

Éric Filion



La réalité augmentée pour augmenter l'engagement

Si vous offrez un régime de retraite collectif — ou en offrirez un bientôt conformément à la nouvelle *Loi sur les régimes volontaires d'épargne-retraite (RVER)* —, vous avez sans doute des employés qui s'intéressent peu à leur régime ou qui trouvent la planification de la retraite ennuyante et les placements compliqués. Il est vrai que pour bon nombre d'employés, la connaissance du régime se résume à deux choses : des cotisations sont prélevées de leur paie et elles leur procureront un revenu à la retraite. Tout ce qui vient entre les deux est plutôt obscur.

Personne ne vous dira que la planification financière n'est pas importante. En revanche, vous trouverez beaucoup d'employés qui n'ont pas envie de mettre l'effort pour la faire. Les années de règne du régime de retraite à prestations déterminées, où l'employeur prenait toutes les décisions, ne sont pas étrangères au manque d'engagement des employés. Mais l'on sait aussi qu'une bonne partie de la population ne possède pas le niveau de littératie suffisant pour comprendre des notions complexes, comme les finances. Au Québec, 1,2 million de personnes ont une très faible maîtrise de la lecture, et 2,2 millions n'atteignent pas un niveau suffisant pour se développer pleinement¹. Difficile alors de demander à ces employés de jouer un rôle actif dans la planification de la retraite.

Soulignons que le manque de motivation est particulièrement élevé chez les jeunes employés, qu'on appelle souvent la génération Y ou du millénaire. Intéresser quiconque à un sujet éloigné de son expertise, de ses intérêts ou de sa réalité quotidienne est déjà un défi

en soi. Mais, dans le cas de ces employés nés à l'ère de l'Internet, pour qui la retraite est un sujet abstrait dont ils n'auront pas besoin de s'occuper avant une trentaine d'années, l'utilisation de méthodes traditionnelles de communication ou d'éducation financière revient pratiquement à s'assurer de ne jamais arriver à même capter leur attention.

Depuis quelques années, les régimes de retraite à cotisation déterminée ont la cote auprès d'une majorité d'employeurs. Les employés n'ont donc plus le choix que de jouer un rôle actif dans la

planification de leur retraite, car ce qui se passe entre le moment de la cotisation et le départ à la retraite dépend principalement d'eux. L'employeur est évidemment responsable de leur fournir suffisamment d'information pour qu'ils puissent faire des choix éclairés. Et dans cette responsabilité, le fournisseur du régime choisi par l'employeur est grandement mis à contribution.

Rappelons que les fournisseurs de régimes de retraite ont travaillé fort ces dernières années pour mettre l'éducation financière au goût du jour. Ils ont grandement simplifié le langage financier afin d'améliorer la littératie financière des employés et de créer avec ces derniers un réel dialogue. Ils ont rivalisé d'ingéniosité pour développer des vidéos, des simulateurs, des calculateurs, et des applications d'éducation financière plus stimulants les uns que les autres. Or, beaucoup d'employés résistent encore à l'effort initial de s'intéresser au régime. Ces résistants, qui pourraient être les *persona non grata* des fournisseurs de services, sont en fait une très grande source de créativité.

Si cet effort initial rebute les employés, c'est qu'il faut y travailler afin de l'alléger et le rendre agréable, voire ludique. C'est ici que la réalité augmentée (RA, voir encadré) devient particulièrement aidante. Desjardins Assurances l'a utilisée pour donner vie à quelques-uns de ses outils. En pointant leur appareil mobile par exemple sur leur relevé, les employés démarrent instantanément une vidéo qui explique l'évolution du régime et du taux de rendement. Cette technologie pique la curiosité des employés qui vont, dans un premier temps, l'essayer dans un but ludique. Dans un deuxième temps, ils s'intéresseront réellement au message.

QU'EST-CE QUE LA RÉALITÉ AUGMENTÉE (RA) ?

C'est une technologie qui enrichit le monde réel par des images en 3D ou par des vidéos qui apparaissent en surimpression sur un téléphone intelligent, une tablette, un ordinateur ou encore des lunettes connectées. La RA peut, par exemple, partir d'un élément statique du monde réel et l'améliorer avec des effets sensoriels comme du son, des images et des données GPS.

Une fois l'application téléchargée, on pointe l'appareil sur un marqueur qui démarre la RA. Ce marqueur peut être imprimé sur à peu près n'importe quoi (chandail, élément promotionnel, papier, etc.)

En donnant vie à un objet inanimé, la RA dynamise ce qui au départ pouvait susciter peu d'intérêt de l'auditoire. Elle vient diminuer de manière significative la distance entre le monde réel et le monde virtuel.

¹ Littératie : la catastrophe québécoise, Alain Dubuc, *La Presse*, 11 novembre 2013.

POINT DE VUE

Nous avons réalisé une expérience particulièrement concluante chez l'un de nos clients, dont la moyenne d'âge des employés est de 33 ans. Martin, un éducateur en épargne-retraite collective bel et bien réel, est devenu omniprésent dans la vie de ces employés grâce à la RA. En pointant leur appareil mobile sur des affiches de Martin placardées à divers endroits du bureau, les employés voyaient celui-ci s'animer automatiquement dans leur appareil et les questionner sur leur épargne-retraite. En 18 mois d'expériences, l'utilisation du site web des participants a augmenté de 41 %, l'inscription au relevé financier en ligne a grimpé de 44 %, tandis que le nombre d'utilisateurs du simulateur de revenus de retraite a augmenté de 67 %. Pas mal pour des employés de la génération Y!

Cette première expérience nous a encouragés à déployer le concept chez tous nos clients. Nous avons créé un personnage de toute pièce qui, grâce à la RA, capte l'attention des jeunes employés puis leur parle, par exemple, de l'importance

de bien préparer la retraite ou des avantages de cotisations régulières. Grâce au langage simple, imagé et humoristique du personnage, les employés ont tendance à réécouter le message plusieurs fois. Et c'est sur ce message entendu plusieurs fois que nous comptons pour que les employés comprennent toute l'importance de s'engager envers leur épargne-retraite et de passer à l'action.

Qui plus est, si on a tendance à développer des applications dans le but de plaire aux jeunes, on se rend compte que leur convivialité rejoint graduellement d'autres tranches d'âges. Le désir d'apprendre en utilisant plusieurs sens (le toucher, l'ouïe, la vue) augmente chez toutes les générations. La RA offre alors d'immenses possibilités de communication et d'éducation financière. Nous sommes persuadés qu'elle peut réellement convaincre les employés à s'intéresser à leur régime et les engager graduellement dans la planification de leur retraite.

Le jour où les employés recevront tout leur matériel et leur formation de

planification de la retraite dans un environnement de réalité augmentée n'est peut-être pas si éloigné. Toutefois, comme chaque personne apprend d'une façon différente, la meilleure stratégie pour engager les employés demeure la mise en place de points de contact multiples, incluant autant des méthodes traditionnelles que les actuelles. Ainsi, les communications sous différentes formes, les présentations de groupe ou les rencontres individuelles, de même que les outils mobiles ou sur Internet, se complètent les uns les autres pour amener les employés vers de meilleures connaissances financières et ainsi un plus grand engagement. La réalité augmentée peut quant à elle représenter la porte d'entrée, car elle amoindrit l'effort requis pour s'intéresser à la retraite. ▀

Éric Filion est vice-président Développement, Commercialisation et Stratégies d'investissement, Épargne-retraite collective chez Desjardins Assurances.

Avantages

**COLLOQUE
PD
2014**

Réservez cette date

LE MERCREDI 10 DÉCEMBRE 2014

8 h à 13 h

MONTRÉAL

FAIRMONT LE REINE ELIZABETH

Veuillez noter que les conférences seront présentées en anglais seulement.

avantages.ca/PD2014

UNE NOUVELLE ÈRE

Les régimes PD ont connu des gains solides en 2013, mais les promoteurs doivent tout de même songer à l'avenir. Comment engager ces gains sur une longue durée? L'atténuation des risques est-elle toujours d'intérêt? Quelles nouvelles structures de régime ou options de placement ont le potentiel de transformer le paysage canadien de la retraite?

Pour en savoir plus sur les possibilités de commandites, communiquez avec Karine Huard : 514.843-2133, karine.huard@rci.rogers.com

» ÉVÈNEMENT **GRATUIT** SUR INVITATION SEULEMENT.

PARTENAIRES

 **Lincluden**

 **Russell
Investments**

Financière 
Sun Life

**CONFÉRENCES
EN ANGLAIS**