



TD Wealth

Ready to help you
move forward



Indice Patrimoine et Confiance^{MC}

Avez-vous le sentiment d'être riche?

Rapport sur la finance comportementale
fait par Gestion de patrimoine, 2023



”

***La façon** dont un client
atteint ses objectifs est
tout aussi importante que
le fait de les atteindre*

Auteur du rapport de recherche

Anthony Damtsis, chef adjoint, Finance comportementale, Gestion de patrimoine TD

Remerciements

Lisa Brenneman, chef, Finance comportementale, Gestion de patrimoine TD

Renay Russell, directrice, Analyse de la clientèle, Groupe Banque TD

Dilip Soman, titulaire de chaire de recherche en sciences et en économie comportementales
au Canada, directeur du Behavioural Economics in Action Centre at Rotman (BEAR).

Paul Dolan, professeur de sciences du comportement, London School of Economics

Nos collaborateurs en sciences du comportement de partout dans le monde, qui ont remis en
question et validé notre réflexion



Sommaire

06

Préface

07

Les cinq grands traits de personnalité

09

Introduction

10

Principales constatations

11

Méthodologie de l'enquêteur

13

Partie 1 : Définition de l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}

19

Partie 2 : Pourquoi se sent-on riche?

20

Constatations et discussion

27

Principes directeurs pour les conseillers

31

Conclusion

Préface

Depuis plus de cinq ans, Gestion de patrimoine TD est un chef de file qui se démarque à la croisée de la finance comportementale et de la gestion de patrimoine. Durant cette période, nous avons élargi et approfondi notre compréhension de ce qui motive les décisions financières. Nous avons fait évoluer notre pratique en trois branches : utiliser l'évaluation de la personnalité quant à la gestion de patrimoine^{MC} pour mieux comprendre nos clients et ce qui motive leurs décisions financières; exploiter la puissance de la science du comportement pour aider à optimiser les systèmes et processus pour nos clients et conseillers; et mener des recherches qui repoussent les frontières de l'application de la finance comportementale à la gestion de patrimoine.

Ce rapport est le fruit de notre quatrième grande étude (voir notre dernier rapport de recherche sur la [Behavioural Finance & Sustainable Investing](#)). Dans ce nouveau rapport, nous posons deux questions fondamentales. Première question : qu'est-ce que « se sentir riche »? Pour y répondre, nous avons créé une mesure composée : l'indice **Patrimoine et Confiance^{MC}**. Deuxième question : qu'est-ce qui fait qu'on se sent riche, c.-à-d. quels facteurs sont associés à un indice Patrimoine et Confiance^{MC} élevé? Pour y répondre, nous avons effectué une analyse économétrique approfondie fondée sur des données recueillies auprès de plus de 2 000 personnes bien nanties de partout au Canada qui ont été sondées en septembre 2021.

L'indice Patrimoine et Confiance^{MC} et l'identification des facteurs qui le sous-tendent constituent un pas vers la compréhension du bien-être financier subjectif des personnes bien nanties. Le présent rapport contribue à la littérature sur le bien-être financier subjectif en adoptant un point de vue multidimensionnel de ce bien-être et en adaptant ce point de vue pour refléter les personnes bien nanties plutôt que sur celles dans une situation financière précaire. Nous espérons que ces résultats vous intéresseront et vous seront utiles.

Mises en garde importantes concernant la lecture de ce rapport

- La personnalité et d'autres variables peuvent ou non avoir une relation de cause à effet avec l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. Notre analyse fait uniquement état des corrélations entre les variables et l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}.
- L'enquête a été menée auprès de personnes bien nanties et en passe de l'être (voir Méthodologie). Ses résultats ne doivent pas être interprétés comme s'appliquant à l'ensemble de la population canadienne.
- Cette étude n'est pas longitudinale. Par conséquent, elle ne permet pas de tirer de conclusion sur l'évolution de l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} avec l'âge.

Les cinq grands traits de personnalité

Caractère consciencieux :

Un caractère consciencieux se caractérise par des sacrifices à court terme dans la poursuite d'objectifs à long terme. L'inverse est associé à des compromis faits pour le court terme.

FAIBLE

ÉLEVÉE

Amabilité :

Une amabilité élevée suggère une personnalité plus confiante et collaborative. Une amabilité faible suggère une personnalité plus inquisitrice et exigeante.

FAIBLE

ÉLEVÉE

Réactivité :

Une réactivité élevée suggère une tendance à réagir au stress émotif. Une réactivité faible se caractérise par la quiétude et la stabilité émotionnelle.

FAIBLE

ÉLEVÉE

Extraversion :

Une extraversion élevée se caractérise par une nature extravertie et la tendance à attirer l'attention. Une extraversion faible traduit une personnalité plus réfléchie.

FAIBLE

ÉLEVÉE

Ouverture :

Une ouverture élevée indique une propension à poursuivre d'autres idéaux ou de plus grandes ambitions. Une ouverture faible traduit une personnalité plus prudente, plus pragmatique.

FAIBLE

ÉLEVÉE



Introduction

Est-ce que je me sens riche?

C'est une question que les gens se posent souvent. Si vous vous sentez riche, félicitations! Sachez toutefois que vous faites partie de la minorité. Sinon, rassurez-vous, vous êtes en bonne compagnie. Selon un sondage de 2019, seuls 13% des millionnaires s'estiment fortunés¹. Un chiffre d'autant plus surprenant que cette année-là, il suffisait de valoir 936 430 \$ US (environ 1 242 000 \$ CA²) pour vous placer dans la tranche des 1%. Objectivement, les millionnaires sont bien nantis³. De toute évidence, la question de savoir si l'on se sent riche (ou non) est plus complexe qu'elle n'y paraît.

Revenons sur une évidence : se sent-on plus riche quand on a plus d'argent?

En règle générale, oui. Mais on note quelques exceptions et nuances intéressantes sur lesquelles nous reviendrons plus loin. C'est en se fondant sur cette vérité généralement admise que le secteur de la gestion de patrimoine s'efforce avant tout d'accroître l'actif de ses clients pour qu'ils se sentent mieux nantis. Cela dit, le secteur offre aussi beaucoup de services qui contribuent à créer un sentiment de richesse sans toutefois contribuer à l'accumulation d'actifs. Par exemple, un plan successoral ne fait pas croître le portefeuille d'un client. Toutefois, nos recherches montrent qu'un plan successoral a un effet positif sur l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}.

La question se pose alors : au lieu d'estimer l'impression de richesse au moyen des actifs, pourquoi ne pas utiliser plutôt l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}? Dans ce rapport, nous apportons une contribution majeure, car nous avons découvert comment quantifier l'apport des services de gestion de patrimoine (plutôt que celui des actifs seuls) à l'impression de richesse. Nous montrons que les mesures objectives du patrimoine (c.-à-d. les actifs) n'expliquent pas à elles seules le sentiment de richesse, et nous montrons le rôle de votre personnalité dans la perception de la réalité. Par ailleurs, à partir du moment où nous comprenons les causes du sentiment de richesse, nous pouvons donner la priorité aux comportements et aux services qui le renforcent.

Le reste du rapport se compose de deux parties :

Partie 1

La première définit ce qu'est l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} et explore les similitudes et différences avec le bien-être financier subjectif. Nous faisons une revue de la littérature sur le bien-être financier subjectif, revue qui sert de socle à notre définition et à notre concept d'indice. Nous passons également en revue la littérature sur les cinq grands traits de personnalité, afin de placer l'indice dans le contexte de notre expertise en Personnalité quant à la gestion de patrimoine^{MC}.

Partie 2

La deuxième partie du rapport présente les constatations tirées de notre analyse des facteurs qui contribuent à l'indice. Nous discutons également des raisons possibles de nos constatations, ainsi que de leurs implications pour le secteur et les conseillers.

¹ [American Financial, 2019](#)

² Taux de change moyen USD-CAD en 2019. (www.exchangerates.org)

³ Global Wealth Databook 2019, Credit Suisse.

Principales constatations

01

La personnalité est de loin le principal facteur qui contribue le plus à l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}.

02

Les actifs, le revenu et les dettes ont une influence sur notre indice, mais les relations sont complexes.

03

Les personnes qui font appel à un conseiller sont deux fois plus susceptibles d'avoir un indice élevé que celles qui n'en ont pas.

Méthodologie de l'enquête

En septembre 2021, Gestion de patrimoine TD a demandé à Maru/Matchbox de mener une enquête en ligne auprès de 2 056 personnes bien nanties de partout au Canada, en anglais et en français⁴.

Genre

Masculin	56%
Féminin	44%
Autre ⁵	0.1%

Niveau d'aisance

Personnes en passe de devenir bien nanties	6%
Personnes bien nanties	60%
Personnes à valeur nette élevée	24%
Investisseurs autonomes	10%

Région

Ouest	28%
Centre	9%
Est	56%
Atlantique	6%

Gestion de patrimoine TD répartit les personnes bien nanties en trois catégories :

Personnes en passe de devenir bien nanties, Personnes bien nanties et Personnes à valeur nette élevée.

Le groupe des personnes en passe de devenir bien nanties se compose de personnes de 25 à 34 ans, dont le revenu annuel du ménage est supérieur à 100 000 \$.

Les personnes bien nanties détiennent entre 100 000 \$ et 750 000 \$ d'actifs investissables.

Les personnes à valeur nette élevée ont plus de 750 000 \$ d'actifs investissables.

Tous les participants ont répondu à un questionnaire représentatif du questionnaire IPIP (International Personality Item Pool) de Goldberg en 50 points qui composent la structure en cinq facteurs, un cadre d'évaluation psychologique qui évalue cinq dimensions de la personnalité : le caractère consciencieux, l'amabilité, la réactivité (le névrosisme), l'extraversion et l'ouverture. Le modèle des cinq grands traits de personnalité est également utilisé à Gestion de patrimoine TD dans le cadre de l'évaluation de la personnalité quant à la gestion de patrimoine^{MC}.

⁴ n=2056

⁵ Nous avons choisi de ne pas arrondir les chiffres, afin de donner de la visibilité aux personnes qui ne s'identifient pas comme des hommes ou des femmes



Partie 1 : Définition de l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}

Le concept de bien-être financier subjectif est apparu dans les années 1970. C'est le socle de notre concept d'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. On définit le bien-être financier subjectif comme l'évaluation personnelle de son propre sentiment de sécurité financière⁶. Traditionnellement, le bien-être financier subjectif est fonction de la capacité à maintenir son style de vie⁷. Par exemple, les sondages classiques sur le bien-être financier subjectif incluent tous des questions sur la capacité de payer les dépenses du ménage, le loyer et le chauffage. Bien qu'il s'agisse d'un domaine de recherche important, il ne tient pas compte de façon adéquate des questions qui concernent les personnes mieux nanties.

Notre étude, en revanche, porte exclusivement sur les personnes bien nanties au Canada. Nous avons consulté des publications universitaires et sectorielles, ainsi que des experts du monde entier, pour déterminer les trois dimensions du bien-être financier subjectif qui sont plus pertinentes pour ces personnes. Une fois combinées, ces dimensions permettent de dresser un portrait plus clair de ce qui fait qu'on se sent riche. Chacun de ces facteurs est décrit plus en détail ci-dessous.

Bien-être global

Le bien-être global repose sur des construits cognitifs et émotionnels. Notre satisfaction générale correspond à l'évaluation cognitive qu'on se fait de notre vie et de notre expérience. Elle représente la mesure dans laquelle nos objectifs sont atteints et nos aspirations sont comblées^{8,9}. Quant à lui, le bonheur est une mesure du bien-être fondée sur les émotions. Il se rapporte au caractère positif de notre humeur et de nos sentiments¹⁰. Une distinction de taille entre ces deux aspects du bien-être global, c'est l'aspect temporel : le bonheur est momentané, tandis que la satisfaction générale s'inscrit dans la durée¹¹.

Bien qu'il y ait une forte corrélation entre le bien-être financier subjectif et le bien-être global, d'autres facteurs doivent entrer en compte pour définir notre indice Patrimoine et Confiance^{MC}¹². Dans une évaluation simple du bien-être financier subjectif (par exemple quand on demande à quelqu'un s'il est actuellement satisfait de sa situation financière), les nuances dans la relation entre les aspects cognitifs et émotionnels du bien-être global sont masquées. Ainsi, notre détermination, qui est un construit cognitif, peut influencer sur la façon dont nous priorisons nos objectifs financiers. En revanche, les émotions nous motivent à atteindre ces objectifs et informent notre niveau de résilience face au stress financier. De plus, les facteurs démographiques peuvent atténuer les répercussions de la situation financière sur le bien-être global. Ils doivent donc faire l'objet d'un contrôle dans l'analyse finale¹³.

Dans l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}, nous avons donc inclus le bien-être global et le bien-être financier subjectif, et dans ce dernier nous avons tenu compte séparément de ses aspects émotionnels et cognitifs.

6 Campbell, A. et al. (1976)
7 Arber, S. et al. (2013)
8 DeNeve et al. (1998)
9 Veenhove, R. (2012)
10 ibid
11 Kahneman D. et al. (2005)
12 Vlaev, I. et al. (2014)
13 Foong, H.F. et al. (2021)

Comparaisons sociales

Les comparaisons sociales sont le second facteur de l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} – plus familièrement, c'est ce qui nous pousse à rivaliser avec les voisins. La comparaison avec les pairs joue un rôle clé dans le sentiment de bien-être, notamment parce que nous avons tendance à comparer nos revenus ou nos actifs à ceux des autres. Il est naturel de se comparer, et on le fait généralement avec ceux qui ont plus que nous; en effet, on compare rarement son salaire avec celui de ceux qui gagnent moins¹⁴.

La comparaison avec les pairs peut motiver certains comportements. Dans ce cas, les scientifiques du comportement parlent de « mimétisme ». Le mimétisme devient particulièrement puissant quand on se compare à un groupe dont les membres nous ressemblent. Par conséquent, il est essentiel de déterminer le bon groupe de référence. D'après une analyse récente des termes recherchés sur Google sur le thème de la richesse, les Canadiens se demandent souvent s'ils sont « riches par rapport aux gens de leur âge » et « riches par rapport aux autres Canadiens »¹⁵. Fait remarquable, ces deux recherches sont plus fréquentes que celles qui visent à mesurer objectivement le niveau de richesse, comme « à partir de quel montant d'argent considère-t-on qu'une personne est riche »¹⁶. Il est donc important de comprendre si les gens se sentent plus riches que ceux qu'ils considèrent comme leurs pairs, surtout à une époque où les médias sociaux facilitent les comparaisons et où les gens ne partagent que les meilleurs moments de leur vie.

Confiance à l'égard des perspectives

La troisième facette de l'indice, c'est la confiance des consommateurs, c'est-à-dire le degré de positivité que les gens ressentent à l'égard de divers aspects de leur situation financière, maintenant et à l'avenir. Habituellement, on se sert de la confiance des consommateurs pour anticiper la consommation et l'épargne des ménages.

D'après les recherches sur le bien-être subjectif, les attentes positives pour l'avenir peuvent influencer sur le bien-être présent¹⁷. Autrement dit, notre optimisme (ou notre pessimisme) à l'égard de l'avenir influe sur ce que nous ressentons actuellement. Toutefois, à notre connaissance, cet aspect n'a pas encore été inclus dans les recherches sur le bien-être financier subjectif. Nous avons décidé de l'inclure dans notre indice, car il s'agit d'un nouveau domaine à explorer dans la recherche sur le bien-être financier subjectif.

¹⁴ Payne, K. (2017)
¹⁵ Résultats tirés www.onswerthepublic.com
¹⁶ Ibid
¹⁷ Dusenun, A. (2011)

Revue de la littérature sur la personnalité et le bien-être

La relation est bien établie entre le bien-être et les cinq grands traits de personnalité (l'ouverture à l'expérience, le caractère consciencieux, l'extraversion, l'amabilité et la réactivité). Ces traits sont largement reconnus comme essentiels au bien-être¹⁸. En raison de leur rôle respectif dans le sentiment de bien-être, ces traits de personnalité ont été classés par les chercheurs en deux catégories : dispositionnels et instrumentaux¹⁹. Les traits de personnalité dispositionnels ont tendance à avoir un effet direct sur le bien-être, parce qu'ils ont tendance à influencer le caractère et le point de vue d'une personne. Les traits de personnalité instrumentaux, en revanche, ont plutôt un rôle indirect sur le bien-être, parce qu'ils ont tendance à influencer la façon dont on réagit dans des situations données.

Même si la personnalité est un facteur important dans la prédiction du bien-être, il est important de noter que ce n'est pas le seul facteur. Des variables comme l'âge, l'état de santé, le niveau d'études, la situation d'emploi et même la durée du trajet pour se rendre au travail peuvent influencer sur le bien-être²⁰.

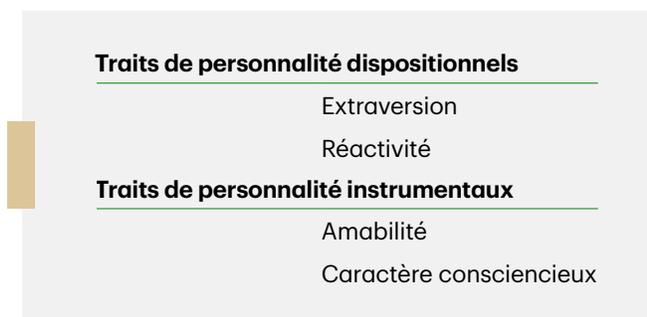


Figure 1 : Traits dispositionnels et instrumentaux

Extraversion

L'extraversion est associée à des émotions positives. Comme tous les grands traits de personnalité, l'extraversion comporte plusieurs facettes : l'activité, l'assertivité, la recherche d'excitation, le grégarisme, les émotions positives et la chaleur humaine. Plusieurs études ont conclu que certaines facettes de l'extraversion sont davantage associées au bien-être que d'autres.

D'après une méta-analyse, l'émotivité positive est une facette de l'extraversion qui prédit le mieux le bien-être, et les expériences émotionnelles positives ont tendance à découler des liens personnels²¹. Selon d'autres études, l'activité est un facteur principal de bien-être. Quand l'assertivité et le grégarisme, qui sont positivement corrélés avec le bien-être, l'activité qu'ils engendrent peut indirectement influencer l'extraversion.

¹⁸ DeNeve, K. M., & Cooper, H. (1998)
¹⁹ McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1991)
²⁰ Dolan, P. (2014).
²¹ McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1991)

Réactivité

Alors que l'extraversion et l'amabilité sont associées à l'émotivité positive, la réactivité (également appelée « névrotisme » dans la littérature spécialisée) est associée à l'émotivité négative, c'est-à-dire à nos sentiments quand nous ne sommes pas satisfaits de notre situation ou n'atteignons pas un objectif^{22,23}. En influençant notre perception des situations et nos méthodes d'adaptation, notre réactivité peut entraîner des émotions négatives²⁴. Ces observations soutiennent l'idée que la réactivité est un trait dispositionnel plutôt qu'instrumental

Amabilité

L'amabilité a un effet positif sur le bien-être. C'est le trait le plus souvent associé aux relations interpersonnelles. Dans les études qui examinent les différentes facettes de l'amabilité (l'altruisme, la tendresse et la confiance), toutes ont une corrélation positive avec le bien-être. Les fondements théoriques appuient les constatations empiriques selon lesquelles les sentiments positifs qui découlent du comportement social sont associés à des sentiments de bien-être plus forts.

Caractère consciencieux

Souvent, on observe une forte corrélation entre un caractère consciencieux et la satisfaction générale. Cette corrélation découle du fait que les personnes très consciencieuses ont tendance à s'adonner à des activités axées sur les objectifs, et à avoir un sentiment de maîtrise de leur travail, un soutien social, une identité solide ainsi qu'un but ou une utilité dans la vie²⁵.

Le sentiment de maîtriser son travail et le sentiment d'avoir un but ou une utilité sont particulièrement liés à la satisfaction générale. Ces deux sentiments sont souvent associés à l'expérience psychologique du « flux », qui se produit quand on est absorbé dans une tâche complexe pour laquelle on a les compétences nécessaires²⁶. L'état de flux est associé à une amélioration de la qualité de vie et du bonheur^{27,28}.

22 www.apa.org
23 DeNeve, K. M., & Cooper, H. (1998)
24 Diener, E., & Diener, C. (1996)
25 Myers, D. G., & Diener, E. (1995)
26 Csikszentmihalyi, Mihaly. (1990)
27 Mcrae, R.R., & Costa, P.T. (1991)
28 Ullén, F., et al. (2011)

Ouverture

L'ouverture à l'expérience ne figure pas dans le tableau ci-dessus, car c'est le trait de personnalité le plus complexe et le plus controversé. D'après les chercheurs, l'ouverture n'a globalement pas d'effet sur le bien-être. Toutefois, elle prédispose à ressentir plus fortement les deux extrémités du spectre émotionnel²⁹. Dans les méta-analyses, l'ouverture est le trait de personnalité qui présente le plus faible niveau de corrélation avec le bien-être. La base théorique de la relation entre les deux n'est pas bien établie.

Création de la mesure d'indice Patrimoine et Confiance^{MC}

Pour créer l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}, nous avons posé des questions qui tenaient compte du bien-être général, des comparaisons sociales et de la confiance à l'égard des perspectives. Pour vérifier que nos questions reflétaient nos intentions, nous avons utilisé les réponses aux questions pour faire une solide analyse des facteurs.

Voici comment nous avons analysé les facteurs. Premièrement, nous avons effectué le test de sphéricité de Bartlett pour déterminer si nos données convenaient pour l'analyse factorielle. Comme $p = 0,00$ pour ce test, la matrice de corrélation est suffisamment différente de la matrice identité des variables d'entrée (c.-à-d. les questions de notre enquête). D'après les résultats du test de précision de l'échantillonnage Kaiser-Meyer-Olkin, le nombre de facteurs était de trois, la moyenne quadratique des résidus était de 0,02 et l'indice de Tucker Lewis de fiabilité factorielle était de 0,948. Nous en avons conclu que les questions choisies représentaient avec précision les facteurs de satisfaction générale, de comparaisons sociales et de confiance à l'égard des perspectives. Comme l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} combine ces trois facteurs, il donne une bonne indication de ce que signifie « se sentir riche ».

²⁹ Ibid



Partie 2 : Pourquoi se sent-on riche?

Nous avons répondu à cette question en examinant la corrélation entre les variables habituellement associées au sentiment de richesse et l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. Les données de modélisation de cet indice ont des répercussions réelles importantes sur le secteur de la gestion de patrimoine et sur les résultats pour les clients. Quand les conseillers se concentrent sur des aspects de la gestion de patrimoine qui vont au-delà de la gestion des actifs, ils peuvent améliorer l'indice plus efficacement.

Pour calculer la corrélation entre une gamme de variables et l'indice, nous avons utilisé des modèles linéaires multivariés. Nous avons constaté des écarts-types robustes à l'hétéroscédasticité au niveau de confiance de $\alpha=95\%$. Nous avons utilisé des bêtas normalisés pour comparer les corrélations entre les variables. Nous avons employé des techniques non paramétriques pour modéliser les variables individuelles comme données d'entrée de l'indice.

Constatations et discussion

1. La personnalité est de loin le facteur qui contribue le plus à l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}.

I

Les traits de personnalité qui influencent le plus l'indice sont la réactivité, le caractère consciencieux et l'extraversion.

II

Une faible réactivité est associée à un indice élevé, tandis qu'une réactivité élevée est associée à un indice faible.

III

Un caractère consciencieux et une extraversion élevés sont associés à un indice élevé, tandis qu'un caractère consciencieux et une extraversion moindres sont associés à un indice faible.

Dans l'ensemble, nos constatations sont conformes aux résultats des recherches précédentes (voir page 15). Ensemble, trois des cinq traits de personnalité (la réactivité, l'extraversion et le caractère consciencieux) permettent mieux de prédire l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} que les actifs investissables et le revenu du ménage combinés. Autrement dit, la personnalité joue un rôle si important qu'elle peut infléchir la perception des mesures objectives du patrimoine, au point où les gens se sentent peut-être moins riches qu'ils ne le sont objectivement. Ce résultat renforce la conviction de Gestion de patrimoine TD que la personnalité joue un rôle important dans la prestation de services de gestion de patrimoine exceptionnels.

La réactivité est le trait de personnalité qui présente la plus forte corrélation avec l'indice. Nos constatations suggèrent une forte relation inverse entre l'indice et la réactivité, ce qui signifie que plus une personne est réactive, plus elle est susceptible d'avoir un faible indice.

Le caractère consciencieux et l'extraversion sont les deuxième et troisième traits qui présentent la plus forte corrélation avec l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}, respectivement. Ces traits ont un lien positif avec l'indice, ce qui signifie que plus ses traits sont marqués, plus l'indice est élevé.

La façon dont chacun de ces traits de personnalité influence les facettes de l'indice (satisfaction globale, comparaisons sociales et confiance à l'égard des perspectives) est également digne de mention. Le caractère consciencieux et l'extraversion ne semblent pas influencer fortement sur la confiance à l'égard des perspectives. C'est un résultat surprenant. Compte tenu des recherches antérieures sur les tendances dispositionnelles pour l'extraversion, nous nous serions attendus à ce que les personnes très extraverties soient plus optimistes.

Trait	Effet sur l'indice Patrimoine et Confiance ^{MC}	Satisfaction globale	Comparaisons sociales	Confiance à l'égard des perspectives
Réactivité	Négatif (-)	Négatif (-)	Négatif (-)	Négatif (-)
Caractère consciencieux	Positif (+)	Positif (+)	Positif (+)	Neutre
Extraversion	Positif (+)	Positif (+)	Positif (+)	Neutre

Figure 3 : Résumé de l'influence des traits sur l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}

Ces résultats suggèrent que la meilleure occasion d'améliorer l'indice des personnes bien nanties serait de personnaliser les conseils en fonction de leur personnalité innée. Toutefois, il ne s'agit pas de leur dire simplement ce qu'elles veulent entendre. En donnant des conseils adaptés à la personnalité, on peut faire naître un changement de comportement à la fois positif et significatif. Comment? En tenant compte des biais comportementaux associés aux traits de personnalité, on recadre les conseils d'une manière qui interpelle la personne. De plus, lorsqu'un conseiller comprend la personnalité d'un client, il est mieux placé pour l'aider à trouver la voie qui le mène à l'atteinte de ses objectifs financiers. Par exemple, notre analyse a montré que la personnalité modère l'effet des différents services de gestion de patrimoine sur l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. Lorsque les conseillers comprennent les services à prioriser en fonction de la personnalité d'un client, celui-ci peut en ressortir avec un sentiment accru de sécurité, de confort et d'atteinte des objectifs.

2. Les actifs, le revenu et les dettes ont des répercussions sur notre indice Patrimoine et Confiance^{MC}, mais les relations sont complexes.

<p>I</p> <p>L'indice augmente à partir du moment où les actifs arrivent environ à 3,5 M\$, puis il diminue à mesure que les actifs augmentent.</p>	<p>II</p> <p>L'indice augmente avec le revenu, mais il s'accroît moins vite une fois passé le cap de 200 000 \$ par année.</p>	<p>III</p> <p>L'indice diminue à mesure que la dette personnelle augmente. Toutefois, au-delà de 50 000 \$, on note qu'il est positivement corrélé avec l'endettement visant à accroître le patrimoine.</p>
---	---	--

Actifs

De prime abord, notre étude semble contredire le dicton économique traditionnel selon lequel « plus on en a, mieux c'est ». Mais en réalité, une grande partie des résultats confirme ce point de vue. Comme mentionné précédemment, ce dicton ne se vérifie pas pour tous les niveaux d'actif. Nos résultats suggèrent plutôt que la relation entre l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} et les actifs n'est pas linéaire, et qu'il peut y avoir une corrélation tantôt positive et tantôt négativement. Lorsque l'on examine la corrélation entre les actifs investissables et l'indice, on observe plusieurs paliers.



Figure 4 : La relation complexe entre les actifs et l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} (en milliers)

Remarque : Ce graphique est une approximation.

Au premier palier (la phase d'accumulation), les actifs investissables se situent entre 100 000 \$ et 500 000 \$. Ici, on note une forte corrélation positive avec l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. Au deuxième palier (la phase du plateau), les actifs investissables se situent entre 500 000 \$ et 1 000 000 \$. À ce stade, on observe une faible corrélation avec l'indice. Au troisième palier (l'âge d'or), les actifs dépassent 1 000 000 \$. On note une corrélation positive entre les actifs et l'indice jusqu'à environ 3 500 000 \$, mais elle est bien moins marquée qu'au premier palier, jusqu'à 500 000 \$ (c.-à-d. que la courbe monte moins rapidement). Au quatrième palier (la marée descendante), les actifs investissables dépassent 3 500 000 \$. Ici, on note une corrélation négative avec l'indice. Si vous vous y connaissez en économie, il est fort possible que ce quatrième palier vous surprenne! Mais si, comme beaucoup d'autres, vous croyez que le comportement humain est chaotique et qu'il résiste aux prévisions des économistes, ce n'est peut-être pas du tout surprenant.

Actifs

Dans la série *Succession* sur HBO, une citation résume bien ce phénomène de marée descendante. Connor, fils aîné du multimilliardaire Logan Roy, dit : « On ne peut rien faire avec cinq [millions]... c'est un cauchemar. Impossible de partir à la retraite, pas la peine de travailler... On est le plus pauvre des riches d'Amérique. »³⁰ On peut supposer qu'un tel phénomène se produit aussi au Canada et qu'il commence à se faire sentir à partir d'environ 3 millions de dollars. Cette hypothèse se reflète dans les données de l'étude du volet Comparaisons sociales de l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. On constate que les comparaisons sociales ont considérablement moins d'effet sur l'indice à partir du moment où l'on a plus de 3,5 millions de dollars d'actifs. Par conséquent, même si le bien-être général et la confiance à l'égard des perspectives peuvent augmenter à mesure que l'on accumule de l'actif, notre propension à nous comparer aux autres nous prive souvent de la joie d'être riches.

Revenu du ménage

On observe également des paliers dans la corrélation entre le revenu du ménage et l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. Le premier palier correspond à un revenu de moins de 100 000 \$ par année. Il existe une forte corrélation entre le revenu et l'indice. Le deuxième palier correspond à un revenu de compris entre 100 000 \$ et 200 000 \$ par année. Ici, l'indice est élevé, mais il demeure relativement stable par rapport au revenu. Le dernier palier correspond à un revenu supérieur à 200 000 \$ par année. La corrélation entre les deux variables redevient positive, mais la progression est bien plus lente qu'au premier palier³¹. Ce résultat corrobore ce que les chercheurs ont constaté par le passé³².

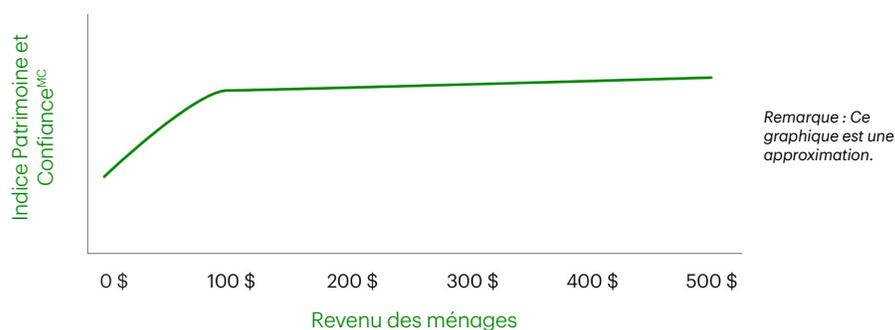


Figure 5 : Au-delà de 200 000 \$ par année, l'effet du revenu sur l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} devient marginal (en milliers de dollars).

L'une des conclusions que nous tirons de ces données, c'est qu'une fois passé le seuil de 200 000 \$, il existe peut-être des façons plus efficaces d'accroître l'indice que de tenter simplement d'augmenter le revenu. C'est logique, puisqu'à mesure que les salaires augmentent, les responsabilités professionnelles s'alourdissent. Il faut donc faire des compromis entre le travail et le temps passé en famille, les voyages, etc.

³⁰ *Succession*, Saison 2, épisode 9, « DC »

³¹ Dans un article de 2023, Killingsworth, Kahneman et Mellers ont utilisé une technique de régression quantile pour modéliser la relation entre le log(revenu) et le bonheur. Notre étude diffère de la leur à plusieurs égards. Nous avons utilisé une conception différente du bien-être (la nôtre est l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}, tandis que la leur est le bonheur). Nous avons modélisé la relation de façon non paramétrique, ce qui permet d'établir des maxima, des minima et des plateaux locaux, à l'inverse d'un modèle quantile linéaire. Par ailleurs, notre étude porte exclusivement sur les personnes bien nanties.

³² Kahneman, D., Deaton, A. (2010)

Dettes

Tout comme les actifs, les dettes jouent elles aussi un rôle important dans notre perception de la richesse, mais peut-être pas comme on le penserait au départ. Nous avons classé les dettes en trois catégories :

- Dette personnelle (p. ex., dette de carte de crédit)
- Dette ordinaire (c.-à-d. prêt hypothécaire)
- Dette servant à faire croître le patrimoine (c.-à-d. emprunter pour investir).

Selon notre analyse multivariable, toutes choses égales par ailleurs, les dettes personnelles ont statistiquement une forte influence négative sur l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. Ce constat n'est pas très surprenant, puisque l'endettement personnel est généralement associé à un faible bien-être financier et à une moins bonne santé physique et mentale³³.

Nous avons constaté qu'il n'y a pas de forte corrélation entre les dettes ordinaires et l'indice. Autrement dit, le montant d'une dette ordinaire n'a pas d'effet significatif sur l'impression de richesse. Parmi les explications possibles, il se peut que les gens considèrent les dettes ordinaires comme de « bonnes dettes », parce qu'elles servent à financer des biens durables, dont la valeur peut s'apprécier. Les gens sont peut-être aussi plus à l'aise avec ce type de dette, car il est plus acceptable socialement d'avoir un prêt hypothécaire ou un prêt auto qu'une dette de carte de crédit.

Fait intéressant, les dettes servant à faire croître le patrimoine ont une influence dynamique sur l'indice. Nous constatons que les dettes allant jusqu'à 50 000 \$ ont une influence négative sur l'indice. Toutefois, les dettes comprises entre 50 000 \$ et 100 000 \$ ont une influence positive sur l'indice. Au-delà de 100 000 \$, l'indice diminue à mesure que les dettes augmentent.

On peut avancer plusieurs explications, mais l'une des plus plausibles serait que l'endettement servant à investir n'arrive pas d'un seul coup, mais plutôt progressivement. Ainsi, on peut décider d'emprunter 10 000 \$ pour investir sur le marché. Quelques mois plus tard, on emprunte 10 000 \$ de plus, toujours pour investir en bourse. Dans ce scénario hypothétique, la première fois qu'on emprunte de l'argent, on risque de ressentir une certaine nervosité. Mais la deuxième fois, on se sentira peut-être plus à l'aise, convaincu de prendre une bonne décision.

L'exemple ci-dessus illustre les effets de l'ego, c'est-à-dire le phénomène par lequel nos pensées et nos opinions suivent nos actions. Comme ces données le montrent, lorsque les dettes dépassent 100 000 \$, la corrélation entre les dettes et l'indice devient négative. Ce chiffre de 100 000 \$ agit peut-être comme un point d'inflexion mentale, au-delà duquel les gens se rendent compte qu'ils sont possiblement trop endettés.

3. Les gens qui font appel à un conseiller sont deux fois plus susceptibles d'avoir un fort indice Patrimoine et Confiance^{MC} que ceux qui ne le font pas.

Cette dernière constatation est importante. Contrairement à d'autres études qui ont examiné la valeur des conseils et tenté de la quantifier en points de base, notre analyse adopte un angle inédit. Nous constatons qu'il y a une forte corrélation positive entre le fait d'avoir un conseiller et un indice élevé. Notre analyse multivariable confirme ce résultat, tout comme les rapports de cotes qui capturent une perspective à multiples facettes de la valeur que les conseillers peuvent ajouter.

I

Les clients ayant un indice élevé étaient **sept fois** plus susceptibles de dire que leur conseiller **valait chaque dollar** dépensé en frais. De leur côté, les clients ayant un indice faible ont déclaré que les frais dépensés n'en valaient pas la peine.

II

Les clients qui ont un indice élevé sont **quatre fois** plus susceptibles d'être **satisfaits de leur conseiller** que ceux qui ont un indice faible.

III

Les clients qui ont un indice élevé sont **trois fois** plus susceptibles d'avoir **confiance dans les compétences de leur conseiller** que ceux qui ont un indice faible.

On peut trouver une foule d'explications à ces constatations, mais l'une d'elles semble particulièrement plausible : les conseillers aident les clients à mettre en œuvre des stratégies qui créent un changement de comportement positif durable. Un tel changement de comportement nécessiterait une discipline de fer de la part d'un client autonome. La présence d'un conseiller peut aider les clients à rester sur la bonne voie pour atteindre leurs objectifs, tout comme un entraîneur peut aider à atteindre des objectifs de remise en forme. Toutefois, les conseillers ne peuvent pas s'attendre à ce que leur simple présence améliore considérablement l'indice de leurs clients.



Principes directeurs pour les conseillers : Servez-vous de l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} pour approfondir les relations

Les conseillers ne doivent jamais faire preuve de complaisance dans leurs relations avec les clients. Nos recherches indiquent que la façon dont un client atteint ses objectifs est tout aussi importante que le fait de les atteindre. Les conseillers doivent donc veiller à soutenir leurs clients en leur offrant tous les services de gestion de patrimoine, comme la planification successorale ou les dons philanthropiques. Ils peuvent ainsi aider les clients à se sentir plus à l'aise à mesure qu'ils progressent vers l'atteinte de leurs objectifs. Voici quelques conseils pratiques pour améliorer l'indice Patrimoine et Confiance^{MC} des clients.

Adaptez les conseils à la personne, en allant au-delà des chiffres.

Cette étude montre que la personnalité est l'un des principaux facteurs de l'indice Patrimoine et Confiance^{MC}. Pour que les conseillers puissent offrir une expérience client exceptionnelle, il ne suffit donc pas de donner de bons conseils financiers. Ils doivent également comprendre comment leurs clients prennent leurs décisions financières, et être en mesure de leur offrir les conseils qui les interpellent le mieux.

Les mots sont importants. On peut grandement améliorer l'efficacité des conseils en peaufinant le message. Par exemple, si un conseiller doit donner un même conseil à deux clients différents (comme mettre en place un plan d'épargne préautorisé pour épargner en vue de la retraite), il devra peut-être le formuler différemment pour chacun. Pour l'un de ces deux clients, il serait peut-être judicieux de parler de ce qu'il fera à la retraite. L'autre client sera peut-être plus réceptif à un message qui souligne à quel point il est facile de verser un montant précis chaque mois dans un compte d'épargne-retraite. Bien que l'objectif soit le même (établir un plan d'épargne préautorisé), les conseils sont adaptés pour chaque situation.

Adaptez les conseils à la personne, en allant au-delà des chiffres.

Comment les conseillers peuvent-ils déterminer quel message utiliser avec leur client? À Gestion de patrimoine TD, les conseillers peuvent personnaliser leur approche pour chaque client. L'évaluation de la personnalité quant à la gestion de patrimoine^{MC} leur permet de comprendre comment leurs clients prennent des décisions financières. Grâce à cette compréhension approfondie de chaque client, au-delà de ce que l'on accomplit dans le cadre des conversations habituelles, les conseillers peuvent avoir des conversations véritablement pertinentes qui reflètent la personnalité du client.

Les conseillers devraient en apprendre davantage sur les biais comportementaux et sur la façon d'aider les clients à les surmonter. La compréhension de quelques tendances de base du comportement humain peut grandement aider à déterminer la meilleure façon d'aborder chaque client.

Adoptez une approche globale pour la gestion de patrimoine.

La valeur qu'apporte un conseiller va bien au-delà de la gestion des placements, et vos clients peuvent vouloir davantage que de bons rendements. Si un conseiller se concentre exclusivement sur les placements, le client croit que le rôle du conseiller ne va pas plus loin. Par conséquent, il ne se rend peut-être pas compte qu'il pourrait avoir besoin de conseils supplémentaires pour bâtir une approche globale pour bâtir son patrimoine.

Les conseillers doivent se concentrer sur les aspects du patrimoine qui dépassent la simple valeur du portefeuille. La richesse ne se résume pas à un montant d'argent. Elle comprend l'adoption d'une approche globale pour que le client puisse tirer le maximum de son argent (ou pour réduire au minimum l'inquiétude associée au sentiment de ne pas en avoir assez). Les conseillers doivent examiner ce qui rend les clients confiants ou ce qui les inquiète par rapport à leur avenir financier. Pour certains, il peut s'agir de transmettre un patrimoine à la prochaine génération ou de laisser un héritage philanthropique à une cause qui leur tient à cœur.

Créez un plan financier

Les clients qui ont un plan financier sont deux fois plus susceptibles d'avoir un indice Patrimoine et Confiance^{MC} élevé que ceux qui n'en ont pas. Un plan axé sur les objectifs est la base qui permet de tracer le parcours vers les objectifs. Il permet aussi d'apporter une structure au client et aux recommandations du conseiller. C'est le point de référence qui permet au conseiller de mesurer les progrès (ou le recul) du client par rapport à ses objectifs. C'est aussi un point d'ancrage particulièrement important en période de turbulences du marché, car il peut aider le client à se concentrer sur ses objectifs à long terme plutôt que sur les fluctuations mensuelles ou quotidiennes du marché. Un plan peut aider les clients à ne pas perdre de vue ce qui compte le plus pour eux.

Quelques questions pour commencer

Votre client a-t-il un testament?

Même si vous ne pouvez pas en rédiger un pour lui, vous pouvez souligner que c'est important et lui mettre le pied à l'étrier.

Votre client a-t-il pensé à faire des dons philanthropiques?

Demandez à votre cabinet s'il a les ressources nécessaires pour aider.

Votre client a-t-il un plan d'urgence s'il meurt ou s'il devient inapte et n'a pas rédigé un mandat?

Il arrive souvent que les conseillers n'abordent pas ces questions importantes, parce que le sujet rend mal à l'aise. Dans notre société, on évite de parler de la mort. Pourtant, c'est un élément important de tout plan. La probabilité qu'un client aborde le sujet est faible. Il incombe donc au conseiller d'en discuter. Par exemple : « Je sais que le sujet n'est pas très réjouissant, mais je suis certain qu'une fois cette conversation terminée, vous serez heureux que nous en ayons parlé. »



Conclusion

Dans le modèle économique typique du bien-être, une plus grande richesse est synonyme d'un meilleur indice Patrimoine et Confiance^{MC}. Ce n'est pas tout à fait faux, mais la réalité est bien plus nuancée et bien plus complexe que ce que prédisent les modèles économiques typiques. Par exemple, si on se base uniquement sur un modèle économique classique pour maximiser l'indice, on aiguille les gens vers des solutions relativement évidentes : épargner davantage, éviter le crédit à la consommation, éviter les cafés au lait et les tartines à l'avocat aux prix exorbitants! Même si ces solutions mèneront probablement à un certain enrichissement, comme nous l'avons montré, elles n'augmenteront pas nécessairement l'indice.

Notre étude suggère que les mesures objectives de la richesse ne brossent qu'une partie du tableau. Contrairement aux modèles économiques typiques, notre analyse tient compte de la nature chaotique du comportement humain. Notre modèle accorde autant d'importance au parcours vers une richesse objectivement mesurable qu'au parcours vers le but en tant que tel. De plus, notre analyse suggère que le choix de la bonne voie pour atteindre un objectif financier peut revêtir autant d'importance que l'objectif lui-même. Ce parcours sera différent pour chaque personne, selon ses traits de personnalité innés, sa situation et ses besoins; il n'y a donc pas de solution universelle.

Notre étude dresse un portrait dynamique et complexe du patrimoine. Ce portrait montre que notre impression de richesse dépend de divers facteurs. Quant aux deux questions posées au début de ce rapport, nous pouvons maintenant y répondre. Qu'est-ce que « se sentir riche »? C'est avoir un indice Patrimoine et Confiance^{MC} élevé. Qu'est-ce qui fait qu'on se sent riche? C'est lié à la personnalité, aux actifs investissables (jusqu'à un certain point), au revenu du ménage, aux dettes et à la décision d'avoir recours à un excellent conseiller.

Bibliographie

Ameriprise Financial, 2019.

Arber, S., Fenn, K., & Meadows, R. (2013). Subjective financial well-being, income, and health inequalities in mid and later life in Britain. *Social Science and Medicine*.

Taux de change moyen USD-CAD en 2019. <https://www.exchangerates.org.uk/USD-CAD-spot-exchange-rates-history-2019.html>

Campbell, A., Converse, P.E., & Rogers, W.L. (1976). *The Quality of American Life: Perceptions, Evaluations, and Satisfaction*. New York : Russell Sage.

Csikszentmihalyi, Mihaly. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*.

DeNeve, K. M., & Cooper, H. (1998). The happy personality: A meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 124(2), 197–229. DOI : 10.1037/0033-2909.124.2.197

Diener, E., & Diener, C. (1996). Most people are happy. *Psychological Science*, 7(3), 181–185. DOI : 10.1111/j.1467-9280.1996.tb00354.x

Dolan, Paul. *Happiness By Design: Change what you do, not how you think*. Hudden Street Press. 2014.

Dusunen, Adam. *The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences* 2011; 3(24): 209-215
DOI : 10.5350/DAJPN2011240306

Foong, H.F. et al. (2021). Relationship between financial well-being, life satisfaction, and cognitive function among low-income community-dwelling older adults: the moderating role of sex. *Psychogeriatrics*. 21(4), 586-595. DOI : 10.1111/psyg.12709.

Global Wealth Databook 2019. Credit Suisse. pg. 116

<https://dictionary.apa.org/negative-affect>

Kahneman, D., Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.* 107, 16489–16493.

Kahneman D., Riis J. Living, and thinking about it: Two perspectives on life. In: Huppert F.A., Baylis N., Keverne B., editors. *The Science of Well-Being*. Oxford University Press; Oxford, Royaume-Uni : 2005. pp. 285–304.

Killingsworth, M.A., Kahnemen, D., Mellers, B. (2023). Income and emotional well-being: a conflict resolved. *Psychological and Cognitive Science*, 120(1). DOI : <https://doi.org/10.1073/pnas.2208661120>

McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1991). Adding Liebe und Arbeit: The full five-factor model and well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17(2), 227–232. DOI : 10.1177/014616729101700217

Myers, D. G., & Diener, E. (1995). Who is happy? *Psychological Science*, 6(1), 10–19. DOI : 10.1111/j.1467-9280.1995.tb00298.x

Payne, K. *The Broken Ladder: How inequality affects the way we think, live, and die*. Viking Press. 2017

Résultats tirés de www.answerthepublic.com

Succession. Saison 2, épisode 9, « DC »

Indice de santé financière de la TD, 2019.

Ullén, F., et al. (2011). Proneness for psychological flow in everyday life: association with personality and intelligence. *Personality and Individual Differences*. 52(2), 167-172. DOI : 10.1016/j.paid.2011.10.003

Veenhove, R. HAPPINESS: Also known as 'life-satisfaction' and 'subjective well-being' in Kenneth C. Land, Alex C. Michalos, and M. Joseph Sirgy (Eds.) *Handbook of Social Indicators and Quality of Life Research*. 2012 Dordrecht, Pays-Bas : Springer Publishers. Pages 63-77. DOI 10.1007/978-94-007-2421-1_3.

Vlaev, I., Elliott, A. Financial Well-Being Components. *Soc Indic Res* 118, 1103–1123 (2014). DOI : 10.1007/s11205-013-0462-0



Les renseignements aux présentes ont été fournis par Gestion de patrimoine TD à des fins d'information seulement. Ils proviennent de sources jugées fiables. Ces renseignements n'ont pas pour but de fournir des conseils financiers, juridiques, fiscaux ou de placement. Les stratégies fiscales, de placement ou de négociation devraient être étudiées en fonction des objectifs et de la tolérance au risque de chacun.

Le présent document peut contenir des déclarations prospectives qui sont de nature prévisionnelle et pouvant comprendre des termes comme « prévoir », « s'attendre à », « compter », « croire », « estimer » ainsi que les formes négatives de ces termes. Les déclarations prospectives sont fondées sur des prévisions et des projections à propos de facteurs généraux futurs concernant l'économie, la politique et les marchés, comme les taux d'intérêt, les taux de change, les marchés boursiers et financiers, et le contexte économique général; on suppose que les lois et règlements applicables en matière de fiscalité ou autres ne feront l'objet d'aucune modification et qu'aucune catastrophe ne surviendra. Les prévisions et les projections à l'égard d'événements futurs sont, de par leur nature, assujetties à des risques et à des incertitudes que nul ne peut prévoir. Les prévisions et les projections pourraient s'avérer inexactes dans l'avenir. Les déclarations prospectives ne garantissent pas les résultats futurs. Les événements réels peuvent différer grandement de ceux qui sont exprimés ou sous-entendus dans les déclarations prospectives. De nombreux facteurs importants, y compris ceux énumérés plus haut, peuvent contribuer à ces écarts. Vous ne devriez pas vous fier aux déclarations prospectives.

Gestion de patrimoine TD représente les produits et services offerts par TD Waterhouse Canada Inc., par Gestion privée TD Waterhouse Inc., par Services bancaires privés, Gestion de patrimoine TD (offerts par La Banque Toronto-Dominion) et par Services fiduciaires, Gestion de patrimoine TD (offerts par La Société Canada Trust).

Toutes les marques de commerce appartiennent à leurs propriétaires respectifs.