

L'invasion des robots-conseillers : La menace est-elle bien réelle?

Livre blanc commandé par EquiSoft

Table des matières

AVANT-PROPOS	4
INTRODUCTION	5
MENACE OU MODE PASSAGÈRE?	7
QUEL EST LE POTENTIEL DE MARCHÉ DES CONSEILS AUTOMATISÉS?	9
LES DÉFIS POSÉS AUX ROBOTS-CONSEILLERS CANADIENS	12
L'AVENIR : LES ROBOTS-CONSEILLERS ET L'INDUSTRIE TRADITIONNELLE DES SERVICES D'INVESTISSEMENT AUX PARTICULIERS	16
CONCLUSIONS	17
ÉLÉMENTSPATRIMOINE – NOUVEAU MODULE PORTAIL CLIENT	18

AVANT-PROPOS

Encore du changement à l'horizon pour l'industrie canadienne des services d'investissement aux particuliers.

Aucune autre évolution récente du secteur des placements ne défraie autant la chronique que le phénomène des robots-conseillers. Les nouvelles et l'information foisonnent : couverture médiatique tant pour les consommateurs que l'industrie, livres blancs, études, conférences... Malgré tout, les questions se font plus nombreuses que les réponses.

Depuis près d'un an maintenant, plusieurs clients nous demandent si nous pensons que le phénomène mérite tout ce battage et menace réellement les courtiers et conseillers traditionnels. Le présent document – le second livre blanc d'EquiSoft sur les défis auxquels fait face l'industrie canadienne des services d'investissement aux particuliers – examine les menaces et débouchés potentiels de l'invasion des robots-conseillers.

Nous souhaitons remercier les nombreux contributeurs de l'industrie pour leurs idées et leurs réflexions. Comme dans notre livre blanc précédent, *MRCC2 et son effet sur l'industrie canadienne des services d'investissement aux particuliers*, nous avons choisi de taire leur identité pour qu'ils soient libres de s'exprimer en toute franchise.

Ce qu'il faut retenir de la présente étude, c'est que d'après les experts du domaine, l'avenir de l'industrie ne réside ni dans l'ancien modèle de distribution, ni dans le nouveau modèle subversif qu'est la gestion de placement automatisée, mais bien dans un mélange des deux. Les courtiers et les conseillers traditionnels ont une belle occasion de tirer parti des puissantes technologies d'automatisation pour gagner en efficacité, enrichir l'expérience de leurs clients, diversifier leur clientèle et faire croître leurs entreprises. Nous espérons que l'information qui suit saura vous guider et vous éclairer en cette période de profond bouleversement du secteur canadien des services d'investissement aux particuliers.

Jonathan Georges

Jonathan Georges
Vice-président, Solutions de gestion du patrimoine
EquiSoft

888-989-3141, poste 201
jonathan.georges@equisoft.com

INTRODUCTION

Les conseillers traditionnels ont-ils rencontré leur Uber?

QU'EST-CE QU'UN ROBOT-CONSEILLER?

Les robots-conseillers sont arrivés. Maintenant implantés au Canada, ils promettent aux investisseurs, à peu de frais, des portefeuilles automatisés accessibles en un simple clic sur leur téléphone intelligent.

Vous avez entendu parler d'Uber, le service mondial de covoiturage qui menace l'existence même de l'industrie du taxi. Est-ce ce qui attend le secteur canadien des services d'investissement aux particuliers?

Les conseillers traditionnels ont-ils rencontré leur Uber? Les robots ne sont-ils que du vent, peuvent-ils être ignorés? Ou y a-t-il une troisième possibilité, celle que les conseillers adoptent cette puissante technologie pour offrir de nouveaux services attrayants aux consommateurs?

Les expressions « conseiller virtuel », « services-conseils en placement automatisés », « gestion automatisée » et « robot-conseiller » se font de plus en plus entendre. Bien que les définitions varient d'une personne à l'autre, on entend généralement par là un type de conseiller financier qui offre des services de gestion de portefeuille requérant peu ou pas d'intervention humaine.

Du point de vue de l'investisseur, ces nouvelles solutions en ligne sont intéressantes à bien des égards.

On entend par robot-conseiller un type de conseiller financier qui offre des services de gestion de portefeuille requérant peu ou pas d'intervention humaine.

Commodité

Répondez à quelques questions simples sur votre philosophie d'investissement, puis entrez votre nom, vos revenus et vos actifs. En quelques minutes, on vous montera un portefeuille correspondant à votre profil. S'il vous convient, vous n'avez plus qu'à vous créer un compte en ligne (processus sans papier de A à Z).

Une fois que c'est fait, votre portefeuille sera rééquilibré, et les dividendes seront réinvestis automatiquement. Pour les comptes d'envergure, votre portefeuille sera géré de façon à maximiser vos économies après impôt.

Vous pouvez même suivre votre robot favori sur Twitter. Publier un lien vers son site sur Facebook. Vous abonner à son blogue. Vous recevrez des communications claires, succinctes et faciles à lire sur l'appareil de votre choix : tablette, ordinateur, téléphone intelligent...

Le tout est accessible quand et où bon vous semble : c'est vous qui décidez.

Transparence

Les robots-conseillers se targuent d'être transparents. Il ne manque pas une information sur leurs sites Web : honoraires, ratios des frais, portefeuilles modèles et produits de placement les composant.

La page d'accueil du robot-conseiller canadien Nest Wealth explique que le service combine l'intelligence artificielle, des frais réduits et la transparence la plus complète pour offrir aux investisseurs une méthode d'épargne qui les aidera à mieux atteindre leurs objectifs financiers.

Impartialité, transparence, bas prix : voilà ce que prône le site de Modern Advisor, un autre service canadien.

Comment les firmes traditionnelles s'en tirent-elles? Au Canada, deux études récentes ont soulevé des inquiétudes à l'égard de la transparence du secteur des services d'investissement aux particuliers. Selon une enquête de J.D. Power, trois investisseurs canadiens sur quatre ne comprennent pas tout à fait les commissions et honoraires qu'ils paient à leur firme, et 45 % disent qu'ils n'ont même pas reçu de sommaire des frais.

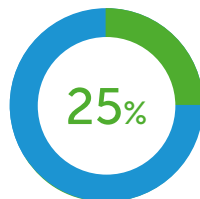
Côté conseils, 43 % des investisseurs ne savent rien de la structure tarifaire de leur firme, et 33 % n'ont reçu aucune explication concernant le rendement de leurs placements¹.

Dans une autre enquête notable sur les pratiques des conseillers, des organismes de réglementation des courtiers en placement et en épargne collective ont collaboré avec la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario (CVMO) pour envoyer des « clients mystères » auprès d'un échantillon aléatoire de firmes. Les résultats n'étaient pas encourageants : à la première rencontre, les

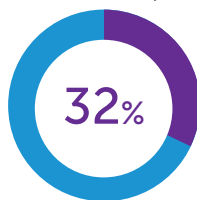
clients [investisseurs] étaient « moins susceptibles » de se faire poser des questions de base de connaissance du client (CDC) ou d'entendre parler de la relation risque-rendement, des frais associés aux produits et de la rémunération des conseillers².

D'après l'étude conjointe de la CVMO, de l'OCRCVM et de l'ACFM...

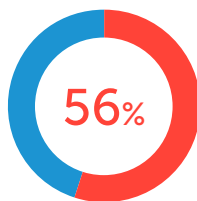
Seule **1** firme sur **4** a discuté de sa rémunération (25 %);



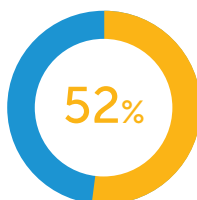
Ce n'est que **1** conseiller sur **3** (32 %) qui a recueilli des « renseignements CDC complets » sur son client;



La question des frais associés aux produits n'a été abordée que dans **1** cas sur **2** (56 %);



La relation risque-rendement n'a été mentionnée que dans **1** firme sur **2** (52 %).



Tarifs réduits

Le coût est un autre volet essentiel de la proposition de valeur du robot-conseiller. Un simple portefeuille indicel coûte environ 20 points de base (pb), ou 0,2 % par an. En supposant des frais de 35 pb pour le service automatisé, le coût annuel de gestion revient à 60 pb au total, taxes incluses.

Le chef de file du marché américain, Wealthfront, demande 25 pb. Le ratio de frais d'un FNB représente 12 pb de plus, et les premiers 10 000 \$ sont gérés gratuitement.

« Nous offrons un produit complet pour le tiers du prix, assurances et planification financière incluses, affirme un initié des services automatisés. Pas de doute, les robots vont déstabiliser le secteur. »

« Avec la mise en œuvre du Modèle de relation client-conseiller (MRCC2) au Canada, il sera de plus en plus tentant pour les robots de s'en tenir à des frais [moindres] de 50 pb ou moins, coût du produit compris », fait valoir un observateur.

« Nous offrons un produit complet pour le tiers du prix, assurances et planification financière incluses. Pas de doute, les robots vont déstabiliser l'industrie. »

¹ J.D. Power and Associates, 2015 Canadian Full Service Investor Satisfaction Study

² Évaluation mystère sur les conseils en matière de placement. Rapport conjoint de la CVM, de l'OCRCVM et de l'ACFM publié le 17 septembre 2015. Enquête menée de juillet à novembre 2014 auprès de 150 firmes, incluant des courtiers sur le marché dispensé, des courtiers en valeurs mobilières, des courtiers en épargne collective et des gestionnaires de portefeuilles.

MENACE OU MODE PASSAGÈRE?

La quantité d'argent brassée par les robots-conseillers en fait sourciller plus d'un, mais cela ne représente encore qu'un infime pourcentage de l'industrie. Les conseillers financiers doivent-ils se sentir menacés?

UNE POPULARITÉ CROISSANTE

Selon une enquête menée auprès des principaux robots-conseillers des États-Unis, leurs actifs regroupés s'élevaient à 21 G\$ US en juillet 2015, une hausse de 34 % par rapport à l'année précédente³. Une autre étude de marché projetait pour sa part des actifs gérés par les conseillers virtuels de l'ordre de 55 G\$ US à 60 G\$ US d'ici la fin de 2015⁴. Deux chefs de file du marché américain affirment avoir environ 3 G\$ US d'actifs sous gestion (ASG) chacun, répartis dans 40 000 à 115 000 comptes. Difficile d'obtenir les chiffres pour le marché canadien, mais son plus gros joueur soutient qu'il a plus de 10 000 clients et 400 M\$ d'ASG.

Quoi qu'il en soit, on s'attend à ce que la croissance du segment des robots-conseillers ne soit pas issue exclusivement des nouveaux arrivants du marché, comme Wealthfront, Betterment et Wealthsimple, mais aussi en grande partie de firmes traditionnelles qui leur emboîteront le pas. L'une d'elles, Charles Schwab & Co., rapporte que ses plateformes automatisées ont connu une croissance de 25 %, pour atteindre 4,1 G\$ US au trimestre ayant pris fin le 30 septembre 2015. Une autre, Vanguard, rapporte que ses services de conseiller virtuel comptent 21 G\$ US d'ASG⁵.

À l'heure où les estimations des ASG sur le marché américain pour 2020 vont de 255 G\$ US à 2 T\$ US⁶, les experts de l'industrie s'entendent sur une chose : ces plateformes en ligne sont là pour rester, et elles promettent de changer la face du secteur de la gestion de patrimoine tout entier.

Les estimations des ASG sur le marché américain pour 2020 vont de 255 G\$ US à 2 T\$ US.

³ Corporate Insight. Les 11 entreprises visées par l'enquête (Betterment, Wealthfront, SigFig, Jemstep, Personal Capital, FutureAdvisor, Financial Guard, AssetBuilder, Covestor, MarketRiders et RebalanceIPA) ont continué à amasser des actifs malgré l'incursion des sociétés Charles Schwab et Vanguard avec leurs services automatisés respectifs, Intelligent Portfolios et Personal Advisor Services.

⁴ Accenture.

⁵ Investmentnews.com, 15 octobre 2015.

⁶ La firme de recherche MyPrivateBanking évalue le marché à 225 G\$ US; le cabinet de consultants EY, à 1 T\$ US; et le cabinet de consultants A.T. Kearney, à 2 T\$ US.

LES ROBOTS-CONSEILLERS MENACENT-ILS LEURS HOMOLOGUES DE CHAIR ET D'OS?

Selon plusieurs chefs de file de l'industrie, certains devraient surveiller leurs arrières. « Les conseillers de plus de 50 ans auraient intérêt à liquider leurs affaires le plus vite possible, prévient un observateur. S'ils ne veulent rien changer à leurs méthodes, ils peuvent s'attendre à voir leurs actifs s'éroder. »

« Les conseillers de plus de 50 ans auraient intérêt à liquider leurs affaires le plus vite possible. »

D'après un autre, « les robots vont ébranler l'industrie ». Les plus affectés seront les 20 % les moins productifs, les conseillers « qui se traînent les pieds ».

« Les robots vont ébranler l'industrie. »

« La force de l'approche automatisée réside dans sa technologie, soutient un initié. Nous ouvrons 10 à 20 comptes par jour, tout en traitant individuellement avec 10 à 20 clients par courriel ou messagerie instantanée. Aucun conseiller traditionnel ne peut en dire autant. »

« [Les robots] vont écarter les humains de certains services de placement en ligne traditionnels, comme le courtage à escompte. Il y aura un exode de gens qui n'aiment pas forcément pratiquer le courtage eux-mêmes. La pression se fera aussi sentir sur les sélectionneurs de titres qui n'ont pas su adapter leur stratégie en réponse aux solutions de gestion globale du patrimoine – les courtiers purs et durs qui ne pensent qu'aux cinq prochaines minutes et à leur commission. »

Quel que soit le canal le plus touché par l'invasion des robots-conseillers, il est clair que leur arrivée forcera la profession tout entière à changer sa façon de faire.

« Les mesures prises pour rationaliser l'expérience client en ligne, accroître la transparence et améliorer le rendement du segment de masse sont irréversibles⁷. »

Les conseillers devront évoluer s'ils veulent survivre et prospérer dans ce nouvel environnement. Ceux qui ne sauront pas s'adapter risquent de faire rapidement partie de la vague de départs du secteur, engendrée par les tendances démographiques et accentuée par le MRCC2.

« Les mesures prises pour rationaliser l'expérience client en ligne, accroître la transparence et améliorer le rendement du segment de masse sont irréversibles. »

⁷ EY, *Advice Goes Virtual: How new digital investment services are changing the wealth management landscape*

QUEL EST LE POTENTIEL DE MARCHÉ DES CONSEILS AUTOMATISÉS ?

UN POTENTIEL DE 10 T\$ US?

Selon une étude d'EY, un cabinet de services professionnels mondial : « Si l'on combine les actifs des clients aisés, du marché de masse et de la génération Y (1,1 T\$ US), le potentiel actuel du marché des conseils virtuels est estimé à 10 T\$ US d'actifs à placer⁸. »

De plus, nombre d'investisseurs de la classe moyenne ne sont pas suffisamment conseillés ou n'ont pas accès aux services de gestion de portefeuille parce qu'ils ne disposent pas du minimum d'actifs à placer exigé par de nombreux conseillers traditionnels.

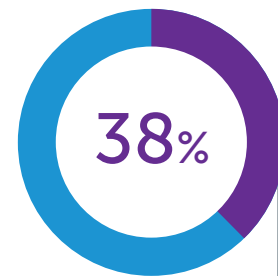
Aux États-Unis, « seuls 20 % des Américains "aisés" ont un conseiller financier [proposant la planification financière, la répartition d'actifs et la gestion de placements], car les firmes traditionnelles se concentrent surtout sur les clients à valeur nette élevée⁹. » Ces ménages de la classe aisée, soit ceux qui possèdent entre 250 000 \$ US et 1 M\$ US d'actifs financiers, détiennent ensemble un patrimoine d'environ 7 T\$ US « éparpillé dans un marché fragmenté¹⁰. »

LA SITUATION DU CANADA

D'après les dernières données de Statistique Canada, les 14,8 millions de ménages canadiens possèdent des actifs financiers d'une valeur groupée de 2,2 T\$ CA, ou de 152 000 \$ CA en moyenne¹¹.

Preuve qu'ils sont possiblement mal servis par la profession, seuls 38 % des Canadiens font actuellement appel à un conseiller financier¹².

D'après le sondage mondial Le pouls des investisseurs de BlackRock...



...des Canadiens font actuellement appel à un conseiller financier.

8 EY, *op. cit.*

9 *Ibid.*

10 *Ibid.*

11 Statistique Canada, Enquête sur la sécurité financière, 2012. Tableau 205-0002. Exclut les actifs des régimes de retraite à prestations déterminées, les actifs d'entreprises, ainsi que la résidence principale.

12 BlackRock, sondage mondial Le pouls des investisseurs, 2015.

GÉNÉRATION Y : LA CIBLE IDÉALE

« Il existe une lacune dans l'offre de conseils. Les 18 à 35 ans, qui commencent à peine à épargner, sont un peu plus bas sur la courbe de l'âge et du cumul d'actifs. Ils ont le plus souvent des besoins de base en matière de placements, et n'ont pas vraiment l'assurance ou le savoir nécessaires à l'autogestion, ni assez d'actifs pour les conseillers traditionnels. Voilà notre cible idéale », explique un initié chez les robots-conseillers.

Regroupés, les actifs des ménages canadiens dont le chef a moins de 35 ans – on en compte 3,3 millions – s'élèvent à 200 G\$ CA, pour une moyenne de 60 000 \$ CA par ménage ¹³.

Wealthfront cible la génération Y et ne s'en cache pas. La firme croit que cette partie de la population recherche une autre sorte de conseils en placements ¹⁴.

« Personne ne pense que les Y vont investir à la façon de leurs parents et grands-parents », affirme un observateur de l'industrie.

« Personne ne pense que les Y vont investir à la façon de leurs parents et grands-parents. »

Qui sont les Y ¹⁵ ? Ce sont les gens nés dans les années 1980 et 1990 – la cohorte la plus massive des États-Unis à ce jour. Au Canada, ils représentent la plus importante proportion de la population active (36,8 %) ¹⁶.

Pas assez impressionnant? Eh bien, sachez que les Y hériteront d'au moins 41 T\$ US vers le milieu du siècle selon les prévisions ¹⁷.

On dit de la génération Y qu'elle « achète et vit en ligne » ¹⁸, ce qui s'étend à la planification de retraite. En effet, 76 % des Y aisés se renseigneraient au sujet de leurs placements personnels sur les médias sociaux, par opposition à seulement 18 % des X aisés ¹⁹. Autre fait notable : les investisseurs les moins âgés (dont les Y) sont aussi les moins satisfaits de leur conseiller en placement ²⁰.

Aux États-Unis, le Pew Research Center a déterminé que la génération Y est « plus méfiante », une observation aux implications troublantes pour le marketing et les communications.

« Je ne veux pas dire qu'ils accordent moins volontiers leur confiance, précise un initié chez les robots-conseillers, mais ils veulent de la transparence. Ils sont moins enclins à lâcher les rênes s'ils comprennent mal la manière dont leur argent est géré. Parfait pour les robots, qui sont extrêmement transparents. »

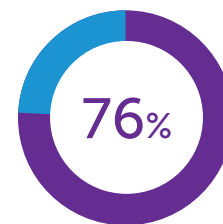
Les Y hériteront d'au moins 41 T\$ US vers le milieu du siècle selon les prévisions.

Il est peu surprenant, vu leur « manque » de confiance, que les Y soient 1,5 fois plus nombreux à avoir changé de banque ou pensé le faire dans la dernière année que la population en général ²¹.

Les Y sont aussi plus ouverts aux produits et aux services financiers d'entreprises qui ne font pas traditionnellement partie du secteur. Iront-ils un jour chercher conseil pour leurs placements chez Nike, Google ou Apple?

Au premier regard, la génération Y semble offrir le terreau de croissance le plus fertile pour les robots-conseillers, mais d'autres segments se tournent aussi vers eux.

D'après le magazine *Forbes*...



...des Y aisés se renseigneraient au sujet de leurs placements personnels sur les médias sociaux.

¹³ Statistique Canada. Participation des ménages de moins de 35 ans : fonds communs et autres fonds, 7,3 G\$ (186 000 unités familiales); actions, 3,8 G\$ (226 000 unités familiales); obligations, 680 M\$ (168 000 unités familiales); CELI, 7,4 G\$ (979 000 unités familiales); REER, 44,7 G\$ (1,4 million d'unités familiales).

¹⁴ EY, *op. cit.*

¹⁵ Cette génération englobe les gens nés de 1982 à 2004 selon les auteurs William Strauss et Neil Howe, qui les ont baptisés les « Millennials »

¹⁶ *Canadian Business*.

¹⁷ *Forbes*

¹⁸ Exposé sur la génération Y par Goldman Sachs.

¹⁹ *Forbes*

²⁰ J.D. Power and Associates, *op. cit.*

²¹ *Canadian Business*

LES MÉCONTENTES

Les mécontents, ce sont les gens qui ont eu une mauvaise relation ou expérience avec leur conseiller. Ceux qui participent à un fonds commun dispendieux qui rapporte peu. Ou ceux qui ont un compte de courtage à escompte, mais ne sont pas à l'aise de gérer eux-mêmes leur portefeuille.

« Le marché est composé de gens qui n'ont pas de conseiller ou sont mécontents de celui qu'ils ont sans pouvoir s'en passer, décrit un initié. Quatre Canadiens sur dix ont le réflexe d'aller chercher conseil auprès d'une banque : ces gens-là sont les moins susceptibles d'être satisfaits de leur expérience ²². »

« Il existe un groupe de gens qui n'ont pas encore trouvé chaussure à leur pied côté gestion de patrimoine, qui sont à l'aise en ligne, et qui sont attirés par les bas prix. Ils ont besoin qu'on les oriente un peu par téléphone ou par messagerie instantanée, affirme un autre initié. Notre client type faisait affaire avec une banque ou une compagnie d'assurance et investissait dans un fonds commun avant. »

« Notre client type faisait affaire avec une banque ou une compagnie d'assurance et investissait dans un fonds commun avant. »

Un spécialiste de l'industrie note :

« Ne pas s'asseoir en face de quelqu'un incite en fait ceux qui se tiennent non loin à demander conseil. »

Bon nombre de Canadiens se trouvent déjà dans cette situation. Près de 90 % effectuent leurs opérations bancaires courantes en ligne; 50 % y surveillent aussi leurs placements ²³.

LES ROBOTS ET LES BABY-BOOMERS

Les robots se concentrant sur les Y, beaucoup dans la profession ne les voient pas comme une menace.

« On s'attend à ce que les robots attirent les comptes de 35 000 \$ à 40 000 \$, dont les conseillers ne veulent pas de toute façon », dit un observateur.

Certains trouvent la fortune plus déterminante que l'âge. « La plupart [des Y] ne roulent pas sur l'or, note un gestionnaire de patrimoine privé pour clientèle fortunée. Si c'était 5 M\$ qu'ils avaient à placer, je ne pense pas qu'un robot-conseiller serait leur premier choix. Nos clients les plus importants ne sont pas des Y, mais ils sont plus jeunes que vous ne le pensez – fin trentaine, début quarantaine. »

Apparemment, les robots-conseillers se font plus populaires chez les investisseurs riches et âgés. Betterment, un des plus importants acteurs du secteur de la gestion automatisée aux États-Unis, affirme que 25 % de ses clients ont plus de 50 ans ²⁴.

« Davantage de gens admissibles aux offres traditionnelles s'intéressent à eux et leur confient des actifs, ce qui les surprend agréablement. »

« D'une certaine façon, c'est plus facile de parler en ligne avec une personne d'un

« Les préretraités se soucient des coûts. Ils sont attirés par les portefeuilles gérés au tiers du tarif habituel. C'est un marché mal desservi dont l'industrie canadienne des services d'investissement aux particuliers ne peut pas s'occuper. »

certain âge, car elle connaît déjà les processus et les produits, explique un observateur qui a l'expérience du Web. Ils comprennent la proposition de valeur. Les Y, eux, sont davantage intéressés par la technologie et la possibilité d'ouvrir un compte à partir de leur téléphone – par l'attrait de la nouveauté. Ce ne sont pas de gros épargnants. »

« La majorité de nos actifs proviennent de clients qui commencent à prendre leur retraite – logiquement, ils ont les comptes les mieux garnis –, et justement, nous offrons la planification du revenu de retraite. »

Selon Statistique Canada, environ 5 millions de Canadiens de 55 à 64 ans sont à la retraite ou à la préretraite. Ils en sont à la phase de décaissement de leur vie, c'est-à-dire qu'ils essaient de conserver leur capital alors qu'ils consomment et n'épargnent plus.

« Les préretraités se soucient des coûts. Ils sont attirés par les portefeuilles gérés au tiers du tarif habituel. C'est un marché mal desservi dont l'industrie canadienne des services d'investissement aux particuliers ne peut pas s'occuper », commente un observateur.

²² BlackRock, *op. cit.*

²³ *Ibid.*

²⁴ CNBC, *Robo firms gaining traction with traditional advisors*, 17 avril 2015.

LES DÉFIS POSÉS AUX ROBOTS-CONSEILLERS CANADIENS

Les possibilités de croissance sont énormes, mais les obstacles le sont peut-être encore plus.

Évolution démographique, nouvelles technologies prometteuses, besoins changeants et émergents chez les investisseurs, règles exigeant plus de transparence dans les conseils et produits de placement : le moment semble propice pour que les robots-conseillers débarquent au Canada.

Mais pas sans affronter des vents contraires, comme certaines habitudes bien ancrées en ce qui concerne les investisseurs, les conseillers et la vente de produits de placement. De plus, des restrictions réglementaires pourraient brider la croissance des robots. Enfin, certains s'interrogent sur l'efficacité de ces derniers en matière de prospection en ligne et sur leurs promesses de bas prix.

TROUVER DES CLIENTS

Comment les Canadiens se trouvent-ils habituellement un conseiller?

Pour la plupart (38 %), c'est par le biais de leur relation avec une institution financière, conclut une étude du Fonds pour l'éducation des investisseurs. C'est particulièrement vrai pour les jeunes investisseurs : la moitié des 20 à 39 ans se font « assigner » un conseiller par leur institution²⁵.

Beaucoup d'autres investisseurs (33 %) trouvent leur conseiller grâce aux recommandations de parents, amis et collègues. Seuls 15 % rechercheront proactivement une firme de services-conseils.

Chose intéressante, seulement 7 % auront trouvé leur conseiller à cause de marketing ou de démarches de prospection.

Comment les robots-conseillers étendront-ils leurs affaires? Par le bouche à oreille sur les médias sociaux?

« Les robots-conseillers ont rencontré de telles difficultés qu'ils sont de plus en plus nombreux à collaborer avec des sociétés de services financiers établies ou à se mettre à disposition de conseillers individuels, dans l'espoir que ces partenariats leur apportent le volume et l'envergure dont ils ont besoin. »

Selon au moins un livre blanc faisant la chronique de l'essor des robots-conseillers, les médias sociaux jouent un rôle critique. « Le secret de la croissance fulgurante de ces firmes, c'est leur capacité à revisiter un atout éprouvé, soit les références, mais à la mode numérique : ils tirent parti de l'effet boule de neige des réseaux comme Facebook, Twitter et LinkedIn pour se bâtir un nom et une solide réputation grâce aux références²⁶. »

Puisque les consommateurs abonnés au fil Twitter d'une entreprise se sentent davantage interpellés par elle, ils sont plus enclins à acheter ses produits, à la recommander, à retransmettre ses gazouillis et à parler de leurs expériences positives. De fait, 72 % des gens sont plus enclins à faire affaire avec une PME s'ils la suivent sur les médias sociaux²⁷.

À quel point les démarches des robots-conseillers sur les médias sociaux sont-elles efficaces? En décembre 2015, le chef de file américain, Wealthfront, avait environ 22 500 abonnés sur Twitter, tandis que Betterment en avait 19 800. De leur côté, le gestionnaire d'obligations Pimco et le gestionnaire de fonds indiciels Vanguard avaient respectivement 199 000 et 208 000 abonnés.

À ce chapitre au Canada, la firme Wealthsimple mène le cortège (environ 3 500 abonnés Twitter en décembre 2015), suivie par Wealthbar (2 300 abonnés Twitter). À titre de comparaison, la banque Tangerine en a 29 200, et les Services financiers le Choix du Président, 10 400.

Ce nombre d'adeptes génère-t-il suffisamment de références? Si non, les robots ont-ils les capacités de marketing pour en attirer davantage?

²⁵ *Comportement et convictions des investisseurs : Étude sur les relations avec les conseillers financiers et la prise de décisions par les investisseurs.* Étude menée par The Brondesbury Group pour le Fonds pour l'éducation des investisseurs en 2012.

²⁶ EY, *op. cit.*

²⁷ Ils sont plus susceptibles à 82 % de recommander une PME à leurs parents et amis une fois qu'ils la suivent, et 86 % plus enclins à visiter une PME recommandée par un ami. D'après une étude menée par Market Probe International pour Twitter en 2013.

Selon un observateur de l'industrie, les robots-conseillers « ont rencontré de telles difficultés qu'ils sont de plus en plus nombreux à collaborer avec des sociétés de services financiers établies ou à se mettre à disposition de conseillers individuels, dans l'espoir que ces partenariats leur apportent le volume et l'envergure dont ils ont besoin²⁸. »

Les robots recourent à des techniques de marketing tantôt classiques, tantôt peu orthodoxes pour s'attirer des clients :

- Le DG de Wealthfront tient régulièrement des séminaires dans des entreprises comme Facebook et Dropbox pour le personnel technique de génération Y.
- Tea Nicola, cofondatrice et DG de WealthBar, blogue régulièrement sur le site du *Huffington Post*.
- Nest Wealth a des liens avec Metroland, éditeur de nombreux journaux communautaires du Sud de l'Ontario.
- Wealthsimple offre des dîners-conférences, comme une présentation sur les finances personnelles « agréementée d'une bonne bouffe ».
- Une autre initiative de Wealthsimple : inviter un ami. Pour chaque mise en contact qui portera fruit, la société gère gratuitement une tranche de 5 000 \$ des actifs de l'investisseur. Elle offre un incitatif semblable aux États-Unis. Betterment, elle, récompense trois mises en contact par un an de gestion gratuite.
- Betterment propose également un programme d'affilié payant pour les blogueurs du domaine des finances personnelles ciblant un lectorat de génération Y. Ces blogueurs peuvent recevoir un maximum de 50 \$ pour chaque compte ouvert, une pratique qui pourrait poser problème aux clients pour qui la transparence est une préoccupation.

La croyance populaire veut que les produits de placement ne s'achètent pas : ils se vendent.

La croyance populaire veut que les produits de placement ne s'achètent pas : ils se vendent. Si les consommateurs les achètent, c'est parce qu'ils font confiance aux conseillers et aux institutions qui les vendent.

Dans le monde des robots-conseillers, l'investisseur doit trouver le service sur le Web, digérer l'information en ligne et s'ouvrir un compte, le tout sans interaction humaine ou presque. Amazon est la preuve indéniable que la vente « automatisée » fonctionne très bien pour des produits variés allant des livres aux films en passant par les vêtements et les jouets. Mais qu'en sera-t-il des produits de placement?

« Le client peut mal saisir la proposition de valeur, mal saisir l'offre, comprendre de travers, s'imaginer quelque chose qui le fera renoncer. » Voilà le talon d'Achille du modèle automatisé selon un membre de l'industrie. « Le problème ne se pose pas pour les conseillers humains, car ils sont là avec le client pour dissiper les doutes et malentendus. »

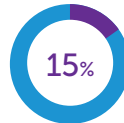
Comment les Canadiens se trouvent-ils un conseiller?



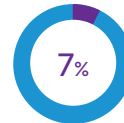
Grâce à leur relation avec une institution financière



Grâce aux recommandations de parents, amis et collègues



Par leur recherche proactive d'une firme de services-conseils



Grâce au marketing et aux démarches de prospection du conseiller

FRAIS RÉDUITS : LES CANADIENS S'EN SOUCIENT-ILS?

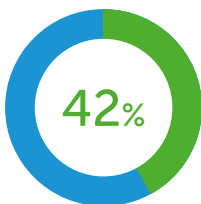
« Économisez temps et argent grâce à des portefeuilles FNB efficaces et abordables », annonce WealthBar.

L'un des principaux messages du marketing des robots-conseillers, c'est le prix.

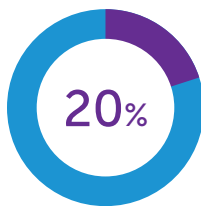
Toutefois, d'après les recherches du Fonds pour l'éducation des investisseurs, ce serait le critère le moins important dans la décision d'achat ²⁹.

D'après le Fonds pour l'éducation des investisseurs, pour l'achat d'un fonds commun...

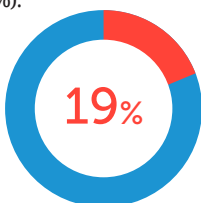
L'historique de rendement est le critère de **4** investisseurs sur **10** (42 %);



Le coût du produit de placement est le critère de **2** investisseurs sur **10** (20 %);



Les honoraires de la société gérant le fonds sont le critère de **2** investisseurs sur **10** (19 %).



Si les investisseurs ne regardent pas à la dépense, pourquoi les bas prix importent-ils? Selon un observateur de l'industrie, « les Canadiens ne sont pas gênés par les frais, ou en sont inconscients ».

Cela dit, plusieurs pensent que cette attitude va changer avec l'avènement du MRCC2, qui exige la divulgation des frais. Si l'investisseur canadien devient pointilleux sur ce plan, les robots seront-ils à la hauteur de leurs promesses?

AU CANADA, LES ROBOTS SONT-ILS VRAIMENT L'OPTION ABORDABLE?

Le concept du robot-conseiller repose sur la faiblesse des coûts. Cela dit, au Canada, le coût peut friser le double de ce qu'on paie aux États-Unis.

Prenons les portefeuilles de 50 000 \$, la fameuse cible idéale des robots-conseillers.

Les chefs de file du marché américain, Wealthfront et Betterment, demandent des honoraires de 25 pb pour ce type de portefeuille, opérations, droits de garde, rééquilibrage et frais administratifs inclus ³⁰. Ajoutez à cela le coût de montage d'un portefeuille FNB : leur ratio de dépenses est d'en moyenne 12 pb chez Wealthfront et de 9 à 17 pb chez Betterment.

« Ils ne sont pas aussi abordables qu'ils pourraient l'être. »

Au total, un portefeuille de 50 000 \$ acheté auprès de ces sociétés coûte entre 34 et 42 pb.

Au Canada, la plupart des robots demandent des honoraires de 45 à 60 pb pour un portefeuille de ce montant. Le ratio de frais pour un FNB va de 15 (Nest Wealth) à 55 pb (RoboAdvisor Plus).

Au total, un portefeuille de 50 000 \$ acheté chez un robot-conseiller canadien coûte entre 63 et 88 pb ³¹. En outre, certains imposent des frais sur les opérations ³².

« Ils ne sont pas aussi abordables qu'ils pourraient l'être, estime un observateur de l'industrie. Ils ont opté pour autre chose qu'un FNB pur et simple. Leur stratégie implique une gestion active. Ils emploient des stratégies quantitatives actives et des fonds quelque peu exotiques auxquels ils ajoutent un biais en superposition. C'est un peu contradictoire, puisque leur popularité provient en partie de leur utilisation de FNB abordables et de leur dédain affiché pour la gestion active. »

²⁹ Étude du Fonds pour l'éducation des investisseurs.

³⁰ Wealthfront gère les premiers 10 000 \$ gratuitement.

³¹ Il y a des exceptions : le service ConseilDirect de BMO demande 150 pb pour un portefeuille de 50 000 \$ comprenant un nombre d'opérations limitées. Le ratio des frais pour les produits de placement inclus dans le portefeuille n'est pas compris.

³² Nest Wealth facture 9,99 \$ pour les échanges, jusqu'à concurrence de 100 \$ par année. Smart Money facture 1 € l'action pour les échanges; Invisor, 2 € l'action.

L'AUTOGESTION SUR LE DÉCLIN

La baisse d'intérêt envers le secteur autogéré devrait également attirer l'attention des robots.

Aux États-Unis, en dépit du développement ininterrompu des technologies permettant aux investisseurs de surveiller et de gérer leurs portefeuilles, le segment autogéré rapetisse depuis 2010, selon Cerulli Associates. « Depuis 2010, le segment est passé de 45 % à 33 % pour tous les types de ménages ³³. »

Cerulli conclut que les modèles de conseillers virtuels ne pourront pas remplacer les conseillers humains pour la plupart des investisseurs. « On prévoit que les modèles de services purement électroniques attirent des parts de marché chez les clients prédisposés à gérer leurs propres finances, mais pas chez ceux qui sont déjà sur le marché des services-conseils. »

Depuis 2010, le segment autogéré est passé de 45 % à 33 % pour tous les types de ménages.

CONTRAINTES RÉGLEMENTAIRES

De l'avis des organismes de réglementation, les robots-conseillers, ça n'existe pas au Canada ³⁴.

« Les conseillers en ligne autorisés à exercer des activités au Canada ne sont pas des “conseillers-robots” comme ceux que l'on voit aux États-Unis et qui peuvent offrir leurs services aux clients avec la participation minimale, voire nulle, d'un représentant-conseil », lit-on dans un avis récent des Autorités canadiennes en valeurs mobilières.

« En comparaison, les conseillers en ligne canadiens peuvent être considérés comme offrant des services hybrides parce qu'ils utilisent une plateforme en ligne à des fins d'efficacité et que les représentants-conseils participent activement au processus de prise de décisions et en sont responsables.

»Autrement dit, un humain détermine si les renseignements CDC viennent suffisamment appuyer la recommandation de placement faite au client actuel ou éventuel.

« Les conseillers en ligne autorisés à exercer des activités au Canada ne sont pas des “conseillers-robots” comme ceux que l'on voit aux États-Unis... »

De l'avis des organismes de réglementation, les robots-conseillers, ça n'existe pas au Canada.

Aux dires des autorités, « la collecte d'information relative à la connaissance du client d'un conseiller en ligne doit équivaloir à un échange pertinent avec le client actuel ou éventuel, même s'il ne prend pas la forme d'une rencontre en personne ».

« Vous pouvez mettre en place une plateforme Web de collecte de renseignements à des fins d'efficacité, dit un observateur de l'industrie. Vous pouvez embaucher un adjoint administratif pour gérer les documents et déterminer la tolérance au risque du client potentiel, mais vient un moment où celui-ci a besoin de consulter un gestionnaire de portefeuille qui lui dira si le modèle est applicable et pertinent. Il faut pouvoir parler à quelqu'un. »

Compte tenu des contraintes réglementaires et autres difficultés, les fournisseurs de plateformes automatisées devront peut-être user de créativité pour maintenir leur trajectoire de croissance.

³³ Scott Smith, directeur, Recherche et analyse chez Cerulli Associates.

³⁴ Autorités canadiennes en valeurs mobilières, Avis 31-342 du personnel des ACVM, Indications à l'intention des gestionnaires de portefeuille relativement aux conseils en ligne.

L'avenir : LES ROBOTS-CONSEILLERS ET L'INDUSTRIE TRADITIONNELLE DES SERVICES D'INVESTISSEMENT AUX PARTICULIERS

Serons-nous témoins d'une nouvelle union? La « robovolution » aboutira-t-elle au meilleur des deux mondes? Les derniers développements du secteur semblent pointer en ce sens.

LES TECHNOLOGIES D'AUTOMATISATION AU SERVICE DES FIRMES TRADITIONNELLES

Partout dans le monde, les firmes traditionnelles ont pris le virage de l'automatisation. Voici quelques exemples :

- En mars 2015, Charles Schwab, un géant de la gestion de patrimoine possédant 2,5 T\$ US d'actifs sous gestion, a lancé son service automatisé, Schwab Intelligent Services, pour les investisseurs ayant aussi peu que 5 000 \$ à placer. Les clients n'ont rien à payer d'emblée, mais sont aiguillés vers les produits de placement de la société.³⁵ Schwab a attiré près de 3 G\$ dans son programme en seulement quatre mois.
- Vanguard a amassé plus de 7 G\$ dans les trois mois qui ont suivi le lancement officiel de son service.
- JPMorgan Chase et Goldman Sachs ont tous deux avalisé Motif, une nouvelle société qui monte des paniers d'actions autour de thèmes d'investissement.

- Northwestern Mutual a acquis LearnVest pour 250 M\$³⁶;
- BlackRock a acquis FutureAdvisor en septembre 2015 pour 200 M\$.
- Schroders, un important gestionnaire d'actifs européen, appuie Nutmeg, le nouvel acteur le plus important du marché britannique.

Il existe également de nombreux exemples d'incursions de sociétés financières canadiennes dans le monde des robots-conseillers :

- John Nicola, de Nicola Wealth Management, investit dans WealthBar et est un conseiller la firme (qui se veut elle-même un conseiller financier en ligne).
- La Financière Power a fourni un soutien de l'ordre de 30 M\$ à Wealhsimple.

- De Thomas Financial, un courtier de l'ACCFM, a lancé le service RoboAdvisor Plus.
- QuestTrade, gestionnaire de portefeuille autorisé, courtier de l'OCRCVM et firme de courtage réduit, a lancé le service Portfolio IQ.

Ajoutons aussi que la Banque de Montréal (BMO) a lancé le Portefeuille futé BMO en janvier 2016, ce qui fait d'elle la première banque du Canada à instaurer officiellement une plateforme automatisée. D'autres institutions disent étudier diverses options de services-conseils numériques.

Les autres banques canadiennes imiteront-elles bientôt BMO? « Avant toute chose, il faudra que quelqu'un récolte du succès, ce qui n'est pas encore arrivé, explique un observateur de l'industrie. C'est seulement là que les banques se jetteront à l'eau. »

³⁵ *The Economist*, numéro du 9 mai 2015.

³⁶ Innoribe.

LES ROBOTS AU SERVICE DES FIRMES TRADITIONNELLES

La stratégie des robots-conseillers consistant à vendre des licences de leur plateforme aux courtiers et conseillers traditionnels gagne aussi en popularité. Par exemple :

- Lancée en octobre 2014, Betterment Institutional fournit aux conseillers une plateforme automatisée à leur nom.
- Motif offre aux conseillers une plateforme de gestion des placements automatisée destinée aux membres de la génération Y.
- La plateforme automatisée Jemstep Advisor Pro permet aux conseillers d'inscrire leurs clients et de leur offrir des services.
- UpsideAdvisor fournit aux conseillers des services d'ouverture de comptes sans papier, de sélection de portefeuilles et d'analyse de données; les opérations et le rééquilibrage automatisés; et un portail client.

La différence entre les robots-conseillers et les institutions financières traditionnelles, pourtant évidente il n'y a pas si longtemps, se brouille de jour en jour. En effet, le nombre d'entités tombant entre les deux extrêmes ne cesse de croître.

Conclusions

Le secteur des services automatisés pourrait bientôt représenter 10 T\$. Les robots-conseillers convertissent certainement les investisseurs à un rythme alarmant.

En outre, leur technologie est plus que convaincante. Presque tous s'entendent pour dire qu'elle est là pour rester.

Mais si ces robots arrivistes ont l'avantage technologique, ils ont aussi des obstacles à surmonter. Ironiquement, ils dépendront peut-être des fournisseurs de services financiers traditionnels et de leurs conseillers pour survivre. En plus de subir d'évidentes contraintes réglementaires qui atténuent leur proposition de valeur, certains ont visiblement du mal à attirer de nouveaux investisseurs. Plusieurs lutteront pour leur survie sur le marché numérique.

Déjà, des alliances se forment entre robots et institutions financières traditionnelles. De ces unions, les premiers retirent les infrastructures de distribution nécessaires à leur croissance ainsi que la surveillance de représentants-conseils exigée par les organismes de réglementation; les secondes en retirent une efficacité opérationnelle fort bienvenue et des occasions de croissance dans des marchés mal desservis.

Tout indique que cette solution hybride est la voie d'avenir.



EQUISOFT

Éléments Patrimoine

Nouveau module Portail client

Depuis 1994, EquiSoft se spécialise dans la conception et le développement de solutions d'affaires pour le monde des services financiers et des assurances.

Grâce à Éléments Patrimoine^{MC}, une suite intégrée d'outils d'investissement, d'assurance et de planification financière, EquiSoft a aidé des milliers de conseillers financiers à gérer tous les éléments du patrimoine de leurs clients. Configurable et personnalisable en fonction des besoins des courtiers, cet outil Web peut être intégré au système arrière-guichet et au système de première ligne de manière à simplifier les processus.

Depuis la création d'Éléments Patrimoine, EquiSoft s'efforce sans cesse d'améliorer la plateforme pour répondre aux besoins changeants du secteur. C'est notamment pourquoi l'entreprise a récemment annoncé le lancement de son nouveau module Portail client. Offert comme solution autonome ou comme outil intégré à Éléments Patrimoine, le Portail client est une plateforme automatisée de gestion de patrimoine conçue pour aider les courtiers et les conseillers traditionnels à tirer parti des technologies d'automatisation et à faire croître leur entreprise.

Jonathan Georges, vice-président, Solutions de gestion du patrimoine chez EquiSoft, a accepté de répondre à quelques questions à propos du lancement de ce nouveau module.

Q: Qu'est-ce que le module Portail client d'Éléments Patrimoine?

JG: Le Portail client est une plateforme Web et mobile axée sur les investisseurs et conçue pour automatiser de nombreuses tâches lourdes de prospection, de création de comptes et de service à la clientèle généralement effectuées par un conseiller ou son personnel de soutien, notamment :

- la saisie des renseignements pour un client actuel ou potentiel (coordonnées, actifs et passifs, produits et charges, etc.);
- l'établissement d'un profil d'investisseur;
- la sélection et la conception d'un portefeuille de placements;
- la saisie de données dans les formulaires d'ouverture de compte et de transfert;
- les signatures électroniques;
- l'accès aux données d'un compte, dont sa valeur marchande actuelle, son historique des transactions et son rendement;
- la planification simple de placements et d'assurances.

Q: Comment le Portail client s'arrime-t-il aux modules d'Éléments Patrimoine utilisés par les conseillers traditionnels?

JG: Nous avons conçu le module Portail client avec l'idée d'offrir des solutions automatisées qui améliorent l'efficacité opérationnelle tout en permettant aux conseillers de surveiller les activités de leurs clients actuels et potentiels en ligne. C'est pourquoi le module s'intègre, offrant une transition sans heurt entre les services automatisés et les services de conseillers (et vice versa) au besoin.

Par exemple, un conseiller pourrait, par souci d'efficacité, inviter un client potentiel dont l'actif semble modeste à utiliser le Portail client. Si toutefois ce client indique dans la plateforme automatisée qu'il a plus de 1 M\$ à placer, le conseiller reçoit automatiquement une notification et peut alors transférer les données obtenues sur le Portail client vers le compte Éléments Patrimoine afin d'élaborer un plan financier plus complet.

Q: La marque ÉlémentsPatrimoine sera-t-elle visible pour les clients?

JG: Non. Le module Portail client est une solution en marque blanche. Seule la marque du courtier ou du conseiller est visible sur le site auquel le client a accès.

Q: Pourquoi les courtiers et les conseillers devraient-ils adopter le Portail client pour leur entreprise?

JG: Il y a deux raisons principales d'utiliser le Portail client, que ce soit comme solution autonome ou en complément de la suite ÉlémentsPatrimoine : améliorer l'efficacité des opérations et bâtir une clientèle pour assurer la croissance.

Q: Comment le Portail client améliore-t-il l'efficacité?

JG: De plus en plus, les meilleures firmes prennent l'habitude d'examiner attentivement les portefeuilles qu'elles gèrent afin de retrancher les clients moins rentables. Au lieu de littéralement « renvoyer » ces clients (qui présentent peut-être un potentiel de croissance), ne serait-il pas merveilleux de pouvoir conserver leurs actifs tout en réduisant le temps investi et les coûts de gestion? Cette approche permet aux conseillers de consacrer davantage de temps aux gros clients et aux activités de prospection.

Q: Comment le Portail client contribue-t-il à la croissance?

JG: Le Portail client permet aux firmes de courtage de créer une sorte d'incubateur pour les clients de la génération Y. Cette génération vit carrément en ligne, ce qui implique qu'elle y fera tôt ou tard sa planification financière. Mais pourquoi bâtir une telle clientèle? À votre avis, qui seront les clients de demain? Déjà, les Y représentent la plus grande part du marché du travail canadien. Ces jeunes dans la vingtaine et la trentaine, qui vivent en ligne, n'ont peut-être pas beaucoup d'actifs aujourd'hui, mais leurs salaires augmentent et ils épargnent pour l'avenir. De plus, les Y devraient hériter de billions de dollars vers le milieu du siècle. Personne ne peut se permettre de passer à côté d'une telle occasion.

Des questions?

Communiquez avec Jonathan Georges, vice-président, Solutions de gestion du patrimoine au 888-989-3141, poste 201 ou à jonathan.georges@equisoft.com.



