



ANTHONY CARDONE

Il s'avère parfois difficile pour les promoteurs de régimes de retraite collectifs d'attirer l'attention de leurs participants – même si ceux-ci ont tout à gagner à s'intéresser à leur régime. En effet, il peut se révéler ardu d'inciter les gens à planifier leur retraite à long terme, à épargner davantage et à investir de manière appropriée.

Bien que la plupart des entreprises mettent des ressources et des outils à la disposition des participants, ceux-ci ne sont pas assez utilisés. Selon le *Sondage auprès des participants aux régimes de capitalisation* de 2015, seulement 12 % des participants affirmaient avoir effectué des opérations en ligne dans le cadre de leur régime collectif, tandis que seulement 20 % d'entre eux avaient consulté un site web pour obtenir des renseignements à ce sujet.

Soulignons que les communications sur les régimes collectifs ne disposent que de quelques secondes pour capter l'attention des participants. Ainsi, elles auront un plus grand effet si elles sont :

- *simples* – elles vont droit au but et contiennent des messages clairs et concrets;
- *amusantes* – elles proposent un contenu divertissant;
- *efficaces* – elles ne demandent pas trop de temps aux participants.

Ce texte vise à proposer quelques exemples de stratégies pour revisiter les communications. Par-dessus tout, l'utilisation d'un langage clair est à la base de la simplicité; on doit ainsi éviter les acronymes et le jargon technique.

Les concours sont aussi un moyen reconnu de rendre les communications destinées aux participants de régime plus amusantes et de susciter l'engagement de ces derniers. Des prix attrayants, des règles claires et des résultats quantifiables

RAVIVEZ L'INTÉRÊT DES PARTICIPANTS GRÂCE À DES COMMUNICATIONS SIMPLES, AMUSANTES ET EFFICACES

font partie des éléments qui contribuent à la réussite. Les entreprises peuvent collaborer avec leur fournisseur afin d'organiser un concours d'une durée limitée offrant des prix récompensant les comportements qui responsabilisent les participants pour l'avenir, tels que l'exploration du site web du régime et la participation à une séance de formation. L'engagement des participants pourrait être mesuré par le nombre de participations au concours, l'activité observée sur les sites web et les changements positifs apportés aux comptes des participants.

L'utilisation de techniques narratives simples constitue une autre approche qui a fait ses preuves. Par exemple, on peut comparer les objectifs de retraite de deux participants typiques de manière à ce que les lecteurs puissent évaluer leur propre situation. L'un des participants pourrait aspirer à un style de vie modeste qui ne lui permet pas de voyager

beaucoup, alors que l'autre pourrait vouloir mener un style de vie plus dispendieux dans un grand centre urbain, en plus de voyager à l'étranger. Ces récits permettent de démontrer que différents objectifs de retraite peuvent se traduire par différentes stratégies d'épargne pour l'avenir.

Des séances de formation pratiques favorisent l'implication des participants. Les webinaires offerts pendant l'heure du midi fonctionnent bien, parce qu'ils permettent aux employés d'y participer à partir de leur bureau. On peut également organiser une séance de formation à l'extérieur, mais non loin des lieux de travail, et y offrir un repas léger afin d'encourager la participation. Dans ce cas, des présentations ciblées portant sur les options de revenu de retraite destinées aux participants à l'aube de la retraite plairaient non seulement à ceux-ci, mais aussi à leur conjoint. Par souci de commodité pour le promoteur, ces séances sont généralement offertes par les fournisseurs.

Des illustrations ou des animations humoristiques peuvent également rendre plus amusants des concepts difficiles à comprendre pour les participants, éliminant ainsi le besoin de graphiques complexes. Les pictogrammes et les symboles simples peuvent aussi piquer la curiosité du lecteur. Les icônes aident à conserver la clarté du message, et ce, même lorsque le participant doit assimiler des renseignements complexes.

Faire preuve d'un peu de créativité peut favoriser l'engagement des participants. Des communications simples, amusantes et efficaces suscitent leur intérêt pour leur régime de retraite collectif en plus de les encourager à agir et à se tenir informés. **■**

Anthony Cardone est vice-président régional pour les Services de retraite collectifs de la Great-West.