

Baromètre de l'Observatoire de la Protection 2025

Près de 2 Français sur 3 se sentent davantage exposés aux risques climatiques

Le 27 mars 2025

Le baromètre de l'Observatoire de la Protection Aéma Groupe, réalisé par OpinionWay, révèle pour sa 4^{ème} édition que **les Français expriment encore un fort besoin de sécurité**. Préoccupés par la situation climatique, économique, sociale et géopolitique, les Français sont toujours fortement en attente de protection et d'accompagnement. Ce besoin est particulièrement significatif auprès des populations en situation de précarité (sans emploi, bas revenus, personnes vivant seules, ...).

Le questionnaire a été administré en décembre 2024 sur un échantillon de 3 002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Réalisé en décembre 2024, avant les évolutions de la situation géopolitique du premier trimestre 2025, le baromètre apporte un éclairage sur le sentiment global et de tendance de protection des Français.



31% des Français se sentent **mal voire très mal protégés** en 2025.



Pour la **4^{ème} année consécutive**, le **pouvoir d'achat** reste le **sujet qui préoccupe le plus les Français (38%)** pour la société.



Nouveauté cette année, **58% des Français affirment se sentir davantage exposés aux risques climatiques**. Cette part est d'autant plus importante chez les moins de 35 ans (69%) et les parents (69%).



La majorité des Français (65%) n'est pas fermée par principe à une hausse du coût de l'assurance, du moins dès lors qu'elle est justifiée par des **éléments factuels relevant de préoccupations personnelles**. Le premier critère mentionné par les Français est l'augmentation du coût de la prise en charge des sinistres climatiques (pour 35% d'entre eux).

Les Français les plus précaires sont ceux qui se sentent les moins bien protégés, dans un contexte où le pouvoir d'achat est la première préoccupation en France

31% des Français ne se sentent pas bien ou pas du tout protégés face aux risques. Cette insécurité est particulièrement marquée chez les Français les plus défavorisés,

avec 41% des personnes ayant un revenu annuel inférieur à 24 000€ se sentant mal protégées.

Pour la 4^{ème} année consécutive, le pouvoir d'achat reste pour 38% des Français le sujet qui les préoccupe le plus. Le deuxième sujet le plus cité (27%) sont les conflits dans le monde et la sécurité du pays, préoccupation qui a fortement progressé puisqu'elle était à la 5^{ème} place en 2023. Selon 25% des Français, le troisième sujet le plus préoccupant pour la société est celui du changement climatique. Enfin, le risque de ne pas pouvoir se faire soigner reste la 4^{ème} préoccupation majeure pour la société française en 2025, 5 ans après l'épidémie de Covid-19. Ces résultats traduisent à la fois les tensions économiques auxquelles est confrontée une partie des Français et les difficultés d'accessibilité à une offre de soins dans les territoires.



Adrien Couret, directeur général d'Aéma Groupe déclare : « Il y a un vrai risque de voir émerger une « France à deux vitesses », divisée entre celles et ceux qui auront les moyens d'être bien protégés et les autres. Cette crise de la protection pourrait bien évoluer en colère sociale, nourrie par un sentiment d'abandon et de nouvelles fractures territoriales, notamment dans les territoires les plus exposés aux sinistres climatiques. »

Les Français attendent de l'accompagnement, du soutien et de la sensibilisation face aux risques climatiques

Dans le détail, le risque climatique est perçu comme de plus en plus menaçant. Dans le contexte de multiplication des catastrophes naturelles, **58% des Français se sentent individuellement davantage exposés aux risques climatiques**, une proportion qui atteint 69% chez les moins de 35 ans et 69% chez les Français ayant au moins un enfant.

Pour répondre aux risques climatiques, les Français attendent de la part de leur assureur :

- À 41%, la mise en place de contrats d'assurance attractifs réservés aux clients habitant une zone à faible risque climatique ;
- À 37%, un accompagnement pour réaliser les travaux permettant de réduire leur vulnérabilité face aux risques climatiques ;
- À 24%, le soutien à des entreprises ou associations œuvrant pour réduire ou prévenir le risque climatique
- À 24%, des actions de sensibilisation à destination des élus locaux (sur l'exposition aux risques ou le respect de la réglementation).



Pascal Michard, président d'Aéma Groupe, déclare : « L'insécurité climatique s'impose comme une réalité grandissante qui impacte l'ensemble de la population, en particulier les plus vulnérables. En France, le coût de la sinistralité climatique a atteint en moyenne 6 milliards d'euros par an ces quatre dernières années, un niveau largement supérieur à celui de la décennie précédente. Face à l'intensification des événements climatiques, l'inquiétude des Français grandit, faisant naître de nouveaux besoins de protection. En tant qu'assureur mutualiste, nous avons la responsabilité d'aller au-delà de la seule réparation des dommages. L'aggravation des risques climatiques impose, à tous les niveaux, d'installer une culture de la prévention, essentielle pour assurer une protection durable pour tous. »

Les Français comprennent que se protéger coûtera plus cher à l'avenir

Contrairement aux idées reçues, la majorité des Français (65%) n'est pas, par principe, fermée à une hausse du coût de l'assurance. Dès lors cependant que cette hausse est justifiée par des éléments factuels relevant de préoccupations personnelles tels que l'exposition au risque climatique. Les augmentations liées à la prise en charge de cette dernière (sinistres climatiques), ou encore au coût de la dépendance / du vieillissement, sont celles qui obtiennent le plus d'approbation auprès de la population, avec respectivement 35% et 28% des Français qui s'estiment prêts à payer davantage.



Se protéger coûtera plus cher, c'est un fait. Nous devons œuvrer à ce que ce coût demeure socialement acceptable pour tous, notamment face aux enjeux d'une « France à deux vitesses ». Le risque pour nos sociétés serait de remettre en cause le principe même de mutualisation des coûts, qui est la base de notre modèle assurantiel. La tentation de l'individualisation plane, mais elle ne fonctionne pas. Pour répondre à ces défis, l'assurance deviendra un garant de la solidarité nationale » ajoute **Adrien Couret**.

Repenser la protection des Français : mutualisation ou individualisme ?

Face aux risques climatiques ou en matière de prévention, certains Français proposent de réduire les primes d'assurance pour les personnes vivant dans des zones à faible risque ou privilégiant des comportements responsables, comme l'adoption d'une alimentation saine ou la pratique d'une activité physique régulière. Autre attente exprimée, 82% des Français souhaitent des solutions plus personnalisées, créées sur mesure en fonction de leurs besoins. Des constats qui interrogent le principe de l'assurance basé sur la mutualisation des risques.

Dans une plus grande proportion, les jeunes vont s'inscrire dans une démarche plus collective en demandant aux assureurs un engagement sociétal fort, que ce soit sur la question environnementale ou sociale. Par exemple, 47% des jeunes de moins de 35 ans sont prêts à accepter un rendement financier moindre pour privilégier un placement socialement responsable plutôt qu'un placement classique (contre 30% de l'ensemble des Français).

Accélérer les transitions : un sujet qui préoccupe toujours plus mais dont les leviers en matière d'épargne et d'investissement restent incompris

En matière d'épargne, s'agissant d'un des leviers majeurs de financement de la transition, les résultats du baromètre indiquent paradoxalement que 74% des Français estiment que **leurs choix individuels** en matière d'épargne ont de faibles conséquences, voire aucune, sur les changements actuels, dont la transition environnementale.

Dans le même temps, ils estiment pourtant à 78% qu'il est important, voire très important, que **les établissements financiers** prennent en compte les enjeux environnementaux et sociaux dans leurs offres (83% chez les moins de 35 ans et 83% chez les familles avec au moins un enfant).

Chez les assureurs, les mutuelles demeurent le 1^{er} acteur de confiance

Le classement des acteurs qui apportent le plus de protection aux Français reste inchangé en 2025 par rapport aux 4 dernières années : d'abord l'entourage (proches et famille), puis le corps médical, les institutions publiques et les forces de l'ordre. Les assureurs occupent la 5^{ème} place, mais la 1^{re} en dehors des organismes publics.

Chez les assureurs, les mutuelles demeurent le 1^{er} acteur de confiance (63% des Français leur accordent leur confiance), devant les assureurs traditionnels (52%) et les banques (45%). Les attentes envers les assureurs demeurent fortes et relèvent avant tout de la transparence (attente prioritaire pour 90% des personnes interrogées), de la personnalisation (82%) et de la disponibilité et proximité (80%).



Adrien Couret analyse : « L'assurance joue un rôle fondamental : celui de la réparation. Mais aujourd'hui, les Français nous attendent aussi ailleurs, et c'est notre devoir d'y répondre. Chez Aéma Groupe, nous croyons sincèrement que nous devons jouer un nouveau rôle, celui de la prévention. Nous devons apprendre à sortir de notre discrétion pour oser pointer des situations anormales localement, et faire prendre conscience que demain, certains territoires ne seront plus habitables. Nous devons en passer par là pour prévenir des drames humains. L'assureur devra alors jouer un autre rôle, celui d'investisseur, car réparer, c'est aussi investir et nous devons prendre notre part dans le financement des transitions pour bâtir la France de demain. »

À PROPOS D'AÉMA GROUPE

Mutualiste dans l'âme, activiste par conviction, Aéma Groupe est le groupe mutualiste de protection né du rapprochement entre Macif et AÉSIO mutuelle. Avec l'acquisition d'Abeille Assurances en 2021 suivie de la création d'Ofi Invest en 2022, Aéma Groupe est désormais dans le top 5 des acteurs de l'assurance en France et réalise un chiffre d'affaires de 15,6 milliards d'euros en 2023. Ses plus de 20 000 collaborateurs et 1 800 délégués œuvrent au quotidien pour accompagner et protéger plus de 11,7 millions d'assurés.

Multimarques, multiréseaux et multimétiers, Aéma Groupe couvre l'ensemble des besoins de protection (assurance dommages, santé- prévoyance, épargne-retraite et gestion d'actifs). Aéma Groupe veut apporter des réponses éclairées, constructives et humaines face aux grands enjeux de protection liés aux transitions actuelles.

En poursuivant la construction d'un acteur mutualiste de premier plan, il crée un modèle inédit, hybride et ouvert capable d'apporter des solutions plus justes, plus adaptées au monde d'aujourd'hui et de demain.

En savoir plus : aemagroupe.fr

Nous suivre sur LinkedIn : [@AémaGroupe](https://www.linkedin.com/company/aemagroupe) et sur YouTube : [@AémaGroupe](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Contact presse

Thomas Da Costa - PLEAD
thomas.da-costa@plead.fr
06 80 92 86 93

Aéma Groupe

Flore Witvoet
fwitvoet@aemagroupe.fr
Adèle Chanoit
adele.chanoit@aemagroupe.fr