

Objectif épargne

Engagement numérique



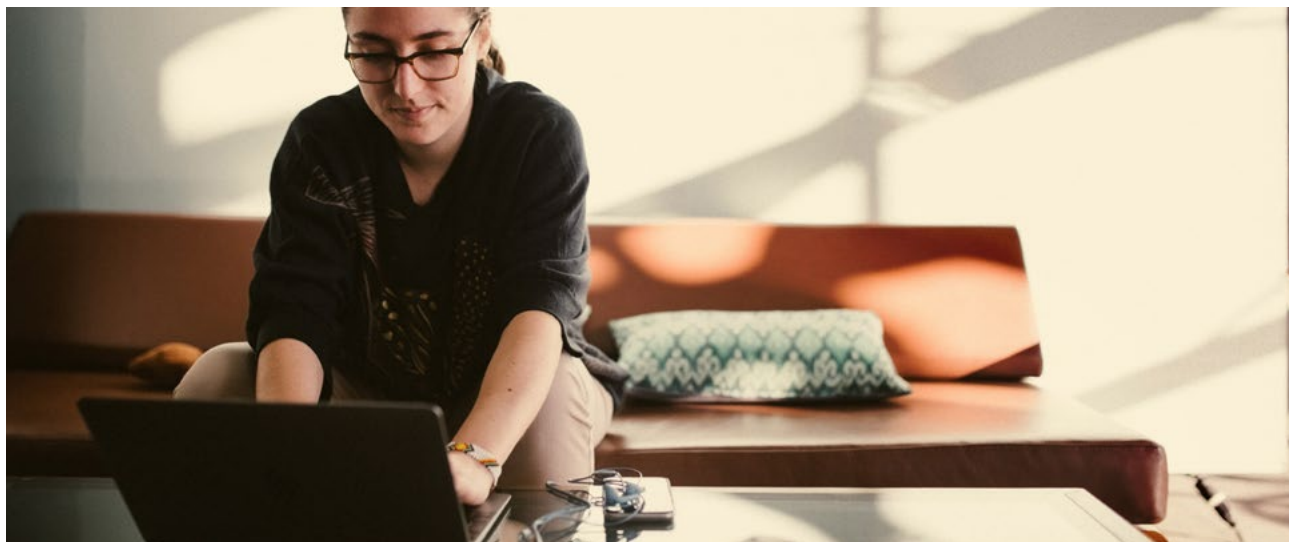
La vie est plus radieuse sous le soleil



Table des matières

Introduction	1
Avantages pour les participants.....	2
Canada, terre du numérique	2
Utilisation des cotisations complémentaires de l'employeur	4
Autres avantages du numérique.....	4
Les campagnes de mise au point financière de MAX Révision et plus	5
Expérience des utilisateurs, économie comportementale et résultats pour la retraite	5
Le promoteur de régime qui a recours au numérique.....	6
Cybersécurité à la Sun Life	6
Inscription automatique	7
Conclusion.....	7





Introduction

La révolution numérique a transformé la société, remaniant nos habitudes de travail, nos échanges avec autrui et le rythme de nos vies. Presque tous les aspects de la vie quotidienne ont connu une transformation due à l'essor en flèche des technologies numériques. Les services financiers n'y font pas exception – les relevés papier sont chose du passé puisque toutes les informations sont désormais disponibles en ligne. L'écart entre les natifs du numérique et les adopteurs tardifs continue à rétrécir alors que les personnes de tous les âges épousent la facilité d'utilisation des outils numériques. La transformation numérique ne fait qu'accélérer.

Cette tendance s'applique aussi au monde des régimes d'épargne collectifs. Les promoteurs cherchent des solutions numériques auprès des fournisseurs pour simplifier les processus et améliorer les résultats. Les participants, quant à eux, effectuent plus que jamais leurs transactions en ligne, toutes générations confondues. Ils suivent leurs épargnes, choisissent des produits, cherchent

des conseils et apportent des changements en quelques clics. Pour la plupart d'entre nous, l'accès numérique n'est plus l'exception, mais bien plutôt une nécessité.

Une nouvelle étude de la Sun Life qui porte sur des données en provenance de Clients des Régimes collectifs de retraite confirme que **l'utilisation du numérique** – soit le fait pour un participant de s'être connecté à son compte de la Sun Life sur le site Web ou l'appli mobile dans les 12 mois précédent l'étude – comporte des avantages pour les participants et les promoteurs.

Les participants qui utilisent le numérique **ont des économies d'argent plus importantes**, font davantage confiance à leur régime et enregistrent de meilleurs résultats à la retraite. Les participants qui interagissent le plus par voie numérique affichent des soldes qui sont plus de **230 % plus élevés** que ceux qui ne le font pas.

Par ailleurs, les promoteurs qui exploitent la voie numérique profitent d'une meilleure efficacité sur le plan de la gestion des régimes et connaissent moins de défis d'exploitation.

Environ quatre participants sur cinq des Régimes collectifs de retraite de la Sun Life sont des employés de promoteurs qui pratiquent le numérique, soit 1,1 million sur les 1,4 million de participants de la Sun Life. C'est sur ce groupe que se base la présente étude.

Les données montrent une corrélation claire entre l'activation numérique et une meilleure préparation à la retraite. Les participants qui se connectent en ligne régulièrement ont des soldes de compte et des taux de cotisation nettement plus élevés en moyenne. Ils utilisent pleinement les cotisations complémentaires de l'employeur et les options d'épargne facultatives. Il y a aussi une corrélation entre l'engagement numérique et, d'une part, l'utilisation des outils de planification et, d'autre part, un taux de retrait plus faible. Les chiffres dressent un portrait frappant du rôle que peut jouer la technologie pour aider les gens à prendre en main leur avenir financier.

Nous avons défini quatre catégories de participants selon le niveau d'engagement numérique :

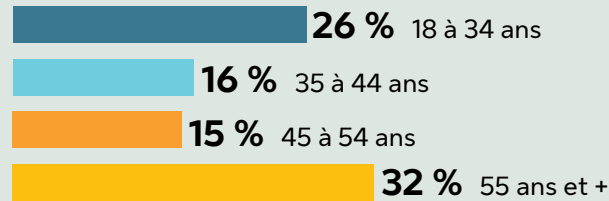
- 1. Les passionnés du numérique : 24 %** des participants sont **très engagés** avec nos outils numériques. Ils se sont connectés au site sécurisé ou à l'appli plus d'une fois par trimestre en 2023.
- 2. Les curieux du numérique : 8 %** des participants sont **assez engagés** et se sont connectés à leur compte au moins une fois par trimestre pour voir ce qui s'y passait.
- 3. Les hésitants face au numérique : 36 %** des participants sont **à peine engagés**. Ils se sont connectés en 2023, mais moins d'une fois par trimestre.
- 4. Les accros de l'analogique : 32 %** des participants **n'étaient pas engagés** par voie numérique et préfèrent interagir en utilisant d'autres canaux. Ils ne se sont pas connectés sur une période de 12 mois.

Canada, terre du numérique

Environ 29 millions d'adultes canadiens utilisaient les médias numériques à la fin de 2023, selon Comscore, une entreprise qui se spécialise dans les données se rapportant aux médias. Seulement 8 % de ce total utilisent exclusivement un ordinateur (portable ou de bureau). Environ un sur cinq n'utilise que des appareils mobiles. Les 73 % restants utilisent à la fois les ordinateurs et les appareils mobiles.

8 % ordinateurs seulement	19 % appareils mobiles seulement	73 % ordinateurs et appareils mobiles
---------------------------------	---	--

L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE AU CANADA*



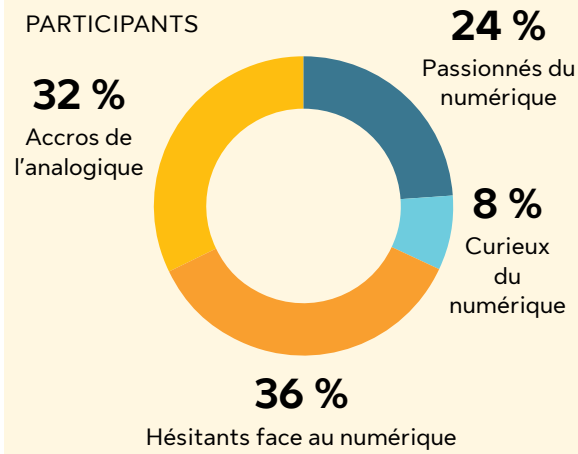
En outre, plus des trois quarts des Canadiens effectuent leurs opérations bancaires en ligne, selon **Statistique Canada**. Parmi les utilisateurs d'Internet, 70 % des personnes âgées de 65 ans et plus ont recours aux services bancaires en ligne, tout comme 73 % des Canadiens de familles dont le revenu se situe dans le plus bas décile national. Seulement 5,6 % des Canadiens n'utilisent pas du tout Internet.



*Pourcentage de l'ensemble de la population canadienne utilisant le numérique qui appartient à chaque groupe d'âge

Figure 1.0

ENGAGEMENT NUMÉRIQUE DES PARTICIPANTS



Avantages pour les participants

Les participants qui pratiquent le numérique économisent plus en vue de la retraite que ceux qui ne l'utilisent pas. Pourquoi est-ce important? Parce que les personnes qui adoptent de bonnes habitudes d'épargne aujourd'hui réduisent de façon notable le risque qu'elles épuisent leurs économies de leur vivant.

Il y a une corrélation claire entre l'engagement numérique et **les soldes de compte plus élevés**.

Les participants qui interagissent le plus par voie numérique affichent des soldes qui sont **230 % plus élevés** que ceux qui ne le font pas.

Les **accros de l'analogique**, ceux qui n'utilisent pas le numérique, affichaient un solde de compte de **51 800 \$** en moyenne. Plus les participants se connectent, plus leur solde de compte a tendance à être élevé.

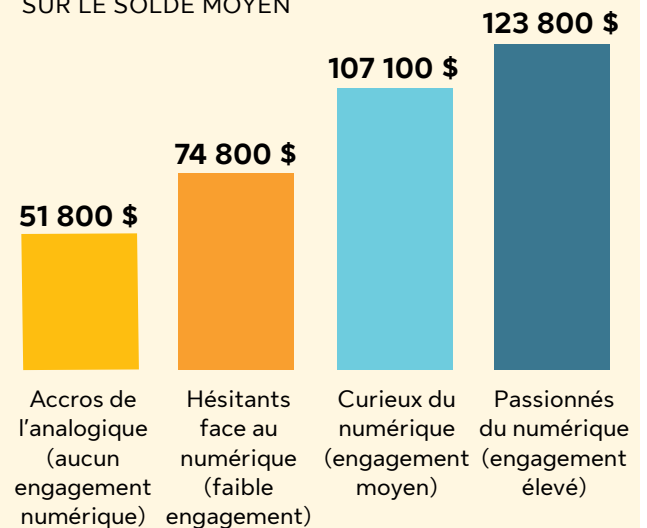
Les **hésitants face au numérique**, ou les visiteurs ponctuels, c'est-à-dire ceux qui se sont connectés dans le courant de l'année, mais moins d'une fois par trimestre, avaient un solde moyen de **74 800 \$**.



Chez les **curieux du numérique**, qui se sont connectés une fois par trimestre en 2023, ce chiffre s'élevait à **107 100 \$**. Les **passionnés du numérique**, quant à eux, affichaient un solde moyen de **123 800 \$**.

Figure 1.1

L'INCIDENCE DE L'ENGAGEMENT NUMÉRIQUE SUR LE SOLDE MOYEN





Cotisations

Le montant des cotisations, le taux de cotisation mesuré en pourcentage du salaire et le taux de participation affichaient tous une corrélation similaire avec le niveau d'engagement numérique.

Figure 1.2

COTISATIONS DES PARTICIPANTS : OBLIGATOIRES + FACULTATIVES

Accros de l'analogique	Hésitants face au numérique	Curieux du numérique	Passionnés du numérique
3 400 \$	4 900 \$	7 100 \$	8 700 \$

Figure 1.3

TAUX DE COTISATION (% DU SALAIRE)

Accros de l'analogique	Hésitants face au numérique	Curieux du numérique	Passionnés du numérique
4,4 %	5,8 %	6,7 %	7,6 %

Figure 1.4

TAUX DE PARTICIPATION DES PARTICIPANTS SELON L'ENGAGEMENT NUMÉRIQUE



*Comprend les passionnés du numérique, les curieux du numérique et les hésitants face au numérique

Les participants qui ont recours au numérique ont aussi davantage tendance à verser des cotisations facultatives en plus des cotisations obligatoires.

Il n'est pas surprenant que les participants qui interagissent par voie numérique prennent meilleur soin de leur régime, étant donné le pouvoir des communications et des renseignements sur les régimes diffusés sur divers canaux, qui visent à augmenter la littératie financière.



Utilisation des cotisations complémentaires de l'employeur

Figure 1.5

% DES PARTICIPANTS QUI MAXIMISENT LES COTISATIONS COMPLÉMENTAIRES SELON L'ENGAGEMENT NUMÉRIQUE



*Comprend les passionnés du numérique, les curieux du numérique et les hésitants face au numérique

Les participants qui interagissent le plus par voie numérique ont deux fois plus de chances de maximiser les cotisations complémentaires de leur employeur. Alors que **30 %** des participants « non numériques » ont tiré le maximum de ces cotisations en 2023, c'est **61 %** des participants « numériques » qui en ont profité.

Autres avantages du numérique

Les participants qui interagissent par voie numérique ont aussi beaucoup plus de chances d'avoir fait ce qui suit :

- Ils ont **désigné un bénéficiaire**.
- Ils ont souscrit au moins **un fonds axé sur une date d'échéance**.
- Ils ont versé une **cotisation forfaitaire**.
- Ils ont **transféré des actifs** d'une autre institution financière.

Ils ont par ailleurs retiré moins d'argent dans le courant de l'année. En moyenne, les participants qui interagissent par voie numérique ont retiré 12 700 \$ en 2023 contre 27 700 \$ chez les participants qui n'utilisent pas le numérique.

Les campagnes de mise au point financière de MAX Révision et plus

MAX Révision est une innovation numérique de la Sun Life qui incite les participants à passer en revue les éléments clés de leur régime au travail. L'outil est conçu pour permettre aux participants d'examiner leurs décisions financières : cotisations, taux d'épargne et placements.

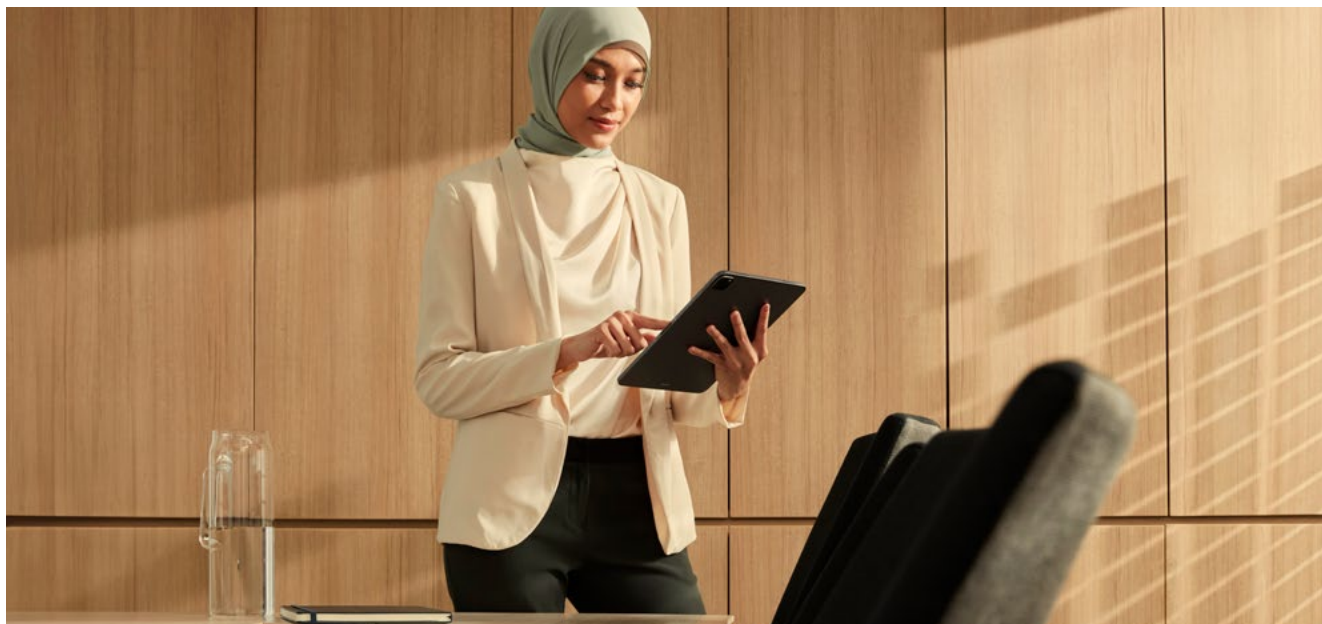
Nos données montrent une corrélation entre des expériences numériques particulières, des soldes bancaires plus élevés et de meilleurs taux de cotisation.

Par exemple :

- Les personnes qui ont utilisé la campagne de renouvellement de l'adhésion de MAX Révision en 2023 affichaient un solde de compte de 108 300 \$ en moyenne, comparativement à un solde moyen de 88 400 \$ pour l'ensemble des participants. En outre, ces participants ont cotisé 8 600 \$ en moyenne pendant l'année, contre 6 200 \$ pour l'ensemble des participants.
- Outre MAX Révision, le recours à d'autres outils affiche une corrélation semblable avec les soldes plus élevés. Parmi les personnes qui ont utilisé l'outil **Planificateur de retraite** ou **Répartition de l'actif**, le solde de compte moyen était de 121 700 \$, avec une cotisation moyenne de 7 600 \$.

Aucun de ces résultats n'est surprenant, étant donné les avancées récentes dans l'expérience numérique de l'utilisateur et la priorité accordée à l'intégration des principes de l'économie comportementale dans la conception des outils. Les régimes collectifs ont servi de cas d'utilisation idéal dans ces deux disciplines.

Nos données confirment que la maîtrise de cette expérience a un effet positif démesuré sur



Nous avons observé une hausse de **110 %** dans la participation aux webinaires sur le **bien-être financier en 2023** par rapport à 2022.

l'épargne du participant, la confiance qu'il accorde au régime et les résultats futurs pour la retraite. Les promoteurs de régime peuvent avoir confiance que leur décision d'encourager l'utilisation de la voie numérique chez les participants est un facteur déterminant pour les épargnes réussies des participants de leur régime.

Expérience des utilisateurs, économie comportementale et résultats pour la retraite

La Sun Life se fie depuis longtemps aux pratiques exemplaires dans les domaines de l'expérience de l'utilisateur et de l'économie comportementale. Tous les participants bénéficient de cet engagement continu, peu importe la façon dont ils interagissent avec nous.

Il est évident que l'expérience numérique se traduit par de meilleurs résultats pour la retraite. Nous faisons des essais et nous apprenons continuellement afin d'aider les participants à améliorer leur niveau de confiance et à atteindre leurs objectifs.



Le promoteur de régime qui a recours au numérique

À ce jour, la plupart des participants relèvent de régimes offerts par des promoteurs qui interagissent par voie numérique, soit ceux qui offrent l'adhésion par voie numérique. Les promoteurs qui se prévalent de cet aspect important des régimes peuvent s'attendre à ce que leurs participants utilisent davantage les outils qui leur sont offerts. En outre, ces promoteurs bénéficient d'avantages sur le plan administratif.

Une fois l'adhésion en ligne en place, les promoteurs ont accès à un portrait plus complet du comportement des participants. Une meilleure analyse comparative et des campagnes offrant un niveau de personnalisation supérieur peuvent améliorer la gestion quotidienne du régime.

Les processus automatisés éliminent ou réduisent le besoin d'adhésion papier, offrent un accès à la création de rapports sur demande et simplifient les tâches administratives quotidiennes. Comme mentionné précédemment, les campagnes MAX Révision sont aussi offertes, permettant aux promoteurs de concentrer leurs efforts pour cibler des aspects particuliers. En plus, ils jouissent d'un accès à diverses campagnes qui viennent s'ajouter à nos campagnes thématiques annuelles, visant les REER, les CÉLI et les campagnes saisonnières de littéracie financière – toutes des occasions d'augmenter l'engagement des participants.

Les promoteurs qui épousent le numérique sont plus susceptibles de faire partie des industries des télécommunications, de la technologie de l'information, des services professionnels, des services financiers, de l'énergie et des services publics. Ces promoteurs connaissent des taux

Cybersécurité à la Sun Life

Le système de sécurité de la Sun Life comprend des niveaux de solutions en sécurité qui utilisent une stratégie de protection «défense en profondeur» afin d'assurer la protection de nos infrastructures et des renseignements des participants. Ces mesures comprennent des pare-feux pour applications Web, un logiciel anti-maliciel, le chiffrement, la surveillance des intrus et la protection contre des menaces par courriel. Nous améliorons continuellement notre cybersécurité afin qu'elle reste efficace face aux nouvelles menaces.

Les portails du site Web des Clients de la Sun Life sont chiffrés. Les sites Web utilisent des certificats SSL valides et certifiés avec un cryptage minimum de AES 156-bit. Chaque participant et promoteur a un identifiant et un mot de passe uniques pour se connecter aux sites Web sécurisés. Les sessions sont chiffrées depuis le moment où l'utilisateur s'authentifie jusqu'au point où il se déconnecte. L'authentification multi-facteur (qui demande la vérification de codes à usage unique envoyés par SMS ou par appel téléphonique) fait désormais partie du site Web canadien pour les participants (**masunlife.ca**) et de l'appli mobile au Canada (**ma Sun Life**).



d'activation numérique des participants de 93 % (télécommunications), 85 % (technologie de l'information et services professionnels), 84 % (services financiers), 81 % (énergie) et 80 % (services publics).





Inscription automatique

Pour plus de 300 000 des 1,4 million de participants employés sur qui cette étude est basée, l'adhésion au régime s'est faite automatiquement – un signe prometteur pour notre secteur. De concert avec une conception de régime efficace, des renseignements pertinents et des conseils judicieux, l'adhésion automatique se traduit par de meilleurs résultats. Cette approche multidimensionnelle de l'administration des régimes produit des résultats qui s'apparentent à ceux observés dans les niveaux élevés d'engagement numérique.



72 %

des nouveaux promoteurs de régime de la Sun Life offrent l'adhésion numérique.

Il s'agit d'un processus simple et rapide, autant pour les nouveaux Clients que pour les Clients existants. En moyenne, il suffit de trois semaines pour établir un régime numérique.

Conclusion

L'expérience du participant dépend de facteurs propres à chaque organisme promoteur. Une ventilation de nos données sur les Clients selon le secteur indique qu'il en est de même pour certains facteurs propres à chaque secteur. Et même si nos données montrent que certains secteurs étaient des adopteurs précoces de l'expérience numérique du participant, c'est de plus en plus la norme. Nous reconnaissons que l'engagement numérique a eu des retombées positives importantes pour nos participants et nous offrirons l'inscription numérique à tous nos Clients à l'avenir.

Cette analyse montre sans équivoque que l'engagement numérique se traduit par des résultats positifs pour les participants de toutes les générations. Ceux qui consultent régulièrement leur régime en ligne ont des soldes de compte et des taux de cotisation nettement plus élevés. Ils utilisent les cotisations complémentaires de l'employeur et les options de cotisation facultative au maximum. L'engagement numérique est aussi lié à des taux de retrait inférieurs.

À mesure que la transformation numérique prend de l'essor dans tous les secteurs, ces résultats confirment la valeur de l'expérience du régime en ligne. L'accès numérique à l'information et aux outils contribue à l'autonomisation des participants. Les promoteurs de régime profitent de processus efficaces qui simplifient l'administration du régime. Peut-être encore plus important, les chiffres montrent que la technologie, utilisée de façon judicieuse et de concert avec la conception du régime, l'information et les conseils, peut permettre aux participants de prendre en main leur avenir financier. Compte tenu de l'adoption solide au Canada des services bancaires numériques, les promoteurs peuvent être sûrs que le fait d'offrir l'accès en ligne est bénéfique pour toutes les parties prenantes.

À propos de la Sun Life

La Sun Life est une organisation de services financiers de premier plan à l'échelle internationale qui offre aux particuliers et aux institutions des solutions dans les domaines de la gestion d'actifs et de patrimoine, de l'assurance et de la santé. Elle exerce ses activités dans divers marchés du monde, soit au Canada, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Irlande, à Hong Kong, aux Philippines, au Japon, en Indonésie, en Inde, en Chine, en Australie, à Singapour, au Vietnam, en Malaisie et aux Bermudes. Au 31 mars 2024, l'actif total géré de la Sun Life s'élevait à 1,47 milliard de dollars. Pour plus de renseignements, veuillez visiter le www.sunlife.com/fr/.

Les actions de la Financière Sun Life inc. sont inscrites à la Bourse de Toronto (TSX), à la Bourse de New York (NYSE) et à la Bourse des Philippines (PSE) sous le symbole « SLF ».

La vie est plus radieuse sous le soleil

Les produits et services des Régimes collectifs de retraite sont offerts par la Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie, membre du groupe Sun Life.

© 2024, Sun Life. Tous droits réservés.

06-24_v4 ns-an

