

N | A | T | I | O | N | A | L

Partenaire sûr. Regard neuf.^{MC}

Soif de conseils financiers impartiaux

Par Ujwal Arkalgud

Au cours de la dernière année, des Canadiens engagés ont commencé à privilégier les comportements responsables dans les caractéristiques qu'ils souhaitent trouver chez les entreprises et les gouvernements. En analysant des discussions tenues sur reddit.com, notre recherche, fondée sur la méthodologie de la Consommation par conviction, a démontré que l'enjeu des comportements responsables a été soulevé dans 82 pour cent des conversations en 2014, une augmentation marquée comparée au 22 pour cent enregistré en 2013. Cette constatation a des répercussions sur bon nombre d'entreprises et de secteurs d'activité. Les Canadiens ont toujours accordé de l'importance aux comportements responsables, mais cette notion est en train de devenir l'élément principal utilisé pour évaluer les entreprises et les gouvernements. Cette constatation est importante, car nous savons que, de plus en plus, les consommateurs défendent, appuient et achètent les produits d'entreprises avec lesquelles ils ont l'impression de partager des croyances et des valeurs communes. C'est ce qui caractérise notre méthodologie, la Consommation par conviction.

Nous nous sommes particulièrement attardés à la manière dont les entreprises qui offrent des services financiers pourraient bénéficier d'une meilleure compréhension de la notion de comportements responsables et de la façon dont elles pourraient en tirer parti.

L'analyse des discussions consacrées aux finances personnelles nous a permis de dégager certaines conclusions. Par exemple, les Canadiens désirent ardemment être mieux informés et mieux conseillés en matière de finances personnelles. Ils se préoccupent de la gestion et de la réduction de leur endettement. Ils veulent également savoir comment s'y prendre pour obtenir de meilleurs rendements sur leurs investissements. Et ils appuient les institutions financières qui, à leur tour, appuient les entrepreneurs, parce que, ce faisant, elles favorisent l'innovation. Toutefois, nos compatriotes ne se tournent pas vers les institutions financières pour parfaire leurs connaissances dans le domaine financier ni pour obtenir des conseils. Ils préfèrent consulter leurs pairs et utiliser des applications mobiles, car ils ont l'impression que les conseils dispensés par les institutions financières canadiennes ne sont ni impartiaux ni objectifs.

Ce qui nous a le plus surpris?

Les Canadiens âgés de moins de 30 ans se sentent négligés par les institutions financières. Ils reconnaissent que la plupart d'entre elles leur offrent suffisamment de renseignements

N | A | T | I | O | N | A | L

Partenaire sûr. Regard neuf.^{MC}

ou de conseils, mais estiment que les conseils offerts par la plupart des institutions financières et par leurs conseillers ne sont pas assez personnalisés et manquent d'originalité. Par exemple, on se contente de leur suggérer d'acheter une propriété ou d'investir dans un CELI. Ce constat permet d'identifier une lacune – et par conséquent, une occasion d'affaires – dans les programmes de littératie financière offerts par nos institutions financières. Si une banque ou une compagnie d'assurance arrive à faire en sorte que les jeunes Canadiens se sentent valorisés et uniques, malgré le fait qu'ils disposent généralement de revenus moins élevés que leurs compatriotes plus âgés, elle aura saisi une belle occasion d'affaires.

On a également découvert que les publics plus jeunes veulent que les institutions financières leur proposent des investissements générant des rendements plus élevés, bien qu'ils soient conscients du niveau de risque généralement plus élevé associé à ce type de placements. Les médias nous présentent souvent les Canadiens comme un peuple relativement frileux quand vient le temps de prendre des risques; toutefois, l'exemple ci-dessus révèle une tendance émergente, non seulement pertinente pour les institutions financières, mais aussi très révélatrice du changement de mentalité qui s'opère chez les jeunes Canadiens.

À propos de notre méthodologie

Au cours du dernier trimestre de 2014, notre équipe s'est consacrée à analyser des milliers (20 000 pour être précis) de conversations réelles tenues par des Canadiens sur reddit.com, qui est une plateforme Internet populaire. Notre choix s'est arrêté sur reddit parce que c'est actuellement la tribune la plus influente sur Internet, qui est souvent à l'origine de nouvelles tendances, qu'il s'agisse de mèmes ou de mouvements sociaux ou politiques. En outre, reddit est très populaire auprès des Canadiens : en effet, on compte plus de 5,5 milliards de pages vues au Canada l'an dernier. Par ailleurs, plus de 7,4 millions de Canadiens consultent ce site Web au moins une fois par mois.

Nous avons utilisé notre méthodologie de recherche, la Consommation par conviction, pour analyser ce que pensent les redditeurs canadiens. En nous concentrant sur ce que les jeunes, les créateurs de tendances disent et font sur reddit, nous avons un aperçu des mouvements émergents. Notre méthodologie de la Consommation par conviction repose sur l'idée selon laquelle les gens ne se contentent plus d'acheter quelque chose.

Ils adhèrent à quelque chose. Cela signifie que les gouvernements, les entreprises et les marques doivent s'acquitter d'un fardeau plus lourd : ils doivent non seulement mieux se

N | A | T | I | O | N | A | L

Partenaire sûr. Regard neuf.^{MC}

comprendre eux-mêmes et parler de plus que leurs produits ou services, mais ils doivent aussi mieux comprendre les valeurs de leurs publics.

Conclusion

La bonne nouvelle pour les entreprises est que les Canadiens croient qu'il est équitable pour celles-ci de réaliser des bénéfices et d'avoir du succès. Ils veulent simplement s'assurer que les personnes en position de pouvoir ont des comportements responsables et qu'elles n'exploitent pas leur situation dans leur intérêt personnel. Les entreprises doivent par conséquent faire preuve de transparence à cet égard. Pour ce qui est des institutions financières, nos conclusions laissent entrevoir des occasions d'affaires intéressantes à saisir dans le domaine des finances personnelles, plus particulièrement dans le segment des jeunes Canadiens. Comme tout investisseur averti le sait, plus on commence tôt à investir, meilleurs sont les rendements à long terme. Enfin, dans l'industrie financière, on reconnaît la valeur associée à un client de longue date; la capacité de fidéliser les clients dès leur jeune âge est un gage de succès à long terme.

Cliquez ici pour obtenir de plus amples renseignements sur **Regard neuf 2015**.