



Perspectives de *l'industrie*

Hiver 2022

Notre appui. Votre croissance.

La Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie est membre du groupe Sun Life.
© Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie, 2022. 820-5160-03-22



Dans ce numéro

Surappréciation des devises et baisse des attentes en matière de retraite.....	3
À la recherche de valeurs refuges dans un contexte de rendements réels négatifs	4
L'insouciance vis-à-vis des changements climatiques aura de fâcheuses répercussions sur le secteur financier (et sur nous tous)	5
Engagez le dialogue avec les Clients existants et potentiels par l'intermédiaire des réseaux sociaux.....	6
Les Canadiens investissent des sommes colossales dans les FNB	6
Fidélisez votre clientèle. Démontrez la valeur de vos conseils.....	7
Perspectives sur les marchés en 2022.....	8
Attirer des Clients à valeur nette élevée est plus facile à dire qu'à faire	9
Un contenu de qualité rehausse la marque. Une marque solide attire de nouveaux Clients.....	10
Conseils aux conseillers qui planifient leur relève	11
Les jetons non fongibles sont-ils spéculatifs?	12
Les actifs numériques et la planification successorale.....	13

Surappréciation des devises et baisse des attentes en matière de retraite

L'inflation a des répercussions sur nous tous, mais tout particulièrement sur les retraités.

Le taux d'inflation au Canada est actuellement de 4,7 %, soit le plus haut taux jamais atteint depuis 1991. La pandémie de COVID-19 en est la principale cause, ainsi que la demande des consommateurs qui n'a pas diminué, alors que nous traversons une crise d'approvisionnement.

Même une courte période d'inflation accrue peut contraindre les retraités à retirer plus d'argent de leur épargne-retraite qu'ils n'avaient anticipé. Dans certains cas, ils pourraient devoir continuer d'effectuer des retraits plus élevés pour le reste de leur vie.

En voici un exemple :

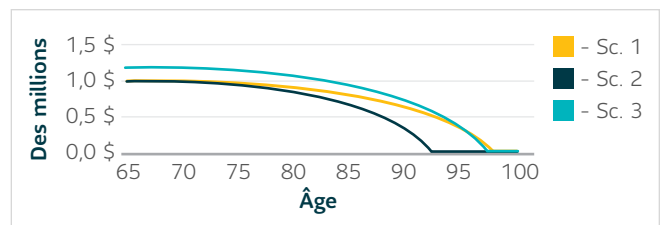
Harriet a 65 ans. Elle a déterminé qu'elle aura besoin d'un revenu annuel indexé sur l'inflation de 40 000 \$ pour subvenir à ses besoins au cours de la retraite. En supposant un taux de retrait conventionnel et initial de 4 %, et un taux de croissance moyen de 4 % de ses placements, elle aura donc besoin d'épargner un million de dollars dans son régime d'épargne-retraite.

Envisagez d'investir tactiquement

Nombreux sont ceux qui pensent à tort que les actions généreront toujours des rendements qui combattront l'inflation et protégeront leur capital contre la dépréciation des devises. Les données historiques démontrent que cela n'est pas toujours le cas. Les actions peuvent être des placements plus sûrs en période haussière (p. ex., de 1921 à 1928, de 1949 à 1965 et de 1982 à 1999), mais ce n'est généralement pas le cas en période baissière (p. ex., de 1900 à 1920, de 1929 à 1948 et de 1966 à 1981). Cependant, certaines actions ont affiché une meilleure performance que d'autres au cours des replis du marché. L'indice canadien S&P/TSX a souvent dépassé l'indice américain S&P 500 durant les périodes baissières. Cela peut s'expliquer par la pondération accrue des secteurs des services financiers et de l'énergie. Ces secteurs tendent à être plus résilients en périodes difficiles, et plus en mesure de répercuter la hausse des prix sur les Clients.

Source : [Advisor's Edge](#) (en anglais seulement)

Scénario	Taux d'inflation hypothétique	Dépôt initial	Âge de Harriet lorsque ses placements cesseront de subvenir à ses besoins au cours de la retraite
1 (cas de référence)	2 % d'inflation à vie	1 000 000 \$	97
2	4,5 % d'inflation pendant 2 ans, puis 3 % par la suite	1 000 000 \$	91
3	Identique au scénario 2	1 170 000 \$ (17 % de plus)	97



À RETENIR :

Les conseillers devraient soumettre les plans de retraite de leurs Clients à un test de tension afin de s'assurer qu'ils sont à l'épreuve d'une inflation plus élevée. Une position tactique en actions pourrait aider les portefeuilles à traverser les périodes baissières.

À la recherche de valeurs refuges dans un contexte de rendements réels négatifs

Envisagez d'investir dans des valeurs refuges qui pourraient mieux convenir aux Clients.

Selon la Banque du Canada, le rendement de l'obligation à 10 ans est actuellement de 1,5 %. L'inflation a atteint un sommet de 30 ans, soit 4,7 %. Ces deux facteurs produisent un rendement réel de -3,2 %. La Banque du Canada assure les Canadiens que l'inflation est transitoire et fait son possible pour éviter une dépréciation prolongée de notre argent.

Le marché a déjà pris en compte six hausses de taux d'intérêt en 2022. Si ces hausses se produisent comme prévu, les détenteurs d'obligations pourraient obtenir des rendements nominaux négatifs avec la soudaine révision à la baisse des valeurs marchandes. Cela pourrait se produire lorsque les épargnants se tourneront vers les nouvelles émissions d'obligations au détriment des anciennes obligations.

La dette du gouvernement a atteint un niveau sans précédent, et la croissance économique est sensible à l'inflation. Certains croient qu'il est peu probable que la Banque du Canada augmente les taux de manière substantielle; le cas échéant, le gouvernement pourrait se retrouver dans une situation de trésorerie risquée, ce qui pourrait nuire à la croissance économique du Canada et prolonger la période inflationniste (durant laquelle le taux d'inflation demeurerait supérieur à 2 %).

Les obligations servent habituellement à réduire les risques dans les portefeuilles. Mais, la hausse attendue des taux d'intérêt et l'incertitude entourant l'inflation ont poussé plusieurs épargnants à chercher d'autres options de placement.

Avez-vous envisagé d'autres options de placement?

- Actions privilégiées à taux variable ou à taux révisable
- Obligations indexées sur l'inflation
- Obligations étrangères ou convertibles
- Assurance-vie permanente (p. ex., assurance vie entière ou universelle avec participation)

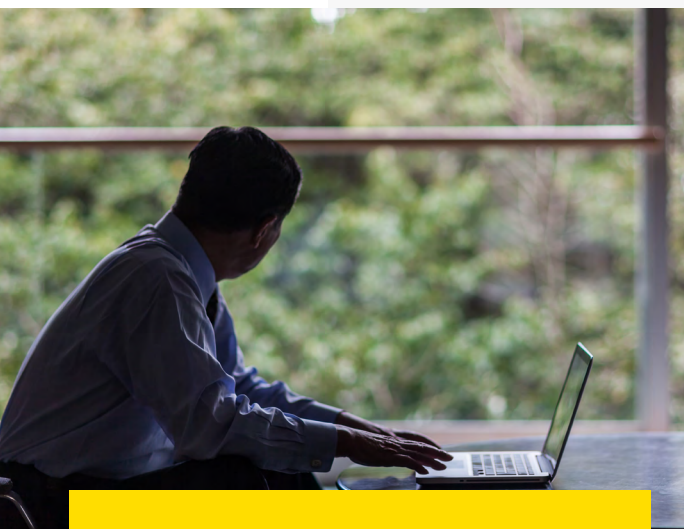
Source : [Investment Executive](#) (en anglais seulement)

À RETENIR :

En période difficile, il est plus important que jamais d'investir dans des valeurs refuges. Toutefois, il est souvent préférable d'éviter de faire des changements radicaux seulement pour suivre une tendance.

L'insouciance vis-à-vis des changements climatiques aura de fâcheuses répercussions sur le secteur financier (et sur nous tous)

La Sun Life et cinq autres institutions financières ont participé à une nouvelle étude instructive.



À RETENIR :

Les conseillers devraient consentir à tous les efforts nécessaires pour se tenir informés au sujet des changements climatiques et de la manière dont ces derniers pourraient affecter les placements des Clients. [Pour en savoir plus, consultez le rapport intitulé Environmental, Social and Governance Issues In Investing \(en anglais seulement\), publié par le CFA Institute.](#)

Selon une nouvelle étude menée par la Banque du Canada et le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF), le report de la mise en place de mesures politiques visant à combattre les changements climatiques aggraverait les répercussions économiques négatives et les risques auxquels le secteur financier doit faire face. L'analyse a examiné les conséquences qu'entraînerait la transition vers une économie à faibles émissions de carbone selon quatre scénarios différents. Chaque scénario était établi en fonction d'une période donnée et de la sévérité des émissions, ainsi que du taux de réduction nécessaire.

L'étude a démontré que de ne pas tenir compte des risques pourrait faire subir des pertes soudaines et importantes aux institutions financières et aux investisseurs. Cela pourrait aussi retarder les investissements nécessaires pour réduire l'impact des changements climatiques. L'analyse n'a pas tenu compte des risques physiques, qui feront l'objet d'une autre étude. Les risques physiques et les efforts pour les limiter pourraient aussi avoir une incidence sur les économies mondiale et canadienne, ainsi que sur le système financier.

À mesure que plus de données seront disponibles, les préoccupations entourant les changements climatiques ne seront plus seulement des allusions abstraites au sujet de dangers hypothétiques, mais seront exprimées sous forme de prévisions au sujet des impacts financiers concrets. Les gouvernements interviendront probablement en poussant les industries à faire leur part. Cela aura un impact majeur sur la façon dont nous faisons des affaires et investissons. Les discussions avec les Clients au sujet des occasions de placement en fonction des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) deviendront rapidement monnaie courante.

Source : [Investment Executive](#) (en anglais seulement)

Engagez le dialogue avec les Clients existants et potentiels par l'intermédiaire des réseaux sociaux

Tirez parti de contenus de qualité pour rejoindre votre public cible.

Communiquez-vous en ligne avec les Clients? Vous pouvez utiliser les réseaux sociaux pour personnaliser votre marque et augmenter votre visibilité auprès des Clients existants et potentiels. Afin d'exploiter les réseaux sociaux efficacement, vous devez savoir quelles plateformes votre public cible et vos Clients utilisent. Une fois que vous saurez où concentrer vos efforts, vous pourrez créer et publier du contenu de qualité qui suscitera l'intérêt de votre public cible. Il est important de vous assurer que votre marque, ainsi que le langage et le ton de vos communications sont cohérents dans l'ensemble de vos publications et sur toutes les plateformes. Employez un ton avenant qui encourage les interactions. Les réseaux sociaux sont un outil de communication à deux sens. Grâce à eux, vous pouvez établir de bonnes relations avec les Clients existants et potentiels, et gagner leur confiance.

Source : [Forbes](#) (en anglais seulement)

À RETENIR :

Les réseaux sociaux sont un outil important permettant aux conseillers d'engager le dialogue avec les Clients existants et potentiels. Une fois que vous avez déterminé où concentrer vos efforts, vous créez du contenu à l'image de votre marque qui invite votre public cible à communiquer avec vous. Les interactions numériques sont une des façons d'augmenter votre visibilité et d'offrir une expérience Client exceptionnelle.

Les Canadiens investissent des sommes colossales dans les FNB

Les FNB utilisent dorénavant les cryptomonnaies physiques pour diversifier leurs portefeuilles.

En 2021, les Canadiens ont investi des sommes colossales dans les FNB, les fonds communs de placement et les comptes d'épargne. Le flux annuel des capitaux investis dans les FNB a augmenté de 27 % pour atteindre 323,1 milliards de dollars au total.

En février 2021, le Canada a lancé le premier FNB de cryptomonnaies physiques. En moins d'un an, des actifs s'élevant à 5,9 milliards de dollars ont été investis dans plus de 30 produits. Le marché des FNB est effectivement plus diversifié et offre toute une gamme de nouveaux produits de plus petite taille.

Même le vaste marché des fonds communs de placement offre dorénavant des FNB. À la fin du mois de novembre 2021, environ 2 000 milliards de dollars d'actifs étaient investis dans des fonds communs de placement. Les FNB représentaient 13 % de ces fonds communs de placement, et les ventes s'élevaient à 112 milliards de dollars. En 2020, les ventes totales de FNB dans les fonds communs de placement s'élevaient à 32 milliards de dollars.

Source : [Investment Executive](#) (en anglais seulement)

À RETENIR :

Les FNB sont devenus une façon populaire d'investir l'argent des épargnants. Ils confèrent de la flexibilité et plus d'options d'investissement aux Clients qui en détiennent dans leur portefeuille.

Fidélisez votre clientèle. Démontrez la valeur de vos conseils.

Les conseillers peuvent aider les investisseurs autonomes à éviter des risques indus.

L'investissement autonome est de plus en plus populaire. En 2020, les Canadiens ont ouvert 2,3 millions de comptes d'investissement autogérés. Nombreux sont ceux qui choisissent d'investir de manière autonome lorsqu'ils décident de commencer à épargner. Cependant, ils ont besoin de vos conseils pour savoir comment investir.

La génération Y est l'un des segments de la clientèle qui pourrait bénéficier tout particulièrement de vos conseils. Ils sont plus nombreux à vouloir investir de manière autonome, et souvent, ils sous-estiment la valeur des conseils. Afin de susciter l'intérêt des Clients de la génération Y, transmettez-leur des connaissances financières, parlez-leur de tolérance au risque, de sécurité et de durabilité. Expliquez-leur que les conseils financiers vont au-delà des placements, des frais et des rendements. Sans vos conseils, les Clients de la génération Y pourraient perdre plus qu'ils ne gagnent.

Les investisseurs autonomes pourraient aussi faire face à des défis associés aux placements risqués qu'ils effectuent sans s'être bien informés au sujet des risques avant d'investir. Par exemple, les investisseurs autonomes pourraient investir dans des actions mêmes (c.-à-d., des actions qui gagnent rapidement en popularité sur les médias sociaux) plutôt que de chercher à avoir un portefeuille équilibré. Ils pourraient ne pas voir les risques qui sont liés à ce type d'investissement en période de récession. Les investisseurs autonomes pourraient aussi ne pas savoir quels types d'investissements doivent être détenus dans quels types de comptes. S'ils avaient cette information, ils pourraient éviter de payer de l'impôt, tant au Canada qu'à l'étranger. Il est important qu'ils reconnaissent la valeur des conseils afin de faire preuve de prudence dans leurs placements.

Source : [Advisor's Edge](#) (en anglais seulement)



À RETENIR :

Étant donné le nombre croissant d'investisseurs autonomes, il est plus important que jamais de promouvoir la valeur des conseils. Ces investisseurs ont besoin de vos conseils. Saisissez les occasions de les aider à faire face aux défis et aux risques liés aux placements en leur fournissant de l'information exacte.

Perspectives sur les marchés en 2022

Un rapport publié par Placements Mackenzie indique que chaque variant aura un impact décroissant sur les marchés des capitaux.

Cette année, la COVID-19 aura un impact amoindri sur les marchés, lesquels prêteront attention à d'autres facteurs économiques, dont les suivants* :

- **L'inflation.** Même si l'inflation dépasse la barre des 2 %, la déflation et les gains de productivité devraient suffire à la maîtriser.
- **Les banques centrales.** Les décisions des banques centrales peuvent influencer les prix des produits de base, les taux de change, ainsi que les cours des actions et des obligations.
- **La croissance économique de la Chine.** La croissance de l'économie chinoise devrait s'améliorer, et l'on s'attend à ce que la pénurie de main-d'œuvre et les problèmes d'approvisionnement soient surmontés.

Attentes du marché

Placements Mackenzie est optimiste en ce qui a trait aux actions canadiennes en 2022, et privilégie les institutions bancaires et les sociétés du secteur de l'énergie. Les banques canadiennes s'en sont mieux tirées que leurs partenaires mondiaux en raison des taux d'intérêt plus bas. La hausse des prix des produits de base a aidé les producteurs d'énergie en générant des flux de trésorerie qui ont renfloué leur situation financière. Les investisseurs canadiens devraient s'attendre à une seconde année de gains boursiers et de rendements obligataires négatifs.

Source : [Advisor's Edge](#) (en anglais seulement)

À RETENIR :

Les conseillers devraient continuer d'adopter une approche équilibrée pour les placements. Les tendances temporaires des marchés sont, comme le nom l'indique, temporaires.

* Cet article a été rédigé en décembre 2021. La situation en Ukraine pourrait aussi avoir des répercussions sur les marchés en 2022.

Attirer des Clients à valeur nette élevée est plus facile à dire qu'à faire

Dans cet article, nous examinons ce que doivent faire les sociétés de services-conseils pour attirer des Clients à valeur nette élevée.

Les conseillers qui cherchent à attirer plus de Clients à valeur nette élevée ont besoin de repenser tous les aspects de leurs activités, notamment leur offre de services et leurs stratégies de marketing.

Réduction de la base de clientèle

Ils doivent tout d'abord déterminer le type de Clients qu'ils veulent garder et le type de Clients potentiels qu'ils veulent attirer. Ils établissent ensuite des critères relatifs aux actifs investissables (montant minimum) et à leur provenance. Les propriétaires d'entreprises dont la richesse est très concentrée sont habituellement le type de Clients ciblés.

Les conseillers doivent, en même temps, réduire leur base de clientèle. Les Clients fortunés ont des besoins financiers plus complexes et nécessitent donc généralement plus de temps et d'attention que ceux dont la fortune est plus modeste. Les comptes moins importants peuvent être transférés à un autre conseiller de la firme, ce qui libérera du temps.

Nouvelle offre de services

L'offre de services doit être repensée afin d'offrir celle qui répond aux besoins des Clients à valeur nette élevée. L'offre devrait comprendre des services relatifs à la planification fiscale et successorale, ainsi qu'à la gestion de patrimoine et des dons philanthropiques. Les Clients fortunés s'attendent à ce que leur conseiller coordonne tous leurs services professionnels, notamment les services juridiques et comptables. Les conseillers peuvent saisir l'occasion d'offrir des services à valeur ajoutée en créant un portail sécurisé où sont publiés tous les documents financiers, auxquels les Clients peuvent accéder facilement.

Engagement du dialogue avec les centres d'influence

En établissant des relations avec les conseillers juridiques, les comptables et d'autres professionnels de la planification successorale, les conseillers peuvent saisir de nouvelles occasions d'affaires grâce aux recommandations. Pour ce faire, ils peuvent créer un réseau virtuel regroupant tous les professionnels qui s'occupent des affaires de leurs Clients, ce qui renforcera les relations avec les centres d'influence. Les conseillers communiquent d'abord avec les comptables, conseillers juridiques et assureurs qui ont le profil recherché. Après avoir obtenu le consentement nécessaire, les professionnels se réunissent ensuite en petits groupes pour discuter des besoins des Clients et trouver des solutions. Les centres d'influence pourront, au fil du temps, recommander les services du conseiller à d'autres Clients à valeur nette élevée.

Source : [Wealth Management](#) (en anglais seulement)

À RETENIR :

Les conseillers devraient revoir leur offre de services et leurs stratégies de marketing afin d'attirer des Clients fortunés. En outre, ils devraient réduire leur base de clientèle et établir des relations avec les centres d'influence.

Un contenu de qualité rehausse la marque. Une marque solide attire de nouveaux Clients.

Le contenu que vous publiez sur les réseaux sociaux facilite les recommandations.

Il y a un lien direct entre le contenu et la stratégie de marketing d'un conseiller et les recommandations faites par les Clients fortunés. Voici trois raisons pour lesquelles le contenu promotionnel publié par un conseiller peut convaincre les Clients de recommander ses services :

Facile à partager : Lorsqu'un conseiller crée du contenu, il est facile pour les Clients de le partager avec des gens de son entourage. Cela crée des occasions d'engager le dialogue avec des Clients potentiels, et ce, rapidement et sans effort. Le partage peut consister à transférer une vidéo, à envoyer un article dans un message ou à identifier un ami. Il peut se faire sans l'intervention du conseiller, ou celui-ci peut suggérer aux Clients d'envoyer le contenu à des gens de leur entourage. Une vidéo dans laquelle vous vous présentez peut être facilement partagée, et est un excellent moyen de vous faire connaître auprès de Clients potentiels.

Occasions de partager du contenu : Vous avez moins de chances d'attirer des Clients potentiels si vous ne créez pas de contenu. En publiant du contenu, vous maximisez votre visibilité et les possibilités que vos Clients existants partagent vos publications avec des gens de leur entourage, ce qui augmente, par la même occasion, le nombre de recommandations.

Désir de partager : Pensez à la série télévisée que vous avez partagée avec un ami, ou au restaurant que vous avez suggéré à votre collègue. Vous avez recommandé cette série télévisée et ce restaurant, car vous les aviez trouvés uniques ou spéciaux. Il en va de même pour le contenu qu'un conseiller publie sur son réseau social. Les Clients sont plus enclins à partager du contenu de qualité et utile; les conseillers devraient donc consentir tous les efforts nécessaires pour publier du contenu utile et divertissant.

La plupart des conseillers affirment que les recommandations sont la principale source d'affaires nouvelles. Le contenu promotionnel peut contribuer à attirer l'attention de Clients potentiels. Augmentez votre visibilité en publiant du contenu pertinent et utile sur votre réseau social, lequel est aussi un excellent moyen d'établir et de maintenir des relations.

Source : [Oechsli](#) (en anglais seulement)

Quel type de contenu votre conseiller crée-t-il?

	Recommandations envoyées au cours des 12 derniers mois	
	0	5+
Vidéos	29 %	52 %
Articles	26 %	44 %
Balado	6 %	22 %
Bulletin	52 %	61 %

Comment évalueriez-vous la présence de votre conseiller sur les médias sociaux?

	Recommandations envoyées au cours des 12 derniers mois	
	0	5+
Excellente	3 %	46 %
Supérieure à la moyenne	12 %	35 %
Moyenne	24 %	13 %
Sous la moyenne	12 %	2 %
Très mauvaise	5 %	0 %
Je ne sais pas	44 %	4 %

À RETENIR :

Montrez aux Clients potentiels que vous vous démarquez de la concurrence par la qualité et l'originalité du contenu que vous publiez sur votre réseau social. Encouragez les recommandations en mettant en exergue votre professionnalisme et votre expertise. Avant d'envoyer des courriels, assurez-vous de toujours respecter vos obligations en vertu de la Loi canadienne anti-pourriel.

Conseils aux conseillers qui planifient leur relève

Pourquoi et comment devriez-vous créer votre propre plan de relève pour votre entreprise et vos Clients?

En tant que conseiller, vous savez sans doute créer un plan de relève. Mais avez-vous créé un plan de relève pour votre propre entreprise en prévision de votre retraite? Voici les raisons pour lesquelles vous devriez en préparer un, ainsi que des conseils pour vous aider à recueillir les renseignements nécessaires.

1. Évaluez vos activités et préparez les Clients à la retraite de leur conseiller

Un conseiller a besoin de documenter les détails relatifs à son modèle de gestion, ainsi que les qualités et les besoins des Clients, notamment en ce qui concerne :

- la communication avec les Clients;
- le choix des placements;
- la planification financière et fiscale;
- la facturation des services aux Clients.

2. Divulgez vos secrets commerciaux et vos processus à votre successeur

À l'approche de votre retraite, vous devez, dans la mesure du possible, transmettre le plus de connaissances possible à votre successeur afin d'assurer une transition sans heurts. Par exemple, vous devez lui montrer comment vous présentez les solutions aux Clients, vos méthodes ainsi que les secrets qui ont assuré le succès de votre entreprise.

3. Informez les Clients de votre retraite éventuelle et du plan de relève que vous avez mis en place

Attendez d'avoir mis en place votre plan de relève pour informer vos Clients de votre départ à la retraite. Cela les rassurera et les incitera à continuer de faire affaire avec votre entreprise après votre départ. Une fois que le plan de relève est mis en œuvre, informez les Clients au sujet de votre successeur ou de l'équipe qui s'assurera de la qualité des services qu'ils recevront après que vous aurez pris votre retraite.

4. Fixez une date pour votre départ à la retraite

Vous devriez informer les Clients de la date à laquelle vous envisagez de prendre votre retraite, et ce, avant celle-ci. Avisez les Clients le plus tôt possible, idéalement un an d'avance. Cela vous permettra de mettre en œuvre votre plan de relève et de les rencontrer pour un dernier examen annuel de leurs comptes, en compagnie de votre successeur. Si vous ne pouvez pas aviser vos Clients de votre départ à la retraite un an d'avance, vous devriez mettre en œuvre votre plan de relève au cours d'une période occupée, comme la saison des impôts, des REER, des CELI et des REEE).

Source : [Investment Executive](#)
(en anglais seulement)

À RETENIR :

Un plan de relève est considéré comme une réussite lorsqu'il permet de s'assurer que les Clients sont satisfaits du successeur. Votre successeur devrait être en mesure de leur rendre tous les services que vous leur rendiez, voire plus. Si vous envisagez de prendre votre retraite bientôt, préparez dès maintenant votre plan de relève. Vous devriez informer le plus tôt possible les Clients au sujet de votre départ éventuel à la retraite et de votre plan de relève une fois celui-ci mis en place, même si vous n'avez pas encore fixé de date ferme pour votre départ.

Les jetons non fongibles sont-ils spéculatifs?

Quelles sont les implications de l'essor des jetons non fongibles pour les conseillers?

Les jetons non fongibles (JNF) s'apparentent aux cryptomonnaies. Ils se fondent sur les mêmes principes relatifs à la chaîne de blocs pour programmer et enregistrer les opérations et la propriété d'actifs numériques. Les actifs non fongibles doivent d'abord être segmentés en unités et identifiés numériquement. Cela signifie qu'une chaîne de code doit leur être assignée. Les opérateurs doivent ensuite enregistrer le code et l'envoyer à un registre décentralisé. La propriété des actifs numériques devient alors tangible, c'est-à-dire qu'elle peut être achetée et vendue.

Tout actif peut être identifié numériquement, s'il y a lieu de le protéger et de l'identifier numériquement, comme un acte de propriété, une voiture de luxe, un contrat d'emploi ou des redevances. Cela simplifie la négociation et le transfert de propriété de ces actifs. L'identification numérique de titres et leur négociation en dehors des réseaux traditionnels sont aussi possibles. Les actifs non fongibles permettent aux investisseurs d'accéder à plus de 20 000 catégories d'actif, plutôt qu'à seulement 15 à 20.

Selon une étude menée par Kathryn Harrison, fondatrice et présidente-directrice générale de Magpie (fournisseur de technologie financière qui se spécialise dans l'essai bêta d'une plateforme permettant aux conseillers de recueillir et de surveiller des données sur les actifs non fongibles détenus par les Clients, notamment le rendement de ces actifs), moins de 10 % des conseillers offrent à leurs Clients d'investir dans les cryptomonnaies. Cependant, ce type d'instrument de placement vaut la peine d'être envisagé comme produit à offrir à la clientèle. Selon des sondages menés par Piplsay, CNBC et Spectrem Group, 49 % des investisseurs de la génération Y détiennent des cryptomonnaies. Les mêmes sondages révèlent également que la moitié des millionnaires de la génération Y détiennent des actifs non fongibles. Les collecteurs d'actifs non fongibles peuvent vouloir faire affaire avec un conseiller afin de mieux comprendre comment ils doivent gérer leurs placements dans des actifs non fongibles et quelles incidences ces actifs ont sur leur portefeuille. Les conseillers devraient saisir l'occasion de se démarquer de la concurrence en démontrant leur expertise dans ce type d'investissement.

Source : [Wealth Management](#) (en anglais seulement)



À RETENIR :

Les actifs non fongibles ont un plus grand impact sur les activités des conseillers que les cryptomonnaies. Ils sont l'expression des droits de propriété numériques à l'ère où presque toute chose peut être numérisée. Les conseillers devraient s'informer sur la manière dont les actifs sont valorisés aujourd'hui, et sur l'incidence des actifs non fongibles sur les portefeuilles des Clients.

Les actifs numériques et la planification successorale

Trois mythes au sujet de la planification successorale appliquée aux actifs numériques.

Les actifs numériques demeurent l'un des biens les moins bien compris en planification et en administration successorales. Trois mythes circulent au sujet de cette nouvelle catégorie d'actif et de leur intégration dans la planification successorale :

1. 1^{er} mythe : Tous les actifs numériques sont de même nature

Les actifs numériques ne sont pas tous de même nature. Par exemple, ils peuvent prendre la forme de courriels ou de points de fidélisation. Les conseillers en planification successorale doivent traiter chacun de ces actifs de manière séparée, en fonction de leur valeur particulière aux yeux des Clients. Les conditions d'utilisation en cas de décès diffèrent d'un fournisseur à l'autre.

Informez-vous au sujet des caractéristiques de chaque actif et préparez un plan successoral qui en tient compte. Cela assurera que les actifs numériques sont bien gérés après le décès.

2. 2^e mythe : Les gestionnaires de mots de passe et les listes sur papier sont la solution

Le partage des mots de passe semble être la solution pour faciliter le transfert des actifs numériques. Cependant, les conditions d'utilisation établies par les fournisseurs de services interdisent aux propriétaires des comptes de divulguer leurs mots de passe. Une personne autre que le propriétaire d'un compte numérique pourrait engager sa responsabilité légale en tentant d'accéder à un compte d'une personne décédée.

Encouragez les Clients à se prévaloir des options en cas de décès qu'offrent les fournisseurs de services et à obtenir des conseils juridiques. En ce qui a trait aux actifs numériques importants, encouragez les Clients à utiliser des comptes commerciaux plutôt que des comptes personnels, car ils offrent souvent la possibilité de donner le droit d'accès aux comptes à plusieurs utilisateurs.

3. 3^e mythe : La désignation d'un liquidateur d'actifs numériques est la solution

Un liquidateur d'actifs numériques n'est pas une fonction reconnue par la Loi. Dans leur testament, les Clients devraient nommer une personne qui sera responsable de s'occuper de leurs actifs numériques à leur décès. En outre, des directives et de l'information sur le soutien technique auquel cette personne pourrait faire appel, au besoin, devraient être recueillies dans un document comme autre mesure visant à faciliter la gestion des actifs numériques en cas de décès de leur propriétaire.

Source : [FORUM Magazine](#) (en anglais seulement)

À RETENIR :

Il est essentiel que les conseillers sensibilisent les Clients à l'importance des actifs numériques et à l'impact de ces derniers sur leur plan successoral.