

CONNAISSEZ-VOUS BIEN LES CRITÈRES DE L'INVESTISSEMENT RESPONSABLE ?

DOSSIER IR

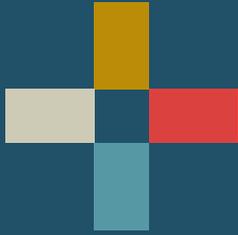
- + L'IR au féminin
- + Sélection des titres: un défi
- + La Caisse, exemple institutionnel en ESG



PP40063682



Chambre
de la sécurité
financière



UN PLUS POUR SUIVRE L'ÉVOLUTION DES PRATIQUES

Accessible sur le site web de la CSF, InfoDéonto est la référence par excellence pour répondre simplement à toutes vos questions de nature déontologique et vous tenir au fait des nouveautés réglementaires qui pourraient avoir un impact sur votre pratique. InfoDéonto, c'est vraiment un plus pour votre professionnalisme.

INFODÉONTO

UN PLUS POUR VOTRE PROFESSIONNALISME



Chambre
de la sécurité
financière

RÉDACTION, RÉVISION ET ÉDITION

Yves Bonneau
Paul Derome
Caroline Fortin
Daniel Richard

GRAPHISME ET IMPRESSION

Valérie Joannette/Solisco

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 trois 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

La passion du client

4

ACTUALITÉS

Tournée CSF 2022

Engagés vers demain

6



Option consommateurs

**40 ans au service des
consommateurs québécois**

8

Couples et argent:
anatomie d'une campagne intégrée
**But: soutenir votre
pratique quotidienne**

10

Chronique InfoDéonto

**Rachat d'une police au bénéfice
d'un conjoint**

12

Sondage EducÉpargne-CSF

**Les travailleurs québécois sont
préoccupés et résilients**

13

Rencontre avec la PDG de l'IQPF
Objectifs: relève et formation

14

Régime d'épargne

**Le CELIAPP, une clé pour l'accès
à la propriété?**

16

Solutions de référence pratiques

**Détecter la clientèle à risque
ou en situation de vulnérabilité**

17



DOSSIER

L'investissement responsable,
une logique d'avenir dans une
perspective à long terme

19



Bonnes pratiques

**Bien connaître l'IR pour bien
informer les clients**

20

L'IR au féminin

**Des conseillères nous partagent
leur vision**

22



Investissement responsable

Le défi de la sélection des titres ESG

24



Millani

Ajouter de la valeur

27

Intégration des facteurs ESG
à la Caisse de dépôt

L'exemple institutionnel

28

Section IR du site de l'AMF

De l'aide pour informer vos clients

30

LA PASSION DU CLIENT



M^e MARIE ELAINE FARLEY, AD. E., IAS.A
PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION

Au cours des derniers mois, les équipes de la Chambre se sont investies pour vous. Elles se sont investies pour soutenir votre pratique quotidienne, mais aussi pour l'avenir de la profession. Nous savons tous que le travail de conseil évolue. Au cours des dernières années, les progrès des technologies ont permis des avancées en matière de productivité et ont facilité les communications avec la clientèle. C'est donc dans ce contexte que la qualité et la dimension humaine de vos conseils prennent tout leur sens. Préparer l'avenir, c'est voir comment l'industrie se transforme et c'est surtout continuer de centrer votre offre de services sur la valeur de votre conseil au cœur de votre pratique professionnelle.

Inspirée par ces considérations pérennes, la tournée *Engagés vers demain* de la Chambre a pris fin il y a quelques semaines à Trois-Rivières, après des étapes à Victoriaville et à Rivière-du-Loup. Nous sommes allés à votre rencontre pour entendre parler de vos succès, de vos préoccupations et de vos défis. Et nous avons discuté avec des conseillères et conseillers passionnés par leurs clients.

Nos tournées se poursuivront au printemps prochain et nous espérons vous accueillir en grand nombre pour poursuivre ce dialogue. Nous aimons rencontrer « nos clients », nous aussi. Il y a souvent des écarts à combler entre la théorie et la pratique professionnelle. Partant de ce constat à la fois simple et complexe, nos tournées visent à vous écouter et à échanger, car votre professionnalisme est au cœur de notre mission. Pour nous, il est très important de saisir toutes les subtilités de votre réalité.

D'ici là, nos communications destinées au public et aux membres seront l'occasion de réfléchir à de nombreux sujets d'ordre social et professionnel. Comme vous avez pu le constater, nous avons renforcé nos liens avec nos partenaires naturels que sont ÉducÉpargne et Option consommateurs, en plus de développer une toute nouvelle collaboration avec l'Institut national de la recherche scientifique (INRS).

Nos activités avec la sociologue Hélène Belleau, professeure au Centre Urbanisation Culture Société de l'INRS, ont été l'occasion de démystifier les aspects humains de la gestion financière au sein des couples et d'aider les membres de la Chambre dans leurs conversations avec leurs clients.

Dans le même esprit, le sondage Léger exclusif que nous avons réalisé en partenariat avec ÉducÉpargne nous a permis de constater que les travailleuses et travailleurs québécois – qui constituent votre clientèle – montrent une certaine anxiété financière dans le contexte économique actuel.

Quant à notre partenariat avec Option consommateurs, il nous donne l'occasion de fournir du contenu pertinent à ses usagers et de contribuer à la littératie financière de la population québécoise. Par exemple, nous avons présenté un webinaire donnant la chance au grand public d'entendre la Curatrice publique expliquer les importantes nouvelles dispositions de la *Loi sur le curateur public*.

Grâce à ces partenariats concrets, nous avons obtenu des résultats probants pour nos membres et ainsi optimisé leur investissement dans la Chambre. C'est de cette façon que s'est traduit notre passage au mode « Go » dans la seconde partie de l'année.

Piliers essentiels de notre mission, la formation continue et le développement professionnel des membres constitueront un des sujets prioritaires avec la fin du cycle de formation en 2023, et nos équipes s'assureront de vous soutenir.

Nous continuerons aussi de vous inviter, par l'intermédiaire de visioconférences, de sondages, d'infolettres ou d'événements, à échanger sur des thèmes qui touchent votre pratique, à évaluer certaines initiatives ou à vous informer davantage sur différents sujets liés à la conformité et à la déontologie de votre profession.

Ces initiatives permettront de répondre dès maintenant aux défis de l'avenir afin de continuer à assurer présence, cohésion et pérennité.

En cette fin d'année, la Chambre vous souhaite des moments remplis de bonheur et une nouvelle année sous le signe de la santé et du succès. ◀



LA CSF POURSUIT SA TOURNÉE EN 2023

Après Rivière-du-Loup, Victoriaville et Trois-Rivières, l'équipe de la CSF reprendra la route en 2023 pour venir interagir avec vous sur les changements observés au cours des dernières années ainsi que les enjeux émergents. Une formation octroyant 1 UFC en conformité sera aussi au programme des entretiens. Soyez à l'affût des communications de la Chambre pour connaître les dates et villes où nous irons à votre rencontre.

PLANIFIONS
L'AVENIR
ENSEMBLE!



TOURNÉE CSF

ENGAGÉS VERS DEMAIN



TOURNÉE CSF 2022

ENGAGÉS VERS DEMAIN

MARYSE GUÉNETTE

En octobre et novembre dernier, la CSF s'est rendue à Rivière-du-Loup, Victoriaville et Trois-Rivières dans le but de prendre le pouls de ses membres. Les discussions ont porté sur les changements observés au sein de la pratique des membres et sur les besoins de ceux-ci en matière de développement professionnel et de formation continue. Cette consultation revêt une importance particulière, car la Chambre, dans le cadre de sa démarche stratégique, qui sera réalisée en 2023, en tiendra compte lorsqu'elle se dotera de son nouveau plan stratégique 2024-2026, prévu pour l'automne prochain.



« VOTRE RÔLE EST IMPORTANT »

En introduction, la présidente, Marie Elaine Farley, a fait état des dernières réalisations de la Chambre. Elle a fait remarquer que, selon le sondage CROP réalisé pour le compte de la Chambre, même si 90 % des couples sont à l'aise de parler ensemble de leur situation financière, 75 % n'abordent pas les conséquences d'une séparation entre eux. « Nous expliquons quel est votre rôle et nous leur disons que vous pouvez les accompagner et répondre à toutes leurs questions », a-t-elle dit. Elle a conclu en indiquant aux participants à quel point le rôle qu'ils jouent dans la société est important et en affirmant que leurs propos seraient pris en compte lors de la prochaine planification stratégique.



« CHANGEMENTS OU ENJEUX OBSERVÉS AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES »

En sus des exigences de conformité et de la flexibilité accrue qu'offre le télétravail, les membres ont tenu à signaler qu'au cours des dernières années, plusieurs changements ont eu lieu. En peu de temps, il y a eu la pandémie et deux importantes corrections boursières. Aujourd'hui, nous faisons face à une pénurie de main-d'œuvre, à de l'inflation et à une hausse rapide des taux d'intérêt — du jamais vu. L'accès plus difficile à la propriété a aussi été souligné.

2



QUE CONSEILLER À UN JEUNE TENTÉ PAR LA PROFESSION ?

Une partie de la rencontre était consacrée à la relève. Les participants se sont fait demander ce qu'ils conseilleraient à un jeune attiré par la profession. Après avoir mentionné qu'il leur faudrait avoir la passion du métier et le désir d'aider les gens sur le plan financier, ils ont donné les réponses suivantes: mettre l'aspect humain en avant-plan, se documenter en regardant des balados vidéo sur Internet, acquérir une bonne formation de base et une spécialité, suivre de la formation continue, s'impliquer socialement, avoir un mentor et, surtout, faire preuve de discipline

3

UNE FORMATION SUR LA DÉONTOLOGIE

Lors du segment de formation donné par M^e Gilles Ouimet, syndic, et M^e Geneviève Beauvais, chef, qualité et conformité des pratiques, les participants ont été invités à dire ce qu'ils feraient dans différentes situations délicates. Les deux formateurs pouvaient ensuite leur fournir de l'information, proposer des façons de faire et rectifier le tir au besoin. L'exercice a fait ressortir l'importance d'inscrire des notes dans les dossiers. M^e Beauvais a invité les participants à s'informer en consultant la section InfoDéonto sur le site de la CSF. M^e Ouimet a invité les participants à être prudents. Il a par ailleurs affirmé qu'il favorisait la prévention ainsi qu'une intervention qui ne nécessite pas d'aller vers le comité de discipline.

4



◀ M^e Gilles Ouimet, M^e Marie Elaine Farley, M^e Geneviève Beauvais, Manon Caron et Daniel Richard

OPTION CONSOMMATEURS

40 ANS AU SERVICE DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS



EMMANUELLE GRIL

En 2023, Option consommateurs fêtera ses 40 ans. Au fil de quatre décennies, cet organisme aura défendu sans relâche les droits des consommateurs, tout en assurant un rôle important dans l'éducation financière.

Avec ses conseils budgétaires, plus de 200 entrevues médiatiques par année sans parler de multiples interventions en matière de législation et de protection des consommateurs, Option consommateurs (OC) est plus vivant et plus pertinent que jamais.

Fondé en 1983 grâce à quelques personnes qui voyaient les besoins criants et croyaient au bien-fondé de sa mission, cet organisme s'est tout d'abord appelé l'Association coopérative d'économie familiale du Centre de Montréal, avant de prendre son nom actuel en 1997.

Aperçu des objectifs qu'il s'est fixés et des raisons pour lesquelles il constitue un partenaire de choix pour la Chambre de la sécurité financière.

CONSULTATIONS BUDGÉTAIRES, ÉDUCATION ET SENSIBILISATION

Christian Corbeil, le directeur général d'Option consommateurs, souligne d'abord que cet OSBL est actif sur plusieurs fronts. « Nous offrons un service d'informations juridiques à ceux qui rencontrent des difficultés avec un commerçant. Plus de 2 000 personnes nous contactent chaque année pour diverses questions : garantie légale, billets d'avion, problèmes avec l'achat d'un produit, etc. Nous dispensons une aide directe et dirigeons les gens vers des ressources lorsque c'est nécessaire », dit-il.

OC propose aussi des consultations budgétaires afin d'aider les consommateurs à équilibrer leur budget. « Nous avons de nombreuses activités de sensibilisation sur différents sujets reliés à la consommation, l'endettement, les finances personnelles, etc. Enfin, notre programme de microcrédit Prêt du quartier permet aux personnes à faibles revenus qui répondent à certains critères de faire face à une dépense imprévue grâce à de petits prêts », détaille-t-il.

Il rappelle que différentes catégories d'individus sollicitent OC. On retrouve notamment des personnes démunies, souffrant de problèmes de santé ou sans emploi, mais aussi des travailleurs dont le niveau de revenu est correct, mais ayant besoin d'une consultation budgétaire. « On reçoit également des personnes qui ont des projets, comme acheter une maison, et qui veulent recevoir des conseils pour y parvenir », dit Christian Corbeil, ajoutant que le volet budgétaire et celui d'éducation en finances personnelles constituent l'essence même de l'organisme. « Avec la montée de l'inflation et l'érosion du pouvoir d'achat, cette mission est toujours aussi essentielle et de plus en plus pertinente. »



La Chambre et Option consommateurs œuvrent en complémentarité dans leur travail pour la protection des consommateurs.

— Christian Corbeil

FAIRE BOUGER LE LÉGISLATEUR

Mais ce n'est pas tout, car parallèlement OC remplit une mission importante en matière de représentation des consommateurs et de protection de leurs droits. Ainsi, l'organisme siège à des comités, tables de concertation et conseils d'administration, en plus de rédiger des mémoires et de participer à des commissions parlementaires ou des consultations au niveau provincial et fédéral. « Nous proposons des recommandations qui, ultimement, pourraient inciter le législateur à apporter des modifications à la loi », mentionne-t-il.

OC publie en outre des recherches sur différents sujets, par exemple sur le marketing d'influence. Il alerte aussi l'opinion publique sur divers enjeux et s'engage activement dans des actions collectives. « Nous avons été la première association de consommateurs à intenter un recours collectif pour faire valoir leurs droits. À l'époque, en 1987, cela concernait le Service d'aide à l'emploi national. Depuis, nous nous sommes impliqués dans plusieurs autres recours, comme celui portant sur les prothèses mammaires en gel de silicone, qui a permis de verser 28 millions de dollars aux femmes touchées dans un accord à l'amiable conclu en 1995. »

Il cite également le recours relatif à la mémoire vive dynamique (DRAM), qui a conduit à une entente pancanadienne de 80 millions de dollars en 2014, ainsi que celui intenté contre Volkswagen et Audi TDI, qui a porté fruit en 2015. Enfin, en juillet 2022, OC a gagné un premier round contre un géant du web en étant autorisé par la Cour supérieure du Québec à mener une action collective s'attaquant aux pratiques de collecte de données personnelles de Google.

UNE ALLIANCE NATURELLE

À l'instar de la Chambre de la sécurité financière, OC a à cœur la protection de la population, ce qui en fait un allié naturel pour celle-ci. « Ce partenariat contribue à soutenir la mission de notre organisme, et permet parallèlement à la Chambre d'être mieux connue du grand public. Nous œuvrons aussi en complémentarité dans notre travail de protection du consommateur », note Christian Corbeil.

De plus, dans sa mission de soutien aux consommateurs, OC s'efforce de diriger ces derniers vers les bonnes ressources. Des ressources qui, en l'occurrence, peuvent être la Chambre ou ses membres. Un partenariat assurément gagnant-gagnant !

2020

Dépôt d'une pétition à la Chambre des communes demandant au gouvernement d'intervenir afin d'obliger les compagnies aériennes à rembourser les passagers pour les vols annulés en raison de la pandémie. La pétition recueille plus de 32 700 signataires.

2018

Option consommateurs reçoit le prix Solidaires Empowerment remis par Centraide du Grand Montréal.

2017

Représentations d'Option consommateurs relatives aux projets de loi 134 et 141.

2015

Action collective contre Volkswagen et Audi TDI. Entente pancanadienne de 2,1 milliards de dollars.

2013

Crise du verglas de 1998 : 40 millions de dollars sont versés aux sinistrés.

2005

Option consommateurs reçoit le prix de l'Office de la protection du consommateur.

2001

Création du programme de microcrédit Prêt du quartier. Environ une cinquantaine de consommateurs à faible revenu en profitent chaque année.

1999

Fusion avec l'Association des consommateurs du Québec (ACQ). Dès lors, Option consommateurs réalisera le guide *Jouets* en collaboration avec la revue *Protégez-Vous*.

1997

Changement de nom : l'ACEF du Centre de Montréal devient Option consommateurs.

1996

Naissance d'un programme d'efficacité énergétique qui deviendra *Éconologis* et auquel Option consommateurs participera jusqu'en 2015.

1995

Règlement à l'amiable de 28 millions de dollars dans le recours collectif des prothèses mammaires en gel de silicone.

1987

Action collective contre le Service d'aide à l'emploi national. C'est la première fois qu'une association de consommateurs intente un tel recours.

1983

Naissance de l'Association coopérative d'économie familiale du Centre de Montréal.

COUPLES ET ARGENT : ANATOMIE D'UNE CAMPAGNE INTÉGRÉE



BUT : SOUTENIR VOTRE PRATIQUE QUOTIDIENNE

Cet automne, la Chambre a mené une importante campagne sur le thème *Amour et argent, ça peut faire bon ménage ?* à l'intention des membres et du grand public. Nous revenons ici sur cette initiative qui a occupé beaucoup d'espace dans les médias et a suscité tout autant de réflexions.

Cette première campagne intégrée a été imaginée durant le ProLab, en juin dernier, à la suite de la conférence *Démystifier la dynamique financière du couple* donnée par la sociologue Hélène Belleau, professeure titulaire à l'Institut national de la recherche scientifique (INRS). En communiquant le fruit de ses recherches sur les couples et leur façon de gérer l'argent, la chercheuse visait à aider les conseillers et conseillères membres de la Chambre à mieux accompagner leurs clients en couple.

Cette conférence inédite et fascinante a incité la Chambre à élargir sa collaboration avec l'INRS pour approfondir un sujet d'intérêt, tant pour ses membres que pour le grand public. D'une part, les différents styles de gestion des finances au sein des couples peuvent générer des iniquités entre

les partenaires, le plus souvent au désavantage des femmes, et affecter leur santé financière à moyen et à long terme. D'autre part, les conseillères et conseillers en services financiers ont un rôle important à jouer pour bien informer leurs clients et les aider à prendre des décisions financières tout en respectant leurs nombreuses obligations déontologiques.

UNE CAMPAGNE EN PLUSIEURS VOLETS

La campagne comprenait quatre volets, soit une formation en conformité sous forme de webinaire, les résultats d'un sondage avec les médias, des capsules vidéo informatives et un aide-mémoire pour les conseillers. Elle intégrait également les quatre piliers de la stratégie de la Chambre, soit de rehausser les compétences des membres, de leur offrir des outils pour les aider à bien conseiller leurs clients, d'informer le grand public sur des questions qui les touchent de près et, enfin, d'accroître la visibilité de la Chambre et de mieux faire connaître son importante mission de protection du public.

UN WEBINAIRE POPULAIRE

Diffusé le 29 septembre dernier, ce webinaire destiné aux conseillers et conseillères était consacré à des situations réelles liées à la gestion de l'argent au sein des couples et aux défis de conformité qui en découlent, notamment la confidentialité des renseignements personnels fournis par chacun des partenaires. Quelque 500 personnes ont participé à cette activité de formation qui a permis de mettre en lumière les dynamiques à l'œuvre entre conjoints et conjointes ainsi que de mieux comprendre les obligations déontologiques des membres. Le webinaire est aujourd'hui accessible en rediffusion sur le portail de formation continue de la Chambre.





« Il s'agissait pour nous d'une première campagne pleinement intégrée. À la lumière des résultats obtenus, il est certain qu'elle sera suivie d'autres initiatives du même genre portant sur différents thèmes. »

— Daniel Richard

UN SONDAGE ÉCLAIRANT

Un sondage a été mené par la firme CROP à la demande de la Chambre auprès de 1000 Québécoises et Québécois vivant en couple, et les résultats ont permis aux membres et au grand public d'en savoir davantage sur les us et coutumes de la gestion des finances par les conjoints et conjointes. Bien que l'argent soit un sujet moins tabou qu'avant, l'harmonie financière dans le couple a toutefois ses limites. En effet, chez les couples qui ne sont pas mariés, si l'ensemble des revenus ne sont pas mis en commun, la personne au revenu moindre risque d'être désavantagée, et ce, peu importe la méthode de répartition des dépenses choisie. Le sondage a également révélé que les conséquences d'une séparation ne sont généralement pas abordées par les couples et que plus d'une personne sur quatre met de l'argent de côté à l'insu de son conjoint ou sa conjointe.

« Le sondage nous a permis de fournir aux membres des données probantes sur lesquelles s'appuyer dans le cadre de leurs rencontres avec leurs clients, qu'ils consultent ensemble ou de façon individuelle, explique Daniel Richard, vice-président, Relations avec les communautés. Nous avons également pu joindre le grand public grâce à des retombées médias qui ont dépassé nos attentes et qui ont permis de promouvoir l'important rôle de la Chambre et des conseillers et conseillères en services financiers dans notre société. »

Le sondage a en effet piqué l'intérêt des médias, qui ont traité du sujet en soulevant différentes facettes et en demandant à leurs lectorats ou publics comment leur couple gérait ses finances. Marie Elaine Farley, présidente et chef de la direction de la Chambre, a donné plus d'une dizaine d'entrevues à la radio, à la télévision et à des journaux du Québec, permettant ainsi de valoriser la mission de la Chambre et le rôle des conseillers et conseillères.



DES CAPSULES D'INFORMATION POUR LE GRAND PUBLIC

Au début de novembre, deux capsules d'information sur la dynamique financière des couples québécois ont permis de sensibiliser la population sur différentes questions liées au patrimoine et à la santé financière.

Conçues par la Chambre à partir du sondage sur les habitudes financières des couples et mettant en vedette le comédien et humoriste Mehdi Bousaidan, elles abordent des sujets sérieux sur un ton léger. Les capsules *L'amour et l'argent, ça peut faire bon ménage ?* et *L'union libre est-elle si libre que ça ?* ont été diffusées sur les pages Facebook, Instagram et LinkedIn de la Chambre.

UN AIDE-MÉMOIRE PRATIQUE

Enfin, la Chambre a conçu un aide-mémoire pour aider ses membres à ouvrir la discussion sur la relation à l'argent au sein des couples. Cet outil d'accompagnement fournit des exemples de questions à poser et des arguments à faire valoir pour inciter les conjoints et conjointes à pousser plus loin leur réflexion sur certains aspects plus délicats, comme les conséquences financières d'une séparation ou d'un divorce. L'aide-mémoire sera disponible sous peu sur le site internet de la Chambre, dans la section InfoDéonto/Boîte à outils.

« Il s'agissait pour nous d'une première campagne pleinement intégrée. À la lumière des résultats obtenus, il est certain qu'elle sera suivie d'autres initiatives du même genre portant sur différents thèmes », souligne Daniel Richard. ◀

◀ M^{re} Marie Elaine Farley en entrevue au studio de ICI Radio-Canada Estrie le 3 novembre.



RACHAT D'UNE POLICE AU BÉNÉFICE D'UN CONJOINT

M^e GENEVIÈVE BEAUVAIS



INFODÉONTO

Nous vous invitons à prendre connaissance de la section :
Relation client — Vous servez un couple ?

La visite se déroule sans encombre et en tout respect. Au terme de la rencontre, la demande de Monsieur est alors signée par les deux partenaires titulaires de la police. Le jour même, vous soumettez donc la demande à l'assureur, qui procède dans les meilleurs délais au changement désiré par le couple.

Monsieur et Madame Couvert deviennent propriétaires d'une police d'assurance que vous leur avez proposée. Trois ans plus tard, M. Couvert vous fait une demande par téléphone afin de modifier la police du couple pour des raisons personnelles, de telle sorte que M. Couvert en deviendrait le seul titulaire.

En tant que conseiller du couple, vous répondez à la demande de Monsieur et proposez au couple de passer le rencontrer à la maison afin de faire signer le formulaire et discuter rapidement. Le couple s'était entendu d'avance, Madame n'avait pas de questions et comprenait que son conjoint désirait payer la prime seul et s'occuper lui-même de cette assurance, sinon elle était un peu distante mais pleinement confiante dans la décision de son homme.

Quelques semaines passent et vous recevez une demande de rachat au sujet de la même police de la part de M. Couvert, qui vous explique que ses plans ont changé pour l'assurance et qu'il viendra vous voir incessamment pour mettre à jour « toutes ses assurances », mais que, pour le moment, il désire racheter cette police. Comme demandé par le client, vous soumettez à l'assureur ladite demande de rachat et M. Couvert obtient par la suite — et comme prévu au contrat — un montant de 6 500 \$, soit la valeur de rachat de sa police. Un doute vous envahit alors. Madame Couvert, qui n'est plus couverte, savait-elle qu'il y avait une valeur de rachat importante à la police qu'elle détenait en couple avec son conjoint quelques semaines plus tôt ?

Et vous avez fort probablement raison d'avoir un doute, mais vous auriez peut-être dû l'avoir lors de la rencontre avec le couple Couvert où il a été question de la couverture de l'assurance mais pas de la valeur de rachat, malheureusement pour Madame.

Comme vous savez, au moment du changement de titulaire, les deux conjoints étaient détenteurs de la police. Avez-vous vérifié avec M^{me} Couvert qu'elle comprenait bien les conséquences de la transaction après avoir apposé sa signature sur cette demande de modification à leur police d'assurance ? Si ce n'est pas le cas, M^{me} Couvert aura toutes les raisons de devenir madame courroucée. Et de porter plainte à votre endroit...

Cette mise en situation est inspirée d'une décision du comité de discipline de la CSF (CD00-1200) où le conseiller avait appris que la signature de Madame avait été falsifiée sur la demande de modification des titulaires. De plus, Madame croyait toujours avoir un contrat d'assurance en vigueur, alors que Monsieur l'avait racheté. Même si vous servez un couple, vous devez traiter les deux partenaires comme deux clients et ne pas tenir pour acquis que les deux se communiquent l'information complète et de façon transparente. Vous avez l'obligation de donner aux deux clients toutes les informations concernant leurs demandes et vous assurer qu'ils en comprennent bien les conséquences. ◀

SONDAGE ÉDUCÉPARGNE-CSF

LES TRAVAILLEURS QUÉBÉCOIS SONT PRÉOCCUPÉS ET RÉSILIENTS



La Chambre de la sécurité financière (CSF) et ÉducÉpargne collaboreront, au cours des prochaines années, à plusieurs projets visant à sensibiliser la population québécoise à l'importance d'épargner, pour la retraite ou tout autre projet de vie, et à outiller les Québécois et Québécoises en vue du maintien de leur santé financière. C'est ainsi que les deux organisations ont dévoilé, en octobre dernier, les résultats d'un sondage conjoint, réalisé en collaboration avec Léger. L'objectif principal de ce sondage était de mieux connaître les perceptions et les comportements des travailleuses et travailleurs québécois face à la situation économique actuelle.

Le sondage a démontré que 85 % des travailleurs sont très (39 %) ou assez préoccupés (45 %) par la situation économique actuelle. En ce qui concerne l'évolution de leur situation financière en 2023, 56 % pensent que leur situation sera semblable à celle à l'heure actuelle, ou même pire (17 %).

« Nous avons entrepris cette collaboration avec ÉducÉpargne afin d'informer nos membres sur la situation des consommateurs d'ici. Or, face à un tel niveau d'anxiété financière chez les travailleurs québécois, nous tenons à rappeler que les conseillers encadrés par la CSF ont d'importantes obligations déontologiques envers leurs clients, dont celle de voir à leurs meilleurs intérêts en fonction de leur situation financière et de leurs objectifs. La mission de la Chambre est de veiller à la protection du public en s'assurant de la déontologie, la discipline et la formation continue des conseillers qui offrent des produits et services financiers au public québécois », indique M^e Marie Elaine Farley, présidente et chef de la direction de la CSF.

Le sondage a aussi mis en lumière une donnée éloquentes : en vivant simultanément une situation économique difficile et le prolongement de la pandémie

de la COVID-19, les travailleurs québécois se retrouvent davantage inquiets de la situation économique (69 %) que de la pandémie (14 %), une donnée qui devrait guider les membres de la CSF dans leur interaction avec leurs clients.

« On pouvait s'attendre à ce qu'une majorité de gens modifient leurs habitudes en fonction de la situation économique difficile, mais nous avons été étonnés que seulement 6 % d'entre eux aient demandé conseil à un professionnel pour être accompagné avec leur budget, souligne la présidente du conseil d'ÉducÉpargne, Nathalie Bachand, Pl. Fin. Nous ne le répéterons jamais assez, le budget est à la base de tout pour s'assurer une santé financière durable et il doit être révisé le plus souvent possible en fonction des aléas de la vie. »

DES GESTES CONCRETS

Plus de la moitié (55 %) des travailleurs québécois ont posé des gestes concrets face à leur situation financière actuelle. De fait, 83 % des travailleurs ayant changé leurs comportements ont coupé dans leurs sorties au restaurant, dans leurs dépenses de loisirs et/ou dans leurs vacances.

En ce qui concerne l'épargne, 20 % des répondants qui ont effectué des changements disent avoir augmenté leur épargne, alors que 23 % l'ont diminuée.

Les perceptions des Québécois et leurs comportements dans le contexte économique actuel, comme révélé par ce sondage, nous permettent néanmoins d'être optimistes. En effet, malgré un contexte financier volatil, ils ont fait preuve de bons réflexes face à la tempête en réduisant leurs dépenses.

François Bourdon, associé directeur de Sustainable Market Strategies, se réjouit de constater que bon nombre de Québécois font tout de même preuve de résilience et de confiance. « Je suis davantage surpris par l'optimisme des plus jeunes (18-34 ans), dont 38 % envisagent l'année à venir d'un regard positif, contre 11 % négatif. En comparaison, les 55 ans et plus sont beaucoup plus pessimistes (18 % négatifs contre 14 % positifs) », a-t-il fait remarquer.

En concluant sur une note positive, M. Bourdon croit qu'il est probable que le faible taux de chômage (et donc des perspectives d'emploi rassurantes, surtout pour les plus jeunes) l'emporte sur l'incertitude causée par l'inflation dans la population en général. ◀

RENCONTRE AVEC LA PDG DE L'IQPF



OBJECTIFS : RELÈVE ET FORMATION

SYLVIE LEMIEUX

Mieux faire connaître la profession, inciter plus de jeunes à choisir la carrière de planificateur financier, ouvrir ses formations à d'autres clientèles, développer un nouveau programme de spécialisation, rédiger un guide des compétences... L'Institut québécois de planification financière (IQPF) a mis en branle plusieurs chantiers qui visent le développement du plus grand nombre de professionnels des services financiers dans le cadre de sa planification stratégique 2022-2025.

« Notre objectif, c'est de bonifier notre offre de formation de façon à accroître le nombre de diplômés pour assurer la relève de la profession et faire en sorte qu'un plus grand nombre de Québécois aient accès à l'expertise d'un planificateur financier, explique Chantal Lamoureux, présidente-directrice générale de l'organisme. On s'est donné comme mission d'aider les professionnels des services financiers à développer leur savoir-faire et leur savoir-être pour qu'ils puissent encore plus contribuer au mieux-être financier de leurs clients. »

UN NOUVEAU GUIDE DES COMPÉTENCES

Au terme d'une réflexion en profondeur sur l'avenir des services financiers et d'une profession influencée de plus en plus par les nouvelles technologies, l'IQPF s'est engagé à rédiger un guide des compétences.

« Un tel document constitue la colonne vertébrale d'une profession. On se projette vers l'avenir pour déterminer quelles compétences les professionnels doivent développer afin de continuer à créer de la valeur pour leurs clients. Avec les technologies qui s'implantent à grande vitesse, c'est important de comprendre les possibilités qu'elles vont offrir aux planificateurs financiers et à leurs clients. »

L'Institut prévoit de lancer ce nouvel outil à son congrès de l'automne 2023. D'ici là, l'organisation a entrepris de consulter les planificateurs financiers et les autres acteurs des services financiers, dont la Chambre et l'Autorité des marchés financiers, ainsi que les employeurs, sans oublier le milieu universitaire. « Par le biais d'un sondage, on veut aussi avoir le son de cloche de la clientèle quant à ses attentes envers les services des planificateurs financiers », ajoute M^{me} Lamoureux.



Les diplômés de l'IQPF depuis 2006

ANNÉE	NOMBRE DE DIPLOMÉS	VARIATION PAR RAPPORT À L'ANNÉE PRÉCÉDENTE
2006 ¹	121	-81 %
2007	142	17 %
2008	120	-15 %
2009	144	20 %
2010	173	20 %
2011	148	-14 %
2012	187	26 %
2013	218	17 %
2014	214	-2 %
2015	236	10 %
2016	240	2 %
2017	273	14 %
2018	341	25 %
2019	292	-14 %
2020	245	-16 %
2021	244	-0,4 %

Source : IQPF

1. À partir de 2005, le baccalauréat est devenu un critère obligatoire pour l'obtention du diplôme de planificateur financier. C'est ce qui explique la grande variation du nombre de nouveaux diplômés en 2006.



« On se projette vers l'avenir pour déterminer quelles compétences les professionnels doivent développer afin de continuer à créer de la valeur. »

— Chantal Lamoureux

FORMER DAVANTAGE

Pour augmenter le nombre de ses diplômés, l'IQPF souhaite à la fois bonifier son offre de formation et l'élargir à d'autres professionnels des services financiers. « On est d'avis qu'on peut offrir de la formation en planification financière à plus de gens qui sont intéressés par la profession, soutient Chantal Lamoureux. Parmi nos étudiants, on a de plus en plus de conseillers. On cherche également à rejoindre davantage de professionnels de l'assurance. »

En obtenant le diplôme de planificateur financier, les candidats se donnent la possibilité d'offrir une panoplie de services à leurs clients, selon M^{me} Lamoureux. « On dit souvent que le planificateur financier est un généraliste. Je dis plutôt qu'il est le spécialiste de l'intégration des différents domaines d'expertise de la planification financière. Il doit tenir compte autant des aspects légaux, des besoins en assurance, de la fiscalité que de la planification de la retraite jusqu'à la succession. C'est pourquoi ses services sont recherchés par les clients. »

Au cours des prochaines années, l'IQPF souhaite en outre accroître la notoriété de la profession auprès des jeunes qui s'interrogent sur leur choix de carrière. « On travaille de près avec des associations étudiantes. On est aussi de plus en plus sur les réseaux sociaux pour les rejoindre là où ils sont, explique la PDG. Encore trop souvent, ils pensent que c'est une profession très axée sur les chiffres. Ils ne voient pas l'aspect humain, qui est d'aider les particuliers à atteindre leurs objectifs financiers. Or, quand on leur explique le rôle qu'ils pourraient jouer, cela les allume. »

NOUVEAU PROGRAMME SPÉCIALISÉ ET NOUVELLE IDENTITÉ

L'IQPF mène également le projet de créer un nouveau programme de spécialisation pour former de façon encore plus poussée les planificateurs financiers qui accompagnent les entrepreneurs. « Démographie oblige, il y a beaucoup de dirigeants qui vont céder leur entreprise dans les prochaines années. Malheureusement, ils minimisent souvent le temps qu'il leur faudra pour transférer à la relève. Ils négligent aussi de planifier leur propre retraite, constate Chantal Lamoureux. Leur plan de retraite, c'est leur entreprise, mais ils ne savent pas toujours combien elle vaut. Or, préparer la relève, c'est plus qu'une transaction à conclure. C'est également définir un nouveau projet de vie. Le planificateur financier peut jouer un rôle pour accompagner les entrepreneurs dans la planification du transfert en agissant comme un chef d'orchestre auprès des différents professionnels impliqués. On souhaite donc les former pour répondre à ce besoin du marché. »

En même temps que tous ces chantiers, l'IQPF travaille à repenser son image. « On prévoit dévoiler notre nouvelle identité en 2023, précise Chantal Lamoureux. Si on veut attirer davantage de jeunes,

on se doit de renouveler notre marque. On veut la moderniser sans oublier notre tradition d'excellence. Il y a des bâtisseurs qui ont mis tout leur cœur et leur passion pour bâtir cette institution. On a donc un socle très solide sur lequel on peut bâtir pour l'avenir. »

BÂTIR DES PONTS

Avec le télétravail qui prend racine depuis la pandémie, les frontières s'évanouissent. Autant les clients que les planificateurs financiers sont de plus en plus mobiles. Toutefois, la reconnaissance du titre, elle, n'est pas uniforme au pays. « La situation varie d'une province à l'autre, explique Chantal Lamoureux. En partenariat avec FP Canada, on cherche donc à bâtir des ponts afin que les planificateurs financiers québécois puissent obtenir les certifications dont ils ont besoin pour exercer en dehors du Québec sans être obligés de refaire tout le parcours de formation. Les grands principes d'investissement sont les mêmes d'un endroit à l'autre, les différences sont surtout sur le plan juridique. On espère faire avancer ce dossier dans un avenir rapproché. »

Avec FP Canada, l'IQPF a aussi lancé une initiative qui s'appelle Fintellect pour savoir comment tirer parti des technologies dans le but d'améliorer la pratique de la planification financière et d'accroître son accessibilité pour les Canadiens. « On a formé un groupe de travail avec différents experts à travers le pays qui examine quel rôle la technologie peut jouer pour créer de meilleures expériences client et faire en sorte que plus de Canadiens aient accès aux services de nos professionnels », explique M^{me} Lamoureux. ◀

« On est d'avis qu'on peut offrir de la formation en planification financière à plus de gens qui sont intéressés par la profession. Parmi nos étudiants, on a de plus en plus de conseillers. On cherche également à rejoindre davantage de professionnels de l'assurance. »

RÉGIME D'ÉPARGNE



LE CELIAPP, UNE CLÉ POUR L'ACCÈS À LA PROPRIÉTÉ ?

DAVID TRUONG

Introduit lors du dernier budget fédéral, le nouveau compte d'épargne libre d'impôt pour l'achat d'une première propriété (CELIAPP) a fait l'objet de plusieurs critiques et analyses techniques.

Le projet de loi C-32 nous donne une bonne vue d'ensemble du nouveau régime, mais le ministère des Finances du Canada doit encore peaufiner certaines modalités.

Sommairement, le CELIAPP est offert aux résidents canadiens de 18 ans et plus qui n'ont pas été propriétaires d'une habitation admissible dans l'année d'ouverture (de la nouvelle disposition), ni dans les quatre années précédentes. Le plafond annuel des cotisations au CELIAPP est de 8 000 \$ jusqu'à concurrence d'un plafond à vie de 40 000 \$. Il est aussi possible de reporter la portion inutilisée de son plafond annuel de cotisation jusqu'à concurrence de 8 000 \$. Les cotisations sont déductibles, et peuvent être reportées dans une année ultérieure. De plus, tous les retraits du CELIAPP sont libres d'impôt s'ils sont utilisés pour l'achat d'une première habitation. Contrairement au RAP, il n'est pas nécessaire de rembourser les sommes retirées dans un des régimes prévus par le RAP.

Si l'on n'utilise pas le CELIAPP, le compte devra être fermé au plus tard 15 ans après l'ouverture du compte ou lorsque le détenteur du compte atteint l'âge de 71 ans. Le solde deviendra imposable sauf s'il est transféré vers un régime enregistré au nom du titulaire. Il n'est pas nécessaire d'avoir des droits REER pour profiter de ce transfert, et il n'affectera pas les droits de cotisation REER existants.

Ainsi, il est important d'examiner la pertinence de ce régime dès le 18^e anniversaire. Même si à cet âge, une personne a une idée plutôt vague de ses projets de vie, on peut néanmoins ouvrir ce régime à 18 ans, mais cela signifie que l'achat devra se faire dans les 15 prochaines années, soit au plus tard à 33 ans. À défaut de quoi le régime devra être fermé, aucun retrait admissible n'ayant été effectué.

Autrement — stratégie intéressante —, il serait judicieux pour une personne à la retraite admissible d'ouvrir un CELIAPP même si elle n'a pas l'intention d'acheter une habitation admissible. Pourquoi? Simplement parce que le solde non utilisé pourra être transféré dans un régime enregistré sans conséquence fiscale.

CELIAPP POUR AUGMENTER LA MISE DE FONDS : OUI

Dans l'éventualité où une personne a suffisamment de liquidités pour avoir une hypothèque conventionnelle, doit-elle absolument retirer des sommes du CELIAPP pour augmenter sa mise de fonds ou plutôt « créer des droits REER supplémentaires » afin de faire fructifier ses placements à l'abri de l'impôt?

Dans tous les cas, retirer du CELIAPP est pratiquement toujours plus profitable pour abaisser le niveau d'emprunt hypothécaire, peu importe le profil de l'investisseur. Le retrait admissible non imposable du CELIAPP demeure un argument de taille. Même si les sommes pourraient continuer de générer du rendement sans incidence fiscale pendant plusieurs années en transférant le CELIAPP dans le REER, il demeure que la valeur nette après impôts est franchement inférieure à celle d'un retrait admissible non imposable comme celui du CELIAPP.

Certes, le CELIAPP vient ajouter un outil d'épargne supplémentaire pour le contribuable. Toutefois, le régime à lui seul n'est pas suffisant pour faire l'acquisition d'une maison dans le contexte actuel. ◀



DAVID TRUONG

SOLUTIONS DE RÉFÉRENCE PRATIQUES

DÉTECTER LA CLIENTÈLE À RISQUE OU EN SITUATION DE VULNÉRABILITÉ



EMMANUELLE GRIL

L'inflation galopante, la chute prononcée des marchés, l'économie chancelante, les pertes d'emploi, les faillites sont autant de facteurs qui peuvent contribuer à créer un environnement propice à la maltraitance financière pour les personnes en situation de vulnérabilité, les rendant encore plus à risque. Comment détecter et aborder les clients qui pourraient en être victimes? Comment repérer les signes potentiels d'inaptitude? Des publications de référence existent afin d'apporter des pistes de solution aux professionnels.



M^e GENEVIÈVE BEAUVAIS

D'abord, *Quoi faire si votre client semble en situation de vulnérabilité* est un outil de travail réalisé par les équipes de la Chambre. Dans un contexte de vieillissement de la population, auquel s'ajoutent d'autres types de risques découlant de handicaps ou d'une faible littératie financière qui peuvent conduire à des situations problématiques, il est primordial de bien se former sur ce sujet et de s'outiller en conséquence.

« Les conseillers en services financiers sont amenés régulièrement à servir des clients qui vivent des situations de vulnérabilité. Ils contactent la Chambre pour savoir quelle conduite professionnelle adopter. Ce recueil de bonnes pratiques tirées de cas concrets est un bon complément au guide de l'AMF et leur sera très utile », explique M^e Geneviève Beauvais, chef, qualité et conformité des pratiques, qui a conçu

cet outil avec ses collègues en se basant sur les nombreuses questions des membres à ce sujet.

L'ÂGE N'EST PAS UNE SITUATION DE VULNÉRABILITÉ

D'entrée de jeu, l'outil fournit les définitions précises de ce qu'est une personne en situation de vulnérabilité. En résumé, il s'agit d'un individu dont la capacité de demander ou d'obtenir de l'aide est limitée de façon permanente ou temporaire, en raison d'une contrainte, d'une maladie, d'une blessure, ou d'un handicap physique, cognitif ou psychologique. Attention, toutefois : l'âge avancé ne constitue pas à lui seul un signe ou une situation de vulnérabilité, mais plutôt une condition qui nécessite de prendre des mesures de précaution additionnelles. Quelle que soit son origine, l'état de vulnérabilité rend plus susceptible de subir de la maltraitance, d'où la nécessité de se montrer particulièrement attentif.

Ensuite, l'outil illustre plusieurs types de situations auxquelles un conseiller pourrait être confronté. Pour chacune d'entre elles, on propose un certain nombre de gestes

à poser et de bonnes pratiques. Concis, pratique et facile à utiliser, ce document détaille plusieurs situations concrètes que les conseillers sont susceptibles de rencontrer dans leur pratique. À chaque fois, des pistes de solutions sont proposées, avec les différentes questions à se poser et les étapes à suivre. Ces recommandations sont inspirées des meilleures pratiques et règles déontologiques.

Depuis la mise à jour de la *Loi sur le Curateur public* en novembre dernier, plusieurs changements importants en matière de protection des personnes en situation de vulnérabilité ont été apportés pour placer la personne au centre des préoccupations,

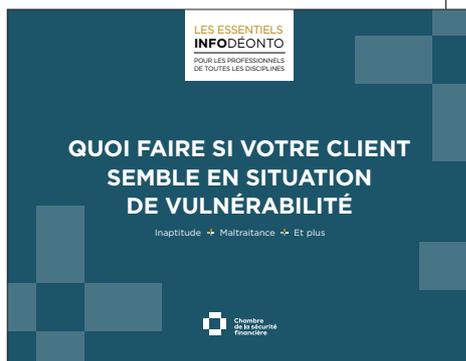




CONSEILS À SUIVRE

M^e Geneviève Beauvais offre quelques conseils et mesures préventives élémentaires applicables à la plupart des situations.

- Vérifiez que votre client a préparé un mandat de protection, une procuration et un testament. Si ce n'est pas le cas, encouragez-le à le faire.
- Dès les premières rencontres, faites-lui signer une autorisation de communiquer avec une ou des personnes de confiance désignées pour les questions concernant ses affaires personnelles ou financières. Si par la suite vous décelez un problème, vous pourrez en discuter avec celle-ci.
- Travaillez à améliorer la littératie financière de votre client. Une personne bien informée est mieux outillée pour détecter une situation anormale à laquelle elle serait exposée.
- Suggérez au client qu'un membre de sa famille ou une personne de confiance assiste à la rencontre si cela peut l'aider à mieux comprendre certaines notions financières.
- Si votre client a déjà démontré des signes de vulnérabilité, assurez-vous de l'informer du nouveau régime d'assistance mis en place par le Curateur public.
- Si vos clients sont en couple et que vous constatez un important déséquilibre financier à la faveur d'un des membres du couple, expliquez les conséquences en cas de rupture.
- Documentez votre dossier afin de garder une trace des éléments inhabituels que vous auriez pu remarquer et des démarches que vous avez effectuées.
- Si vous pratiquez pour le compte d'un cabinet, un courtier ou une société autonome, en plus de vous référer aux mesures contenues dans ce cahier, renseignez-vous sur les procédures préconisées par le chef de la conformité de votre employeur.



PROTÉGER UN CLIENT EN SITUATION DE VULNÉRABILITÉ

Guide pratique pour l'industrie des services financiers



AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS

dont le passage de trois régimes de protection à un seul (la tutelle) et l'ajout d'une nouvelle mesure d'assistance pour désigner un assistant ou un représentant temporaire. Le guide en fait mention, de même que les questions concernant les situations potentielles de vulnérabilité en couple, comme exposées dans la recherche de la professeur Hélène Belleau, de l'INRS.

UN GUIDE DÉTAILLÉ

En raison de la relation de confiance qu'ils développent avec leurs clients et de la connaissance de leurs besoins financiers, les conseillers peuvent jouer un rôle clé auprès des personnes en situation de vulnérabilité afin de les aider à préserver leur bien-être financier et devenir des acteurs importants dans la prévention et le repérage de la maltraitance financière. Dans cette optique, le guide *Protéger un client en situation de vulnérabilité* de l'Autorité des marchés financiers est un ouvrage de référence complet. Que ce soit pour expliquer au client l'utilité d'une procuration ou d'un mandat de protection ou encore la désignation d'une personne de confiance, le guide fait un tour d'horizon minutieux des mesures préventives pour assurer le bien-être financier des personnes en situation de vulnérabilité et promouvoir les bonnes pratiques qui mettent de l'avant l'intérêt du client. On y retrouve également un formulaire de consentement type que l'on peut copier ainsi qu'une liste exhaustive de ressources et leurs coordonnées.

Les professionnels sont donc aux premières lignes pour détecter les cas problématiques et ont une responsabilité de protection des personnes en situation de vulnérabilité. «Le conseiller doit agir de façon éthique en s'assurant de respecter la dignité de son client et la confidentialité de son dossier. Parallèlement, agir dans l'intérêt de son client implique aussi parfois

de dénoncer une situation de vulnérabilité ou de maltraitance. Il peut donc se retrouver dans une position délicate, entre l'arbre et l'écorce», précise M^e Beauvais. Il faut noter par ailleurs que ce professionnel n'est pas médecin ou travailleur social, et il ne lui revient pas d'évaluer si une personne est inapte ou non.

Dans ces conditions, quelle est la conduite à adopter lorsqu'une demande d'un client nous semble hors de l'ordinaire? Faut-il y donner suite ou pas, est-on autorisé à partager ses doutes aux proches sans enfreindre sa responsabilité de confidentialité? Autant de défis que ces publications peuvent aider à solutionner. Ces précieuses ressources pourront accompagner le conseiller pas à pas et l'aider à mettre en œuvre les meilleures pratiques, conformément aux obligations déontologiques et réglementaires. ◀



POUR EN SAVOIR PLUS

Pour télécharger les deux publications :

www.chambresf.com > InfoDéonto > Boîte à outils > Outils multidisciplinaires > Quoi faire si votre client semble en situation de vulnérabilité

www.lautorite.qc.ca > Grand public > Publications > Pour les professionnels > Guides > Protéger un client en situation de vulnérabilité

DOSSIER

L'INVESTISSEMENT RESPONSABLE, UNE LOGIQUE D'AVENIR DANS UNE PERSPECTIVE À LONG TERME

Les chiffres sont remarquables. Depuis 2018, selon l'Institut des fonds d'investissement du Canada (IFIC), les ventes de fonds communs et de fonds négociés en Bourse identifiés dans la catégorie de l'investissement responsable (IR) ont augmenté d'un facteur de plus de 1 700 au pays. Pas étonnant, donc, que vous en entendiez beaucoup parler ces derniers temps. D'ailleurs, en novembre dernier, un panel sur la question a été organisé au *Rendez-vous avec l'Autorité* regroupant Guy Cormier, PDG de Desjardins, Kim Thomassin, première vice-présidente à la CDPQ, et Marie-Claude Dumas, PDG de WSP. Comme souligné, l'épisode de la pandémie aurait joué un rôle important dans cet engouement. Les épargnants — davantage conscients des dangers qui menacent la planète, comme la propagation des virus et l'exploitation des travailleurs du tiers-monde ou, a contrario, de la disparition du smog dans les mégapoles du globe soumises au confinement sanitaire — ont réalisé qu'il y avait probablement lieu d'investir autrement et de mettre leurs valeurs au cœur de leur stratégie de placement.

À la recherche de plus d'informations et d'explications sur ces produits de placement, les consommateurs posent alors des questions.

Et c'est là où le conseil professionnel prend toute sa valeur et son importance.

Or, comme l'a démontré la dernière enquête d'ÉducÉpargne sur le sujet parue en septembre dernier, les épargnants ne trouvent pas toujours de réponses auprès des conseillers. En effet, 65 % des répondants faisant affaire avec un conseiller ou un planificateur financier ont affirmé que celui-ci n'a jamais abordé le sujet de l'investissement responsable avec eux. Et, parmi le tiers d'entre eux l'ayant fait, 17 % des professionnels ont mentionné son existence, sans plus d'explications. C'est dire que de nombreux épargnants qui désirent s'éduquer sur la question ne trouvent pas d'interlocuteurs parmi ceux qui devraient être les mieux placés pour répondre.

Le professionnel doit bien connaître ses clients et il doit également bien connaître les produits qu'il offre. Dans ce dossier, nous abordons le thème de l'investissement responsable de multiples façons et à partir de perspectives moins courantes. Nous avons interrogé des gestionnaires privés et institutionnels, des conseillères et une pionnière du domaine de manière à faire un tour d'horizon de l'investissement responsable différent et à partir de sources d'informations diversifiées. L'objectif est simple et rejoint toute pratique professionnelle: mieux connaître pour mieux conseiller. ◀

20 BIEN CONNAÎTRE L'IR POUR BIEN INFORMER LES CLIENTS

22 DES CONSEILLÈRES NOUS PARTAGENT LEUR VISION

24 LE DÉFI DE LA SÉLECTION DES TITRES ESG

27 AJOUTER DE LA VALEUR

28 L'EXEMPLE INSTITUTIONNEL

30 DE L'AIDE POUR INFORMER VOS CLIENTS



BONNES PRATIQUES



BIEN CONNAÎTRE L'IR POUR BIEN INFORMER LES CLIENTS

JEAN-FRANÇOIS VENNE

Les produits financiers liés à des considérations environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) se multiplient et les investisseurs s'y intéressent de plus en plus. Pourtant, les conseillers demeurent peu nombreux à les offrir d'emblée.

ÉducÉpargne a récemment réalisé un sondage sur l'investissement responsable auprès de 1 000 travailleurs québécois. Parmi ceux qui faisaient affaire avec un conseiller ou un planificateur financier, près des deux tiers soutenaient qu'il ne leur avait jamais parlé d'investissement responsable (IR). Et de ceux qui l'avaient fait, 17 % s'étaient contentés d'en mentionner l'existence, sans donner plus de détails.



« Il reste un décalage important entre l'intérêt des investisseurs et le nombre de conseillers qui abordent ce sujet de manière proactive. »

— Marie-Justine Labelle



41,8 G\$
ACTIFS NETS SOUS GESTION
EN IR AU CANADA EN 2021

Source : Rapport sur les fonds d'investissement de l'IFIC, 2021

Pourtant, plus de la moitié des répondants se disaient intéressés à l'IR. « Il reste un décalage important entre la curiosité des investisseurs et le nombre de conseillers qui abordent ce sujet de manière proactive, constate Marie-Justine Labelle, cheffe de l'investissement responsable chez Desjardins. Tant l'investisseur que le client pensent que c'est à l'autre d'ouvrir la discussion à ce sujet. »

Elle estime que les conseillers qui ne mettent pas ce sujet sur la table font fausse route. « S'ils omettent de se former sur ces produits ou évitent d'en parler à leurs clients, ils passent à côté de possibilités intéressantes sur le marché », croit-elle. Elle rappelle qu'en Europe, les conseillers et les gestionnaires

de portefeuille ont l'obligation de questionner leurs clients sur leurs préférences ESG et d'en tenir compte dans l'évaluation de la convenance de leurs placements. L'autre aspect à considérer pour le conseiller, c'est qu'il a la responsabilité professionnelle de bien connaître les produits qu'il offre.

S'ÉDUCUER SOI-MÊME

Reste que pour répondre aux attentes en IR de leurs clients, la bonne volonté ne suffit pas. Les conseillers doivent approfondir leurs connaissances au sujet d'une catégorie de produits qui ne cesse d'évoluer. Desjardins offre à l'interne une formation sur l'IR, déjà suivie par plus de 1 700 conseillers. «Nous en proposons aussi à l'extérieur de nos réseaux, précise Marie-Justine Labelle. Nous souhaitons démocratiser l'IR.»

L'Association pour l'investissement responsable (AIR) offre quant à elle plusieurs cours qui donnent accès aux titres de spécialiste de l'IR (RIS), de conseiller certifié en IR (RIAC) et de professionnel certifié en IR (RIPC). Rebecca Savard, conseillère en sécurité financière à Lumos services financiers, a suivi la formation qui mène au titre de RIS peu après avoir été prise de court par un client qui l'avait interrogée au sujet des placements ESG.

«Je sortais de l'université et je commençais dans le métier, raconte-t-elle. Je n'ai pas du tout aimé le sentiment de ne pas pouvoir répondre à sa question. Une semaine plus tard, j'étais inscrite au cours de l'AIR!»



© Guillaume D. Cyr

« S'il y a un peu de pétrole ou de charbon dans le portefeuille, nous devons le dire et expliquer pourquoi. Ensuite, c'est au client de décider, en fonction de ses valeurs. »

— Laurie Bossé

Elle en a par la suite suivi un autre, plus poussé, de la PRI Academy. « Je crois que, comme conseillers, nous avons une responsabilité de faire croître l'IR, avance-t-elle. En plus, ça peut servir à fidéliser des clients qui désirent de plus en plus des placements alignés sur leurs valeurs. »

OUVRIER LA DISCUSSION

Elle aborde systématiquement l'IR avec tous ses clients, tout comme sa collègue Laurie Bossé, planificatrice financière à RGP Gestion de patrimoine. « C'est important pour sonder leur intérêt, bien sûr, mais aussi pour comprendre ce qui les attire vers les placements ESG. Nous devons bien comprendre leurs valeurs, parce qu'il y a beaucoup de produits différents sur le marché, qui mettent l'accent sur des questions plus environnementales, sociales ou de gouvernance. »

La multiplication des produits et les approches variées de leurs manufacturiers causent d'ailleurs des incompréhensions chez les clients. Par exemple, certains gestionnaires excluent carrément toutes les entreprises d'un secteur, alors que d'autres choisiront plutôt simplement les meilleurs produits de ce secteur. On trouve donc, par exemple, des fonds dits « verts » qui contiennent des titres de compagnies pétrolières ou de fabricants de pipelines.

« C'est essentiel de se montrer transparents avec les investisseurs, affirme Laurie Bossé. Si un portefeuille ESG contient un peu de pétrole ou de charbon, nous devons le dire et expliquer pourquoi. Ensuite, c'est aux clients de décider, en fonction de leurs valeurs. »

Par ailleurs, les accusations d'écoblanchiment ont nui à la réputation des produits ESG ces derniers temps. Il n'existe pas encore de règles obligatoires et harmonisées pour encadrer la divulgation des données ESG des entreprises ni pour évaluer les produits d'investissement. Le marché regorge donc de firmes qui établissent des « scores » ESG (MSCI, Morningstar, Bloomberg, etc.), parfois basés sur des critères assez différents.

« Comme pour tout produit, on doit se méfier du marketing et effectuer nos propres recherches afin de s'assurer de bien comprendre ce que nous proposons à nos clients, soutient Rebecca Savard. J'ai commencé avec une courte liste de produits ESG, que j'allonge d'année en année. »

Elle confie d'ailleurs qu'elle a déjà rayé des produits de cette liste après une conversation insatisfaisante avec des représentants commerciaux de certains manufacturiers. « S'il n'est pas clair ou ne semble pas très bien formé pour expliquer le produit, c'est une sonnette d'alarme pour moi, avoue-t-elle. Ça brise la confiance. » ◀



© Maude St-Pierre

« Comme pour tout produit, on doit se méfier du marketing et effectuer nos propres recherches afin de s'assurer de bien comprendre ce que nous proposons à nos clients. »

— Rebecca Savard



POUR EN SAVOIR PLUS

Rapport sur les fonds d'investissement de l'IFIC, 2021

www.ific.ca > Médias > Statistiques sur l'industrie > Communiqués antérieurs > Le rapport sur les fonds d'investissement 2021 de l'IFIC

Académie numérique AIR

academy.riacanada.ca/cours/?lang=fr

PRI Academy

<https://priacademy.org>

L'IR AU FÉMININ



DES CONSEILLÈRES NOUS PARTAGENT LEUR VISION

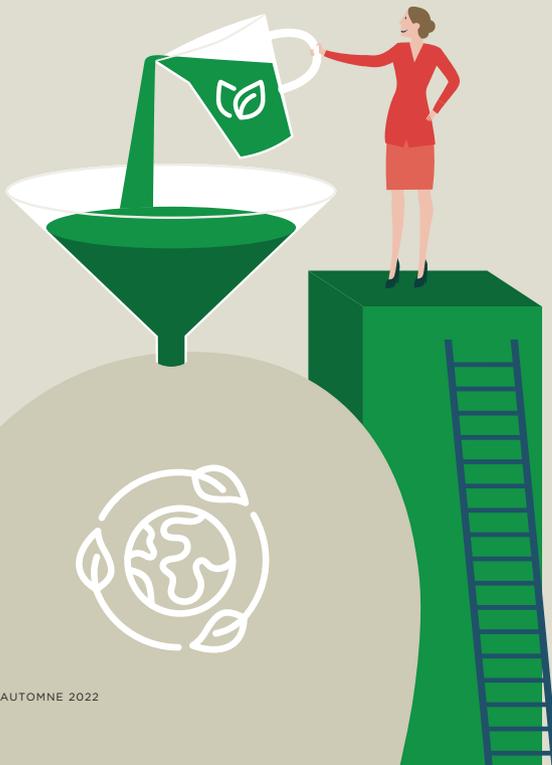
MARYSE GUÉNETTE

Durant la pandémie, plusieurs épargnants se sont intéressés à l'investissement responsable (IR) en remettant leurs valeurs au cœur de leur réflexion sur le placement. Conséquemment, cette catégorie d'actifs a connu une progression remarquable au cours des trois dernières années, générant 21 fois plus de ventes ces 36 derniers mois. Néanmoins, plusieurs observateurs croient que les femmes en général sont plus intéressées à l'IR. Mythe ou réalité? Nous avons posé la question à trois expertes qui ont l'investissement responsable à cœur.



« Ce sont des mères de famille. Elles se soucient de la génération future. »

— Lyne Larochelle



Selon un sondage d'ÉducÉpargne réalisé en août 2022, bien que 53 % des travailleurs québécois soient intéressés par l'investissement responsable, peu d'entre eux se voient offrir ce type de produits. On y apprend également que 70 % des conseillers en services financiers ne sont pas à l'aise avec l'IR. Ces chiffres nous amènent à nous demander si les conseillères en services financiers s'y intéressent davantage et à nous questionner sur l'attitude des hommes et des femmes à l'égard de l'IR.

DU CÔTÉ DES CONSEILLERS...

Nos spécialistes croient-elles que les conseillers et conseillères en services financiers ont le même intérêt pour l'investissement responsable? « Même si je ne sens pas encore beaucoup de sensibilité du côté de mes collègues masculins, je pense qu'ils s'ouvrent tranquillement à ce type d'investissement, dit Lyne Larochelle, représentante en épargne collective et conseillère en sécurité financière chez Larochelle-Conseils. Mais actuellement, les conseillères sont plus réceptives. D'ailleurs, dans mon équipe, nous sommes trois filles. »

Pour Alexandra Tanguay, gestionnaire de portefeuille et spécialiste en investissement responsable à RGP Investissements, si les femmes sont plus intéressées par les produits ESG que leurs collègues masculins, c'est qu'elles ont tendance à s'attarder davantage à l'incidence que ces produits peuvent avoir sur la société ou l'environnement — arguments souvent mis de l'avant par les entreprises —, alors que les hommes sont généralement plus intéressés par la performance et le rendements des produits de placement.



53 %
DES TRAVAILLEURS
QUÉBÉCOIS SONT
INTÉRESSÉS PAR
L'INVESTISSEMENT
RESPONSABLE (IR).

Source : sondage d'ÉducÉpargne



70 %
DES CONSEILLERS
EN SERVICES
FINANCIERS NE
SONT PAS À L'AISE
AVEC L'IR.

Source : sondage d'ÉducÉpargne

Cela semble d'ailleurs concorder avec les motivations de M^{me} Larochelle, qui raconte avoir accepté de reprendre l'entreprise familiale seulement après avoir appris qu'elle pouvait se spécialiser dans l'investissement responsable. « J'ai décidé que cela faisait partie de ma mission », dit-elle.

M^{me} Tanguay affirme cependant que c'est probablement sur le plan de la formation qu'il est possible de réconcilier les deux visions (valeurs et rendement) sur le placement. Selon elle, la formation peut contribuer à rendre l'investissement responsable attrayant aussi pour ceux qui prennent le temps d'explorer le sujet en profondeur. « Lorsque l'IR a fait ses premières percées sur le marché, les conseillers en services financiers avaient certaines difficultés à en maîtriser suffisamment les principes pour pouvoir en discuter aisément avec leurs clients, dit-elle. Nous avons donc entrepris de les former. Aujourd'hui, nous nous rendons compte que, chez les conseillers qui ont reçu une formation, il n'y a pas de différence entre les perceptions des hommes et celle des femmes sur l'IR. »

LA CLIENTÈLE EST-ELLE AU RENDEZ-VOUS ?

L'IR est-il ici aussi plus populaire chez les femmes ? C'est le cas. « Aujourd'hui, les femmes sont décomplexées, dit M^{me} Larochelle. Moi, dans mon top 10, j'ai autant d'hommes que de femmes. Mais les plus fortunées, ce sont des femmes. Il y en a qui gagnent bien leur vie et qui me disent : "Ce qui compte pour moi, ce n'est pas de faire fructifier mon argent pour le faire fructifier, c'est plutôt de savoir qu'il est investi selon mes valeurs." Ce sont des mères de famille. Et, spontanément, elles se soucient de la génération future. »

Pour Alexandra Tanguay, que la clientèle féminine privilégie l'IR n'est pas surprenant. « L'IR convient bien aux femmes, surtout dans une perspective à long terme, dit-elle, notamment parce qu'elles ont de saines habitudes d'investissement ainsi qu'un comportement prudent et réfléchi. »

Rebecca Savard, conseillère en sécurité financière, en épargne collective et en assurance et rentes collectives à Lumos services financiers, estime que si les hommes montrent aussi de l'intérêt, les femmes sont plus motivées. « Ce sont elles qui m'approchent, et qui accordent le plus d'importance à l'IR. D'ailleurs, beaucoup d'entre elles acceptent d'y mettre toutes les sommes qu'elles investissent, alors que généralement, les hommes n'en mettent qu'une petite proportion. »

Selon la spécialiste, les femmes seraient aussi plus expressives. « Pour certaines, c'est un cauchemar de parler de produits financiers, indique M^{me} Savard. Mais quand je leur parle d'IR, je vois que ça pique leur intérêt. Cela ne veut pas dire que les hommes ne sont pas intéressés, mais ils le montrent moins. » Cela amène la conseillère à adapter son langage. « Aux femmes, je parle plus de valeurs et moins de chiffres. »

« L'IR convient bien aux femmes, surtout dans une perspective à long terme, notamment parce qu'elles ont de saines habitudes d'investissement ainsi qu'un comportement prudent et réfléchi. »

— Alexandra Tanguay



Toujours selon les conseillères consultées, ces différences hommes-femmes seraient toutefois beaucoup moins marquées auprès des plus jeunes générations, qui n'hésitent pas à exiger dès les premiers contacts de pouvoir investir leurs épargnes dans des placements qui respectent leurs valeurs au premier chef. Le secteur de l'IR a possiblement un avenir prometteur. ◀



POUR EN SAVOIR PLUS

Sondage d'ÉducÉpargne :

<https://www.educepargne.ca/chroniques/sondages-et-etudes/sondage-2022-sur-linvestissement-responsable/>

Association pour l'investissement responsable :

www.riacanada.ca/fr/



INVESTISSEMENT RESPONSABLE

LE DÉFI DE LA SÉLECTION DES TITRES ESG

JEAN-FRANÇOIS VENNE

En raison de la montée de l'investissement responsable ces dernières années, les gestionnaires de portefeuille ont modifié leur approche de la sélection de titres pour inclure des facteurs ESG. Mais ils rencontrent de nombreux défis.

Les termes « investissement responsable » (IR) et « investissement ESG » sont devenus à peu près interchangeable, mais quelques nuances s'imposent. Ainsi, l'acronyme ESG réfère aux critères environnementaux, sociaux et de gouvernance eux-mêmes, comme les émissions de gaz à effet de serre (GES) ou la diversité de genre. Un produit financier sera donc plus ou moins responsable en fonction de l'importance qu'il accorde à ces critères dans le choix des titres qu'il contient.

La plupart des gestionnaires de portefeuille utilisent désormais des données ESG dans leur évaluation d'une entreprise ou d'un fonds, mais souvent de manière très différente. « Les stratégies d'investissement responsable s'étendent sur une ligne qui va de la simple intégration des facteurs ESG à l'investissement à retombées sociales (qu'on appelle *investissement d'impact* dans l'industrie) et la philanthropie », illustre Mathieu Blais, cofondateur de BeeQuest et gestionnaire de portefeuille.



« Nous préférons miser sur les données brutes, car cela réduit notre risque d'être affectés par les biais des pointages des agences. »

— Mathieu Blais



UNE PANOPLIE DE STRATÉGIES

À la base, les facteurs ESG viennent s'ajouter à l'évaluation des risques et des rendements d'une compagnie ou d'un fonds. Le gestionnaire en tient compte, mais ne leur accorde pas nécessairement la priorité dans ses choix. Certains franchissent un pas de plus en utilisant la sélection négative (exclusion de certains secteurs économiques comme le pétrole ou les armes) ou la sélection positive (inclusion ou surpondération de titres en fonction de certains critères ESG).

« Ces approches ne s'excluent pas mutuellement, précise Mathieu Blais. Chez BeeQuest, nous intégrons les facteurs ESG dans l'analyse de l'ensemble des compagnies que nous évaluons, selon les éléments qui sont pertinents à leur secteur d'activité. Cela permet de favoriser les meilleurs joueurs ESG, tout en éliminant les compagnies qui ne respectent pas certains critères jugés minimums selon nos gestionnaires de portefeuille. »

L'investissement à retombées sociales va plus loin et engage des fonds avec l'intention dès le départ d'engendrer des effets positifs et mesurables sur l'environnement ou la société. La question du rendement se pose dans un deuxième temps. La philanthropie, quant à elle, cherche uniquement à avoir une incidence positive, sans nécessairement générer de rendement.

« Devant autant d'approches différentes, c'est crucial de comprendre la vision de l'IR de notre client, pour lui proposer des produits qui s'alignent avec ses valeurs », juge Mathieu Blais.

ENCOURAGER L'AMÉLIORATION

La firme Addenda Capital, qui gère un actif de plus de 35 milliards de dollars, mise sur une équipe en IR et prend en considération les facteurs ESG dans ses décisions d'investissement. Bien qu'elle exclue certains secteurs, comme les armes controversées (ex. : mines antipersonnel), son approche est surtout basée sur l'engagement avec les entreprises.

« Une compagnie n'est pas ESG ou non-ESG; elle a plutôt des pratiques ESG qui peuvent se bonifier avec le temps, nuance Réjean Nguyen, directeur de l'équipe IR d'Addenda Capital. Nous voulons participer à l'amélioration de l'ensemble des entreprises, donc nous préférons faire jouer notre influence auprès d'elles plutôt que de les exclure. »

Le gestionnaire souligne lui aussi l'importance de bien comprendre les valeurs des clients et de créer des produits IR qui répondent à leurs attentes. Addenda propose, par exemple, un fonds sans combustible fossile et des produits de revenu fixe qui financent des émetteurs dont l'impact social et environnemental est positif. Elle offre également des stratégies de transition climatique, lesquelles investissent dans des entreprises qui appuient le passage à une société carbonéutre.

SÉPARER LE BON GRAIN DE L'IVRAIE

Les gestionnaires restent toutefois confrontés à des problèmes lorsque vient le temps de déchiffrer et de comparer les données au sujet des performances ESG des entreprises. « Il y a une douzaine d'années, c'était difficile d'obtenir de telles informations, alors qu'aujourd'hui le défi consiste plutôt à effectuer le tri dans la grande quantité d'informations disponibles et de trouver les plus robustes et pertinentes », estime Réjean Nguyen.



Sur des périodes de 3 ans, 5 ans et 10 ans, le rendement moyen des fonds d'investissement responsable a **surpassé le rendement moyen de leur catégorie d'actifs** dans les actions canadiennes et les actions américaines.

La tendance s'est toutefois inversée dans la dernière année, alors que les fonds d'actions IR ont perdu plus de valeur que la moyenne de leur catégorie d'actifs.



Environ **25 % des fonds d'IR canadiens ont surclassé le rendement moyen** de leur catégorie d'actifs entre le deuxième trimestre 2021 et le deuxième trimestre 2022.

Source: données de Morningstar compilées par l'Association pour l'investissement responsable.



« Nous voulons participer à l'amélioration de l'ensemble des entreprises, donc nous préférons faire jouer notre influence auprès d'elles plutôt que de les exclure. »
— Réjean Nguyen

En effet, aucune obligation réglementaire qui uniformiserait la divulgation des informations extrafinancières des entreprises n'existe en Amérique du Nord. Certains cadres ont émergé au fil des ans pour développer des normes de comptabilité de la durabilité, comme celui du Sustainability Accounting Standards Board (SASB) ou celui de la Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), mais leur usage demeure volontaire.

La création de l'International Sustainability Standards Board (ISSB), annoncée en novembre 2021, pourrait améliorer la situation. Cet organisme, qui possède un bureau régional à Montréal, vise à fournir des normes cohérentes et harmonisées pour la divulgation des données extrafinancières liées aux facteurs ESG. Elle mène un exercice d'intégration de plusieurs cadres, comme SASB, TCFD et bien d'autres.

On sent donc un vrai courant en faveur de l'adoption de cadres qui ajoutent de la rigueur dans la divulgation des données. «Cependant, nous restons dépendants de la volonté des entreprises de les utiliser ou pas», reconnaît Carl Pelland, vice-président, revenu fixe et co-chef des obligations de sociétés d'Addenda Capital.

AU-DELÀ DES POINTAGES ESG

Un vent d'harmonisation souffle également au sein des organisations qui décernent des cotes ESG aux entreprises, en raison d'une tendance à la consolidation. Ces dernières années, on a vu par exemple la firme Sustainalytics fusionner huit plus petites agences de notation ESG, avant que Morningstar l'achète en 2020. Vigeo Eiris a réuni deux agences (britannique et française) importantes, avant que Moody's l'acquière en 2019. MSCI, Bloomberg, FTSE Russell et S&P Global offrent aussi des services de notation ESG très utilisés.

Les gestionnaires de portefeuille ont donc accès à des données brutes — comme les émissions de GES, la consommation d'eau



VENTES NETTES DE FONDS COMMUNS ET DE FONDS NÉGOCIÉS EN BOURSE IR, 2018-2021

(en milliards de dollars)

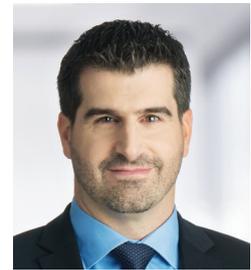


Source : IFIC

ou encore la diversité de la gouvernance d'une entreprise — et à des pointages fournis par des agences. Ces derniers peuvent cependant réserver de mauvaises surprises.

En France, par exemple, plusieurs fonds ESG détenaient des parts dans le géant des maisons de retraite médicalisées Orpea, qui jouissait d'une excellente cote sociale. Or, en janvier 2022, un ouvrage a exposé au grand jour les pratiques scandaleuses de l'entreprise, qui maltraitait massivement les personnes âgées. La société s'est rapidement écroulée en Bourse.

«Nous préférons miser sur les données brutes, car cela réduit notre risque d'être affectés par les biais des pointages des agences, explique Mathieu Blais. Cela nous évite, par exemple, de détenir dans nos fonds des compagnies qui ont une bonne cote ESG, mais qui ne correspondent pas vraiment à nos attentes.» La firme emploie une cinquantaine de mesures qui vont de la quantité d'émission de GES par millions de dollars de revenu à la diversité des conseils d'administration en passant par les relations avec les travailleurs, l'utilisation d'eau ou la production de déchets toxiques.



CARL PELLAND

UNE PÉRIODE DE TURBULENCES

Qui dit investissement dit recherche de rendement. La crainte que les placements durables rapportent moins que les investissements traditionnels a longtemps constitué l'un des principaux freins de l'IR. Cette peur avait reculé devant les nombreuses études qui ont démontré un lien entre les facteurs ESG et la bonne performance de certains fonds.

Depuis le début de l'année 2022, la remontée de la valeur de l'énergie sur les marchés financiers et la chute des titres des grandes sociétés technologiques (très présentes dans plusieurs fonds ESG) a donné de l'élan à certains produits financiers pas très portés sur les critères ESG. Même certains fonds ESG ont revu leur politique d'exclusion du secteur pétrolier. Bank of America révélait récemment que 6 % des fonds ESG européens détenaient des investissements dans Shell, contre aucun il y a un an.

Mais Mathieu Blais ne s'en inquiète pas outre mesure. «Nous croyons que les rendements à moyen et long terme des compagnies qui affichent de bonnes performances ESG ou qui travaillent pour améliorer leur bilan ESG seront meilleurs que ceux de leurs concurrents», soutient-il. ◀



POUR EN SAVOIR PLUS

Rapport trimestriel sur les fonds d'investissement responsable : faits saillants du T2 2022

www.riacanada.ca/fr/ > L'actualité de l'AIR > Rapport trimestriel sur les fonds d'investissement responsable : faits saillants du T2

Comment utiliser les cotes ESG pour trouver les meilleurs fonds IR

www.fundata.com > Nouvelles et événements > 2018 > Comment utiliser les cotes ESG pour trouver les meilleurs fonds IR



MILLANI

AJOUTER DE LA VALEUR

MARYSE GUÉNETTE

La société montréalaise de services-conseils en intégration des critères ESG Millani ne manque pas de boulot. Une partie de celui-ci consiste à éliminer la confusion en matière d'investissement responsable auprès des entreprises en Bourse, des gestionnaires de portefeuilles et des sociétés d'investissement.

Dès sa fondation, en 2008, Millani s'active à mettre en place des stratégies ESG pour ses entreprises clientes. Mais un jour, en regardant un classement économique de sociétés, Milla Craig réalise que plusieurs sont critiquées parce qu'elles n'en font pas assez comme entreprises citoyennes. « J'ai alors compris que les entreprises ne divulguaient pas le type d'information recherché par les investisseurs. C'est à ce moment charnière que Millani 2.0 est née. »

Millani offre des services-conseils sur l'intégration des questions ESG pour différents acteurs financiers et pour les entreprises : elle fait de la recherche, publie des études et analyses, signale les tendances du marché, donne de la formation et aide les sociétés émettrices à définir une stratégie ESG et à améliorer leur divulgations ESG et leurs communications aux investisseurs.

INFORMER ET COMMUNIQUER DE FAÇON TRANSPARENTE

Pour la fondatrice, présidente et chef de la direction de Millani, tous ces services sont liés. « Je dis souvent que ce qu'offre Millani est une boucle à l'image du chiffre 8. En aidant les investisseurs à intégrer les critères ESG dans leurs stratégies d'investissement, cela contribue à réduire leurs risques. Ensuite, nous réutilisons les connaissances acquises auprès de ces investisseurs pour affiner les orientations des entreprises. »

M^{me} Craig ne manque pas de pain sur la planche. « Il faut sans cesse mettre l'accent sur les attentes et les besoins des investisseurs quant aux questions environnementales, sociales et de gouvernance ayant une incidence sur la compétitivité et la réputation des entreprises. Ce faisant, nous amenons nos entreprises clientes à mieux déterminer les enjeux les plus importants et mieux les communiquer. Nous les aidons aussi à distinguer les diverses approches de placement responsable, car une certaine confusion persiste. »

Il faut le préciser, Millani n'indique pas à ses clients où investir. « Nous ne sommes pas là pour leur dire quoi faire, explique Erica Coulombe, vice-présidente chez Millani. Mais plutôt pour les aider à comprendre ce qui se passe sur les marchés et à saisir l'importance que cela peut avoir pour eux. Nous les aidons aussi à voir quelles sont leurs options et à déterminer leurs meilleurs leviers d'action en fonction notamment de leur vision et de leurs objectifs. »

Le processus amène investisseurs et entreprises à se poser des questions. « Pour certains, cela consiste essentiellement à se demander : "Est-ce que je peux intégrer ces facteurs à travers les différents processus d'investissement ?", poursuit M^{me} Coulombe. Alors que pour les entreprises, il s'agit d'identifier quels sont leurs enjeux matériels ESG et de déterminer comment répondre aux besoins informationnels des investisseurs. »

Car la communication est cruciale. « Il faut qu'elle soit claire, qu'il y ait de la transparence, insiste Milla Craig. Ultimement, c'est cela qui permet de diminuer les risques d'écoblanchiment. »

PLUS DE FEMMES

Millani a une équipe majoritairement féminine. Une décision d'entreprise ? Davantage un heureux hasard. « Nous aimerions engager des hommes, notre enjeu de diversité est inversé », répond sa dirigeante.

Dans le secteur des finances, il faut trouver des talents, ajoute-t-elle. « Nous cherchons d'abord des gens qui connaissent bien les marchés des capitaux. Cela est essentiel pour comprendre la motivation des investisseurs. »

Même chose pour la composition d'un conseil d'administration. « En matière de gouvernance, il faut regarder l'expertise des gens. Y a-t-il au CA quelqu'un en mesure de décortiquer les analyses portant sur les facteurs ESG ? Une personne qui connaît les questions climatiques ? Un spécialiste de la cybersécurité ? Et ainsi de suite. »

Elle fait remarquer justement que, puisque la présence de femmes aux conseils d'administration des entreprises est aujourd'hui importante pour les investisseurs, elle l'est aussi devenue pour les entreprises. ☛



« Il faut que la communication soit claire, qu'il y ait de la transparence. Ultimement, c'est cela qui permet de diminuer les risques d'écoblanchiment. »

— Milla Craig

INTÉGRATION DES FACTEURS ESG À LA CAISSE DE DÉPÔT



L'EXEMPLE INSTITUTIONNEL

JEAN-FRANÇOIS VENNE

La Caisse de dépôt et placement du Québec (CDPQ) doit assurer la prospérité et la protection des dépôts de ses clients, dont la grande majorité se compose de régimes de retraite. C'est dans cette optique qu'elle a établi son approche de l'investissement durable. Nous en avons discuté avec son chef de l'investissement durable, Bertrand Millot.



 Bertrand Millot

« C'est essentiel de tenir compte des facteurs ESG, et notamment de la qualité de la gouvernance, pour protéger la valeur des investissements de la Caisse. »

« L'intégration des facteurs ESG sert à créer de la valeur en positionnant notre portefeuille judicieusement et à nous mettre à l'abri de certains risques, explique Bertrand Millot. Faire la bonne chose pour la planète en découle, mais l'objectif primaire reste d'obtenir un rendement et un positionnement maximal du portefeuille, pour assurer l'avenir des retraites au Québec. »

La CDPQ voit une corrélation entre l'approche ESG d'une entreprise et sa performance. Réussir à bien gérer la durabilité exigerait une culture d'entreprise ouverte, agile, axée sur la collaboration, la diversité et l'inclusion et la mobilisation du personnel. Or, ce sont des facteurs de succès aussi sur le plan du rendement de la société.

L'investissement durable comporte également une fonction défensive. Bertrand Millot rappelle que les exemples de destruction de valeur liée à une mauvaise gestion des questions ESG abondent depuis plusieurs années. Il cite pêle-mêle les écrasements de deux Boeing 767 Max, qui ont révélé des problèmes de gouvernance majeurs, le « dieselpgate » de Volkswagen ou encore les frasques sexuelles d'Harvey Weinstein. « C'est donc essentiel de tenir compte des facteurs ESG, et notamment de la qualité de la gouvernance, pour protéger la valeur des investissements de la Caisse. »

DE NOUVEAUX OBJECTIFS

Sur le plan climatique, la CDPQ s'est engagée à détenir un portefeuille net zéro d'ici 2050 et devrait être entièrement sortie du secteur de la production pétrolière dès cette année. Elle entend tripler la valeur de son portefeuille d'actifs sobres en carbone par rapport à 2017 afin d'atteindre 54 milliards de dollars d'ici 2025. La Caisse sélectionne ces actifs « verts » en se basant sur les critères de la Climate Bonds Initiative.

L'an dernier, elle rehaussait la cible de réduction de l'intensité carbone de son portefeuille à 60 % d'ici 2030. Elle intègre donc le facteur climatique dans toutes ses décisions d'investissement, en plus de lier l'atteinte des objectifs climatiques à la portion variable de la rémunération de ses équipes. Elle a par ailleurs créé une enveloppe de transition de 10 milliards de dollars pour contribuer à la décarbonation des grands secteurs émetteurs de carbone.

La Caisse a en outre des objectifs sur le plan social, notamment dans la lutte contre les « planifications fiscales abusives » et dans l'équité, la diversité et l'inclusion (EDI). Elle a lancé en 2020 le fonds Équité 253, qui dispose de 250 millions de dollars à déployer sur quatre ans pour appuyer des entreprises canadiennes qui misent sur l'EDI comme moteur de performance. Actuellement, les femmes occupent 39 % des sièges de son comité de direction et un quart de ses postes en investissement alors qu'un quart de ses employés

s'identifie aux minorités visibles ou ethniques ou aux peuples autochtones.

Consciente de son poids comme grand investisseur, elle s'efforce d'engager les administrateurs et dirigeants des entreprises à améliorer leur bilan ESG et n'hésite pas à utiliser son vote d'actionnaire. «Nous votons, par exemple, contre la réélection des présidents des sous-comités de nomination des administrateurs ou contre les présidents de conseils d'administration des entreprises qui n'ont pas au moins 30 % de femmes dans leur CA», illustre Bertrand Millot.

UNE FORME DE RISQUE

Malgré l'importance qu'elle accorde à la qualité de la gouvernance des entreprises de son portefeuille, la CDPQ n'est pas à l'abri des erreurs. Son investissement dans Celsius Network — une société de prêt de cryptoactifs du New Jersey dont la mauvaise gouvernance a été mise sur la sellette lors de sa faillite en 2022 — lui a valu plusieurs critiques. Le président de la CDPQ, Charles Emond, a soutenu publiquement qu'il s'agissait d'une exception dans le vaste portefeuille de la Caisse et que la vérification diligente n'était pas toujours garante de succès.

Sans vouloir commenter ce cas directement, Bertrand Millot rappelle que tout investissement présente une part d'incertitude. «Dans certains secteurs, comme les mines, les dangers liés aux facteurs ESG et à la volatilité sont plus élevés, mais puisqu'un investisseur de notre taille doit conserver un portefeuille très diversifié, nous devons faire des choix. Nous tentons toujours de sélectionner les meilleurs dans chaque secteur, mais ça n'élimine pas complètement le risque qu'un investissement tourne mal.»

CHEF DE FILE

La Caisse estime par ailleurs avoir l'obligation morale de servir de modèle de durabilité aux plus petits gestionnaires. Cela passe en partie par de la transparence dans ses processus de décision, mais aussi par des discussions ou rencontres avec des gestionnaires pour présenter son approche.

La CDPQ s'engage auprès d'organismes locaux ou internationaux, comme Finance Montréal, dont elle a signé la Déclaration de la place financière québécoise pour une finance durable. Elle siège au conseil d'administration et à plusieurs comités de l'Alliance des propriétaires d'actifs Net

« Nous tentons toujours de sélectionner les meilleurs dans chaque secteur, mais ça n'élimine pas complètement le risque qu'un investissement tourne mal. »

Zéro. Elle participe à l'Investor Leadership Network et a rallié la Sustainable Markets Initiative, une coalition du milieu de la finance internationale pour accélérer la transition vers une économie plus durable. «Nous avons les moyens de contribuer à ces initiatives et d'effectuer des travaux techniques qui bénéficient par la suite de plus petits fonds», précise Bertrand Millot.

Reste que le contexte actuel semble moins favorable aux titres ESG. Ceux qui investissent à court terme constatent que les énergies fossiles ont pris beaucoup de valeur en Bourse depuis le début de l'agression russe contre l'Ukraine. Aux États-Unis, un véritable mouvement anti-ESG s'est mis en branle dans plusieurs États républicains. Les gouvernements de la Floride, de la Virginie-Occidentale, de l'Utah, du Minnesota, de la Louisiane et de l'Arizona ont proposé des lois pour empêcher les institutions de ces États de coopérer avec des gestionnaires qui intègrent les facteurs ESG dans leurs décisions. Un récent sondage de KPMG indiquait que 48 % des gestionnaires d'actifs nord-américains, européens et de l'Asie-Pacifique comptaient mettre leur stratégie ESG sur pause ou la réévaluer en 2022.

Bertrand Millot considère que le contexte actuel sur les marchés ne nuira pas à long terme à l'investissement ESG, puisque les défis qui rendent urgent le virage vers la finance durable n'ont pas disparu. Cependant, il reconnaît suivre avec une certaine inquiétude le mouvement anti-ESG au sud de la frontière. «Nous espérons que cela ne s'étendra pas, mais nous devons en tenir compte dans notre positionnement», admet-il. ◀



ACTIF NET DE LA CDPQ
AU 31 DÉCEMBRE 2021:
420 G\$.



EN 2021, LA CDPQ
DÉTENAIT
39 G\$
EN ACTIFS SOBRES
EN CARBONE.



EN 2021, LA CDPQ AVAIT
**RÉDUIT L'INTENSITÉ
CARBONE DE SON
PORTEFEUILLE DE
49 %** PAR RAPPORT
À 2017 ET 79 % DE SON
PORTEFEUILLE ÉTAIT
COMPOSÉ D'ACTIFS
SOBRES OU FAIBLES
EN CARBONE.



EN 2021, LA CAISSE
A DISCUTÉ ESG AVEC
194 ENTREPRISES
DE SON PORTEFEUILLE.

Source : Rapport d'investissement durable 2021 de la CDPQ



POUR EN SAVOIR PLUS

Rapport d'investissement durable 2021 de la CDPQ

www.cdpq.com > Approche > Investissement durable > Rapport d'investissement durable 2021

SECTION IR DU SITE DE L'AMF



DE L'AIDE POUR INFORMER VOS CLIENTS

MARYSE GUÉNETTE

Certains de vos clients sont intéressés par l'investissement responsable (IR) et vous cherchez de l'information bien vulgarisée à caractère neutre sur le sujet parce qu'ils vous disent ne pas en vouloir qui provienne de manufacturiers? Le site web de l'Autorité des marchés financiers (AMF) pourrait alors vous venir en aide.



« L'investissement responsable est un choix basé sur des principes. Mais c'est aussi un choix qui nécessite une analyse plus en profondeur. »

— Sylvain Thérberge

Depuis un moment déjà, l'AMF publie de l'information sur son site internet au sujet de l'IR. Si vous ne l'avez pas vue, c'est peut-être parce qu'elle se trouve dans la section Investissements, sous l'onglet Grand public.

« L'investissement responsable, c'est dans l'air du temps, confirme Sylvain Thérberge, directeur des relations médias à l'AMF. De plus en plus, les investisseurs veulent s'assurer que leur argent ne va pas dans les pétrolières ou dans des entreprises dont les objectifs ne correspondraient pas à leurs valeurs. » Selon lui, c'est pour cette raison et uniquement pour cette raison que l'AMF a choisi de publier de l'information à ce sujet. « Nous n'avons pas reçu de plaintes, et nous n'avons pas eu vent de préoccupations particulières de la part des consommateurs. »

POUR MIEUX CONNAÎTRE L'INVESTISSEMENT RESPONSABLE

Quoiqu'il en soit, sous le titre « Comment définir l'investissement responsable ou durable? », on trouve de l'information fort utile sur les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) susceptibles d'influencer les choix des consommateurs, une liste d'endroits où trouver des données ESG sur un fonds d'investissement ou une entreprise cotée en Bourse, des renseignements sur l'information que les entreprises doivent fournir pour chacun des trois facteurs ESG ainsi que la réglementation s'y rattachant. En plus, l'utilisateur a accès à un outil permettant de tester ses connaissances et à un lien menant à de l'information sur les crédits carbone et d'autres concepts qui y sont liés.

Selon M. Thérberge, en ce domaine, être bien renseigné est essentiel. Or, cela demande un certain effort. « L'investissement responsable

est un choix basé sur des principes. Mais c'est aussi un choix qui nécessite que l'on fasse un peu plus de recherche, que l'on pose des questions et que l'on procède à une analyse plus en profondeur. »

La personne qui tient à investir de manière responsable veut bien sûr obtenir un certain rendement. Mais elle tient aussi à ce que ses considérations éthiques soient respectées. « L'objectif ici est de s'assurer que le produit choisi correspond exactement aux objectifs ou aux principes de l'investisseur », dit M. Thérberge. Dans un portefeuille qui peut comprendre beaucoup d'entreprises, il ne faudrait pas qu'il y en ait une ou deux qui, bien qu'elles respectent les facteurs ESG chers à l'investisseur, s'adonnent à des activités discutables. »

Pour le reste, le travail du conseiller est le même, soit essentiellement de bien informer son client au sujet des produits d'investissement, de faire en sorte que ceux qu'il lui présente conviennent à son profil d'investisseur ainsi qu'à ses objectifs à court, à moyen ou à long terme tout en suivant l'évolution de sa situation. ◀



POUR EN SAVOIR PLUS

Site web de l'Autorité des marchés financiers (AMF)

www.lautorite.qc.ca > Grand public
> Investissements > Investissement responsable ou durable

NOS FORMATIONS

100% CSF

N°	TITRE	Conformité	UFC					
			Assurance de personnes	Assurance collective de personnes	Épargne collective	Plans de bourses d'études	Matières générales	
52602 à 52608	ProConseil (cours obligatoire 2019-2023) – Découvrez toutes nos formules en ligne	↔	de 3 à 5					
39589	Administration au quotidien de l'assurance collective			2				
57646	Amour et argent, ça peut faire bon ménage?		1					
14465	Cas vécus et déontologie en assurance de personnes		2	1				
54577	Comprendre le phénomène des conseillers-robots		1					
57349	Comprendre le rapport de confiance du client: la neuroscience en appui à votre démarche							1
57350	Démystifier la dynamique financière du couple pour mieux conseiller les conjoints		2					
57481	Gestion et protection des renseignements personnels		1					
25750	L'analyse des besoins d'assurance invalidité		3	1				
27273	L'analyse des besoins d'assurance vie			6				
28036	L'analyse des besoins d'épargne		1		4			
24902	L'analyse des besoins financiers			2				
24735	L'encadrement professionnel du conseiller en sécurité financière		2					
29004	L'intégration des concepts – (Préalable: 9 autres formations)			3		1		
53942	La conformité à l'ère du numérique		1					
36006	Le préavis de remplacement démystifié		4					
20751	Le RREGOP: être mieux outillé pour aider son client à faire les bons choix				3			
33345	Les produits d'assurance invalidité			3	1			
27644	Les produits d'assurance vie			3	1			
28200	Les produits d'épargne					5		
54578	Que veut le consommateur de demain?							1
32140	Régime volontaire d'épargne-retraite (RVER): savoir pour mieux conseiller		1		1			
56903	Semblables, mais différents: fonds distincts et fonds communs de placement		1	1		1		
55462	Testez vos connaissances en déontologie (partie 1)		1					
55463	Testez vos connaissances en déontologie (partie 2)		1					
25751	Tout sur le CELI		2			2		
6251	Tout sur le REEE						6	
23158	Transfert intergénérationnel du patrimoine		3	2				

Formation interactive Formation vidéo Formation aussi offerte en anglais Cours obligatoire

Voir tous les détails sur l'attribution des UFC et les formations reconnues par l'IQPF au chambresf.com.

OFFREZ-VOUS LE COURS OBLIGATOIRE EN CADEAU

Profitez de la pause des Fêtes pour suivre le cours obligatoire en conformité ProConseil. Son mode de visionnement flexible vous permet d'en arrêter et d'en reprendre la progression à tout moment. Découvrez le cours ProConseil qui convient à votre pratique au chambresf.com et prenez la résolution de le terminer bien **avant le 30 novembre prochain!**



PROCONSEIL

**COURS OBLIGATOIRE
EN CONFORMITÉ
DE LA CSF**



Chambre
de la sécurité
financière

UN PLUS POUR
VOTRE DÉVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL