

14.12.2011 - 08:01 - GUILLAUME POULIN-GOYER

Développement des affaires

Parler dons avec des clients fortunés

DOSSIER PHILANTHROPIE – Lorsqu'un client fortuné souhaite donner, le conseiller peut devenir un guide utile pour lui et sa famille.

Avant de parler de produits, le conseiller devrait d'abord aborder le thème de la philanthropie sous l'angle de l'émotion, selon **Dominic Paquette**, planificateur financier et président fondateur de **Partenaire-Conseils** Groupe financier : « Les gens sont plus ou moins réceptifs quand on parle de produits. Quand on demande : "Qu'est-ce que vous voudriez laisser? Qu'est-ce que vous voudriez qu'on retienne de vous? Quel sens vous voulez donner à ce que vous avez bâti ?", c'est ce qui fait bouger les gens. Ça, leur parle. »

La première étape est d'amener le client à réfléchir sur une cause à adopter. « Il y a souvent un peu d'émotion qui entre en jeu, à savoir si on est touché, de près ou de loin, par la cause. Une fois qu'on a identifié la cause, on détermine comment on va s'y prendre », indique **Dominic Paquette**.

À cette étape, le rôle du conseiller est d'amener le client à planifier le don ou, s'il donne déjà, à le faire le plus fiscalement efficacement. Il existe une panoplie de possibilités allant du don en argent jusqu'à la création d'une fondation, en passant par le don de titres, d'une rente ou d'une assurance vie. Le don peut également être fait du vivant ou au décès.

« Il n'y a aucun âge spécifique pour donner. Il faut s'assurer que ça répond à un besoin. Ou si vous le faites déjà, est-ce que ça peut se faire mieux? dit **Dominic Paquette**. J'ai des clients très prospères à 45 ans, ils ne veulent pas attendre au décès. Ils veulent faire un geste humanitaire. Ils veulent positionner leur entreprise. Ça donne un sens à ce qu'ils font. Ça donne un autre sens à l'argent. La contribution sociale, ça donne un sentiment de fierté. »

Selon **Dominic Paquette**, les clients sont reconnaissants lorsqu'on détermine un budget de don : un montant forfaitaire, un pourcentage du revenu annuel, un pourcentage de ses avoirs au décès ou un montant forfaitaire au décès. « Par exemple, on peut mettre de côté 100 000 \$ et déterminer que les revenus générés par les 100 000 \$ vont aller à telle cause. »

En discutant avec un client, le conseiller peut par exemple découvrir qu'il songe à laisser sa police d'assurance en déchéance parce qu'il n'en a plus de besoin. À ce moment, le conseiller peut lui proposer de changer le bénéficiaire de la police en désignant l'organisme de bienfaisance de son choix, et continuer de payer la police.

« L'organisme de bienfaisance recevra le produit de l'assurance vie en franchise d'impôt et la succession du client pourra demander un crédit d'impôt pour dons. Dans ce cas, les paiements futurs de primes ne donnent pas droit à un crédit d'impôt pour dons », précise Julie Doyon, première directrice, services fiscaux chez PwC.

Assurance vie

Chez les clients fortunés en bas âge, le don par l'entremise d'une assurance vie peut être une stratégie envisagée. En effet, les clients plus jeunes ont de meilleures chances d'être toujours assurables et de payer des primes moindres. **Dominic Paquette** recommande une assurance qui se paie en peu de versements, de manière à éviter que le client cesse de payer sa police.

Sur le plan fiscal, le client peut soit choisir d'obtenir une déduction d'impôt pour sa succession sur le montant en capital versé à l'organisme ou l'obtenir de son vivant sur les primes qu'il paiera. Dans ce dernier cas, l'organisme de bienfaisance doit être le propriétaire et le bénéficiaire de la police, et le client ne peut conserver aucun droit sur la police, note Julie Doyon.

Finances intergénérationnelles

En planifiant les affaires philanthropiques d'un client, le conseiller peut aussi proposer d'impliquer ses enfants. Par exemple, le client peut leur confier des responsabilités en matière de gestion de budget de dons, propose **Dominic Paquette**.

« J'ai des clients qui incluent leur enfant dans l'organisation d'activités de cueillette de fonds. Ils les font participer à l'aspect administratif. D'autres clients, lorsqu'ils participent à un encan silencieux ou encan à la criée font en sorte que leur enfant de 19 ans soit impliqué : "Ce soir, on a 3000 \$, 4000 \$ ou 5000 \$ à investir. C'est à toi de décider ce que la famille va faire de l'acquisition". »