

Étude sur l'épargne-retraite collective au Canada 2022-2023

Rapport Insights Partner 2022 pour les
conseillers et courtiers participant à l'étude

Avril 2023

NMG Consulting

- ▶ NMG Consulting est une société de conseil multinationale spécialisée en assurance et en investissement
- ▶ Fondée en 1992 à Singapour, NMG Consulting a ses bureaux principaux à Toronto, New York, Londres, Singapour et Sydney



ASSURANCE & RETRAITE



GESTION D'ACTIFS



GESTION DE PATRIMOINE



SERVICES-CONSEIL



ÉTUDES DE MARCHÉ

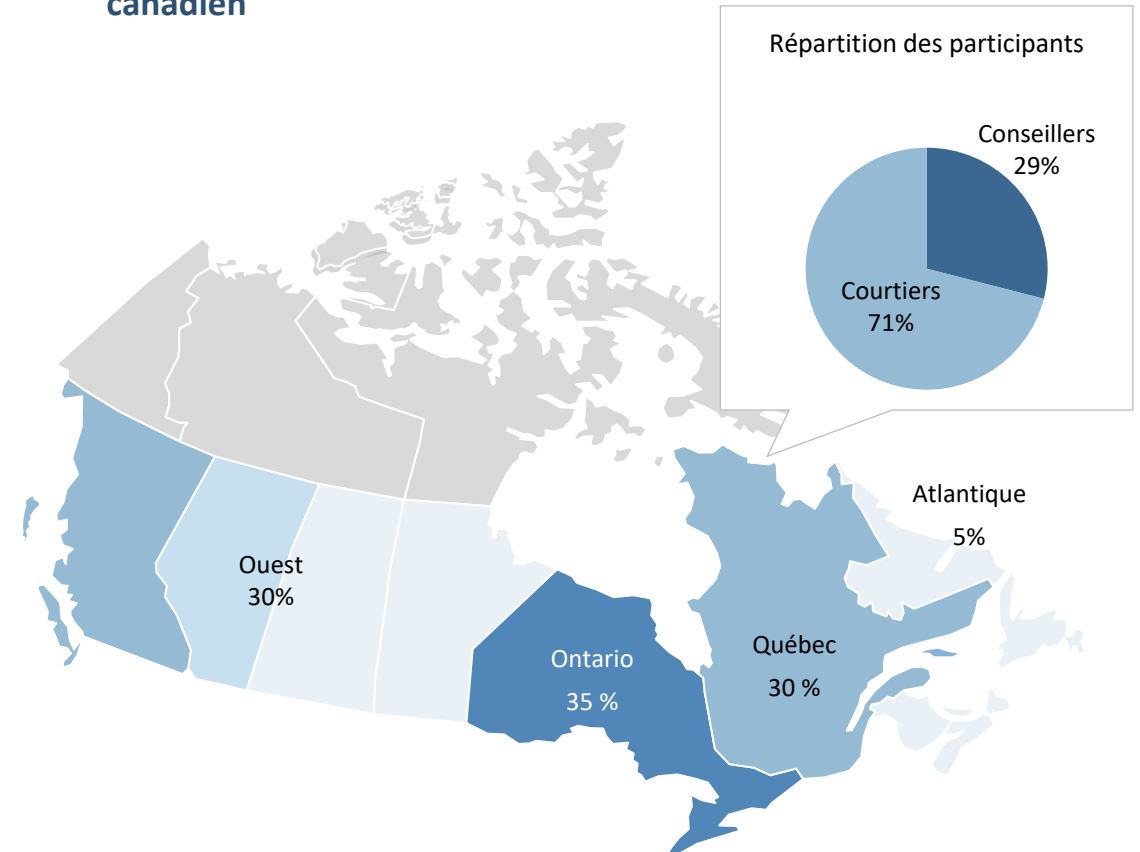


ANALYTIQUE

Aperçu de l'étude sur l'épargne-retraite collective au Canada

- ▶ Cette étude est la 2^e étude annuelle sur l'épargne-retraite collective au Canada faite par NMG
- ▶ L'opinion de 63 conseillers et courtiers spécialisés en épargne-retraite collective a été recueillie
- ▶ L'objectif de ce rapport est de partager les principaux constats de l'étude:
 - ▶ Les tendances qui façonnent le secteur de l'épargne-retraite collective
 - ▶ Le positionnement concurrentiel des assureurs dans ce secteur
 - ▶ Autres commentaires importants des conseillers et courtiers

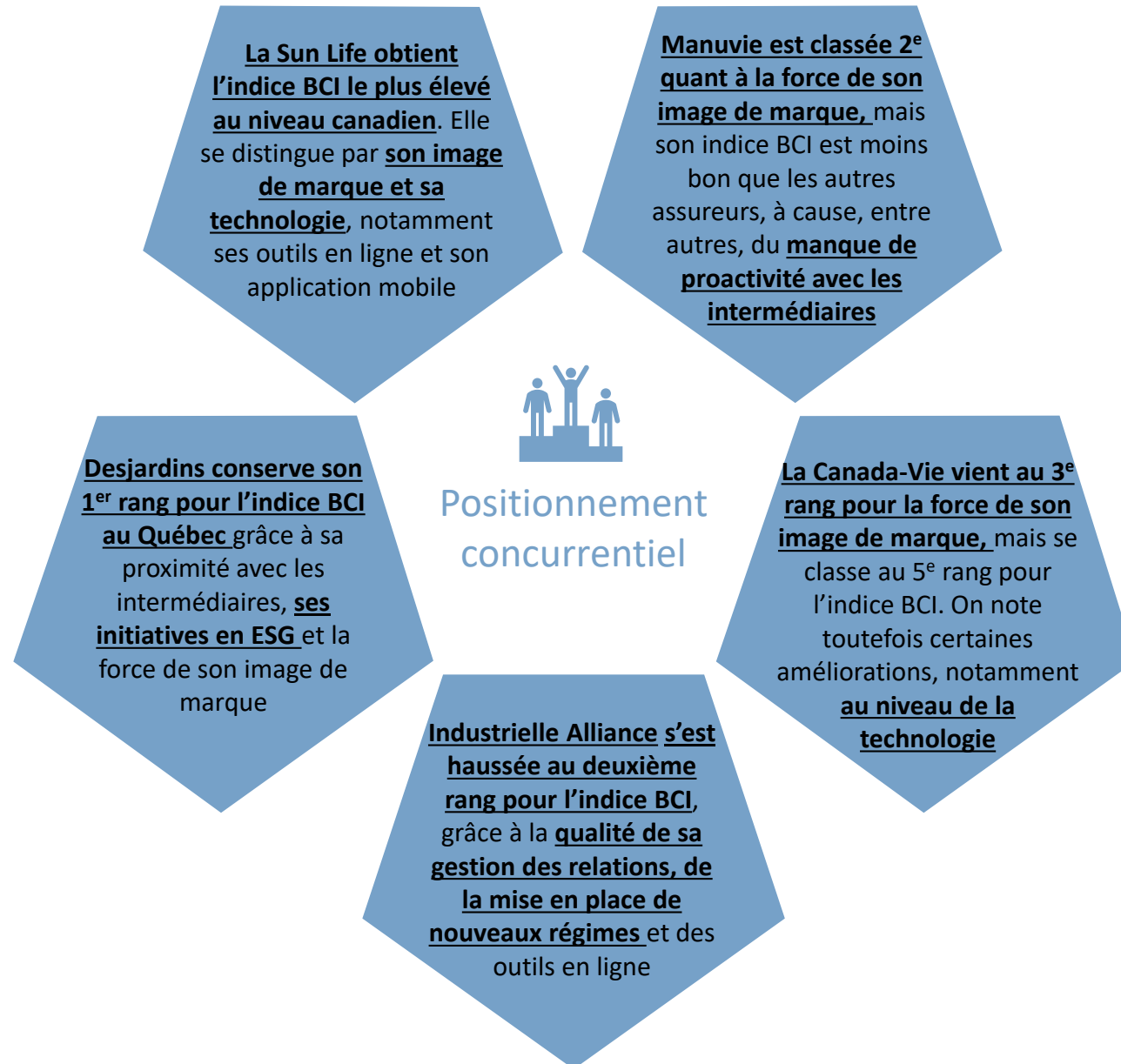
L'étude de NMG sur l'épargne-retraite collective au Canada est très représentative du marché - les participants représentent plus de la moitié du chiffre d'affaires du marché canadien



L'étude NMG a identifié les principales tendances du marché canadien de l'épargne-retraite collective

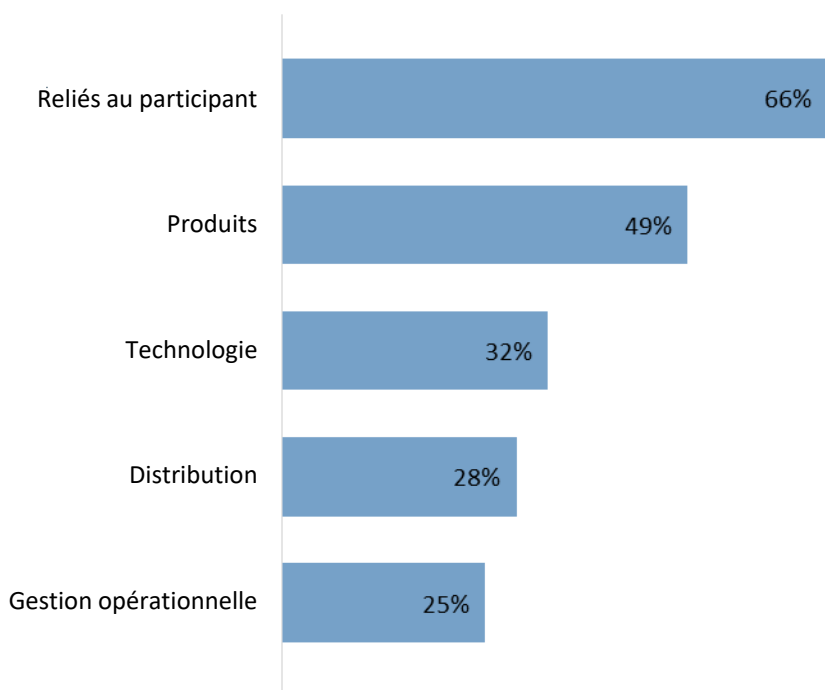


L'étude NMG a examiné le positionnement concurrentiel des assureurs

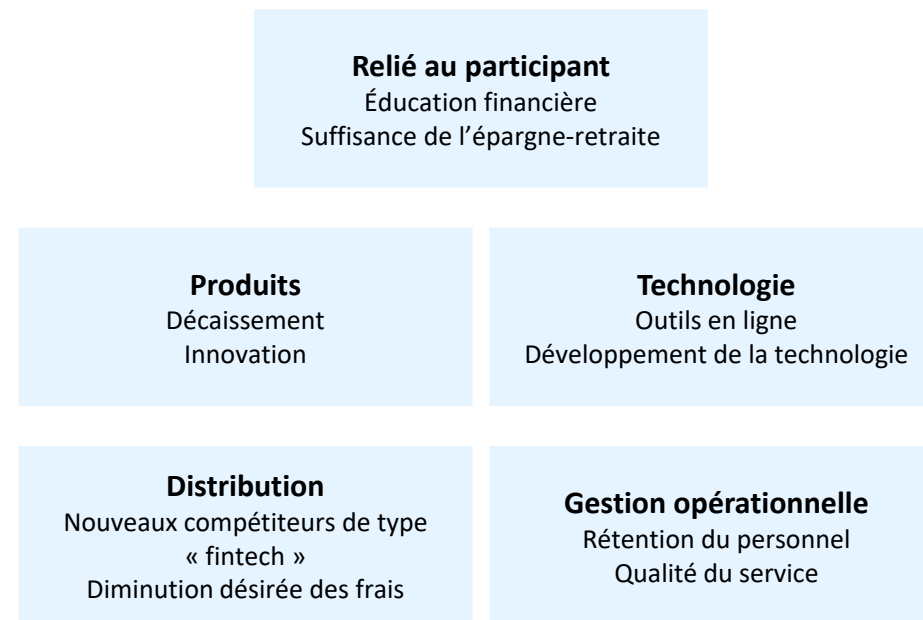


Les intermédiaires identifient l'éducation financière des participants et leur préparation à la retraite comme les plus grands défis à court terme

Type de défis pour le marché de l'épargne retraite collective (1 - 2 ans)
(% des répondants)



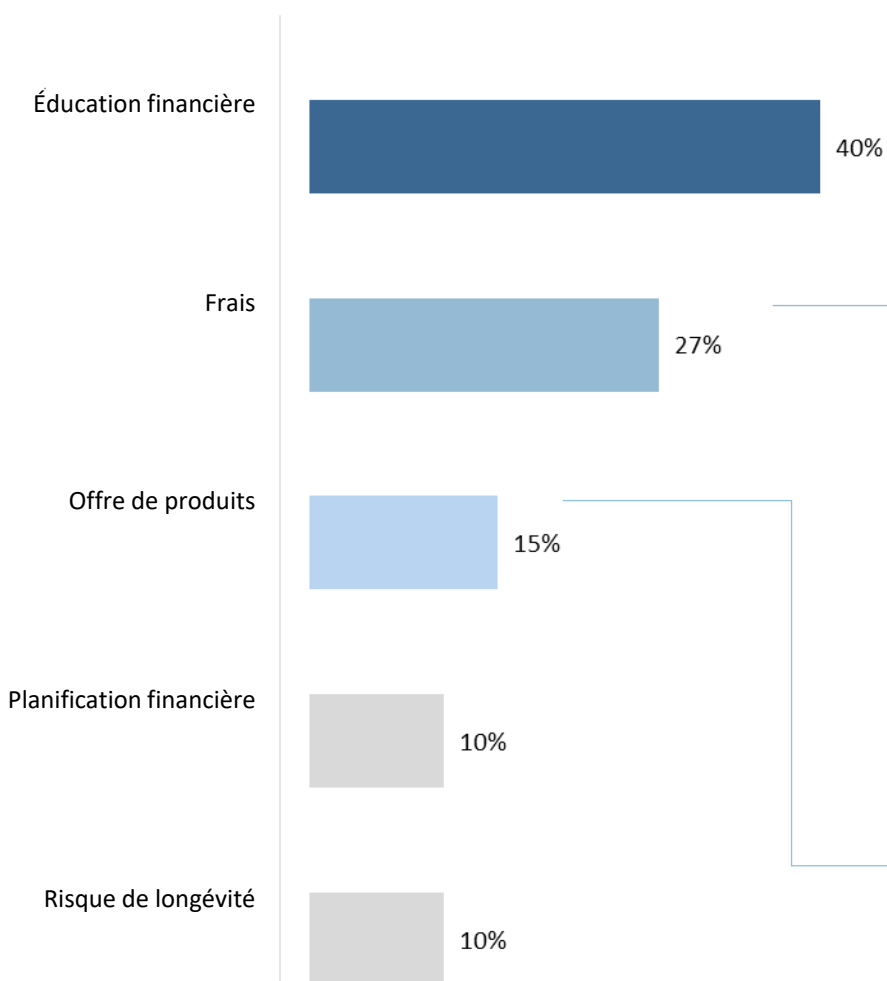
Sous-thèmes clés du défi



- ▶ Aider les participants à mieux comprendre leurs objectifs de retraite et le marché des investissements et veiller à ce qu'ils accumulent un capital de retraite suffisant sont les plus grands défis auxquels le marché est confronté
- ▶ Alors que de plus en plus de participants arrivent à l'âge de la retraite, il est nécessaire d'améliorer les produits, en particulier ceux reliés au décaissement
- ▶ Les préférences des plus jeunes participants et la concurrence des robots-conseillers exercent une pression à la baisse sur les frais
- ▶ Le roulement au sein de leur personnel et de celui des assureurs et la perte d'expertise que cela cause complique la tâche des intermédiaires de bien encadrer leurs clients

Dans le contexte du décaissement, les principaux défis sont le manque d'éducation financière des retraités, les frais élevés et à l'accès à l'expertise

Principaux défis concernant le décaissement
(% des commentaires recueillis)



Action souhaitée de la part des assureurs

« Ayez plus de support et d'éducation au sujet de la retraite et ce que cette transition signifie pour l'avenir du participant. Il y a un manque de ressources et d'outils pour aider les gens à comprendre s'ils sont prêts à prendre leur retraite. Trop d'accent est mis sur le côté financier et pas assez sur les aspects non-financiers. »
Courtier, Ouest

« S'assurer que tous ont accès aux véhicules de décaissement et éduquer correctement les participants. »
Courtier, Ontario

« Les assureurs doivent être plus impliqués avec les participants, pour leur donner un meilleur service et s'occuper de leur éducation financière. Ils ont besoin de fournir plus d'expertise. De notre côté, nous apportons la connaissance du participant. »
Courtier, Ontario

« Avec des taux d'intérêt plus élevés, il est de nouveau possible d'acheter des rentes. Il faut intégrer l'information sur les produits offerts à la planification financière. »
Conseillers, Québec

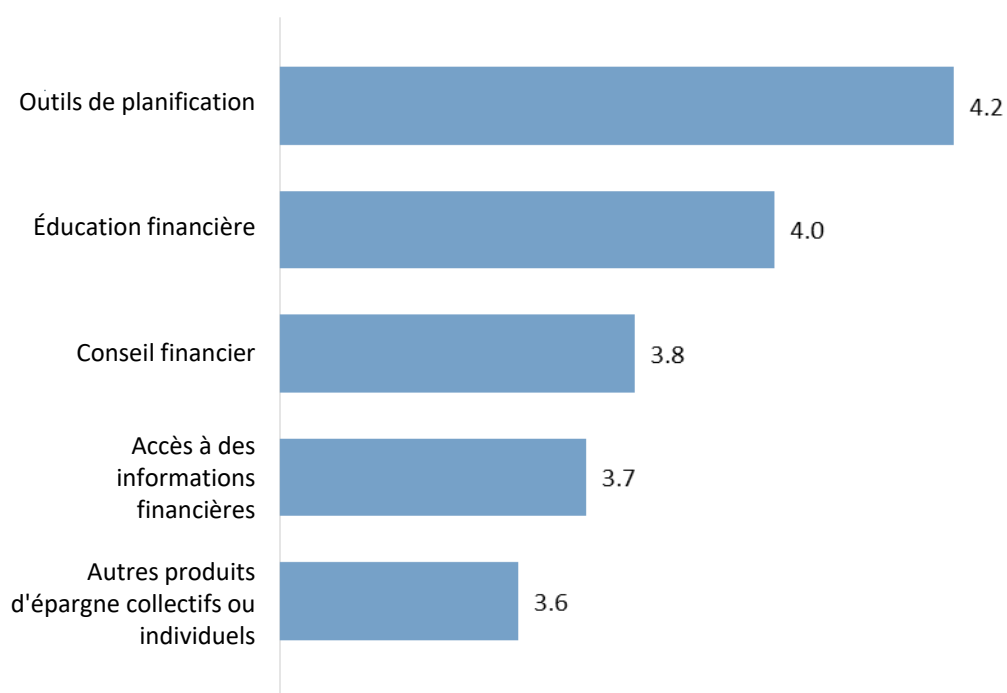
« Choisir parmi les produits de FRV, de FERR et de rentes est difficile et intimidant. En plus, les participants doivent décider avec peu de préparation. Les assureurs doivent faire preuve de créativité pour simplifier les transactions de conversion et de retrait. Et ajouter un FERR aux régimes collectifs, en particulier pour les grandes entreprises. »
Courtier, Ontario

- ▶ Les répondants soulèvent l'importance d'un matériel éducatif proactif et personnalisé pour les retraités afin de relever le défi de leur éducation financière.
- ▶ Au Canada, le marché du décaissement est encore en développement. Il y a un besoin de nouveaux produits et d'équipes de support dédiées.
- ▶ En planification financière, les offres manquent de personnalisation. Les besoins des retraités sont largement insatisfaits, ouvrant une opportunité aux intermédiaires de se différencier grâce à des solutions sur mesure

Plus de 60 % des participants désirent une offre complète de santé financière, incluant notamment des outils de planification et de l'éducation financière

Intérêt des participants pour les divers éléments d'une offre de santé financière

(Score moyen sur une échelle de 1 à 5)



Besoins spécifiques des participants

« Les outils de planification sont sous-utilisés. Ces outils doivent être plus conviviaux et interactifs. »

Courtier, Ontario

« Les clients sont généralement intéressés par une offre de santé financière, mais ne savent pas exactement ce qu'ils recherchent. De plus en plus de participants veulent des outils de planification financière plus holistiques pour budgétiser et gérer leur dette, par exemple. Si les assureurs développent une offre de santé financière qui aide les participants concrètement, nos clients pourraient être prêts à payer pour cela. »

Conseillers, Atlantique

« Les gens n'ont pas besoin qu'on leur dise quoi faire, mais ils ont besoin de conseils. »

Courtier, Ouest

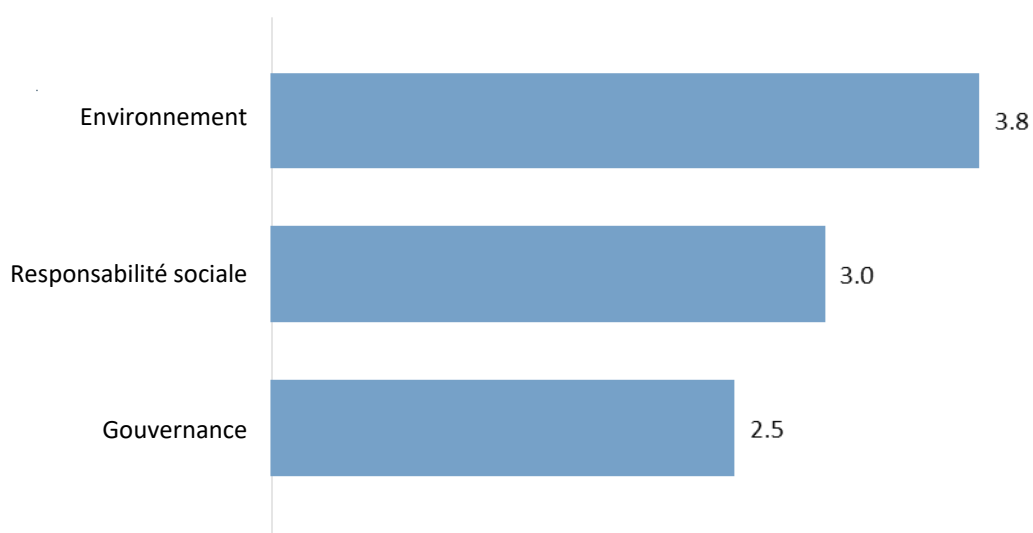
« Nous aimerions avoir accès à des outils pour aider à la littératie financière. »

Courtier, Atlantique

- Les « outils de planification », « l'éducation financière » et les « conseils financiers » sont les éléments les plus demandés en santé financière. Les intermédiaires estiment qu'il y a un manque d'outils de planification et d'éducation financière
- L'accès à des outils de planification interactifs peut aider les intermédiaires à mettre en valeur une offre de santé financière. L'éducation financière aide les clients à avoir une vision holistique de la santé financière
- Les clients ont besoin d'être guidés et conseillés pour mieux comprendre l'impact d'une offre de santé financière

L'ESG est un sujet important, mais encore en développement. Les clients accordent la plus grande importance aux aspects « environnementaux » et « responsabilité sociale » de l'ESG

Niveau d'importance pour chaque élément de l'ESG
(Classement moyen sur une échelle de 1 à 5)



Où en sont les clients avec l'ESG?

« Cela dépend des clients. Quelques-uns sont assez avancés sur le sujet alors que la majorité ne le sont pas. Le sujet des énergies fossiles et de la décarbonisation est le plus souvent mentionné. »

Courtier, Ouest

« Les grandes entreprises se préoccupent davantage de l'environnement et de la responsabilité sociale, tandis que les petites entreprises se fient sur leur courtier. Les gens ont du mal à comprendre l'élément de responsabilité sociale. Les discussions sont axés sur l'environnement maintenant, mais tous les éléments seront importants. »

Courtier, Ontario

« Les clients veulent en savoir plus sur le sujet, mais je ne sais pas s'ils sont prêts à agir. Peu ont une politique ESG proactive. Les clients ne comprennent pas les différentes approches en investissement ESG. »

Conseillers, Québec

« Les discussions sont d'ordre général - les clients sentent qu'ils doivent en parler mais ont besoin d'éducation. Très peu sont enclins à passer à l'action. »

Conseillers, Québec

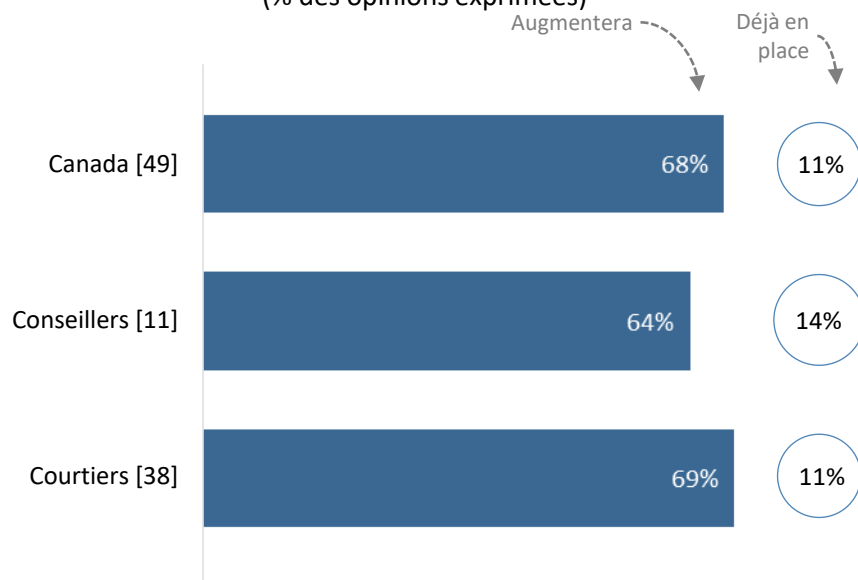
« Les clients considèrent que c'est important. Les salariés sont intéressés. Mais l'offre actuelle n'est pas encore assez développée. »

Courtier, Québec

- ▶ L'ESG reste un sujet important pour les clients, mais les discussions demeurent assez générales car la compréhension de l'ESG par les clients est assez faible
- ▶ Des facteurs tels que la tarification et le service l'emportent sur l'ESG lorsqu'il s'agit de faire un choix d'assureur. Cela pourrait changer avec l'évolution démographique de la main d'oeuvre
- ▶ Les répondants indiquent que l'accent mis sur l'ESG continuera d'augmenter à mesure que les clients acquièrent de meilleures connaissances, que les assureurs développent des meilleurs options et que le niveau de compréhension de l'ESG augmente

Le recours à l'adhésion automatique est faible partout au Canada; mais la majorité des intermédiaires pensent que cela changera au cours de la prochaine année

Perspectives sur l'adhésion automatique (% des opinions exprimées)



Commentaires sur les obstacles à l'adoption de l'adhésion automatique



Réglementation

« Les entreprises ne veulent pas changer leur contrat de travail pour mettre en place l'adhésion automatique, mais si la loi change, beaucoup d'entreprises l'adopteront, comme ça s'est fait aux États-Unis. »

Courtier, Ontario



Implication des preneurs de régime

« C'est un changement de paradigme. Pour utiliser l'adhésion automatique, les employeurs doivent modifier les contrats de travail, ce qui représente un gros effort. Il y a aussi l'aspect de la responsabilité - ils ne veulent pas être considérés comme responsables de la situation financière d'un employé. »

Courtier, Ouest



Capacités du fournisseur

« Les obstacles à l'adoption sont les assureurs qui doivent modifier leurs procédures d'administration et leurs systèmes et apprendre à faire les choses différemment. Ils doivent comprendre que cela leur facilitera la vie. »

Courtier, Ouest



Coût




« C'est un coût supplémentaire pour l'employeur (cotisation augmentée) car plus d'employés participeront au régime. »

Conseillers, Ontario

- Le recours à l'adhésion automatique est plus fréquent dans l'Ouest en raison des avancées législatives en Alberta, en Colombie-Britannique et au Manitoba
- Les répondants soulignent que le passage à l'adhésion automatique nécessitera des investissements de la part des employeurs et des assureurs
- Bien que les répondants croient que le recours à l'adhésion automatique augmentera, il faudra une impulsion législative pour que le Canada rattrape les États-Unis et le Royaume-Uni sur cet aspect

Les intermédiaires voient un potentiel de croissance pour les fournisseurs numériques dans certains marchés compte tenu de la facilité d'utilisation de leurs outils, de l'expérience numérique et des prix compétitifs

Types de régime les plus appropriés pour les fournisseurs numériques

-  Secteur de la technologie
-  Main d'œuvre plus jeune
-  Plus petits groupes

Principaux critères des clients des fournisseurs numériques

-  Facilité d'utilisation
-  Expérience numérique
-  Prix compétitifs

Lacunes principales des fournisseurs numériques

-  Contact et service en personne
-  Références
-  Décaissement

« Les petits employeurs qui n'ont pas une grosse équipe RH pour s'occuper des participants (moins de 20 à 30 participants). Les employés qui sont très familiers avec Internet et ont accès à des ordinateurs. »

Courtier, Ouest

« N'importe qui du secteur informatique. Même les cols blancs du secteur industriel. Mais pas les cols bleus – Ils préfèrent le papier et ne sont pas confortables avec une approche numérique. Les plus jeunes travailleurs, même s'il s'agit d'ouvriers moins qualifiés. »

Courtier, Ontario

« Assurez-vous que tout est facile à comprendre. Les gens aiment que ce soit simple et rapide. Commonwealth a pris cette approche. Il sera intéressant de voir comment Manuvie adaptera son processus d'adhésion électronique en réaction à son succès. »

Courtier, Ontario

« Des sites où l'adhésion, la cotisation et le transfert sont faciles. Une approche flexible. »

Courtier, Ouest

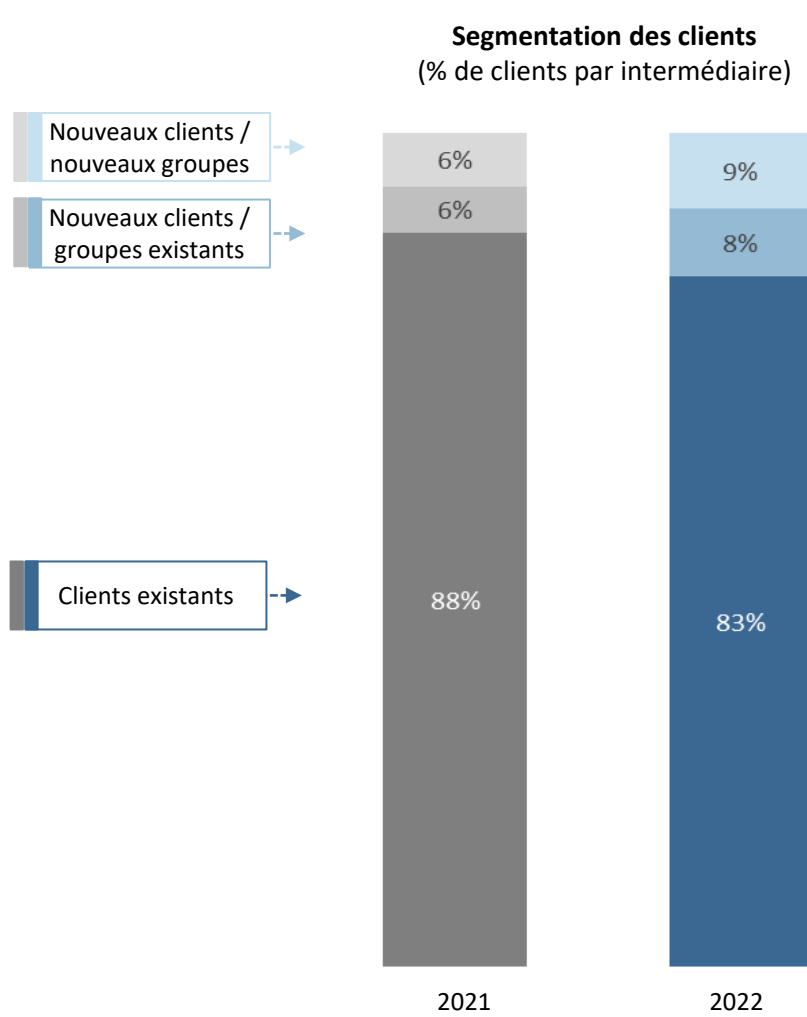
« À l'heure actuelle, la principale lacune est de ne pas avoir un nombre suffisant de conseillers ou de planificateurs. Les participants doivent donc se rabattre sur d'autres ressources (comme les blogs et autres contenus en ligne). En période post-pandémie, les gens veulent des interactions personnalisées. Les fournisseurs numériques n'ont pas l'équipe nationale pour gérer cela. »

Conseillers, Ontario

« L'aspect du décaissement est important pour moi et je voudrais en voir plus à ce sujet. Je voudrais savoir ce que ces fournisseurs font pour le décaissement. »

Courtier, Ouest

Les nouvelles affaires provenant de groupes existants et de nouveaux groupes ont augmenté pour les courtiers et les conseillers, particulièrement dans le marché des nouvelles entreprises et des PME



% du taux de changement de fournisseur au cours de la dernière année par type de client

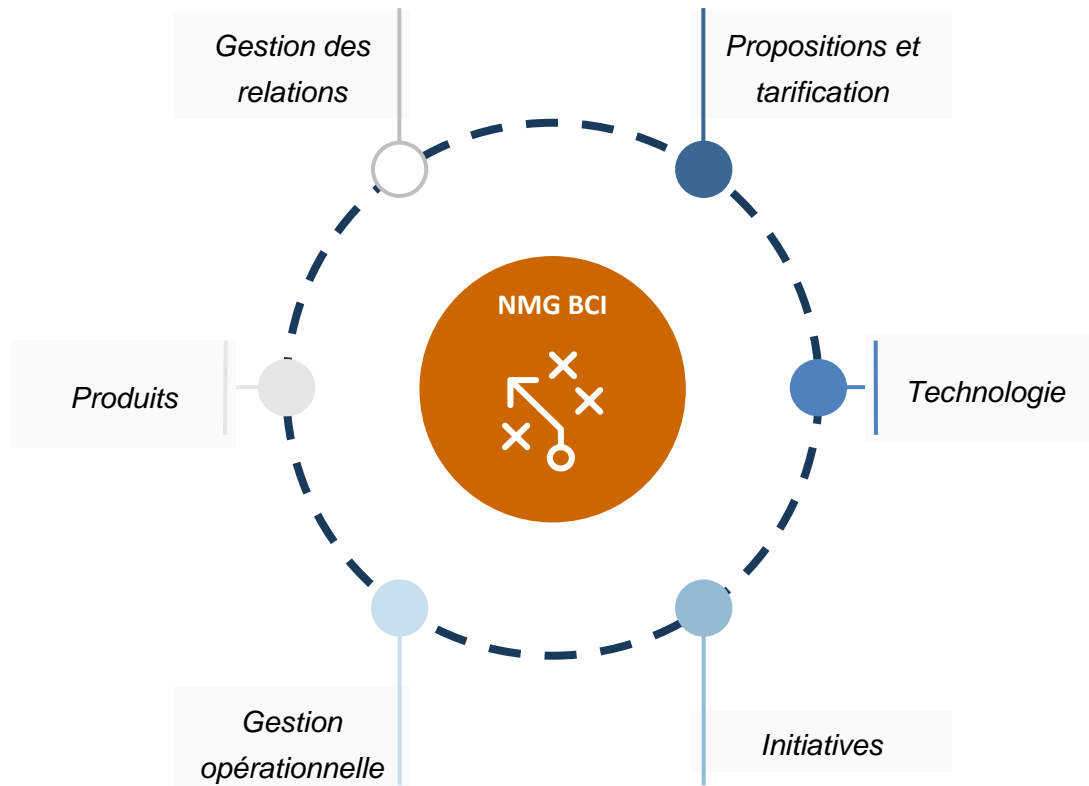
- « Nous attendons à ce que davantage de clients se rendent sur le marché alors que nous continuons d'entrer dans l'ère post-COVID. »
Courtier, Québec
- « Il y a beaucoup de nouvelles start-ups sur le marché, il y a donc eu plus de nouveaux clients (entreprises vierges) cette année. »
Courtier Ouest
- « Les clients qui ont changé de fournisseur faisaient partie des réseaux de technologie et de personnes. »
Courtier, Ouest
- « Il y a eu un appétit accru dans l'industrie pour les affaires vierges. »
Courtier, Ouest

- ▶ 83 % des clients sont des clients existants, contre 88 % l'année précédente. Ceci démontre une évolution dans l'industrie
- ▶ 9 % des nouveaux clients sont de nouveaux groupes, souvent provenant de nouvelles entreprises ou de PME qui ont décidé de mettre en place un nouveau régime d'épargne-retraite collective

Indice BCI

L'indice BCI (Business Capability Index) de NMG permet une analyse comparative entre les assureurs en mesurant la qualité perçue de tous les éléments importants de leur offre

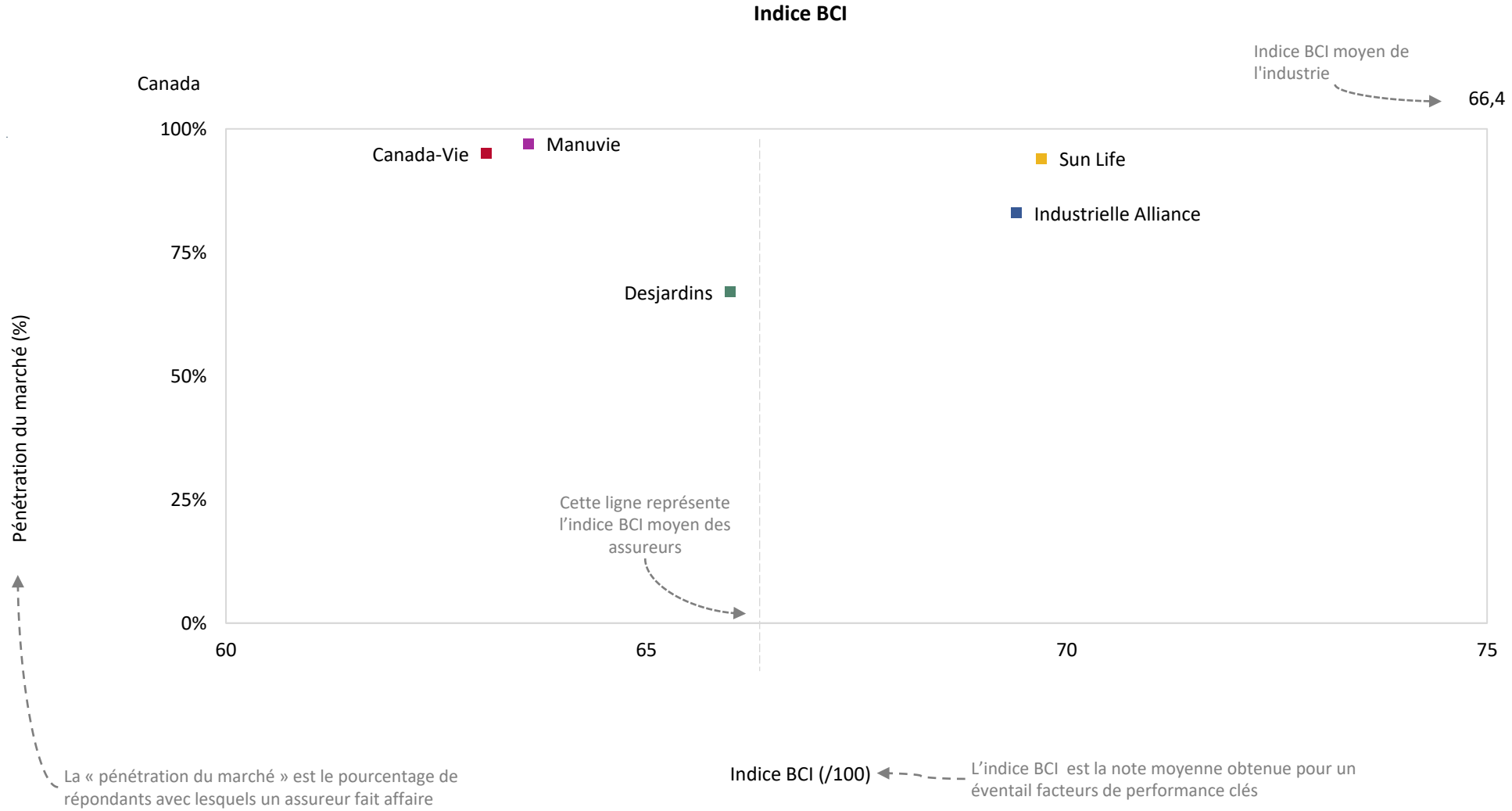
Composantes de l'indice BCI



Indice BCI

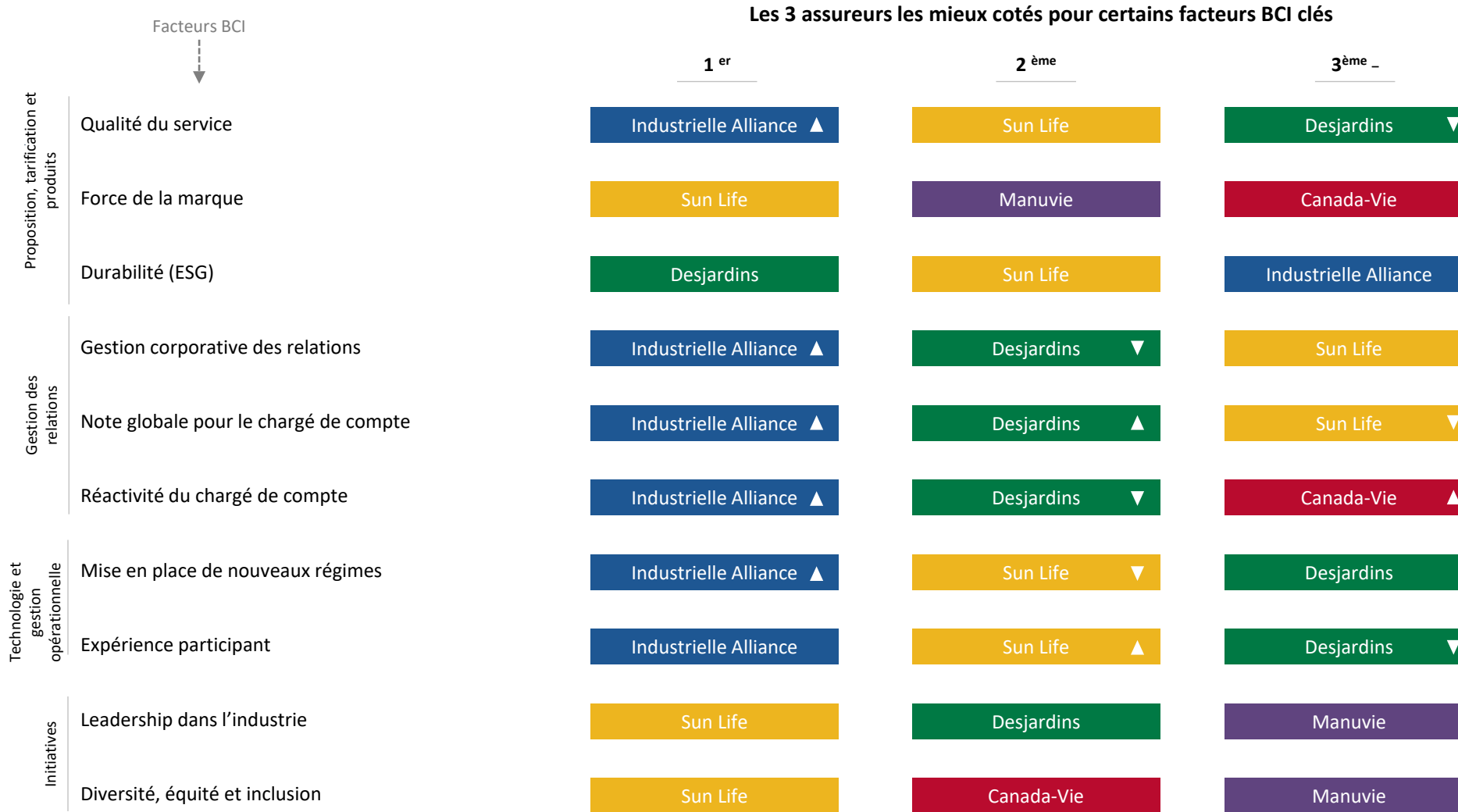
- L'indice BCI est la moyenne des notes données par l'ensemble des intermédiaires pour les **45 facteurs de performance clés** des assureurs. Il mesure la **qualité globale de l'offre des divers assureurs**.
- En évaluant quantitativement les offres qui sont faites aux intermédiaires par les assureurs, l'indice BCI permet d'identifier **quels assureurs sont susceptibles d'améliorer leur position dans le marché au cours des 12 à 24 prochains mois**.

La Sun Life demeure 1^{ère} dans le marché grâce à sa technologie. IA a comblé l'écart grâce à la qualité de sa gestion des relations et de sa gestion opérationnelle



- ▶ **La Sun Life est classée 1^{ère} pour l'indice BCI du marché de l'épargne-retraite collective au Canada** en raison de la qualité de ses outils en ligne et de son application mobile et de la bonne intégration de son offre d'assurance collective à celle de l'épargne-retraite collective
- ▶ **L'Industrielle Alliance** conserve sa deuxième place avec un indice en hausse, se démarquant dans la gestion des relations, la qualité de son équipe de chargés de comptes et par la qualité de sa gestion opérationnelle
- ▶ **Desjardins** demeure au 3^e rang, mais son indice est en baisse, particulièrement hors-Québec pour les sous-indices de technologie, offre de produits et gestion opérationnelle

Sun Life est encore la première marque en épargne-retraite collective, mais IA et Desjardins se distinguent pour plusieurs facteurs, notamment en gestion des relations



- ▶ Ce tableau montre les assureurs qui obtiennent les plus hautes notes pour certains facteurs clés. Investir dans ces facteurs est hautement corrélé avec le succès dans le marché
- ▶ Sun Life est en tête pour plusieurs facteurs, notamment l'image de marque, le leadership dans l'industrie et les initiatives en diversité
- ▶ L'Industrielle Alliance obtient les meilleures notes en gestion des relations et pour la mise en place des nouveaux régimes
- ▶ Desjardins obtient des notes élevées en gestion de relations et a amélioré sa note pour la qualité des chargés de compte
- ▶ Manuvie et Canada-Vie ont les deuxième et troisième meilleures marques, mais elles ne se distinguent pas dans les autres facteurs clés

Contactez-nous pour plus d'informations

À propos de NMG Consulting

NMG Consulting est une société de conseil multinationale spécialisée en assurance, réassurance, retraite/gestion du patrimoine et gestion d'actifs.

Nous avons une approche unique qui intègre le conseil, les études de marché et l'analytique.

Les services conseil de NMG sont fondés sur des données probantes provenant d'entretiens avec des experts, des clients et des intermédiaires reconnus du marché. Ces données nous servent à analyser les

tendances du secteur, le positionnement concurrentiel des fournisseurs et leurs différentes forces et faiblesses.

NMG a développé plusieurs études mondiales reconnues dans les secteurs de la réassurance de personnes, de la réassurance IARD et de la gestion d'actifs.

Nous effectuons aussi des études spécifiques dans le marché de l'assurance et de la gestion de patrimoine au Canada, soient l'étude sur l'assurance collective, celle sur l'épargne-retraite collective et celle sur l'assurance individuelle. Ces études sont faites sur une base annuelle.



Hamish Worsley

Associé

► Hamish.Worsley@NMG-Group.com



Sherry Niu

Conseillère principale

► Sherry.Niu@NMG-Group.com



Karan Sabharwal

Associé

► Karan.Sabharwal@NMG-Group.com



Andrew Carrique

Conseiller

► Andrew.Carrique@NMG-Group.com



Merci

Pour plus d'informations,
rendez-vous sur www.nmg-consulting.com



LONDRES · SINGAPOUR · SYDNEY · TORONTO · LE CAP · NEW YORK