

“opinionway pour *aéma*
G R O U P E

Baromètre 2025 de la protection *4^{ème} vague*

Rapport complet d'analyse - Janvier 2025



ESOMAR²⁵
Corporate



©Photo by Drazen Zigic on freepik



Les objectifs de l'étude

Ils se structurent autour des **grands axes** suivants :

1. **Évaluer précisément le rapport des Français aux risques**, qu'ils soient individuels ou collectifs (tels que les canicules, inondations ou épidémies), y compris technologiques.
2. **Identifier les acteurs clés** impliqués dans les écosystèmes protecteurs selon la vision française.
3. **Analyser l'image de l'assureur**, centrée sur la confiance et la prévenance dans le contexte socio-économique actuel.
4. **Clarifier les attentes des assurés vis-à-vis des assureurs**, en matière de service et d'accompagnement
5. **Structurer précisément ce qui distingue assureurs mutualistes non lucratifs et compagnies d'assurances** à but lucratif, en mettant en lumière leurs valeurs distinctes.
6. **Générer des idées prospectives pour envisager le futur de la protection dans différents domaines vitaux** - tels que la mobilité, le logement, les soins médicaux ou encore l'épargne - **mais aussi embrasser les nouvelles solidarités découlant des engagements sociétaux renouvelés.**





La méthodologie



“ Rappel du dispositif

Une démarche globale, reposant sur des approches itératives et complémentaires, mêlant prospective et marketing



0

LANCEMENT DE L'ÉTUDE



RÉUNION DE CADRAGE
AVEC LES ÉQUIPES
PROJET
ET OW

PRÉPARATION
VOLET PROSPECTIF
= CONSTITUTION
DU PANEL D'EXPERTS
composé

1

APPORT PROSPECTIF



VOLET PROSPECTIF VIA ENTRETIENS D'EXPERTS

3 entretiens en visio
auprès des Experts sur les
innovations, changements
réglementaires, évolution
des risques, attentes des
consommateurs en matière
de risques, prévention,
protection, ... Discussion
étayée de quelques
données chiffrées
Durée 1h

Analyse rapport ppt et
détection des insights et
thématiques à traiter

Sélection par le Comité

Novembre 2024

2

MESURE BAROMÉTRIQUE ANNUELLE



EVALUATION DU RAPPORT A LA PROTECTON

ETUDE QUANTITATIVE EN LIGNE

Conduite auprès d'un échantillon
représentatif de 3 000 Français de
18 ans et + dans le cadre d'un
questionnaire de 20 minutes

- Evaluer et comprendre le rapport des Français aux risques et à la protection
- identifier les parties prenantes en creusant notamment le rôle de l'assureur
- Dégager de nouvelles pistes pour l'assurance de la protection.

Rapport d'analyse quanti nourri des
insights quali issus des entretiens
Experts

Terrain : Du 4 au 16
décembre 2024

“ La méthodologie du volet quantitatif



Echantillon de **3002 personnes, représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**

Vous trouverez dans cette présentation certains résultats du précédent observatoire. Ce précédent observatoire a été réalisé du 15 novembre au 23 novembre 2023 auprès d'un échantillon de 3007 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La méthodologie utilisée étant identique entre 2023 et 2024, les résultats sont donc comparables.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 4 au 16 décembre 2024**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Questionnaire



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour AEMA GROUPE »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Détail CSP et REGIONS

CSP

CSP		
Agriculteur, art/com, Chef d'entreprise	CSP A	Agriculteur exploitant Artisan Commerçant et assimilé Chef d'entreprise de 10 salariés et plus
Cadre sup. et Professions libérales		Professions libérales Cadre de la fonction publique Professeur, profession scientifique Profession de l'information, des arts et des spectacles Cadre administratif et commercial d'entreprise Ingénieur et cadre technique d'entreprise
Encadrement et technicien		Instituteur et assimilé Encadrement de la santé et du travail social Clergé, religieux Encadrement administratif de la fonction publique Encadrement administratif et commercial des entreprises Technicien Contremaître, agent de maîtrise
Employés		Employé civil et agent de service de la fonction publique Policier et militaire Employé administratif d'entreprise Employé de commerce Personnel des services directs aux particuliers
Ouvriers	CSP C	Ouvrier qualifié Chauffeur Ouvrier non qualifié, spécialisé Ouvrier agricole
Retraités		Ancien Agriculteur Ancien Profession indépendante Ancien Cadre supérieur Ancien Encadrement et Technicien Ancien Employé Ancien Ouvrier
Sans activité professionnelle	INACTIFS	Chômeur n'ayant jamais travaillé Militaire du contingent Elève, étudiant Personne sans activité professionnelle, femme au foyer

REGIONS

Code Département	Nom Département	UDA 5
9	Ariège	Sud Ouest
12	Aveyron	
19	Corrèze	
23	Creuse	
24	Dordogne	
31	Haute-Garonne	
32	Gers	
33	Gironde	
40	Landes	
46	Lot	
47	Lot-et-Garonne	
64	Pyrénées-Atlantiques	
65	Hautes-Pyrénées	
81	Tarn	
82	Tarn-et-Garonne	
87	Haute-Vienne	
1	Ain	Sud Est
3	Allier	
4	Alpes-de-Haute-Provence	
5	Hautes-Alpes	
6	Alpes-Maritimes	
7	Ardèche	
11	Aude	
13	Bouches-du-Rhône	
15	Cantal	
26	Drôme	
30	Gard	
34	Hérault	
38	Isère	
42	Loire	
43	Haute-Loire	
48	Lozère	
63	Puy-de-Dôme	
66	Pyrénées-Orientales	
69	Rhône	
73	Savoie	
74	Haute-Savoie	
83	Var	
84	Vaucluse	
2A	Corse-du-Sud	
2B	Haute-Corse	

Code Département	Nom Département	UDA 5
75	Paris	Ile de France
77	Seine-et-Marne	
78	Yvelines	
91	Essonne	
92	Hauts-de-Seine	
93	Seine-St-Denis	
94	Val-de-Marne	
95	Val-D'Oise	Nord Ouest
14	Calvados	
16	Charente	
17	Charente-Maritime	
18	Cher	
22	Côtes d'Armor	
27	Eure	
28	Eure-et-Loir	
29	Finistère	
35	Ille-et-Vilaine	
36	Indre	
37	Indre-et-Loire	
41	Loir-et-Cher	
44	Loire-Atlantique	
45	Loiret	
49	Maine-et-Loire	
50	Manche	
53	Mayenne	
56	Morbihan	
61	Orne	
72	Sarthe	
76	Seine-Maritime	
79	Deux-Sèvres	
85	Vendée	
86	Vienne	
2	Aisne	
8	Ardennes	
10	Aube	
21	Côte-d'Or	
25	Doubs	
39	Jura	
51	Marne	
52	Haute-Marne	
54	Meurthe-et-Moselle	
55	Meuse	
57	Moselle	
58	Nièvre	
59	Nord	
60	Oise	
62	Pas-de-Calais	
67	Bas-Rhin	
68	Haut-Rhin	
70	Haute-Saône	
71	Saône-et-Loire	
80	Somme	
88	Vosges	
89	Yonne	
90	Terr. de Belfort	



Les résultats





01

Toujours préoccupés par la situation économique, sociale et géopolitique, les Français sont fortement en attente de protection.



LES SUJETS JUGÉS LES PLUS PRÉOCCUPANTS POUR LA SOCIÉTÉ 1/2

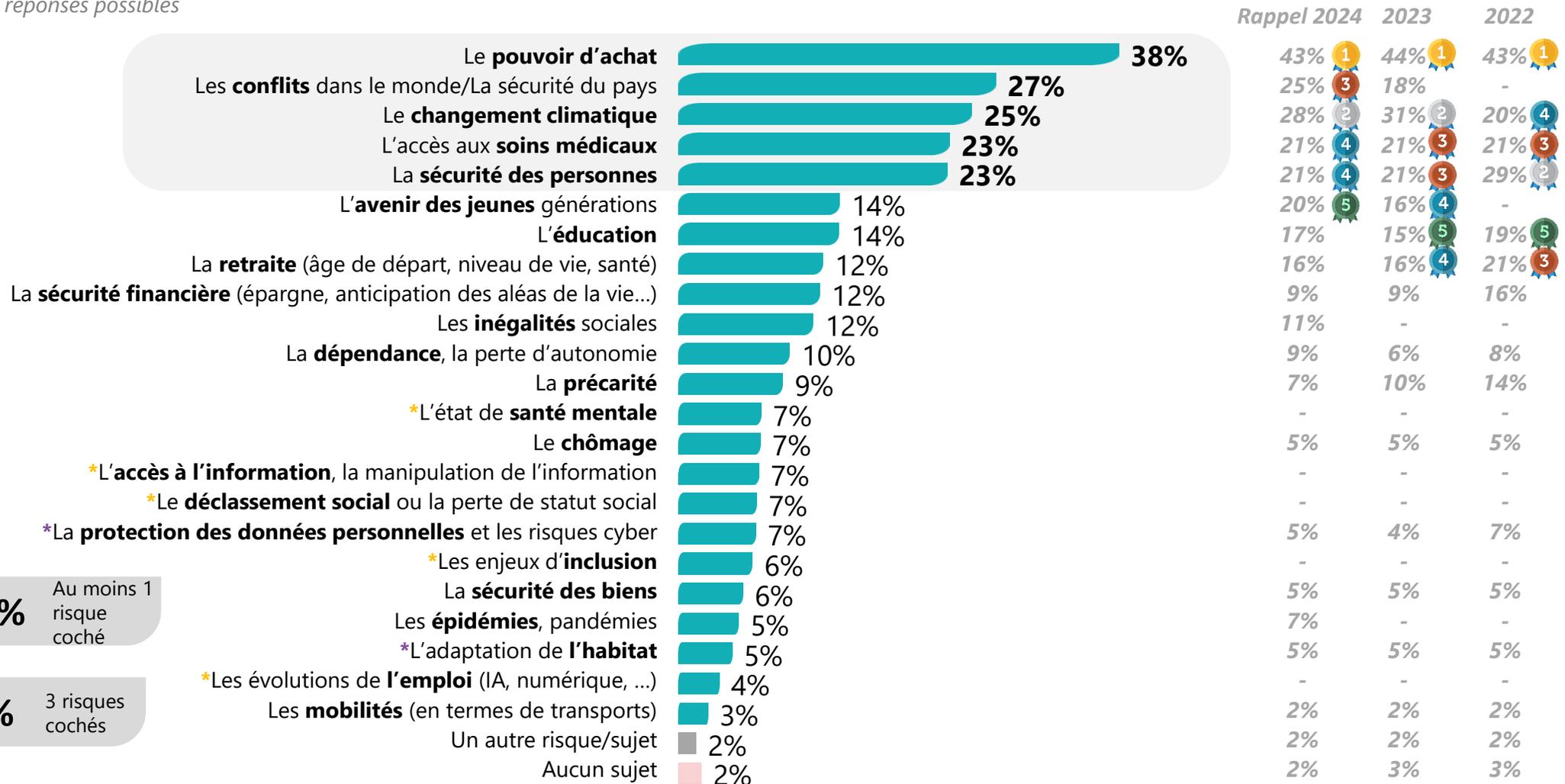


Dans un contexte économique, social et géopolitique instable, le pouvoir d'achat reste le sujet le plus préoccupant, suivi de la sécurité (pour son pays et pour soi), du changement climatique et de l'accès aux soins.

Q1. Pour commencer, parmi la liste de sujets suivants, quels sont ceux qui vous préoccupent particulièrement pour la société ?
3 réponses possibles

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

Nombre moyen de risques cochés : 2,9



96% Au moins 1 risque coché

90% 3 risques cochés



LES SUJETS JUGÉS LES PLUS PRÉOCCUPANTS POUR LA SOCIÉTÉ 2/2

Des thématiques encore plus préoccupantes aux yeux des seniors et des habitants en zone rurale. Ces derniers étant notamment plus sensibles à la question de l'accès aux soins.



Q1. Pour commencer, parmi la liste de sujets suivants, quels sont ceux qui vous préoccupent particulièrement pour la société ?

3 réponses possibles

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

ZOOM SUR LE TOP 5 des préoccupations des Français pour la société

Le **pouvoir d'achat**



En particulier auprès...

- Des femmes : **41%**
- Habitants du Nord-Est : **43%**
- Habitants commune rurale : **45%**
- CSPC : **44%**
- Ayant un revenu entre 24 000€ et 42 000 € : **42%**

Moins marqué auprès...

- Des – de 35 ans : **32%**
- Notamment des 18-24 ans : **29%**
- Habitants d'IDF : **31%**

Les **conflits** dans le monde/
La sécurité du pays



En particulier auprès...

- Des 65 ans et + : **37%**
- Inactifs retraités : **38%**
- Ayant un revenu de plus de 42 000€ : **32%**
- Ayant aucun Enfants : **31%**

Moins marqué auprès...

- Des – de 35 ans : **19%**
- Notamment des 25-34 ans : **18%**
- CSPC : **22%**

Le **changement climatique**



En particulier auprès...

- Habitants du Sud Ouest : **31%**

Moins marqué auprès...

- Des – de 35 ans : **21%**
- Des 25-34 ans : **19%**

L'accès aux **soins médicaux**



En particulier auprès...

- Des 65 ans et + : **28%**
- Habitants commune rurale : **28%**
- Des Inactifs retraités : **30%**

Moins marqué auprès...

- Des – de 35 ans : **15%**
- Notamment des 18-24 ans : **10%**
- Habitants d'IDF : **19%**
- Au moins un enfant de moins de 18 ans : **19%**

La **sécurité des personnes**



En particulier auprès...

- Des 65 ans et + : **29%**
- Des inactifs retraités : **27%**

Moins marqué auprès...

- Des – de 35 ans : **17%**

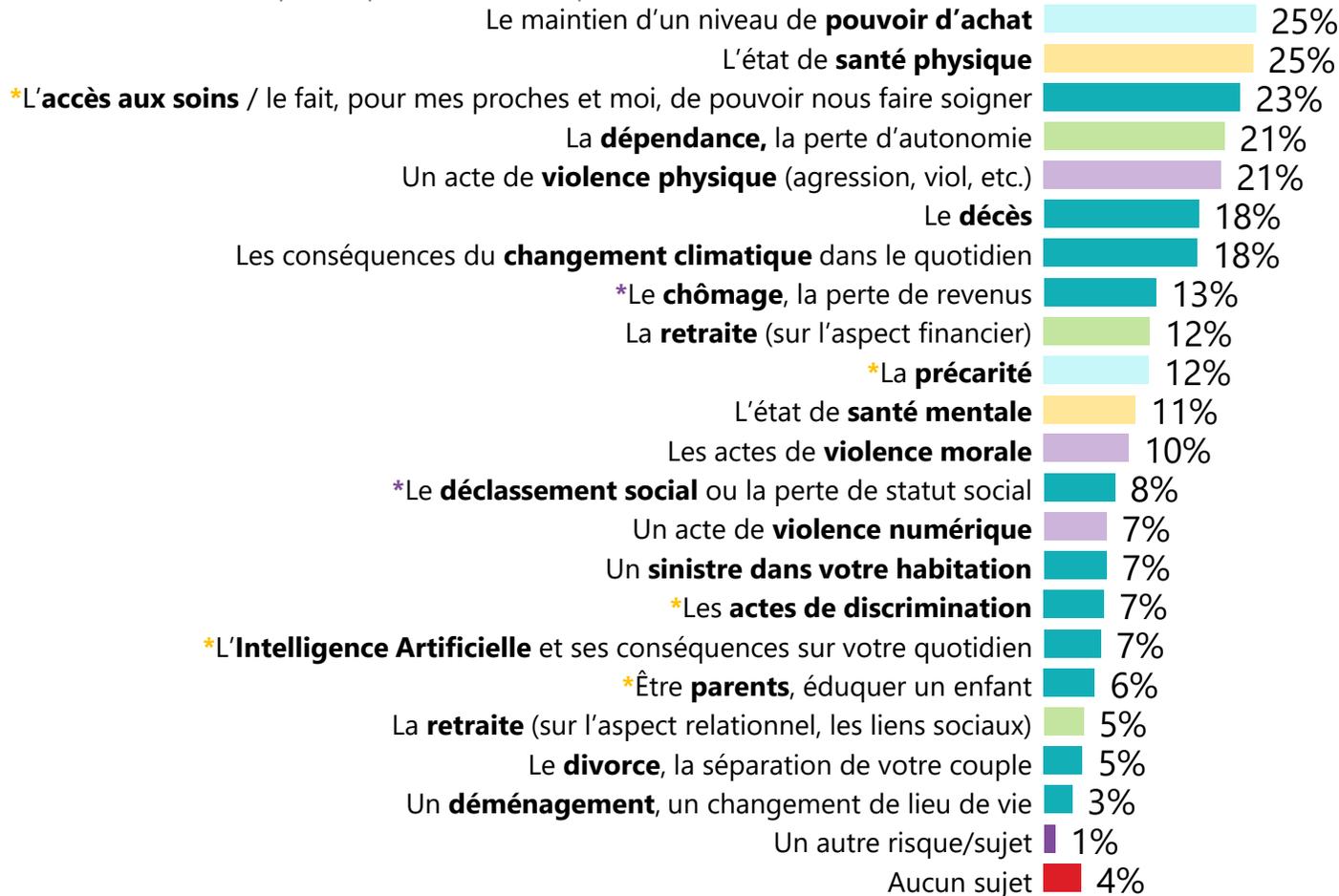


LES SUJETS PERÇUS COMME SOURCES D'APPRÉHENSION ET DE STRESS 1/2

Dans ce contexte sociétal inquiétant, la quasi-totalité des Français se déclare préoccupée, tout particulièrement par leur pouvoir d'achat, la retraite et la dépendance, les actes de violence et leur état de santé. A noter : En l'espace de 4 ans, l'enjeu financier posé par le départ à la retraite a été quelque peu reléguée au 2nd plan.

Q2. Parmi la liste suivante, quels sont les **trois sujets que vous voyez comme étant les plus sources d'appréhension, voire de stress, pour vous ou vos proches ?**

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



Rappel 2024	2023	2022
31%	32%	-
34%	34%	44%
-	-	-
26%	15%	23%
23%	21%	28%
27%	24%	32%
19%	19%	-
11%	11%	19%
18%	17%	22%
-	-	-
14%	14%	19%
12%	-	-
5%	5%	-
6%	7%	10%
9%	8%	12%
-	-	-
-	-	-
-	-	-
4%	5%	7%
6%	7%	8%
4%	3%	5%
1%	1%	1%
4%	6%	6%



Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

Le pouvoir d'achat ou la précarité
35%

La retraite
(sur l'aspect financier ou relationnel) **ou la dépendance**
35%

Les actes de violence
(physique, morale ou numérique)
33%

L'état de santé
(physique, mentale)
33%

96% Au moins 1 risque coché

81% 3 risques cochés



LES SUJETS PERÇUS COMME SOURCES D'APPRÉHENSION ET DE STRESS 2/2

Des sources d'appréhension et de stress également plus prégnantes auprès des seniors.



Q2. Parmi la liste suivante, quels sont les trois sujets que vous voyez comme étant les plus **sources d'appréhension, voire de stress**, pour vous ou vos proches ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

ZOOM SUR LE TOP 5 Des sources d'appréhension pour les Français

Le **maintien d'un niveau de pouvoir d'achat**



- Moins marqué auprès...**
- Habitants unité urbaine de Paris et région parisienne : **20%**
 - Des – de 35 ans : **20%**
 - Notamment des 25-34 ans : **18%**

L'état de **santé physique**



- Notamment auprès...**
- Des hommes : **28%**
 - Des inactifs retraités : **35%**
 - Ayant un revenu > 42K€ : **30%**
 - Ayant aucun enfant : **28%**
- Moins marqué auprès...**
- Des – de 35 ans : **15%**
 - CSP + : **19%**

*L'**accès aux soins** / le fait, pour mes proches et moi, de pouvoir nous faire soigner



- Notamment auprès...**
- Des 65 ans et + : **30%**
 - Habitants dans le Nord-Ouest : **27%**
 - Habitants commune rurale: **29%**
 - Des inactifs retraités : **30%**
- Moins marqué auprès...**
- Des – de 35 ans : **15%**
 - Notamment des 18-24 ans : **10%**
 - CSP + : **20%**

La **dépendance**, la perte d'autonomie



- Notamment auprès...**
- Des 65 ans et + : **39%**
 - Des inactifs retraités : **37%**
 - Ayant un revenu > 42K€ : **25%**
 - Ayant aucun Enfant : **26%**
- Moins marqué auprès...**
- Des – de 35 ans : **11%**
 - CSP + : **14%**

Un acte de **violence physique** (agression, viol, etc.)



- Moins marqué auprès...**
- Des 25-34 ans : **16%**
 - CSPA : **17%**



LES RISQUES NÉCESSITANT D'AVANTAGE D'ACCOMPAGNEMENT 1/3

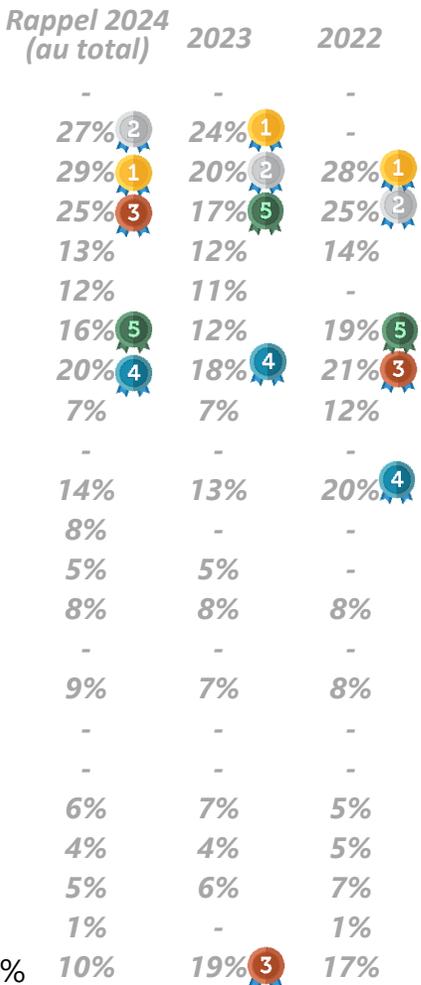
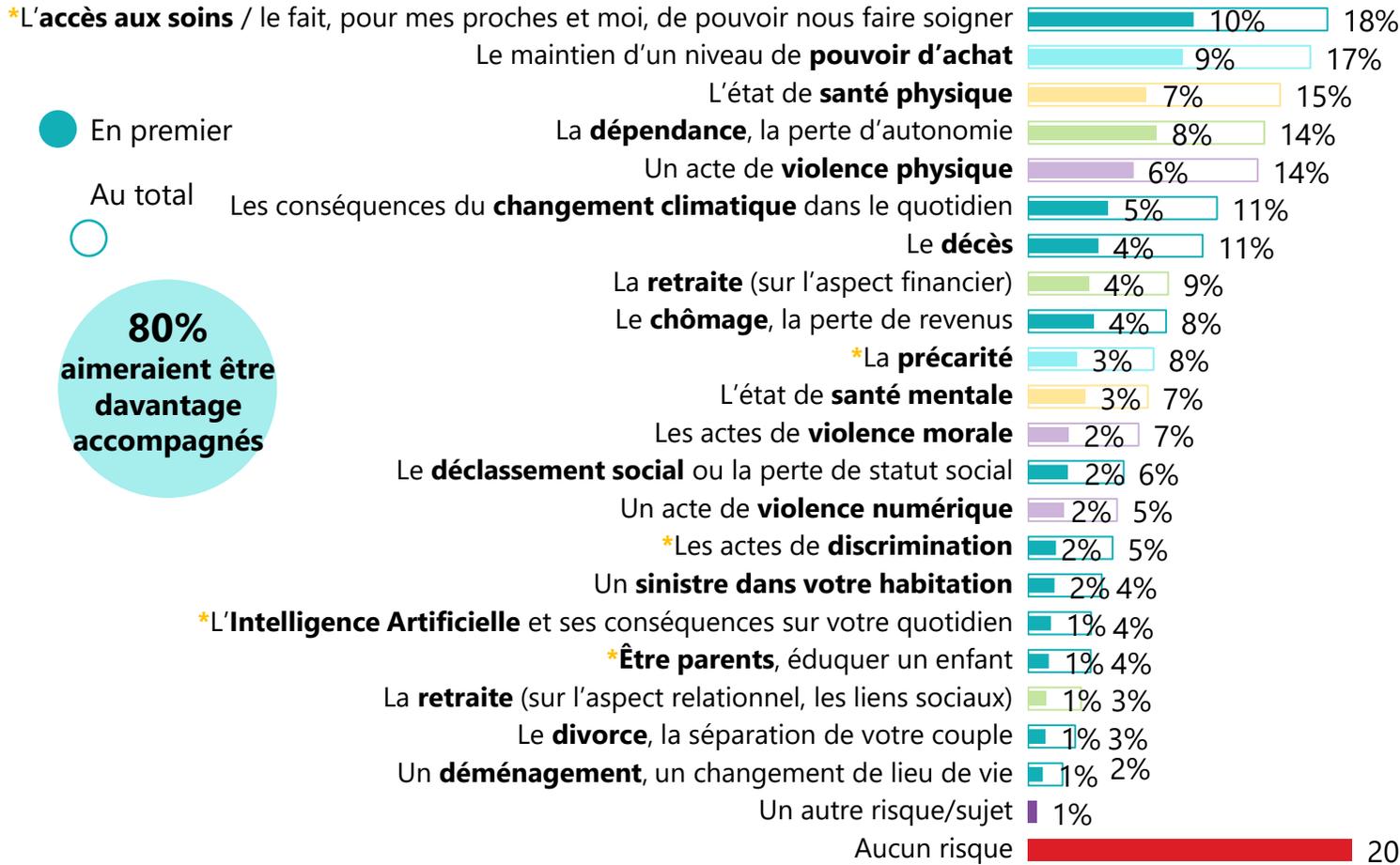
Sur ces mêmes problématiques, les Français expriment majoritairement le souhait d'être davantage accompagnés (80%).



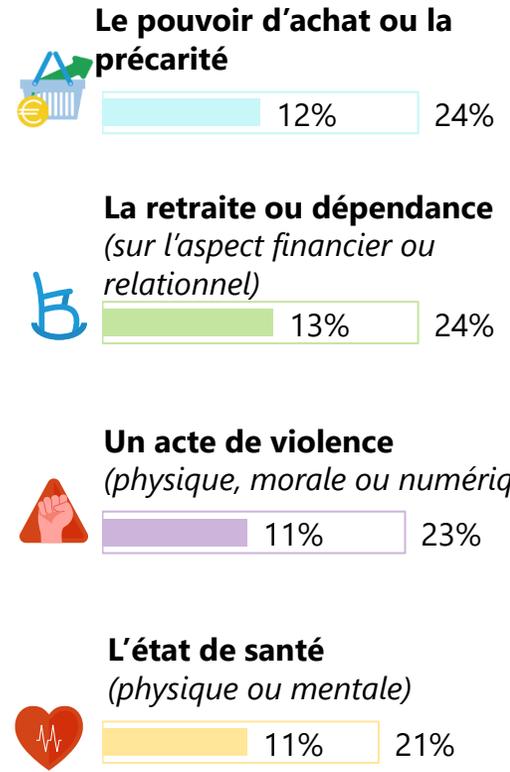
Ensemble
N = 2870

Q3. Et quels sont les trois risques pour vous et vos proches, pour lesquels vous souhaiteriez être davantage accompagné ? En premier ? Et ensuite ?

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée



80% aimeraient être davantage accompagnés





LES RISQUES NÉCESSITANT D'AVANTAGE D'ACCOMPAGNEMENT 2/3

Des besoins d'accompagnement prioritaires qui diffèrent selon l'âge : sans surprise, les seniors sont davantage soucieux de leur santé physique et de leur autonomie, là où les plus jeunes souhaitent davantage être accompagnés pour faire face aux enjeux de pouvoir d'achat et de santé mentale.

Q3. Et quels sont les trois risques pour vous et vos proches, pour lesquels vous souhaiteriez être davantage accompagné ? En premier ? Et ensuite ?



Ensemble
N = 2870

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée



ZOOM SUR LE TOP 5 Des risques pour lesquels les moins de 35 ans souhaitent être accompagné

1

Le maintien d'un niveau de pouvoir d'achat 8% 14%

18-24 ans 25-34 ans

14% 14%

2

L'état de santé mentale 7% 13%

15% 11%

3

Le décès 7% 13%

12% 13%

4

Le chômage, la perte de revenus 6% 12%

12% 12%

5

Un acte de violence physique (agression, viol, etc.) 6% 12%

14% 11%

La précarité 6% 12%

12% 12%



ZOOM SUR LE TOP 5 Des risques pour lesquels les plus de 65 ans souhaitent être accompagné

La **dépendance**, la perte d'autonomie 14% 26%

L'accès aux soins / le fait, pour mes proches et moi, de pouvoir nous faire soigner 14% 24%

L'état de **santé physique** 11% 24%

Le maintien d'un niveau de pouvoir d'achat 8% 16%

Un acte de **violence physique** (agression, viol, etc.) 5% 14%



LES RISQUES NÉCESSITANT D'AVANTAGE D'ACCOMPAGNEMENT 3/3

Outre l'âge, le critère géographique a également un impact sur la nature du besoin d'accompagnement. La problématique d'accès aux soins est ainsi plus forte auprès des ruraux.



Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

Q3. Et quels sont les trois risques pour vous et vos proches, pour lesquels vous souhaiteriez être davantage accompagné ? En premier ? Et ensuite ?

● En premier ● Au total

ZOOM SUR LE TOP 5 Des risques pour lesquels les Français souhaitent être accompagnés

*L'accès aux soins / le fait, pour mes proches et moi, de pouvoir nous faire soigner



- Plus marqué auprès... (global)**
- Des 65 ans et + : **24%**
 - Habitants commune rurale: **23%**
 - Des Inactifs retraités : **23%**
- Moins marqué auprès...**
- Des - de 35 ans : **11%**
 - Habitants dans le Nord-Ouest : **14%**
 - Des CSP + : **14%**
 - Au moins un enfant : **14%**

Le maintien d'un niveau de pouvoir d'achat



- Plus marqué auprès... (global)**
- Des 35-49 ans : **21%**
- Moins marqué auprès...**
- Des - de 35 ans : **14%**
 - Des CSP A : **12%**
 - Au moins un enfant de 18 ans : **14%**

L'état de santé physique



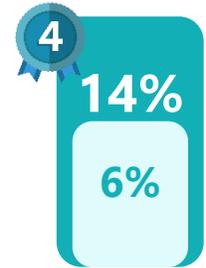
- Plus marqué auprès... (global)**
- Des 65 ans et + : **24%**
 - Des Inactifs retraités : **23%**
 - Ayant un revenu > 42 000€ : **19%**
- Moins marqué auprès...**
- Des - de 35 ans : **9%**
 - Des CSP A : **11%**
 - Des personnes seules : **12%**
 - Au moins un enfant de 18 ans ou + : **12%**

La dépendance, la perte d'autonomie



- Plus marqué auprès... (global)**
- Des 65 ans et + : **26%**
 - Des Inactifs retraités : **25%**
 - Ayant aucun enfant : **17%**
- Moins marqué auprès...**
- Des - de 35 ans : **7%**
 - Des CSP + : **10%**

Un acte de violence physique



Aucune différence significative



LE SENTIMENT GLOBAL DE PROTECTION FACE AUX RISQUES POUR SOI ET SES PROCHES 1/2

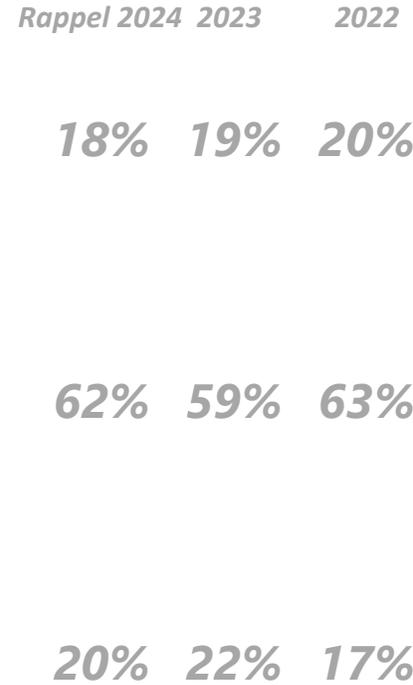
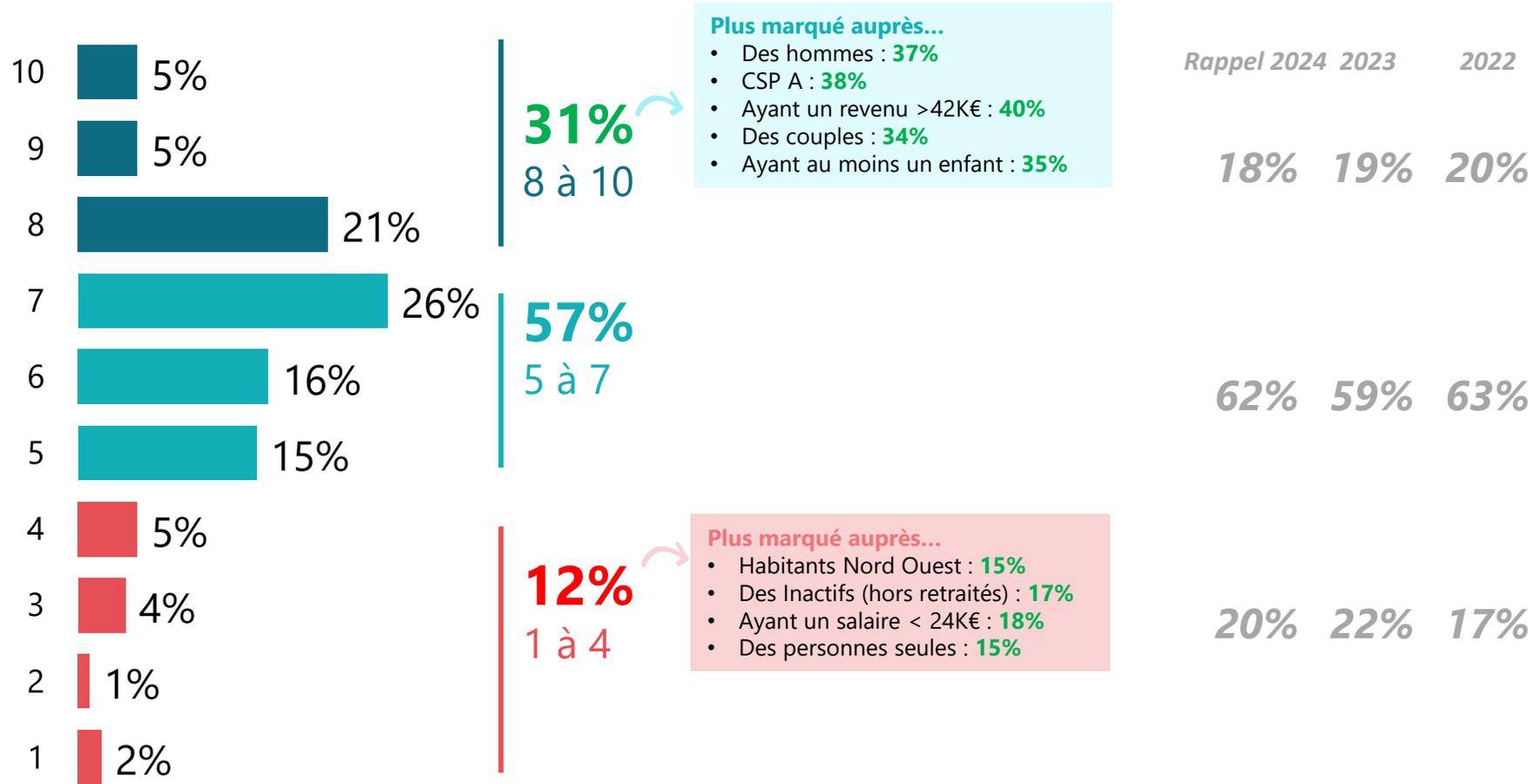
Bien qu'en progression en 2025, le sentiment de protection des Français face aux risques pouvant survenir dans leur vie demeure assez moyen. A noter : ce sentiment est moins fort auprès des populations en situation de précarité (sans emploi, bas revenus, personnes vivant seules...)

Q8. Aujourd'hui, dans quelle mesure vous sentez-vous protégé, vous et vos proches, face aux risques qui peuvent survenir dans votre vie ?



Ensemble
N = 3002

Question existante en 2024 et administrée dans les mêmes conditions



Moyenne **6,5**▲





LE SENTIMENT GLOBAL DE PROTECTION FACE AUX RISQUES POUR SOI ET SES PROCHES 2/2

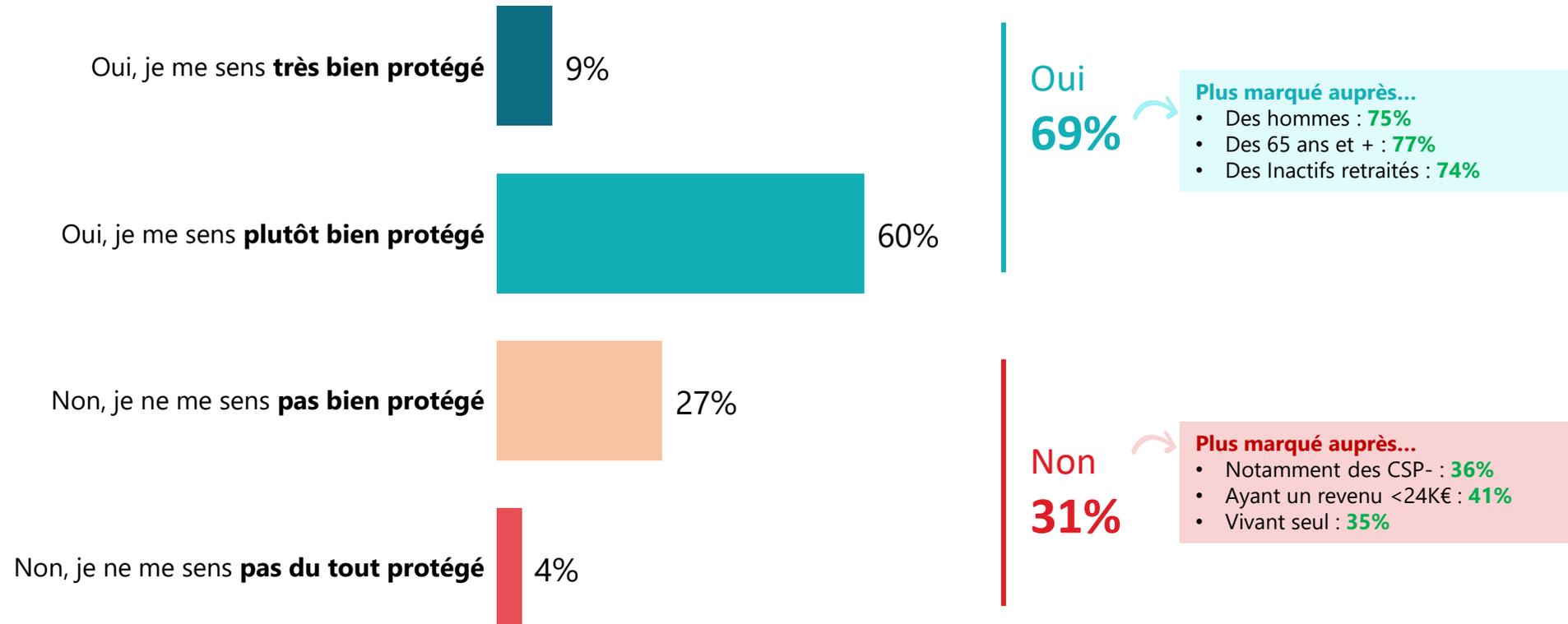
Ce sentiment de protection est globalement peu intense comme en atteste la faible part de Français se déclarant très bien protégée. Un sentiment toutefois un peu plus fort auprès des seniors.

Q8bis. Finalement, vous sentez-vous bien protégé, vous et vos proches, face aux risques qui peuvent survenir dans votre vie ?



Ensemble
N = 3002

Nouvelle question





LE SENTIMENT DÉTAILLÉ DE PROTECTION FACE AUX RISQUES

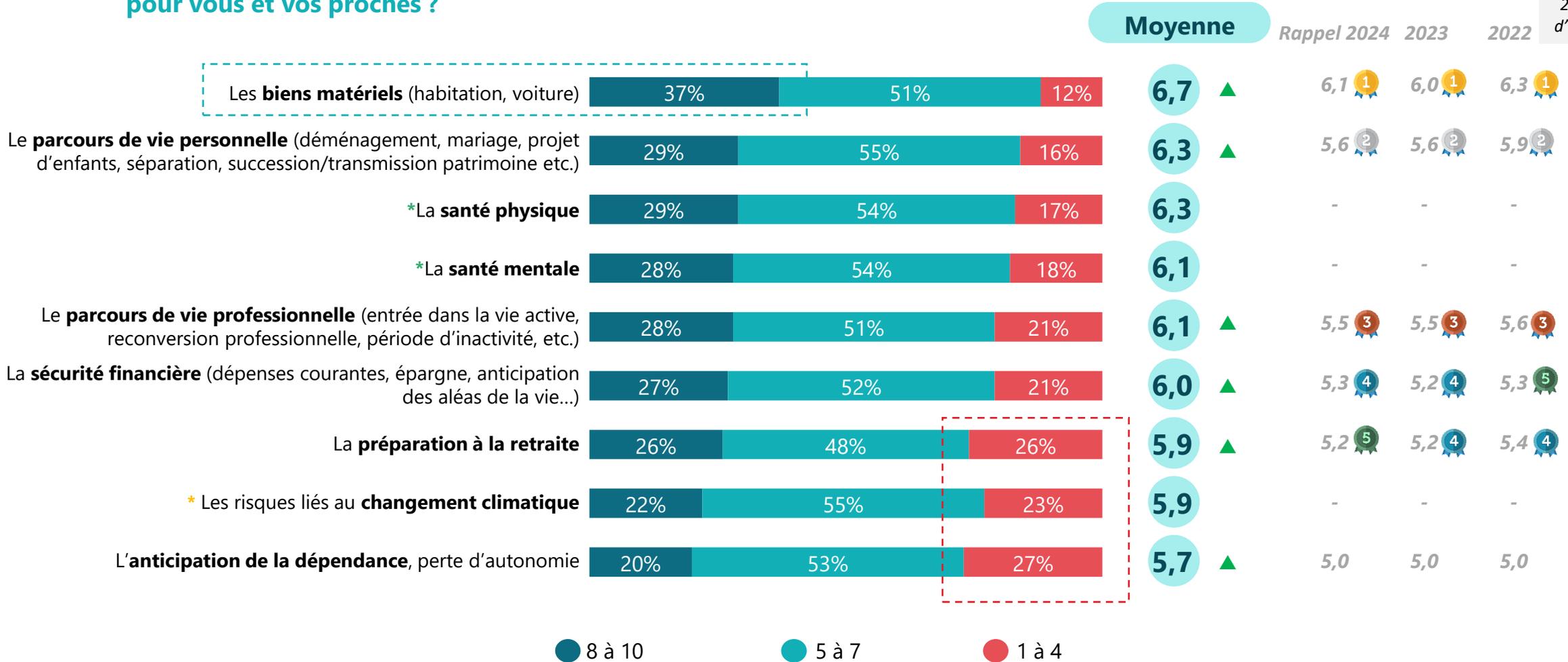


Ensemble
N = 3002

Le sentiment de protection est plutôt bon pour les biens matériels mais est insuffisant sur les thématiques individuelles de santé, de parcours de vie, de dépendance et d'exposition au risque climatique. 2025 est toutefois marquée par une tendance à l'amélioration de ce sentiment.

Q9. Plus précisément, pour chacun des sujets suivants, dans quelle mesure vous sentez-vous bien protégé aujourd'hui, pour vous et vos proches ?

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée





LE SENTIMENT DÉTAILLÉ DE PROTECTION FACE AUX RISQUES

Sur l'ensemble de ces sujets, le sentiment de protection diffère selon la situation des Français avec un sentiment de protection plus faible auprès des populations traditionnellement les plus précaires, à savoir les Femmes, les ruraux ou encore les bas revenus.

Q9. Plus précisément, pour chacun des sujets suivants, dans quelle mesure vous sentez-vous bien protégé aujourd'hui, pour vous et vos proches ?



Ensemble
N = 3002

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

Moyenne

Les biens matériels (habitation, voiture)	6,7
Le parcours de vie personnelle (déménagement, mariage, projet d'enfants, séparation, succession/transmission patrimoine etc.)	6,3
*La santé physique	6,3
*La santé mentale	6,1
Le parcours de vie professionnelle (entrée dans la vie active, reconversion professionnelle, période d'inactivité, etc.)	6,1
La sécurité financière (dépenses courantes, épargne, anticipation des aléas de la vie...)	6,0
La préparation à la retraite	5,9
* Les risques liés au changement climatique	5,9
L' anticipation de la dépendance , perte d'autonomie	5,7

Pour l'ensemble de ces dimensions un sentiment de protection plus marqué auprès :

- Hommes
- Moins de 35 ans
- 75 ans ou plus
- CSPA
- Ayant un revenu >42K€
- En couple

À l'inverse, un sentiment de protection moindre sur les sous cibles suivantes :

- Femmes
- 35-64 ans
- Vivant en commune rurale
- Inactifs (hors retraités)
- Ayant un revenu <24K€
- Vivant seul



LE SENTIMENT D'EXPOSITION FACE AUX RISQUES CLIMATIQUES

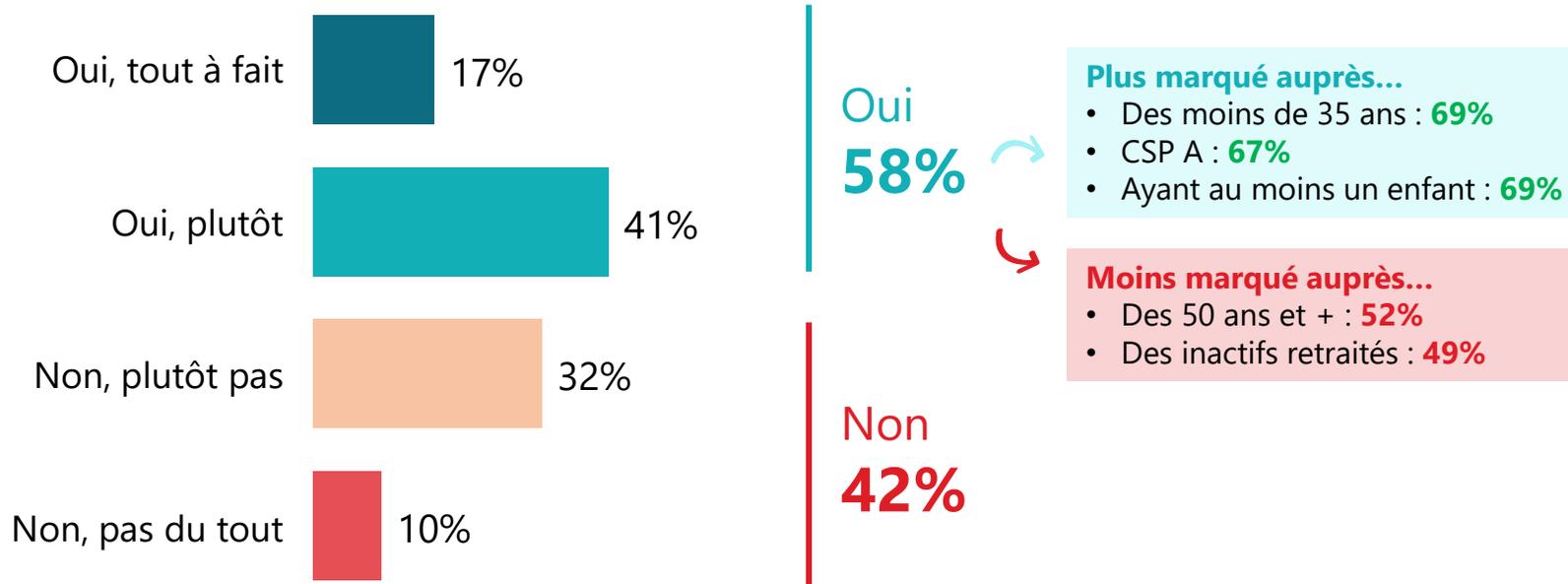
Plus spécifiquement, le risque climatique, dans un contexte de multiplication des catastrophes naturelles, est perçu comme de plus en plus menaçant. Une crainte plus marquée auprès des moins de 35 ans et des familles.



Ensemble
N = 3002

Nouvelle
question

Q3c. Vous sentez-vous davantage **exposé aux risques climatiques** (Inondations, sécheresses, canicules, tempêtes, incendies, mouvements de terrains, avalanches...)?





ACTIONS ATTENDUES FACE AUX RISQUES CLIMATIQUES



Face à ce risque, les Français attendent majoritairement de l'accompagnement, du soutien mais aussi davantage de sensibilisation et de personnalisation de la part de leur assureur. Une demande d'accompagnement plus marqué auprès des jeunes, des CSP+ et des Franciliens. A noter : le besoin de personnalisation des contrats est plus fort auprès des seniors.

Q3d : Parmi les propositions suivantes, **quelles actions** attendriez-vous de la part de **votre assureur pour mieux anticiper les risques climatiques ?**

Nouvelle question

La mise en place de contrats d'assurance attractifs réservés aux clients habitant une zone à faible risque climatique



Des 65 ans et + : **45%** ; Ayant un salaire >42K€ : **46%** ; Habitants communes rurales : **46%** ; Des - de 35 ans : **36%**

Un accompagnement pour réaliser les travaux permettant de réduire votre vulnérabilité face aux risques climatiques

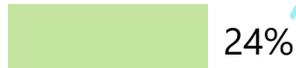


Le soutien de votre assurance à des entreprises ou associations œuvrant pour réduire ou prévenir le risque climatique



Des moins de 35 ans : **31%** Des 50 ans et + : **22%**

Des actions de sensibilisation en direction de vos élus locaux (exposition aux risques, réglementation, ...etc.)



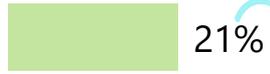
Des moins de 35 ans : **31%**

La mise à disposition chez vos assureurs locaux de supports d'information sur l'exposition aux risques climatiques et des recommandations concrètes pour y faire face



Des moins de 35 ans : **29%** ; Habitants Ile de France : **27%** ; CSPA : **27%** ; Ayant au moins un enfant : **27%** ; Habitants communes rurales : **17%**

Des actions de sensibilisation en direction de la population locale (conférences, ateliers, ...etc.)



Des moins de 35 ans : **27%** ; Ayant un salaire >42K€ : **25%** ; Habitants communes rurales : **17%**

Des actions d'influence / lobbying de votre assureur auprès des parlementaires (députés, sénateurs) pour mieux anticiper les risques climatiques



Des hommes : **22%** ; Des moins de 35 ans : **24%** ; Habitants IDF : **27%** ; CSPA : **31%** ; Ayant un salaire > 42K€ : **25%** Habitants communes rurales : **15%**

Autres 1%

Aucun de ces actions



Des inactifs : **21%**

Actions de sensibilisation **36%**

Au moins une Action cochée **82%**

- Moins de 35 ans : **87%**
- Vivant en Ile de France : **86%**
- Ayant un revenu >42K€ : **86%**



LES RAISONS JUSTIFIANT UNE HAUSSE DES PRIMES D'ASSURANCE

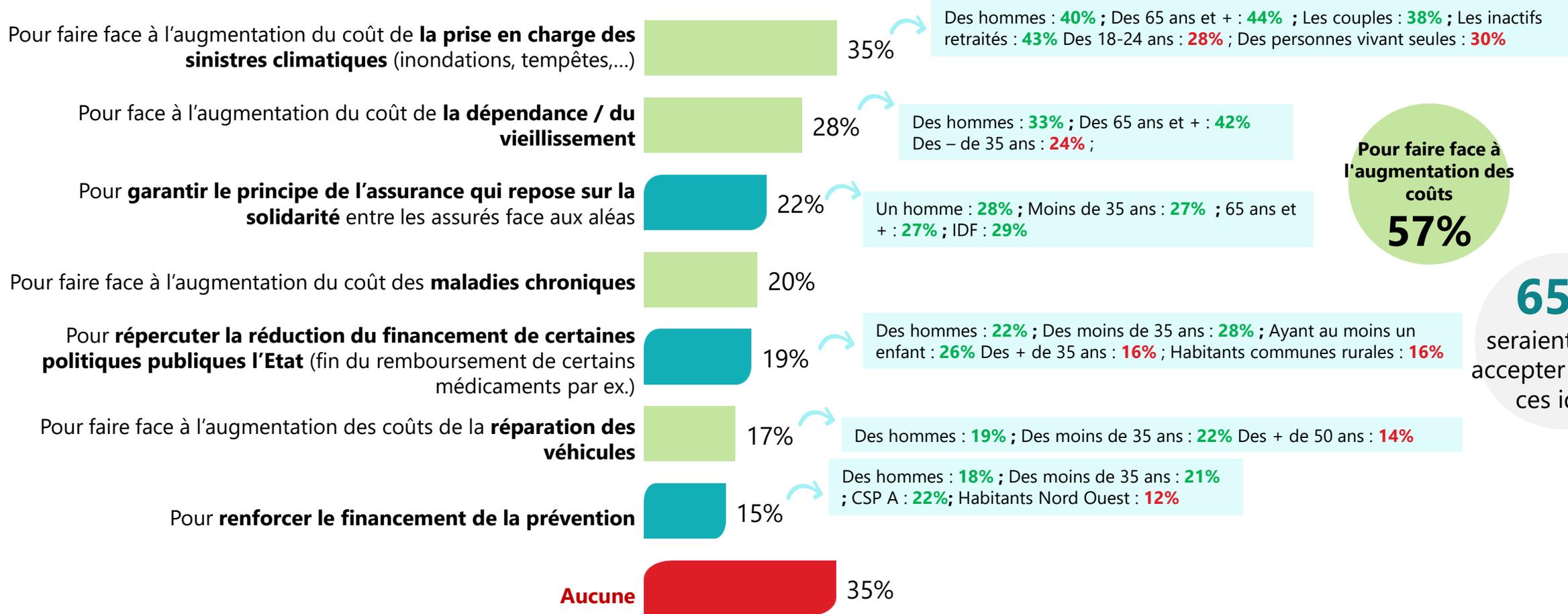
Contrairement aux idées reçues, la majorité des Français n'est pas, par principe, fermée à une hausse du coût de l'assurance, du moins dès lors que cette hausse est justifiée par des éléments factuels relevant de préoccupations personnelles tels que l'exposition au risque climatique.



Ensemble
N = 3002

Nouvelle question

Q3bis. Les primes d'assurances (somme que paie le souscripteur d'un contrat à un assureur en échange des garanties définies) en santé, automobile et/ou habitation **vont augmenter** dans les prochaines années. Parmi les raisons suivantes, **quelles seraient toutes celles qui seraient de nature à vous faire accepter/justifier cette hausse de tarif** ? *Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%*



Pour faire face à l'augmentation des coûts
57%

65% seraient prêt à accepter l'une de ces idées



02

Face aux risques actuels, l'assureur n'est pas d'emblée perçu comme l'acteur le plus à même de protéger. Outre la question de la confiance, des attentes demeurent en matière de transparence, de personnalisation et de proximité.



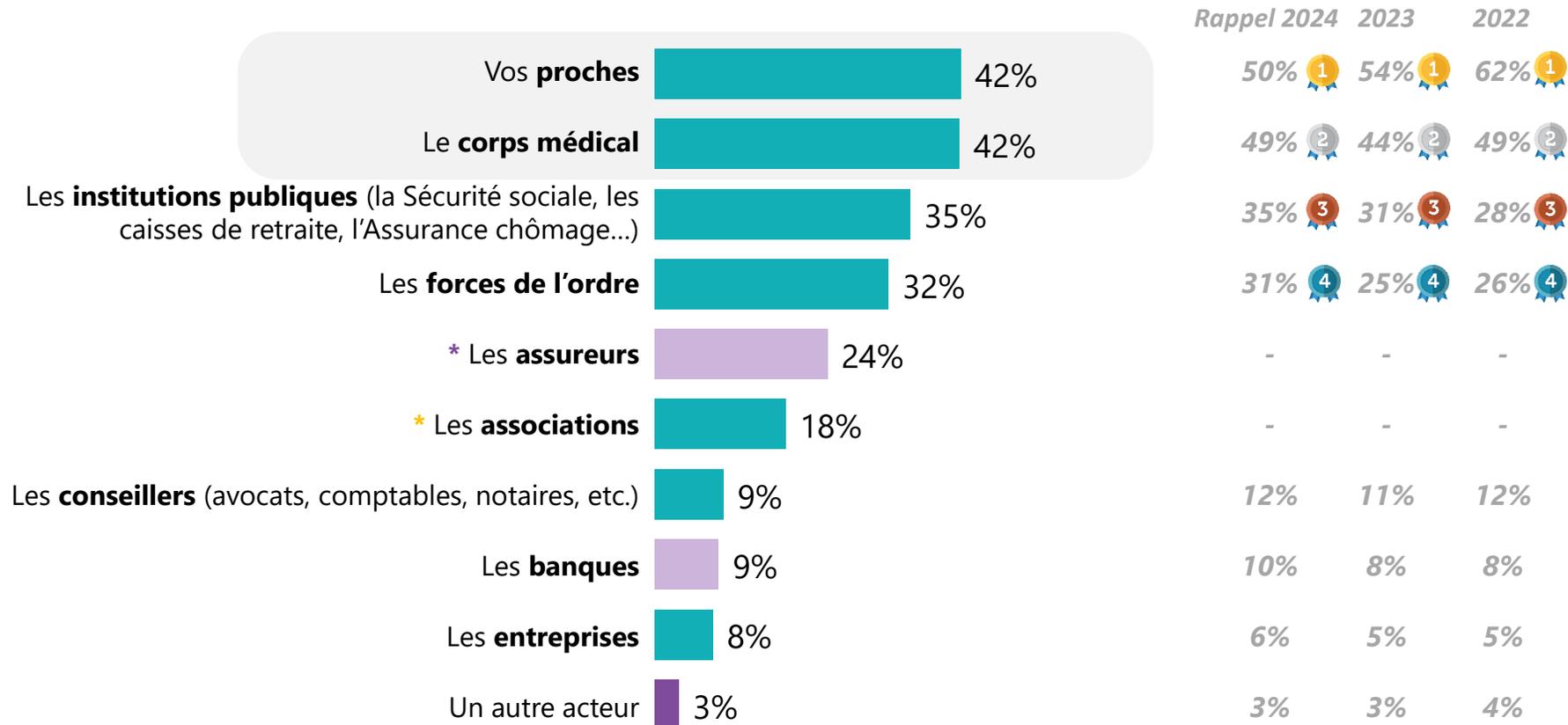
LES ACTEURS APPORTANT LE PLUS DE PROTECTION FACE AUX RISQUES

Face aux risques qui les préoccupent, les Français se tournent avant tout vers leurs proches, le corps médical et les forces publiques au sens large, avant de penser à leur(s) assureur(s).



Q4. Parmi les types d'acteurs suivants, **quels sont les trois qui, à vos yeux, vous apportent aujourd'hui le plus de protection**, face aux risques qui vous préoccupent le plus pour vous et vos proches ?

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée



Banques ou assureurs **30%**

2,2 Nombre moyen d'items



LES ACTEURS APPORTANT LE PLUS DE PROTECTION FACE AUX RISQUES

Alors que les proches sont davantage priorités par les plus jeunes, le corps médical, les institutions publiques et les forces de l'ordre sont davantage mis en avant par les Français les plus âgés.



Ensemble
N = 3002

Q4. Parmi les types d'acteurs suivants, **quels sont les trois qui, à vos yeux, vous apportent aujourd'hui le plus de protection**, face aux risques qui vous préoccupent le plus pour vous et vos proches ?

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

ZOOM PROFIL

Les acteurs apportant le plus de protection face aux risques (1/2)

Vos **proches**



Notamment auprès...

- Des femmes : **46%**
- Des 18-24 ans : **50%**
- CSP C : **46%**

Moins marqué auprès...

- Des 65-74 ans : **37%**
- CSP A : **35%**
- Habitants de Paris et région parisienne : **37%**

Le **corps médical**



Notamment auprès...

- Des 65 ans et + : **61%**
- Des habitants du Sud Est : **47%**
- Ayant un revenu > 42K€ : **46%**

Moins marqué auprès...

- Des moins de 35 ans : **32%**
- Des habitants du Nord Est : **38%**
- CSP + : **33%**
- CSP - : **35%**

Les **institutions publiques** (la Sécurité sociale, les caisses de retraite, l'Assurance chômage...)



Notamment auprès...

- Des hommes : **40%**
- Des 65 ans et + : **46%**
- Des inactifs retraités : **45%**
- Ayant un revenu > 42K€ : **40%**

Moins marqué auprès...

- Des - de 35 ans : **29%**
- CSP C : **29%**

Les **forces de l'ordre**



Notamment auprès...

- Des hommes : **37%**
- Des 65 ans et + : **46%**
- Des inactifs retraités : **43%**
- Ayant un revenu > 42K€ : **38%**

Moins marqué auprès...

- Des - de 35 ans : **25%**
- CSP C : **26%**
- Au moins un enfant de 18 ans : **27%**

* Les **assureurs**



Notamment auprès...

- Des hommes : **27%**
- Ayant un revenu > 42K€ : **27%**

Moins marqué auprès...

- Ayant un revenu < 24K€ : **20%**



LES ACTEURS APPORTANT LE PLUS DE PROTECTION FACE AUX RISQUES

Les jeunes Français vont avoir tendance à davantage se tourner vers le monde associatif, les conseillers, les banques et les entreprises.

Q4. Parmi les types d'acteurs suivants, **quels sont les trois qui, à vos yeux, vous apportent aujourd'hui le plus de protection**, face aux risques qui vous préoccupent le plus pour vous et vos proches ?



Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

ZOOM PROFIL Les acteurs apportant le plus de protection face aux risques (2/2)

Les associations



Notamment auprès...

- Des - 35 ans : **22%**
- Des habitants d'IDF : **22%**
- CSPA : **24%**

Moins marqué auprès...

- Des 50 ans et + : **5%**

Les conseillers



Notamment auprès...

- Des 35 ans et + : **16%**
- Des habitants d'IDF : **14%**
- CSPA : **13%**
- Ayant au moins un enfant d'au moins 18 ans : **12%**

Moins marqué auprès...

- Des 65 ans et + : **5%**

Les banques



Notamment auprès...

- Des 35 ans et + : **15%**
- Des habitants d'IDF : **12%**
- CSPA : **15%**
- Ayant au moins un enfant d'au moins 18 ans : **14%**

Moins marqué auprès...

- Des 65 ans et + : **4%**

Les entreprises



Notamment auprès...

- Des 35 ans et + : **15%**
- Des habitants d'IDF : **11%**
- CSPA : **12%**
- Ayant au moins un enfant d'au moins 18 ans : **14%**

Moins marqué auprès...

- Des 65 ans et + : **3%**



LE NIVEAU DE CONFIANCE ACCORDÉE AUX ACTEURS DE LA PROTECTION

La confiance des Français dans la capacité du monde assurantiel à les protéger est à renforcer. A la lecture plus attentive, les mutualistes sont toutefois mieux perçus, notamment par les seniors. Le constat est plus nuancé auprès des moins de 35 ans qui accordent autant de confiance aux assureurs traditionnels qu'aux mutualistes.

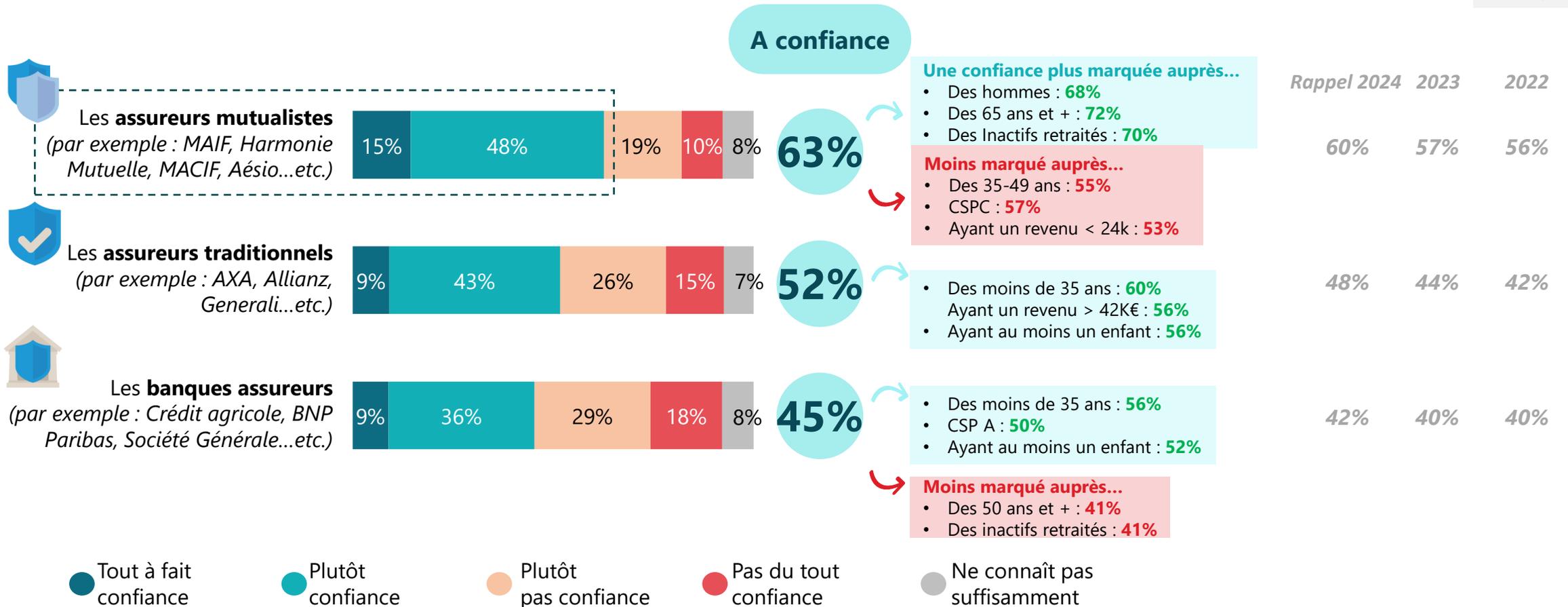
Q5. S'agissant plus particulièrement des types d'acteurs suivants, diriez-vous que vous leur faites confiance ou pas confiance pour vous apporter une protection face à ces situations de risque ?



Ensemble

N = 3002

Question existante en 2024 mais ajout des définitions





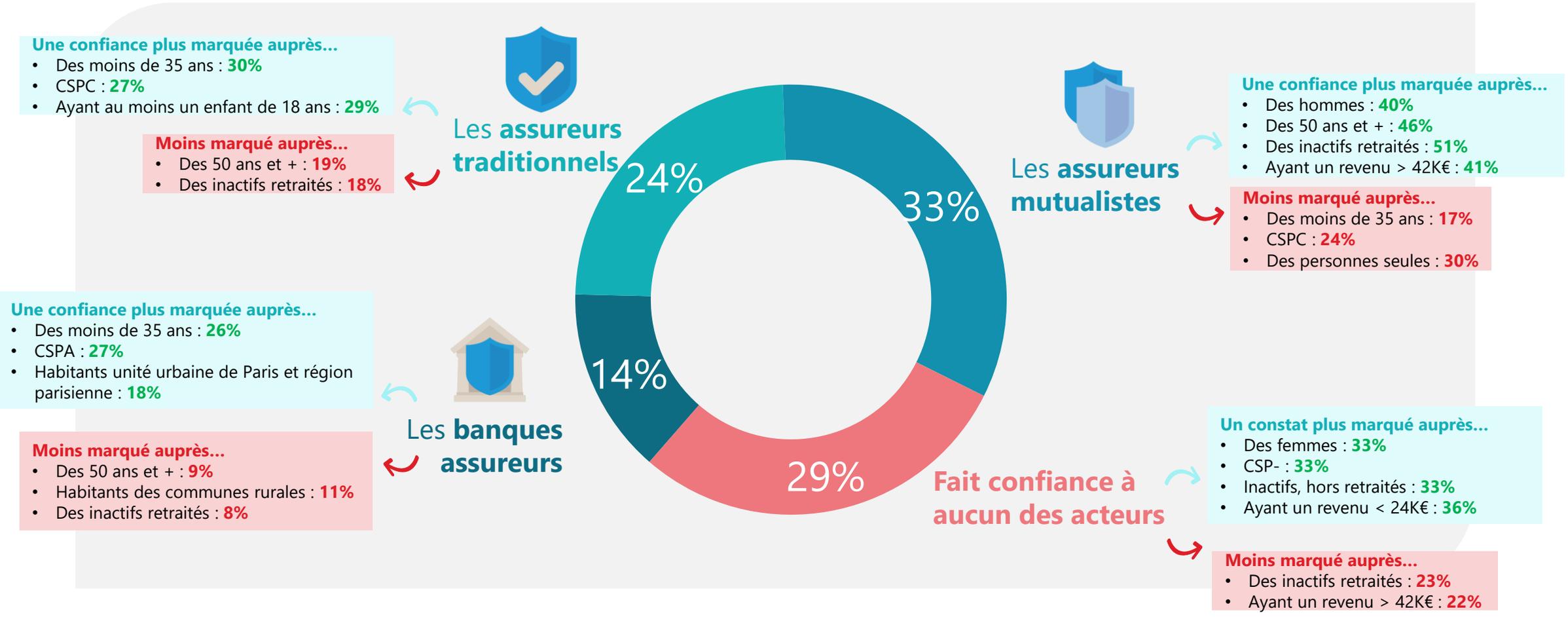
CATÉGORIES D'ACTEURS LES PLUS DIGNES DE CONFIANCE

Au global des Français, les assureurs mutualistes sont la catégorie d'assureurs à laquelle ils font le plus confiance. C'est notamment le cas des plus de 50 ans, des retraités et des hauts revenus. A noter : La méfiance envers les assureurs est la plus forte auprès des populations traditionnellement les plus précaires (sans emploi, bas revenus, femmes...)



Nouvelle question

Q6. Et à quelle catégorie d'acteurs diriez-vous que vous faites le plus confiance ?





RAISONS DU MANQUE DE CONFIANCE ENVERS LES ASSUREURS MUTUALISTES

Le manque de confiance envers les mutualistes repose principalement sur des a priori traditionnellement associés au monde de l'assurance dans sa globalité et propagés par une partie des Français probablement peu au fait des valeurs mutualistes. Un constat plus marqué auprès des seniors.



Ensemble

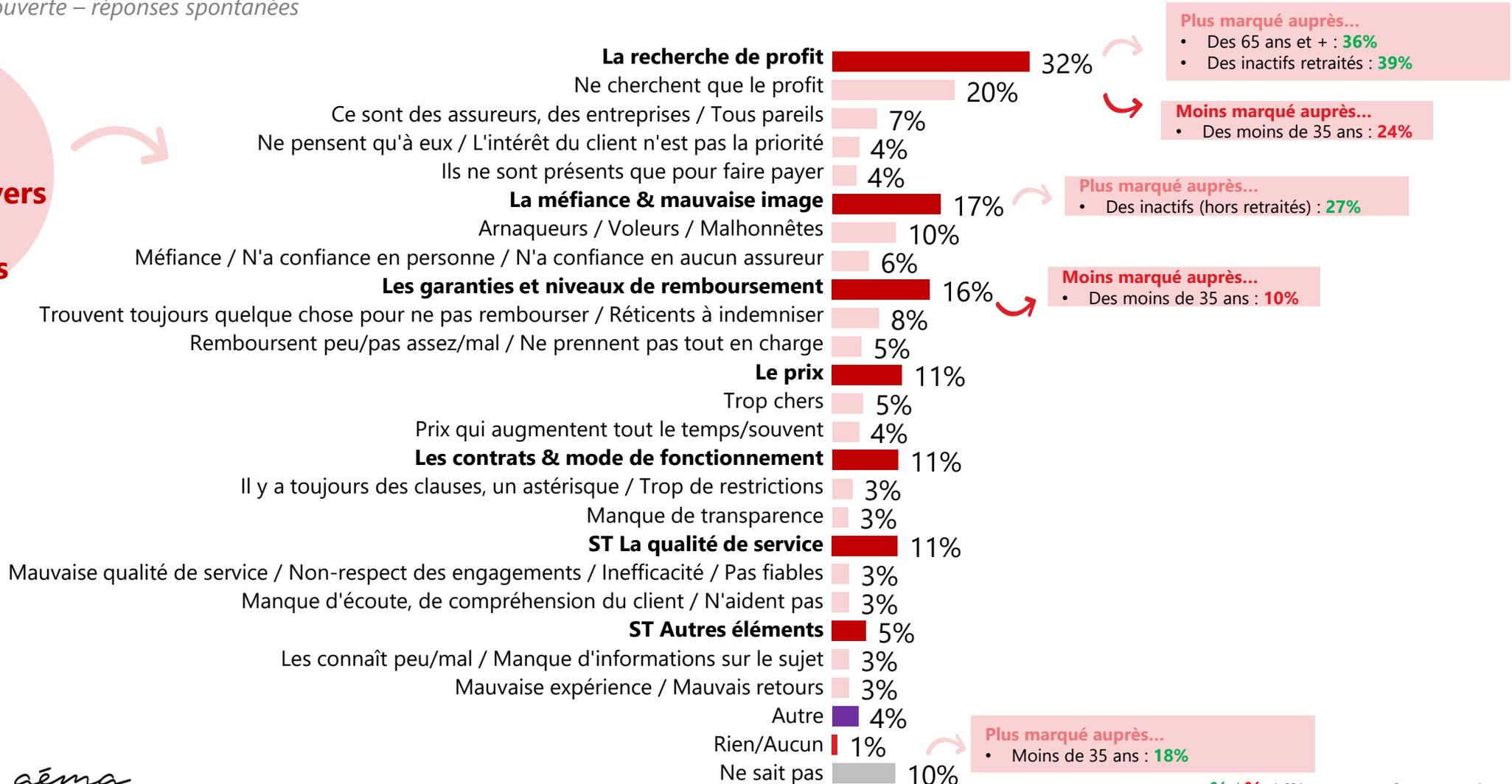
N = 820

Nouvelle question

Q7bis. Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas confiance envers les assureurs mutualistes ?

Question ouverte – réponses spontanées

29%
n'ont pas confiance envers les acteurs mutualistes





Quelques exemples de verbatim

Q7bis. Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas confiance envers les assureurs mutualistes ?

Question ouverte – réponses spontanées



Ensemble

N = 820

Nouvelle question

« Qu'ils soient des assureurs mutualistes ou pas ils ne voient que leurs intérêts et les bénéfices financiers qu'ils en tirent »

« Ce sont des assureurs... On paie de plus en plus cher pour des prises en charge de plus en plus faible »

« Tout est beau pour nous faire adhérer mais en cas de problème tout traîne et les petites clauses non mises en évidence se révèlent souvent en clause "non prises en charge" »

« Je n'ai pas confiance car ils gonflent leur prix et indemnisent peu les souscripteurs de contrat d'assurance »

« Tous les assureurs cherchent à payer un minimum, leur but est d'être rentable pas de protéger qui que ce soit »

« Vu les primes qu'ils pratiquent et veulent encore les augmenter tout en baissant leurs prestations, ils agissent de façon malhonnête »

« Il y a toujours des clauses exclusives, le délai pour obtenir l'argent nécessaire aux travaux est très long, beaucoup de documents à fournir »

« Leurs contrats sont plein de conditions restrictives, de termes ambigus, de lignes écrites en tout petit contenant de mauvaises surprises »

« Les conseils ne sont pas appropriés. Ils ne sont pas à l'écoute des assurés »

« Trop de délai, non rentable d'avoir une assurance qui n'est pas au rendez-vous lorsque il y a un problème »



LE NIVEAU DE CONFIANCE ACCORDÉE AUX ASSUREURS MUTUALISTES

La connaissance des valeurs du mutualisme est clairement génératrice de confiance envers les acteurs qui les incarnent. C'est encore plus le cas auprès des Français les plus âgés.



Ensemble
N = 617

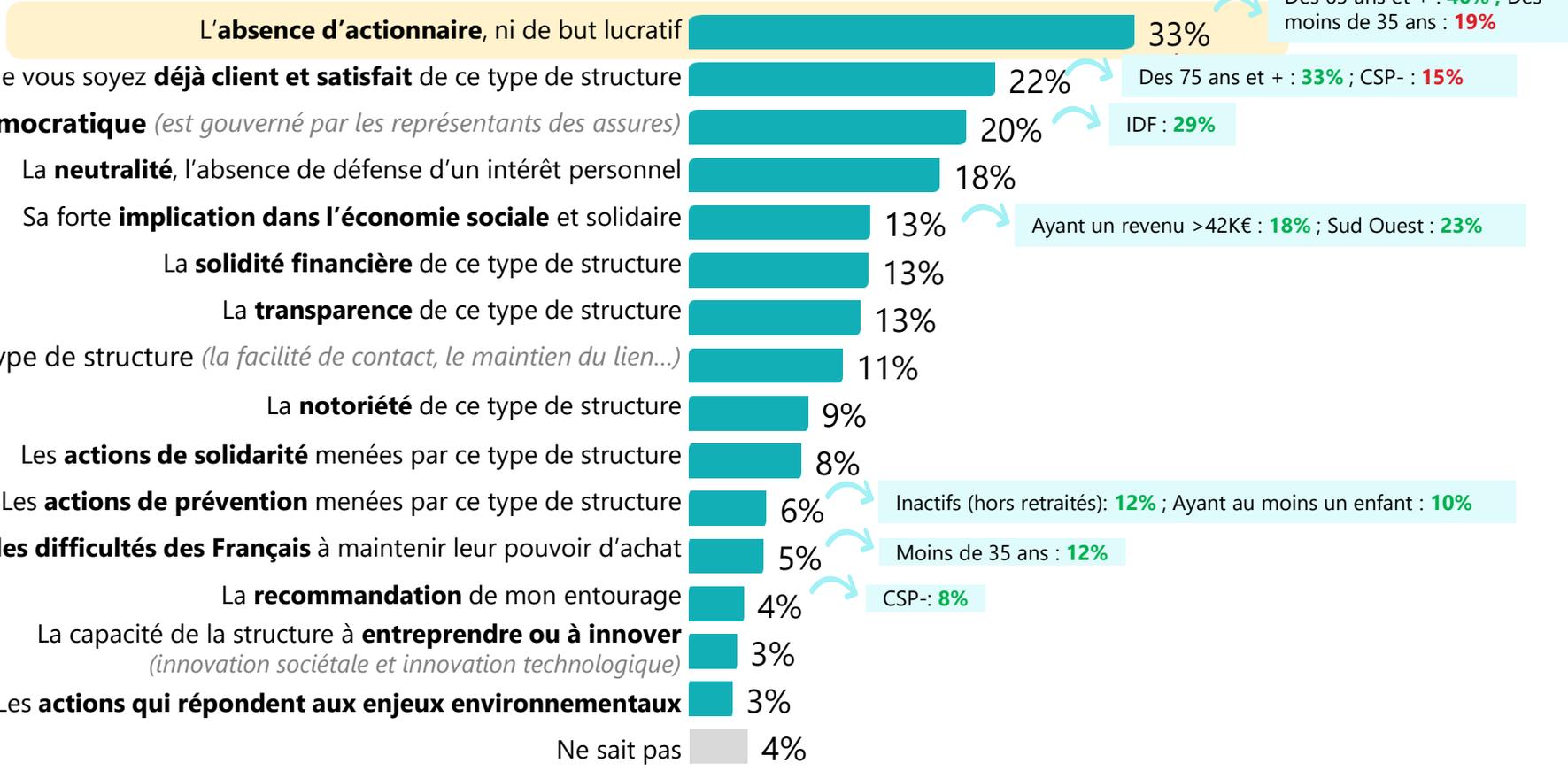
Q7. Parmi la liste suivante, qu'est-ce qui vous **donne confiance** en cette catégorie d'acteurs « **Les assureurs mutualistes** » ?

Question posée uniquement à ceux qui font le plus confiance aux assureurs mutualistes, soit 39% de l'échantillon

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée et posée différemment *

Rappel :
Des Français font le plus confiance aux assureurs mutualistes

33%





LE NIVEAU DE CONFIANCE ACCORDÉE AUX ASSUREURS TRADITIONNELS

La confiance envers les assureurs traditionnels repose avant tout sur la satisfaction qu'ils génèrent, leur réputation et leur proximité. Auprès des plus jeunes, la prise en compte, par les assureurs traditionnels, des difficultés des Français à maintenir leur pouvoir d'achat est un vecteur de confiance plus marqué.



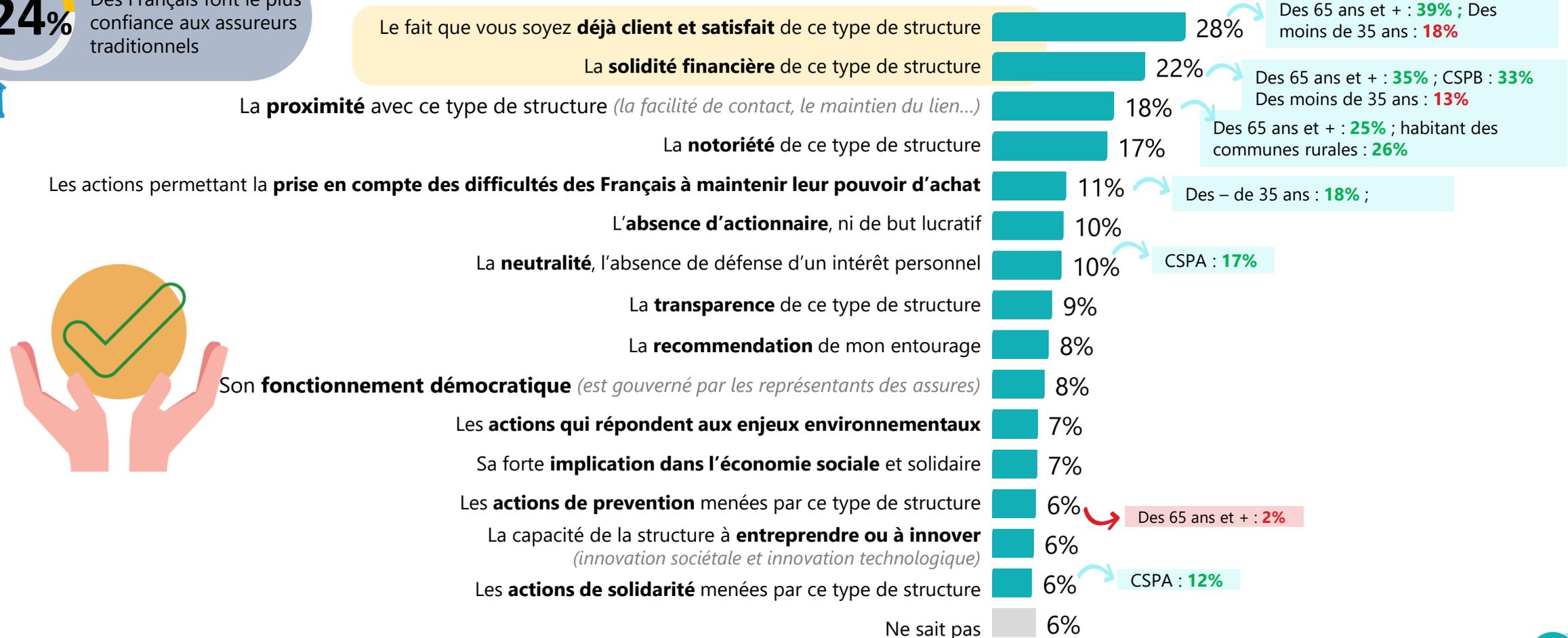
Q7. Parmi la liste suivante, qu'est-ce qui vous **donne confiance** en cette catégorie d'acteurs « **Les assureurs traditionnels** »

Question posée uniquement à ceux qui font le plus confiance aux assureurs traditionnels, soit 39% de l'échantillon

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée et posée différemment *

Rappel :
Des Français font le plus confiance aux assureurs traditionnels

24%





LE NIVEAU DE CONFIANCE ACCORDÉE AUX BANQUES ASSUREURS

La satisfaction générée, la réputation et la proximité sont également les trois caractéristiques qui sous-tendent le plus la confiance envers les banques assureurs.

Q7. Parmi la liste suivante, qu'est-ce qui vous **donne confiance** en cette catégorie d'acteurs « **Les banques assureurs** » ?

Question posée à ceux qui font le plus confiance aux banques assureurs, soit 22% de l'échantillon



Ensemble

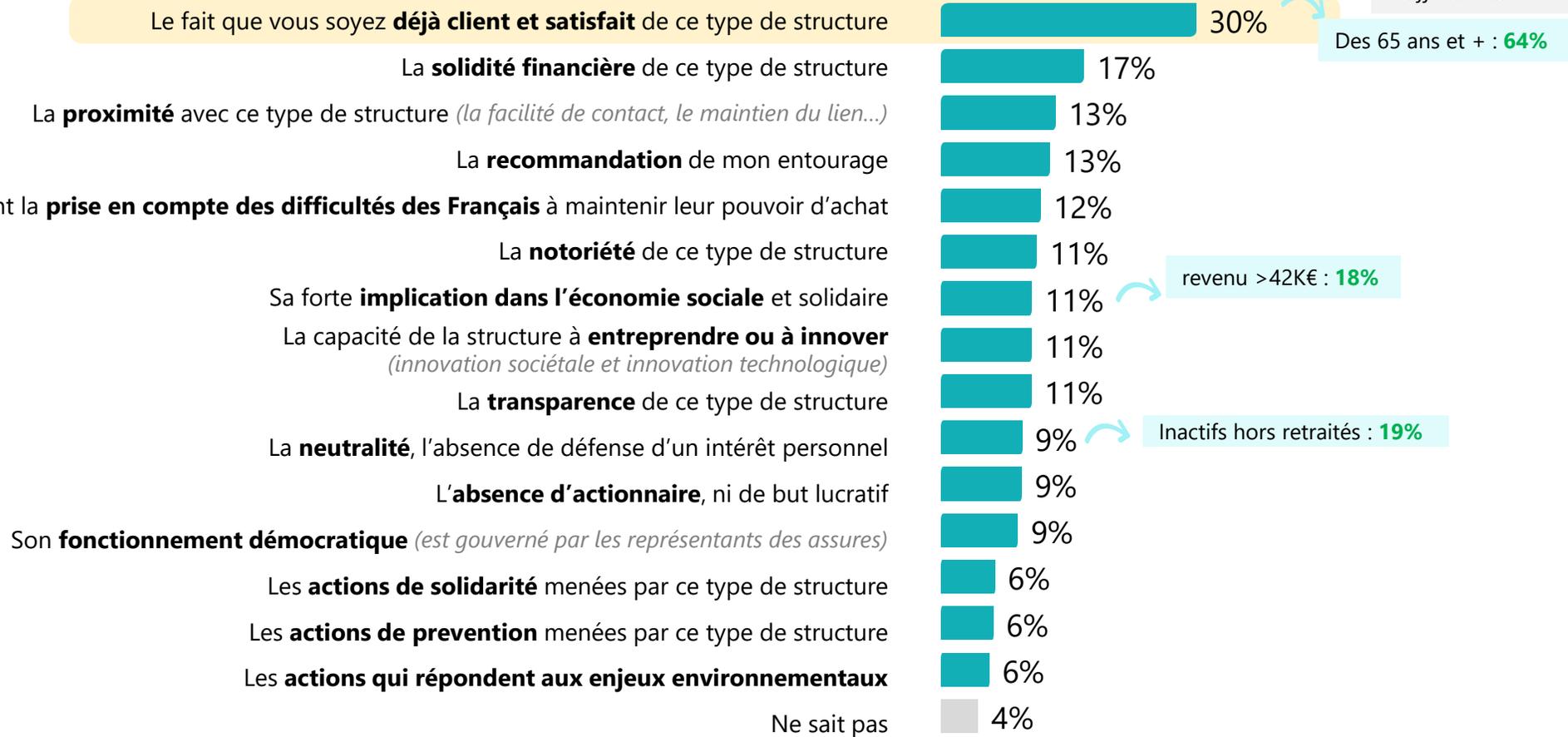
N = 361

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée et posée différemment *

Rappel :
Des Français font le plus confiance aux banques assureurs

14%

Les actions permettant la **prise en compte des difficultés des Français** à maintenir leur pouvoir d'achat





ATTENTES PRIORITAIRES POUR SE SENTIR BIEN PROTÉGÉ

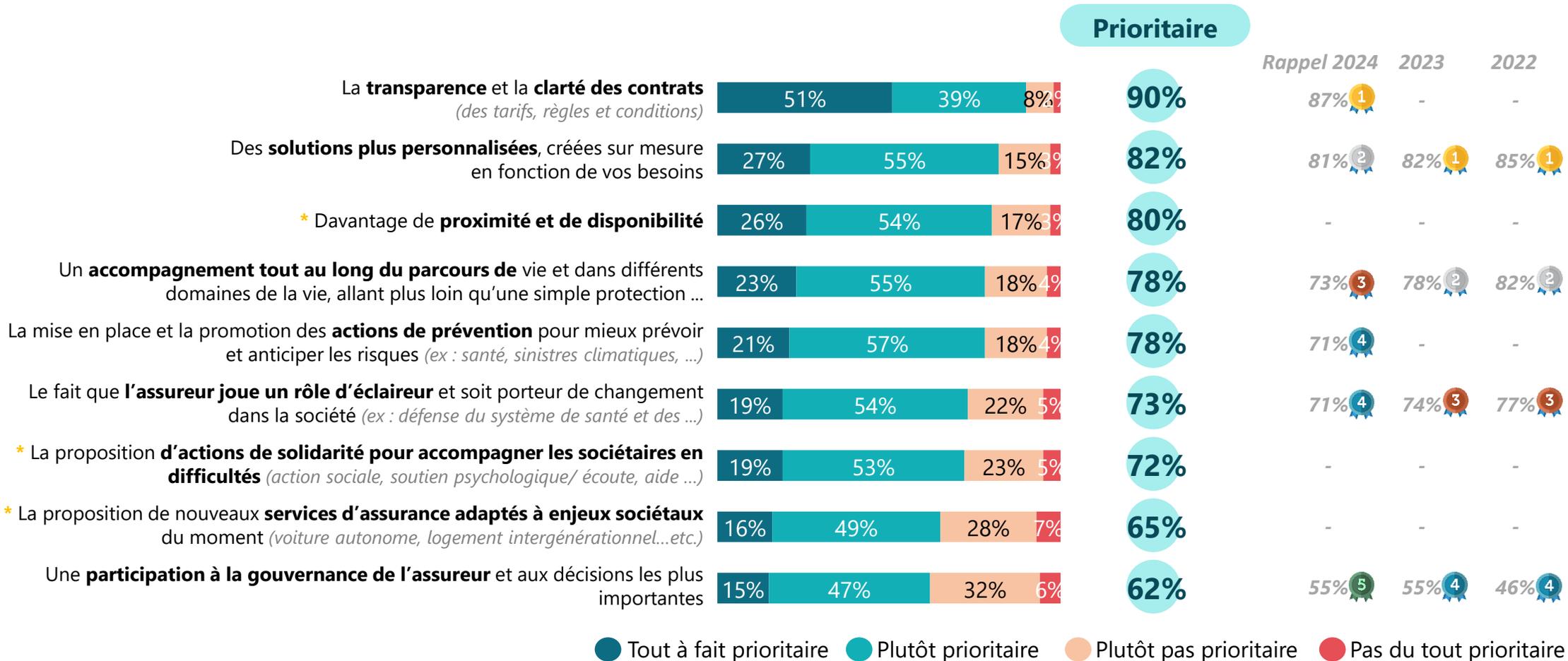
Globalement, les attentes envers les assureurs demeurent fortes et relèvent avant tout de la transparence, de la personnalisation, de la proximité, de l'accompagnement tout au long du parcours de vie et de l'engagement sociétal. Comme en 2024, la transparence est de nouveau l'attente prioritaire.

Q10. Voici différentes attentes qui peuvent être adressées aux assureurs. Pour chacune d'entre elles, indiquez si à titre personnel, pour vous sentir bien protégé (vous et vos proches), vous la considérez comme une attente tout à fait prioritaire, plutôt prioritaire, plutôt pas prioritaire ou pas du tout prioritaire.



Ensemble
N = 3002

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée





ATTENTES PRIORITAIRES POUR SE SENTIR BIEN PROTÉGÉ

Le besoin de transparence est notamment plus fort auprès des Français plus âgés ; Les Français les plus jeunes étant, quant à eux, davantage en attente de services d'assurance adaptés aux enjeux sociétaux du moment.

Q10. Voici différentes **attentes qui peuvent être adressées aux assureurs**. Pour chacune d'entre elles, indiquez si à titre personnel, **pour vous sentir bien protégé** (vous et vos proches), vous la considérez comme **une attente tout à fait prioritaire, plutôt prioritaire, plutôt pas prioritaire ou pas du tout prioritaire**.



Ensemble

N = 3002

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

Prioritaire

La **transparence** et la **clarté des contrats**
(des tarifs, règles et conditions)

90%

Des 65 ans et + : 94% ; Des Inactifs retraités : 94% ; Des moins de 35 ans : 82%

Des **solutions plus personnalisées**, créées sur mesure en fonction de vos besoins

82%

* Davantage de **proximité et de disponibilité**

80%

Un **accompagnement tout au long du parcours de vie** et dans différents domaines de la vie, allant plus loin qu'une simple protection ...

78%

La mise en place et la promotion des **actions de prévention** pour mieux prévoir et anticiper les risques *(ex : santé, sinistres climatiques, ...)*

78%

Le fait que **l'assureur joue un rôle d'éclaireur** et soit porteur de changement dans la société *(ex : défense du système de santé et des ...)*

73%

* La proposition **d'actions de solidarité pour accompagner les sociétaires en difficultés** *(action sociale, soutien psychologique/ écoute, aide ...)*

72%

* La proposition de nouveaux **services d'assurance adaptés aux enjeux sociétaux** du moment *(voiture autonome, logement intergénérationnel...etc.)*

65%

Des moins de 35 ans : 72% ; Habitants Nord Est : 70% ; CSP C : 69% ; Ayant au moins un enfant : 69% ; Des inactifs retraités : 58%

Une **participation à la gouvernance de l'assureur** et aux décisions les plus importantes

62%

Des moins de 35 ans : 66% Des inactifs retraités : 58%



LES DOMAINES OÙ UN ACCOMPAGNEMENT « TOUT AU LONG DU PARCOURS DE VIE » EST ATTENDU

Sur la question spécifique de l'accompagnement tout au long du parcours de vie, les attentes se concentrent sur la préparation au vieillissement, à la fin de vie, sur la gestion de l'épargne et de l'investissement, et sur l'accompagnement en matière de santé.



Ensemble

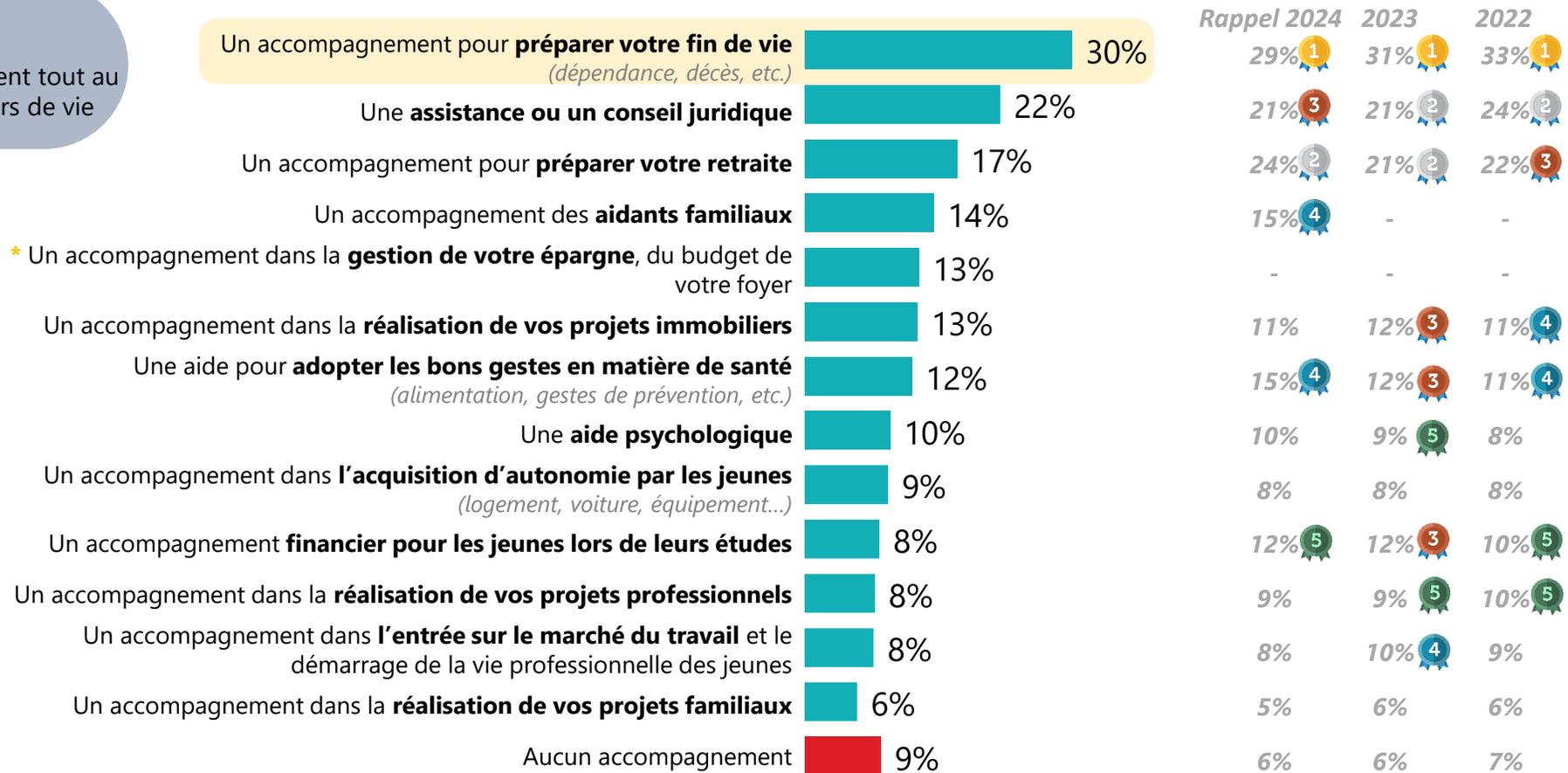
N = 2352

Q11. Et plus précisément, dans quel(s) domaine(s) attendez-vous principalement un accompagnement 'tout au long du parcours de vie' ?

Question posée uniquement à ceux qui considèrent comme prioritaire un accompagnement tout au long du parcours de vie, soit 78% de l'échantillon.

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

Rappel :
78% Veulent un accompagnement tout au long du parcours de vie





LES DOMAINES OÙ UN ACCOMPAGNEMENT « TOUT AU LONG DU PARCOURS DE VIE » EST ATTENDU

Des attentes qui, sans surprise, diffèrent fortement selon l'âge des Français. Les besoins des seniors se focalisent davantage sur les problématiques relatives à la retraite et à la fin de vie, tandis que ceux des plus jeunes portent davantage sur le financement des études, l'accès au monde du travail et la réalisation de projets personnels.



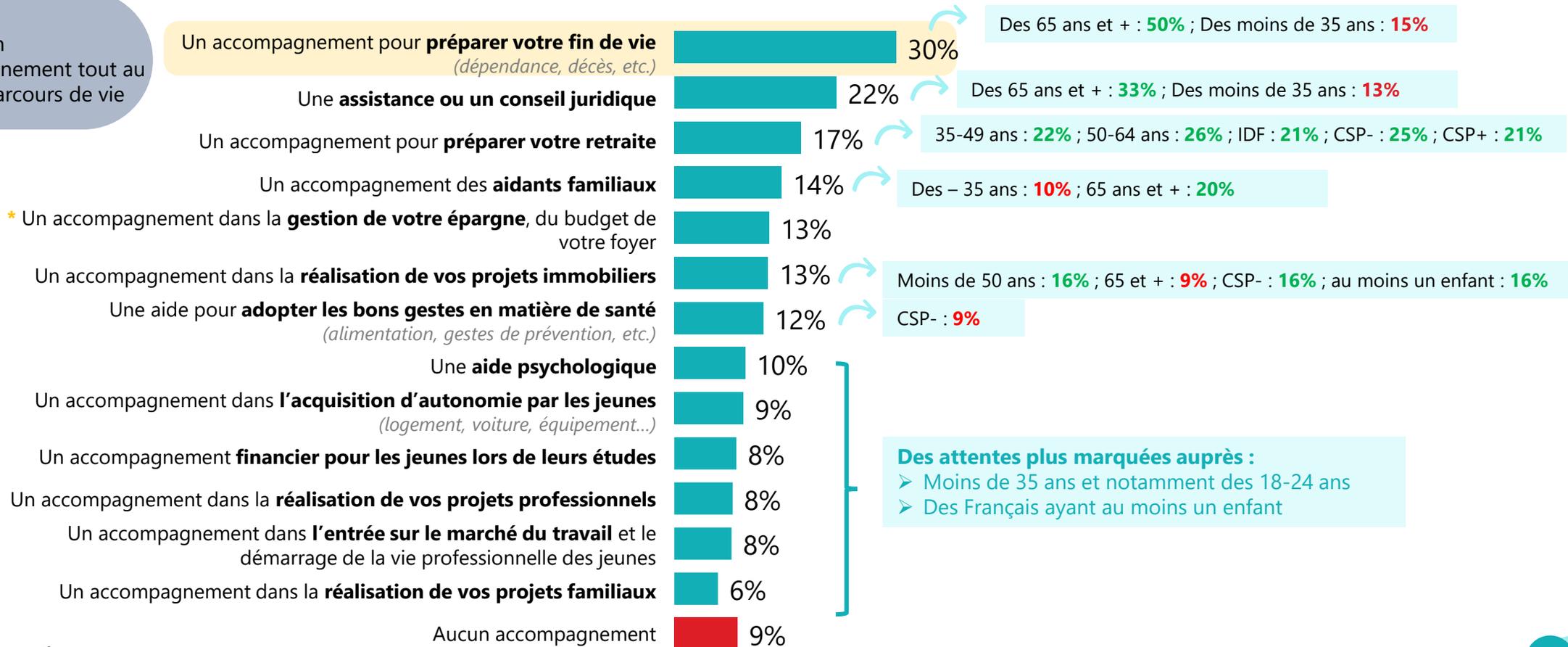
Ensemble
N = 2352

Q11. Et plus précisément, dans quel(s) domaine(s) attendez-vous principalement un accompagnement 'tout au long du parcours de vie' ?

Question posée uniquement à ceux qui considèrent comme prioritaire un accompagnement tout au long du parcours de vie, soit 78% de l'échantillon.

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

Rappel :
78% Veulent un accompagnement tout au long du parcours de vie





LES SUJETS SUR LESQUELS UN ASSUREUR DOIT ÊTRE "ACTEUR DE CHANGEMENT DANS LA SOCIÉTÉ"

Sur la question spécifique de l'engagement sociétal de l'assureur, les attentes des Français vis-à-vis des assureurs se concentrent sur le cœur de métier des acteurs de l'assurance : la sécurité des biens et des personnes ainsi que l'accès aux soins médicaux et la prévention...



Ensemble

N = 2194

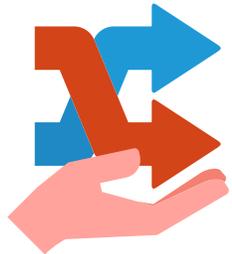
Q12. Et sur quels sujets précisément, attendez-vous qu'un assureur soit acteur de changement dans la société ?

Question posée uniquement à ceux qui considèrent comme prioritaire le fait qu'un assureur soit acteur de changement dans la société, soit 73% de l'échantillon.

Rappel 2024 2023 2022

Rappel :
Veulent que leur assureur soit acteur de changement dans la société

73%



Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée



LES SUJETS SUR LESQUELS UN ASSUREUR DOIT ÊTRE "ACTEUR DE CHANGEMENT DANS LA SOCIÉTÉ"

...Avec là aussi, des attentes qui diffèrent selon l'âge des Français : la sécurité des biens et des personnes ainsi que l'accès aux soins médicaux pour les plus âgés et les inégalités, la précarité, ou encore le chômage pour les plus jeunes.



Ensemble

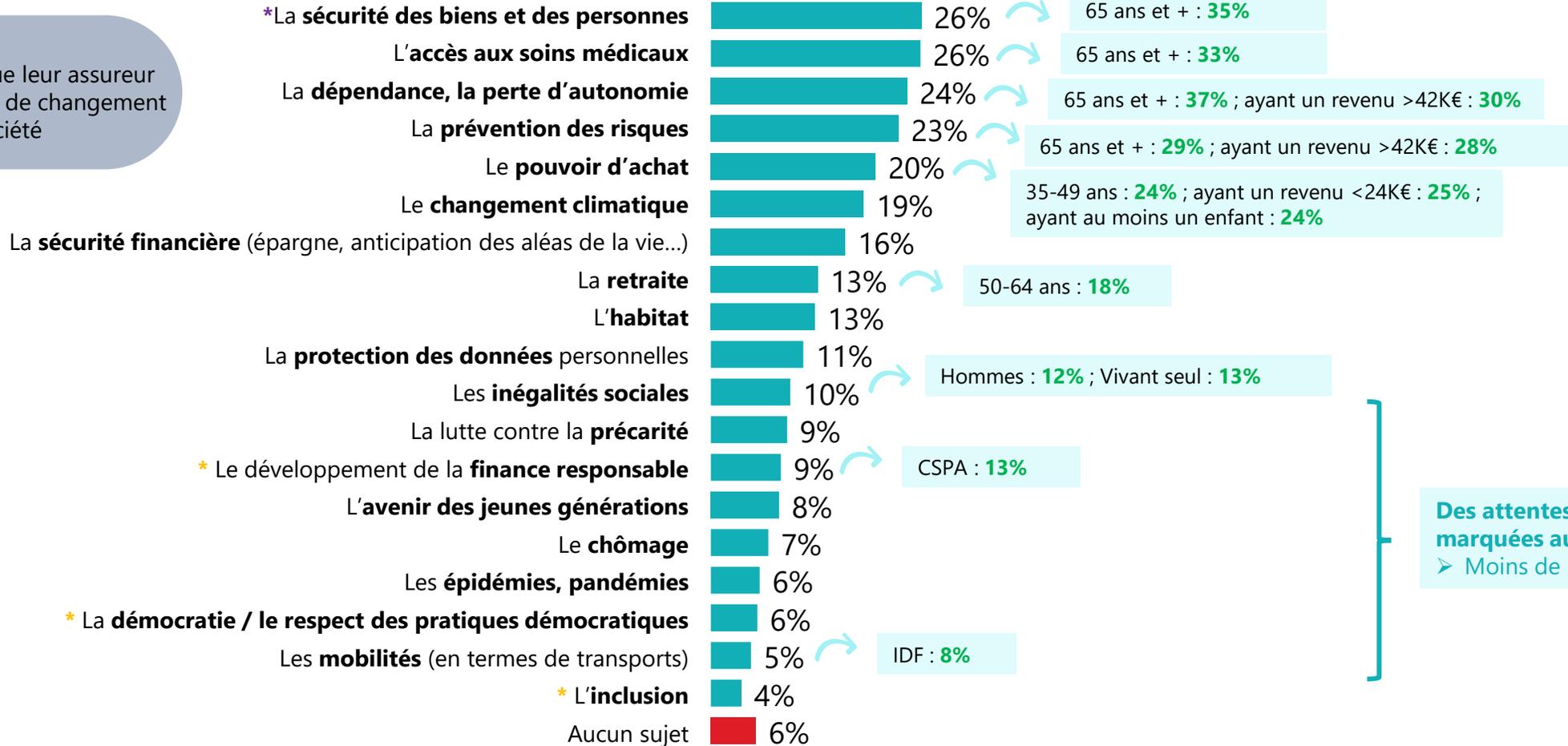
N = 2194

Q12. Et sur quels sujets précisément, attendez-vous qu'un assureur soit acteur de changement dans la société ?

Question posée uniquement à ceux qui considèrent comme prioritaire le fait qu'un assureur soit acteur de changement dans la société, soit 73% de l'échantillon.

Question existante en 2024 mais liste d'items modifiée

Rappel :
73% Veulent que leur assureur soit acteur de changement dans la société



Des attentes plus marquées auprès :
➤ Moins de 35 ans



ATTENTES ENVERS L'ASSUREUR EN MATIÈRE DE PRÉVENTION

En termes d'actions de prévention, les Français attendent principalement la proposition de nouveaux produits personnalisés et adressés aux Français les plus vertueux, des conseils et outils pour sécuriser leurs logements face aux aléas climatiques, et des solutions pour mieux anticiper la dépendance.



Ensemble

N = 2355

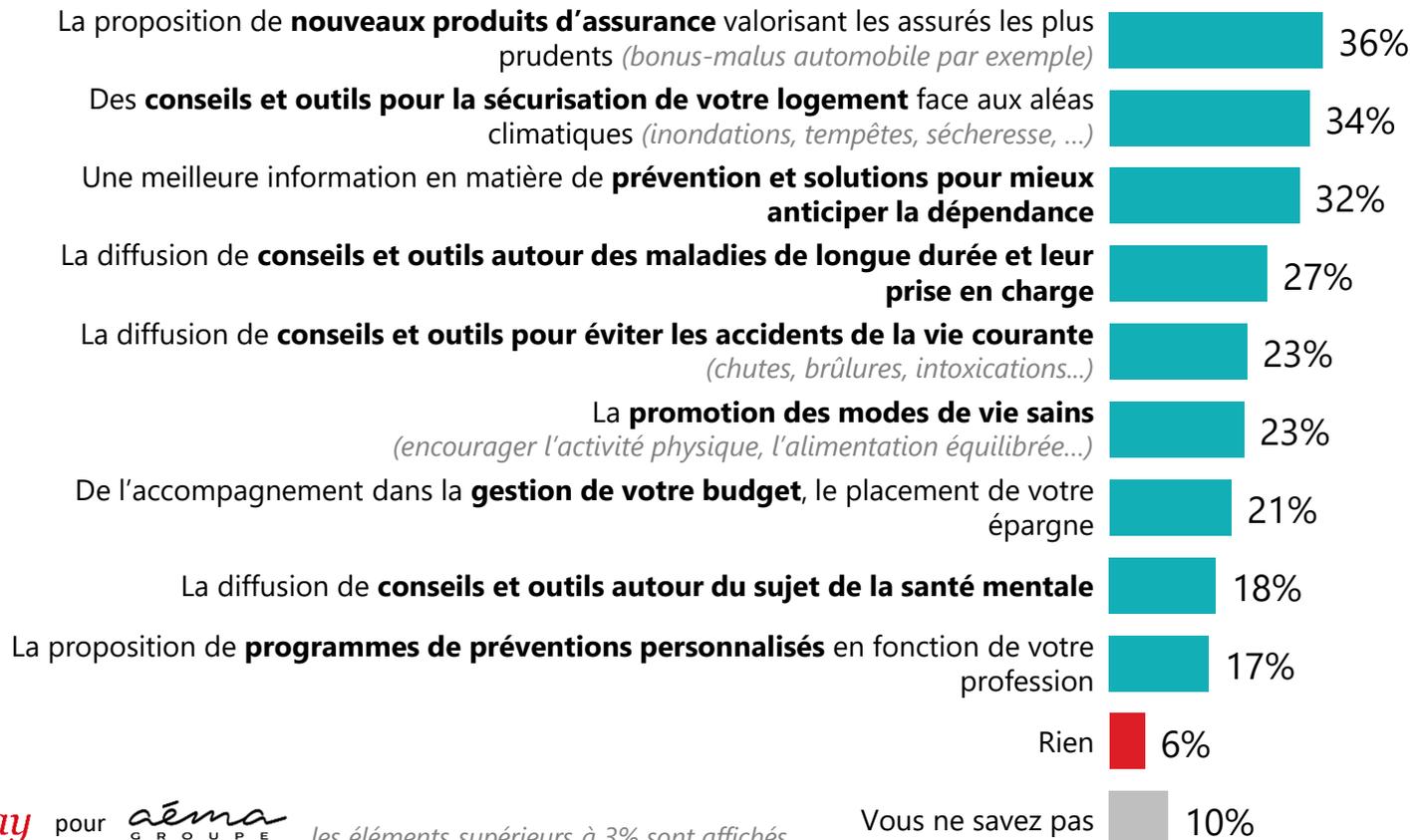
Nouvelle question

Q13. Et concrètement, qu'attendez-vous de votre assureur en termes d'actions de prévention ?

78%

Rappel :

Veulent la mise en place et la promotion d'actions de prévention





ATTENTES ENVERS L'ASSUREUR EN MATIÈRE DE PRÉVENTION

Des attentes qui diffèrent fortement selon l'âge : la personnalisation des offres et l'anticipation des besoins de dépendance étant davantage des attentes formulées par les seniors. La promotion de modes de vie sains, l'accompagnement dans la gestion de son budget et face aux problématiques de santé mentale étant davantage des préoccupations pour les moins de 35 ans.



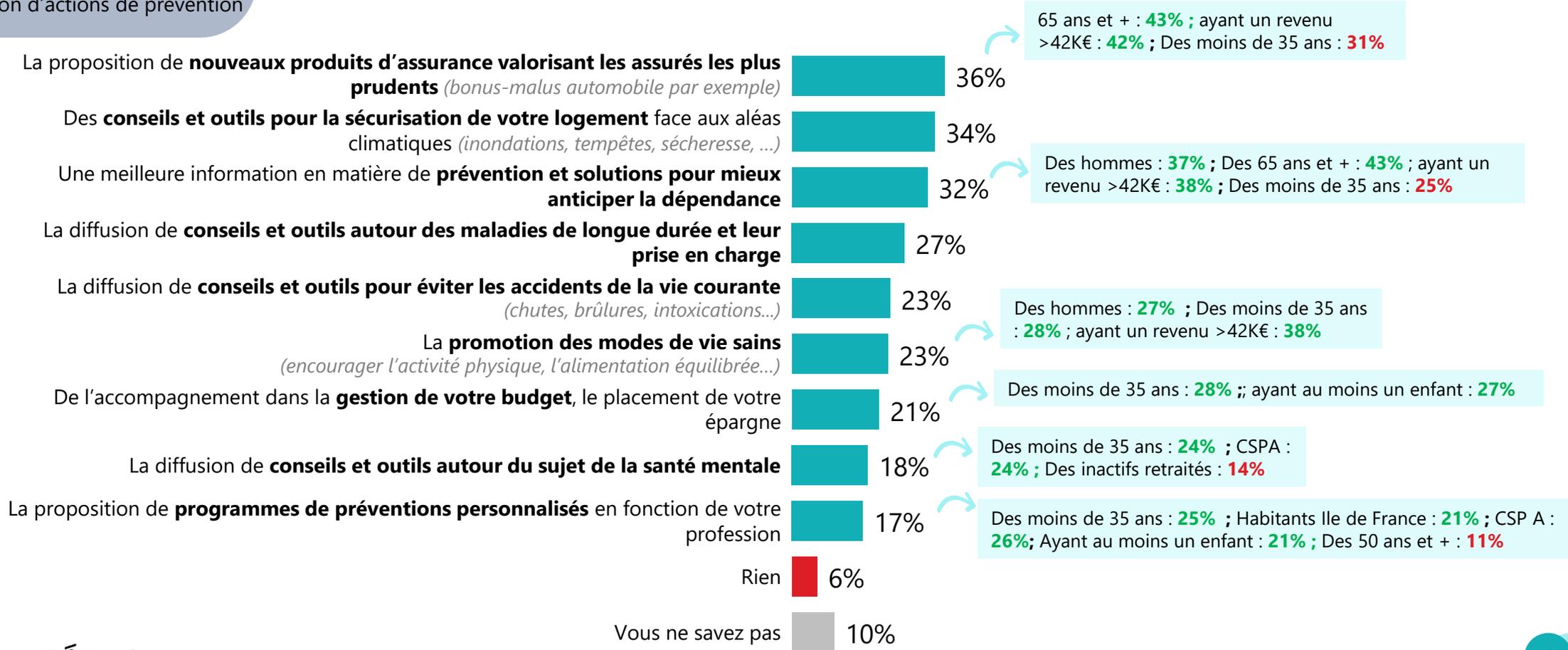
Ensemble
N = 2355

Nouvelle question

Q13. Et concrètement, qu'attendez-vous de votre assureur en termes d'actions de prévention ?

78%

Rappel :
Veulent la mise en place et la promotion d'actions de prévention





03

Face au manque d'éducation financière des Français, notamment en matière d'ISR, la question de leur sensibilisation et de leur accompagnement représente une opportunité pour les assureurs pour le futur de la protection



DEGRE DE MAITRISE DE L'ÉPARGNE

La question de la gestion de l'épargne est un sujet segmentant. A date, près d'1 français sur 2 a un rapport flou voire inexistant à cet enjeu. C'est tout particulièrement le cas des femmes, des ruraux, des bas revenus et des personnes sans emploi. A l'inverse, les Français les plus jeunes se déclarent davantage connaisseurs.



Ensemble

N = 3002

Nouvelle question

D1. Tout d'abord, parlons de votre **rapport à l'épargne**. De laquelle de ces affirmations vous sentez-vous le plus proche ?

Vous **connaissez la plupart des possibilités** d'épargne et d'investissement et **vous vous servez de vos connaissances pour gérer** votre épargne et investir



22%

Vous **connaissez les grandes possibilités** en matière d'épargne et d'investissement et **vous essayez de vous servir de vos connaissances** pour gérer votre épargne et investir



32%

Vous **connaissez les grands principes et notions** en matière d'épargne et de placements financiers **mais cela reste assez flou pour vous**



27%

Vous **ne maitrisez pas du tout ces sujets** et vous ne vous y intéressez pas



19%

54%

Connait **suffisamment** pour pouvoir gérer son épargne et investir

Un rapport à l'épargne plus connu auprès...

- Des hommes : **64%**
- Des moins de 35 ans : **59%**, en particulier les 25-34 ans : **63%**
- Des habitants d'IDF : **62%**
- CSPA : **72%**
- Au moins un enfant de 18 ans : **58%**
- Ayant un revenu >42K€ : **68%**

46%

Connait mais cela reste **flou ou ne maitrise pas**

Un rapport à l'épargne flou ou non maitrisé plus marqué auprès...

- Des femmes : **55%**
- Habitants en zone rurale : **53%**
- Des inactifs hors retraités : **56%**
- CSP- : **53%**
- Ayant un revenu <24K€ : **57%**



IMPACT DES CHOIX D'ÉPARGNE SUR LES TRANSITIONS ACTUELLES

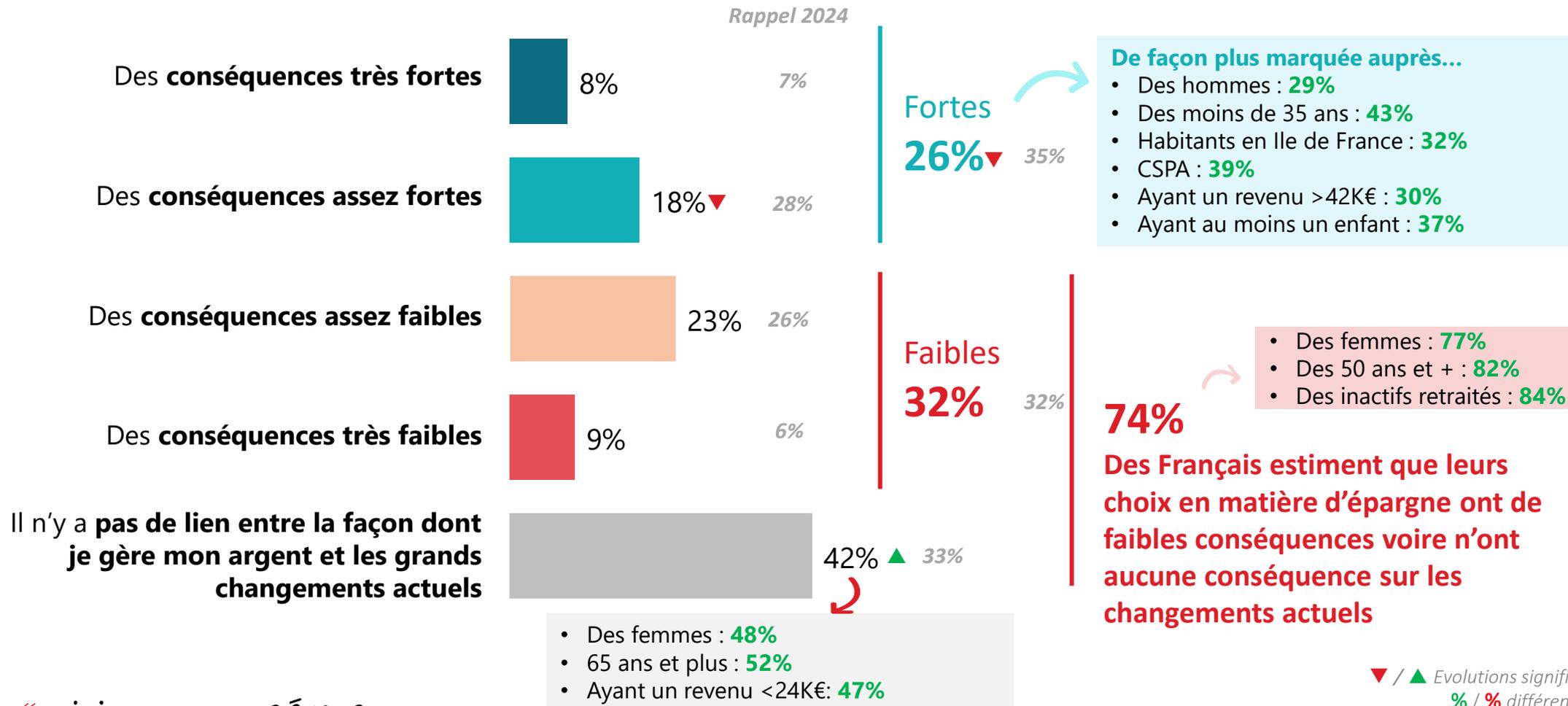
Cette méconnaissance transparait également au-travers de la faible conscience qu'ont les Français de l'impact de leurs choix en matière d'épargne sur les changements sociétaux actuels. Un constat moins marqué auprès des jeunes et des hauts revenus.



Ensemble
N = 3002

Question existante en 2024

D4. Selon vous, est-ce que vos **choix en matière d'épargne et de placements financiers ont des conséquences sur les changements actuels** (transition environnementale, climatique, évolutions économiques, sociétales...) ?



▼ / ▲ Evolutions significatives par rapport à 2024
% / % différence significative vs le total



SOURCES D'INFORMATION EN MATIERE D'ÉPARGNE ET DE PLACEMENTS FINANCIERS

En matière d'épargne, les Français qui s'informent passent principalement par des professionnels, leur entourage et des sites internet spécialisés. A noter : les Français les plus jeunes et les familles tendent à davantage s'informer sur ce sujet.



Ensemble
N = 3002

Nouvelle question

D3. Comment vous informez-vous en matière d'épargne et de placements financiers ?

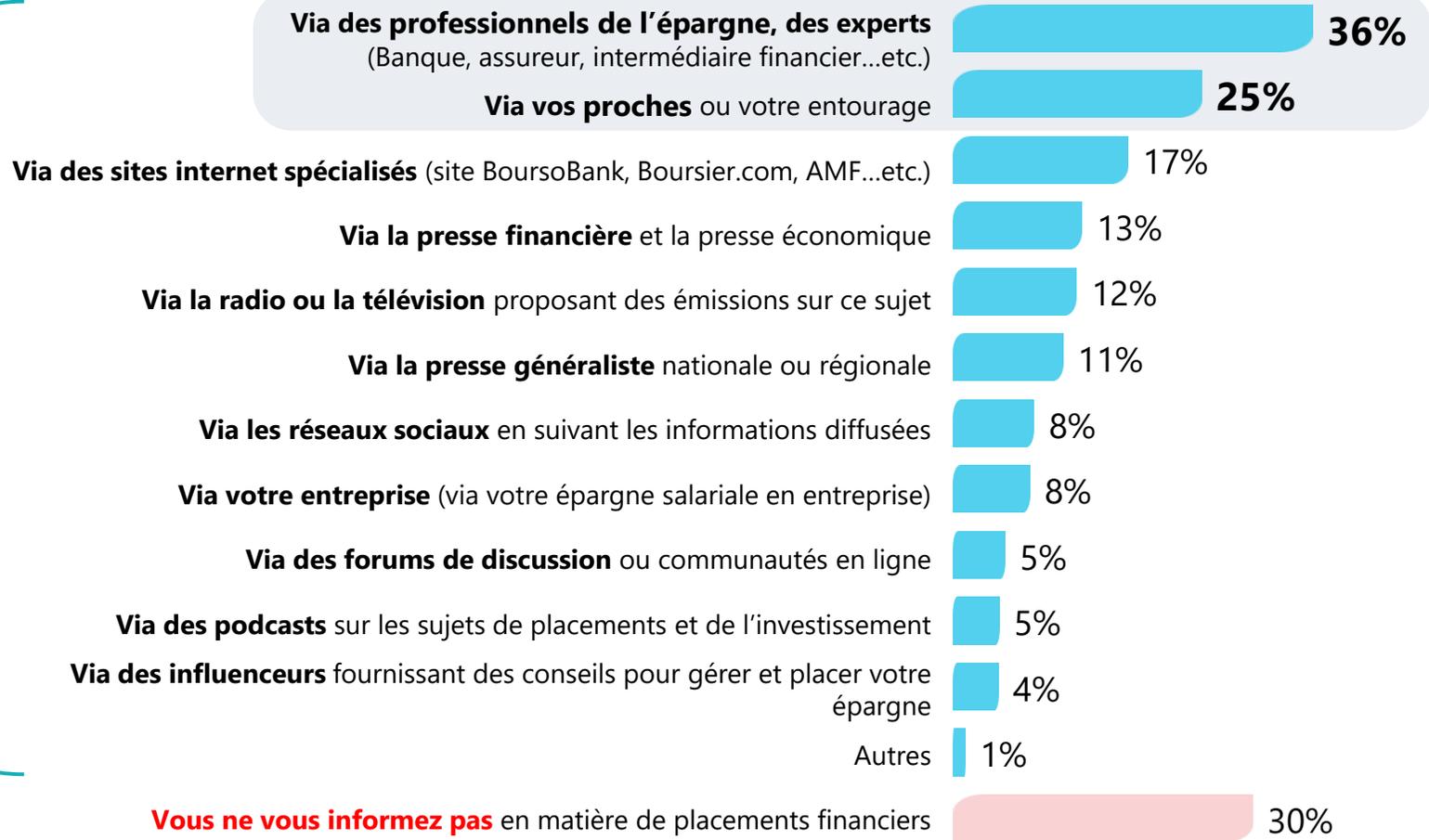
70%
Des Français s'informent en matière d'épargne et de placement

Une prise d'information plus marquée auprès...

- Des hommes : **77%**
- Des moins de 35 ans : **77%**, notamment des 25-34 ans : **80%**
- Habitants en Ile de France : **74%**
- CSP+ : **80%**
- En couple : **74%**
- Ayant au moins 1 enfant de 18 ans : **75%**

Une prise d'information moins marquée auprès...

- CSPC : **66%**
- Des inactifs retraités : **60%**





ACTEUR PRIVILÉGIÉ POUR GÉRER SON ÉPARGNE ET SES INVESTISSEMENTS

Au sein des professionnels de l'épargne, les banques traditionnelles sont de loin les acteurs les plus sollicités par les Français. Le recours à l'assureur demeurant une pratique marginale.

D3bis. Vers quel acteur vous tournez-vous principalement pour être bien conseillé et gérer votre épargne ou vos investissements ?

Question posée uniquement à ceux qui s'informent via des professionnels de l'épargne, soit 36% de l'échantillon



Ensemble
N = 1074

Nouvelle question

36%

Des Français s'informent en matière d'épargne via des professionnels de l'épargne, des experts



Une banque traditionnelle 59%

Des 50 ans et + : 65% ; Des moins de 35 ans : 44% ; Des habitants d'IDF : 45% ; CSPA : 43%

Un intermédiaire financier 13%

Moins de 35 ans : 18% notamment les 18-24 ans : 22% ; Des habitants d'IDF : 20%

Une banque privée 12%

Un assureur ou assureur mutualiste 8%

Une banque digitale 5%

Moins de 35 ans : 11% ; CSPA : 13%

Aucun 3%



MOTIVATIONS PRINCIPALES À ÉPARGNER

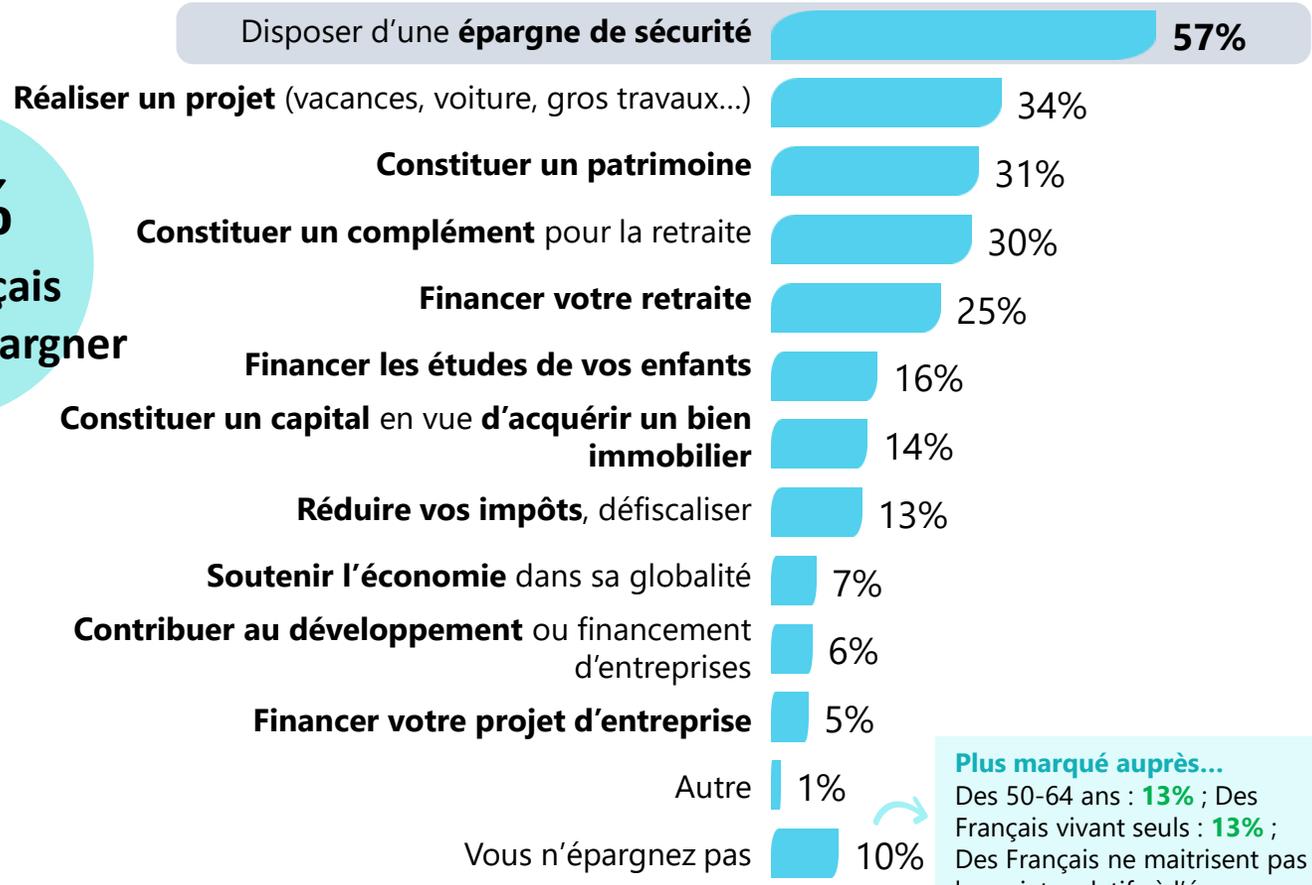
L'épargne des Français demeure avant tout une épargne de précaution : La constitution d'une épargne de sécurité étant le premier objectif recherché, suivi du financement d'un projet et de la préparation de sa retraite. Logiquement, ces raisons diffèrent fortement selon l'âge des Français, avec notamment les Français les plus jeunes davantage motivés par des projets de vie et le souhait d'agir pour la société.



Ensemble
N = 3002
Nouvelle question

D1b. En général, **quelles sont toutes les raisons qui vous poussent à épargner ?**

90%
Des Français
déclarent épargner



Plus marqué auprès...
Des 50-64 ans : **13%** ; Des Français vivant seuls : **13%** ; Des Français ne maîtrisent pas les sujets relatifs à l'épargne et ne s'y intéressent pas : **35%**

	Moins de 35 ans	Plus de 35 ans	Entre 35 et 64 ans	65 ans et plus	CSPA
Disposer d'une épargne de sécurité	42%	62%	57%	72%	52%
Réaliser un projet (vacances, voiture, gros travaux...)	39%	33%	33%	31%	34%
Constituer un patrimoine	31%	31%	27%	37%	39%
Constituer un complément pour la retraite	20%	33%	37%	25%	33%
Financer votre retraite	21%	27%	31%	18%	30%
Financer les études de vos enfants	19%	15%	20%	6%	23%
Constituer un capital en vue d'acquérir un bien immobilier	28%	10%	13%	4%	22%
Réduire vos impôts, défiscaliser	18%	12%	11%	14%	23%
Soutenir l'économie dans sa globalité	14%	4%	4%	4%	14%
Contribuer au développement ou financement d'entreprises	13%	4%	5%	2%	12%
Financer votre projet d'entreprise	16%	2%	3%	0%	11%
Autre	1%	2%	1%	3%	0%
Vous n'épargnez pas	10%	10%	11%	9%	4%



Définition de l'investissement socialement responsable



Les produits financiers (d'épargne ou d'investissement) " socialement responsable" **se définissent comme des placements visant à concilier performance économique et impact social et environnemental.** Cela se traduit par des investissements/financements dans des entreprises plus "responsables" et l'exclusion de secteurs controversés (armes, tabac, énergies fossiles...etc.) dans vos produits d'épargne.





CONNAISSANCE DES INVESTISSEMENTS SOCIALEMENT RESPONSABLES (ISR) 1/2

Si une majorité de Français déclare connaître les produits d'investissement socialement responsables (notamment les hauts revenus et les jeunes)...

D5. Avant de participer à cette enquête, **connaissiez-vous l'existence de ces investissements socialement responsable ?**



Ensemble

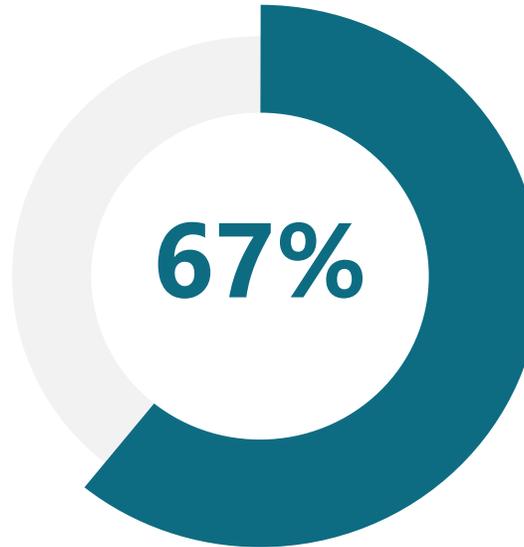
N = 3002

Nouvelle question



Une connaissance moins marquée auprès...

- Des 50 ans et + : **64%**
- Des habitants des communes rurales : **63%**
- Des inactifs : **63%**
- Des personnes vivant seules : **64%**



Une connaissance plus marquée auprès...

- Des hommes : **74%**
- Des moins de 35 ans : **72%**, notamment des 25-34 ans : **76%**
- Habitant en Ile de France : **72%**
- CSPA : **82%**
- Ayant un revenu >42K€ : **79%**
- Ayant au moins un enfant : **71%**

des Français déclarent connaître l'existence des investissements socialement responsable



CONNAISSANCE DES INVESTISSEMENTS SOCIALEMENT RESPONSABLES (ISR) 2/2

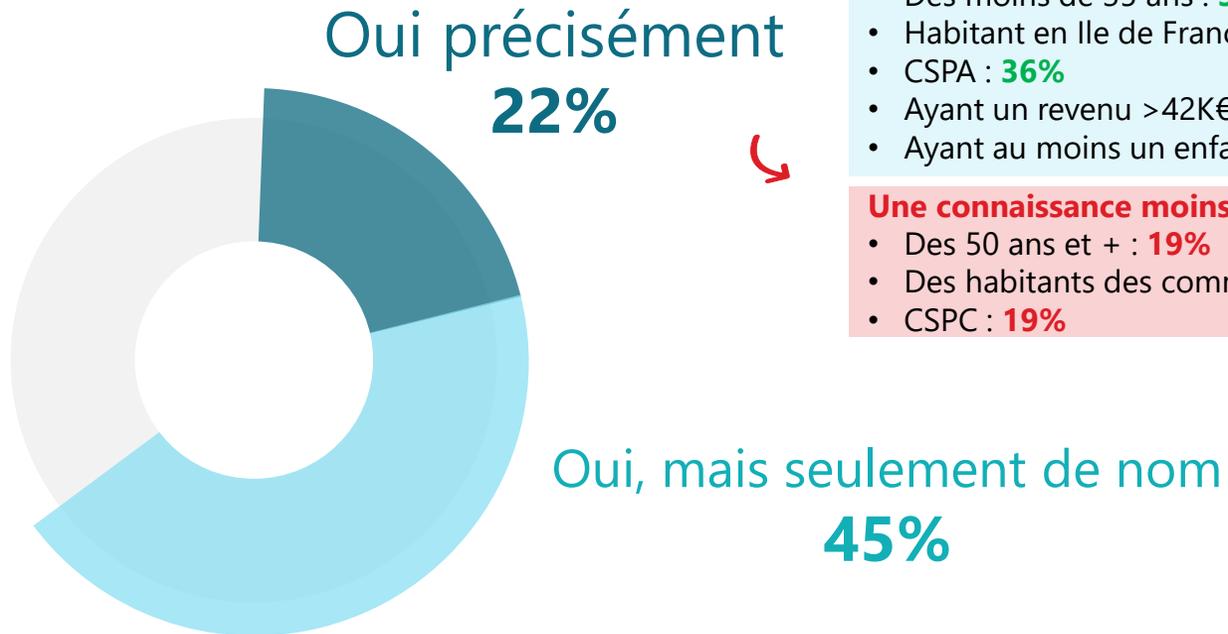
... cette connaissance est à relativiser puisqu'elle est avant tout superficielle : seulement 1/4 des Français déclare savoir précisément de quoi il s'agit.

D5. Avant de participer à cette enquête, **connaissiez-vous l'existence de ces investissements socialement responsable ?**



Ensemble
N = 3002

Nouvelle
question



Une connaissance plus marquée auprès...

- Des hommes : **27%**
- Des moins de 35 ans : **30%**
- Habitant en Ile de France : **27%**
- CSPA : **36%**
- Ayant un revenu >42K€ : **32%**
- Ayant au moins un enfant : **26%**

Une connaissance moins marquée auprès...

- Des 50 ans et + : **19%**
- Des habitants des communes rurales : **18%**
- CSPC : **19%**



PRODUITS UTILISÉS POUR DES INVESTISSEMENTS ISR

Cette méconnaissance va également de pair avec une surdéclaration de la part de détenteurs d'au moins un placement ISR.

D6. Avez-vous déjà effectué un investissement socialement responsable (ISR) via chacun des produits suivants ?



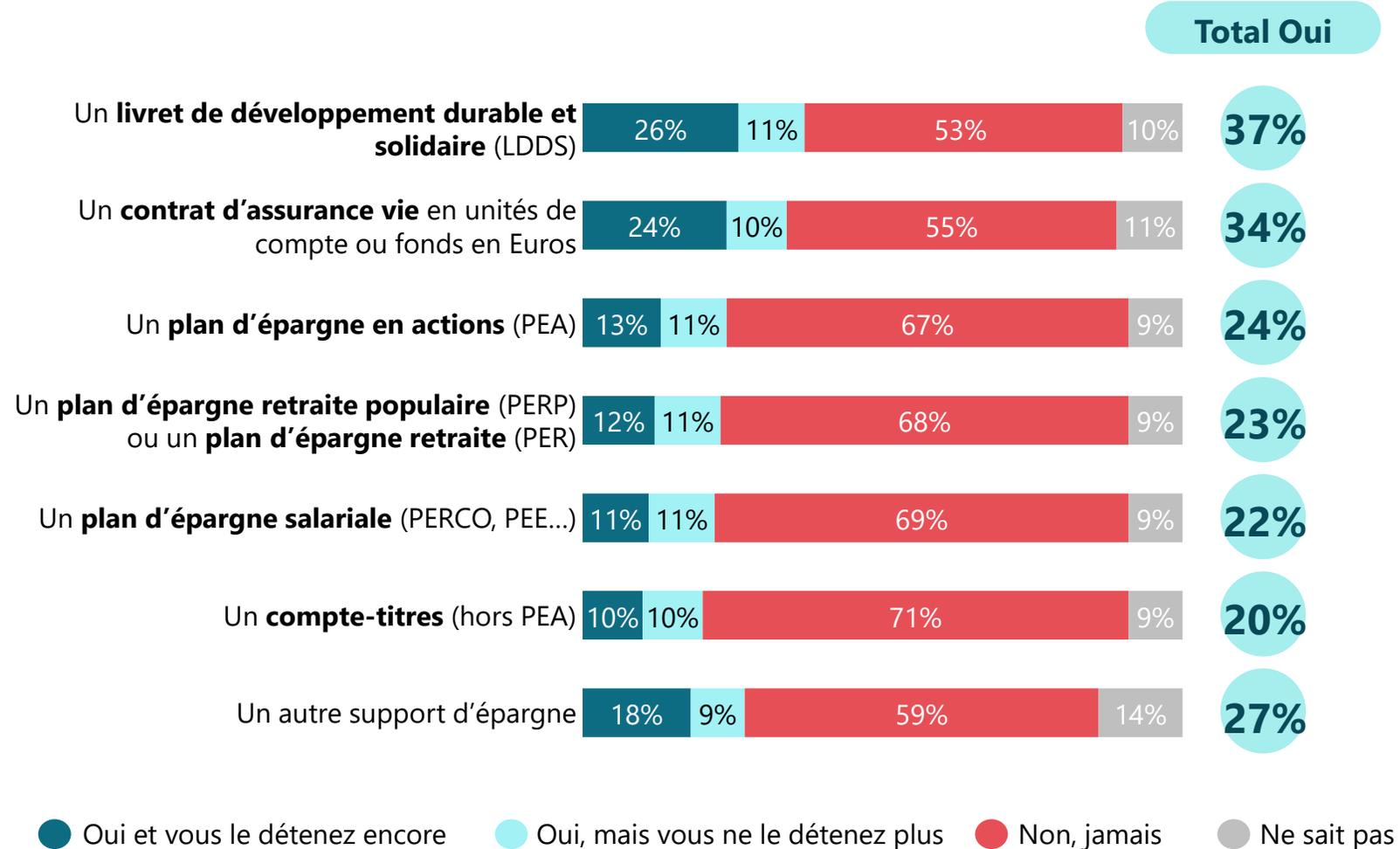
Ensemble

N = 3002

Nouvelle question

50%
Des Français déclarent détenir actuellement un produit ISR

NB : En 2023, 8% des Français étaient détenteurs de placements diversifiés responsables (Source : Observatoire de la finance responsable de l'AMF)





IMPORTANCE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX DANS LES OFFRES FINANCIÈRES

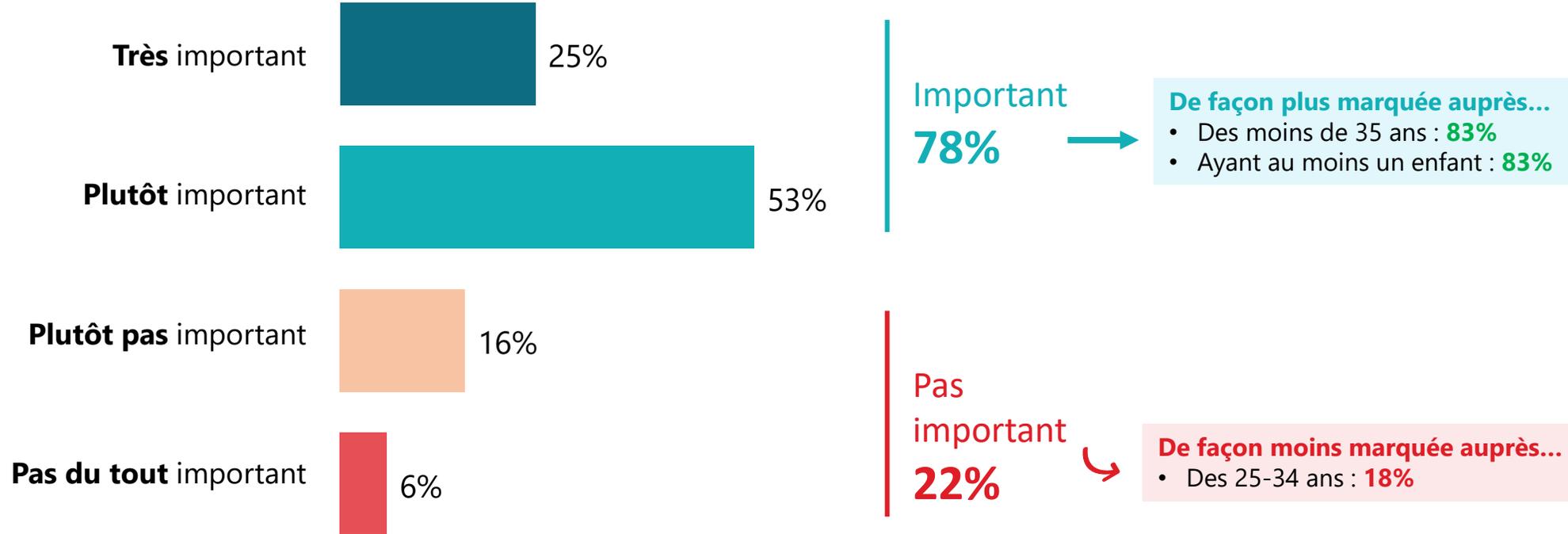
Or, $\frac{3}{4}$ des Français estiment qu'il est important, voire très important, que les établissements financiers prennent en compte les enjeux environnementaux et sociaux dans leurs offres → Si le sujet est méconnu des Français, il demeure important à leurs yeux, notamment auprès des plus jeunes et des familles.



Ensemble
N = 3002

Nouvelle question

D7. Pensez-vous qu'il est important pour les établissements financiers au sens large (banque, assurance, organisme de placements, gestionnaires de patrimoines, etc...) de prendre en compte les enjeux environnementaux et sociaux dans la définition des offres qu'ils proposent à leurs clients ?





PRIORITÉS D'ACTION POUR L'INVESTISSEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE

Les Français qui estiment que l'investissement socialement responsable devrait agir en priorité sur l'alimentation durable, l'habitat durable, la transition énergétique ainsi que sur l'action sociale. Les Français les plus jeunes étant davantage en attente d'actions de solidarité, notamment en matière d'insertion par l'emploi et de soutien scolaire.



Ensemble

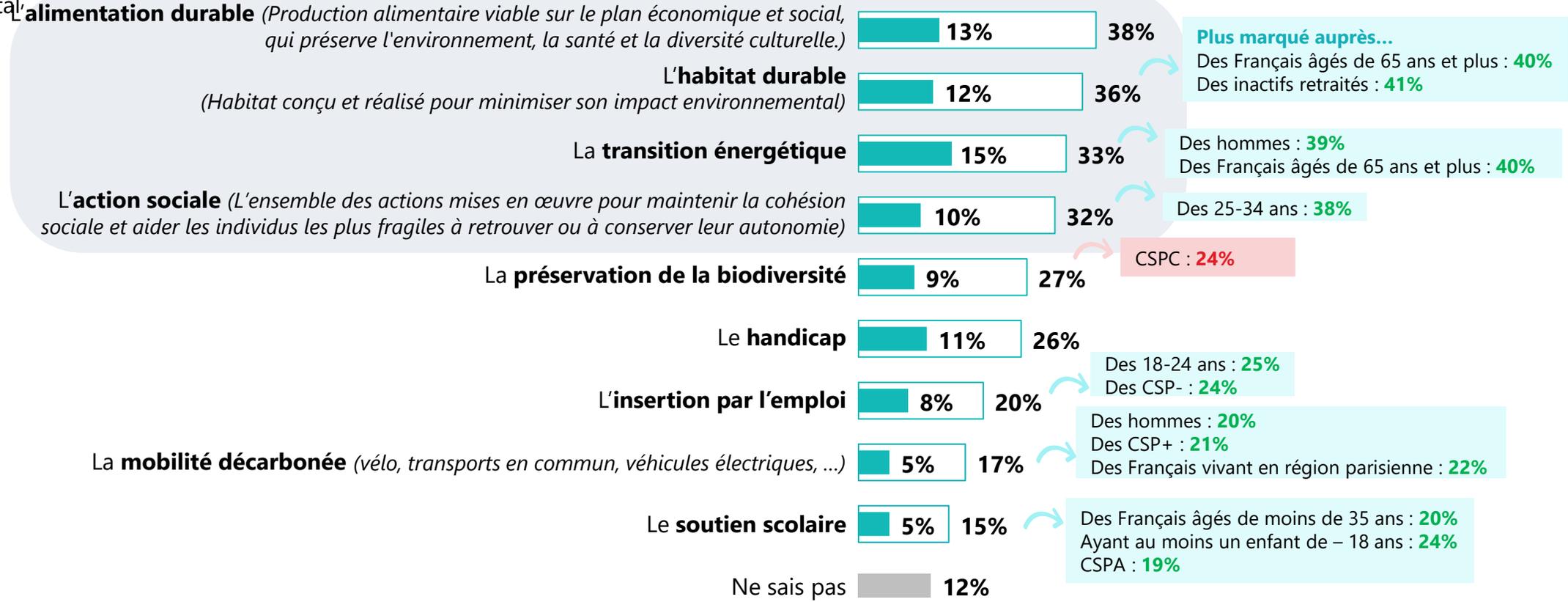
N = 3002

Nouvelle question

D8. Sur quels sujets, l'investissement socialement responsable devrait agir en priorité selon vous ?

En premier

Au total





INTENTION DE PRIVILÉGIER UN ISR

Dans le cadre d'un futur placement, près de la moitié des assurés envisage de privilégier un investissement socialement responsable. Une part qui peut sembler relativement faible au regard de l'importance accordée par les Français à la question du risque climatique mais qui est notamment à mettre en lien avec la méconnaissance de ces derniers en matière de placements financiers. Cette intention est toutefois plus élevée auprès des jeunes, des familles et des CSP les plus élevés.



Ensemble

N = 3002

Nouvelle question

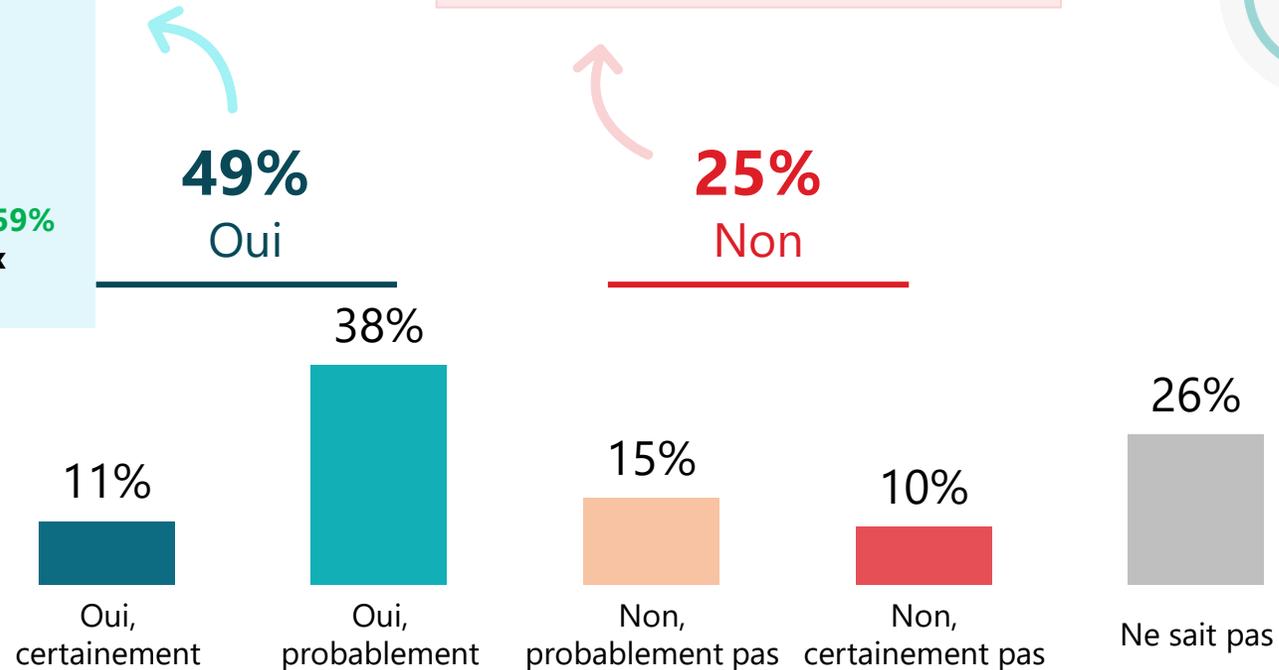
D9. Dans le cadre d'un futur placement financier, **pourriez-vous envisager de privilégier un investissement socialement responsable ?**

Une intention de souscription encore plus marquée auprès...

- Des hommes : **53%**
- Moins de 35 ans : **62%**
- Vivant en Ile de France : **54%**
- CSPA : **61%**
- Ayant au moins un enfant : **56%**
- **Connaissant au moins un peu l'ISR : 59%**
- **Ayant le sentiment d'être exposé aux risques climatiques : 59%**

Une non-intention de souscription plus marquée auprès...

- Des 65 ans et + : **32%**
- Des inactifs retraités : **30%**



* = (80%*Intention certaine) + (20%*Intention probable)



FACTEURS INCITANT À INVESTIR DANS UN PLACEMENT ISR

Parmi les facteurs incitatifs, une meilleure rentabilité, plus de transparence, plus d'information et de preuve quant à l'utilité réelle de l'ISR sont attendues. La recommandation par un proche ou par un organisme indépendant ou public est également un facteur incitatif aux yeux des moins de 35 ans.

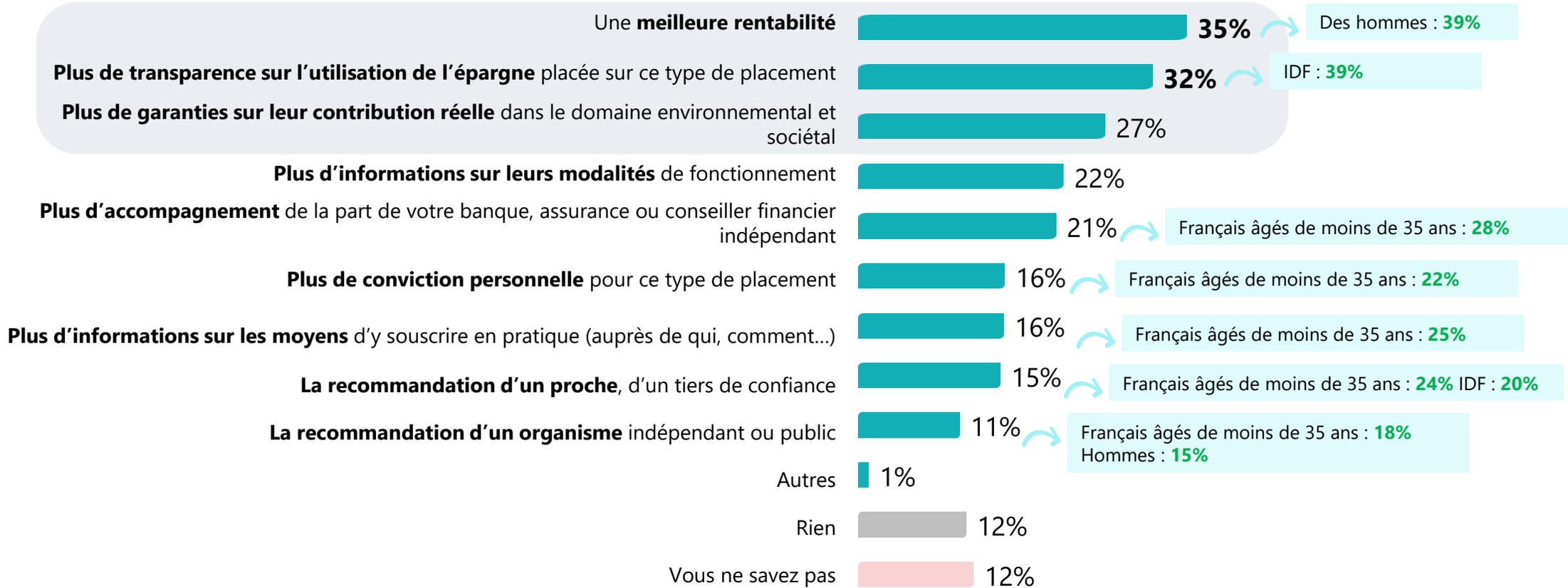


Ensemble

N = 3002

Nouvelle question

D10. Qu'est-ce qui vous inciterait à investir à l'avenir dans un placement socialement responsable ?



Globalement plus marqué auprès ...

➤ Des Français ayant un revenu >42K€



FREINS À L'INVESTISSEMENT DANS UN PLACEMENT ISR

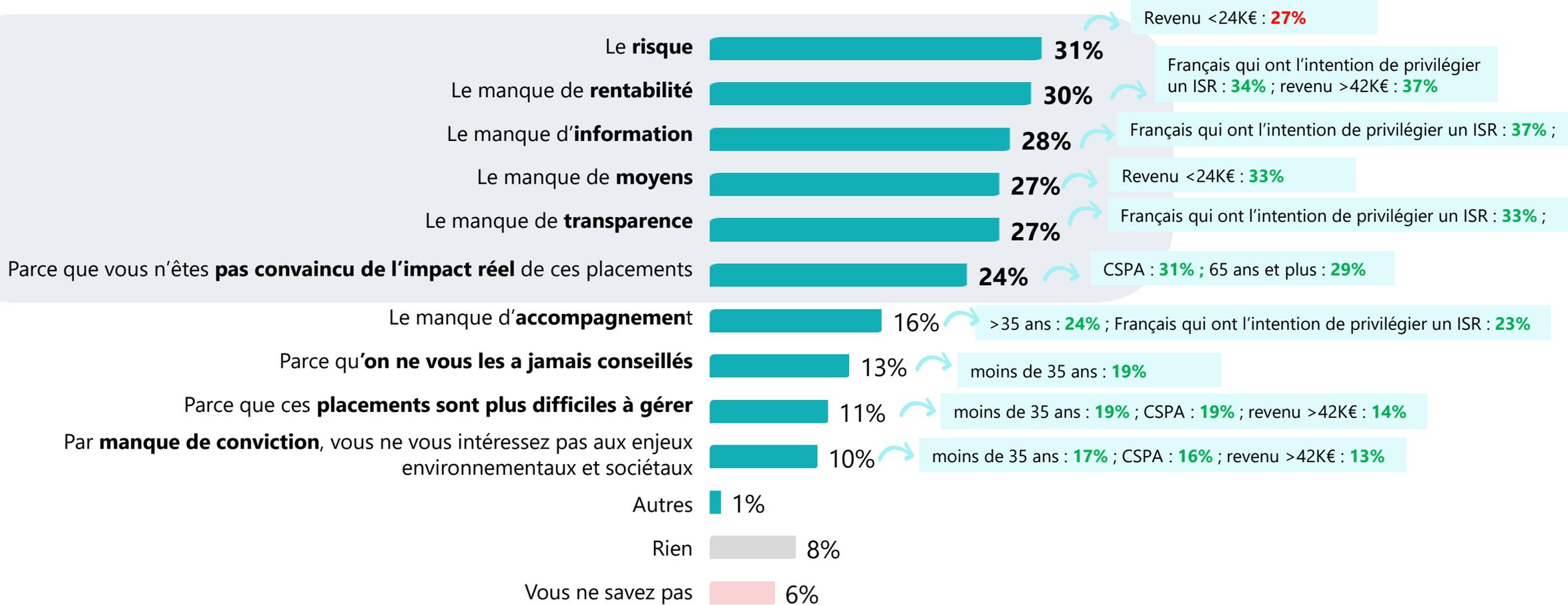
En effet, à date le risque de perte, le manque de rentabilité perçue, le manque d'information, de moyen ou encore de transparence sont les principaux obstacles au développement de l'épargne socialement responsable, y compris auprès des Français ayant l'intention d'investir dans ce type de placement à l'avenir.

D11. Qu'est-ce qui vous freinerait aujourd'hui pour investir dans un placement socialement responsable ?



Ensemble
N = 3002

Nouvelle question





PERFORMANCE DU PLACEMENT ISR ET ACCEPTATION D'UN RENDEMENT MOINDRE

La question du rendement étant particulièrement rédhibitoire, puisqu'1 Français sur 2 ne serait pas prêt à accepter un rendement moindre pour privilégier un placement socialement responsable plutôt qu'un placement classique. Un effort que serait davantage prêt à consentir les jeunes et les familles.



Ensemble
N = 3002

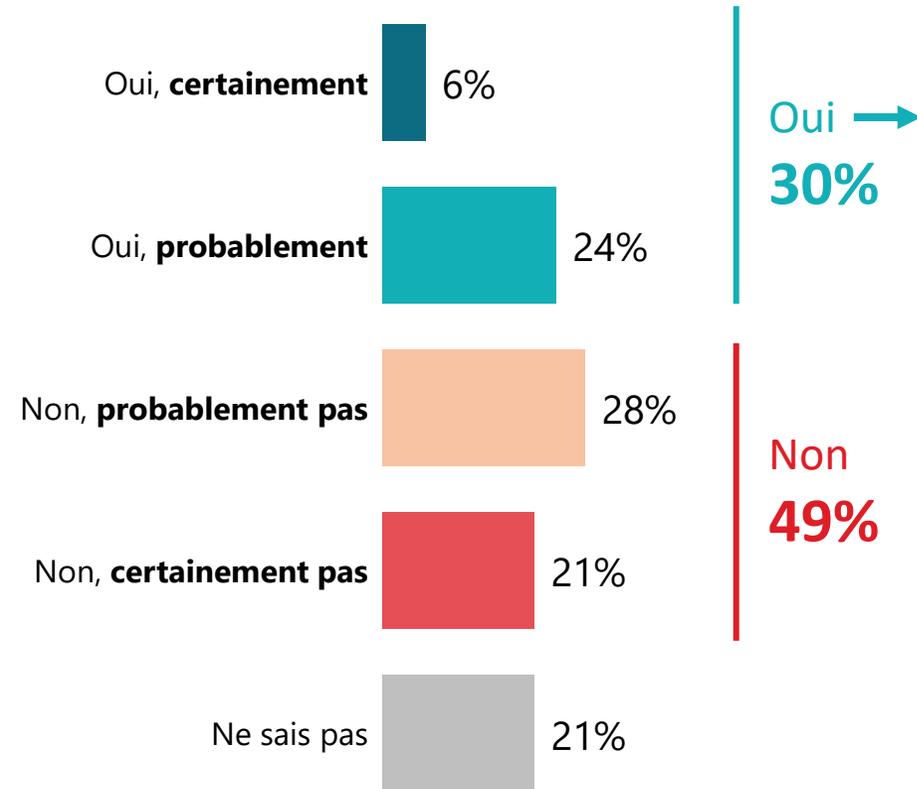
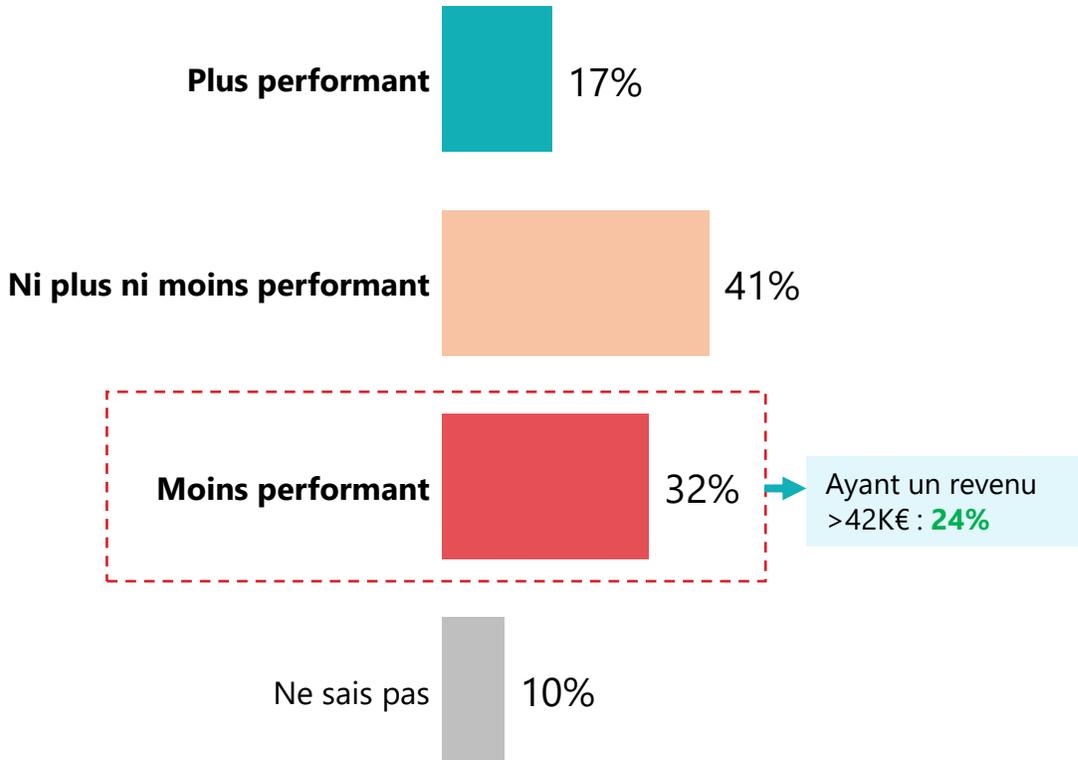
Nouvelle question

D13B. Enfin, diriez-vous que, d'après l'idée que vous vous en faites et par rapport à un placement financier classique, un placement socialement responsable est...

D14. Et, seriez-vous prêt(e) à accepter un rendement moindre pour privilégier un placement socialement responsable plutôt qu'un placement classique ?

Une intention encore plus marquée auprès...

- Moins de 35 ans : 47%
- Des Français habitant en IDF : 39%
- Ayant au moins un enfant : 78%





LÉGITIMITÉ DES ASSUREURS À ACCOMPAGNER EN MATIÈRE D'ISR

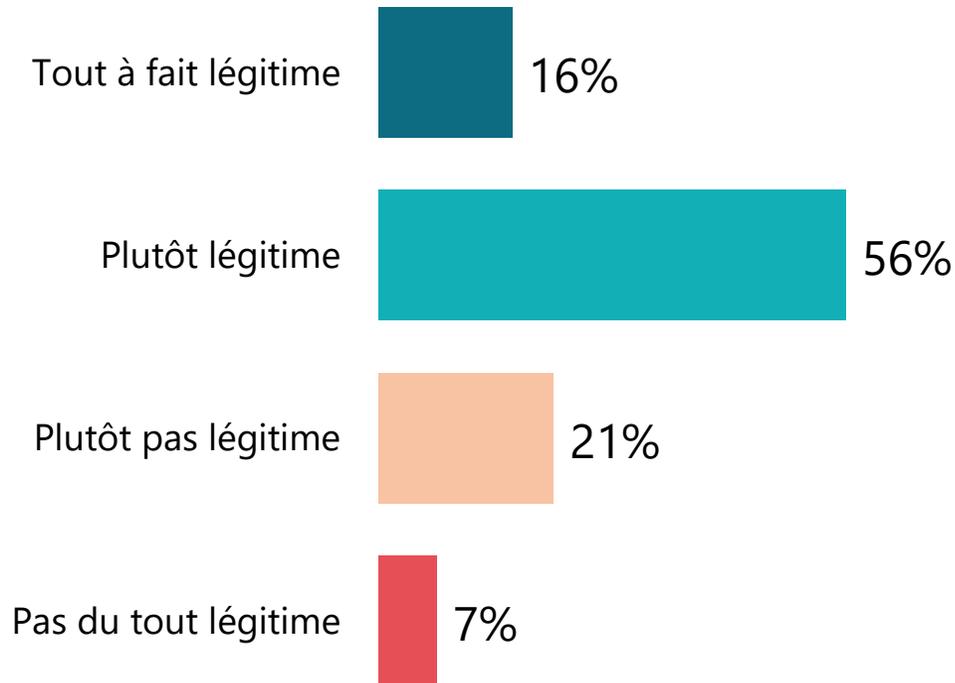
Dans ce contexte, une large majorité de Français, et notamment les plus jeunes, les familles et les Français exposés aux risques climatiques, considère que les assureurs seraient légitimes pour sensibiliser et accompagner leurs clients en matière d'investissement socialement responsable.



Ensemble
N = 157

Nouvelle question

D12. Diriez-vous que les assureurs ne sont tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout légitimes pour sensibiliser et accompagner leurs assurés en matière d'investissement socialement responsable ?



72%
Légitime

28%
Pas légitime

Une légitimité encore plus marquée auprès...

- Moins de 35 ans : **76%**
- CSPA : **76%**
- Des Français ayant un revenu >42K€ : **76%**
- Ayant au moins un enfant : **78%**
- **Connaissant au moins un peu l'ISR : 77%**
- **Ayant le sentiment d'être exposé aux risques climatiques : 77%**
- **Après des Français qui se tournerait vers un assureur bien conseillé et gérer leur épargne : 92%**

- 65 ans et plus : **32%**



SERVICES INTÉRESSANTS EN MATIÈRE D'INVESTISSEMENT ISR PROPOSÉS PAR LES ASSUREURS

Des Français qui, face à leurs assureurs, seraient notamment intéressés par des conseils sur les placements à privilégier, davantage de preuve de l'impact vertueux de ce type de placement, et de la sensibilisation sur leur mode de fonctionnement et les enjeux auxquelles ils répondent.

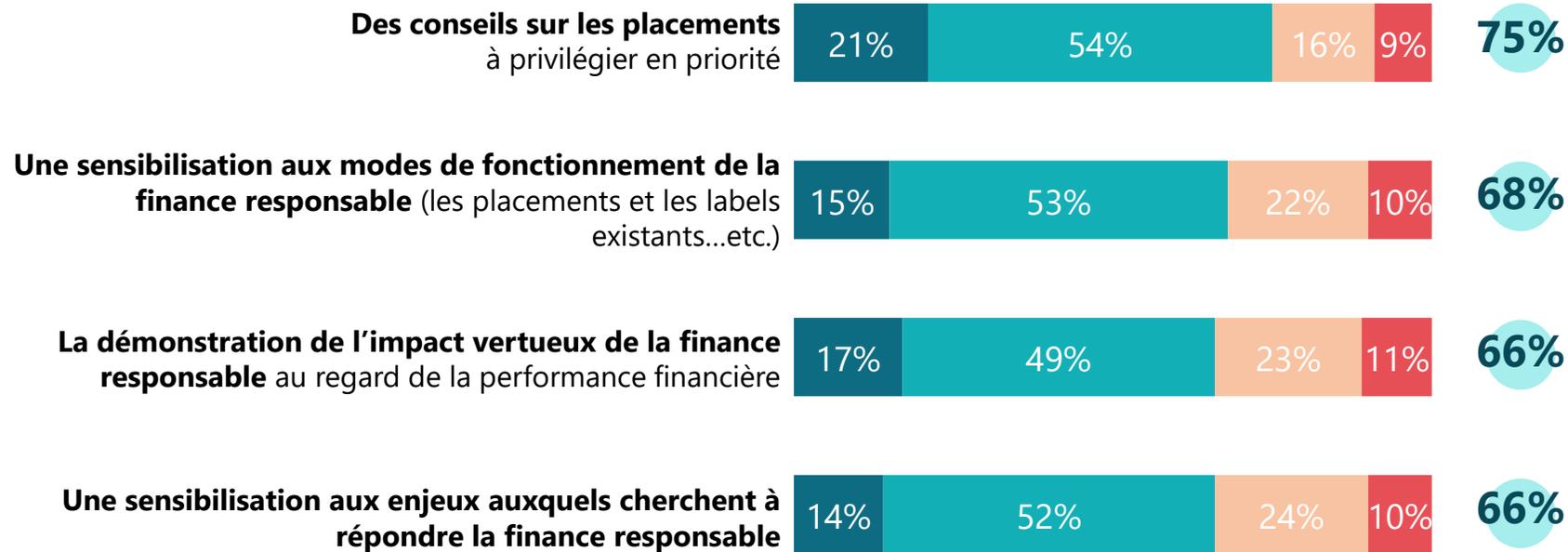


Ensemble
N = 3002

Nouvelle question

D13. Voici une liste de **plusieurs services que pourraient proposer des assureurs en matière d'investissement socialement responsable**. Merci de nous dire si vous les trouvez très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout intéressants.

Intéressant



Sur l'ensemble des dimensions, un intérêt encore plus marqué auprès des Français...

- Moins de 35 ans
- CSP+
- ayant un revenu >42K€
- ayant au moins un enfant
- connaissant au moins un peu l'ISR
- ayant le sentiment d'être exposé aux risques climatiques

À l'inverse moins marqué auprès ...

- Des 65 ans et plus
- Des Français ayant un revenu <24K€

● Très intéressant ● Plutôt intéressant ● Plutôt pas intéressant ● Pas du tout intéressant



La synthèse





Principaux enseignements (1/4)

Préoccupés par la situation économique, sociale et géopolitique, les Français sont toujours fortement en attente de protection et d'accompagnement pour faire face à des difficultés avant tout personnelles.

Bien que le sentiment de protection des Français se soit légèrement amélioré au-cours des 12 derniers mois, leurs préoccupations relatives à leur situation économique, leur santé (physique ou mentale) leur autonomie, leur exposition aux risques climatiques et à leur sécurité (physique, morale ou numérique) **sont demeurées fortes.**

Dans ce cadre, **leur besoin d'accompagnement reste très présent et concerne avant tout des risques concrets susceptibles d'impacter leur quotidien**, avec par ordre de priorité :

- **Le risque de diminution du pouvoir d'achat** et par extension la question de la précarité voire du déclassement social
- **Le risque de ne pas pouvoir se faire soigner** pour des raisons économiques mais aussi de désert médical
- Celui de **ne pas pouvoir rester en bonne santé** et de **perdre en autonomie**, du fait notamment du vieillissement
- Le risque de ne pas être **protéger face aux aléas climatiques**
- Et enfin, le risque de ne pas être **protégé face à la violence physique et mentale**

Notons que ces besoins d'accompagnement prioritaires diffèrent principalement en fonction de l'âge : les seniors ainsi sont davantage soucieux de leur santé et de leur autonomie, là où les Français les plus jeunes souhaitent davantage être accompagnés pour faire face aux enjeux de précarité.



Principaux enseignements (2/4)

Dans ce contexte anxiogène, les Français s'appuient avant tout sur leur sphère personnelle (famille et proche), le corps médical, les institutions publiques et les forces de l'ordre. L'assureur n'est pas, à date, perçu par les Français comme l'acteur le plus à même de les protéger

En effet, **un enjeu fort de confiance perdue**. Cet enjeu pose la question de la capacité du monde assurantiel à répondre pleinement à certaines **attentes fortes des Français et, ce faisant à faire évoluer son modèle pour envisager le futur de la protection**.

Ainsi, des attentes fortes sont formulées en matière :

- De **transparence** des règles, des conditions et des tarifs. C'est, de loin, l'attente la plus forte.
- De **personnalisation** des offres en fonction des besoins
- De **proximité**, de disponibilité
- D'**accompagnement tout au long du parcours de vie**, en allant plus loin qu'une simple protection d'assurance en cas de sinistre ou de problème de santé, avec notamment **le fait de répondre au besoin d'être accompagné pour préparer sa retraite, sa fin de vie, mais aussi pour gérer son épargne et ses investissements. Une dimension sur laquelle les assureurs, bien que très peu sollicités à date, sont d'ores et déjà perçus comme légitimes dès lors que l'investissement relève d'un investissement socialement responsable** (avec des attentes en matière de conseil, de sensibilisation aux modes de fonctionnement de et de démonstration de l'impact vertueux de ce type d'investissement)
- D'**actions de prévention**, notamment face au risque climatique et les enjeux posés par le bien-être et le bien manger, les modes de vie sains mais aussi l'anticipation de la dépendance et la prévention des accidents de la vie courante
- Et enfin, **d'engagement sociétal** : ie la capacité des assureurs à être un acteur de changement de la société sur les thématiques des biens et des personnes, des soins médicaux, de la dépendance, de la prévention des risques, du pouvoir d'achat et du changement climatique.



Principaux enseignements (3/4)

Au regard des attentes des Français, il est important de souligner que les assureurs mutualistes véhiculent d'ores et déjà des valeurs différentes de celles des assureurs traditionnels. Ils sont en effet valorisés pour leur ADN mutualistes : l'absence de but lucratif, le fonctionnement démocratique, la neutralité, la solidarité et l'engagement social, la fiabilité et la transparence.

Des valeurs humaines et de rassurance qu'il convient pour les assureurs mutualistes de réaffirmer :

- **Pour répondre au sentiment d'inquiétude et au besoin d'accompagnement des Français**, tout particulièrement en matière d'accompagnement tout au long du parcours de vie
- **Mais aussi pour générer davantage de confiance et contrebalancer les préjugés traditionnellement associés aux assureurs dans leur globalité et qui n'épargnent pas les mutualistes** aux yeux d'une partie des Français, tels que la recherche de profit avant tout, le manque de transparence et d'honnêteté, et par conséquent la méfiance.

La situation sociale, économique et climatique actuelle amène par ailleurs une partie des Français à questionner le modèle assurantiel via des demandes croissantes de personnalisation des offres, voire d'individualisation et de responsabilisation des assurés.

Le regard des Experts internes :

Ils soulignent que les **préoccupations des Français sont exacerbées par des facteurs tels que le vieillissement de la population et la fracture territoriale**, qui augmentent la vulnérabilité des individus face aux risques.

Face à la perte de solidarité et la fragmentation du marché, un enjeu majeur de revisiter la manière d'incarner la valeur mutualiste, en tant que rempart, générateur de confiance.

6 axes de réflexion qui convergent globalement avec les attentes des Français, constituant par ailleurs de vrais leviers de revalorisation de l'image et du positionnement des mutualistes :

1. **La pédagogie et de la clarté des offres** pour renforcer la confiance à l'égard des mutualistes
2. **La proximité régionale et la relation humaine** pour créer de la valeur ajoutée.
3. **L'accompagnement tout au long du parcours de vie** : une opportunité pour les assureurs de se positionner comme un rempart aux cotés des assurés,
4. **L'adaptation des offres aux nouveaux modes de vie,**
5. **La digitalisation et la transformation technologique au service** de la transparence, de la personnalisation des services et de l'anticipation des besoins,
6. **L'engagement proactif sur ces différents domaines** (prévention, soin médicaux, dépendance, prévention des risques, protection du pouvoir d'achat et face au changement climatique)



Principaux enseignements (4/4)

Cette tendance est notamment visible dans le rapport des Français au risque climatique et à ses conséquences d'un point de vue assurantiel.

Si une partie des Français n'est pas fermée à l'idée de voir le coût de l'assurance augmenter pour faire face aux aléas climatiques tout en garantissant le principe de solidarité de entre les assurés, **la mise en place de contrat pour les assurés les plus vertueux ou réservés à des clients habitant une zone à faible risque climatique est fortement attendue. Une tendance qui pose, plus largement, la question de la capacité des assureurs, notamment mutualistes, à répondre à cette aspiration tout en préservant le modèle de solidarité et de mutualisation des risques**

→ En effet, afin de pleinement remplir leur rôle d'acteur de la protection des Français, les assureurs doivent évoluer tout en maintenant leur modèle originel. L'enjeu est de répondre aux attentes croissantes en matière de transparence, de dépassement de fonction (pour accompagner bien au-delà du rôle traditionnel de l'assureur), et de personnalisation tout en continuant de promouvoir un modèle reposant sur l'engagement sociétal et la solidarité entre assurés. De ce point de vue, l'implication des assureurs sur la question de la gestion financière des assurés et notamment sur leur rapport aux investissements socialement responsables représentent une opportunité.



Les principaux enseignements



“ Principaux enseignements : Les préoccupations des Français et leurs attentes en matière de protection (1/2)

- 1 **Les Français se sentent toujours fortement préoccupés par la situation économique, sociale et géopolitique. Le pouvoir d'achat demeure, depuis 4 ans, leur préoccupation principale, suivi du changement climatique, de la sécurité et de l'accès aux soins.**
- 2 **Déjà fortement perçu comme un enjeu pour la société, la question de l'accès aux soins est devenue aujourd'hui une préoccupation également personnelle pour les Français. Un constat qui pose la question du coût des soins et celle des déserts médicaux.**
- 3 **Bien qu'en progression, le sentiment de protection des Français face aux risques pouvant survenir dans leur vie est toujours insuffisant.** Ce sentiment de protection est plutôt bon pour les biens matériels mais est insuffisant sur les thématiques individuelles de santé, de parcours de vie, de dépendance et d'exposition au risque climatique.
- 4 **Face aux risques qui les préoccupent, les Français s'appuient avant tout sur leur sphère personnelle (famille et proche), le corps médical, les institutions publiques et les forces de l'ordre. L'assureur n'est pas, à date, perçu par les Français comme l'acteur le plus à même de les protéger.**
- 5 **Un enjeu fort de confiance perdue vis-à-vis du monde assurantiel.** Cet enjeu pose la question de la capacité du monde assurantiel, et notamment des acteurs mutualistes, à rappeler leur raison d'être et à valoriser leur modèle de solidarité afin de battre en brèche les a priori encore associés au monde de l'assurance par une partie des Français moins informés.

“ Principaux enseignements : Les préoccupations des Français et leurs attentes en matière de protection (2/2)

- 6 **Globalement, les attentes envers les assureurs demeurent fortes et relèvent avant tout de la transparence, de la personnalisation, de la proximité, de l'accompagnement tout au long du parcours de vie et de l'engagement sociétal.**
- 7 **Sur la question des attentes, l'âge s'avère être un critère fortement segmentant tout particulièrement au regard du modèle assurantiel tel qu'il existe aujourd'hui :**
 - En effet, là où **les seniors vont plutôt avoir tendance à questionner le modèle de mutualisation des risques** en demandant davantage de personnalisation et de valorisation pour les assurés les plus prudents...
 - ...les **jeunes vont davantage s'inscrire dans une démarche collective** en demandant aux assureurs un engagement sociétal plus fort que ce soit sur la question environnementale ou sociale, notamment sur les enjeux de précarité.
- 8 **Contrairement aux idées reçues, la majorité des Français n'est pas, par principe, fermée à une hausse du coût de l'assurance, du moins dès lors que cette hausse est justifiée par des éléments factuels relevant de préoccupations personnelles tels que l'exposition au risque climatique.**

“ Principaux enseignements : le Futur de la protection en matière d'épargne (1/2)

- 1 **Si la grande majorité des Français épargne (90%), la capacité à gérer son épargne et à investir est un sujet qui continue de segmenter** avec d'un côté les Français qui se déclarent suffisamment connaisseurs pour pouvoir gérer leur épargne et investir et de l'autre ceux pour qui ce sujet reste flou voire qui se sentent totalement dépassés.
- 2 **Contrairement aux idées reçues, les Français les plus jeunes, les moins de 35 ans en l'occurrence, s'avèrent mieux informés, plus à l'aise et plus autonomes que les seniors sur la question de la gestion de leur épargne et des investissements financiers**
- 3 **Les professionnels de l'épargne, et en l'occurrence les banques traditionnelles, sont toujours privilégiés par les Français dès lors qu'ils cherchent de l'information sur comment gérer et investir leur épargne. L'entourage et les sites et la presse spécialisée viennent dans un 2nd temps.**
- 4 **Sur ce sujet, le recours à l'assureur demeure une pratique marginale**
- 5 **L'épargne des Français demeure avant tout une épargne de précaution, quel que soit l'âge de l'épargnant. Il s'agit avant tout d'anticiper un éventuel imprévu.**

Outre cette motivation principale, les Français demeurent prudents dans la gestion de leur épargne avec toutefois des objectifs différents en fonction de l'âge et de la situation familiale :

- La préparation de la retraite **pour les plus de 50 ans**
- L'achat d'un bien immobilier et le financement des études des enfants **pour les familles**
- Le financement d'un projet personnel **pour les jeunes** ainsi que la volonté d'impacter la société au travers du soutien de l'économie et d'entreprises, ou d'investissement à dimension RSE

“ Principaux enseignements : le Futur de la protection en matière d'épargne (2/2)

- 6 **L'investissement socialement responsable est à date un placement méconnu des Français.** Sa connaissance reste **superficielle et sa détention surestimée** au regard des chiffres diffusés par l'AMF.
- 7 **Ce placement est davantage connu, détenu et valorisé pour l'avenir par les moins de 35 ans et les familles françaises.**
- 8 **Son développement reste fortement conditionné à...**
 - Une **sensibilisation** des épargnants à l'impact réel de l'épargne et des placements financiers sur les changements sociétaux. Une réalité factuelle fortement sous-estimée par les Français, et notamment les plus âgés.
 - Davantage de **promotion et d'accompagnement** quant à son mode de fonctionnement et ses modalités de souscription via l'intervention d'un **tiers de confiance** perçu comme indépendant et objectif
 - La **preuve** de son impact réel sur les enjeux sociétaux via une démonstration concrète et factuelle
 - Sa **rentabilité perçue**, notamment à moyen et long terme, afin de contrer de l'argument du manque de rentabilité à court terme de ce type de placement
- 9 **Dans ce contexte, l'assureur a un rôle à jouer !**

Bien que **peu perçu** à date **comme un acteur à même de conseiller** sur la question financière, l'assureur est d'ores et déjà **vu comme légitime** par une majorité de Français pour **sensibiliser et accompagner** les assurés sur la question spécifique de l'investissement socialement responsable. Ce constat est encore plus fort auprès des jeunes Français et des familles.



Les annexes



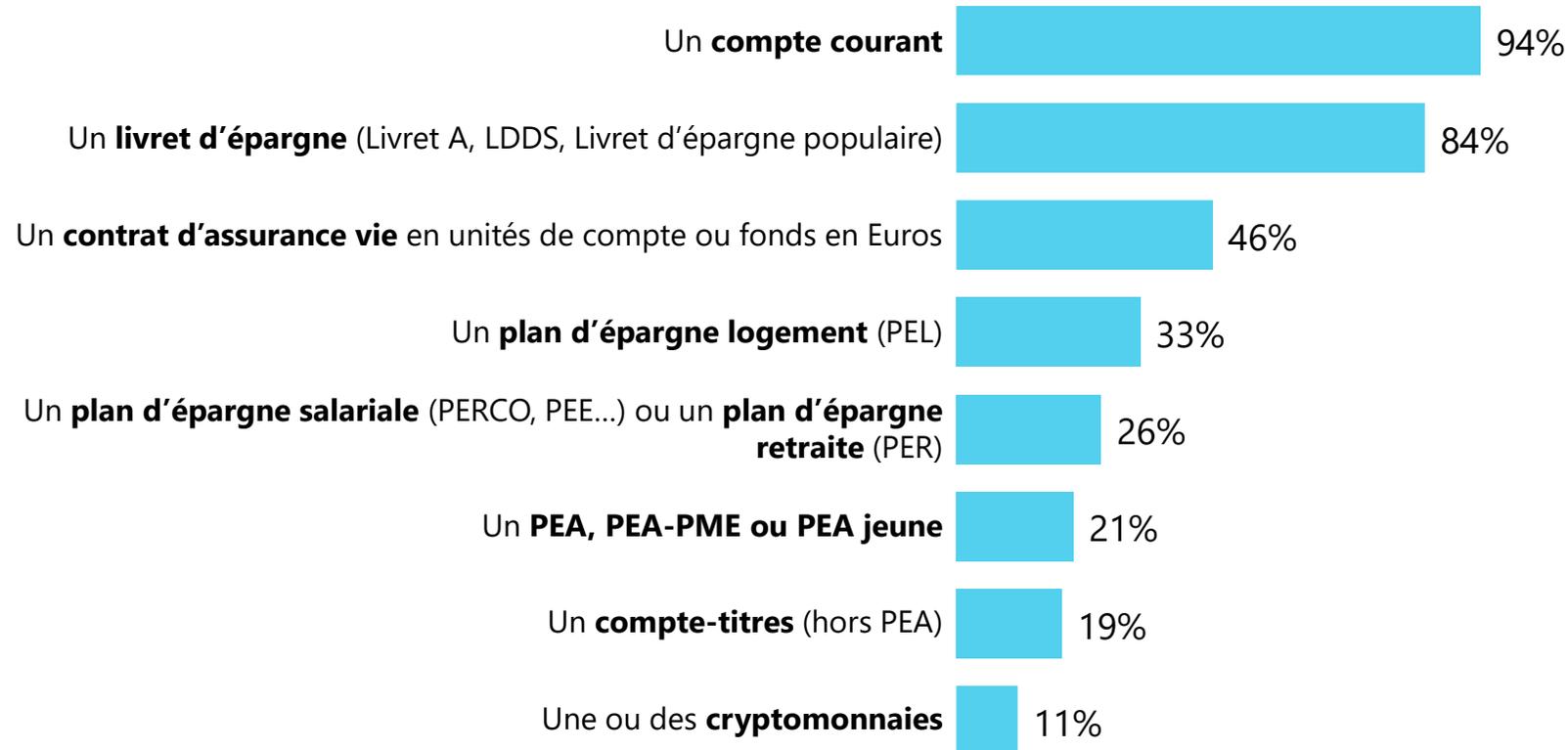


PRODUITS FINANCIERS POSSÉDÉS

Les livrets d'épargne, l'assurance vie et le PEL demeurent les placements privilégiés par les Français. Des placements perçus comme peu risqués et par conséquent comme pertinents dans un contexte économique instable.



D2. Quels sont les **produits financiers** suivants **que vous possédez** ?



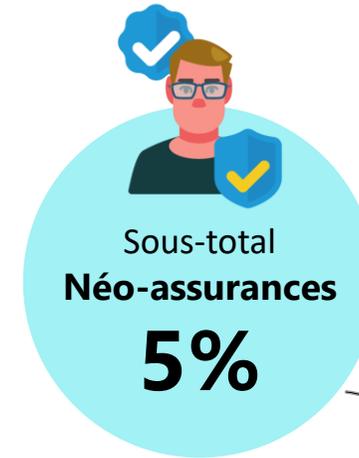
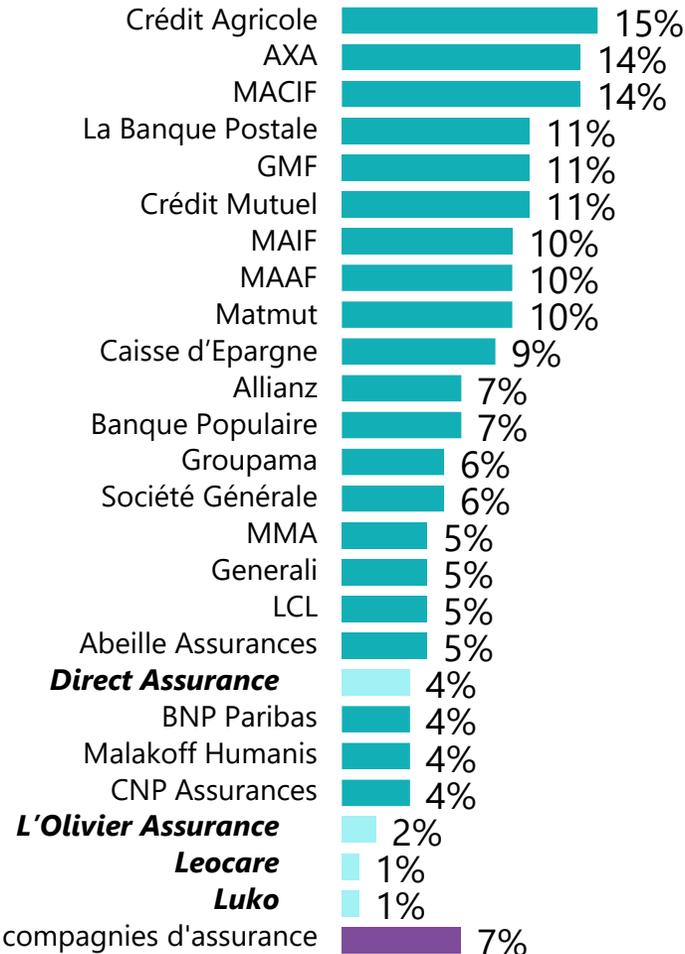


IDENTIFICATION DES COMPAGNIES D'ASSURANCE ET BANQUES

A date, la part d'assurés auprès d'un néo-assureur demeure peu faible bien qu'elle soit légèrement plus élevée auprès des moins de 35 ans, franciliens et CSP+.

A1. Parmi la liste suivante, quelle(s) sont toute(s) les compagnie(s) d'assurance et/ou banque(s) dont vous êtes client(e) pour vos contrats d'assurance ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



- Plus marqué auprès des souscripteurs de néo-assureurs...**
- Âgés de moins de 35 ans : **9%**
 - Vivant en IDF : **8%**
 - Issus des CSP A : **9%**
 - Ayant au moins 1 enfant : **9%**



MOTIVATIONS DANS LE CHOIX D'UN NÉO-ASSUREUR

Le choix d'une néo-assurance est avant tout motivé par des enjeux tarifaires, de simplicité aux différentes étapes de la relation, et d'adéquation aux besoins.

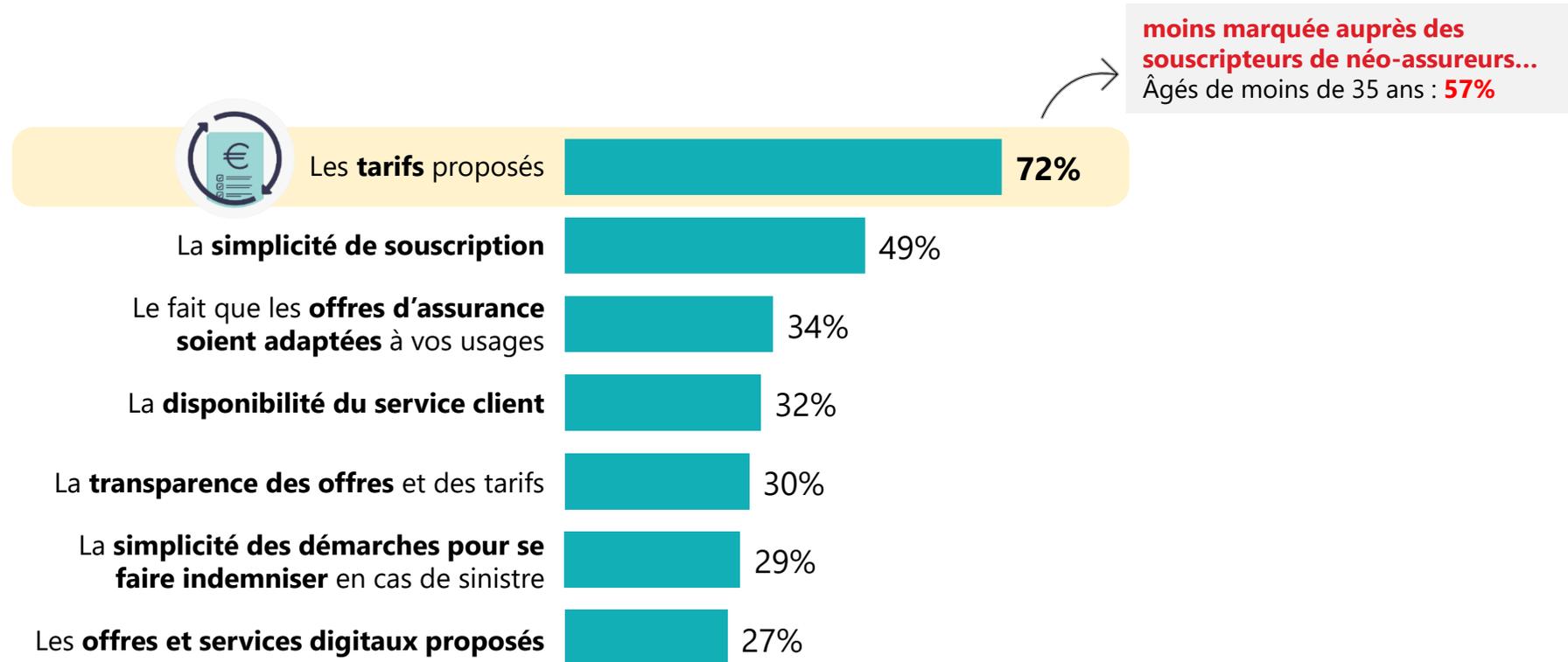


A2. Parlons plus précisément de votre assureur ...Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi de devenir client d'un néo-assureur tel que ... ?

Question posée uniquement à ceux qui sont clients d'une néo-assurance, soit 5% de l'échantillon

Rappel :
Clients d'une néo-assurance

5%





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Pascal Novais
Directeur Adjoint BFA

Tel. +33 1 81 81 83 57
Pnovais@opinion-way.com