



Développement
Professionnel

Réalisez votre potentiel



**LA RÉFORME RÉGLEMENTAIRE
MEILLEURES PRATIQUES
ET OUTILS INDISPENSABLES**

TABLE DES MATIÈRES

Sujet	Page
Introduction et détails	
Contexte	5
Information et Frais à divulgation selon le Règlement 31-103	6
Nouveaux rapports sur les rendements des placements	6
Impact	7
L'essentiel	7
Comment se préparer	
Vue d'ensemble	8
Démontrez votre valeur	8-20
Meilleures pratiques	21-23
Conformez-vous au règlement	24
Outils pour le Règlement 31-103	
Vue d'ensemble	25
Formulaire d'évaluation du cabinet d'un conseiller	26
Test d'équilibre par client	27
Le test décisif	28
Stratégie – client 31-103	29
Stratégie – cabinet 31-103	30
Planification de l'entretien	31
Résumé de la valeur	32
Annexes	
Exemple d'un relevé de compte	33-34
Exemple de rapports sur les rendements des placements	35-36
Exemple d' aperçu du fonds	37-39

INTRODUCTION ET DÉTAILS

COMMENT UTILISER CE GUIDE

Ce guide est conçu pour vous offrir les stratégies et les outils nécessaires pour aborder le Règlement 31-103 avec facilité. Dans ce guide, vous trouverez des détails sur le nouveau règlement et son impact, des idées sur sa mise en œuvre et les meilleures pratiques sur la base de notre recherche.

Vous trouverez, dans la dernière section du présent guide, des questionnaires à compléter au fur et à mesure que vous préparez votre stratégie en vue de la conformité au Règlement 31-103. Certains de ces outils seront disponibles sur notre site Web dans un format électronique modifiable.

Des outils et des informations supplémentaires peuvent être trouvés sur notre site web au www.ci.com/pd. Vous pouvez contacter votre grossiste CI pour obtenir de l'aide supplémentaire.



C O N T E X T E

En mars 2013, les Autorités canadiennes en valeurs mobilières (« ACVM ») ont annoncé qu'elles mettraient en œuvre des modifications au Règlement 31-103 afférent au modèle de relation client-conseiller (CRM2). En vigueur depuis le 15 juillet 2013, ces modifications seront introduites progressivement sur trois ans et doivent être adoptées par tous les conseillers de l'ACFM et de l'OCRCVM.

Vous trouverez ci-dessous les défis actuels et les modifications ultérieures apportées pour y remédier :

Description	*Objectifs de la modification	Changements
Les investisseurs ont peu de renseignements sur les frais qu'ils paient.	S'assurer que les investisseurs reçoivent une divulgation claire et complète de tous les frais et charges liés aux produits et services d'investissement qu'ils reçoivent.	Calendrier de la nouvelle divulgation des frais
Les investisseurs ont peu de renseignements sur la performance de leurs investissements.	S'assurer que les investisseurs reçoivent des rapports sur la performance de leurs investissements.	Nouveaux rapports sur la performance des investissements

*Selon l'ACVM.

Des détails supplémentaires sur les modifications apportées peuvent être trouvés à la page suivante.



1. INFORMATION ET FRAIS À DIVULGUER, SELON LE REGLÈMENT 31-103

Cotisations :	La valeur d'ouverture des espèces et des titres. Retraits effectués dans le compte au cours de la période et depuis la création du compte.
Capital :	Le capital net investi au cours de la période de rapport et depuis la création du compte, exprimé en dollars. Les distributions provenant des investissements doivent être comprises.
Rendements :	Les rendements en pourcentage sur un, trois, cinq et dix ans. Rendements depuis l'ouverture du compte. Rendements des investissements, nets de frais.



Voir les annexes pour des exemples qui illustrent les informations requises et les attentes de l'ACVM en ce qui concerne leur disposition sur les relevés.

2. NOUVEAUX RAPPORTS SUR LES RENDEMENTS DES PLACEMENTS

Lorsque le Règlement 31-103 sera entièrement mis en place, les clients trouveront les détails ci-dessous sur leurs relevés :

Ouverture de compte	Les informations sur la relation avec les clients : les produits et services offerts et les frais que les clients peuvent s'attendre à payer.
Moment de la transaction	Les coûts liés à la transaction et frais d'acquisition reportés, le cas échéant.
Divulgateion annuelle	La somme globale en dollars de la rémunération versée au courtier et ainsi que les frais globaux qui ont été facturés au client.

Voir les annexes pour des exemples qui illustrent les informations requises et les attentes de l'ACVM en ce qui concerne leur disposition sur les relevés.



IMPACT

Selon les nouvelles règles CRM2, les conseillers doivent :

Déclarer la rémunération reçue par le courtier pour chaque compte.

Divulguer tous les frais de manière détaillée (répartition des frais totaux exprimés en dollars).

Fournir des rapports détaillés sur le rendement des investissements aux clients, y compris l'incidence des frais sur la performance.

Prouver que les informations requises ont été communiquées aux clients au moment opportun. (par ex. avant toute opération).

Nous croyons que ces changements auront un impact important sur notre industrie. L'attention des médias et la sensibilisation des clients accrues forceront les conseillers à évaluer la pratique de leurs activités et à faire les ajustements nécessaires. Selon les nouvelles règles, nous voyons des avantages pour les conseillers et les clients à travers :

une plus grande confiance,
de meilleures relations clients-conseillers,
une meilleure compréhension de la valeur et des services que les conseillers offrent aux clients.

Ce guide est conçu pour fournir les stratégies et les outils nécessaires à la mise en œuvre avec succès des règles CRM2.

L'ESSENTIEL

Les conseillers devront développer leurs activités et mettre en Évidence les valeurs intangibles qu'ils offrent aux clients d'une manière concrète et claire.



COMMENT SE PRÉPARER

VUE D'ENSEMBLE

Nous croyons que pour être prêt à mettre en place le Règlement, vous devez faire deux choses : démontrer votre valeur et vous conformer au Règlement. Cette section fournit des instructions détaillées sur la façon de démontrer votre valeur à vos clients qui va bien au-delà des rendements et des mesures nécessaires pour vous conformer aux nouvelles règles CRM2.



DÉMONTEZ VOTRE VALEUR

Tel que mentionné précédemment, les nouvelles modifications du Règlement mettent l'accent sur les investisseurs qui sont très peu renseignés sur le rendement des investissements net de frais et charges.

Une transparence totale renseignera les clients sur les frais qu'ils paient et leurs effets sur les rendements. Avec un plus grand accent sur les chiffres, plusieurs clients ne pouvaient pas être en mesure d'évaluer la valeur de vos conseils.

L'objectif de la démonstration de votre valeur est de fournir un équilibre entre ce que le client paie comme frais et ce que le client reçoit de vos services et conseils. La section suivante portera sur comment combler les écarts et optimiser votre valeur.

L'OBJECTIF : TROUVER L'ÉQUILIBRE



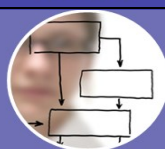

CE QUE
LE CLIENT
PAIE



CE QUE
LE CLIENT
REÇOIT

DÉMONTREZ VOTRE VALEUR - LES ÉTAPES VERS LA CONFORMITÉ

Dans le cadre du nouveau modèle de relation client-conseiller, les conseillers les plus prospères seront ceux qui trouvent continuellement des façons d'ajouter de la valeur et de développer leur gamme de services. Pour vous aider dans votre planification, nous avons créé une stratégie en quatre étapes qui permettra de maximiser vos chances de succès selon les nouvelles règles. Le tableau suivant explique chaque étape, y compris une liste des outils associés à chacune d'elles. Une explication détaillée sur la façon d'utiliser chaque outil se trouve à partir de la page 10.

STEP	ACTION	DESCRIPTION	TOOLS
1.	 <p>Évaluez votre cabinet</p>	Fournit un instantané de votre cabinet à partir duquel vous pouvez déterminer les améliorations à apporter pour accroître l'efficacité et vos relations avec les clients.	1. FORMULAIRE D'ÉVALUATION DU CABINET D'UN CONSEILLER
2.	 <p>Évaluez vos meilleurs clients</p>	Déterminez votre niveau de préparation actuel relativement à l'entretien au sujet des frais que vous devez avoir avec vos meilleurs clients. Évaluez l'équilibre entre la valeur intangible et les services concrets que vous fournissez par rapport aux frais payés par chacun de vos meilleurs clients. Vous pouvez identifier ici les services et les mesures requises avant d'avoir cet entretien avec chacun d'eux au sujet des frais.	1. TEST D'ÉQUILIBRE PAR CLIENT 2. TEST DÉCISIF
3.	 <p>Élaborez une stratégie</p>	Basez-vous sur les informations que vous avez recueillies lors des deux étapes précédentes et créez un plan d'action détaillé pour vous préparer à l'entretien au sujet des frais.	1. STRATÉGIE - CABINET 2. STRATÉGIE - CLIENT
4.	 <p>Préparez-vous pour l'entretien</p>	La dernière étape vous prépare à effectuer un entretien sur la valeur intangible avec vos clients. Les stratégies et les outils fournis vous aideront à rester sur la bonne voie, au fur et à mesure que vous faites valoir la valeur de vos services et conseils.	1. PLANIFICATION DE L'ENTRETIEN 2. RÉSUMÉ DE LA VALEUR


ÉTAPE 1 : ÉVALUER LES ACTIVITÉS DE VOTRE CABINET

Comment remplir le **FORMULAIRE D'ÉVALUATION DU CABINET D'UN CONSEILLER** :

1. Sous la rubrique « VALEUR INTANGIBLE », énumérez et décrivez les services que vous offrez à vos clients, mais dont ils pourraient ne pas savoir connaissance.

Exemples :

- Votre « MARQUE » (biographie, raisons pour lesquelles vous faites ce travail, mesures que vous prenez, niches commerciales desservies et différences) – voir la valorisation de la marque sur www.ci.com/pd pour obtenir des exemples.
- Votre proposition de valeur unique
- Des services qualitatifs offerts (par ex. transition de vie, accompagnement professionnel, etc.)

2. Ensuite, examinez les « SERVICES CONCRETS » que vous offrez. Cochez  chaque sous-catégorie de services pour laquelle vous avez établi un processus commercial détaillé ET pour laquelle vous offrez actuellement ces services à vos clients les plus importants.

3. Passez en revue les « SERVICES CONCRETS » que vous n'avez pas cochés. Déterminez et hiérarchisez lequel de ces services que vous souhaiteriez ajouter à votre entreprise ou améliorer. Identifiez votre plus grande priorité en matière de service avec un « 1 », la prochaine priorité la plus élevée avec un « 2 » et la troisième plus haute priorité avec un « 3 ». Vous pourriez mettre l'accent sur l'amélioration ou l'ajout de services qui ajoutent le plus de valeur à votre entreprise, à savoir les tâches qui ne peuvent être facilement accomplies par le client sans votre aide.

4. Enfin, segmentez votre clientèle. Cela vous servira de deux manières : à estimer le travail que vous aurez à procurer pour vos clients et à titre de référence pour évaluer le succès de la mise en œuvre de votre stratégie. Un exemple de critères de segmentation de haut niveau se trouve ci-dessous.

Clients « A »	Clients « B »	Clients « C » et « D »
Relations personnelles Prodiguez au client la majorité de vos services Représentez vos meilleurs clients de premier ordre Communication cohérente et efficace et soutien	Relations consultatives Mettez à profit plusieurs de vos services Représentez vos meilleurs clients de second ordre Communication cohérente et soutien	Relation sur la base des transactions Mettez à profit plusieurs de vos services Représentez le reste de vos clients Communication limitée et soutien

Voir la page suivante pour un échantillon du **FORMULAIRE D'ÉVALUATION DU CABINET D'UN CONSEILLER** rempli.

VALEUR INTANGIBLE FOURNIE

Communication et soutien lors de fluctuations de marché prononcées

Excellente équipe habilitée à offrir aux clients des services de planification de patrimoine complets.

SERVICES CONCRETS FOURNIS

Gestion financière		Gestion de l'actif		Planification fiscale		Gestion des risques	
Analyse de la dette hypothécaire et autres dettes	✓	Analyse du portefeuille et des ententes	✓	Analyse des impôts	✓	Assurance vie temporaire et permanente	✓
Analyse du flux de trésorerie	✓	Gamme de produits de placement diversifié	✓	Services relatifs à la déclaration de revenus	✓	Maladies graves et invalidité	✓
Projection du flux de trésorerie	✓	Épargne-retraite et épargne-étude		Planification fiscale approfondie pour particuliers	✓	Assurance de soins de longue durée	
Prêt REER et levier financier		Repositionnement et rééquilibrage	✓	Planification fiscale pour sociétés	✓	Autre	✓
Évaluations régulières		Évaluations régulières		Évaluations régulières		Évaluations régulières	
Planification de la retraite		Planification successorale		Planification d'une période de transition au cours de la vie		Relations-clients	
Analyse du revenu de retraite		Planification et analyse successorale	✓	Questions relatives aux services aux aînés	1	Interrogatoire préalable approfondi	✓
Évaluation des objectifs	✓	Testament et procuration(s)		Transitions professionnelles		Plan d'action pour le client	
Analyse des besoins financiers à la retraite		Dons de bienfaisance		Mode de vie sain		Rapports périodiques	
Projection du flux de trésorerie à la retraite	3	Planification de la relève d'entreprise	2	Indication de clients à d'autres professionnels		Communication régulière	
Évaluations régulières		Évaluations régulières		Évaluations régulières		Résolution de problème proactive	

SEGMENTATION DE LA CLIENTÈLE

NOMBRE TOTAL DES CLIENTS	359	NOMBRE TOTAL DES CLIENTS « A »	44	NOMBRE TOTAL DES CLIENTS « B »	68	NOMBRE TOTAL DES CLIENTS « C » et « D »	247
--------------------------	-----	--------------------------------	----	--------------------------------	----	---	-----

ÉTAPE 2 : ÉVALUEZ VOS MEILLEURS CLIENTS

La prochaine étape dans le processus de planification consiste à évaluer chacun de vos meilleurs clients (« A » et « B ») pour déterminer votre préparation à l'entretien au sujet des frais. L'évaluation du client comprend deux outils : le « TEST DE L'ÉQUILIBRE PAR CLIENT » et le « TEST DÉCISIF » qui sont utilisés simultanément.

Comment remplir le **TEST D'ÉQUILIBRE PAR CLIENT** :

Choisissez un client et déterminez la période pendant laquelle vous ferez l'évaluation. Nous vous recommandons d'évaluer les douze ou vingt-quatre mois précédents.

En utilisant vos notes écrites dans le système de gestion des relations-clients et la connaissance du client, choisissez les valeurs spécifiques, uniques et qualitatives que vous avez fournies dans la section « VALEUR INTANGIBLE »,

par exemple, un client a été dirigé vers un conseiller juridique en droit des affaires qui lui a fait économiser 15 000 \$ en impôts.

Ensuite, examinez les « SERVICES CONCRETS » que ce client reçoit actuellement. Reportez-vous au formulaire d'évaluation du cabinet d'un conseiller rempli à l'étape précédente pour obtenir plus de détails et des exemples de chaque catégorie. Cochez à côté de chaque service que vous offrez à ce client.

Ensuite, déterminez les frais qui ont été payés par ce client. Cela dépendra de votre structure de frais et de la méthode de rémunération pour votre client. Utilisez cette section pour fournir une répartition des frais facturés pour l'ensemble des services que vous avez fournis, soit des frais pour le total des services, les frais de rachat, les coûts de transaction, les frais d'administration et les frais de création d'un plan financier formel, etc.

Une fois que les deux côtés ont été remplis, procédez à une évaluation subjective de votre valeur, selon les services que vous avez fournis au client (colonne de gauche) et le total de tous les frais payés par le client (colonne de droite).

Recherchez les concurrents qui sont présents dans votre marché (site Web personnel, advocis.ca) pour vous assurer que les frais que vous facturez à vos clients sont conformes aux normes de l'industrie.

Si vous croyez que les frais payés par le client sont plus élevés que la valeur des services que vous lui avez fournis, examinez les SERVICES CONCRETS que vous n'offrez pas à ce client et créez un plan visant à ajouter ces services avant d'organiser un entretien au sujet des frais.

Comment compléter le **TEST DÉCISIF** :

En utilisant le test de l'équilibre par client en guise de guide, répondez par « oui » ou par « non » à chacun énoncé.

Inscrivez un dans la colonne « oui » ou « non » pour chaque énoncé.

Comptabilisez le nombre de « oui » et de « non ». Plus le total des réponses affirmatives est élevé, plus les chances d'avoir un entretien fructueux au sujet des frais seront bonnes. (Remarque : vous voudriez peut-être rencontrer ces clients en premier lorsque vous planifierez vos rendez-vous d'entretien.)

Pour les clients qui comptabilisent un nombre important de « non », déterminez les mesures à prendre avant d'avoir un entretien au sujet des frais. Vous pouvez énumérer ces mesures dans l'espace réservé aux « Commentaires » et les utiliser lorsque vous créez votre stratégie de mise en place du Règlement 31-103, à l'étape 3 de la page 16.

NOM DU CLIENT: Bob Smith

POUR LA PÉRIODE SE TERMINANT Le 29 juillet 2013

VALEUR INTANGIBLE FOURNIE		FRAIS	
J'ai dirigé Bob vers un concessionnaire automobile qui lui a offert un prix réduit imbattable.		Quels frais chargez-vous à vos clients, et comment calculez-vous votre rémunération?	
J'ai encouragé Bob à continuer d'investir lors du krach boursier de 2009.		Frais de service séparément	
J'ai fourni des conseils à Bob lorsqu'il m'a posé des questions au sujet des soins à long terme pour son père.		Frais intégrés	
		Commissions	
SERVICES CONCRETS FOURNIS		FRAIS	
Gestion financière ✓	Planification de la retraite	1750 \$	COMMISSIONS
Gestion de l'actif ✓	Planification successore	1038 \$	400 \$
Planification fiscale ✓	Planification d'une période de transition au cours de la vie	481 \$	300 \$
Gestion des risques	Relations-clients	118 \$	200 \$
REMARQUES		Frais chargés (société de fonds 1)	
J'ai permis à Bob d'épargner 19 000 \$ en impôts grâce à la structure de caté- gorie de société		Frais chargés (société de fonds 2)	
		Frais chargés (société de fonds 3)	
		Frais chargés (tous les autres)	
		Tous les autres frais payés	
		TOTAL	
		4387 \$	

NOM DU CLIENT : Bob Smith

		Oui	No
Valeur intangible	J'ai mené un interrogatoire préalable approfondi de ce client et j'ai élaboré un plan financier formel en tenant compte de ses objectifs.	✓	
	Mon expérience et mon expertise dans le secteur des services financiers sont supérieurs à la moyenne dans mon marché.	✓	
	J'ai élargi la gamme des services que je prodigue à ce client afin de lui offrir des services autres que des conseillers financiers.	✓	
	Pour ce client, j'ai élevé mes normes de qualité des services que je prodigue et je le lui ai souligné.	✓	
Services concrets	La valeur que j'offre à ce client est répartie dans quatre catégories de services concrets ou plus.	✓	
	Les produits et services que je prodigue à ce client répondent de manière satisfaisante à ses objectifs.	✓	
	Les services concrets que je prodigue à ce client ne peuvent pas aisément être autogérés par le client, par exemple, la planification successorale.	✓	
	Ce client n'est pas seulement en quête de rendement.		✓
Frais	Mon client connaît les montants exacts de tous les frais et charges qui lui sont chargés.	✓	
	Les actifs de mon client ne comprennent pas actuellement des frais intégrés.	✓	
	Je serais à mon aise de justifier les frais que je charge à un client en relation avec la valeur et les services que je lui prodigue.	✓	
	En examinant les frais que mon client a payés, je ne crois pas qu'un compétiteur pourra offrir mieux.		✓
Autre	Je suis le seul conseiller avec qui ce client fait affaires.	✓	
	J'ai établi une relation avec ce client basée sur un haut degré de confiance.		✓
	Si ce client cessait de faire affaires avec moi, cela n'aurait pas un grand impact sur mon chiffre d'affaires.		✓
	J'ai communiqué avec ce client au moins six fois au cours des douze derniers mois.	✓	
Total		12	4

Remarques

La relation client-conseiller a commencé en 2001. Le client est satisfait et fournit des indications de client.

Excellente relation! Je devrais rencontrer ce client en premier pour discuter des frais.

ÉTAPE 3 : DÉVELOPPEZ UNE STRATÉGIE

Comment se servir du document **STRATÉGIE – CLIENT 31-103** :

Créez deux versions du plan d'action que vous préparerez pour chacun des types de clients (A et B). Nous vous recommandons de commencer par les clients de type « A » dont le résultat du test décisif a été négatif, c'est-à-dire, que vous avez répondu par « Non » à plus de la moitié des énoncés.

Après avoir choisi un client, examinez les services concrets dans le TEST DÉCISIF. Énumérez les services concrets que vous ne prodiguez pas actuellement à votre client, mais dont il pourrait bénéficier.

Incorporez un plan d'action qui peut être mis en œuvre au cours des douze prochains mois, afin de pouvoir intégrer les services énumérés ci-dessus.

Avec l'aide de votre équipe, dressez une liste des mesures à prendre ou des étapes à suivre pour intégrer les services énumérés ci-dessus, ou les améliorer, s'ils sont déjà prodigués au client.

Désignez ensuite à qui incombera la responsabilité de veiller à l'exécution de chacune des mesures ou étapes.

Enfin, dressez une liste des rôles et responsabilités de chaque personne désignée pour veiller à l'exécution des actions. Lorsque vous aurez intégré un nouveau service ou en aurez amélioré un existant, vous serez mieux préparé pour avoir un entretien au sujet des frais avec le client.

Comment se servir du document **PLAN D'ACTION - ÉVALUATION DU CABINET 31-103** :

Sur la page suivante, vous trouverez un modèle de plan d'action basé sur les meilleures pratiques dans l'industrie. Dans la dernière rangée, énumérez les trois services concrets que vous voudriez ajouter à votre gamme de services, soit les mêmes qui ont été établis lors de l'**EVALUATION DU CABINET**. Une version personnalisable est comprise dans cette trousse, si vous souhaitez créer une version qui tienne compte des particularités de votre cabinet.

Meilleures pratiques :

Impliquez les membres de votre équipe le plus tôt possible pour vous assurer de leur plus grand engagement possible.

Repassez les notes prises lors des rencontres individuelles afin de faire ressortir les services supplémentaires que vous pourriez offrir au client.

Examinez la possibilité de vous spécialiser dans un type de service, par exemple, la planification successorale, et de quelle manière vous pouvez approfondir vos connaissances dans ce domaine.

NOM DU CLIENT : Bob Smith

Services actuellement non prodigués à ce client, car il n'en bénéficierait pas :

Planification successorale	Interrogatoire préalable plus approfondi	
----------------------------	--	--

Plan d'action pour les douze prochains mois :

Communiquer avec le client dans un délai de trente jours afin de mener un interrogatoire préalable et de lui offrir mes services de planification successorale.

Organisez des séances d'information à l'intention des clients sur la manière d'assurer un mode de vie sain à la retraite.

Responsabilités et exigences :

Qui :	Responsabilités et exigences :
Conseiller	Revoir les notes de la dernière rencontre.
	Communiquer avec le grossiste de CI concernant la présentation qui donne suite à l'interrogatoire préalable.
Membre de l'équipe du conseiller	Étudier le dossier.
	Fixer une date de rencontre.
	Envoyer par la poste une carte de rappel de la rencontre.

Remarques :

ÉCHANTILLON

Type de client	2014	2015	2016
A	<p>Effectuez les « test de l'équilibre par client » et le « test décisif » pour faire ressortir les écarts de valeur.</p> <p>Soulignez la valeur ajoutée dont bénéficie le client en vous basant sur la liste des services prodigués et la valeur intangible se rattachant à chacun d'eux.</p> <p>Offrez au client des services concrets supplémentaires avec pour objectif de vous approprier une plus grande part de son portefeuille.</p> <p>Organisez des rencontres individuelles.</p> <p>Visitez au moins dix rencontres individuelles hebdomadaires.</p>	<p>Effectuez les « test de l'équilibre par client » et le « test décisif » pour faire ressortir les écarts de valeur.</p> <p>Soulignez la valeur ajoutée dont bénéficie le client en vous basant sur la liste des services prodigués et la valeur intangible se rattachant à chacun d'eux.</p> <p>Discuter des nouveaux relevés de compte et de la divulgation des frais lors des rencontres d'évaluation.</p>	<p>Effectuez les « test de l'équilibre par client » et le « test décisif » pour faire ressortir les écarts de valeur.</p> <p>Soulignez la valeur ajoutée des services que vous avez prodigués.</p> <p>Informez les clients sur les changements qui ont été apportés jusqu'à présent et veillez à ce qu'ils comprennent les nouveaux relevés de compte.</p>
B	<p>Effectuez les « test de l'équilibre par client » et le « test décisif » pour faire ressortir les écarts de valeur.</p> <p>Soulignez la valeur ajoutée dont bénéficie le client en vous basant sur la liste des services prodigués et la valeur intangible se rattachant à chacun d'eux.</p> <p>Offrez au client des services concrets supplémentaires avec pour objectif de vous approprier une plus grande part de son portefeuille.</p> <p>Organisez des rencontres individuelles.</p> <p>Visitez au moins cinq rencontres individuelles par semaine</p>	<p>Effectuez le « test de l'équilibre par client » et le « test décisif » pour déterminer l'écart entre les services concrets et la valeur intangible s'y rattachant.</p> <p>Soulignez la valeur ajoutée dont bénéficie le client en vous basant sur la liste des services prodigués et la valeur intangible se rattachant à chacun d'eux.</p> <p>Discutez des nouveaux relevés de compte et de la divulgation des frais lors des rencontres d'évaluation.</p>	<p>Effectuez les « test de l'équilibre par client » et le « test décisif » pour faire ressortir les écarts de valeur.</p> <p>Soulignez la valeur ajoutée des services que vous avez prodigués. Discutez des nouveaux relevés de compte et de la divulgation des frais lors des rencontres.</p>
C et D	<p>Appelez les clients pour discuter des nouveaux relevés et de la divulgation des frais.</p>	<p>Soulignez la valeur ajoutée des services que vous avez prodigués.</p> <p>Discutez des nouveaux relevés de compte et de la divulgation des frais lors des rencontres d'évaluation.</p>	<p>Soulignez la valeur ajoutée des services que vous avez prodigués. Discutez des nouveaux relevés de compte et de la divulgation des frais lors des rencontres.</p>
<p>Les trois principaux services concrets que je prodigue actuellement et que je veux améliorer, ou que je veux ajouter à ma gamme de services existants au cours des douze prochains mois :</p>			
<p>1: _____ Planification successorale _____ 2. _____ Développement d'un réseau d'apporteurs _____ 3. _____ Interrogatoires plus approfondis _____</p>			

ÉTAPE 4 : PRÉPAREZ-VOUS POUR CET ENTRETIEN

Les conseillers qui ont créé une valeur optimale pour leurs clients devraient initier l'entretien au sujet des frais. En tardant à avoir cet entretien, vous pourriez donner l'opportunité à vos concurrents d'avoir l'entretien avec vos clients en premier ou vos clients pourraient eux-mêmes se renseigner sur les frais au risque d'endommager votre relation. Utilisez le planificateur d'entretien et les outils de résumé de la valeur simultanément pour préparer et garder l'entretien sur la bonne voie.

Comment compléter le **PLANIFICATEUR D'ENTRETIEN** :

1. Introduction : gardez les choses simples et soyez bien préparés. Mettez l'accent sur les aspects positifs et évitez les termes « lois » ou « règlements ». Par exemple : « Je voulais m'entretenir avec vous au sujet des changements, susceptibles de vous intéresser, qui ont pour but d'améliorer les services que nous vous prodiguons. »
2. Concentrez-vous sur votre valeur : soyez précis sur la gamme de services que vous offrez et la valeur intangible qui n'est pas reflétée sur les relevés des clients. Mettez au premier plan votre valeur de manière quantitative et qualitative. Créez un sommaire de la valeur (voir la page 21 pour un échantillon) pour illustrer visuellement exactement ce que vous avez fait pour le client et ainsi que la valeur de vos conseils.
3. Mettez en évidence les changements apportés aux frais et rapports. Présentez ce que vous offrez et ce à quoi ils doivent s'attendre.
4. Énoncez vos frais : établissez un barème des frais facile à lire, utilisez une terminologie que le client comprendra et soyez confiants dans la description des frais facturés. Vous pourriez également inclure des réponses aux objections possibles des clients lorsque vous remplissez cette section.
5. Résumez les avantages : le nouveau modèle de relation client-conseiller profite aux deux parties lorsqu'elle est mise en œuvre avec succès.

Comment compléter le **SOMMAIRE DE LA VALEUR** :

Le sommaire de la valeur est un outil que vous pourriez utiliser pour illustrer et résumer la valeur que vous avez offerte au client depuis le début de votre relation.

1. Dans la première colonne, énumérez les services concrets et la valeur intangible que vous avez fournis.
2. Fournissez les détails précis dans la colonne du milieu. Veillez à montrer les services efficaces qui relèvent de chaque catégorie.
3. La dernière colonne est utilisée pour montrer les détails, notamment la valeur et les avantages reçus en faisant appel à vos services. Vous pouvez décrire ici comment chaque service a été incorporé dans le plan financier personnalisé du client et les avantages quantitatifs et qualitatifs découlant de l'utilisation de vos services.

Client : <u>Bob Smith</u> Date de rendez-vous : <u>Le 29 juillet 2013</u>	
Introduction	- J'ai discuté l'année dernière de la structure de rémunération
	- Client est satisfait des nouveaux changements apportés pour améliorer la transparence des frais
	- Ils seront mis en œuvre au cours des trois prochaines années
	- Me référer au sommaire de la valeur
Illustrez la valeur prodiguée	- Mettre au premier plan la valeur prodiguée depuis le début de la relation en 2003
	- Mentionner l'économie globale en impôts de 19 000 \$ grâce à la catégorie de société
	- Avant toute opération : plus d'informations sur les services que le client
Soulignez les changements	reçoit pour les frais qu'il paie
	- Sommaire annuel en \$ des commissions reçues par le courtier et des frais payés par le client
	- Rapports détaillés sur les performances et sur les rendements pondérés au coût de l'argent.
	- Fourni un barème de frais mis à jour en mars 2013
Énoncez vos frais	- Reçu des commissions de l'ordre de 1 % des actifs sous gestion, cela
	équivalait à 5 265 \$ l'année dernière.
Sommaire des avantages de faire affaires avec vous	- Une relation client-conseiller plus ouverte
	- Vous permet d'être plus à l'aise lors de la prise de décisions
	en matière d'investissement, car vous aurez un aperçu global de vos actifs

Client : <u>Bob Smith</u>		Date de rendez-vous : <u>Le 29 juillet 2013</u>	
	Services fournis	Détails	
Établissements des relations-clients	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre votre point de vue : les objectifs, les attitudes, les styles de vie, les opinions et les valeurs • Famille : enfants, conjoint, famille élargie 	<ul style="list-style-type: none"> • Première rencontre : 15/02/2003 • Rencontre avec les parents de M. Smith concernant les soins de longue durée: 19/06/2004 	
Stratégie de planification fiscale	<ul style="list-style-type: none"> • Réduction de l'impôt • Planification successorale et dons de bienfaisance • Planification pour les études 	<ul style="list-style-type: none"> • Réduction de l'impôt par le biais d'une société de portefeuille depuis : avril 2006 • Plan de succession détaillé complété : 08/08/2007 	
Gestion de l'actif	<ul style="list-style-type: none"> • Repositionnement du portefeuille à sa répartition cible • Optimisation fiscale du portefeuille 	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration du portefeuille basée sur le document « Connaître votre client » et l'EPP du 20/03/2003 	
Stratégies de planification successorale	<ul style="list-style-type: none"> • Testaments • Procurations • Services comptables 	<ul style="list-style-type: none"> • Testaments et procurations complétés par le cabinet juridique Anderson Smith : 06/04/2009 • Déclaration de l'impôt effectuée par le comptable recommandé, James Jones, depuis : avril 2006 	
Gestion d'une période de transition au cours de la vie	<ul style="list-style-type: none"> • Retraite • Changement ou perte de travail • Divorce • Transfert ou relève d'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de retraite et prévisions des flux de liquidités : 03/07/2003 • Plan de relève d'entreprise complété: 15/09/2008 • Création d'un REEE: 07/07/2003 	
Service à valeur ajoutée	<ul style="list-style-type: none"> • Énoncé de politique de placement • Entente de services explicite • Communication personnalisée et régulière • Évaluation des risques • Évaluation des performances • Mise à jour de la situation personnelle, des objectifs du client et ajuster le plan en conséquence 	<ul style="list-style-type: none"> • EPP original fourni : 20/03/2003 • Évaluation des risques effectuée : 20/03/2003 • Mise à jour de l'EPP et de l'entente de service fourni : 21/09/2007 • Fréquence de communication : deux fois par mois depuis 2003 • Des événements annuels pour les clients • Des examens annuels, y compris la redécouverte, la mise à jour de la situation, les prévisions révisées des flux de liquidités : chaque mois de mars depuis 2003 	

MEILLEURES PRATIQUES

INITIEZ LA CONVERSATION



Démontrez de l'initiative et du leadership en étant le premier à aborder la question des frais.

Montrez de l'assurance en abordant tous les sujets lorsque vous vous entretenez avec vos clients.

Préparez des réponses claires et simples aux questions potentielles de vos clients.

MOT D'OUVERTURE

Les meilleures phrases d'introduction...



« Je voulais m'entretenir avec vous au sujet de changements, susceptibles de vous intéresser, qui ont pour but d'améliorer les services que nous vous prodiguons. »

« J'avais hâte de vous parler de certains changements que nous avons apportés afin de rendre l'expérience de nos clients en matière de placement plus satisfaisante. »

Ce qu'il ne faut pas dire...



« Je suis obligé, conformément à la loi, de vous dire combien vous me payez. »

« Les autorités de réglementation disent que je dois dorénavant vous fournir plus d'informations. »

PARLEZ AUTANT DES SERVICES CONCRETS QUE VOUS PRODIGUEZ QUE DE LA VALEUR INTANGIBLE DE VOS SERVICES

Soyez précis sur la gamme de services que vous offrez : adaptez-les à chaque client.

Démontrez les services que vous avez fournis en détail à l'aide de l'outil du **Sommaire de la valeur**.

Mettez en évidence la valeur intangible que vous fournissez, par exemple en aidant vos clients à rester calme et sur la bonne voie pendant les perturbations sur les marchés, en offrant une communication adaptée, en donnant des conseils non financiers, etc.




DÉCRIVEZ CLAIREMENT LES FRAIS

Fournir un barème des frais facile à lire aux clients nouveaux et existants.

En décrivant les frais, utilisez une terminologie qui est simple à comprendre – restez sur la bonne voie et soyez concis.

Montrez de l'assurance lorsque vous décrivez les frais facturés pour les services que vous offrez.


XYZ WEALTH MANAGEMENT
Rapport annuel sur les frais et les autres formes de rémunération

Nom du client
Ligne d'adresse 1
Ligne d'adresse 2
Ligne d'adresse 3
Votre numéro de compte : 123456

June 20th, 2013

Ce rapport est un résumé de la rémunération que nous avons reçue directement ou indirectement en 20XX.
Notre rémunération provient de deux sources :

1. Les frais que nous vous facturons directement. Certains de ces frais sont liés au fonctionnement de votre compte, tandis que d'autres sont liés aux achats, aux ventes et aux autres opérations que vous effectuez dans le compte.
2. La rémunération que nous recevons de tiers.

Les frais sont importants parce qu'ils réduisent le profit tiré du placement ou augmentent la perte en découlant.
Pour obtenir des explications sur les frais indiqués dans ce rapport, adressez-vous à votre représentant.

FRAIS QUE VOUS NOUS AVEZ PAYÉS DIRECTEMENT		
Frais d'administration du RER	100\$	
Total des frais liés au fonctionnement de votre compte		100\$
Commissions sur les achats de titres d'organismes de placement collectif avec frais d'acquisition	101\$	
Frais d'échange	45\$	
Total des frais liés aux opérations que nous avons effectuées pour vous		146\$
Total des frais que vous nous avez payés directement		246\$
RÉMUNÉRATION QUE NOUS AVONS REÇUE DE TIERS		
Commissions provenant de gestionnaires d'organismes de placement collectif à l'achat de titres d'organismes de placement collectif (voir la note 1)		503\$
Commissions de suivi provenant de gestionnaires d'organismes de placement collectif (voir la note 2)		295\$
Total de la rémunération que nous avons reçue de tiers		798\$
TOTAL DES FRAIS ET DE LA RÉMUNÉRATION QUE NOUS AVONS REÇUS EN 20XX		1035\$

Notes :

1. Lorsque vous avez acheté des titres d'organismes de placement collectif avec frais d'acquisition reportés, nous avons reçu une commission de la part du gestionnaire de fonds d'investissement. Au cours de l'exercice, ces commissions se sont élevées à 503 \$.

La CONVERSATION DE « VALEUR »

1. Ayez d'abord cet entretien avec vos clients favoris, afin de gagner de l'assurance.

Vos premières conversations devraient être avec les clients avec lesquels vous avez d'excellentes relations et que vous croyez n'auront pas de problèmes avec cet entretien.

Une fois que vous avez perfectionné votre approche, il sera plus facile de mener l'entretien avec les clients qui peuvent être plus difficiles.

2. Rappelez à vos clients que vous vous engagez envers eux à long terme.

Assurez-vous de transmettre à vos clients que vous avez leur intérêt à cœur.

Votre offre de services, le plan financier et les frais sont basés sur une relation à long terme et fructueuse.

3. Soyez prêt à faire face à des objections

Certains clients poseront d'autres questions ou contesteront les frais liés aux services que vous offrez.

Ayez des réponses bien préparées à ces questions et soyez confiant dans vos réponses.

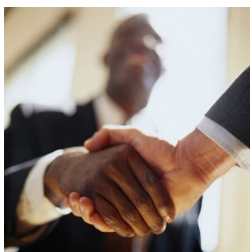
4. Le succès de votre client est votre succès

Mettez en évidence que vos revenus augmentent et baissent en même temps que ceux de vos clients en raison des commissions de suivi.

Réitérez que votre entreprise dépend de la performance de leurs actifs à long terme.

5. Concentrez-vous sur l'argent que vous avez épargné à votre client

Résumez les épargnes que vous avez faits gagnées à vos clients, telles que le regroupement de plusieurs comptes, les stratégies de réduction fiscales ou les progrès qu'ils ont réalisés dans leurs objectifs financiers.



CONFORMEZ-VOUS AU RÈGLEMENT

Les règles CRM2 sont votre occasion de gagner une plus grande confiance avec vos clients. En adoptant d'emblée les changements vous démontrez votre engagement à mettre au premier plan les intérêts de vos investisseurs et vous permettra de développer des relations plus solides.

CALENDRIER DE MISE EN OEUVRE

Dans le tableau ci-dessous, vous trouverez les exigences et les dates de mise en œuvre. La première colonne intitulée « calendrier de préparation » est le calendrier que nous vous conseillons d'utiliser pour préparer votre pratique en ce qui concerne les exigences d'information démontrées ci-dessous.

Calendrier de préparation	Exigences à compléter	Date de mise en œuvre
Actuellement*	<ul style="list-style-type: none"> •Relevés de compte trimestriels réguliers (ou mensuels, sur demande) •Fournir aux clients un avis de 60 jours sur les nouvelles charges d'exploitation ou leurs augmentations. •L'information sur la relation doit comprendre une description complète des charges d'exploitation et des frais de transaction, tant pour les nouveaux clients que les clients actuels. 	Le 15 juillet 2013
2013*	<ul style="list-style-type: none"> •Divulgarion de toutes les charges, frais de rachat et frais administratifs avant d'effectuer des opérations. •Confirmations de transaction plus détaillées, c'est-à-dire qu'elles indiquent toutes les charges. 	Le 15 juillet 2014
2014*	<ul style="list-style-type: none"> •Relevés de compte plus détaillés, notamment : <ul style="list-style-type: none"> - l'information sur l'enregistrement; - la valeur marchande de chaque titre; - l'information sur la couverture du compte, le cas échéant; - quels titres au compte peuvent faire l'objet de frais de rachat, s'ils sont vendus; et - l'information sur les coûts des positions 	Le 31 décembre 2015
2015*	<ul style="list-style-type: none"> •Plus d'information fournie sur les confirmations de transaction, notamment, les frais de transaction, les frais de rachat ou autres charges, y compris les écarts de taux d'intérêt ou d'autres facteurs affectant la valeur des titres à revenu fixe. •Sommaire sur les frais et autres rémunérations. •Rapport annuel sur la performance pondérée du coût de l'argent. 	Le 15 juillet 2016

* Toutes les exigences sont continues

Nous vous recommandons de consulter votre courtier.

OUTILS POUR LE RÈGLEMENT 31-103

L'équipe de développement professionnel de Placements CI s'est engagée à contribuer à votre succès. Nous avons effectué des recherches approfondies pour s'assurer que les stratégies et les outils fournis vous aideront à vous adapter et à développer vos activités face à la nouvelle législation.

Des versions exercices de chaque outil peuvent être trouvées dans cette section. Pour obtenir des outils supplémentaires, visitez le www.ci.com/pd. Pour plus de renseignements, ou pour obtenir de l'aide, contactez votre grossiste de Placements CI.



VALEUR INTANGIBLE FOURNIE

SERVICES CONCRETS FOURNIS

Gestion financière	Gestion de l'actif	Planification fiscale	Gestion des risques
Analyse de la dette hypothécaire et autres dettes	Analyse du portefeuille et des ententes	Analyse des impôts	Assurance vie temporaire et permanente
Analyse du flux de trésorerie	Gamme de produits de placement diversifié	Services relatifs à la déclaration de revenus	Maladies graves et invalidité
Projection du flux de trésorerie	Épargne-retraite et épargne-étude	Planification fiscale approfondie pour particuliers	Assurance de soins de longue durée
Prêt REER et levier financier	Repositionnement et rééquilibrage	Planification fiscale pour sociétés	Autre
Évaluations régulières	Évaluations régulières	Évaluations régulières	Évaluations régulières

Planification de la retraite	Planification successorale	Planification d'une période de transition au cours de la vie	Relations-clients
Analyse du revenu de retraite	Planification et analyse successorale	Questions relatives aux services aux aînés	Interrogatoire préalable approfondi
Évaluation des objectifs	Testament et procuration(s)	Transitions professionnelles	Plan d'action pour le client
Analyse des besoins financiers à la retraite	Dons de bienfaisance	Mode de vie sain	Rapports périodiques
Projection du flux de trésorerie à la retraite	Planification de la relève d'entreprise	Indication de clients à d'autres professionnels	Communication régulière
Évaluations régulières	Évaluations régulières	Évaluations régulières	Résolution de problème proactive

SEGMENTATION DE LA CLIENTÈLE

NOMBRE TOTAL DES CLIENTS	NOMBRE TOTAL DES CLIENTS « A »	NOMBRE TOTAL DES CLIENTS « B »	NOMBRE TOTAL DES CLIENTS « C » et « D »
--------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---

NOM DU CLIENT: _____ **POUR LA PÉRIODE SE TERMINANT LE :** _____

VALEUR INTANGIBLE FOURNIE		FRAIS	
		Quels frais chargez-vous à vos clients, et comment calculez-vous votre rémunération?	
		Frais de service seulement	
		Frais intégrés	
		Commissions	
			FRAIS COMMISSIONS
		Frais chargés (société de fonds 1)	
		Frais chargés (société de fonds 2)	
		Frais chargés (société de fonds 3)	
		Frais chargés (tous les autres)	
		Tous les autres frais payés	
		TOTAL	
SERVICES CONCRETS FOURNIS			
Gestion financière	Planification de la retraite		
Gestion de l'actif	Planification successorale		
Planification fiscale	Planification d'une période de transition au cours de la vie		
Gestion des risques	Relations-clients		
REMARQUES			

NOM DU CLIENT : _____

		Oui	No
Valeur intangible	J'ai mené un interrogatoire préalable approfondi de ce client et j'ai élaboré un plan financier formel en tenant compte de ses objectifs.		
	Mon expérience et mon expertise dans le secteur des services financiers sont supérieurs à la moyenne dans mon marché.		
	J'ai élargi la gamme des services que je prodigue à ce client afin de lui offrir des services autres que des conseillers financiers.		
	Pour ce client, j'ai élevé mes normes de qualité des services que je prodigue et je le lui ai souligné.		
Services concrets	La valeur que j'offre à ce client est répartie dans quatre catégories de services concrets ou plus.		
	Les produits et services que je prodigue à ce client répondent de manière satisfaisante à ses objectifs.		
	Les services concrets que je prodigue à ce client ne peuvent pas aisément être autogérés par le client, par exemple, la planification successorale.		
	Ce client n'est pas seulement en quête de rendement.		
Frais	Mon client connaît les montants exacts de tous les frais et charges qui lui sont chargés.		
	Les actifs de mon client ne comprennent pas actuellement des frais intégrés.		
	Je serais à mon aise de justifier les frais que je charge à un client en relation avec la valeur et les services que je lui prodigue.		
	En examinant les frais que mon client a payés, je ne crois pas qu'un compétiteur pourra offrir mieux.		
Autre	Je suis le seul conseiller avec qui ce client fait affaires.		
	J'ai établi une relation avec ce client basée sur un haut degré de confiance.		
	Si ce client cessait de faire affaires avec moi, cela n'aurait pas un grand impact sur mon chiffre d'affaires.		
	J'ai communiqué avec ce client au moins six fois au cours des douze derniers mois.		
Total			

Remarques

NOM DU CLIENT : _____

Services actuellement non prodigués à ce client, car il n'en bénéficierait pas :

Plan d'action pour les douze prochains mois :

Responsabilités et exigences :

Qui :	Responsabilités et exigences :

Remarques :

Type de client	2015	2016	2017
A			
B			
C et D			
<p>Les trois principaux services concrets que je prodigue actuellement et que je veux améliorer, ou que je veux ajouter à ma gamme de services existants au cours des douze prochains mois :</p>			
<p>1: _____ 2: _____ 3: _____</p>			

Client: _____ Date de l'entretien : _____	
Introduction	
Illustrez la valeur prodiguée	
Soulignez les changements	
Énoncez vos frais	
Sommaire des avantages de faire affaires avec vous	

Client: _____		Date: _____	
	Services fournis	Détails	

Annexes

Exemple d'un relevé de compte



Rapport annuel sur les frais et les autres formes de rémunération

Nom du client
Ligne d'adresse 1
Ligne d'adresse 2
Ligne d'adresse 3
Votre numéro de compte : 123456

June 20th, 2013

Ce rapport est un résumé de la rémunération que nous avons reçue directement ou indirectement en 20XX.

Notre rémunération provient de deux sources :

1. Les frais que nous vous facturons directement. Certains de ces frais sont liés au fonctionnement de votre compte, tandis que d'autres sont liés aux achats, aux ventes et aux autres opérations que vous effectuez dans le compte.
2. La rémunération que nous recevons de tiers.

Les frais sont importants parce qu'ils réduisent le profit tiré du placement ou augmente la perte en découlant. Pour obtenir des explications sur les frais indiqués dans ce rapport, adressez-vous à votre représentant.

FRAIS QUE VOUS NOUS AVEZ PAYÉS DIRECTEMENT		
Frais d'administration du RER	100\$	
Total des frais liés au fonctionnement de votre compte		100\$
Commissions sur les achats de titres d'organismes de placement collectif avec frais d'acquisition	101\$	
Frais d'échange	45\$	
Total des frais liés aux opérations que nous avons effectuées pour vous		146\$
Total des frais que vous nous avez payés directement		246\$
RÉMUNÉRATION QUE NOUS AVONS REÇUE DE TIERS		
Commissions provenant de gestionnaires d'organismes de placement collectif à l'achat de titres d'organismes de placement collectif (voir la note 1)		503\$
Commissions de suivi provenant de gestionnaires d'organismes de placement collectif (voir la note 2)		286\$
Total de la rémunération que nous avons reçue de tiers		789\$
TOTAL DES FRAIS ET DE LA RÉMUNÉRATION QUE NOUS AVONS REÇUS EN 20XX		1035\$

Notes :

1. Lorsque vous avez acheté des titres d'organismes de placement collectif avec frais d'acquisition reportés, nous avons reçu une commission de la part du gestionnaire de fonds d'investissement. Au cours de l'exercice, ces commissions se sont élevées à 503 \$.

Annexes

Exemple d'un relevé de compte



2. Nous avons reçu des commissions de suivi de 286 \$ à l'égard des titres dont vous étiez propriétaire au cours de la période de 12 mois couverte par ce rapport.
- Les fonds d'investissement versent à leurs gestionnaires des frais de gestion, et ces derniers nous versent régulièrement des commissions de suivi pour les services et les conseils que nous vous fournissons. Le montant de la commission de suivi dépend de l'option de frais d'acquisition que vous avez choisie lorsque vous avez acquis les titres du fonds. Ni la commission de suivi ni les frais de gestion ne vous sont facturés directement. Cependant, ces frais ont des conséquences pour vous puisqu'ils réduisent le montant que vous rapporte le fonds. De l'information sur les frais de gestion et les autres frais de vos fonds d'investissement est fournie dans le prospectus ou dans l'aperçu du fonds qui s'y rattachent.

Voici la liste de nos frais de fonctionnement courants

[Les personnes inscrites dont tenues de fournir, dans le rapport annuel sur les frais et les autres formes de rémunération, les frais de fonctionnement courants qui peuvent s'appliquer aux comptes de leurs clients. Pour les besoins de ce modèle, nous ne fournissons pas de liste pour ces frais.]

Annexes

Exemple de rapports sur les rendements des placements



Rapport sur le rendement de vos placements Pour la période se terminant le 31 décembre 2030

Nom du client
 Ligne d'adresse 1
 Ligne d'adresse 2
 Ligne d'adresse 3

Numéro de compte : 123456789

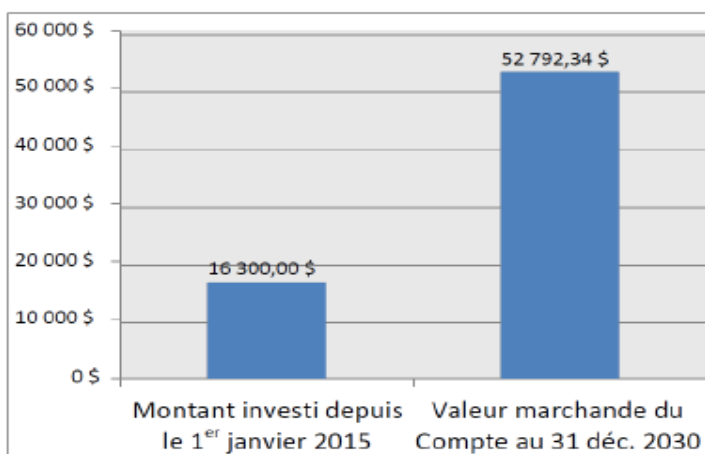
Ce rapport vous informe du rendement de votre compte jusqu'au 31 décembre 2030. Il vous permet d'évaluer le progrès accompli vers l'atteinte de vos objectifs de placement.

Si vous avez des questions sur le rapport, veuillez contacter votre représentant. De plus, si votre situation personnelle ou financière a changé, il est important de l'en informer. Il peut vous recommander de modifier vos placements afin de demeurer sur la bonne voie pour atteindre vos objectifs.

Sommaire de la valeur totale

Vos placements ont augmenté de 36 492,34 \$ depuis l'ouverture de votre compte
Vos placements ont augmenté de 2 928,85 \$ au cours de la dernière année

Montant investi depuis l'ouverture de votre compte le 1 ^{er} janvier 2015	16 300,00 \$
Valeur marchande de votre compte au 31 décembre 2030	52 792,34 \$



Le montant investi s'entend de la valeur marchande d'ouverture plus les dépôts, y compris : la valeur marchande des dépôts et transferts de titres et de fonds dans votre compte, à l'exception de l'intérêt ou des dividendes réinvestis.

Moins les retraits, y compris : la valeur marchande des retraits et transferts de votre compte.

Annexes

Exemple de rapports sur les rendements des placements



Variation de la valeur de votre compte

Le tableau ci-après est un sommaire des mouvements de votre compte. Il illustre la variation de la valeur de votre compte selon les opérations effectuées.

	Année précédente	Depuis l'ouverture de votre compte
Valeur marchande d'ouverture	51.063.49 \$	0.00 \$
Dépôts	4,000.00 \$	21,500.00 \$
Retraits	(5,200.00) \$	(5,200.00) \$
Variation de la valeur marchande de votre compte	2,928.85 \$	38,492.34 \$
Valeur marchande de clôture	52,792.34 \$	52,792.34 \$

Vos taux de rendement personnels

Le tableau ci-après présente le taux de rendement total de votre compte pour les périodes se terminant le 31 décembre 2030. Les rendements sont indiqués après déduction des frais, lesquels comprennent les frais liés aux conseils, les frais liés aux opérations et les autres frais liés au compte, mais non l'impôt sur le revenu.

Gardez à l'esprit que vos rendements reflètent la répartition de vos placements dans le compte ainsi que leur degré de risque. Pour évaluer vos rendements, vous devez tenir compte de vos objectifs de placement, des risques que vous êtes prêt à prendre et de la valeur des conseils et des services reçus.

	Dernière année	Trois dernières années	Cinq dernières années	Dix dernières années	Depuis l'ouverture de votre compte
Votre compte	5,51%	10,92%	12,07%	12,90%	13,09%

Qu'est-ce que le taux de rendement total?

Il correspond aux gains et aux pertes d'un placement au cours d'une période précise, y compris les gains et les pertes en capital réalisés et non réalisés, plus le revenu, exprimé en pourcentage.

Par exemple, un taux de rendement total annuel de 5 % sur les trois dernières années signifie que le placement a augmenté de 5 % chacune de ces années.

Méthode de calcul

Nous utilisons une méthode de calcul du taux de rendement pondéré en fonction des flux de trésorerie externes. Communiquez avec votre représentant pour plus de renseignements sur ce calcul.

Les rendements figurant dans ce tableau sont vos taux de rendement personnels. Les variations de la valeur des titres dans lesquels vous avez investi, les dividendes et les intérêts qui vous sont versés sur ces titres ainsi que les dépôts dans compte et les retraits du compte ont des conséquences sur vos rendements.

Si vous avez un plan financier personnel, il doit comprendre un taux de rendement cible, qui correspond au rendement requis pour atteindre vos objectifs de placement. En comparant les taux de rendement réellement obtenus (indiqués dans le tableau) avec votre taux de rendement cible, vous pouvez vérifier si vous êtes en bonne voie d'atteindre vos objectifs de placement.

Contactez votre représentant pour en discuter.



APERÇU DU FONDS

Fonds d'actions canadiennes XYZ – Série B

au 30 juin 20XX

Ce document contient des renseignements essentiels sur le Fonds d'actions canadiennes XYZ que vous devriez connaître. Vous trouverez plus de détails dans le prospectus simplifié du fonds. Pour en obtenir un exemplaire, communiquez avec votre représentant ou avec Les Fonds XYZ au 1-800-555-5556 ou à l'adresse placement@fondscopy.com, ou visitez le www.fondscopy.com.

Avant d'investir dans un fonds, vous devriez évaluer s'il cadre avec vos autres investissements et respecte votre tolérance au risque.

Bref aperçu

Code du fonds :	XYZ123	Gestionnaire du fonds :	Les Fonds XYZ
Date de création de la série :	31 mars 2000	Gestionnaire de portefeuille :	Gestion de capitaux Itée
Valeur totale du fonds au 1 ^{er} juin 20XX :	1 milliard de dollars	Distributions :	Annuelles, le 15 décembre
Ratio des frais de gestion (RFG) :	2,25 %	Placement minimal :	500 \$ (initial), 50 \$ (additionnel)

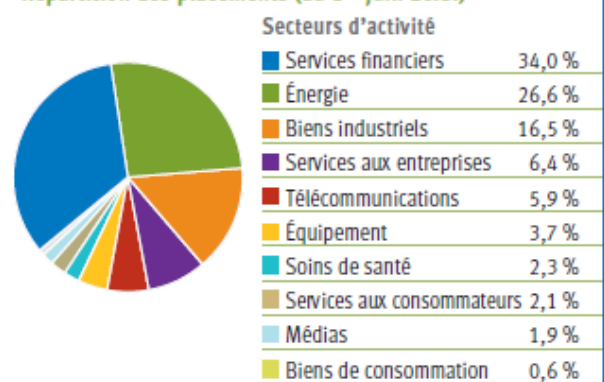
Dans quoi le fonds investit-il?

Le fonds investit dans un large éventail de titres d'entreprises canadiennes de toutes les tailles et de tous les secteurs. Les graphiques ci-dessous donnent un aperçu des placements du fonds au 1^{er} juin 20XX. Ces placements changeront au fil du temps.

Dix principaux placements (au 1^{er} juin 20XX)

1. Banque Royale du Canada	7,5 %
2. Banque Toronto-Dominion	7,1 %
3. Canadian Natural Resources	5,8 %
4. La Banque de Nouvelle-Écosse	4,1 %
5. Énergie Cenovus Inc.	3,7 %
6. Suncor Énergie Inc.	3,2 %
7. Enbridge Inc.	3,1 %
8. Banque Canadienne Impériale de Commerce	2,9 %
9. Financière Manuvie	2,7 %
10. Compagnie des chemins de fer nationaux du Canada	1,9 %
Pourcentage total des dix principaux placements :	42 %
Nombre total de placements :	93

Répartition des placements (au 1^{er} juin 20XX)



Quels sont les risques associés à ce fonds?

La valeur du fonds peut augmenter ou diminuer. Vous pourriez perdre de l'argent.

Une façon d'évaluer les risques associés à un fonds est de regarder les variations de son rendement, ce qui s'appelle la « volatilité ».

En général, le rendement des fonds très volatiles varie beaucoup. Ces fonds peuvent perdre de l'argent mais aussi avoir un rendement élevé. Le rendement des fonds peu volatiles varie moins et est généralement plus faible. Ces fonds risquent moins de perdre de l'argent.

Niveau de risque

Les Fonds XYZ estiment que la volatilité de ce fonds est **moyenne**.

Ce niveau est établi d'après la variation du rendement du fonds d'une année à l'autre. Il n'indique pas la volatilité future du fonds et peut changer avec le temps. Un fonds dont le niveau de risque est faible peut quand même perdre de l'argent.



Pour en savoir davantage sur le niveau de risque et les facteurs de risque qui peuvent influencer sur le rendement du fonds, consultez la rubrique Risques dans le prospectus simplifié du fonds.

Aucune garantie

Comme la plupart des fonds, ce fonds n'offre aucune garantie. Vous pourriez ne pas récupérer le montant investi.



Quel a été le rendement du fonds?

Cette section vous indique le rendement annuel de parts de série B du fonds au cours des 10 dernières années. Les frais du fonds ont été déduits du rendement exprimé. Les frais réduisent le rendement du fonds.

Rendements annuels

Ce graphique indique le rendement des parts de série B du fonds chacune des 10 dernières années. La valeur du fonds a diminué pendant trois de ces années. Les rendements indiqués et leur variation annuelle peuvent vous aider à évaluer les risques associés à ce fonds dans le passé mais ils ne vous indiquent pas quel sera son rendement futur.



Meilleur et pire rendement sur trois mois

Ce tableau indique le meilleur et le pire rendement des parts de série B sur trois mois au cours des 10 dernières années. Ces rendements pourraient augmenter ou diminuer. Tenez compte de la perte que vous seriez en mesure d'assumer sur une courte période.

	Rendement	3 mois terminés	Si vous aviez investi 1 000 \$ dans le fonds au début de cette période
Meilleur rendement	32,6 %	le 30 avril 2003	votre placement augmenterait à 1 326 \$.
Pire rendement	-24,7 %	le 30 novembre 2008	votre placement chuterait à 753 \$.

Rendement moyen

Au cours des 10 dernières années, les parts de série B du fonds ont généré un rendement annuel composé de 6,8 %, ce qui signifie que si vous aviez investi 1 000 \$ dans le fonds il y a 10 ans, votre placement vaudrait aujourd'hui 1 930 \$.

À qui le fonds est-il destiné?

Aux investisseurs qui :

- recherchent un placement à long terme;
- désirent investir dans un large éventail d'entreprises canadiennes;
- peuvent supporter les hauts et les bas du marché boursier.

! N'investissez pas dans ce fonds si vous avez besoin d'une source de revenu régulier.

Un mot sur la fiscalité

En général, vous devez payer de l'impôt sur l'argent que vous raporte un fonds. Le montant à payer varie en fonction des lois fiscales de votre lieu de résidence et selon que vous détenez ou non le fonds dans un régime enregistré, comme un régime enregistré d'épargne-retraite ou un compte d'épargne libre d'impôt.

Rappelez-vous que si vous détenez votre fonds dans un compte non enregistré, les distributions du fonds s'ajoutent à votre revenu imposable, qu'elles soient versées en argent ou réinvesties.



Combien cela coûte-t-il?

Les tableaux qui suivent présentent les frais que vous pourriez avoir à payer pour acheter, posséder et vendre des parts de série B du fonds. Les frais (y compris les commissions) peuvent varier d'une série et d'un fonds à l'autre. Des commissions élevées peuvent inciter les représentants à recommander un placement plutôt qu'un autre. Informez-vous sur les fonds et les placements plus économiques qui pourraient vous convenir.

1. Frais d'acquisition

Lorsque vous achetez des parts du fonds, vous devez choisir le moment où les frais d'acquisition seront payés. Informez-vous sur les avantages et les inconvénients de chaque option.

Option de frais d'acquisition	Ce que vous payez		Comment ça fonctionne
	En pourcentage (%)	En dollars (\$)	
Frais d'acquisition initiaux	De 0 % à 4 % du montant investi	De 0 \$ à 40 \$ sur chaque tranche de 1 000 \$ investie	<ul style="list-style-type: none"> Vous choisissez le taux avec votre représentant Les frais d'acquisition initiaux sont déduits du montant acheté et sont remis à la société de votre représentant à titre de commission.
Frais d'acquisition reportés	Si vous vendez : moins de 1 an après l'achat 6,0 % moins de 2 ans après l'achat 5,0 % moins de 3 ans après l'achat 4,0 % moins de 4 ans après l'achat 3,0 % moins de 5 ans après l'achat 2,0 % moins de 6 ans après l'achat 1,0 % 6 ans ou plus après l'achat 0,0 %	De 0 \$ à 60 \$ sur chaque tranche de 1 000 \$ vendue	<ul style="list-style-type: none"> Les frais d'acquisition reportés sont à taux fixe. Ils sont déduits du montant vendu. Lorsque vous investissez dans le fonds, Les Fonds XYZ versent à la société de votre représentant une commission de 4,9 %. Les frais d'acquisition reportés que vous payez sont remis aux Fonds XYZ. Vous pouvez vendre jusqu'à 10 % de vos parts chaque année sans frais d'acquisition reportés. Vous pouvez échanger vos parts contre des parts de série B d'un autre fonds des Fonds XYZ n'importe quand sans frais d'acquisition reportés. Le calendrier des frais d'acquisition reportés est établi selon la date où vous investissez dans le premier fonds.

2. Frais du fonds

Vous ne payez pas ces frais directement. Ils ont cependant des conséquences pour vous, car ils réduisent le rendement du fonds. Au 31 mars 20XX, les frais du fonds s'élevaient à 2,30 % de sa valeur, ce qui correspond à 23 \$ sur chaque tranche de 1 000 \$ investie.

Taux annuel (en % de la valeur du fonds)

Ratio des frais de gestion (RFG)

Il s'agit du total des frais de gestion (qui comprennent la commission de suivi) et des frais d'exploitation du fonds. Les Fonds XYZ ont renoncé à certains frais. Dans le cas contraire, le RFG aurait été plus élevé.

2,25 %

Ratio des frais d'opérations (RFO)

Il s'agit des frais de transactions du fonds.

0,05 %

Frais du fonds

2,30 %

Renseignements sur la commission de suivi

La commission de suivi est versée tant que vous possédez des parts du fonds. Elle couvre les services et les conseils que votre représentant et sa société vous fournissent.

Les Fonds XYZ versent la commission de suivi à la société de votre représentant. Ils la prélèvent sur les frais de gestion et la calculent en fonction de la valeur de votre placement. Le taux dépend de l'option de frais d'acquisition que vous choisissez :

Option de frais d'acquisition	Montant de la commission de suivi	
	En pourcentage (%)	En dollars (\$)
Frais d'acquisition initiaux	de 0 à 1 % de la valeur de votre placement annuellement	de 0 à 10 \$ pour chaque tranche de 1 000 \$ investie
Frais d'acquisition reportés	de 0 à 0,5 % de la valeur de votre placement annuellement	de 0 à 5 \$ pour chaque tranche de 1 000 \$ investie

**NOUS VOUS ACCOMPAGNERONS
TOUT AU LONG DES ÉTAPES...**

À venir bientôt :

Nouvelles présentations et nouveaux outils à l'adresse

Webinaire : 31-103 Règlements et exigences

**Présentation et guide :
31-103 Les meilleures pratiques et outils, 2^e partie**

**Atelier :
31-103 S'adapter, se développer et profiter des occasions**

**Présentation et guide :
31-103 Deuxième année**



À l'usage exclusif des conseillers



® Placements CI et le logo de Placements CI sont des marques déposées de CI Investments Inc. Cette communication est publiée par CI. Tout commentaire et information contenus dans cette communication sont fournis à titre de source générale d'information et ne doivent pas être considérés comme des conseils personnels de placement. Tous les efforts ont été consentis pour s'assurer que l'information contenue dans ce document est exacte au moment de la publication. Cependant, CI ne peut en garantir l'exactitude ni l'exhaustivité et n'endosse donc aucune responsabilité pour aucune perte découlant d'une utilisation quelconque ou de la confiance accordée aux renseignements ci-dessus.

Les données et les renseignements fournis par CI et d'autres sources sont jugés fiables au moment de leur publication. CI ne peut garantir qu'ils sont exacts ou complets, ou qu'ils seront d'actualité en tout temps. L'information contenue dans cette présentation ne constitue pas des conseils juridiques, comptables, fiscaux ou en placements et ne devrait pas être considérée comme telle. CI et ses sociétés affiliées ne sont aucunement responsables des dommages directs, indirects, particuliers ou consécutifs pouvant être causés de quelque manière que ce soit par l'utilisation de cette présentation. Le contenu de cette présentation ne peut, en aucune manière, être modifié, copié, reproduit, publié, téléchargé, affiché, transmis, distribué ou exploité commercialement. Vous pouvez télécharger cette présentation pour vos activités à titre de conseiller financier, à condition que vous ne modifiez par les avis de copyright et tout autre avis exclusif. Le téléchargement, la retransmission, la mémorisation dans n'importe quel média, la reproduction