

Quel impact la pandémie de COVID-19 a-t-elle eu sur les habitudes, les pratiques et la perception des Français en matière d'assurance ?

Méthodologie de l'étude

Dans le cadre de cette étude, nous nous sommes intéressés aux changements de perceptions et de pratiques des Français en matière d'assurance en conséquence de la pandémie de COVID-19. L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population française ayant souscrit ou renouvelé un contrat d'assurance au cours des 12 derniers mois : 1 034 hommes et femmes issus des régions Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté, Bretagne, Centre-Val de Loire, Corse, Grand Est, Hauts-de-France, Île-de-France, Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Pays de la Loire et Provence-Alpes-Côte d'Azur, ainsi que des principales villes de France, répartis selon les tranches d'âge 18-24 ans, 25-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans et 55 ans et plus.

Cette étude montre les changements de comportements et de souhaits des assurés en France résultant de la pandémie de COVID-19, ainsi que la modification de leur perception des compagnies d'assurance. Elle s'intéresse particulièrement à la transition vers le télétravail et aux changements opérés dans le rapport des Français à l'assurance de leurs équipements professionnels. Enfin, elle étudie les changements de pratiques des assureurs, eux aussi soumis au télétravail.

L'enquête, commandée par Guidewire, a été réalisée en avril 2021 par Censurwide, institut international d'études basé à Londres, dans le respect des principes de l'Association européenne pour les études d'opinion et de marketing (ESOMAR). Cette étude a été menée en parallèle au Royaume-Uni et en Allemagne, suivant le même cadre méthodologique.



Le comportement et les attentes des Français vis-à-vis des assurances ont-ils changé des suites de la pandémie de COVID-19 ?

Point de vue initial

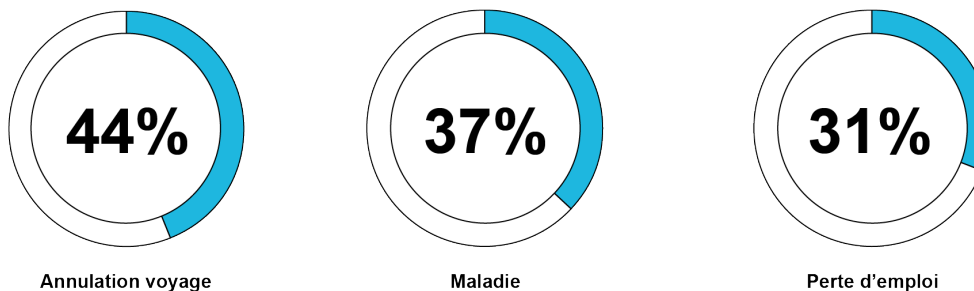
Au cours de cette étude, nous nous sommes intéressés aux habitudes et aux comportements des Français en matière d'assurance. Dans un contexte de transformation planétaire dû à la pandémie de COVID-19, il était intéressant de nous demander si cela avait provoqué des changements dans ce que les Français assurent ou leur lien à la propriété et de recueillir leur opinion concernant les nouveaux produits de l'assurance.

Enseignements de l'étude : Les comportements des Français ont peu changé, mais ils se montrent ouverts à l'idée de nouveaux produits de l'assurance

Si les Français accordent toujours autant d'importance à l'assurance de leurs véhicules (67 %) – à l'exception du vélo (5 %) –, de leur santé (46 %) et de leurs biens domestiques (28 %), ils sont toujours peu nombreux à s'assurer contre les risques liés au voyage (9 %), à leurs revenus (6 %) ou à leurs données personnelles (6 %).

Toutefois, lorsqu'ils sont interrogés sur leurs changements de pratiques liés à la pandémie de COVID-19, il n'est pas surprenant de constater que le premier risque contre lequel ils sont susceptibles de vérifier qu'ils disposent d'une assurance est l'annulation voyage (44 %), qui arrive en tête avant la maladie (37 %) et la perte d'emploi (31 %). Ces changements caractéristiques traduisent le climat d'incertitude dans lequel le monde est plongé depuis désormais plus d'un an.

Contre quels types de risques seriez-vous susceptible de vérifier que vous êtes couvert à la suite de la pandémie de COVID-19 ?

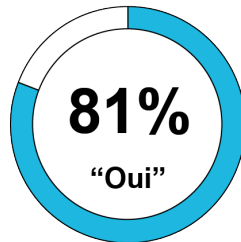


Dans ce contexte où flexibilité et agilité deviennent des notions essentielles pour les entreprises comme pour les individus, les Français se déclarent favorables à de nouveaux services en matière d'assurance, comme des services préventifs (81 %) pour prévenir les dommages au lieu de

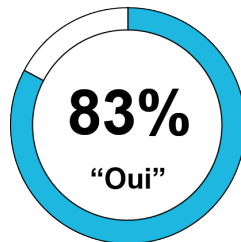


simplement couvrir les pertes ou des polices d'assurance consolidées (83 %) pour simplifier leur rapport à l'assurance en n'ayant qu'un seul interlocuteur.

Si votre assureur vous proposait un service qui signale les problèmes afin de prévenir des dommages plutôt que de couvrir les pertes, souhaiteriez-vous y avoir accès ?



Souhaiteriez-vous consolider vos polices d'assurance et avoir affaire à un interlocuteur unique qui vous assure contre tous les risques grâce à un package d'assurance personnalisé ?



Ils se montrent également bien disposés vis-à-vis des polices d'assurance à l'usage, car ils sont 21 % à en avoir souscrit une et 45 % qui n'en ont pas souscrit mais qui déclarent avoir conscience des avantages dont elles s'accompagnent.

L'étude a également révélé que la pandémie n'avait pas drastiquement modifié les habitudes des Français concernant la propriété et la location ou le leasing de biens (vélo, ordinateur, téléphone). En effet, 70 % d'entre eux déclarent ne pas avoir changé d'avis, 56 % se prononçant en faveur de la propriété et 14 % en faveur de la location ou du leasing. Parmi ces derniers, ils sont presque aussi nombreux à être renseignés sur les moyens d'assurer ces biens qu'à n'en avoir aucune idée (respectivement 52 % et 48 %).



La perception que les Français ont des assureurs a-t-elle changé depuis la pandémie ?

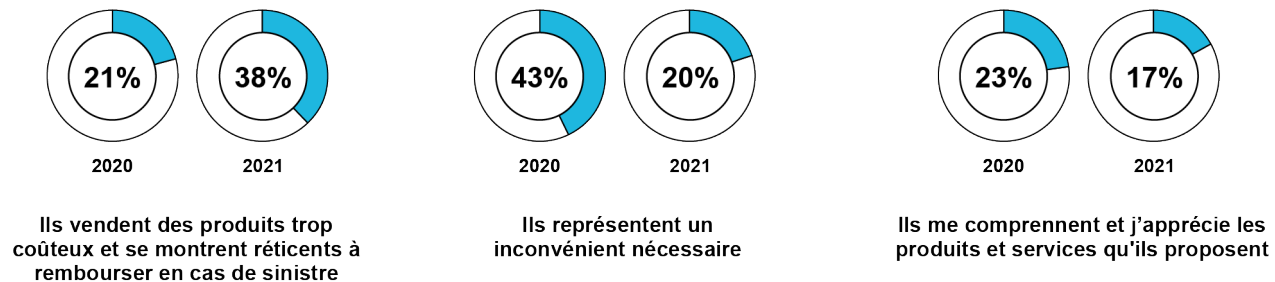
Point de vue initial

Lors d'une étude menée en avril 2020, nous avons constaté que les Français avaient un rapport ambivalent à l'assurance, oscillant entre satisfaction et mécontentement. Nous avons noté que leur perception des assureurs était plutôt négative. Aussi nous semblait-il intéressant d'étudier si la pandémie avait altéré cette perception et comment étaient perçues les mesures prises par les assureurs.

Enseignements de l'étude : La perception des assurances demeure assez négative, mais cela pourrait venir d'un manque de communication

Selon l'étude réalisée cette année, la perception que les Français ont des compagnies d'assurance demeure négative, une tendance qui s'est accentuée de 17 points par rapport à 2020, alors que 38 % des répondants estiment que leurs produits sont trop coûteux et que les assureurs se montrent réticents à rembourser en cas de sinistre. En revanche, 20 % des Français les perçoivent comme un inconvénient nécessaire, contre 43 % en 2020. Par contraste, les répondants ne sont que 17 % à déclarer se sentir compris par leurs compagnies d'assurance et apprécier les produits et services qui en découlent, contre 23 % l'année dernière.

Laquelle de ces affirmations décrit le mieux l'opinion que vous avez des assureurs ?



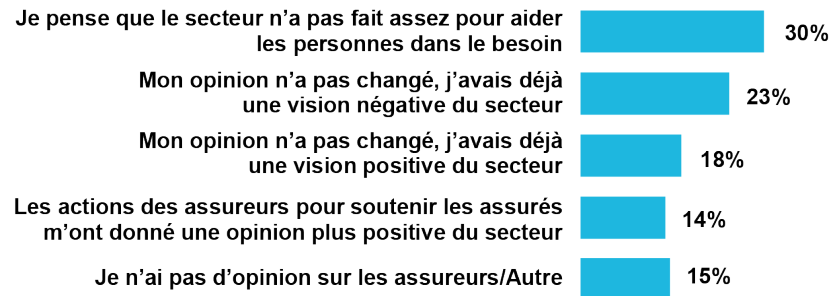
Cette vision défavorable des assureurs se reflète également au regard de la pandémie, car 30 % des répondants considèrent que le secteur n'a pas fait assez pour venir en aide aux personnes dans le besoin. Plus de deux répondants sur cinq déclarent ne pas avoir changé d'opinion sur les compagnies d'assurance en raison de la pandémie, qu'ils en aient une impression positive (18 %) ou négative (23 %). Ils ne sont que 14 % à avoir un avis plus positif sur le secteur de l'assurance depuis le début de la pandémie.

Cela pourrait venir d'un manque de communication concernant les mesures prises par les assureurs pour venir en aide aux plus démunis. En effet, la majorité des Français (64 %) ne savent pas que certains assureurs ont remboursé certains de leurs assurés à l'occasion du premier confinement, pour s'aligner sur l'évolution des profils-risque qui en a découlé. De plus, ils ne sont que 14 % à avoir bénéficié d'un tel geste commercial. Parmi



l'échantillon interrogé, ils sont 16 % à déclarer avoir un avis plus positif sur les assurances en apprenant cela, tandis que 15 % d'entre eux déclarent ne pas avoir changé d'opinion et 12 % considèrent qu'il aurait été inconvenant de ne pas prendre de telles mesures.

Dans quelle mesure l'opinion que vous avez des assureurs a-t-elle changé, à la suite des actions qu'ils ont menées pendant la pandémie de COVID-19 ?



Le télétravail a-t-il eu un impact majeur sur le comportement des Français et leurs habitudes en matière d'assurance?

Point de vue initial

En 2020, l'un des changements majeurs provoqués par la pandémie a été la généralisation du télétravail. Au cours de cette étude, nous avons interrogé les Français sur ce changement de mode de travail et la manière dont celui-ci a impacté leur rapport à l'assurance, ainsi que sur le niveau d'informations dont ils disposaient concernant l'assurance de leurs équipements.

Enseignements de l'étude : Le télétravail ne semble pas avoir altéré les habitudes en matière d'assurance des Français qui considèrent qu'ils ne sont pas assez informés

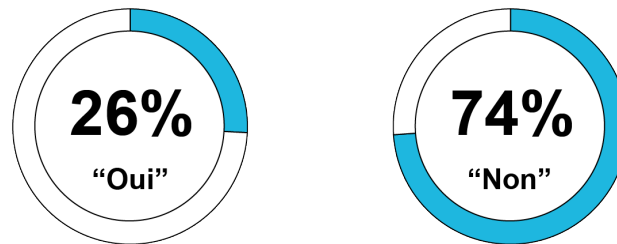
Sur l'échantillon interrogé, un peu plus d'un tiers (34 %) déclare avoir télétravaillé durant de longues périodes au cours de la pandémie. Ils sont 56 % à déclarer le contraire et 10 % à ne pas occuper d'emploi.

Parmi les répondants qui travaillent et qui déclarent avoir investi dans au moins un équipement pour travailler à domicile, l'achat d'un nouvel ordinateur arrive en tête (17%), suivi de celui d'une nouvelle imprimante (14%), d'un nouveau kit de bande passante (13%) et de mobilier de bureau (11%). À noter que parmi les télétravailleurs, une majorité (57%) déclare n'avoir investi dans aucun nouvel équipement pour travailler à domicile. Enfin, seuls 35% des travailleurs interrogés estiment avoir dû installer des équipements informatiques appartenant à leur employeur.



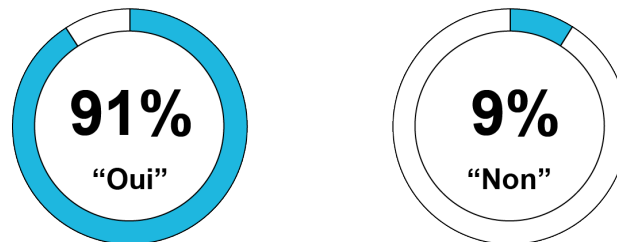
Par ailleurs, parmi les personnes qui ont effectué la transition vers le télétravail, cette étude montre un manque d'information criant concernant les assurances. En effet, ils sont 67 % à déclarer ne pas savoir si leur assurance habitation couvre les dégâts qui pourraient être subis pendant le télétravail et près des trois quarts d'entre eux (74 %) ne savent pas si les équipements fournis par leur employeur sont couverts par leur assurance habitation.

Si vous avez rapporté des équipements depuis votre bureau chez vous, savez-vous si ceux-ci sont couverts par votre assurance habitation ?



En outre, plus des trois quarts (79 %) des personnes interrogées pendant cette étude considèrent que les employeurs devraient avoir la charge d'assurer les équipements professionnels et les collaborateurs en télétravail. Enfin, une vaste majorité d'entre eux (91 %) estiment que les assureurs doivent se montrer plus clairs avec les assurés concernant ce que la police d'assurance couvre lorsqu'ils sont en télétravail.

Pensez-vous que les assureurs devraient préciser plus clairement aux assurés ce qui est couvert ou non en situation de télétravail ?





Les changements de pratiques des assureurs dus à la pandémie ont-ils un impact sur la perception des assurés ?

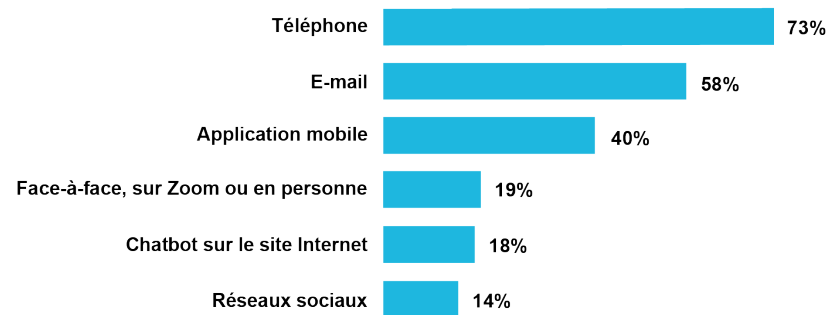
Point de vue initial

Le télétravail et les technologies numériques ont transformé toutes les facettes de la vie personnelle et professionnelle au cours de cette année, une tendance qui s'est accélérée en raison de la pandémie de COVID-19 et les assureurs ne font pas exception. Nous nous sommes intéressés aux outils que les assurés utilisent pour entrer en contact avec leur assurance et à leurs impressions concernant le télétravail des employés des compagnies d'assurance.

Enseignements de l'étude : Les méthodes de contact et les changements de pratiques des assureurs ne semblent pas déranger les Français, qui restent néanmoins circonspects

Pour ce qui concerne les moyens de contact privilégiés par les Français pour entrer en relation avec les assureurs, le téléphone arrive en tête avec 73 % des répondants, avant l'e-mail (58 %) et les applications mobiles (40 %). Il n'est pas surprenant de noter que les 18-44 ans ont davantage tendance à recourir aux applications mobiles que les tranches d'âge plus âgées (> 40 %), alors que 25 % des 55 ans et plus ont tendance à favoriser les rencontres en face-à-face sur Zoom ou en personne. Les plus jeunes interrogés, de 18 à 24 ans, ont également recours aux réseaux sociaux (Facebook, Messenger ou WhatsApp). Il est intéressant de noter que l'ensemble des tranches d'âges semblent réticentes à utiliser les chatbots (< 22%).

Lorsque vous contactez votre assureur pour déclarer un sinistre, avec quel moyen de communication êtes-vous le plus à l'aise ?



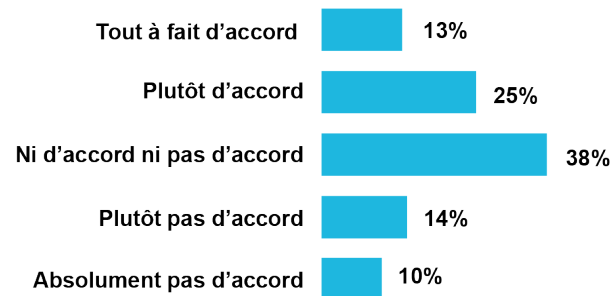
Parmi les Français interrogés, la majorité (62 %) considère que leur assureur disposait des informations nécessaires pour les aider, la dernière fois qu'ils ont fait appel à lui. Au cours des 12 derniers mois, ils sont également plus nombreux (64 %) à ne pas avoir eu conscience que leur interlocuteur était en télétravail lors de leur prise de contact.

À la lumière de cette information, notre étude a interrogé le panel sur sa perception des changements de pratiques au sein des compagnies d'assurance, notamment concernant le télétravail des collaborateurs. La plupart des Français se sont montrés très favorables (32%) ou assez



favorables (33 %) à ce que ces employés des compagnies d'assurance continuent à travailler depuis chez eux pour bénéficier de la même flexibilité que les autres travailleurs et 60 % d'entre eux déclarent ne pas être dérangés par cette idée. En revanche, ils sont plus nombreux à montrer de l'inquiétude (38 %) qu'à être confiants (24 %) à l'idée que leurs données personnelles soient accessibles à distance, mais 41 % d'entre eux déclarent que cela ne les empêchera pas de souscrire une assurance auprès d'une compagnie dont les employés télétravaillent, contre 25 % qui considèrent qu'ils préféreraient contracter des assurances en sachant que les employés travaillent depuis les bureaux.

Je m'inquiète à l'idée que les assureurs puissent permettre à leurs collaborateurs de travailler et d'accéder à des données personnelles sensibles depuis chez eux



Il est intéressant de noter que plus d'un tiers des répondants (33 % et plus) ont déclaré ne pas avoir d'opinion sur ces questions, ce qui traduit probablement une position attentiste dans l'attente de voir ces transformations se concrétiser.

Conclusions de l'étude

L'année qui vient de s'écouler a été marquée par de nombreuses transformations, en particulier dans les habitudes de vie de tout un chacun. En matière d'assurance cependant, l'année 2020 ne semble pas avoir transformé énormément les comportements des Français, si ce n'est concernant les domaines dans lesquels le risque est plus présent, comme l'annulation voyage, la maladie ou la perte d'emploi.

La perception des assureurs n'est toujours pas très favorable, malgré les gestes commerciaux consentis, et la confiance que leur portent les assurés semble assez fragile. Ceux-ci se montrent peu convaincus par le traitement des indemnisations. Néanmoins, ils affichent un intérêt certain pour les futurs produits de l'assurance qui leur offrent simplicité et flexibilité.

Il semble également que le télétravail n'ait pas bouleversé les habitudes des Français, qui n'ont pas beaucoup investi ou assuré d'équipements nécessaires pour travailler depuis chez eux. Les réponses révèlent toutefois un manque d'informations criant concernant les modalités d'assurance de ces biens lorsqu'ils travaillent depuis leur domicile.



Navigate what's next.

AMOUR, HAINE OU INDIFFÉRENCE ? L'AVIS DES CLIENTS FRANÇAIS SUR LES ASSUREURS EN 2021

Enfin, les changements de pratiques au sein des compagnies d'assurance, notamment la mise en place du télétravail, ne semblent pas être un obstacle aux yeux des assurés, même si beaucoup restent circonspects et certains se montrent inquiets quant à la sécurisation de leurs données personnelles.

Cette étude montre que les principaux axes d'amélioration reposent donc sur plusieurs critères, notamment la communication, la création de produits plus flexibles et mieux adaptés aux besoins changeants des assurés et une plus grande pédagogie concernant ce qui est couvert dans les situations de télétravail.

Guidewire est la plateforme à laquelle les assureurs IARD font confiance pour communiquer, innover et se développer efficacement. Nous associons les applications cœur de métier, le digital, l'analytique et l'IA dans notre plateforme sous forme de service cloud. Grâce à la plus grande équipe de R&D, à notre équipe services, et à l'écosystème de partenaires le plus vaste du secteur, nous évoluons et innovons continuellement pour répondre à vos besoins. C'est pour cette raison que plus de 400 assureurs utilisent Guidewire. www.guidewire.fr