

## LA PHILANTHROPIE, AMIE DU CONSEILLER

Discuter philanthropie avec vos clients, est-ce bon pour vos affaires? Ou devriez-vous plutôt vous mêler de vos affaires?

Nombre de vos clients font probablement des dons de bienfaisance ponctuels qu'ils n'incluent pas dans leur planification financière.

En fait, d'après une étude réalisée en février 2017<sup>1</sup>, 43 % des Canadiens bien nantis (revenu annuel de 150 000 \$ et plus, et actif investissable de 200 000 \$ et plus) donnent moins de 500 \$ par année. Et le ménage aisé moyen ne donne que 2 006 \$ par année, soit moins de 10 % de son revenu.

Alors, à quoi bon parler philanthropie?

Le client philanthropique est peut-être un oiseau rare, mais c'est habituellement un investisseur aisé, dont la valeur nette est élevée. En ignorant ses besoins, vous pourriez l'inciter à confier ses avoirs à votre concurrent. En revanche, en y répondant, vous pourriez développer vos affaires.

Pour le client philanthropique, c'est-à-dire la famille qui croit en l'importance de « redonner », la création d'un plan de dons de bienfaisance à long terme est une des principales façons de consolider votre relation non seulement avec lui, mais aussi avec ses enfants.

Et si le client reçoit une rentrée d'argent, a de l'impôt à payer et souhaite augmenter ses dons de bienfaisance, vous pourriez réussir à conserver son actif en lui présentant les avantages d'un fonds orienté par le donateur (FOD).



### Vos clients font-ils partie du 2 %?

Les clients aisés comptent pour environ 2 % des investisseurs.

Au Canada, ils sont en progression.

La population de personnes fortunées au pays est passée à 356 930 en 2016, ce qui représente une hausse de 11,3 %. Et la valeur de leurs avoirs est passée à 1,1 billion de dollars américains, soit une hausse de 11,7 %<sup>2</sup>.

« La discussion sur la philanthropie permet au conseiller de renforcer sa relation avec le client », explique Denise Castonguay, directrice générale et chef de la direction de Canada Gives, une fondation publique qui travaille avec des conseillers et leurs clients aisés depuis 2005 pour mettre sur pied et administrer des fondations familiales au moyen de fonds orientés par le donateur. « Quand le conseiller ouvre un FOD pour un client généreux, il offre un service complet de qualité supérieure et découvre les valeurs et les priorités de la famille. »

« Mentionnons aussi que les legs de bienfaisance dans les testaments sont généralement de très gros dons qu'il est facile de déposer dans le FOD d'un client; le conseiller peut alors retenir ou ajouter des actifs importants dans le FOD, après le décès du client. » Et tous les actifs détenus dans un FOD de Canada Gives demeurent « dans les livres ».

Suivant ► [Comment repérer le client philanthropique](#)

<sup>1</sup> Imagine Canada

<sup>2</sup> Selon la définition du World Wealth Report 2017 de Capgemini, les personnes fortunées possèdent un actif investissable d'un million de dollars américains.