

CLIENTS MILLÉNAIRES

UNE GÉNÉRATION À COMPRENDRE

JEAN-FRANÇOIS VENNE



Les conseillers servent de plus en plus de représentants de la génération du millénaire. Ceux-ci ont des attitudes, des goûts et des besoins différents par rapport aux générations précédentes. Apprendre à bien les connaître aide à mieux les accompagner.



SABRINA DELLA FAZIA

Les millénariaux, ou Y, sont nés entre 1982 et 2004¹. Ils ont donc aujourd'hui entre 16 et 38 ans. Ils ont grandi dans un contexte qui a façonné leur mentalité et défini les possibilités qui s'offrent à eux. On peut penser à l'omniprésence des nouvelles technologies, bien sûr, mais aussi à la montée du prix des propriétés ou encore à l'inflation modeste et aux faibles taux d'intérêt.

La maison de sondage CROP scrute les valeurs et les opinions des Québécois depuis longtemps. Ces analyses aident à identifier certains traits caractéristiques des millénariaux. Son président, Alain Giguère, distingue deux catégories de tendance. La première se rapporte purement à leur jeunesse. « Ils débordent de vitalité, veulent s'amuser et se tailler une place dans la société et au travail, mais cela n'est pas très différent des anciennes générations au même âge », illustre-t-il.

D'autres penchants découlent de leur appartenance à cette génération. M. Giguère note par exemple une grande préoccupation de ces jeunes quant à leur avenir financier. « La sécurité d'emploi est bien moins présente que pour les baby-boomers, le prix des maisons est plus élevé et les généreux fonds de pension se raréfient ; tout cela crée un sentiment d'insécurité », précise le sondeur.

Il avance par ailleurs que les Y vivent une tension entre leur volonté de mettre de l'argent de côté et un attrait parfois immodéré pour la consommation.

« Dans les sondages, ils disent vouloir épargner, mais cela ne se traduit pas nécessairement en actes », soutient M. Giguère.

CROULER SOUS LES INFORMATIONS

Comment ces tendances se transposent-elles dans leur rapport à l'investissement ? En 2019, Laurent Emond a rédigé un mémoire de maîtrise en économie à l'Université de Sherbrooke (UdeS) sur les biais comportementaux des millénariaux². Il a fait passer un sondage de 150 questions à 166 étudiants et étudiantes en finances, économie et comptabilité de l'UdeS. Bien sûr, ces jeunes s'intéressent plus que la moyenne aux questions financières, mais le résultat reste pertinent.

Son étude démontre que les médias sociaux exercent une grande influence sur leurs processus d'investissement. « Ils alimentent la peur de rater une bonne occasion et favorisent un comportement grégaire et des mouvements de troupeau », estime celui qui est aujourd'hui analyste-conseiller en gestion de risque chez Desjardins.

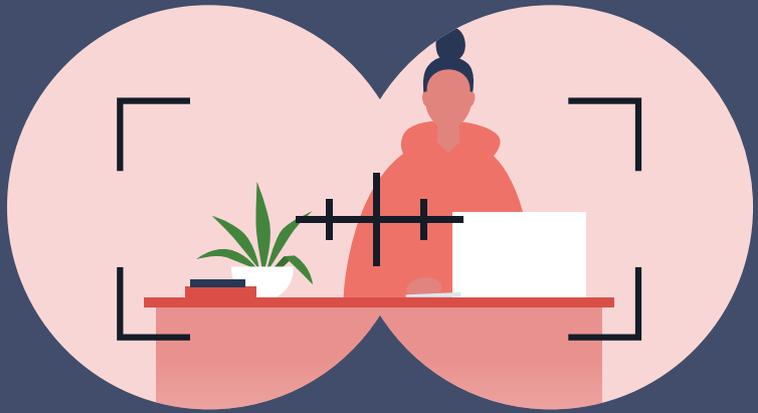
1. Ces deux termes désignent une seule et même génération. Les dates et les définitions varient beaucoup en fonction de diverses théories. Nous avons opté pour celle de William Strauss et Neil Howe, les deux chercheurs américains qui ont inventé le terme *millennial* et qui est aussi la définition la plus large.



ALAIN GIGUÈRE



« Ils vivent beaucoup dans l'ici et maintenant et oublie de garder une certaine quantité de liquidités à portée de main pour se protéger en cas de problème. »
— Audrée de Champlain



Il ajoute que ces investisseurs ont accès à un niveau inégalé de renseignements financiers, sans toujours être bien armés pour les comprendre et les interpréter correctement. Cette abondance d'information attise leur envie d'autonomie, ce qui augmente leur attrait pour des options comme les conseillers-robots ou les courtiers en ligne. « Pourtant, ces jeunes veulent aussi du conseil, note M. Emond. Mais ils n'aiment pas payer de frais élevés et ils recherchent des professionnels qui utilisent bien les nouvelles technologies. »

Beaucoup de millénariaux ont commencé à investir après la crise de 2008. Avant mars 2020, ils avaient donc connu plus de dix ans de marché haussier. « Cela en amène plusieurs à surestimer leur tolérance au risque et leurs compétences comme investisseurs », affirme M. Emond³.

APPÉTIT TECHNOLOGIQUE

Le rapport aux nouvelles technologies constitue certainement l'élément le plus distinctif des Y. Les plus jeunes d'entre eux sont nés dans un monde où l'Internet régnait déjà en maître et ont grandi avec les médias sociaux (Facebook a été fondé en 2004) et les téléphones intelligents. « On voit une nette progression, de génération en génération, du désir d'employer des outils financiers numériques », reconnaît Sabrina Della Fazio, directrice générale régionale, investissement numérique à la Banque de Montréal.

Elle cite une étude très récente de Vanguard⁴ qui révèle que plus de la moitié des millénariaux américains envisagent d'utiliser un conseiller-robot, contre 36 % des X et 24 % des baby-boomers⁵. Une étude de BMO⁶ publiée en mars 2019 montrait pour sa part que 86 % des Y canadiens se servaient de la technologie pour gérer leur épargne et leurs placements et 59 % souhaitaient automatiser encore plus d'aspects de leur vie financière. C'est donc sans surprise que l'on constate qu'environ 80 % des clients du conseiller-robot Wealthsimple ont moins de 45 ans et que 40 % en sont à leurs premiers investissements⁷.



**1 940 086 PERSONNES
SONT NÉES AU QUÉBEC
ENTRE 1982 ET 2004.**

Source : Institut de la statistique du Québec



**AU TOTAL,
LE QUÉBEC COMPTAIT
2 320 574 MILLÉNARIAUX
EN JUILLET 2017*.**

* Ce chiffre comprend les personnes nées au Québec et les immigrés.
Source : Institut de la statistique du Québec

Pour répondre à cet appétit technologique, BMO a diversifié ses plateformes. Elle offre le conseiller-robot Portefeuille futé, la plateforme de négociation numérique Ligne d'action et la plateforme de placement en ligne ConseilDirect, qui combine les placements autogérés et les conseils personnalisés. « D'année en année, on enregistre une augmentation de 90 % des nouveaux comptes ouverts par des millénariaux dans ces services, indique M^{me} Della Fazio. L'an dernier, ils représentaient 28 % de l'ensemble des comptes et cette année, c'est 38 %. »

Elle constate que les jeunes veulent gérer eux-mêmes leurs placements, mais valorisent aussi le conseil, à condition qu'il ne coûte pas cher. « Nous devons donc leur offrir des accès au conseil dans des termes qui leur conviennent, et cela passe par l'innovation », juge-t-elle.

L'INFLUENCE DES MÉDIAS SOCIAUX

Lui-même âgé de trente ans, le planificateur financier Frédéric Thériault, de SFL Gestion

de patrimoine, soutient que l'éducation financière représente une grande partie de son travail auprès de cette génération. « Les Y ne connaissent pas bien les produits et outils financiers et cherchent d'abord à comprendre comment tout cela fonctionne », raconte-t-il.

2. EMOND, Laurent. *Les biais comportementaux influençant les décisions d'investissement des millénariaux au Québec*, Université de Sherbrooke, 2019, 64 p.
3. Ses conclusions reflètent en bonne partie celle d'une étude coréalisée en 2018 par CFA Institute auprès de millénariaux canadiens : « Uncertain Futures: 7 Myths about Millennials and Investing ».
4. VANGUARD. « Generational views on financial advice, investment and retirement », 2020.
5. Le sondage a été réalisé auprès de 1 568 Américains de 18-64 ans, dont 885 millénariaux. L'étude définit toutefois ceux-ci comme étant nés entre 1981 et 1996.
6. BMO. « Selon une étude de BMO sur l'investissement en ligne, la connaissance et l'utilisation des services d'investissement numériques continuent de croître au Canada », communiqué de presse, 6 mars 2019.
7. SATOV, Tamar et HANNAM, Lisa. « Wealthsimple review 2020 », *MoneySense*, 17 septembre 2020.



« Le beau-frère qui donne des conseils d'investissement pas toujours judicieux, c'est maintenant Google ou Facebook. » — Frédéric Thériault

Les questions des millénariaux suivent aussi de très près l'actualité et les médias sociaux. En 2017, beaucoup d'entre eux l'interpellaient au sujet du bitcoin, dont la valeur était passée d'environ 1 000 \$ US à 15 000 \$ US en un an. Puis, quand le cours du bitcoin a chuté, plus personne ne lui en parlait. Le même phénomène s'est produit avec les producteurs de cannabis. Pendant quelques mois, plusieurs jeunes clients voulaient investir dans Canopy Growth, dont le prix en Bourse avait explosé de 93 % entre 2018 et 2019.

« Le beau-frère qui donne des conseils d'investissement pas toujours judicieux, c'est maintenant Google ou Facebook, illustre M. Thériault. Les millénariaux disposent d'un tas d'informations, mais pas des connaissances nécessaires pour les interpréter et les utiliser d'une manière qui convient à leur profil. Je dois donc souvent réfréner l'enthousiasme ou défaire des mythes. » Il revient régulièrement avec eux sur l'importance d'établir un plan solide et de s'y tenir plutôt que de se laisser emporter par les engouements passagers.

Autre trait caractéristique, les Y aiment consommer, quitte à s'endetter. En 2016, leur ratio d'endettement après impôt s'élevait à 216 %, contre 125 % pour les X au même âge, selon un article de Statistique Canada⁸. Cela tient en partie à l'immobilier. « Les maisons coûtent cher, mais les taux d'intérêt restent très bas et

cela peut en amener plusieurs à contracter un prêt hypothécaire un peu trop lourd », affirme M. Thériault. Cela rogne leur capacité d'épargne. L'épargne-retraite est pourtant cruciale pour eux, puisque la plupart ne disposent pas de fonds de pension ou en possèdent un à cotisations déterminées.

MANQUE DE PRÉVOYANCE

Audrée de Champlain, conseillère en sécurité financière et représentante en épargne collective à NDC Services Financiers, explique que ses jeunes clients sont pour la plupart des professionnels qui ont amplement les moyens d'épargner. Pourtant, ils partagent le même angle mort : le fonds d'urgence. « Ils vivent beaucoup dans l'ici et maintenant et oublient de garder une certaine quantité de liquidités à portée de main pour se protéger en cas de problème, admet Audrée de Champlain. La pandémie leur servira peut-être de leçon en ce sens. »

Tant M. Thériault que M^{me} de Champlain font remarquer la difficulté d'évaluer correctement la tolérance au risque de ces investisseurs qui n'ont connu qu'un marché haussier. Frédéric Thériault a utilisé les baisses du marché en 2018 pour revoir le profil de risque de ses jeunes clients. Cette année-là, le S&P/TSX avait reculé de 12 % et le S&P 500 de 6,2%. « C'était la première fois que nombre d'entre eux affrontaient de telles baisses et certains ont moins bien supporté cela qu'ils l'auraient cru », observe-t-il.

Audrée de Champlain propose d'emblée à ses jeunes clients d'acheter d'abord des produits financiers équilibrés, même si certains ont envie d'opter pour des instruments axés sur une forte croissance, mais plus risqués. Elle attend de voir leur réaction lorsque le marché encaisse une baisse, puis elle se réajuste.

Elle relève par ailleurs que malgré leur réputation d'écolos, les Y ne lui parlent pas tant que ça d'investissement ESG. C'est plutôt le rendement qui les interpelle. « Ils sont aussi très portés à investir dans des régimes enregistrés d'épargne-études dès qu'ils ont des enfants ; ils comprennent très bien l'avantage des subventions qui l'accompagnent », ajoute-t-elle.

La conseillère passe beaucoup de temps à les convaincre de l'importance de commencer à épargner tôt pour la retraite. À cet âge, ils ont d'autres priorités, notamment l'achat d'une maison. La retraite, ça leur semble loin. « C'est mon rôle de leur montrer des projections qui illustrent la différence que ça fait de débiter tôt, même modestement, rappelle-t-elle. Lorsqu'ils voient les chiffres, la plupart en comprennent l'intérêt. » ◀

8. STATISTIQUE CANADA. « Bien-être économique des générations de jeunes Canadiens : les millénariaux sont-ils en meilleure ou en moins bonne situation que les autres ? », série Aperçus économiques, avril 2019.



ALLER PLUS LOIN

EMOND, Laurent. Les biais comportementaux influençant les décisions d'investissement des millénariaux au Québec, Université de Sherbrooke, 2019, 64 p.
savoirs.usherbrooke.ca > école de gestion > école de gestion-mémoire

STATISTIQUE CANADA. « Bien-être économique des générations de jeunes Canadiens : les millénariaux sont-ils en meilleure ou en moins bonne situation que les autres ? », série Aperçus économiques, avril 2019.
www.statcan.gc.ca > analyses > revues et périodiques > aperçus économiques

CNBC. « Young investors are going digital. Financial advisors need to adapt with them », octobre 2020.
www.cnbc.com > investing > financial advisors > FA Playbook