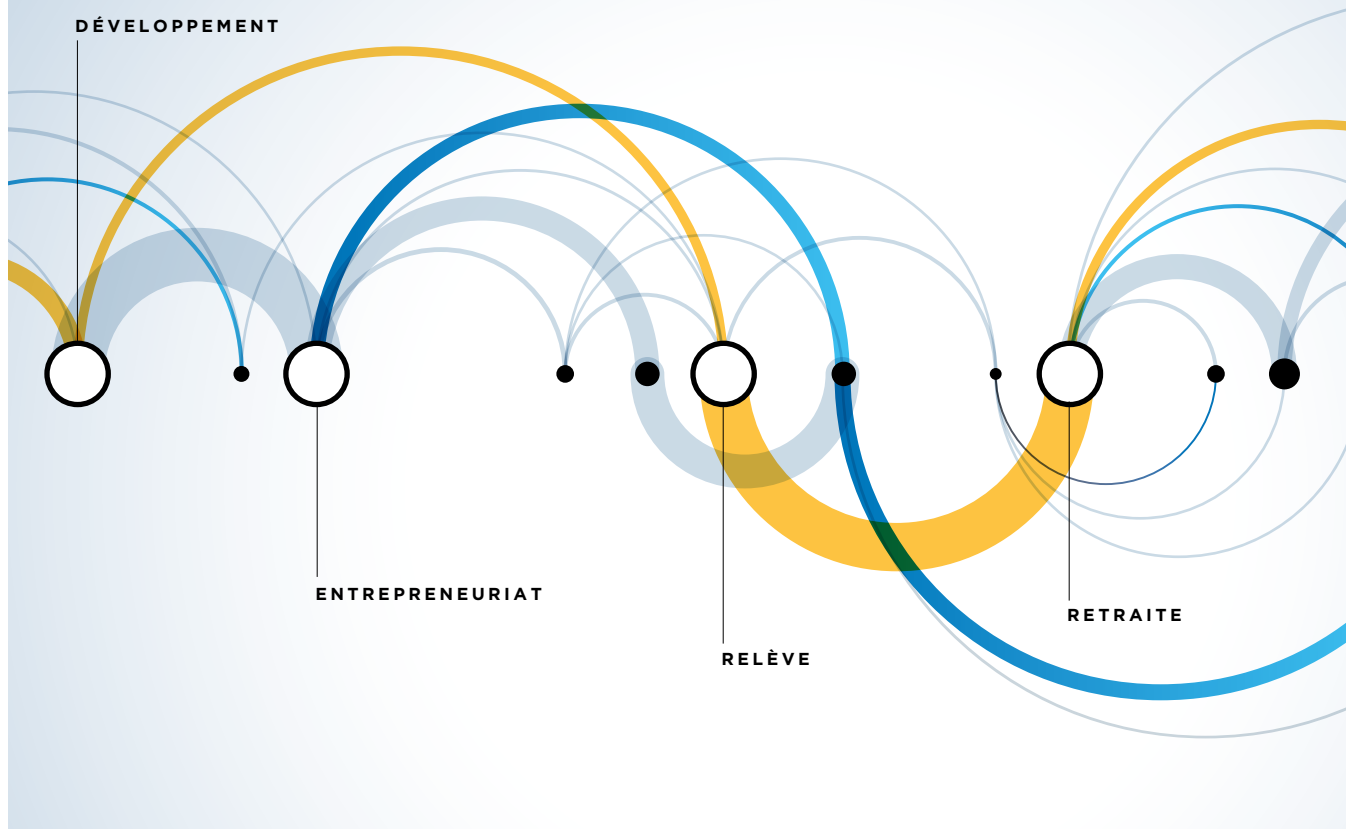
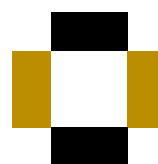


COMMENT **PLANIFIER** VOTRE CARRIÈRE ?



PP40063682



Chambre de la
Sécurité
Financière

ÊTES-VOUS PARMIS
LES MEILLEURS SPÉCIALISTES
EN SANTÉ FINANCIÈRE ?

À MOI DE JUGER.



Mme Monique Jérôme-Forget présidera un jury composé de personnalités de l'industrie qui déterminera les lauréats des Prix Excellence CSF 2016. Trois grands prix seront remis aux conseillers s'étant le plus illustrés dans leur catégorie. Serez-vous de ceux-là ?

LES PRIX  **Chambre de la
Sécurité
Financière**
EXCELLENCE
CSF RECONNAISSENT LA VALEUR
DU RÔLE-CONSEIL EN
FINANCES PERSONNELLES.

PRIX CARRIÈRE | PRIX DISTINCTION | PRIX RELÈVE

Posez votre candidature ou proposez celle d'un pair avant le 7 octobre. 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

300, rue Léo-Pariseau, 26^e étage
Montréal (Québec) H2X 4B8
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

Pouvoir agir. Protéger l'avenir. **4**

LES LIKE CSF

Restez branché
pour ne rien manquer **5**

OUTILS PRATIQUES

L'art de parler
franchement des frais **6**

Signer, c'est sacré! **8**

Assurance-vie :
prêt pour la nouvelle
réglementation? **10**

La question des membres **11**

ÉDITORIAL

Moderniser, mais pas
à n'importe quel prix **12**

GRAND DOSSIER **13**

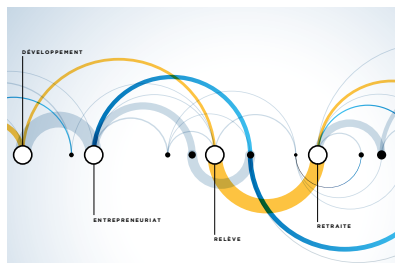
COMMENT PLANIFIER VOTRE CARRIÈRE?

**Les conseillers se soucient
beaucoup de la retraite de
leurs clients, mais trop souvent,
négligent de planifier leur
propre cheminement.**

Préparer sa retraite
en planifiant sa carrière **14**

Votre clientèle est votre
fonds de retraite? **16**

Trouver (et garder)
l'assistant de vos rêves **18**



CHRONIQUE DE L'EXCELLENCE

RRQ et PSV :
le report des prestations
pourrait être une bonne stratégie **21**



PORTRAIT

Dominique Asselin
La littératie financière
en héritage **22**



ACTUALITÉS

**La CSF a entrepris une
tourné régionale afin d'aller
à la rencontre des membres
et d'échanger sur plusieurs
aspects de la profession.**

Les entretiens CSF :
tourné de la
présidente 2016 **25**

POINT DE VUE DE LA RELÈVE

RJCQ :
relever les défis
de la relève **28**

FORMATION

Nos formations en ligne **30**

RVER : savoir pour
mieux conseiller **31**

POUVOIR AGIR. PROTÉGER L'AVENIR.

C'est avec plaisir que nous vous présentons cette nouvelle édition du magazine des professionnels membres de la Chambre de la sécurité financière. Nous en avons revu l'aspect visuel pour refléter l'évolution constante de la Chambre mais surtout, nous en avons actualisé le contenu de manière à répondre davantage aux besoins des membres. Tout cela parce que nous croyons à l'importance de vous offrir des outils adaptés qui contribuent au développement de votre pratique professionnelle.

La CSF est un organisme d'autoréglementation (OAR) au sein duquel vous, les membres, jouez un rôle actif. C'est pourquoi le nouveau magazine CSF dresse le portrait de conseillers qui s'impliquent dans leurs secteurs d'activités professionnelles, offre une nouvelle tribune aux lauréats des prix Excellence et fait place à la relève. Comme vous le verrez, nous sommes allés à votre rencontre lors de la récente tournée régionale. Cette tournée nous a convaincus de la valeur de votre implication dans l'organisation et nous encourage à persévérer dans notre mission de protection du public en veillant à la formation, à la déontologie et en maintenant la discipline. Aussi, le nombre impressionnant de candidatures pour devenir membre du conseil d'administration nous démontre à quel point vous appréciez la voie de la collaboration et de l'ouverture.

La CSF joue un rôle qui se rapproche de celui d'un ordre professionnel. En tant que membres, vous êtes soumis à des exigences de formation continue obligatoire, êtes responsables de vos actes et devez agir selon des principes de déontologie rigoureux. L'application des règles par vos pairs, qui siègent au comité de discipline de la CSF, fait évoluer

les pratiques tout en décourageant les comportements fautifs. Ce modèle d'autoréglementation multidisciplinaire est innovant et en inspire plusieurs. Nous pouvons être fiers, comme société québécoise, de l'avoir appliqué de façon avant-gardiste.

Mais la sécurité financière, l'épargne et la retraite sont plus que jamais des sujets préoccupants, tant pour les citoyens que pour les gouvernements. Alors qu'il devient primordial pour les consommateurs de voir à leurs finances personnelles avec l'aide de professionnels certifiés qui ont l'obligation de veiller à leurs intérêts, nous constatons au contraire une tendance à vouloir étendre la distribution d'assurance sans l'obligation d'avoir recours à un expert. Selon nous, l'accès à des produits d'assurance sans l'intervention d'un conseiller constitue un net recul en matière de protection du public.

En effet, qu'advient-il à ceux qui, par exemple, auront souscrit à des produits d'assurance qui ne leur conviennent pas ou qui, pire encore, ne les protègent pas adéquatement?

Les décideurs doivent prendre en compte l'importance de votre professionnalisme et du rôle que vous jouez dans l'économie. L'industrie des produits et services financiers représente plus de 6 % du PIB de la province et près de 20 milliards de dollars dans l'économie du Québec. Exprimons donc haut et fort la nécessité de préserver la valeur ajoutée de votre rôle-conseil, dont la crédibilité repose sur l'encadrement réalisé par la CSF.

Loin d'être contre l'évolution des technologies, la CSF prône des solutions équilibrées pour que cette évolution ne se fasse jamais au détriment du public. C'est en agissant dans le meilleur intérêt des consommateurs de produits et services financiers que nous pourrons, tous ensemble, protéger leur avenir et que nous pourrons, du même coup, protéger l'avenir de la profession.



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



— MARIE ELAINE FARLEY
PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION



LES LIKE CSF

8 avril 2016 — Vente d'assurance par Internet : le public sera-t-il protégé? Marie Elaine Farley en entrevue à RDI Économie



21 avril 2016 — Peut-on carrément remplacer le conseiller par la technologie sans que le client n'en souffre? Une allocution de Marie Elaine Farley à l'occasion du Colloque de conformité du CFIQ.

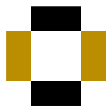
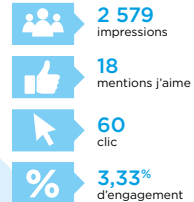


RESTEZ BRANCHÉ POUR NE RIEN MANQUER

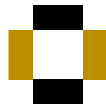
La CSF est présente sur les médias sociaux. Joignez-vous à notre communauté pour rester à l'affût des dernières nouvelles et obtenir des informations essentielles à votre pratique.



12 avril 2016 — Le conseiller en finances personnelles : un professionnel formé et encadré pour bien guider et protéger le public. Une entrevue de Marie Elaine Farley dans La Presse.



ChambreSF@Chambresf
6 avril 2016 — En tant que professionnel des services financiers, le conseiller est le gage de la crédibilité de l'industrie.



ChambreSF@Chambresf

26 avril 2016 — Dans ce contexte, le rôle des conseillers est primordial pour discuter d'épargne!

Conseiller.ca@Conseillerca

Une majorité de **#Québécois** croient ne pas pouvoir faire durer leurs revenus jusqu'à la fin de leur **#retraite**



L'ART DE PARLER FRANCHEMENT DES FRAIS



AVEC L'ENTRÉE EN VIGUEUR DU MODÈLE DE RELATION CLIENT-CONSEILLER PHASE 2 (MRCC2) DES AUTORITÉS CANADIENNES EN VALEURS MOBILIÈRES (ACVM), LES CONSEILLERS DEVRONT REDOUBLER D'EFFORTS, ET SURTOUT DE TACT, POUR EXPLIQUER LEUR RÉMUNÉRATION AUX CLIENTS.

Le MRCC2 exige qu'à compter du 1^{er} juillet 2016 vos clients reçoivent annuellement un relevé détaillé des frais qui leur sont facturés et un rapport sur le rendement de leurs comptes. Or, bon nombre de professionnels des services financiers ont formulé des craintes quant aux conséquences d'une divulgation accrue. En effet, bien que la transparence soit louable dans l'absolu, les investisseurs ne peuvent pas toujours apprécier les subtilités des frais versés aux différents intervenants pour l'achat ou la gestion d'un produit.

En conséquence, vos clients pourraient juger trop élevé le prix de vos services sans nécessairement avoir bien compris comment il est calculé. Pourtant, 68 % d'entre eux souhaitent être informés le plus tôt possible au sujet des nouvelles règles de divulgation des frais! D'où l'importance de les préparer au changement, et d'aborder dès maintenant avec eux le sujet délicat de la rémunération.

Voici quelques conseils pour le faire de façon claire et efficace.

— NICOLAS RITOUX

1

SOYEZ TRANSPARENT

En matière de relations avec la clientèle, la confiance fait loi. Or celle-ci peut être minée par des malentendus concernant la rémunération. Dissipez tout doute d'emblée en départageant le rôle de chaque intervenant – entre institutions financières, sociétés de gestion et conseillers. Expliquez à vos clients la différence entre les frais de gestion, les commissions de suivi ou autres sommes facturées. Ils pourront ainsi évaluer en toute connaissance de cause quelle part de leur argent va à votre travail.

2

RELATIVISEZ

Les gros chiffres peuvent impressionner lorsqu'ils ne sont pas exprimés en contexte. Si vous facturez 8 750 \$ par an pour gérer un portefeuille de 500 000 \$, il serait pertinent de rappeler qu'il s'agit seulement de 1,75 % du capital, ou 24 \$ par jour, ou encore deux cents par dollar géré. L'idée est de mettre de l'avant de petits chiffres en parallèle avec les gros!

1. Malansky + Partners, 2015

68 % DES CLIENTS SOUHAITENT ÊTRE INFORMÉS LE PLUS TÔT POSSIBLE AU SUJET DES NOUVELLES RÈGLES DE DIVULGATION DES FRAIS.

3

COMPAREZ

Mettez vos frais en perspective en les comparant avec d'autres dépenses courantes. Par exemple, les taxes que vos clients paient chaque jour sur presque tout ce qu'ils consomment; elles avoisinent 15 % au Québec, soit bien plus que le pourcentage que vous ajoutez à vos services! La comparaison est aussi possible avec l'essence dont le prix inclut les taxes; de la même façon, le prix payé pour certains de vos produits comprend votre marge de profit. L'idée est de mettre en parallèle votre rémunération avec des concepts de la vie quotidienne.

4

CLARIFIEZ LA VALEUR DE VOS SERVICES

Expliquez à vos clients que vos frais ne comprennent pas seulement l'exécution des transactions mais aussi les efforts que vous consacrez à bien les servir. Faites valoir la valeur du conseil, en soulignant votre expertise des marchés et de l'économie, et vos obligations professionnelles de formation continue, qui tiennent vos connaissances à jour. Parlez-leur des nouvelles que vous lisez, des ateliers que vous suivez, des conférences auxquelles vous assistez. Ils verront ainsi l'ampleur du travail que vous abattez en coulisses.

5

SOULIGNEZ VOTRE OBJECTIVITÉ

Quelle que soit la manière dont vous êtes payé, vos clients peuvent avoir tendance à croire que vos conseils sont liés à votre rémunération. Rappelez-leur, chiffres à l'appui, votre obligation professionnelle de placer l'intérêt du client en premier. Pointez-leur, par exemple, des produits qui vous rapportent moins que d'autres mais que vous leur avez recommandés parce qu'ils étaient les mieux adaptés.

6

TENEZ VOS CLIENTS INFORMÉS

Prenez la plume (ou le clavier) chaque semaine pour envoyer à vos clients quelques informations glanées çà et là ou analyses personnelles, que ce soit par une infolettre, un blogue ou des médias sociaux. Nul besoin d'être un rédacteur émérite; l'idée est de leur démontrer votre expertise et le travail que vous effectuez.

7

FAITES LE LIEN ENTRE L'USAGE ET LE PRIX

Si votre plateforme de frais est basée sur l'utilisation que les clients font de vos services, alors insistez sur ce point pour qu'ils comprennent que leur argent va exclusivement au temps passé à gérer leurs actifs. En d'autres termes, ils paient pour ce qu'ils obtiennent concrètement.

8

PROFITEZ-EN POUR DÉVELOPPER VOTRE CLIENTÈLE

La conversation concernant la rémunération est une bonne occasion d'amener sur la table le sujet délicat des références. Expliquez-leur qu'en plus d'être payé sur les transactions effectuées et/ou sur la base des actifs gérés, vous bénéficiez des références de vos clients satisfaits. Ils comprendront alors l'importance de parler à leurs proches de la valeur que vous leur apportez, sans que vous leur donniez l'impression de quêmander une référence.



SIGNER, C'EST SACRÉ !

VOTRE CLIENT EST DÉJÀ PARTI, IL VOUS MANQUE SA SIGNATURE SUR UNE PAGE. PAS DE PROBLÈME, VOUS SIGNEZ À SA PLACE, ÉVITANT AINSI UN NOUVEAU DÉPLACEMENT... MAL VOUS EN PRIT, CELA PEUT VOUS COÛTER TRÈS CHER.

Même si vous vous êtes mis d'accord avec votre client pour remplacer sa signature, et ce, peu importe la raison, votre geste pourra toujours faire l'objet d'une plainte car les infractions déontologiques ne connaissent pas de prescription. Malheureusement, chaque année, plusieurs conseillers se retrouvent devant le comité de discipline de la CSF, accusés de contrefaçon de signature.

En 2015, 14 représentants ont été radiés par le comité de discipline relativement à l'infraction de contrefaçon de signature, alors qu'en 2014 il s'agit de 11 représentants qui ont été radiés pour ce type d'infraction.

DES DÉNONCIATIONS

Souvent, ces comparutions sont le résultat de dénonciations, indique Louis Lespérance, président de BECAS Assurances et membre du comité de discipline de 2009 à 2012. Mais qui a dénoncé? Ce peut être un client pris de remords, un collègue ou encore un concurrent.

Cependant, le client est généralement impliqué dans l'enquête, car pour pouvoir reprocher à un représentant d'avoir signé à la place de son client, il faut que ce dernier confirme qu'il n'a pas lui-même apposé sa signature.

Et pourquoi donc un client dénoncerait-il son conseiller? Il pourrait être tenté de le faire, par exemple, lorsque ses placements déclinent. Quelques années après la falsification, le client pourrait en venir à dévoiler qu'il n'a jamais signé le document... même s'il avait donné son accord verbal à son conseiller.

D'autres conseillers encouragent des clients à porter plainte auprès de la CSF lorsque ces derniers confient que leur ex-représentant a falsifié leur signature, ou s'ils constatent eux-mêmes des bizarreries. Par exemple, une compagnie d'assurance peut demander une mise à jour des informations concernant un contrat... dont le client ignore l'existence puisqu'il ne l'a pas signé. Les raisons de dénoncer un confrère sont multiples : déontologie, intérêt, concurrence, etc. Il faut se rappeler qu'imiter la signature de quelqu'un est un geste grave dont l'objectif est parfois d'usurper l'identité afin de commettre une fraude.

UNE ENQUÊTE EN ATTIRE UNE AUTRE

La faute du conseiller peut apparaître lors d'une vérification menée par le fournisseur de produits financiers ou d'assurance de personnes qui constate que la signature du client n'est pas identique d'un contrat à l'autre.

La syndique de la CSF peut aussi découvrir l'infraction au cours d'une enquête menée pour un autre motif. Et pour obtenir la preuve de la contrefaçon, elle pourra alors avoir recours à des experts en graphologie, qui analysent des échantillons de signature et les comparent entre eux.

UNE RÈGLE INCONTOURNABLE

S'il est parfois possible de trouver un terrain d'entente avec la syndique de la CSF pour certaines infractions, ce n'est pas le cas pour les questions qui mettent en cause l'intégrité du conseiller, comme lorsqu'il s'agit de falsification de signature. Car bien que les intentions du représentant puissent être bonnes, rien ne justifie la contrefaçon de signature.

Le comité de discipline de la CSF considère la contrefaçon de signature comme un geste qui ternit indéniablement l'image de la profession et qui entraîne la plupart du temps une sanction de radiation, même si le représentant :

- est de bonne foi
- agit pour faire économiser du temps à son client
- veut rendre service à son client
- veut éviter des déplacements

— DIDIER BERT

LE COMITÉ DE DISCIPLINE DE LA CSF CONSIDÈRE LA CONTREFAÇON DE SIGNATURE COMME UN GESTE QUI TERNIT INDÉNIABLEMENT L'IMAGE DE LA PROFESSION ET QUI ENTRAÎNE LA PLUPART DU TEMPS UNE SANCTION DE RADIATION.

VOUS NE DEVEZ PAS

- Contrefaire la signature d'un client en imitant ou photocopiant sa signature sur un formulaire.
- Laisser une personne imiter la signature de quelqu'un.
- Inscrire une date ou un lieu si la signature n'est pas véridique.
- Signer comme témoin de la signature d'un client hors de sa présence.
- Utiliser ou conserver dans le dossier du client des formulaires signés en blanc.



UN CONSEIL

Bien ordonner ses dossiers et repérer les endroits nécessitant une signature avant de rencontrer ses clients - voilà deux moyens efficaces de bien gérer les signatures.

SIGNATURE MANUSCRITE VS SIGNATURE ÉLECTRONIQUE

Vous vous apprêtez à finaliser une transaction avec votre client. Vous devez donc vous assurer que ce dernier a reçu et compris toutes les informations relatives au contrat qu'il est sur le point d'accepter.

La signature du client sur un document est le moyen traditionnel de confirmer son consentement. Toutefois, l'obtention et la conservation de la signature manuscrite du client exigent des déplacements, des espaces d'archivage et parfois des opérations informatiques qui peuvent être évités grâce aux nouvelles technologies.

La signature électronique sécurisée peut remplacer la signature manuscrite tant au Québec que dans le reste du pays.

Le recours à la signature électronique sécurisée comporte des avantages sur le plan de l'efficacité, de la réduction des délais et de la centralisation de l'information. Vous devez toutefois vous assurer d'utiliser un procédé technologique fiable qui permettra de préserver l'intégrité des documents signés tout au long de leur cycle de vie, afin de respecter notamment les règles relatives à la tenue des dossiers et à l'accessibilité du dossier client.

Plusieurs outils sont disponibles pour générer des signatures cryptées. Cette technologie repose sur un système de chiffrement qui garantit l'authenticité et l'intégrité des données, ainsi que l'identité du signataire. De façon générale, le chiffrement consiste à rendre le texte d'un message illisible pour qui ne détient pas la clé de déchiffrement.

Ainsi, une personne peut reproduire sa signature manuelle sur support électronique et ensuite l'apposer sur un document électronique pour la lier à ce document.

Ce procédé permet d'ailleurs au signataire de s'assurer que les données du document sur lequel il appose sa signature électronique n'ont pas été modifiées (et atteste donc l'intégrité des données ou du document). Il a également pour effet d'empêcher le signataire de nier être le signataire du document (non-répudiation).

EN RÉSUMÉ

La signature électronique numérique est valide lorsqu'elle répond à ces conditions :

- **AUTHENTIQUE** : l'identité du signataire doit pouvoir être retrouvée de manière certaine.
- **INFALSIFIABLE** : la signature ne peut pas être falsifiée.
- **NON RÉUTILISABLE** : la signature fait partie du document signé et ne peut être déplacée sur un autre document.
- **INALTÉRABLE** : une fois le document signé, on ne peut plus le modifier.
- **IRRÉVOCABLE** : la personne qui a signé ne peut le nier.

ASSURANCE-VIE

PRÊT POUR
LA NOUVELLE
RÉGLEMENTATION ?

UN ENTRETIEN AVEC HÉLÈNE MARQUIS



Les assurances-vie ne sont plus ce qu'elles ont déjà été. Les mesures des gouvernements Harper et Trudeau ont successivement modifié certaines caractéristiques fiscales qui offraient jusqu'ici des avantages aux assurés. Petit tour d'horizon des changements à prévoir.

Comme le gouvernement Harper l'avait promis, une réforme des règles d'exonération des polices d'assurance-vie entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2017. Les primes et valeurs accumulées seront calculées selon une nouvelle table de mortalité ajustée à la démographie canadienne.

« Les produits d'assurance-vie vont être appelés à changer en conséquence. C'est le cas notamment des polices universelles détenues dans des sociétés par actions », observe Hélène Marquis, directrice régionale, planification fiscale et successorale à Gestion privée de patrimoine CIBC.

Avec la nouvelle table de mortalité, le coût de base rajusté du contrat (CBR) sera plus élevé plus longtemps. La stratégie qui consistait à payer le capital décès aux actionnaires individuels sous forme d'un crédit au compte de dividendes est nettement moins avantageuse qu'auparavant, car une plus grande partie du montant sera imposable.

« On pouvait attendre une vingtaine d'années avant d'atteindre le montant complet du capital décès sur une base libre d'impôt. Désormais, la période sera beaucoup plus longue avant d'en profiter », résume M^{me} Marquis.

C'est donc la dernière chance de tirer parti du régime actuel. Il est même minuit moins une car un délai de plusieurs mois est nécessaire pour établir ce genre de stratégie!

DES ÉCHAPPATOIRES FISCALES
ÉLIMINÉES

Le gouvernement Trudeau, quant à lui, a mis un terme à plusieurs stratégies populaires. Par exemple, faire détenir la police par une société de gestion et désigner une autre société en exploitation à titre de bénéficiaire.

« Dans le régime actuel, lorsque la société détentrice verse le capital décès à la société bénéficiaire, celle-ci reçoit le montant total sous forme de prestation d'assurance non imposable. Même si le CBR du contrat avait un solde élevé, les attributs fiscaux de la société détentrice n'étaient pas transférés à la bénéficiaire, qui pouvait alors verser un dividende en capital à ses actionnaires pour la totalité du capital décès. Désormais, le transfert des attributs fiscaux aura lieu, et les survivants recevront un dividende en capital égal à la valeur du capital décès moins le CBR du contrat », explique M^{me} Marquis.

Autre échappatoire fiscale éliminée dans le budget fédéral de 2016 : le transfert d'une police en vigueur d'un individu à sa société par actions, selon la juste valeur marchande (JVM) du contrat.

« On pouvait vendre à la société un contrat de 1 M\$ avec une valeur de rachat de 150 000 \$ et un CBR de 100 000 \$, puis déclarer 50 000 \$ de revenus; en obtenant une valeur marchande de 250 000 \$ par évaluation actuarielle, on pouvait retirer de la société 250 000 \$ libres d'impôt. C'était donc très intéressant. Mais ce n'est plus possible de façon aussi avantageuse avec la nouvelle réglementation », dit l'experte en fiscalité.

Pour les conseillers, il est primordial de mettre à leur agenda la révision des portefeuilles d'assurance des clients touchés par ces changements!

NICOLAS RITOUX



LA QUESTION DES MEMBRES

PUIS-JE OFFRIR UN CADEAU À MON CLIENT POUR LE REMERCIER ?

Vous désirez remercier un client pour sa fidélité ou parce qu'il vous a recommandé à un ami. L'intention est noble, mais comment lui témoigner votre reconnaissance en toute conformité ?

Il n'y a pas de règles précises au sujet des cadeaux qu'il est possible d'offrir aux clients.

QUELQUES NOTIONS DE BASE QU'IL FAUT TOUTEFOIS RESPECTER

1

OFFRIR UN CADEAU AUQUEL VOTRE CLIENT NE S'ATTEND PAS

Il n'est pas permis de promettre à l'avance un cadeau pour une transaction ou en échange de la recommandation d'un client potentiel. Cette pratique s'apparenterait davantage à une forme de rémunération ou de commission et nécessiterait un encadrement précis.

2

OPTER POUR UN BIEN DE VALEUR MODESTE

Pour éviter toute confusion par rapport au partage de commission, il vaut mieux offrir un bien de prix modique plutôt qu'une somme d'argent. Les cartes-cadeaux sont considérées comme un bien.

3

PRENDRE CONNAISSANCE DES RÈGLES

Renseignez-vous, s'il y a lieu, sur les exigences ou règles particulières du courtier, cabinet ou société auquel vous êtes rattaché.

MODERNISER, MAIS PAS À N'IMPORTE QUEL PRIX



La *Loi sur la distribution de produits et services financiers* (LDPSF) a été instituée, entre autres, pour renforcer la protection des consommateurs. Au Québec, ce n'est pas d'hier que la distribution de produits et services financiers se fait par des professionnels formés et encadrés par la Chambre de la sécurité financière. Ces professionnels sont personnellement responsables de leurs actes et ont l'obligation légale de voir aux intérêts supérieurs de leurs clients. À l'instar d'un ordre professionnel, la CSF, en plus de former et d'encadrer ses membres, veille à la déontologie et à la discipline. Les membres participent également aux décisions de leur Chambre, notamment en siégeant au comité de discipline.

Placer les intérêts du public avant tout est au cœur des actions des membres et de la CSF. C'est aussi, plus que jamais, au cœur de l'avenir de la profession. Mais depuis quelque temps, particulièrement depuis l'annonce de l'intention de moderniser l'ensemble des lois du secteur financier, dont la *Loi sur les assurances*, on constate que l'arrivée des nouvelles technologies sert de prétexte à vouloir laisser aux consommateurs la charge d'autoévaluer leurs besoins. Ainsi, l'idée de permettre la distribution d'assurance sans le conseil de professionnels encadrés, formés et assujettis à de hautes exigences légales est préoccupante.

Les produits et services financiers sont-ils moins complexes aujourd'hui? A-t-on moins besoin de conseils qu'avant? Un produit d'assurance peut-il être considéré comme un produit de consommation courant? Poser la question, c'est y répondre. Les

conséquences entre l'achat d'une paire de jeans et d'un produit d'assurance sur le Web sont loin d'être les mêmes. On ne peut pas omettre le conseil, surtout en matière d'assurance, sans qu'il y ait des risques énormes pour les clients. Peu importe le type de produit d'assurance, il reste toujours des éléments que le consommateur n'est pas en mesure d'évaluer, tout simplement parce que ce n'est pas son champ d'expertise.

Internet offre une foule de renseignements utiles qui peuvent être bénéfiques aux consommateurs. Toutefois, ceux-ci ont beau pouvoir se renseigner sur toutes les maladies imaginables sur Internet, ils ont intérêt à consulter un médecin pour obtenir une évaluation professionnelle de leur situation, un diagnostic clair et un traitement approprié. Tout comme un médecin s'occupe de la santé physique de ses patients, le conseiller qui s'occupe des finances personnelles de ses clients prend soin de leur santé financière.

C'est par l'encadrement qu'offre la CSF que nos membres possèdent le statut de professionnel des finances personnelles. Mais à bien des égards, depuis les dix derniers mois, ce professionnalisme est banalisé. Sous le couvert de nouvelles habitudes de consommation et d'évolution technologique, on semble vouloir reléguer au second rang le rôle des professionnels et celui de la CSF dans la protection du public.

Que ce soit clair : la CSF est pour le développement des technologies. Sauf que cette avenue ne peut être empruntée au détriment des consommateurs; c'est

la technologie qui doit s'adapter aux consommateurs et non l'inverse. Il est également possible d'adapter l'offre aux consommateurs tout en maintenant l'équilibre entre les intérêts commerciaux et la protection du public. Bref, nous devons travailler afin que le public continue de bénéficier des mêmes protections, conseils et services peu importe le moyen de communication qu'il utilise.

L'automne sera chaud dans l'industrie. J'invite nos membres à affirmer, dans le cadre des débats qui auront lieu, l'importance de leur rôle-conseil et la nécessité d'un OAR multidisciplinaire expérimenté, présent et reconnu. Car pour moi, l'avenir de la profession et de ses professionnels est intimement lié à celui de la CSF.

MARIE ELAINE FARLEY
PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION

—
GRAND
DOSSIER

COMMENT PLANIFIER VOTRE CARRIÈRE ?

- PRÉPARER SA RETRAITE
EN PLANIFIANT SA CARRIÈRE
- VOTRE CLIENTÈLE EST VOTRE
FONDS DE RETRAITE ?
- TROUVER (ET GARDER)
L'ASSISTANT DE VOS RÊVES



PRÉPARER SA RETRAITE EN PLANIFIANT SA CARRIÈRE



C'EST BIEN CONNU: ON SE SOUCIE BEAUCOUP DE LA RETRAITE DE NOS CLIENTS MAIS QUELQUEFOIS, ON NÉGLIGE UN PEU DE PLANIFIER SA PROPRE RETRAITE. À CET ÉGARD, COMME DANS LA FABLE DE JEAN DE LA FONTAINE, CERTAINS SE COMPORTENT EN CIGALES ALORS QUE D'AUTRES SONT RÉSOLUMENT DES FOURMIS.

Le conseiller en sécurité financière et planificateur financier Pierre Larose, 71 ans, confie que même s'il est soucieux de bien servir sa clientèle, il ne prêche pas par l'exemple. « J'écoute mes clients et je les entends dire qu'ils ont peur de l'avenir. Mon travail en tant que professionnel est de les aider à diminuer leur crainte. Mais pour ma part, je n'ai pas peur. D'ailleurs, je n'ai acheté mon premier REER qu'à l'âge de 53 ans! », lâche-t-il, conscient que cette déclaration pourrait en surprendre plusieurs.

DÉJÀ RETRAITÉ

Le conseiller à la retraite Gilles Thouin, 73 ans, a quitté la profession depuis 9 ans. Il a été enseignant pendant 25 ans pour ensuite travailler dans le domaine des services financiers de 1985 à 2007.

Son revenu actuel repose en partie sur son régime de retraite d'enseignant, mais aussi sur la vente de sa clientèle, cédée à son fils en 2007. Un prêt levier de 100 000 \$ contracté il y a quelques années lui a aussi permis de faire de fructueux investissements en Europe et aux États-Unis. « Je n'ai pas vraiment planifié les choses, elles se sont tout simplement passées comme ça. Mais je suis très content de ma situation : j'ai suffisamment de revenus pour vivre et faire des projets », raconte-t-il.

Parmi les conseillers retraités de sa connaissance, plusieurs ont vendu leur clientèle pour se constituer un coussin financier, en plus d'avoir cotisé à des REER durant leur vie professionnelle. Certains comptent aussi sur les revenus supplémentaires que leur procurent des investissements immobiliers.

Selon M. Thouin, les conseillers ne sont pas des cordonniers mal chaussés et ils pratiqueraient ce qu'ils professent, après tout. Certains estiment que les conseillers ne mettent pas suffisamment d'argent de côté pour maintenir leur niveau de vie. Or, c'est souvent en fin de carrière que l'on gagne le plus, ce qui reporte malheureusement le départ à la retraite.

SAVOIR ÉVALUER SON ENTREPRISE

Mais pourquoi certains conseillers semblent-ils manquer de liquidités une fois à la retraite ?

« La majorité de ceux qui quittent le marché du travail aujourd'hui ont commencé leur carrière il y a 25 ou 30 ans. À cette époque, on projetait des taux de rendement de 10 %, alors qu'aujourd'hui ils ne sont que de 3 %. La différence est énorme ! rappelle-t-il.

Aussi, il faut plusieurs années à un conseiller pour se bâtir une clientèle. Conséquemment, il lui sera difficile de mettre de l'argent de côté durant cette période. »



DES SOLUTIONS À PLANIFIER

Comment être à l'aise financièrement durant sa retraite? Selon le fiscaliste et conseiller en sécurité financière Daniel Guillemette, une bonne option est de vendre sa clientèle tout en continuant à travailler pour l'acheteur.

Jean-Yves Dupré, 68 ans, fait partie de ceux qui ont choisi cette solution. « Je ne voulais pas vendre à n'importe qui. Je connaissais Daniel de réputation et nous avons planifié la vente il y a plusieurs années de cela. Maintenant, je travaille trois jours par semaine dans ses locaux et je n'ai plus la responsabilité de la gestion du bureau. Je fais seulement ce que j'aime et je m'occupe uniquement de quelques clients », se réjouit-il, également heureux de pouvoir prendre davantage de vacances tout en sachant que sa clientèle est entre bonnes mains.

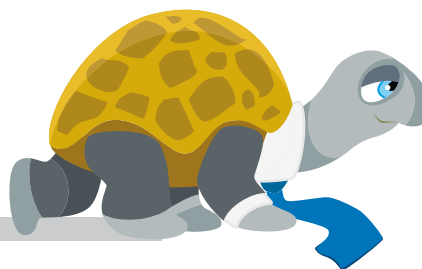
Il n'y a pas de recette toute faite, il faut se montrer prévoyant. Martin Dupras, planificateur financier, souligne que pour prendre de bonnes décisions, on devrait éviter de penser en vase clos. « Lorsqu'on est incorporé, on peut se verser des dividendes ou un salaire. La réponse n'est pas toujours évidente. Si l'on ne considère que l'année courante, on peut penser que les dividendes sont plus avantageux d'un point de vue fiscal. Mais à long terme, on se prive ainsi de cotiser au Régime des rentes du Québec et à un REER, ce qui peut avoir un impact à la retraite », explique-t-il.

Pour sa part, la planificatrice financière Nathalie Bachand note avec justesse que moins l'on bénéficie d'encadrement pour sa retraite, plus il faut planifier rigoureusement. « Le choix dépend de plusieurs variables, poursuit-elle, notamment du revenu dont on a besoin. Si les dépenses personnelles sont basses, les dividendes peuvent être plus avantageux. Il faut aussi considérer l'âge : par exemple si l'on a 45 ans et que l'on a déjà cotisé pendant plusieurs années au Régime de rentes du Québec, cesser de le faire pourrait nous faire perdre des avantages. C'est du cas par cas. »

Est-ce une bonne idée de mettre en place une fiducie familiale et d'attribuer des dividendes à un conjoint et des enfants majeurs afin de fractionner le revenu? Là encore, Martin Dupras conseille de voir à long terme. « Elle peut sembler peu pertinente en début de carrière, mais elle le sera peut-être dans une dizaine d'années. Il est préférable d'y penser tôt, car plus on attend, plus la création d'une fiducie sera coûteuse », fait-il valoir.

Autrement dit, en matière de retraite comme dans beaucoup d'autres domaines, la morale de la fable Le Lièvre et la Tortue s'applique parfaitement : rien ne sert de courir, il faut partir à point.

— EMMANUELLE GRIL



CEUX QUI QUITTENT LE MARCHÉ DU TRAVAIL AUJOURD'HUI ONT COMMENCÉ LEUR CARRIÈRE IL Y A 25 OU 30 ANS. À CETTE ÉPOQUE, ON PROJETAIT DES TAUX DE RENDEMENT DE 10 %, ALORS QU'AUJOURD'HUI ILS NE SONT QUE DE 3 %. LA DIFFÉRENCE EST ÉNORME !

VOTRE CLIENTÈLE EST VOTRE FONDS DE RETRAITE ?

VOICI COMMENT MAXIMISER SA VALEUR.



On estime que près de 3 500 conseillers devraient se retirer du marché du travail dans les 5 prochaines années. Si vous avez l'intention de vendre votre bloc d'affaires, vous vous retrouverez probablement à jouer du coude avec de nombreux ex-collègues. Pour tirer le maximum de votre clientèle, il vous faudra affiner votre stratégie et optimiser votre offre.

POLISSEZ D'ABORD VOTRE BLOC D'AFFAIRES

Votre entreprise n'intéressera les acheteurs que si elle présente du potentiel. Si une bonne partie de votre clientèle est composée de jeunes professionnels en phase d'accumulation, l'attrait est évident. En contrepartie, si le gros de vos clients compte surtout des retraités en mode décaissement, le potentiel sera sans doute plus faible. Mais il y a toujours quelque chose à tirer des bons clients; certains ont des enfants et des petits-enfants, il y aura donc des besoins de REER, de REEE, d'assurance-vie, de protections contre l'invalidité, etc. Tout dépendra alors de votre présentation.

À cet égard, si vous avez pris soin de segmenter votre clientèle, l'acheteur pourra d'un coup d'œil en évaluer le potentiel. De plus, la segmentation facilite l'organisation du travail. Il importe néanmoins de procéder selon des critères (groupe d'âge, profession, lieu de résidence, etc.) dont la logique soit facilement compréhensible pour l'acheteur éventuel.

UN CRM, C'EST URGENT !

La gestion de votre entreprise doit être impeccable si vous voulez trouver preneur à bon prix. Il faut absolument éliminer à la source toute lacune qui pourrait vous causer des soucis lors d'une inspection réglementaire : numéros de contrats inexistant, dates de transactions majeures manquantes, absence d'analyse des besoins de clients, formulaire de tolérance au risque incomplet, dates de naissance manquantes, aucun consentement signé pour divulgation des renseignements personnels, etc.

Que ces manquements à la conformité soient le fruit de négligences ou autres oublis, il est primordial d'y remédier en premier pour votre clientèle, et ensuite pour votre pratique et la poursuite de vos projets de vente. Un acheteur examinera tous ces éléments au cours du processus du contrôle diligent d'un bloc d'affaires. Si les dossiers clients ne sont pas numérisés, ledit contrôle diligent pourrait vite se transformer en un cauchemar de paperasserie.

Voilà pourquoi les conseillers devraient se doter d'un système de gestion des relations clients (CRM ou *Client Relationship Management*), affirment les experts.

«Un bloc d'affaires valant 1 million de dollars qui est sur papier seulement? Je n'offrirais que la moitié de cette somme. Et j'exigerais que le vendeur demeure encore dans le métier, le temps que je passe à travers ses dossiers», précise François Laporte, conseiller en sécurité financière et représentant en épargne collective auprès d'Investia Services Financiers.

En plus de permettre des recherches efficaces, un bon CRM intègre toutes les données des clients (personnelles, assurances, placements). Il permet également d'échantillonner la clientèle afin de la segmenter, de prendre des notes avec l'inscription et l'horodatage automatique de toute activité, de synchroniser son agenda avec son téléphone intelligent, d'archiver des documents, etc.

Les CRM les plus connus sur le marché sont Kronos, Croesus, RepMan et iGeny. Ils coûtent entre 100 \$ et 300 \$ par mois, selon les besoins.

VENDRE UNE CLIENTÈLE PEUT GÉNÉRER UN GAIN EN CAPITAL IMPOSABLE, ALORS QUE VENDRE UNE SOCIÉTÉ PAR ACTIONS PERMET DE BÉNÉFICIER D'UNE EXEMPTION FISCALE POUVANT ATTEINDRE PLUSIEURS CENTAINES DE MILLIERS DE DOLLARS DANS CERTAINS CAS.

LA JUSTE VALEUR DE VOTRE PRATIQUE

De manière empirique, on estime la valeur d'un bloc d'affaires à l'aide d'un multiple des revenus annuels générés. Ainsi, un portefeuille d'assurances pourrait valoir de 3 à 3,5 fois les renouvellements. «S'il s'agit de fonds communs, ça peut aller jusqu'à 4 fois les revenus générés, peut-être même 7 fois si le bloc d'affaires est ultramoderne», note M. Laporte. Un portefeuille de fonds communs produisant annuellement des commissions de suivi de 150 000 \$, par exemple, pourrait donc valoir entre 600 000 \$ et 1 050 000 \$, en suivant ce barème empirique.

D'autres préfèrent établir la juste valeur marchande en combinant trois méthodes :

- celle basée sur les bénéfices passés
- celle des comparables (les multiples)
- celle de l'actualisation du flux net de trésorerie potentiel que la clientèle peut générer sur un horizon égal à la période du financement pour un acquéreur

Le critère le plus important demeure toujours la qualité de la clientèle.

CONSULTEZ DES PROFESSIONNELS AGUERRIS

Avocats, comptables professionnels agréés et fiscalistes spécialisés en services financiers contribueront à la réussite du transfert de votre bloc d'affaires. Il s'agit d'une transaction commerciale, souvent complexe sur les plans légal et fiscal.

Même si vous n'avez pas l'intention de vendre votre bloc d'affaires avant quatre ou cinq ans, il serait sage de consulter tout de suite les spécialistes puisque le transfert des actifs se déroule souvent de manière progressive. Il est recommandé d'être accompagné tout au long du processus. Un vendeur pourrait commencer par céder 10 % de son bloc d'affaires la première année puis, l'année suivante, se départir d'un autre pourcentage, et ainsi de suite jusqu'à la fin.

Il faut tenir compte des réactions de la clientèle qui risque d'être secouée si leur conseiller de confiance vend sa pratique d'un seul coup. Vendeur et acheteur s'associeront alors afin d'assurer un passage en douceur. La transition peut durer plusieurs mois.

VALEUR AJOUTÉE GRÂCE AU FISC

La vente d'un bloc d'affaires entraîne des conséquences fiscales qui peuvent être majeures. Vendre une clientèle peut générer un gain en capital imposable, alors que vendre une société par actions permet de bénéficier d'une exemption fiscale pouvant atteindre plusieurs centaines de milliers de dollars dans certains cas. Un fiscaliste pourra vous aider à rouler la valeur marchande de votre cabinet à un acheteur qui aura acquis 100 % de ses actions pour ensuite fusionner les deux nouvelles entreprises.





ORGANISATION DU TRAVAIL

TROUVER (ET GARDER) L'ASSISTANT DE VOS RÊVES

NATURE HUMAINE OBLIGE, L'ASSISTANT IDÉAL N'EXISTE PAS. TOUT COMME VOUS, VOTRE EMPLOYÉ AURA TOUJOURS SES FORCES ET SES FAIBLESSES. VOTRE DÉFI EST DE MAXIMISER LES UNES ET D'ATTÉNUER LES AUTRES. VOICI QUELQUES CONSEILS POUR Y PARVENIR.

Votre quantité de travail devient insurmontable ? Le temps est venu de vous faire épauler. En déléguant à un assistant les tâches qui ne sont pas liées à vos clients et à vos obligations professionnelles envers eux, vous optimiserez l'emploi de votre temps et de votre expertise, au bénéfice de tous.

La mauvaise nouvelle, c'est que vous n'obtiendrez pas ce résultat immédiatement; beaucoup d'efforts seront nécessaires pour recruter et former la perle rare. La bonne nouvelle, c'est que ces efforts sont un véritable investissement dans votre pratique, avec une valeur ajoutée à long terme.

QUI RECHERCHER ?

Qu'attendez-vous d'un assistant ? Qu'il organise le bureau ? Qu'il connaisse les produits financiers ? Qu'il appelle les clients ? Il est impératif de bien définir vos besoins pour établir le profil du poste à pourvoir.

Commencez par rédiger une description étoffée des tâches et responsabilités puis déterminez le type de personnalité qui conviendra le mieux. Il ne s'agit pas seulement des compétences recherchées, mais aussi de traits de personnalité qui correspondront le mieux à votre propre nature et à votre style de gestion.

OÙ CHERCHER ?

Avant de débusquer la perle rare, il faut trouver le bon terrain de chasse. Faites appel à vos relations et lancez un avis de recherche sur les réseaux sociaux tels que LinkedIn, Facebook et Twitter. Vous pouvez également publier un avis sur un site d'emploi spécialisé. Ou encore recruter un novice par l'intermédiaire des services de placement des établissements d'enseignement qui offrent des programmes de services financiers, comme celui du Cégep régional de Lanaudière.

Des agences de placement comme Addendum, Adecco, Hunt ou Randstad peuvent aussi vous aider. Ces spécialistes sauront maximiser les chances de mieux positionner l'offre d'emploi dans votre marché; ils élargiront aussi sa portée en sollicitant pour vous des candidats qui ne sont pas activement à la recherche d'un emploi. En échange, ils prélèvent de 15 à 25 % du salaire annuel du candidat retenu.

L'HEURE DU CHOIX

Attendez-vous à étudier plusieurs dizaines de dossiers. Un casse-tête en perspective si vous ne suivez pas de lignes directrices. Référez-vous au profil élaboré à la première étape afin de respecter les critères d'évaluation choisis. Une présélection sur la base d'entrevues téléphoniques permettra de limiter le nombre de candidats qui se déplaceront.

Lors de l'entrevue, validez les capacités, intérêts et valeurs du candidat. Laissez-le parler le plus possible, en privilégiant les questions ouvertes. Et prenez un maximum de notes; une fois lues à tête reposée, elles vous aideront à voir le meilleur choix s'imposer naturellement.

RESPECTEZ LA RÉGLEMENTATION

Il y a ce que votre assistant peut faire pour vous, et ce qu'il ne peut pas faire. Cette dernière partie est probablement la plus importante au moment de définir les tâches et responsabilités. Par exemple, votre assistant ne doit pas mettre à jour les dossiers des clients au-delà des données de base, ni discuter avec eux de leurs produits ou portefeuilles.

Vous devez recueillir personnellement tous les renseignements vous permettant de bien connaître votre client et remplir vous-même tous les formulaires nécessaires à cet effet. Soyez vigilant : en confiant à votre assistant la responsabilité de réviser des informations importantes ou de remplir des formulaires à votre place, vous ne vous acquittez pas de vos responsabilités. Dans votre profession, certaines erreurs peuvent avoir des conséquences graves.

IL Y A CE QUE VOTRE ASSISTANT PEUT FAIRE POUR VOUS, ET CE QU'IL NE PEUT PAS FAIRE. CETTE DERNIÈRE PARTIE EST PROBABLEMENT LA PLUS IMPORTANTE AU MOMENT DE DÉFINIR LES TÂCHES ET RESPONSABILITÉS.

Établissez par une procédure interne les tâches que votre assistant est autorisé à faire et celles qui vous incombent. Cette répartition doit tenir compte de vos obligations déontologiques, mais aussi de la compétence de la personne à qui vous confiez ces tâches.

Informez régulièrement votre employé des politiques et pratiques de votre entreprise. Il ne s'agit pas seulement d'en parler à la volée; ces instructions sont assez importantes pour que vous preniez la peine de les formaliser. Outre les règles à suivre, dressez la liste des documents de procédure à utiliser, et rédigez des réponses types aux questions souvent posées par les clients.

CORRIGEZ POUR AMÉLIORER

Si votre assistant enfreint les règles, pensez d'abord à la façon dont il peut s'améliorer à l'avenir. Discutez avec lui de la façon dont il compte procéder la prochaine fois. Mettez à jour vos règles directrices, au besoin. Puis, expliquez personnellement aux parties concernées (conformité, clients, etc.) que la faute a été relevée et corrigée. En cas de vérification, les autorités de réglementation verront que la situation a été prise en charge promptement. N'hésitez pas à communiquer avec la CSF pour toute question qui demande une clarification sur la tenue des dossiers clients ou consultez la section Info-Déonto sur le site Internet de la CSF, qui offre plusieurs outils concrets en matière de conformité.

SOYEZ JUSTE

Demandez beaucoup, mais soyez clair et constant dans vos attentes. Pour donner le meilleur de lui-même, votre assistant doit conserver un désir sincère de s'améliorer constamment. Prenez le temps de l'accompagner, investissez dans les formations et ressources nécessaires, et félicitez-le haut et fort quand il se dépasse.

Enfin, un bon patron fait preuve d'empathie et de souplesse. Quand on passe des dizaines d'heures ensemble chaque semaine, mieux vaut privilégier le respect et l'écoute!

— NICOLAS RITOUX

ASSURANCES DE PERSONNES

Voici quelques exemples de ce que votre assistant ne peut pas faire :

- Recueillir des renseignements personnels en vue de l'obtention d'une proposition d'assurance.
- Remplir pour le client ou l'aider à remplir une demande de proposition d'assurance.
- Remplir pour le client ou l'aider à remplir une proposition d'assurance.
- Exercer des pressions ou inciter un client à souscrire une assurance auprès du représentant.
- Fournir au client tout conseil en matière d'assurance, notamment lorsqu'il veut effectuer une transaction ou un changement à sa police d'assurance.

ÉPARGNE COLLECTIVE

Vous devez assumer personnellement la responsabilité de certaines tâches en raison de vos obligations :

- Les exigences liées à la connaissance du client font partie intégrante de la cueillette des renseignements de base quant au caractère approprié des produits.
- Vos recommandations doivent s'appuyer sur une analyse approfondie des renseignements obtenus du client. Vous devez vous assurer de connaître personnellement la situation financière ainsi que les objectifs de placement du client.
- En raison de vos obligations professionnelles, vous devez vous assurer que les renseignements que vous obtenez sont exacts.





CONSEIL
DES PROFESSIONNELS
EN SERVICES FINANCIERS

JE SUIS LE CONSEIL

Avec Retraite Québec
Partout à travers le Québec

Soyez de la formation

cdpsf.com



facebook.com/CDPSF.experts



[@CDPSF](https://twitter.com/CDPSF)



CHRONIQUE DE L'EXCELLENCE

LA CHRONIQUE DE L'EXCELLENCE MET EN LUMIÈRE L'EXPERTISE DES MEMBRES DONT L'EXEMPLARITÉ DE LA PRATIQUE, L'APPORT AU RAYONNEMENT DE LA PROFESSION ET L'IMPLICATION SOCIALE ONT ÉTÉ RÉCOMPENSÉS PAR LES PRIX EXCELLENCE CSF.

RRQ ET PSV : LE REPORT DES PRESTATIONS POURRAIT ÊTRE UNE BONNE STRATÉGIE

Pour plusieurs personnes, la planification de l'épargne a toujours été un défi de taille. En matière de retraite, l'épargne correspond principalement au taux de remplacement de revenu désiré pour ses vieux jours. Toutefois, avec une espérance de vie à la hausse, il faut minimiser le risque d'épuisement du capital de son vivant.

Malgré le fait que ce taux de remplacement soit propre à chaque personne, on peut diminuer l'épargne requise et le risque de longévité en reportant sa rente du Régime de rentes du Québec (RRQ) ainsi que sa Pension de la sécurité de la vieillesse (PSV).

De façon générale, la rente du RRQ versée avant 65 ans est réduite de 0,5 % à 0,6 % pour chaque mois compris entre le début de la rente et 65 ans. Si elle est demandée après 65 ans, elle est bonifiée de 0,7 % par mois. Au fédéral, la PSV est payable à toute personne de 65 ans (sujet à des conditions de résidence et de récupération). De plus, il est possible de reporter la prestation jusqu'à un maximum de 60 mois avec une bonification de 0,6 % par mois.

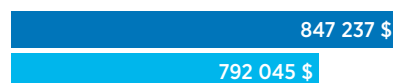
Pour illustrer l'effet du report des prestations sur l'épargne requise, nous utiliserons les hypothèses suivantes : retraite à 60 ans, prestations du RRQ et de la PSV au maximum et remplacement de revenu de 50 000 \$. De plus, nous considérerons une inflation de 2,10 %, une croissance annuelle du maximum des gains admissibles (MGA) de 3,10 % et un rendement net de 4,00 %. Finalement, une espérance de vie de 91 ans sera utilisée pour représenter la longévité.

En reportant les prestations, l'illustration démontre que l'individu devra utiliser une portion plus importante de son épargne durant les dix premières années

de sa retraite. En contrepartie, la part du revenu de remplacement qu'il devra financer à même son épargne sera réduite substantiellement à partir de 70 ans puisque les prestations gouvernementales seront plus importantes. Avec un taux d'actualisation de 4,00 %, le montant d'épargne requis à 60 ans est de 792 045 \$, soit 55 192 \$ de moins que le scénario sans report. Donc, lorsque l'on reporte les prestations, l'épargne nécessaire en est réduite pour la durée de la retraite.

VALEUR REER

REVENU DÉSIRÉ À LA RETRAITE DE 50 000 \$



■ AUCUN REPORT – RRQ 60 ANS ET PSV 65 ANS
■ AVEC REPORT MAXIMUM – RRQ ET PSV 70 ANS

Dans cet exemple, avec le report, le taux de remplacement venant des rentes de retraite passe de 30 % à 55 %, soit une hausse du taux de 25 %, et ce, pour la vie ! Cela représente l'équivalent d'une hausse de rente viagère avec les outils à notre disposition. Le report à l'âge limite de 70 ans permet donc d'offrir un meilleur filet de sécurité si l'on tient compte de l'épuisement de l'épargne en cas de longévité.

Bien entendu, si un retraité a absolument besoin de la prestation du RRQ pour arrondir ses fins de mois et qu'il n'a pas d'épargne, la demande à 60 ans demeure pertinente, peu importe l'espérance de vie.

Évidemment, chaque situation doit être analysée individuellement. Généralement, il est avantageux pour les personnes ayant des revenus moyens et élevés à la retraite de reporter les prestations pour diminuer le risque de longévité. En ce qui concerne



DAVID TRUONG LAURÉAT DU PRIX DE LA RELÈVE 2015

M. Truong est conseiller senior, Planification financière, à Banque Nationale Gestion privée 1859. Détenteur du titre de planificateur financier, il possède également une maîtrise en fiscalité et se spécialise dans la rédaction de rapports de planification financière.

celles à faibles revenus à la retraite, le report des prestations serait déconseillé parce qu'elles ont généralement droit au Supplément de revenu garanti (SRG). Dans certains cas, il serait même avantageux de liquider le REER pour profiter du CELI et ainsi éviter d'avoir à rembourser le SRG au décaissement.

■ DAVID TRUONG, M. FISC., PL. FIN.

1. Les hypothèses d'inflation et de croissance du MGA sont basées sur les normes de l'Institut québécois de la planification financière 2016

—

PORTRAIT DE

DOMINIQUE ASSELIN

LA LITTÉRATIE FINANCIÈRE EN HÉRITAGE



Depuis qu'il a fondé l'Académie du Trésor en 2010 à Sherbrooke, Dominique Asselin a vu grandir à une vitesse fulgurante cet organisme sans but lucratif voué à l'éducation financière des jeunes. Près de 2 000 seront diplômés cette année dans 30 établissements. Grâce à lui, une nouvelle génération d'investisseurs éclairés voit le jour au Québec... et bientôt dans tout le pays.

«Leurs mains dans les airs, leurs questions pertinentes, c'est cela qui garde ma flamme allumée», se félicite ce conseiller en gestion de patrimoine à RBC Dominion valeurs mobilières. «Les jeunes ont une grande soif de connaissances financières, qu'il s'agisse de la gestion d'un budget, des pièges du crédit ou des stratégies de placement. Nous avons parfois tant d'inscriptions sur notre site que nous devons écarter certains candidats.»

Au départ, Dominique Asselin a porté son projet à bout de bras, avec l'aide d'une demi-douzaine d'enseignants. Aujourd'hui, l'Académie offre sept programmes aux niveaux primaire, secondaire et collégial, ainsi qu'une formation pour adultes destinée aux entreprises.

Les contenus pédagogiques sont si touffus qu'ils intimideraient bien des adultes. D'ailleurs, les jeunes qui les assimilent deviennent des investisseurs mieux informés que la plupart de leurs concitoyens.

«À la sortie du cours, ils savent par exemple comment bien choisir un conseiller en évaluant ses forces et faiblesses, explique M. Asselin. On leur donne l'abc, mais avec un certain niveau de profondeur pour qu'ils soient prêts quand ils auront des décisions à prendre.»

Au primaire, ils étudient les fonds communs de placement et les diagrammes des indices pour comprendre le comportement des placements et le principe des intérêts cumulés. Au secondaire, ils lisent les fiches techniques des fonds et analysent les actions avec les états financiers, les ratios cours-bénéfices et autres données afin de bien saisir la notion de risque. Au collégial, ils abordent la planification financière selon le profil et la situation de chacun.

BÉNÉVOLES RECHERCHÉS

Outre les enseignants, plusieurs conseillers donnent un peu de leur temps libre pour transmettre leurs connaissances aux jeunes. Cette année, l'Académie peut compter sur 45 bénévoles et un conseil d'administration activement impliqué. Mais la demande est telle qu'il y a de la place pour de nombreux intervenants supplémentaires.

«Des milliers d'heures ont été investies pour bâtir nos cours; dorénavant, notre objectif est l'expansion. Nous cherchons donc des formateurs professionnels qui pourraient offrir quelques heures chaque année pour partager leur expérience

GRÂCE À LUI, UNE NOUVELLE GÉNÉRATION D'INVESTISSEURS ÉCLAIRÉS VOIT LE JOUR AU QUÉBEC... ET BIENTÔT DANS TOUT LE PAYS.

AU PRIMAIRE, ILS ÉTUDIENT LES FONDS COMMUNS DE PLACEMENT, AU SECONDAIRE, ILS LISENT LES FICHES TECHNIQUES DES FONDS ET AU COLLÉGIAL, ILS ABORDENT LA PLANIFICATION FINANCIÈRE.

pratique, qu'il s'agisse de placement ou d'assurance de personnes, dit Dominique Asselin. Les jeunes adorent rencontrer de vrais professionnels. Ils nous disent toujours que ce sont leurs moments préférés de la formation. L'ambiance est très relaxe, pas besoin de porter une cravate!»

En matière d'expansion, c'est une étape majeure que l'Académie va bientôt franchir. Présentement en négociation avec divers organismes hors Québec, elle compte offrir ses programmes partout au pays d'ici trois à cinq ans.

INVESTIR DANS L'AVENIR

Seule condition : assurer le financement à long terme. En effet, les cours sont offerts presque gratuitement, et même à perte puisqu'ils sont assortis d'un système de jetons que les meilleurs élèves peuvent accumuler pour gagner des bourses allant jusqu'à 60 \$ - qui seront placés dans un fonds détenu jusqu'à l'âge de leur majorité. De plus, le travail de deux salariés est nécessaire au bon fonctionnement de l'organisme.

Après des débuts difficiles, la Fondation Académie du Trésor a recueilli des dons des professionnels de l'industrie, de personnalités du monde des affaires et d'organisations. Mais pour que le mouvement prenne de l'ampleur, il faudra en obtenir davantage. Une autre source de financement est le programme visant les entreprises; parmi celles-ci, Clarins, Cascades et Ambulanciers de l'Estrie ont déjà offert la formation de l'Académie à leurs employés. Une activité très appréciée et utile, souligne Dominique Asselin, qui croit fermement que la littératie financière profite à l'ensemble de la société, et non seulement aux investisseurs.

Sa vision porte fruit, si on en croit les témoignages qu'il reçoit des parents. « Ils sont vraiment enchantés, car quand leurs enfants rentrent à la maison, ils lancent spontanément des conversations financières autour de la table. En tant que parent, c'est difficile de s'occuper de l'éducation financière des enfants; même moi qui travaille dans le domaine, je n'ai pas toujours envie d'en parler le soir venu», dit le père de trois enfants de 11, 14 et 16 ans.

«Ce sont eux qui m'ont donné la plus grande motivation au début du projet. Je voulais léguer aux jeunes de la prochaine génération les outils dont ils pourront se servir pour réussir pleinement leur vie d'adulte.»

— NICOLAS RITOUX



VOUS SOUHAITEZ VOUS IMPLIQUER?

Visitez academiedutresor.com



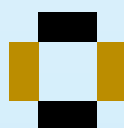
UN OUTIL PRATIQUE POUR VOTRE PRATIQUE



INFO-DÉONTO

UN INCONTOURNABLE POUR VOTRE CONFORMITÉ

**CONSULTEZ-LE
GRATUITEMENT SUR
CHAMBRESF.COM**



Chambre de la
Sécurité
Financière

LES ENTRETIENS



TOURNÉE DE LA PRÉSIDENTE 2016



BAIE-COMEAU
CHICOUTIMI

TROIS-RIVIÈRES
GATINEAU
SHERBROOKE

EN MARS DERNIER, MARIE ELAINE FARLEY ET SON ÉQUIPE ONT ENTREPRIS UNE TOURNÉE DANS LE BUT DE RENCONTRER LES MEMBRES DE LA CHAMBRE EN RÉGION.

Après moins d'un an à la tête de la CSF, la présidente et chef de la direction a voulu prendre le pouls de ceux qui vivent quotidiennement les réalités de la profession et qui ont à relever les nouveaux défis qui se posent à eux.

La tournée a également été l'occasion de rencontrer les médias afin de communiquer aux gens la pertinence de faire appel à un conseiller formé et encadré par un organisme indépendant tel que la CSF pour une meilleure protection de leur sécurité financière et de leurs épargnes.

LES ÉCHANGES ONT MIS EN RELIEF L'IMPLICATION DES MEMBRES DANS LES PROCESSUS DÉCISIONNELS LIÉS À LEUR PROFESSION :

À TITRE D'ORGANISME d'autoréglementation (OAR), la CSF est gérée par un conseil d'administration composé de membres élus

LES MEMBRES SIÈGENT à des comités permanents qui ont le mandat de faire des recommandations au conseil d'administration sur divers sujets concernant leur pratique

LES MEMBRES ÉTABLISSENT les règles de formation continue, le code de déontologie, entendent les plaintes et décident des mesures disciplinaires à prendre à l'endroit des pairs

LES MEMBRES APPROUVENT LA COTISATION annuelle versée à la CSF

LE COMITÉ DE DISCIPLINE est composé de membres de la CSF

LES ENTRETIENS

EN CINQ POINTS

LES RENCONTRES AVEC LES MEMBRES ONT PERMIS D'ÉCHANGER SUR PLUSIEURS ASPECTS DE LA PROFESSION. VOICI UN BREF RÉSUMÉ DES CINQ PRINCIPAUX THÈMES SOULEVÉS PAR LES PARTICIPANTS DANS L'ENSEMBLE DES RÉGIONS.

1

LA CSF : BIEN PLUS QU'UN ORGANISME DISCIPLINAIRE

La grande majorité des participants pensent que la protection du public est essentielle pour préserver la confiance des clients envers la profession.

« Au-delà de son rôle disciplinaire, la Chambre offre des outils pour soutenir le professionnalisme des membres. »

« Il y a une plus-value d'être membre de la Chambre et on ne le dit pas assez. »

2

FAIRE CONNAÎTRE AU PUBLIC LE RÔLE DES CONSEILLERS ET PROMOUVOIR L'ÉDUCATION FINANCIÈRE

La majorité des participants demandent que la Chambre communique l'importance du rôle-conseil pour la protection du public.

« Au Québec, on ne parle pas d'argent. Si les gens savaient à quel point un conseiller peut faire une différence. »

« Promouvoir le rôle-conseil, c'est aussi promouvoir la protection du public. »

3

TROUVER DES SOLUTIONS POUR REJOINDRE LES JEUNES

Plusieurs participants ont souligné le besoin de s'adresser plus particulièrement aux jeunes afin de les conscientiser très tôt à l'épargne.

« La Chambre pourrait produire des capsules vidéos éducatives. »

« On pourrait utiliser les médias sociaux pour expliquer les finances personnelles et le rôle des conseillers. »

4

SENSIBILISER LA POPULATION AU BESOIN DE L'ÉPARGNE POUR L'ENCOURAGER À PASSER À L'ACTION

Plusieurs participants constatent que les gens préfèrent acheter des produits de consommation offrant une satisfaction immédiate plutôt que d'investir dans leur avenir.

« Il faut publier des statistiques qui démontrent les bénéfices de faire affaire avec un professionnel. »

« Se tourner vers un membre de la CSF devrait être un réflexe. »

5

COMMUNIQUER LE PROFESSIONNALISME DES MEMBRES

Tous s'entendent sur le fait que le professionnalisme des membres est l'élément clé à communiquer et que les médias de masse peuvent servir à mieux faire connaître la profession auprès du grand public.

« Il faut valoriser la profession. »

« La CSF doit aussi communiquer les aspects positifs de faire affaire avec un professionnel. »



«

Tout comme un médecin s'occupe de votre santé physique, les membres de la CSF s'occupent de votre santé financière, dit Marie Elaine Farley. Ainsi, la CSF joue un rôle qui s'apparente à un ordre professionnel puisqu'elle assure la protection du public en encadrant la pratique de ses membres, en veillant à la déontologie, à la discipline et à la formation continue.

»

LES RENCONTRES ONT ÉTÉ L'OCCASION DE PRÉSENTER QUELQUES STATISTIQUES REFLÉTANT LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET L'IMPORTANCE DU RÔLE-CONSEIL :

40 % DES QUÉBÉCOIS

qualifient leur situation financière de fragile. D'un autre côté, ils veulent tous laisser de l'argent à leurs enfants¹.

60 % DES QUÉBÉCOIS

estiment qu'ils n'épargnent pas suffisamment².

94 % DES CANADIENS

admettent faire des dépenses superflues².

31 % DES CANADIENS

connaissent peu ou pas les produits d'épargne².

82 % CONSIDÈRENT

qu'il est plus prudent d'obtenir et d'acheter des produits financiers auprès d'un conseiller que sur Internet³.

LES CONSOMMATEURS

qui font affaire avec un conseiller ont une plus grande vigilance financière².

LES CLIENTS

qui bénéficient des conseils d'un représentant pendant 15 ans ont augmenté leurs actifs de 173 % par rapport à ceux qui n'ont pas de conseiller⁴.

1. Sondage Crop, Raymond Chabot.

2. Sondage SOM, Indice Desjardins de finances personnelles.

3. Sondage Ad Hoc recherche, CSF

4. Étude Econometric Models on the Value of Advice of a Financial Advisor, réalisée pour le CIRANO

LES ENTRETIENS



TOURNÉE DE LA PRÉSIDENTE 2016



MESSAGE AU GRAND PUBLIC : L'IMPORTANCE DE CONFIER SES FINANCES PERSONNELLES À UN CONSEILLER MEMBRE DE LA CSF

Un contexte économique plutôt morose, l'endettement des familles, l'inquiétude face à la retraite, la méfiance envers les marchés financiers... Autant de facteurs qui font que les consommateurs de produits et services financiers ont plus que jamais besoin des conseils de professionnels afin de prendre leurs finances personnelles bien en main.

L'ARGENT NE POUSSE PAS DANS LES ARBRES

C'est sous le thème « L'argent ne pousse pas dans les arbres » que Marie Elaine Farley s'est adressée aux médias régionaux, rappelant que l'État ne peut plus subvenir à tous les besoins, notamment en ce qui a trait à la retraite. « Il est important de conscientiser la population à la nécessité de voir à ses épargnes et à sa sécurité financière. Mais on ne doit pas confier ses finances personnelles à n'importe qui. Il est primordial d'être conseillé par des professionnels compétents formés et encadrés par la CSF. »



Si votre conseiller ne vous pose pas de questions, posez-vous-en!, dit Marie Elaine Farley à l'intention des auditeurs. Le conseiller a le devoir de connaître son client pour comprendre ses besoins afin de lui proposer les produits adaptés à sa réalité. Un couple de jeunes mariés a des besoins bien différents de ceux d'un couple dans la trentaine avec enfants.



RJCQ

RELEVER LES DÉFIS DE LA RELÈVE

UN ENTRETIEN AVEC LAURIE THERRIEN



PARCE QUE LES ENJEUX, LES DÉFIS ET LES VISIONS NE SONT PAS LES MÊMES EN DÉBUT ET EN FIN DE CARRIÈRE, LE REGROUPEMENT DES JEUNES COURTIERS DU QUÉBEC (RJCQ) ORGANISE CHAQUE MOIS DES CAUSERIES SUR DES SUJETS INTÉRESSANT TOUT SPÉCIALEMENT LA RELÈVE.



« On s'entend, les formations, dans notre domaine, ça ne manque pas, reconnaît Laurie Therrien, planificatrice financière, conseillère en sécurité financière et membre du conseil d'administration du RJCQ. Pourtant, quand nous assistions à des présentations, on se regardait, nous les jeunes conseillers, et on se sentait frustrés. Ça ne répondait pas à nos questions. »



Devant ce constat, en 2010, une poignée d'entre eux, tous exerçant dans la région de Québec, décident de fonder un regroupement. Six ans plus tard, ils sont une centaine de membres, et chaque mois, une vingtaine d'entre eux se retrouvent pour un dîner-causerie. Le but : partager leur expérience, échanger sur leur pratique, faire part de leurs difficultés. Bref, s'épauler.

« Nos enjeux se situent dans l'acquisition de clientèle, note M^{me} Therrien. Comment on l'achète, qu'est-ce qu'on doit regarder, qui on doit consulter ? Nous cherchons à développer nos affaires. On a tous notre *business* et on se demande comment faire pour qu'il s'épanouisse dans le contexte actuel, avec les règles d'aujourd'hui. Les *boomers* sont plus dans la gestion de clientèle, ils essaient de rentabiliser ce qu'ils ont construit. »

ESPRIT DE PARTAGE

La planificatrice financière croit d'ailleurs qu'au-delà de leur ancienneté dans le métier, le contexte dans lequel ils exercent crée un véritable clivage entre les générations de conseillers. Il y a selon elle un avant et un après 2008, que les plus jeunes seraient plus aptes à accepter.

« Depuis que je suis dans ce métier, les scandales sont passés par là, et nous sommes constamment en mode adaptation, avec des nouvelles règles qui s'ajoutent régulièrement, explique-t-elle. Aujourd'hui, c'est la mise en place du MRCC 2 par exemple. Je ne parle pas au nom du Regroupement, mais moi, je trouve ça normal que nos clients puissent facilement comprendre, avec des chiffres et non des pourcentages, ce que mon conseil leur coûte. C'est peut-être plus difficile pour ceux qui sont dans l'industrie depuis longtemps. Sans doute avons-nous aussi l'énergie de la jeunesse qui nous permet de nous adapter. »

Des enjeux, des visions, des défis différents donc. Des relations entre confrères également. Les moins de quarante ans, puisque c'est la limite imposée par les statuts pour faire partie du RJCQ, ont développé un esprit de partage. Bien sûr que les autres conseillers sont des concurrents, mais il y a de la place pour tout le monde et toute expérience, toute information et tout conseil est bon à prendre. Les membres du Regroupement communiquent d'ailleurs par une page Facebook privée. Car les réseaux sociaux font aujourd'hui partie de leur quotidien, jusque dans leurs activités professionnelles.

L'une des dernières conférences organisées par le RJCQ portait justement sur leur bonne utilisation. Car si les médias sociaux peuvent être bien utiles pour aller chercher des clients et communiquer facilement avec eux, leur utilisation peut s'avérer catastrophique pour qui ne sait pas les gérer correctement.

NOS ENJEUX SE SITUENT DANS L'ACQUISITION DE CLIENTÈLE. NOUS CHERCHONS À DÉVELOPPER NOS AFFAIRES. ON A TOUS NOTRE BUSINESS ET ON SE DEMANDE COMMENT FAIRE POUR QU'IL S'ÉPANOUISSE DANS LE CONTEXTE ACTUEL, AVEC LES RÈGLES D'AUJOURD'HUI.

« Notre approche client est très différente de ce qui se faisait avant, indique la jeune conseillère. On doit faire très attention à l'image que l'on véhicule sur le Web car on peut vite perdre notre crédibilité. Le privé et le professionnel s'entrechoquent. Grâce à LinkedIn, je peux me faire de la publicité, mais je dois pour cela être vigilante sur la façon dont je me présente. Ce sont des choses auxquelles la génération qui nous précède n'avait pas à penser. »

LÂCHE PAS!

Des outils qui, bien maîtrisés, peuvent s'avérer utiles tant ils représentent un gain de temps. Le courriel est par exemple bien moins énergivore que le téléphone, qui exige de joindre ses clients un à un pour leur faire part d'une même information. Laurie Therrien croit d'ailleurs que c'est cette maîtrise des nouveaux outils de

communication qui permettra à la relève de continuer à bien servir les clients dans un contexte de pénurie de conseillers. Ainsi selon elle, ce qui pose le plus problème, ce n'est pas le fait que trop peu de jeunes souhaitent embrasser cette carrière, mais plutôt qu'il soit de plus en plus difficile de se lancer à son compte.

« Sur le plan de la conformité, c'est devenu plus compliqué aujourd'hui, précise-t-elle. Pour quelqu'un qui n'a pas de contacts, ça peut vite devenir désespérant. Notre regroupement se donne aussi pour mission de soutenir ceux qui débutent. On essaie de les mettre en contact avec des plus vieux, sur le point de prendre leur retraite. C'est l'occasion d'effectuer un transfert d'entreprise, donc de clientèle. En fait, on va les voir pour leur dire : lâchez pas! »

« À terme, on a la volonté de croître, conclut Laurie Therrien. Mais on doit s'occuper de notre clientèle, faire fonctionner notre entreprise, organiser les conférences mensuelles du Regroupement, et pour certains, concilier tout cela avec une vie de famille... on ne trouve malheureusement pas vraiment le temps de penser à notre expansion. »

— HÉLÈNE ROULOT-GANZMANN

LE REGROUPEMENT DES JEUNES COURTIERS DU QUÉBEC

Le Regroupement se cantonne aujourd'hui à la grande région de Québec parce qu'il ne compte que des bénévoles dont l'horaire n'est pas extensible. Les membres du CA réfléchissent cependant à la possibilité de s'étendre à toute la province.



NOS FORMATIONS EN LIGNE

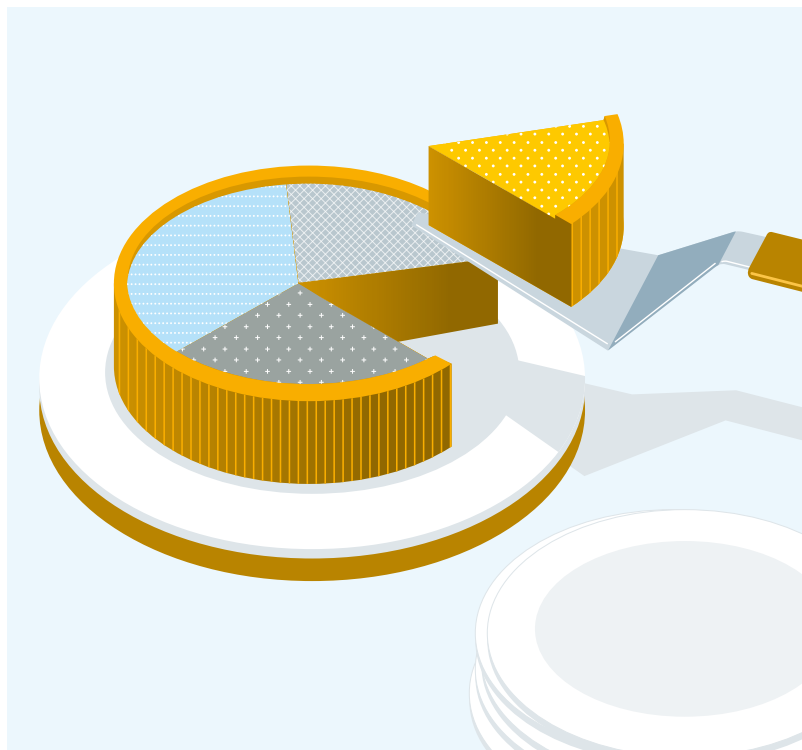
CHAMBRESF.COM/FORMATION



FORMATION	NUMÉRO	UFC				
		CO	AP	ACP	EC	PB
Le préavis de remplacement démystifié - NOUVEAU	36006	4				
Les produits d'assurance invalidité	33345		3	1		
Régime volontaire d'épargne retraite (RVER) : savoir pour mieux conseiller	32140	1		1		
Regard pratique sur la déontologie	29638	3				
L'intégration des concepts	29004		3		1	
Les produits d'épargne	28200				6	
L'analyse des besoins d'épargne	28036				7	
Les produits d'assurance-vie	27644		5	2		
L'analyse des besoins d'assurance-vie	27273		9	1		
L'analyse des besoins et les produits d'assurance maladie	26650		4	1		
Tout sur le CELI	25751	2			2	
L'analyse des besoins d'assurance invalidité	25750		3	1		
L'analyse des besoins financiers	24902		2			
L'encadrement professionnel du conseiller en sécurité financière	24735	2				
Effet de levier : avantages, inconvénients et quand le recommander à votre client	23906	3			1	
Vos clients et le transfert intergénérationnel	23158	3	2			
Les assurances collectives offertes par les prêteurs, qu'en est-il ?	22304	1		2		
Le RREGOP : être mieux outillé pour aider son client à faire les bons choix	20751			3		
Trois conseillers, une réalité : la conformité	18653	3				
Cas vécus et règles déontologiques en assurance - NOUVEAUX CAS VÉCUS	14465	2	1			
Les régimes enregistrés d'épargne-études (REEE) vision globale	6251					6

CO	Conformité	ACP	Assurance collective de personnes	PB	Plan de bourses d'études
AP	Assurance de personnes	EC	Épargne collective		

TOUT SAVOIR SUR LE RVER



ET AVOIR VOTRE PART DU GÂTEAU

Nombre d'entreprises comptant 20 employés admissibles ou plus devront offrir un **RVER** d'ici le **31 décembre 2016**. Un immense marché potentiel s'ouvre donc aux représentants dont l'expertise et le rôle-conseil pourront faire toute la différence.

INSCRIVEZ-VOUS SUR **CHAMBRESF.COM**

FORMATION



RVER :

SAVOIR
POUR MIEUX
CONSEILLER



**NOUVELLE FORMULE
EN LIGNE**

1 UFC
EN ASSURANCE
COLLECTIVE DE
PERSONNES



1 UFC
EN
CONFORMITÉ

OBJECTIF

CONNAÎTRE LES CARACTÉRISTIQUES PROPRES AU RVER ET LES NORMES RÉGLEMENTAIRES ET DÉONTOLOGIQUES APPLICABLES À SA DISTRIBUTION.

3 PARTIES

LES BASES DU RVER

LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU RVER

LES OBLIGATIONS DE L'EMPLOYEUR ET LA DISTRIBUTION DU RVER



1 ÉTUDE DE CAS

LA SOLUTION POUR VOS UFC

EN FINANCES PERSONNELLES
ET EN PLANIFICATION FINANCIÈRE

Faites appel à un formateur reconnu et expérimenté pour acquérir vos unités de formation continue en conformité, courtage en épargne collective, assurance de personnes, matière générale, assurance collective de personnes et courtage en plans de bourse d'études.



PLUS DE **97 000**
ADULTES FORMÉS



165 UFC RECONNUES
PAR LA CSF



140 UFC RECONNUES
PAR L'IQPF



TARIFS
CONCURRENTIELS



FORMATIONS
EN LIGNE



FORMATIONS
CORPORATIVES



SESSIONS
PUBLIQUES

FORMATEUR PROFESSIONNEL • CONSULTANT • CONFÉRENCIER / COACH • CONSULTANT • SPEAKER



Louis
Jolicoeur

MBA, M.A., C.E.C., A.V.A., Pl. Fin., CCVM

Formateur professionnel, Consultant et Conférencier
Coach, Consultant and Speaker

FORMATIONS EN LIGNE :

www.louisjolicoeur.com

418 580-8825