

ÉTUDE SUR LES PERCEPTIONS DES CONSEILLERS FINANCIERS

À L'USAGE DES CONSEILLERS(ÈRES)
UNIQUEMENT

Tous droits réservés, Environics 2022. Le présent document est exclusivement réservé aux conseillers qui ont participé à l'Étude 2022 sur les perceptions des conseillers financiers. Il n'a pas été conçu pour servir à des fins de marketing ni à des fins promotionnelles.

2022

INTRODUCTION

L'année dernière a marqué la 27^e année consécutive de l'Étude sur les perceptions des conseillers financiers qui rassemble le plus grand nombre de données exhaustives sur les conseillers en placement et en assurance indépendants du Canada. En 2022, plus de 3000 conseillers en placement et en assurance y ont pris part.

Que ce soit dans le domaine des placements ou des assurances, les conseillers ont connu une année positive caractérisée par la croissance de leurs actifs sous gestion et de leurs primes de première année.



Du côté des placements

Compte tenu de l'environnement actuel, les conseillers ont légèrement réduit le recours aux fonds communs de placement et aux fonds négociés en bourse (FNB) au profit de produits à revenu fixe comme les obligations et les CPG/GIA.



Du côté de l'assurance

La proportion de produits d'assurance permanente et d'assurance voyage a augmenté dans le total des ventes des conseillers. Parmi les autres faits saillants, notons la recrudescence de l'utilisation des fonds distincts, le retour de l'assurance voyage à ses niveaux de 2020 et la baisse des ventes de produits d'assurance temporaire.

CLIENTÈLE

Bon nombre de conseillers misent toujours sur un nombre restreint de clients à valeur nette élevée pour consolider leur clientèle. Il s'agit là d'une tendance en accélération depuis les cinq dernières années.

Bien que la majorité des conseillers aient affirmé accueillir des Canadiens et Canadiennes de tous horizons au sein de leur clientèle, un(e) conseiller(ère) sur dix a indiqué cibler une clientèle précise. Ces conseillers spécialisés se concentrent habituellement sur une seule clientèle, mais la moitié d'entre eux ont indiqué privilégier deux clientèles ou plus.

13%

Cibler une clientèle précise :
Jeunes investisseurs, y compris les Milléniaux ou la génération Z

12%

Cibler une clientèle précise :
Secteurs d'activité ou professions en particulier, comme les ingénieurs ou les cadres supérieurs

10%

Cibler une clientèle précise :
Femmes

APERÇU DU DOMAINE DES FONDS COMMUNS DE PLACEMENT

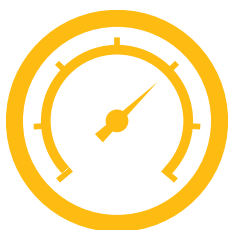
Les activités en ligne sont toujours demandées



En raison de la pandémie, les sociétés de fonds communs de placement ont fait des efforts pour offrir du soutien en ligne et combler les attentes en hausse des conseillers à cet égard. L'objectif commun était d'assurer la dynamique

particulière du télétravail alors nécessaire. Même si la situation a évolué depuis, les services et les outils en ligne sont toujours recherchés.

Le rendement et le soutien administratif des sociétés déçoivent

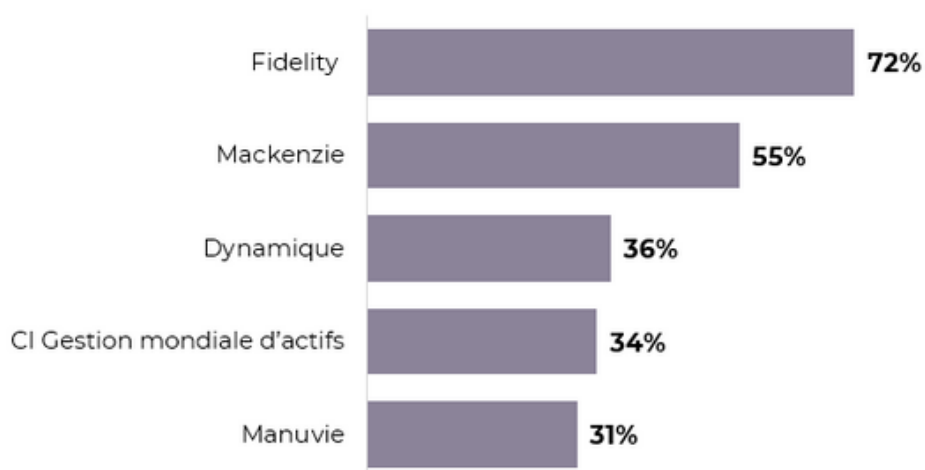


Les perceptions des conseillers en ce qui concerne le rendement et le soutien administratif offerts par les sociétés se sont détériorées en 2022, à mesure que s'aggravaient la volatilité sur les marchés, le stress lié au manque de temps et les frustrations associées aux services à la clientèle.

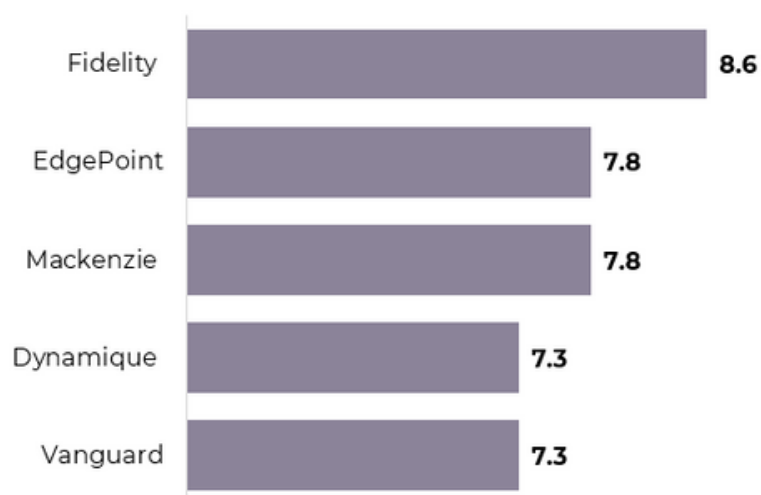
C'est la qualité de ces services de soutien qui permet à une société de se distinguer de ses concurrentes; lorsque les conseillers vivent des frustrations sur ce plan, ils réduisent leur volume d'affaires auprès de la société qui ne répond pas à leurs attentes. Le soutien qu'offrent les sociétés à la pratique des conseillers est désormais le principal moteur des ventes.

Le rendement des produits influence grandement la perception générale des conseillers. Certaines sociétés se sont remises de l'impact négatif des rendements obtenus en 2020, mais d'autres ayant enregistré encore récemment des résultats négatifs luttent toujours contre les perceptions négatives des conseillers à leur sujet.

Les 5 premières sociétés de fonds communs de placement par pénétration des ventes



Les 5 premières entreprises par classement général



APERÇU DU DOMAINE DES FONDS NÉGOCIÉS EN BOURSE (FNB)

Les ventes globales de FNB restent solides en 2022



Les ventes globales de FNB sont demeurées solides puisque 60 % des conseillers autorisés par l'OCRCVM offrent actuellement ce type de produit. Cette année, les conseillers ont bonifié leur gamme de FNB en faisant affaire avec un plus grand nombre de fournisseurs.

Les ventes de FNB en pourcentage du total des ventes brutes des conseillers a reculé



En dépit des gains et des ventes globales solides de 2022, la moyenne des ventes de FNB en pourcentage du total des ventes brutes des conseillers a reculé puisque ceux-ci ont eu davantage recours aux CPG et aux obligations.

Considérations importantes lors du choix des marques

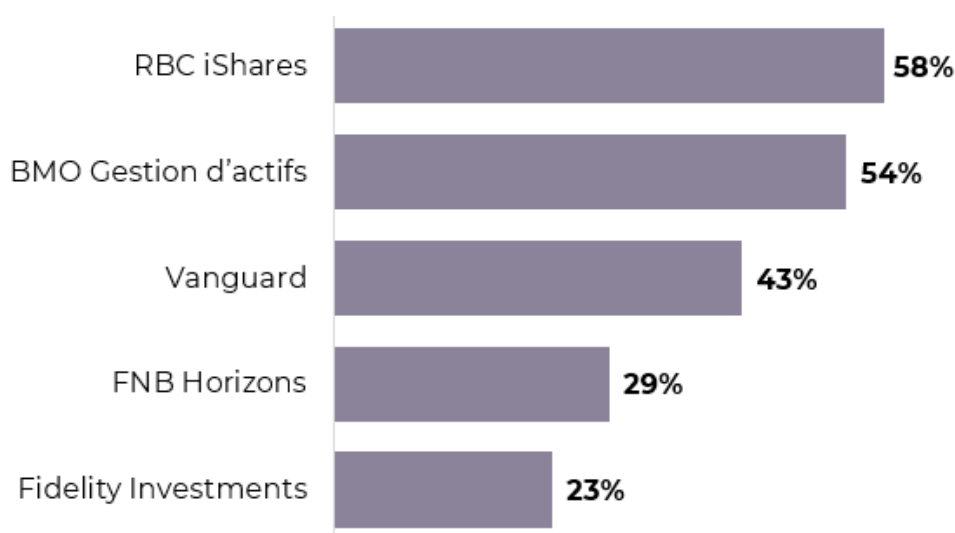


Les conseillers priorisent de plus en plus les dépenses et les frais, le rendement, la gamme des produits à gestion passive et la réputation dans le choix d'une marque de FNB.

Les utilisateurs de FNB accordent de l'importance aux grossistes

C'est grâce à la qualité de leurs grossistes et des relations avec ces derniers ainsi qu'à d'autres services de soutien à valeur ajoutée que se distinguent des marques comme Mackenzie, Fidelity, Dynamique et Manuvie. Ces critères leur donnent une longueur d'avance auprès des utilisateurs de FNB et leur permettent de se positionner avantageusement dans la première moitié du palmarès des fournisseurs de choix.

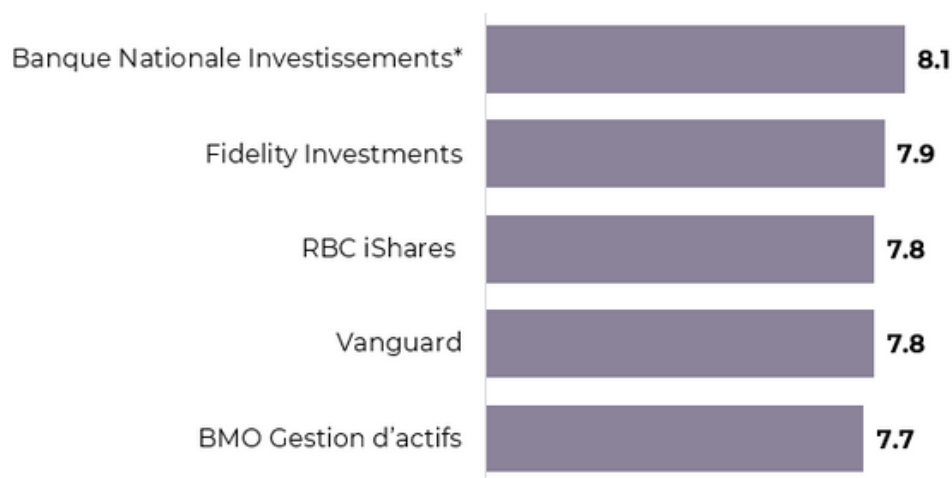
Les 5 premiers fournisseurs de FNB par pénétration des ventes



Les conseillers favorisent les marques de FNB bien établies

La gamme et le type de FNB, de même que l'image de marque des fournisseurs, sont toujours les principaux moteurs de ventes. Ces critères qui ont tous gagné en importance pour les conseillers depuis 2021 favorisent habituellement les marques de FNB plus traditionnelles.

Les 5 premiers fournisseurs de FNB par note globale



*Remarque : Échantillon de petite taille (n<30) à utiliser avec prudence.

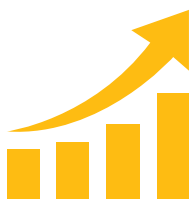
RÔLE DU GROSSISTE : AUJOURD'HUI ET DEMAIN

Communication, expertise, fiabilité



La volonté de faire affaire avec d'excellents grossistes n'a jamais été aussi grande, autant dans le milieu des placements que celui des assurances.

David MacDonald, MBA, CAIP | Vice-président du Groupe, Division des services financiers | Environics Research



Principaux moteurs des ventes

La reconnaissance et la réactivité d'un grossiste à l'égard des conseillers, en plus de l'expertise, ont une influence croissante sur les ventes de produits de placement.



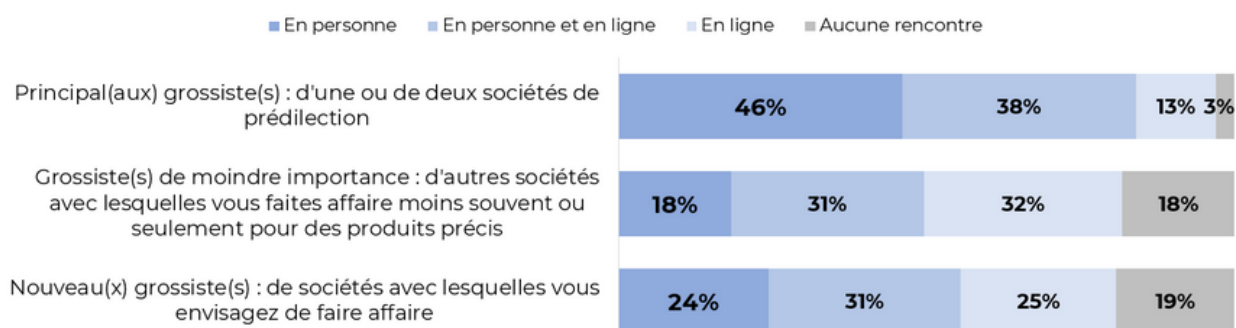
Les conseillers misent sur un plus petit nombre de grossistes

Les conseillers ont tendance à s'engager auprès d'un nombre restreint de grossistes triés sur le volet et à établir de solides relations avec eux.

Rôle du grossiste

Les conseillers recherchent une certaine souplesse dans leurs communications avec les grossistes – la plupart souhaitent rencontrer en personne leur grossiste principal, tandis que les nouveaux grossistes ou ceux des sociétés auxquelles les conseillers ont moins souvent recours doivent offrir un mélange d'options de rendez-vous en personne et en ligne. Alors que les attentes des conseillers s'accroissent, les grossistes de premier plan sont ceux qui offrent des services solides et efficaces conçus sur mesure pour soutenir directement les conseillers dans leur pratique.

Préférence pour les rencontres avec les grossistes



APERÇU DU DOMAINE DE L'ASSURANCE



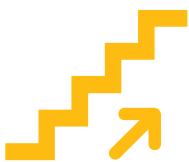
Les primes de première année sont en hausse

Les primes d'assurance de première année ont atteint des plafonds records en 2022 après avoir affiché une baisse en 2021.



Les conseillers augmentent le nombre d'assureurs dont ils offrent les produits

Dans les trois types de produits – assurance vie, prestations du vivant et fonds distincts – les conseillers font affaire avec un plus grand nombre de sociétés d'assurance.



Les conseillers délaissent l'assurance temporaire pour l'assurance permanente

Les conseillers ont délaissé l'assurance temporaire pour se tourner vers l'assurance entière et l'assurance universelle. L'assurance voyage rebondit également, les restrictions liées aux pandémies s'atténuant.



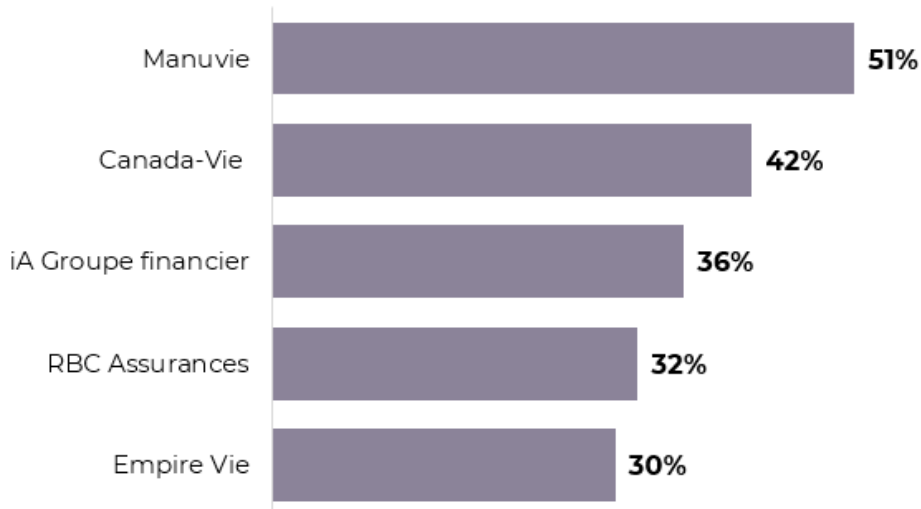
Le recours aux fonds distincts est en hausse

Un plus grand nombre de conseillers ont vendu des fonds distincts en 2022 qu'en 2021; Manuvie, Groupe financier iA et Canada Vie sont les trois principaux fournisseurs de fonds distincts avec lesquelles ils font affaire.

Les produits et services sont toujours en tête des priorités

Peu importe le type d'assurance dont il est question, les prix, la qualité et le service fourni pour les contrats en vigueur continuent d'influer sur les ventes d'assurance.

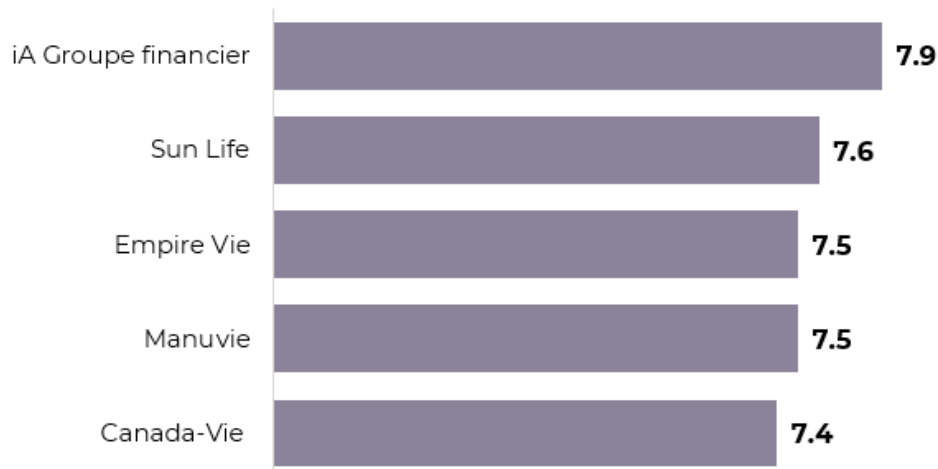
Les 5 premiers assureurs par pénétration des ventes



Les sociétés respectent des normes élevées

Les évaluations générales des sociétés d'assurance ont atteint des sommets inégalés en 2022; on retrouve Groupe financier iA en tête suivi de Sun Life, d'Empire Vie et de Manuvie.

Les 5 premiers assureurs par note globale



ÉVALUATIONS DES SOCIÉTÉS D'ASSURANCE

Principaux facteurs de satisfaction



L'expérience avec les services administratifs se répercute sur l'évaluation générale d'une société

La satisfaction des conseillers à l'égard des services administratifs des sociétés d'assurance est en baisse depuis 2020, année où les besoins et les attentes dans ce domaine ont augmenté en raison du télétravail.

On observe que pour offrir des services administratifs jugés satisfaisants, une société doit : minimiser l'insatisfaction associée aux transactions et offrir un réel soutien aux conseillers par l'entremise de représentants compétents et efficaces.



Les bonnes relations se fondent sur le soutien et la constance

La fréquence des contacts avec les grossistes et l'aide au développement des affaires constituent des moteurs de ventes essentiels que l'on a tendance à sous-estimer.

PLACEMENTS ESG

Défis et stratégies dans une industrie qui gagne en maturité



Les placements répondant aux critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) ou placements responsables ont suscité moins d'intérêt et ont été moins utilisés en 2022 parce que leur rendement à court terme

décevant a découragé les professionnels, surtout les conseillers autorisés par l'OCRCVM, de les recommander.

Cependant, l'intérêt des investisseurs canadiens pour les investissements responsables / ESG reste élevé et intéresse particulièrement les Millennials, la génération Z, les femmes investisseurs.

Alors que NEI Investments a longtemps été la principale société d'investissement pour les investissements RI / ESG. Cependant, l'utilisation par les conseillers de Mackenzie et de Fidelity pour les investissements RI / ESG a doublé depuis 2020.

.....

CONCLUSION

Nous vous remercions d'avoir contribué à la réalisation de notre étude. Vos précieux commentaires nous informent sur l'état de l'industrie et permettent aux sociétés de placement et d'assurance de continuer à améliorer leurs produits et services à votre satisfaction et à celle de votre clientèle.

Des commentaires ou des questions au sujet de ce rapport? Adressez-les à advisorresearch@environics.ca.

ENVIRONICS
RESEARCH