VOUS AVEC LE RENDEMENT



LE MRCC 2 EST ENTRÉ DANS SA TROISIÈME ET DERNIÈRE PHASE AVEC, POUR PIÈCE MAÎTRESSE, UN NOUVEAU CALCUL DU RENDEMENT POUR CHAQUE COMPTE CLIENT. BEAUCOUP DE QUESTIONS ET DE PÉDAGOGIE EN PERSPECTIVE.

Nous y voilà. Il est désormais requis de produire un rapport sur le rendement de chacun des comptes. Ce rendement doit couvrir minimalement une année, mais selon la fiabilité des données, il est souhaité qu'il remonte à la création du compte et, le cas échéant, qu'il couvre des périodes de 3, 5 ou 10 ans. De plus, les autorités réglementaires proposent un calcul de rendement d'un nouveau genre.

« Nous nous sommes retrouvés devant tout un défi opérationnel », résume Maxime Gauthier, chef de la conformité chez Mérci Services Financiers. La nouvelle formule de calcul du rendement a également été très prenante d'un point de vue informatique. L'équation ne se base pas sur la période de détention, qui est largement utilisée dans l'industrie, mais sur les flux de trésorerie. »

Les autorités réglementaires retiennent le « calcul du rendement pondéré en fonction des flux de trésorerie externes », apprend-on dans un feuillet de l'Institut des fonds d'investissement du Canada (IFIC). Suivant la logique prescrite, « on se rapproche du calcul du retour sur investissement ou du point mort de l'investissement », observe Maxime Gauthier.

« Ce n'est pas une formule facile à comprendre ni à expliquer à son client, mais il faudra le faire », précise le chef de la conformité. Mathématiquement, il y aura des écarts avec la méthode utilisée auparavant. La différence sera d'autant plus grande si le client est actif, puisqu'il multipliera les transactions dans son compte. Le facteur temps lié aux entrées-sorties aura une influence beaucoup plus marquée avec la nouvelle formule. « Le conseiller devra expliquer l'écart, répondre au client qui se demande quel rendement est le bon et associer le différentiel à la méthodologie utilisée. »

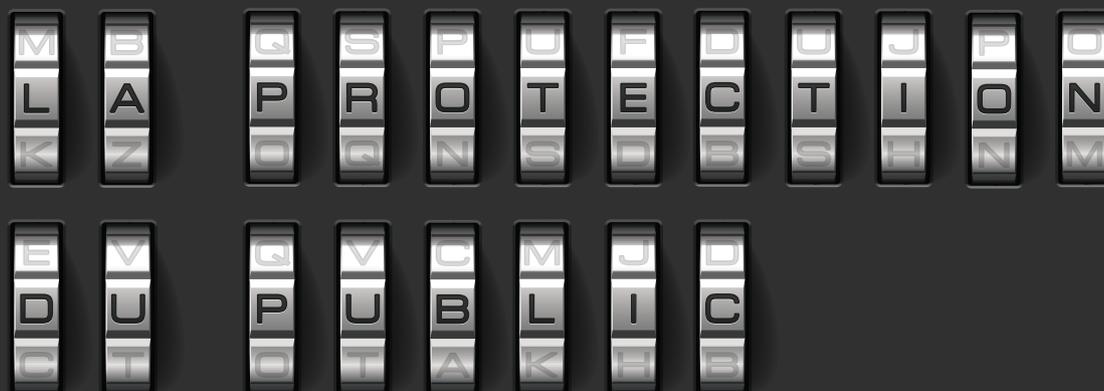
Le conseiller ou le courtier ne pouvant pas garantir l'intégrité des données sur les rendements antérieurs pourra « partir le compteur » à 2016. « C'est peu souhaitable, précise Maxime Gauthier. D'abord, les rendements en 2016 ne sont pas mirobolants. Mais là encore, que ce soit pour des raisons d'acquisition, d'intégration de cabinets ou de clientèle, ou encore de conversion de systèmes, il faudra faire comprendre à son client pourquoi on ne peut lui fournir d'historique de rendements. »

Plus généralement, il faudra remonter le plus loin possible, idéalement jusqu'à l'ouverture du compte. « Les courtiers qui ne sont pas en mesure de fournir les données depuis l'ouverture du compte [...] doivent choisir la date d'ouverture à partir de laquelle ils estiment que les données du compte sont fiables », selon l'IFIC. Encore une fois, il sera requis de préciser pourquoi on ne dispose pas de données historiques fiables ou complètes pour l'ensemble de la période écoulée depuis le début.

Une autre difficulté apparaîtra lorsqu'un client souhaitera comparer sa performance avec celles d'autres portefeuilles ou avec un indice de référence. Le rapport affichera un taux de rendement établi en fonction de la variation de la valeur des titres, de l'intérêt et des dividendes versés, des retenues d'impôt le cas échéant, mais aussi des dépôts et des retraits effectués. Bref, le client aura un rapport personnalisé et adapté à sa situation. L'IFIC suggère de comparer le taux de rendement personnel du client à son taux de rendement cible, de façon à déterminer s'il est sur la bonne voie pour atteindre ses objectifs de placement.

« Depuis le temps qu'on en parle, nous sommes, en 2017, entrés dans le *reality check* », illustre Maxime Gauthier.

— GÉRARD BÉRUBÉ



LE GRAND ENJEU EN 2017

PLUS QUE JAMAIS, IL REVIENT AUX CONSEILLERS DE SE FAIRE LES CHAMPIONS DE LA PROTECTION DU PUBLIC. AU-DELÀ DES OBLIGATIONS PROFESSIONNELLES, C'EST POUR EUX UNE FAÇON CONVAINCANTE DE DÉMONTRER LEUR VALEUR AUX CLIENTS DANS UN MARCHÉ EN PLEINE TRANSITION.

Le vent du changement est arrivé le 1^{er} janvier sous la forme des états de compte conformes au Modèle de relation client-conseiller (MRCC 2). Les nouvelles exigences de transparence forcent les firmes et les représentants à offrir plus d'explications à leurs clients, notamment sur la question de leur rémunération. Ajoutez à cela l'arrivée des conseillers-robots et la persistance de l'illettrisme financier : les conseillers vont devoir démontrer qu'ils sont vraiment les mieux placés pour défendre les intérêts des consommateurs, épargnants et investisseurs. Voici donc un tour d'horizon des enjeux à surveiller ainsi qu'une histoire de santé financière où rôle-conseil et protection du public se concrétisent pour le bien-être du consommateur.

-
- DES SOLUTIONS ÉQUILBRÉES POUR LA PROTECTION DU PUBLIC
 - LITTÉRATIE FINANCIÈRE : LES DIFFICULTÉS PERSISTENT
 - POUR BIENTÔT, L'INVASION DES ROBOTS?
 - DISTRIBUTION D'ASSURANCE PAR INTERNET : PAS SANS MON CONSEILLER
 - LA MULTIDISCIPLINARITÉ : À LA BASE D'UN SYSTÈME ROBUSTE DE PROTECTION DU PUBLIC
 - VOS HISTOIRES DE SANTÉ FINANCIÈRE : SURVIVRE À L'APRÈS-CANCER

DES SOLUTIONS ÉQUILIBRÉES POUR LA PROTECTION DU PUBLIC



À l'aube des grandes réformes, dans le contexte social et démographique actuel et avec l'émergence des nouvelles technologies, il faut démontrer notre ouverture et prendre part à la discussion. Dans l'intérêt des consommateurs, il importe de proposer des solutions équilibrées qui maintiendront l'accès à des services-conseils de qualité, donnés par des professionnels compétents, bien formés et encadrés par un organisme d'autoréglementation multidisciplinaire comme la CSF.

La profession et les pratiques doivent évoluer en accord avec les réalités d'aujourd'hui tout en conservant un juste équilibre avec la protection du public. C'est ce que nous avons mis de l'avant lors des dernières consultations et c'est aussi ce que rapporte Option consommateur dans une récente étude¹ que je vous invite à consulter.

La confiance entre le conseiller et son client est à la base de la relation qui permet un service-conseil de qualité. Cette complicité est essentielle et permet d'accompagner chaque consommateur dans l'atteinte de ses objectifs. On le sait, les services robotisés ne pourront remplacer le contact humain. C'est pourquoi je pense qu'il faut envisager les nouvelles technologies comme des outils pour amener le conseil à un niveau supérieur.

C'est donc en faisant évoluer leur pratique à l'intérieur de ce nouveau contexte que les professionnels membres de la CSF pourront se démarquer et continuer de faire une différence dans la vie de leurs clients.

Comme vous pourrez le constater dans ce numéro, le manque de littératie financière montre que les Québécois ont grandement besoin des conseils et des services prodigués par des professionnels pour les aider à faire des choix éclairés en matière d'épargne et de sécurité financière.

C'est aussi ce qui me fait dire que dans le cadre des réformes à venir, il faudra faire preuve de prudence afin d'arriver aux solutions les mieux adaptées et équilibrées possible. Rappelons que, même en étant bien intentionnées, ces réformes peuvent engendrer des problèmes plus grands que ceux que l'on songe à résoudre. D'ailleurs, l'expérience récente de la Nouvelle-Zélande ramène à l'avant-plan la question de la limitation de l'accès aux services-conseils pour les petits épargnants. En effet, après avoir envisagé l'abolition des commissions de suivi, le gouvernement néo-zélandais a jugé préférable d'encourager les consommateurs à se prévaloir des services de professionnels certifiés, compétents et bien encadrés. C'est aussi ce que la CSF avait mis de l'avant dans sa réponse à la consultation menée par les ACVM en 2013.

En ayant pour seule mission la protection du public par la formation, la discipline et la déontologie de ses membres, la CSF est bien placée pour contribuer à la santé financière des Québécois. Indépendante et innovante, elle a démontré qu'elle fait partie de la solution. N'oublions pas que le Québec est un leader en matière d'encadrement. Soyons-en fiers et construisons sur nos acquis en les améliorant.

MARIE ELAINE FARLEY
PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION

1. Option consommateur, *Protection des consommateurs et distribution de produits d'assurance en ligne, des enjeux inconciliables?* Rapport de recherche, octobre 2016.

LITTÉRATIE FINANCIÈRE :

LES DIFFICULTÉS PERSISTENT

BIEN QUE LES INITIATIVES EN FAVEUR DE LA LITTÉRATIE FINANCIÈRE SE MULTIPLIENT, LES CONSOMMATEURS DEMEURENT SEULS FACE À L'IMMENSE CHOIX DE RENSEIGNEMENTS QUI LEUR EST PROPOSÉ. BEAUCOUP N'ONT NI LE TEMPS NI LES CAPACITÉS DE LES COMPRENDRE - UNE BONNE RAISON DE FAIRE APPEL À LEUR CONSEILLER!

L'illettrisme financier continue de sévir au pays, et avec lui les risques de fraude, de précarité et d'endettement. Dans le sondage de BMO Groupe financier sur la littératie financière, publié il y a trois ans, seule une moitié (56 %) des Canadiens disaient s'y connaître en matière d'investissement, et seulement 10 % estimaient avoir de bonnes connaissances.

L'enjeu serait particulièrement criant au Québec, qui « tire de l'arrière par rapport au reste du pays » selon un rapport du Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations (CIRANO) publié en 2012. Les répondants de la Belle Province y obtenaient des résultats moindres aux questions sur l'inflation, les produits financiers, le pouvoir d'achat ou la solvabilité. Et ce, quel que soit leur niveau de scolarité.

Pour aggraver le tableau, les Québécois ont tendance à surestimer le peu de connaissances financières qu'ils possèdent. Dans un sondage de Léger et de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec (CPA) publié en novembre dernier, les répondants disaient comprendre certains concepts mais échouaient lorsqu'on les mettait à l'épreuve. Ils ne maîtrisaient en moyenne que 2 des 6 concepts suivants : revenu net, marge de crédit, actif, niveau d'endettement, déduction d'impôt et inflation.

C'est sans parler des assurances. Selon un mémoire de la Chambre de l'assurance de dommages publié en 2015, 72 % des Québécois jugent ces produits complexes. Près de la moitié (48 %) ne comprennent pas bien leur contrat d'assurance habitation et n'en connaissent pas toutes les inclusions et exclusions. On peut aisément supposer qu'ils ne connaissent guère mieux les clauses de leur contrat d'assurance vie.

PÉDAGOGIE TOUS AZIMUTS

En quelques années, on a vu se multiplier les mesures d'encouragement à la littératie financière. En 2014, Ottawa a nommé une Chef du développement de la littératie financière, M^{me} Jane Rooney, qui a pour tâche de mobiliser et de coordonner les différents intervenants publics, privés et académiques. Le Québec, quant à lui, a chargé l'Autorité des marchés financiers de mettre en œuvre la Stratégie québécoise en éducation financière à l'horizon 2018.

Les institutions financières ne sont pas en reste. Plusieurs ont lancé leurs propres programmes d'éducation financière sous la forme de contenus pédagogiques qui aboutissent cependant sur la promotion de leurs produits et services.

Mais cette diversité d'initiatives semble avoir créé un autre problème : « l'infobésité ». C'est le terme trouvé par l'Union des consommateurs du Québec. « Il est devenu difficile de déceler les sources vraiment fiables et désintéressées », écrivait l'organisme en 2015 dans une chronique du journal *Les Affaires*, tout en mentionnant son propre site « indépendant et digne de foi », toutbiencalculer.ca.

LE RÔLE ESSENTIEL DES CONSEILLERS

Finalement, rien ne vaut l'accompagnement personnalisé d'un professionnel. D'abord pour des raisons de temps, car « comparer adéquatement des produits [prendrait] plusieurs heures », comme le souligne un récent rapport d'Option Consommateurs sur la vente de produits d'assurance en ligne. Mais aussi parce qu'une bonne partie des Québécois souffre d'illettrisme tout court.

« Les difficultés de lecture posent davantage problème dans un contexte de vente en ligne, car le consommateur y est seul », précise le même rapport, en s'appuyant sur les données de la Fondation pour l'alphabétisation : 19 % d'analphabètes au Québec, et 34,3 % atteints de graves difficultés de lecture.

« Les consommateurs ne savent pas ce qu'ils ne savent pas », résume Marie Elaine Farley, présidente de la Chambre de la sécurité financière. Il leur faut pouvoir compter sur les connaissances pointues de conseillers dûment certifiés, formés et encadrés par un organisme voué à la protection du public. »





— POUR BIENTÔT, L'INVASION DES ROBOTS ?

PRATIQUES, SIMPLES D'EMPLOI ET PEU COÛTEUX À OPÉRER, LES « CONSEILLERS-ROBOTS » ONT DE QUOI SÉDUIRE LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES ET LES INVESTISSEURS ADEPTES DES TECHNOLOGIES. MAIS SERONT-ILS ASSEZ RAFFINÉS POUR OFFRIR LE MÊME DEGRÉ DE SÉCURITÉ FINANCIÈRE QUE LEURS HOMOLOGUES EN CHAIR ET EN OS ?



MAHER KOOLI
Professeur de finance
à l'ÉSG UQÀM

« Bien que la génération des milléniaux semble être leur première cible, les services de gestion de portefeuille automatisée s'adressent aussi à tous les investisseurs qui souhaitent diminuer leurs coûts, dit Maher Kooli, professeur de finance à l'ÉSG UQÀM. Les gens ont réduit leurs attentes de rendements boursiers. S'ils font 4 % mais doivent payer des frais de 2 % avec une inflation de 2 %, ils ne gagnent rien. Alors ils cherchent à couper les frais. »

De fait, les conseillers-robots facturent en moyenne moins de 1 % de frais, contre plus de 2 % pour leurs homologues humains. Ils doivent leur faible coût à leur usage exclusif des fonds négociés en Bourse (FNB), sans lesquels leur émergence n'aurait pas été possible, pense M. Kooli.

Pour le moment, seuls 3 % des investisseurs canadiens ont acheté des produits de placement au moyen de conseils automatisés, et moins d'un Canadien sur cinq serait à l'aise de le faire, selon la firme Pollara. Mais la tendance pourrait s'accélérer.

UN GRAND MARCHÉ POTENTIEL

D'après une étude récente de J.D. Power, 45 % des investisseurs disent que leur firme ne leur a donné aucun détail sur les frais prélevés dans leur compte, et les trois quarts ignorent comment ces frais sont calculés. Au Québec, ils seront éclairés cette année avec l'arrivée des états de compte post-MRCC 2, qui détailleront entre autres plus clairement les frais prélevés et les rendements. Autant de clients potentiels pour les conseillers-robots.

Ces derniers pourraient aussi rejoindre la clientèle jusqu'ici réticente au conseil. En effet, seuls 38 % des Canadiens font appel aux services d'un conseiller, selon la firme BlackRock.

Tous ces éléments laissent entrevoir une forte perturbation dans le marché. Dans un livre blanc publié l'an dernier, la firme EquiSoft s'inquiétait d'une « uberisation » des conseillers. « Il faut s'attendre à une révolution similaire à la montée en puissance des fonds communs de placement voilà 25 ans », dit pour sa part Maher Kooli.

L'AVANTAGE HUMAIN

Pourtant, les bons conseillers ont encore de bons arguments pour défendre leur rémunération. Au premier chef, la sécurité financière. Une étude d'Ipsos Reid pour l'Institut des fonds d'investissement du Canada (IFIC) a démontré que les familles canadiennes qui font appel à un conseiller possèdent plus d'actifs que celles qui ne consultent pas un spécialiste. Ces dernières céderaient à des comportements tels que « l'hyperprudence » ou « l'hyperimprudence » en matière de placements, et seraient plus souvent ciblées par les fraudeurs.

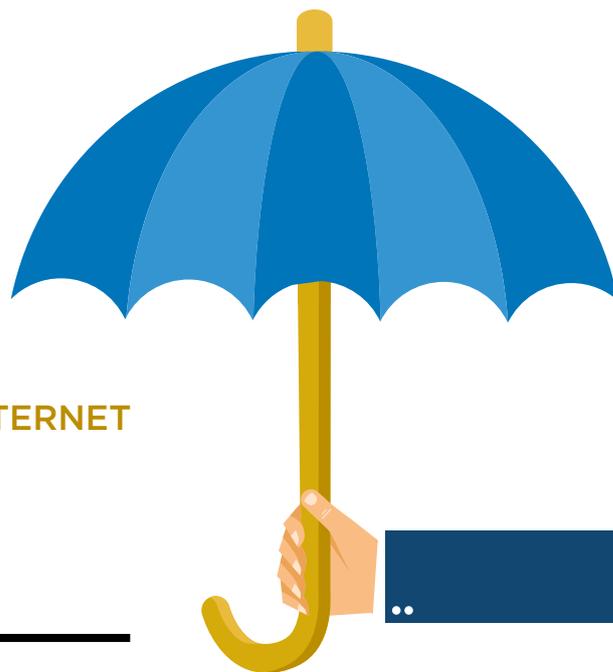
Ensuite, il y a la multidisciplinarité. Aucun robot n'est en mesure d'offrir une approche intégrée du plan de retraite, du plan de succession et de la couverture d'assurance, le tout en fonction des objectifs, du style de vie et de la tolérance au risque d'un client.

« Un robot n'est tout simplement pas la même chose qu'un conseiller, tranche Maher Kooli. La réglementation les place sur le même pied, mais il ne faut pas s'attendre au même éventail de services. En fait, les robots pourraient être une première étape qui donne le goût à certains d'appeler un vrai conseiller! »



DISTRIBUTION D'ASSURANCE PAR INTERNET

PAS SANS MON CONSEILLER



UNE RÉCENTE ÉTUDE MENÉE PAR OPTION CONSOMMATEURS SUR LA POSSIBILITÉ DE VENDRE PAR INTERNET UN ÉVENTAIL DE PRODUITS FINANCIERS, INCLUANT DES PRODUITS D'ASSURANCE DE PERSONNES, EST VENUE CORROBORER DES PRÉOCCUPATIONS DÉJÀ FORMULÉES PAR LA CSF. SANS L'INTERVENTION D'UN PROFESSIONNEL CERTIFIÉ, LA VENTE DE TELS PRODUITS S'AVÉRERAIT TROP RISQUÉE.

L'organisme de protection du consommateur s'est prêté à un exercice rigoureux afin de creuser cette épineuse question d'actualité. Un exercice d'autant plus pertinent que le ministre des Finances du Québec parachève une révision complète des lois du secteur financier et qu'il s'est montré ouvert à la distribution des produits d'assurance en ligne.

Après analyse de ce mode de distribution en France, au Royaume-Uni et dans l'Union européenne, le constat d'Option consommateurs est sans équivoque. « Nous considérons que la vente en ligne [des produits d'assurance de personnes] comporte trop de risques pour être permise sans l'intervention d'un représentant, peut-on lire dans le rapport de recherche, réalisé et rédigé par M^e Annik Bélanger-Krams. Ces produits, de plus en plus souvent vendus à la carte, sont extrêmement complexes. De plus, le refus d'une réclamation peut avoir un effet catastrophique sur le patrimoine du consommateur. »

Le rapport de recherche révèle qu'il existe un risque réel pour les consommateurs, ceux-ci n'ayant pas les connaissances nécessaires pour comprendre toutes les nuances et les subtilités d'une assurance.

Pour la CSF, les conclusions de cette étude sont tout à fait justes et équilibrées. « Les produits d'assurance vie ne sont pas des produits de consommation courante, a indiqué Marie Elaine Farley, présidente et chef de la direction de la CSF. En matière de distribution d'assurance en ligne, il est essentiel que les consommateurs aient accès aux conseils de professionnels encadrés par un organisme indépendant qui veille à leur formation continue, à leur déontologie et à l'application des règles disciplinaires. »

Un consommateur mal informé pourrait souscrire une assurance dont il n'a pas besoin, qui serait mal adaptée à sa situation ou encore insuffisante. Le danger est d'autant plus réel qu'une portion significative de Québécois éprouvent de graves difficultés de lecture ou ont une faible littératie financière.

« Les professionnels ont l'obligation de s'assurer que le produit proposé convient au client et qu'il soit dans son meilleur intérêt, rappelle Marie Elaine Farley. Ce sont eux qui possèdent les connaissances nécessaires pour en comprendre tous les aspects. Transférer cette responsabilité aux consommateurs peut être lourd de conséquences. »

Pour la CSF, une intervention qui engage les responsabilités professionnelles demeure le meilleur moyen de favoriser la protection des consommateurs à la recherche de produits financiers ou d'assurance.

LA MULTIDISCIPLINARITÉ

À LA BASE D'UN SYSTÈME ROBUSTE DE PROTECTION DU PUBLIC



LA MULTIDISCIPLINARITÉ PERMET AUX REPRÉSENTANTS DE SE DISTINGUER EN OFFRANT UN PLUS LARGE ÉVENTAIL DE CONSEILS À LEURS CLIENTS. AVEC UN ORGANISME D'AUTORÉGLÈMENTATION MULTIDISCIPLINAIRE TEL QUE LA CSF, LE QUÉBEC S'EST DOTÉ D'UN SYSTÈME D'ENCADREMENT UNIQUE AU PAYS.



ALAIN PAQUET

Ex-ministre délégué aux finances
et professeur à l'ÉSG UQÀM

On le sait, la santé financière s'aborde sous plusieurs angles, entre l'épargne-retraite, l'assurance de personnes et de dommages, la succession, etc. Plus les conseillers maîtrisent différents aspects, plus ils sont à même d'offrir à leurs clients une approche globale et des stratégies sur mesure. C'est pourquoi bon nombre d'entre eux ne se contentent pas simplement d'exercer dans une discipline et n'hésitent pas à porter plusieurs chapeaux à la fois.

La Chambre de la sécurité financière a été créée de manière à embrasser cette réalité. Seul organisme d'autoréglementation multidisciplinaire au Canada, la CSF encadre tous les aspects déontologiques du travail des conseillers en épargne collective, en assurance de personnes et en planification financière.

« L'encadrement déontologique consiste à s'assurer, en tant que profession, que les mêmes règles s'appliquent à tous, que l'on soit un représentant indépendant ou œuvrant dans un grand cabinet », dit Alain Paquet, ex-ministre délégué aux finances et professeur à l'ÉSG UQÀM.

« Les gens font appel aux conseillers lorsqu'ils préparent une retraite, des études ou un achat futur; ou dans le cas de l'assurance, pour se prémunir contre les risques. Dans tous les cas, il en va de leur avenir. Il est donc essentiel qu'ils soient servis par des professionnels qui font bien leur travail, quel que soit leur chapeau. »

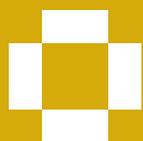
UN SYSTÈME DE SANTÉ FINANCIÈRE EFFICACE

Pendant que la CSF se concentre sur l'encadrement déontologique, elle laisse à l'AMF le champ libre pour se consacrer pleinement à l'encadrement pénal. La séparation claire entre les deux organismes leur permet d'adopter une approche multidisciplinaire dans leurs sphères d'encadrement respectives.

« L'AMF s'attaque à la petite minorité de conseillers qui fait du mal à la grande majorité. C'est un rôle important qui lui donne déjà beaucoup de pain sur la planche, d'autant plus que le gouvernement lui a confié d'autres responsabilités. Elle se présente plutôt comme un organisme d'application du droit, ce qui est différent de la déontologie, explique Alain Paquet. Un organisme d'autoréglementation comme la CSF permet de rapprocher la déontologie des professionnels en posant des actions en amont, et des sanctions le cas échéant. »

Bien que le modèle québécois fasse l'envie d'autres juridictions au Canada, certains le remettent en question. Le gouvernement fédéral projette par exemple d'établir une commission des valeurs mobilières nationales qui viendrait redéfinir les rôles de l'AMF et de la CSF à l'échelon provincial. Mais il reste à démontrer que la solution retenue offrirait des résultats supérieurs.

« Notre système peut toujours être amélioré, bien sûr, mais il doit être préservé, juge Alain Paquet. On n'a pas encore fait la preuve de ses défauts. »



VOS HISTOIRES DE SANTÉ FINANCIÈRE



LA CSF VEUT SAVOIR COMMENT, SUR LE TERRAIN, SES MEMBRES METTENT EN ACTION LEURS OBLIGATIONS DÉONTOLOGIQUES ET COMMENT LE FAIT QU'ILS SOIENT ENCADRÉS PAR LA CHAMBRE CONTRIBUE À LA SANTÉ FINANCIÈRE DES QUÉBÉCOIS.

Les conseillers membres de la CSF sont des spécialistes en finances personnelles sur lesquels on peut compter, formés et encadrés qu'ils sont par un organisme dont la mission première est la protection du public. En étant à l'écoute des besoins particuliers de leurs clients, en leur offrant les meilleurs produits et conseils, ils contribuent à leur santé financière tout en répondant à leurs obligations déontologiques.

Tout comme les médecins voient à la santé de leurs patients, les 32 000 membres de la CSF sont des professionnels qui ont l'obligation de veiller aux intérêts supérieurs de leurs clients. Ils font rarement la une des quotidiens, mais nombreux sont les conseillers qui ont une influence positive et qui font une réelle différence dans la vie de leurs clients, par exemple en les guidant dans la gestion de leur patrimoine, en les aidant à bien planifier leur retraite ou à bénéficier d'une protection d'assurance vie adaptée à leurs besoins. Parfois toutes simples, mais toujours inspirantes, ce sont ces histoires liées au rôle-conseil et à la protection du public que nous voulons raconter ici afin d'encourager les pratiques exemplaires.

VOS HISTOIRES DE SANTÉ FINANCIÈRE

SURVIVRE À L'APRÈS-CANCER



Quand, en avril 2012, Danielle Lalonde reçoit un diagnostic de cancer, sa vie bascule complètement. « Vous rappelez-vous ces annonces où l'on voyait des gens être renversés de leur chaise en apprenant qu'ils avaient le cancer ? C'est exactement ce que l'on ressent quand on apprend la nouvelle. C'a été un choc terrible », se souvient-elle, encore estomaquée en y repensant. D'autant plus qu'au départ, rien ne laissait présager que ce qui avait toutes les apparences d'un kyste était en fait une tumeur maligne, un fulgurant cancer de stade III. « Mais je ne me suis pas laissée abattre. Je savais que ce qui m'attendait n'était pas très jojo, mais j'ai accepté d'y faire face et de suivre à la lettre le protocole recommandé par mon oncologue ». Après dix mois de traitements, soit quatorze séances de chimiothérapie, une opération et des traitements en radiothérapie, la femme de cinquante ans admet que l'aventure a été plutôt éprouvante. « Ce qui est paradoxal, c'est que je ne me sentais pas malade avant les traitements : c'est la médication qui te rend malade ! Je n'aurais jamais pu imaginer à quel point, mais j'en suis sortie vivante ! », lance-t-elle avec soulagement.

DES INCIDENCES SUR LE COUPLE

M^{me} Lalonde, chanteuse à l'Opéra de Montréal et donc travailleuse autonome, a dû cesser ses activités professionnelles durant près d'une année avant de pouvoir reprendre le travail petit à petit. « C'est dur pour le corps et pour le portefeuille ! raconte-t-elle en riant. C'est sûr que des traitements aussi drastiques ont des répercussions monétaires, physiques et psychologiques. On ne peut plus voir la vie comme avant », ajoute M^{me} Lalonde.

Une aventure comme celle-là a également des retombées sur le couple. « Paul, mon conjoint, a été présent à mes côtés tout au long du processus de guérison. Mais il avait beaucoup de pression au travail et il était appelé à voyager pendant d'assez longues périodes à l'extérieur du pays. Cette épreuve nous ayant fait prendre conscience du temps qui nous est alloué, tout ce que nous voulions désormais, c'était d'être le plus souvent possible ensemble. Un changement de style de vie était devenu nécessaire et il s'est finalement résolu à quitter son emploi ».

Mais ce choix n'était pas sans conséquence : Paul étant devenu travailleur autonome sans l'avoir planifié suffisamment longtemps d'avance, le couple s'est retrouvé du jour au lendemain sans protection d'assurance adéquate. « Notre situation m'angoissait, avoue Danielle Lalonde. Après une expérience comme celle-là, tu te sens vraiment très vulnérable et je me demandais ce qui arriverait si Paul tombait malade à son tour. Je pense que nous aurions été en assez mauvaise posture financière. Mais comment faire pour assurer notre sécurité financière ? »

ASSURER POUR RASSURER

Le couple décide alors de consulter son représentant, Denis Charbonneau, avec qui ils ont affaire depuis longtemps et en qui ils ont pleinement confiance. « C'est moi qui leur ai vendu leur première assurance vie à la naissance de leur fille, il y a plus de trente ans, se souvient ce dernier avec une certaine nostalgie. Je les ai rapidement rencontrés et on a étudié ensemble les différentes possibilités qui s'offraient à eux. Comme ils venaient de vivre des moments difficiles, ils étaient ouverts à connaître les produits susceptibles de les aider en cas de malheur; ils étaient maintenant conscients que ça n'arrive pas qu'aux autres ».

« DANIELLE ET PAUL AVAIENT BESOIN DE CETTE ASSURANCE, C'ÉTAIT ÉVIDENT. MAIS J'AJOUTERAI QUE DANS LEUR SITUATION PARTICULIÈRE, ILS AVAIENT ENCORE PLUS BESOIN D'ÊTRE RASSURÉS. JE SAIS QUE JE LES AI BIEN CONSEILLÉS. »

La bonne nouvelle, c'est qu'en examinant leur dossier et en faisant le portrait de la situation globale, le conseiller en sécurité financière a pu constater que les finances personnelles de ses clients se portaient bien, d'autant plus que ceux-ci avaient adopté depuis longtemps de bonnes habitudes de consommation. « J'ai toujours eu pour principe d'offrir à mes clients les produits qui leur convenaient le mieux et qu'ils pouvaient se permettre de payer, précise Denis Charbonneau. Nous avons donc passé en revue leur protection d'assurance et augmenté celle de Paul (Danielle n'étant malheureusement plus assurable), en prenant bien soin de conserver sa police existante, qui représente une excellente valeur. La remplacer n'aurait vraiment pas été à son avantage, explique-t-il. J'ai également proposé de souscrire une assurance maladies graves avec garantie de remboursement des primes après quinze années. C'est ce qui m'est apparu être la meilleure protection que je pouvais leur recommander. »

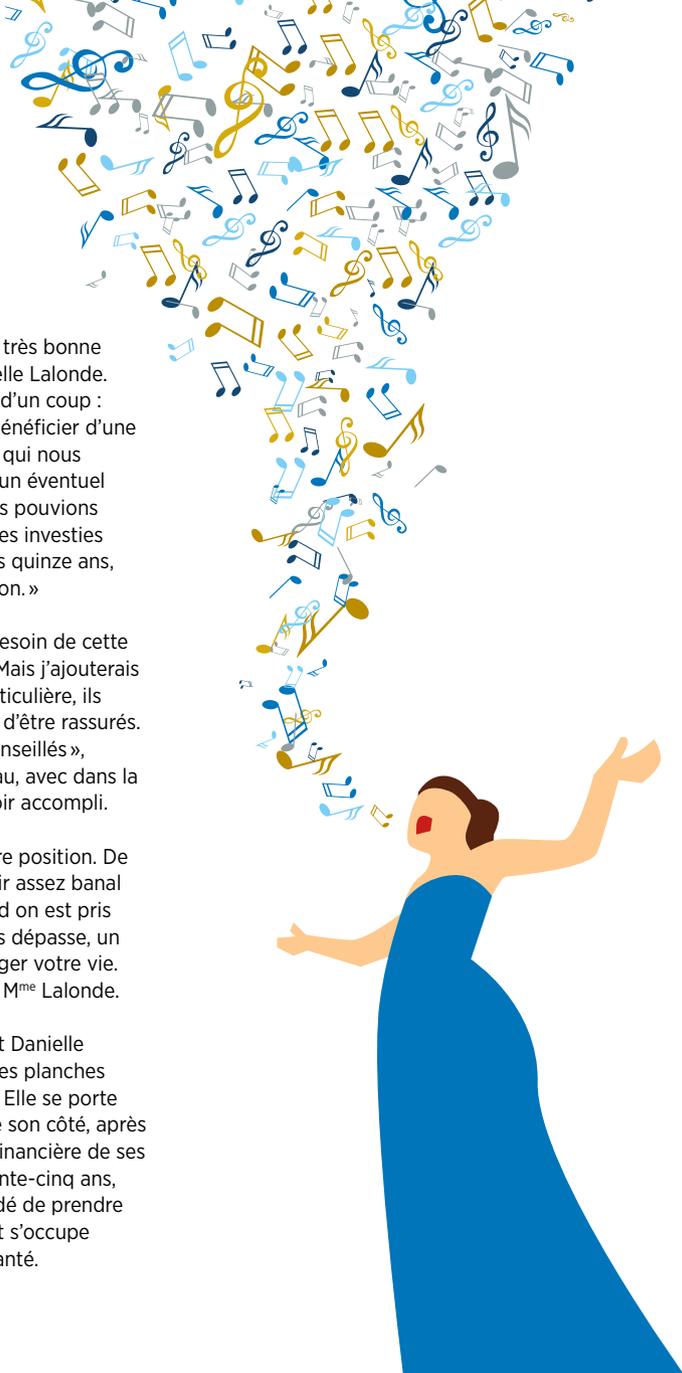
Après avoir satisfait aux différents critères d'admissibilité, un contrat d'assurance vie et un contrat d'assurance maladies graves ont rapidement été établis. « J'ai été vraiment très heureux d'apprendre à Danielle et Paul que leur demande avait été acceptée. C'est le genre de nouvelle qu'on aime communiquer à ses clients », se réjouit le conseiller.

« C'était effectivement une très bonne nouvelle, se souvient Danielle Lalonde. Nous faisons deux pierres d'un coup : d'un côté, nous pouvions bénéficier d'une assurance maladies graves qui nous permettrait de faire face à un éventuel coup dur, et de l'autre, nous pouvions récupérer toutes les sommes investies dans cette protection après quinze ans, dans le cas de non-utilisation. »

« Danielle et Paul avaient besoin de cette assurance, c'était évident. Mais j'ajouterais que dans leur situation particulière, ils avaient encore plus besoin d'être rassurés. Je sais que je les ai bien conseillés », poursuit Denis Charbonneau, avec dans la voix la satisfaction du devoir accompli.

« Denis a bien compris notre position. De l'extérieur, ça peut avoir l'air assez banal comme histoire. Mais quand on est pris dans une situation qui nous dépasse, un conseil avisé, ça peut changer votre vie. C'a été notre cas », conclut M^{me} Lalonde.

Quatre années ont passé et Danielle Lalonde est remontée sur les planches de la salle Wilfrid-Pelletier. Elle se porte bien, son conjoint aussi. De son côté, après avoir pris soin de la santé financière de ses clients pendant plus de trente-cinq ans, Denis Charbonneau a décidé de prendre une retraite bien méritée et s'occupe maintenant de sa propre santé.



« J'ai beaucoup travaillé dans ma vie. Un peu trop, peut-être, mais j'étais passionné et ma profession me procurait beaucoup de bonheur et de satisfaction. Je faisais des semaines de soixante heures ou plus. Je suis probablement d'une génération révolue, mais je me demande où la profession s'en va avec l'arrivée des conseillers-robots. La technologie, ça ne pourra jamais remplacer le contact humain, ça, j'en suis convaincu. L'assurance vie, c'est trop compliqué pour laisser les gens choisir eux-mêmes leur protection. »



DENIS CHARBONNEAU, A.V.A., PL. FIN.

Conseiller en sécurité financière et conseiller en assurances et rentes collectives de 1979 à 2015
Président de Services financiers Denis Charbonneau inc.

LES CONSEILS QUE VOUS PRODIGEZ PEUVENT FAIRE UNE DIFFÉRENCE DANS LA VIE DE VOS CLIENTS. RACONTEZ-NOUS SUCCINCTEMENT VOS HISTOIRES DE SANTÉ FINANCIÈRE ET NOUS VOUS CONTACTERONS POUR LES DÉTAILS.

MAGAZINE@CHAMBRESF.COM

PROTÉGER LES MOINS NANTIS

LA NOUVELLE-ZÉLANDE REFUSE D'ABOLIR LES COMMISSIONS DE SUIVI



De nombreuses voix s'élèvent afin d'écarter la possibilité d'interdire les commissions de suivi ou, tout au moins, d'envisager un moratoire sur la question. La Nouvelle-Zélande, elle, n'y va pas avec le dos de la cuillère. En effet, le pays du kiwi a refusé d'aller dans cette direction lors de la réforme du *Financial Advisers Act* et du *Financial Service Providers Act*. Selon le Ministry of Business, Innovation and Employment, l'abolition des commissions de suivi aurait menacé l'accès au conseil financier sans nécessairement résoudre les problèmes de transparence ou de conflit d'intérêts.

Au Canada et au Québec, la possibilité d'interdire les commissions de suivi suscite de nombreuses réactions. Pensons notamment à l'Institut des fonds d'investissement du Canada (IFIC). Dans un rapport présenté à ses membres en septembre 2016, l'IFIC rappelle que l'élimination des commissions de suivi, au Royaume-Uni, avait entraîné une inégalité d'accès au conseil financier entre les bien nantis et ceux qui le sont moins. Le vice-président de Power Corporation, Henri-Paul Rousseau, soutenait le même point de vue lors de la conférence inaugurale du 4^e colloque annuel du Cercle finance du Québec, tenu en novembre dernier.

De plus, tant l'IFIC que M. Rousseau invoquent l'expérience néo-zélandaise pour défendre la pertinence des commissions de suivi. « Un examen de la législation par le gouvernement de la Nouvelle-Zélande a conclu que l'élimination

des commissions pourrait restreindre l'accès aux services-conseils », souligne-t-on dans le rapport de l'IFIC.

Dans des documents internes du Ministry of Commerce and Consumer Affairs de Nouvelle-Zélande, le ministre Paul Goldsmith admet néanmoins avoir envisagé l'abolition des commissions de suivi. « Bannir les commissions est une façon plus directe de protéger les consommateurs contre les risques de conflit d'intérêts lié à la rémunération, indique-t-il. Cependant, je ne favorise pas cette avenue parce que subsiste une forte probabilité que l'abolition des commissions ne réduise l'accès au conseil financier, particulièrement dans un contexte où les consommateurs sont déjà réticents à payer pour ces conseils ».

L'accès au conseil n'est pas le seul point soulevé par le ministre Goldsmith. « L'abolition ne s'attaquerait pas au problème des conflits d'intérêts lorsque les produits financiers sont vendus par un réseau de distribution maison. » Selon lui, la situation pourrait même empirer, car on verrait s'accroître le recours aux bonis et aux réseaux de distribution maison ou interne.

LES REMÈDES NÉO-ZÉLANDAIS

La Nouvelle-Zélande a eu recours à d'autres moyens pour résoudre les conflits d'intérêts. Parmi ceux-ci, mentionnons : l'introduction de règles

PLUS QUE JAMAIS... PENSEZ À IFC POUR VOS UFC !

EN SALLE

MONTRÉAL | LAVAL | QUÉBEC
Voir notre calendrier : ifc-ufc.ca

EN LIGNE

Nouvelles formations disponibles.

CHEZ VOUS – EN ENTREPRISE

Contactez-nous pour obtenir nos tarifs spéciaux.



INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

Formation Continue

SERVICES FINANCIERS

FORMATIONS ACCRÉDITÉES

www.ifc-ufc.ca

Montréal (514) 875-8324
Sans frais 1-888-441-8324
Télécopie (514) 227-5439
Courriel info@ifc-ufc.ca

LE MINISTÈRE A DÉCIDÉ DE FAIRE PORTER SES EFFORTS SUR LE COMPORTEMENT DES CONSEILLERS FINANCIERS PLUTÔT QUE D'INTERDIRE LES COMMISSIONS. L'INTERDICTION NE CONSTITUE PAS UN REMÈDE MIRACLE.

de conduite claires et précises pour tous les représentants; des pouvoirs de surveillance et de conformité accrues pour la Financial Markets Authority (FMA); et l'obligation pour tous les représentants de déclarer de façon claire et transparente les conflits d'intérêts potentiels.

Notons au passage que les représentants qui œuvrent à leur compte s'appelleront des *financial advisers* et ceux qui travaillent dans un réseau interne seront des *agents*.

Le ministre Goldsmith reconnaît qu'il existe une tendance mondiale vers un interventionnisme accru en matière de commissions de suivi. N'empêche, leur abolition n'est pas la solution appropriée, selon lui. « Étant donné les risques en matière d'accès au conseil financier, je crois que mes recommandations constituent une approche plus prudente », expliquait-il lors des discussions sur la réforme des deux lois néo-zélandaises en matière de distribution financière.

Andrew Park, le relationniste de la FMA, décrit ainsi la position du gouvernement néo-zélandais : « Le ministère a décidé de faire porter ses efforts sur le comportement des conseillers financiers plutôt que d'interdire les commissions. L'interdiction ne constitue pas un remède miracle. »

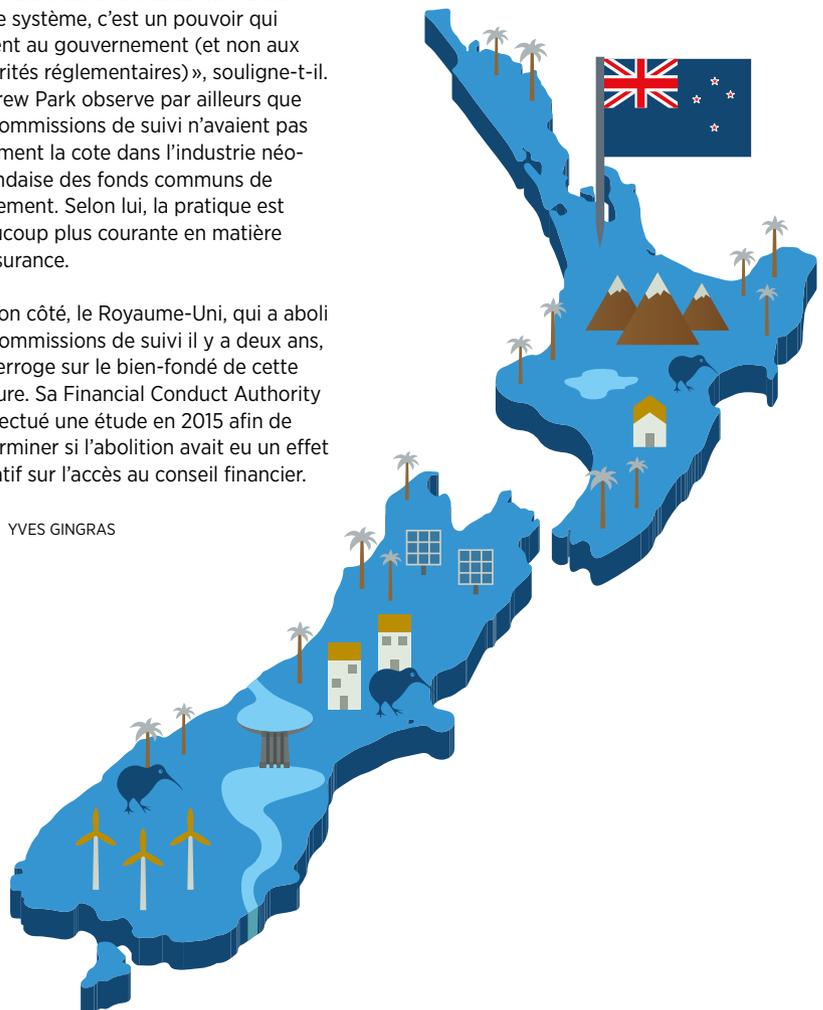
M. Park estime que les commissions ne sont pas néfastes en soi. « Elles sont une manière comme une autre de financer les coûts des canaux de distribution des conseillers. L'expérience néo-zélandaise récente, en matière d'assurance, nous apprend que les agents d'assurance rémunérés par commission n'ont pas un taux de renouvellement plus élevé que les autres », précise-t-il.

En novembre dernier, Henri-Paul Rousseau rappelait que c'est le gouvernement néo-zélandais lui-même, et non le régulateur, qui avait pris l'initiative de ne pas bannir les commissions. « Fort des expériences vécues dans d'autres pays, le gouvernement a choisi de ne pas abolir les commissions de suivi en mentionnant expressément qu'il craignait qu'une telle mesure ne réduise l'accès au service-conseil pour les moins fortunés », se réjouissait alors M. Rousseau.

Le relationniste de la FMA pondère cependant cet enthousiasme. « Dans notre système, c'est un pouvoir qui revient au gouvernement (et non aux autorités réglementaires) », souligne-t-il. Andrew Park observe par ailleurs que les commissions de suivi n'avaient pas tellement la cote dans l'industrie néo-zélandaise des fonds communs de placement. Selon lui, la pratique est beaucoup plus courante en matière d'assurance.

De son côté, le Royaume-Uni, qui a aboli les commissions de suivi il y a deux ans, s'interroge sur le bien-fondé de cette mesure. Sa Financial Conduct Authority a effectué une étude en 2015 afin de déterminer si l'abolition avait eu un effet négatif sur l'accès au conseil financier.

— YVES GINGRAS



L'EXCELLENCE



POUR PROTÉGER LA SANTÉ FINANCIÈRE



LE JURY 2016

MONIQUE JÉRÔME-FORGET

Présidente du jury
Conseillère spéciale chez Osler, Hoskin & Harcourt
Ministre des Finances, ministre des Services gouvernementaux et présidente du Conseil du Trésor entre 1988 et 2009

DANA ADES-LANDY

Chef de la direction de la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC
Présidente du CA de l'Association de femmes en finances du Québec

CLAUDE BÉLAND

Ex-président du Mouvement Desjardins
Président du comité d'orientation du Groupe international de recherche en éthique financière et fiduciaire

RAYMONDE CRÊTE

Professeure titulaire, avocate et directrice du Groupe de recherche en droit des services financiers à la Faculté de droit de l'Université Laval

ROBERT FRANCES

Président du conseil et chef de la direction du Groupe financier PEAK

SERGE THERRIEN

Président du Groupe de presse du *Journal de l'assurance*

STÉPHANE ROUSSEAU

2^e vice-président du CA de la Chambre de la sécurité financière

MARIE ELAINE FARLEY

Présidente et chef de la direction de la Chambre de la sécurité financière

LES PRIX EXCELLENCE CSF 2016

Sous le thème de la santé financière, le 9^e Gala des Prix Excellence CSF, tenu dans le cadre du Congrès de l'assurance et de l'investissement, était animé par nul autre que Dave Morissette. « Je ne pensais pas que mon ancienne profession avait autant de choses en commun avec la CSF, a dit l'ex-hockeyeur en préambule. La mission de la CSF est de protéger le public, moi je protégeais mes coéquipiers. Les gars me faisaient confiance... Vous savez combien c'est important d'inspirer confiance... Et de faire régner la discipline ». Il a enchaîné en rappelant que, tout comme les médecins, les membres de la CSF sont responsables de leurs actes et ont l'obligation de voir aux intérêts de leurs clients, tout en étant formés et encadrés par un organisme qui veille à leur intégrité. Le Gala s'est poursuivi avec la présentation des messages publicitaires qui positionnent les membres comme des *spécialistes en santé financière*. « Je comprends que je devrais m'occuper de mes finances personnelles en consultant un spécialiste qui connaît ça, qui peut m'aider à être en bonne santé financière », commentait alors le légendaire défenseur, avant de passer à la remise des Prix Avenir, Distinction, Relève et Carrière.



Les messages publicitaires présentant la CSF comme *symbole de santé financière* ont été chaudement applaudis par les quelque 500 convives.

LE CERCLE DES SPÉCIALISTES EN SANTÉ FINANCIÈRE

Depuis 2008, les Prix Excellence CSF récompensent le travail des conseillers qui contribuent au rayonnement de la profession. Ces membres sont l'expression concrète des nombreux mécanismes mis en place par la CSF pour assurer la protection du public.

En 2016, les différentes récompenses ont été remises par les lauréats de l'édition précédente. Les nommés accèdent d'emblée au tableau d'honneur du Cercle des spécialistes en santé financière de la CSF.



Dans l'ordre habituel : MM. Kaddis Sidaros et Gilles Garon, MM. Kaddis Sidaros et Gaétan Veillette, M^{mes} Francine Lavallée et Sussy Galvez ainsi que MM. Maxime Gauthier et Hugo Neveu.



PRIX AVENIR

David Truong, Prix Relève 2015, a remis les Prix Avenir à Marie-Philip Babineau et Racky Fayol N'Diaye, deux étudiantes du Cégep de Sainte-Foy.



PLAIDOYER POUR LA PROTECTION DU PUBLIC

Lors de la cérémonie de remise des Prix, M^{me} Marie Elaine Farley, présidente et chef de la direction de la Chambre, a rappelé que la révision de l'encadrement du secteur financier représentait un enjeu majeur pour le public et pour les conseillers, la CSF tenant lieu de rempart en s'assurant que tous les détenteurs de permis de pratique se conduisent conformément à leur code de déontologie. « Comme la CSF agit auprès de ses 32 000 membres selon un modèle similaire à celui d'un ordre professionnel, elle permet de maintenir le plus haut niveau de professionnalisme par la formation, l'encadrement des pratiques et la discipline », a-t-elle ajouté.

Ces propos ont été repris par Maxime Gauthier, lauréat du Prix Relève 2016. « On a la chance, au Québec, d'avoir un organisme dont la structure s'apparente à celle d'un ordre professionnel et au sein duquel nous, les membres, pouvons nous impliquer. Et c'est plus que jamais le temps de le faire », a-t-il lancé.

Même son de cloche de la part de M^{me} Lyne Gagné, présidente du conseil d'administration de la CSF : « C'est nous, les membres, qui établissons les règles de formation continue, le code de déontologie et la cotisation annuelle. Nous connaissons les subtilités de l'industrie et c'est important, l'univers des services financiers étant très complexe. Comme les avocats, les notaires ou les médecins, nous avons un système d'autoréglementation et de discipline par les pairs. Nous sommes bien placés pour y voir et assurer la protection du public ».

Tous s'entendaient pour dire qu'il faut prendre position en faisant valoir l'importance d'améliorer les acquis et l'expertise qui a été bâtie. « Ne coupez pas dans notre système de santé financière », a d'ailleurs conclu Marie Elaine Farley.



LES LAURÉATS 2016

LES PRIX EXCELLENCE CSF 2016 ONT COURONNÉ QUATRE GRANDS GAGNANTS.



PRIX CARRIÈRE GILLES GARON

A.V.A., Pl. Fin.

Gilles Garon s'est dit très ému et honoré de recevoir ce prix, l'un des plus significatifs de sa carrière.

Il a débuté en tant que conseiller au cabinet d'assurances de son père, à Notre-Dame-du-Lac, en 1976. Il fonde sa propre entreprise en 1991 et devient planificateur financier en 1994. Son rayonnement dans l'industrie et son action communautaire lui valent aujourd'hui d'être une personnalité respectée et admirée. Il est élu maire de Témiscouata-sur-le-Lac en 2005 et est reconduit dans ses fonctions à chaque élection depuis.



PRIX CARRIÈRE GAÉTAN VEILLETTE

Pl. Fin.

Gaétan Veillette a dressé un bilan de sa longue et prolifique carrière... qui est loin d'être terminée !

À sa 27^e année au sein du Groupe Investors, il demeure impliqué dans la formation et l'encadrement des nouveaux représentants en plus de gérer les actifs de plus de 500 clients. Il est le principal architecte d'un ouvrage sur les meilleures pratiques en gestion de patrimoine privé et réalise plus d'une centaine d'interventions médiatiques par année sur l'évolution du secteur financier et l'administration patrimoniale.



PRIX DISTINCTION SUSSY GALVEZ

Pl. Fin.

Sussy Galvez a livré un poignant témoignage sur les possibilités qui s'offrent aux femmes immigrantes.

Originaire du Pérou et mère monoparentale, Sussy Galvez s'installe au Québec en 1993. Elle obtient le titre de planificatrice financière en 2012, puis joint le Mouvement Desjardins. Vulgarisatrice, elle veut faire comprendre aux gens l'importance d'une bonne planification financière et les aider à prendre de meilleures décisions. De plus, elle partage son expérience de vie avec d'autres immigrants pour qu'ils intègrent le marché du travail.



PRIX RELÈVE MAXIME GAUTHIER

Jeune, passionné et toujours pertinent, Maxime Gauthier a reçu son prix avec énormément de fierté.

Maxime Gauthier s'est joint à Mérci Services Financiers en 2010 à titre d'agent de conformité. En 2011, il obtient son permis de représentant en épargne collective et devient chef de la conformité. Il n'a alors que 25 ans, mais son travail assidu fait tomber tous les préjugés. Conférencier, panéliste, chroniqueur et membre de plusieurs comités liés à l'industrie, il a su se bâtir une clientèle diversifiée, de même qu'une solide réputation.

SYMBOLES DE SANTÉ FINANCIÈRE



CHRONIQUE DE L'EXCELLENCE

**CLÉMENT BLAIS :
LES ENFANTS D'ABORD**



RÉUSSITE SCOLAIRE, SATISFACTION DU CLIENT ET MULTICULTURALISME SONT ANCRÉS DANS LA PHILOSOPHIE DE CLÉMENT BLAIS. PORTRAIT D'UN PROFESSIONNEL RESPECTÉ QUI A SU ÉTABLIR SA CRÉDIBILITÉ AU FIL DES ANS.

Fort de plus de 25 années d'expérience dans le domaine du courtage en plans de bourses d'études, Clément Blais demeure humble malgré ses nombreux accomplissements. Ce finaliste pour l'obtention du Prix Carrière, lors de la récente édition des Prix Excellence CSF, attribue son succès à un travail acharné et au fait d'avoir toujours placé la satisfaction de la clientèle au cœur de ses priorités. « On doit œuvrer dans l'intérêt du client avant de penser au sien. De plus, une personne satisfaite demeure fidèle à son conseiller. Il faut avoir une vision à long terme », affirme-t-il.

CROIRE EN SON PRODUIT

Clément a fait ses premières armes dès 1977 dans la vente de matériel électrique pour le secteur industriel. Gravissant rapidement les échelons, il passe de représentant à directeur des ventes. Mais le *dumping* de produits asiatiques allait changer la donne et l'inciter à se tourner vers un autre champ d'activité. « J'avais souscrit des REEE pour mes enfants. C'est un produit financier qui correspond à mes valeurs, car il permet d'avoir un impact positif sur les générations futures. J'ai donc décidé de me lancer dans ce domaine vers la fin des années 1980, à une époque où le REEE n'était pas encore très connu et ne bénéficiait pas des subventions gouvernementales d'aujourd'hui, ni de ses lettres de noblesse », raconte-t-il.

Dès ses débuts, il tire son épingle du jeu en travaillant en étroite relation avec les milieux anglophones et allophones,

qui accordent une grande importance aux études de leurs enfants. De fil en aiguille, il se bâtit une clientèle fidèle et joint les rangs d'Universitas en 1993. Directeur adjoint d'une agence dans l'Outaouais, il est alors approché par la direction générale afin de mettre sur pied une formation destinée aux équipes de ventes, puis un plan de formation pour les représentants en début de carrière.

En 2000, il devient le directeur de l'agence de Montréal et la développe activement, en particulier auprès des différentes communautés culturelles. « Mon défi est non seulement de les accompagner dans le processus d'épargne, mais aussi de comprendre leur vision à cet égard », explique-t-il. Cela demande une connaissance de la pratique professionnelle et de la conformité, ainsi que des particularités de chaque communauté. Ces gens ayant un passé très différent de celui des jeunes familles québécoises, il faut étudier et chercher à comprendre les différences culturelles.

Afin de suivre l'évolution du marché montréalais cosmopolite, il constitue alors une agence multiethnique. Au noyau des représentants québécois se greffent progressivement des représentants provenant d'Europe, d'Amérique du Sud, d'Asie et d'Afrique. La moitié de son équipe est actuellement constituée de gens issus de ces communautés.

Bien que le REEE soit un produit mieux connu aujourd'hui, il n'en demeure pas moins que les défis à relever sont encore nombreux. « En Ontario, plus de 50 % des enfants ont un REEE, ce qui n'est pas le cas au Québec. Il y a un important travail de conscientisation à faire, car en matière d'épargne, plus on s'y prend tôt et plus on en tire des bénéfices », conclut Clément Blais.



LA FACE CACHÉE DE PETER TSAKIRIS



PETER TSAKIRIS EST CONNU AU SEIN DE L'INDUSTRIE EN TANT QUE DIRIGEANT DE WHITEMONT, UN CABINET DE SERVICES FINANCIERS QUI OUTILLE DES CONSEILLERS INDÉPENDANTS PARTENAIRES EN LEUR CONCOCTANT DES PLANIFICATIONS FINANCIÈRES CLÉS EN MAIN. DERRIÈRE CETTE ENTREPRISE À SUCCÈS SE CACHE POURTANT UN VÉRITABLE DRAME PERSONNEL, ALORS QU'UN SOIR DE MAI 2010, PETER APPREND DE LA BOUCHE DES MÉDECINS QUE SON FILS AÎNÉ EST ATTEINT DE LEUCÉMIE. CE SOIR-LÀ, SA VIE A CHAVIRÉ. LE COMBAT DURERA PRÈS DE TROIS ANS.

L'année 2010 avait pourtant bien démarré pour lui. En mars, il était parvenu à finaliser un partenariat exclusif avec le Réseau des ingénieurs du Québec, ce qui lui offrait un bassin de clientèle d'environ 60 000 membres.

«Ça avait été long de mettre au point cette entente, se souvient-il. À cause des scandales financiers qui éclataient ici et là à cette époque, le Réseau avait mis beaucoup de temps à faire ses vérifications. Ça s'est finalement conclu et nous avons maintenant toute une clientèle à portée de main; des ingénieurs, en plus! Des gens à qui les chiffres parlent, qui sont généralement analytiques, qui font très peu de sentiments et qui réagissent de manière cartésienne. Nous pouvions nous concentrer sur l'essence de notre métier : le conseil et la planification financière.»

Mais quelques semaines plus tard, sa femme remarque des bleus sur les bras de son petit garçon d'à peine cinq ans à l'époque. Peter Tsakiris ne s'en inquiète tout d'abord pas, mettant cela sur le compte de l'énergie débordante de son fils qui se blessait régulièrement en jouant.

«Un vendredi après-midi, mon épouse m'appelle au bureau, raconte-t-elle. Elle me dit que de nouveaux bleus sont apparus, beaucoup de bleus. J'avais du travail par-dessus la tête, mais j'ai quand même pris

ma voiture et je suis rentré. En voyant Constantin, j'ai vite compris que quelque chose d'anormal se passait et on s'est rendus directement aux urgences de l'Hôpital Sainte-Justine.»

GAGNER LA GUERRE

Constantin est alors rapidement pris en charge, mais il devra rester en observation à l'hôpital. Inquiet, Peter s'enquiert de l'état de son fils auprès d'un membre du personnel soignant. Que suspecte-t-il? Ce dernier répond par un mot qu'aucun parent ne souhaiterait jamais entendre : leucémie. Mais rien de certain. Il fallait laisser passer la fin de semaine pour effectuer des examens plus poussés le lundi.

«Dans mon for intérieur, je n'avais pas besoin d'attendre les résultats. Je savais qu'ils confirmeraient le diagnostic, confie le jeune père. Dans la nuit, je suis rentré chez moi et en chemin, j'ai pleuré, pleuré, pleuré. Une fois à la maison, j'ai cessé et je n'ai plus jamais versé une larme depuis : nous étions dorénavant en guerre et il nous fallait la gagner.»

Peter change alors ses habitudes. Durant les six premières semaines où son garçon est hospitalisé, il se rend au travail très tôt le matin, part à midi et passe tous les après-midis avec lui. Parce que Constantin est féru de magie, il organise des

CETTE ÉPREUVE L'A CHANGÉ, L'A RENDU PLUS SENSIBLE, PLUS MATURE, PATIENT, RESPECTUEUX ET TOLÉRANT. DE NOUVELLES QUALITÉS QUI LUI SERVENT MAINTENANT DANS SON MILIEU PROFESSIONNEL.

séances à l'hôpital et fait profiter tous les enfants du service d'oncologie pédiatrique de la présence de magiciens.

«Ma conjointe a également été en or durant cette période, souligne-t-il. Elle le faisait rire et tapissait sa chambre de dessins qu'elle faisait pour lui tous les jours. Pour mon garçon, malgré l'épreuve qui nous tombait dessus, malgré la douleur qu'il pouvait ressentir, ç'a été des jours heureux.»

LA RÉMISSION

Pendant les deux années et demie de traitements, Peter Tsakiris fait en sorte d'être disponible le plus souvent possible et travaille régulièrement de la maison. Mais surtout, il s'informe à propos de la maladie, effectue des recherches et entre en contact avec Yves Samson, chef de la recherche au département d'oncologie de Sainte-Justine, et Caroline Laverdière, chef du département. Celle-ci a pris en charge le dossier de son fils et, au fil du temps, est même devenue une amie de la famille.

«J'avais confiance, je savais que le Québec, en général, et l'Hôpital Sainte-Justine, en particulier, étaient à la fine pointe pour les traitements de ce type de maladie, explique-t-il. Constantin a toujours bien supporté les protocoles. Tout s'est passé au mieux durant le traitement. Et lorsqu'en 2012 nous avons su qu'il l'avait vaincue, j'ai tout de suite été certain que la maladie ne reviendrait jamais.»

Son garçon, de presque 12 ans maintenant, est donc en rémission depuis quatre ans et demi. Six mois encore, et il pourra être considéré comme officiellement guéri. Grâce à la médecine, bien sûr. Mais aussi, grâce au courage et à l'esprit très analytique de son père.

«J'ai dû prendre des décisions qui n'étaient pas faciles, avoue-t-il. Nos familles sont en Grèce et pendant tout le début des traitements, nous avons dû envoyer nos deux plus jeunes enfants là-bas. À l'époque, ils allaient à la garderie et pouvaient attraper toutes sortes de microbes. On ne pouvait pas risquer qu'ils les rapportent à la maison, Constantin était trop faible.»

NOUVEAU PROJET SOCIAL

Cet esprit cartésien qui le caractérise et qui fait sa force au travail a probablement grandement aidé son fils. Il affirme cependant que cette épreuve l'a changé, l'a rendu plus sensible, plus mature, patient, respectueux et tolérant. De nouvelles qualités qui lui servent maintenant dans son milieu professionnel.

«Avant, quand je trouvais qu'un collègue ou un partenaire n'allait pas assez vite ou manquait d'expérience, ça m'excédait, indique-t-il. Aujourd'hui, je prends ça avec plus de calme et de compréhension.»

Un nouvel état d'esprit qui ne lui enlève pas tout son mordant. Whitemont compte à ce jour quatorze personnes au bureau et dix-huit conseillers indépendants qui utilisent ses services. L'entente avec le Réseau des ingénieurs a été renouvelée pour cinq années supplémentaires et l'entreprise a également de plus en plus de clients parmi les professionnels des technologies de l'information du Réseau Action TI.

Peter souhaite maintenant faire profiter la communauté de son succès : il verse régulièrement des dons à l'Hôpital Sainte-Justine et envisage de mettre sur pied un projet social de grande envergure.

«L'idée, c'est d'utiliser les dons planifiés pour en finir avec l'insécurité alimentaire des enfants au Québec, précise-t-il. Les gens donnent déjà pour cette cause, mais avec les dons planifiés, beaucoup plus d'argent pourrait être amassé. Je pense que l'avenir du Québec passe par l'éducation. L'école doit former de meilleurs citoyens qui seront mieux rémunérés, qui payeront plus de taxes, pour un meilleur fonctionnement de l'État. Or, des enfants qui ont le ventre creux ne peuvent apprendre convenablement.»

Peter Tsakiris affirme avoir déjà moussé son projet auprès de quelques grandes fortunes montréalaises et qu'il suscite de l'intérêt. Il ne lui manque que du temps pour véritablement le lancer. La récente embauche d'une collaboratrice devrait, espère-t-il, lui en donner l'occasion.





LA QUESTION DES MEMBRES



**EST-CE QUE JE PEUX TRANSFÉRER
LA PROPRIÉTÉ D'UNE POLICE
D'ASSURANCE DE MON CLIENT
À MON PROPRE NOM ?**



Il n'est pas rare qu'un lien de confiance étroit s'établisse entre un conseiller et son client en raison de leur relation professionnelle, qui s'échelonne souvent sur plusieurs années. Cette confiance, nécessaire, est subordonnée à l'obligation pour le conseiller de placer l'intérêt de son client au centre de ses préoccupations, de préserver en tout temps son indépendance professionnelle et d'éviter les conflits d'intérêts.

Même si le conseiller est de bonne foi et que le client ne subit ni perte financière ni aucun autre désavantage, le seul fait que la transaction compromette l'indépendance professionnelle du représentant peut entraîner une faute déontologique.

C'est ce qu'un conseiller a récemment appris à ses dépens après avoir convaincu son client gravement malade de maintenir sa police en vigueur en assumant le paiement des primes, en contrepartie de quoi il

serait cotitulaire et cobénéficiaire du paiement de la somme assurée au décès de son client. Dans ce cas, bien que l'acte reproché ait permis de maintenir la police en vigueur et de verser à la conjointe et à la fille du client une partie de la prestation de décès, il n'en demeure pas moins que le conseiller s'est placé dans une grave situation de conflit d'intérêts incompatible avec ses obligations déontologiques¹.

En évitant les situations conflictuelles, vous veillez à la crédibilité de votre profession en plus de préserver la confiance du public dans vos services et le respect à votre égard en tant que professionnel.

1. Dossier CD00-1184

CONTACT ET CONFIANCE

SELON PIERRE-OLIVIER CLOUTIER



DEPUIS LE DÉBUT DE SA JEUNE CARRIÈRE, PIERRE-OLIVIER CLOUTIER POURSUIT UN BUT : FAIRE TOMBER LES PRÉJUGÉS ENVERS LES CONSEILLERS AFIN D'AIDER LES GENS À ATTEINDRE LEURS OBJECTIFS FINANCIERS, QUEL QUE SOIT LEUR NIVEAU DE VIE.



« Le plus important, c'est le premier contact, confie-t-il. Le défi est d'arriver à avoir ce premier contact, surtout en région. Les gens ont l'habitude d'aller au comptoir de leur institution, où on leur présente surtout des produits. Chez Investors, nous avons une démarche de planification intégrée, qui va des placements à la retraite en passant par l'hypothèque, les taxes, les assurances, etc. Quand nous arrivons à atteindre le client pour lui présenter notre approche, en règle générale, les barrières tombent. »

À 35 ans, Pierre-Olivier Cloutier est devenu, au mois d'août dernier, directeur régional pour la région de Laval. D'abord conseiller en sécurité financière, il a ensuite agi pendant plusieurs années à titre directeur de division pour les régions du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie. Des régions où il n'est pas forcément facile de recruter des conseillers. En mettant l'accent sur la qualité de la sélection, de la formation et du soutien des recrues — notamment par la mise en place d'un stage rémunéré — il est parvenu à bâtir une équipe solide, susceptible de desservir des localités largement délaissées par les grandes institutions bancaires.

« On en parle peu, mais les clients [en région] développent un véritable ressentiment envers les banques et les coopératives, assure-t-il. Beaucoup de points de service ont fermé ces dernières années et ils doivent maintenant faire des dizaines de kilomètres pour aller à leur centre financier. C'est une opportunité pour nous, d'autant plus que nos conseillers se déplacent à domicile. Les gens nous écoutent, l'ouverture est plus grande. »

En moins de trois ans, Pierre-Olivier s'est hissé dans le top 10 des meilleurs directeurs de division au Canada, ce qui lui a valu d'être rapidement promu directeur régional. Ce poste lui permet de développer encore plus ses compétences en matière de formation des conseillers.

« Les conseillers peuvent faire une grande différence dans la vie des clients ayant des revenus moyens. Ceux qui disposent d'un revenu familial variant entre 50 000 \$ et 100 000 \$ — les jeunes familles, les mères monoparentales, etc. — pensent souvent que la planification financière, ce n'est pas pour eux. Or, c'est tout le contraire. Ça pourrait leur faire économiser beaucoup d'argent. Les clients nantis, c'est évidemment important de les conseiller, mais ils sont souvent déjà très bien informés. Ce n'est pas nécessairement avec eux qu'on peut faire la différence », précise ce finaliste des Prix Excellence CSF 2016, dans la catégorie Relève.

Le jeune directeur régional croit que le Québec s'en portera mieux si on guide et on éduque les consommateurs de produits et services financiers. De son point de vue, des mesures comme celles du MRCC 2 ne peuvent qu'être bénéfiques.

« Chaque période de changements apporte son lot d'incertitudes et je comprends qu'il y ait certaines réticences dans le milieu, reconnaît-il. Mais à terme, ça ne peut que renforcer la confiance entre les clients et nous. Et nous évoluons dans un secteur où la confiance est un élément primordial.

— HÉLÈNE ROULOT-GANZMANN

NOS FORMATIONS EN LIGNE

CHAMBRESF.COM/FORMATION



| FORMATION | NUMÉRO | UFC** | | | | |
|--|------------------|-------|----|-----|----|----|
| | | CO | AP | ACP | EC | PB |
| ProDéonto (cours obligatoire en conformité) Découvrez tous nos forfaits en ligne. | 38560 à 38567 | 3+++ | | | | |
| Regard pratique sur la déontologie | 29638 | 3 | | | | |
| Cas vécus et règles déontologiques en assurance | 14465 | 2 | 1 | | | |
| Trois conseillers, une réalité : la conformité | 18653 | 3 | | | | |
| Le préavis de remplacement démystifié | 36006 | 4 | | | | |
| L'encadrement professionnel du conseiller en sécurité financière* | 24735 | 2 | | | | |
| L'analyse des besoins financiers* | 24902 | | 2 | | | |
| L'analyse des besoins d'assurance-vie* | 27273 | | 9 | 1 | | |
| Les produits d'assurance-vie* | 27644 | | 5 | 2 | | |
| L'analyse des besoins d'assurance invalidité* | 25750 | 3 | 1 | | | |
| Les produits d'assurance invalidité* | 33345 | | 3 | 1 | | |
| L'analyse des besoins et les produits d'assurance maladie* | 26650 | | 4 | 1 | | |
| L'analyse des besoins d'épargne* | 28036 | 2 | | | 5 | |
| Les produits d'épargne* | 28200 | | | | 6 | |
| L'intégration des concepts* | 29004 | | 3 | | 1 | |
| Effet de levier : avantages, inconvénients et quand le recommander à votre client | 23906 | 3 | | | 1 | |
| Les assurances collectives offertes par les prêteurs, qu'en est-il ? | 22304 | 1 | | 2 | | |
| Régime volontaire d'épargne retraite (RVER) : savoir pour mieux conseiller | 32140 | 1 | | 1 | | |
| Le RREGOP : être mieux outillé pour aider son client à faire les bons choix | 20751 | | | 3 | | |
| Les régimes enregistrés d'épargne-études (REEE) – vision globale | 6251 | | | | | 6 |
| Tout sur le CELI | 25751 | 2 | | | 2 | |

| | | | | | |
|-----------|------------------------|------------|-----------------------------------|-----------|---------------------------|
| CO | Conformité | ACP | Assurance collective de personnes | PB | Plans de bourses d'études |
| AP | Assurance de personnes | EC | Épargne collective | | |

* Ces activités font partie du programme Les concepts en assurance de personnes menant aux titres professionnels A.V.A. et A.V.C.

** La répartition d'UFC peut être modifiée sans avis; veuillez vérifier sur le site Internet de la CSF.

PRODÉONTO

DEUXIÈME COURS
OBLIGATOIRE
EN CONFORMITÉ



PLUS VOUS VOUS FORMEZ,
PLUS VOUS ÉCONOMISEZ!

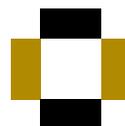
En plus du cours obligatoire de base, au **prix avantageux de 55 \$**, la CSF vous offre les nouveaux forfaits **PRODÉONTO** conçus pour accroître vos connaissances et maximiser vos UFC.

DISPONIBLES EN LIGNE SUR **CHAMBRESF.COM**

LA SANTÉ FINANCIÈRE C'EST NOTRE AFFAIRE À TOUS

Vous êtes 32 000 spécialistes en santé financière membres de la CSF, le seul organisme d'autorégulation multidisciplinaire au pays. Nous avons pour mission de veiller à votre formation, à votre déontologie et au maintien de la discipline. Nous sommes indépendants. Nous avons une connaissance fine des pratiques. Ensemble, nous sommes bien placés pour assurer la protection du public.

SYMBOLE DE SANTÉ
FINANCIÈRE



**Chambre
de la sécurité
financière**