

L'OBSERVATOIRE DES E-ASSURÉS

3^e ÉDITION
NOVEMBRE 2014

LE PROFIL DES PERSONNES
A LA

RECHERCHE

ET D'UNE
ASSURANCE SANTÉ

FOCUS
FEMMES

SUR
INTERNET



QUI

SOMMES-NOUS ? PRÉSENTATION DE

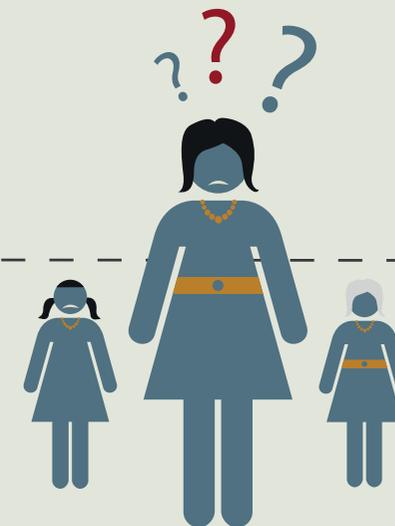
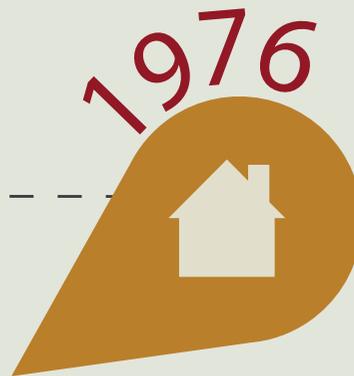
cmonassurance est un e-courtier, filiale d'Alptis Assurances. Les deux entités sont basées à Lyon. cmonassurance a été créé en 2007 pour répondre à une demande croissante d'internautes à la recherche d'une assurance santé précisément adaptée à leurs besoins et à leur budget. cmonassurance est spécialiste des assurances de personnes (mutuelle santé, assurance emprunteur, prévoyance...) et distribue les marques Swiss Life, Alptis, Genworth, Mutuelle Bleue et Miltis.

La mission de cmonassurance est d'apporter aux prospects et clients un conseil à forte valeur ajoutée dans le choix de leur assurance santé : analyse des besoins, réalisation de devis, conseil personnalisé, souscription à distance, suivi commercial du contrat.

Fondé en 1976, le Groupe Alptis est un réseau associatif qui construit avec l'ensemble de ses adhérents des solutions d'assurances de personnes. D'après le site opinion-assurances.fr, Alptis fait partie des 9 assureurs préférés des Français dans la catégorie « mutuelle santé ». Il est dans le Top 3 des assureurs préférés des Français dans la catégorie « assureurs crédit ».

cmonassurance

COURTIER
CONNECTÉ



POURQUOI UN BAROMÈTRE DES E-ASSURÉES ?

PRÉFACE

Toutes les études publiées sur le thème « Les femmes et l'assurance » portent sur les tendances, les acteurs, les motifs de recherche, le développement des solutions techniques, l'impact des réseaux sociaux.

Il nous est apparu important de compléter les informations disponibles en étudiant les internautes femmes elles-mêmes : leur profil détaillé, leurs besoins, la saisonnalité de leurs recherches...

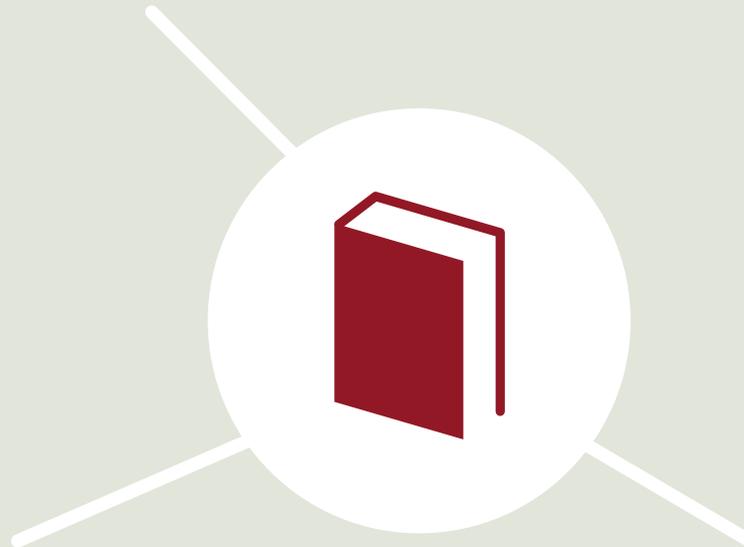
Le focus Femmes de cette troisième édition de notre baromètre répond aux questions suivantes : qui sont les femmes qui se renseignent et achètent leur assurance santé sur internet ? Comment évolue leur profil au fil du temps ? Quel niveau de couverture privilégient-elles ? Quand font-elles leur recherche ?



MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

OBJECTIF

Dresser un profil socio-démographique des femmes effectuant des recherches de mutuelles sur Internet.



ÉCHANTILLON

3 888 065 femmes ayant sollicité le service de tarification d'Alptis Assurances pour la gamme de complémentaires santé.

PÉRIODE D'OBSERVATION

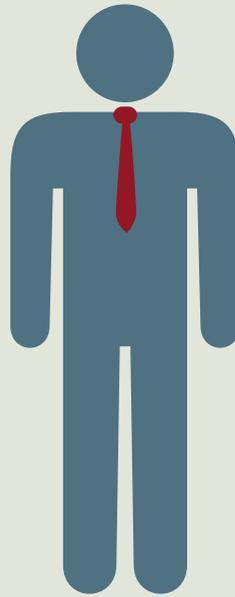
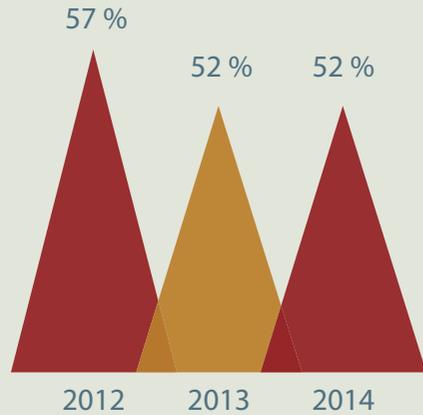
Du 1er juillet 2012 au 30 juin 2014.



HOMMES ET FEMMES



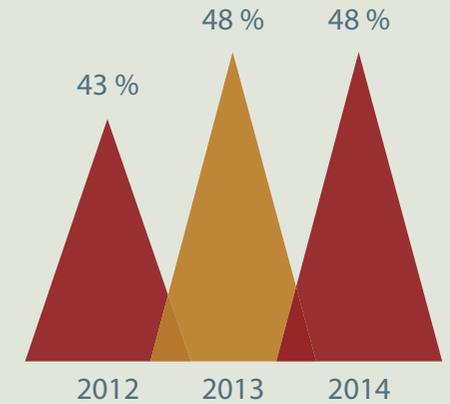
En déclaratif, nous remarquons que les femmes sont légèrement minoritaires. Un chiffre identique à celui de 2013.



54 %



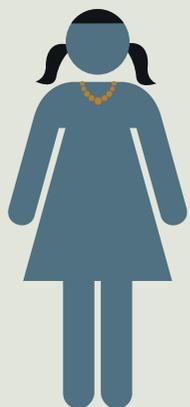
46 %



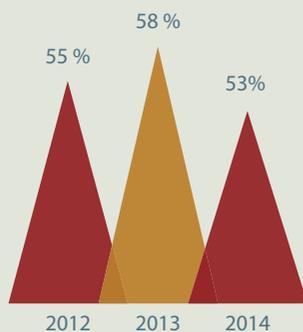
Nous savons toutefois d'expérience que certaines demandes de tarif sont demandées par des femmes au nom de leur conjoint.

Chiffres Insee (janvier 2014) :
Femmes : 51.5 %
Hommes : 48.5 %

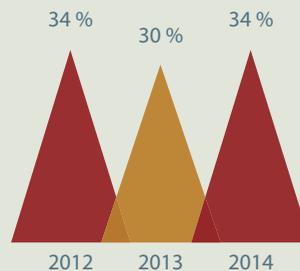
TRANCHES D'ÂGE



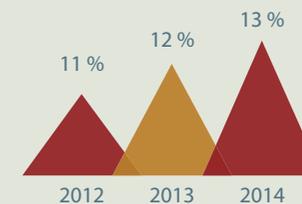
20 – 39 ans
55 %



40 – 59 ans
33 %



60 ans et plus
12 %

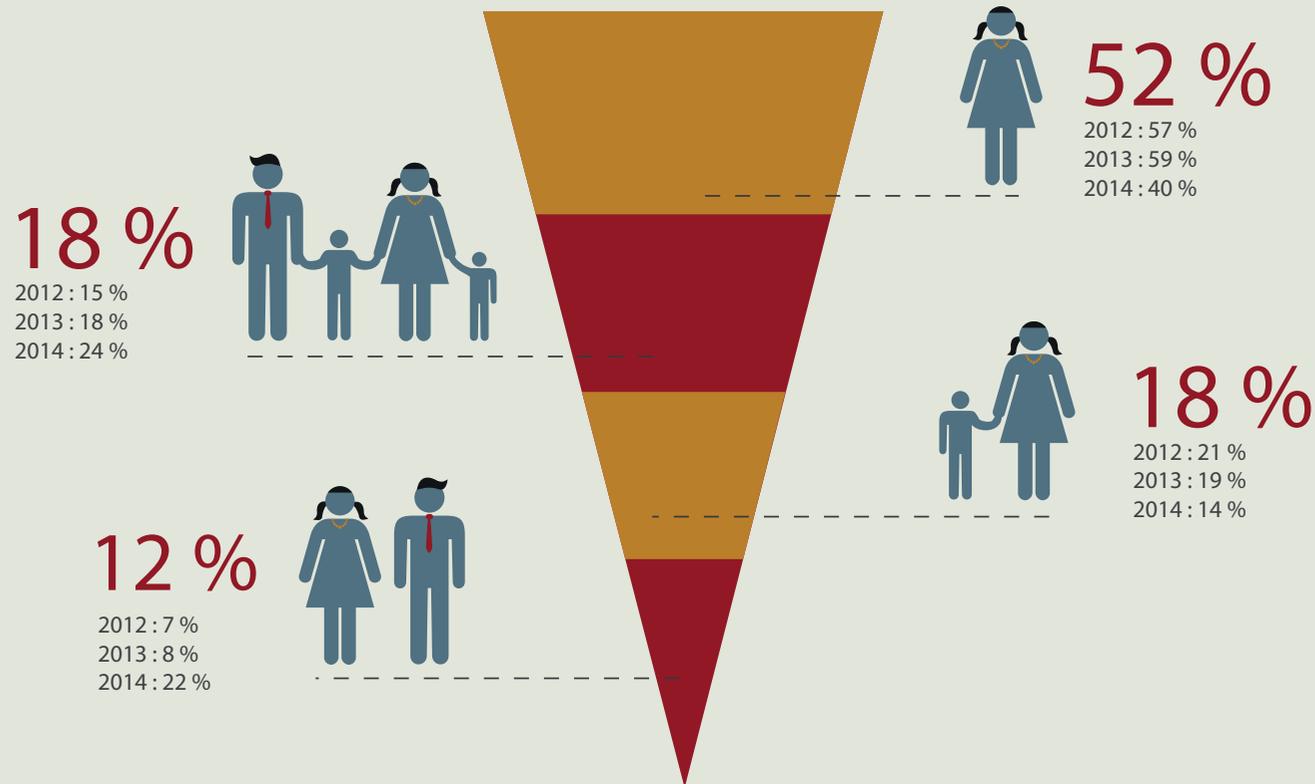


ÂGE MOYEN : 41 ANS

Plus de la moitié des femmes recherchant une assurance santé sur Internet ont moins de 40 ans (en moyenne depuis 2012).

Données Insee 2013 :
20-39 ans : 25 %
40-59 ans : 27 %
60 ans et plus : 24 %

SITUATION FAMILIALE



UNE MAJORITÉ DE FEMMES S'ASSURENT SANS LEUR CONJOINT

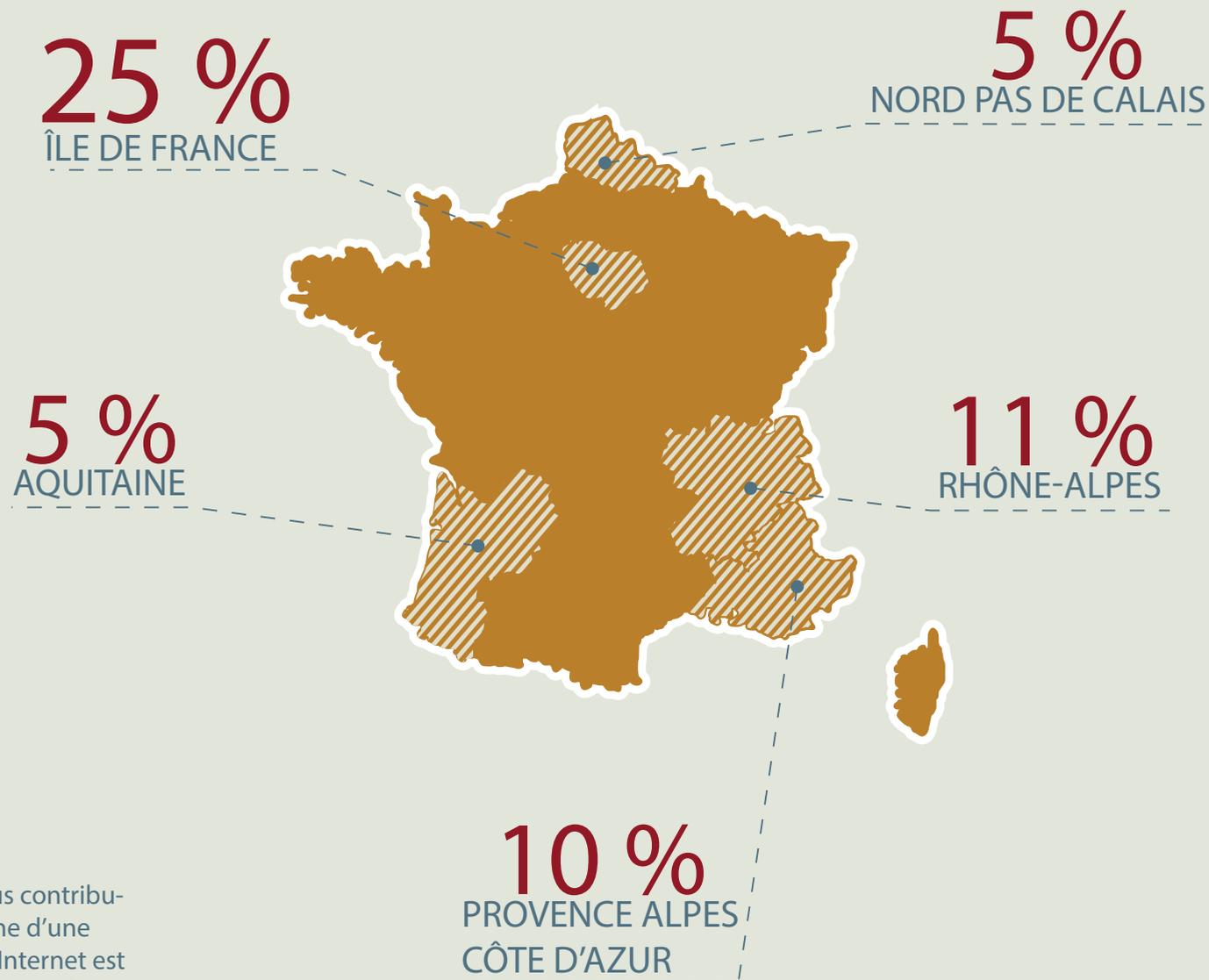
Plus de la moitié des femmes qui recherchent une complémentaire santé sur Internet s'assurent seules. Les femmes seules ou seules avec enfant(s) représentent même 7 cas sur 10.

Cela peut s'expliquer par le fait que la catégorie des personnes s'assurant seules comprend deux types d'individus :

- les célibataires sans enfant ;
- les personnes qui s'assurent à titre individuel car leur conjoint ou enfant sont assurés sur un autre contrat.

Données Insee (2010) :
Homme seul : 14 %
Femme seule : 20 %
Couple sans enfant : 26 %
Couple avec enfant(s) : 27 %
Famille monoparentale : 8 %
Autres : 5 %

SITUATION GÉOGRAPHIQUE

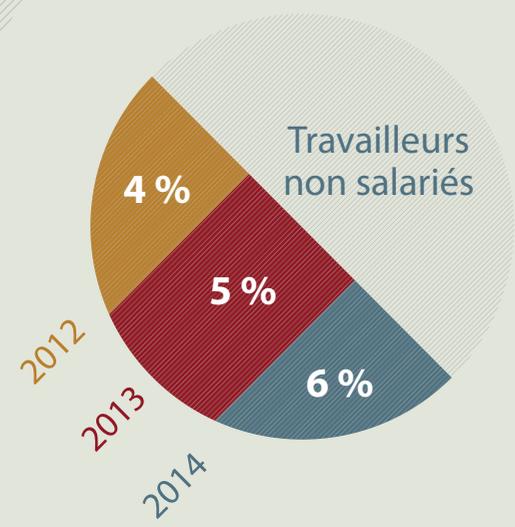
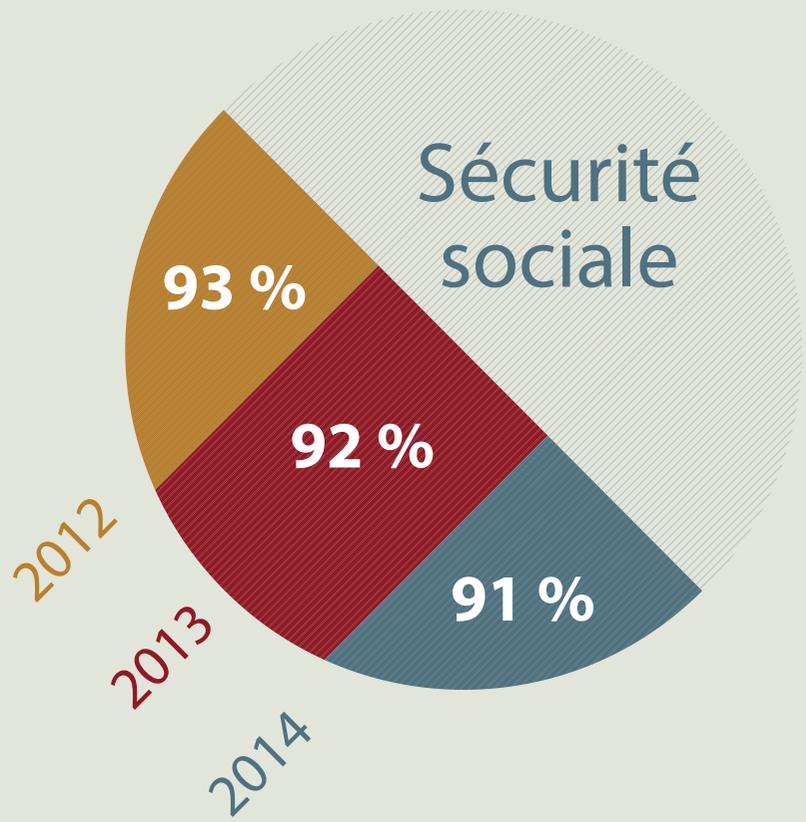


Le Top 5 des régions les plus contributives en termes de recherche d'une complémentaire santé sur Internet est proche sans être strictement conforme aux régions les plus peuplées.

Population française par région
(données 2013 - Insee) :

- Île de France : 18 %
- Rhône Alpes : 10 %
- Paca : 8 %
- Nord Pas de Calais : 6 %
- Languedoc-Roussillon : 4 %

LE RÉGIME OBLIGATOIRE



Le régime général de l'Assurance maladie est le plus représenté. A noter toutefois que ce taux est en baisse de 1 point par an depuis 2012, au profit du RSI qui couvre les travailleuses non salariées.

LES PROFESSIONS

Données INSEE (2012) :

Agriculteurs exploitants : 1%

Artisans, commerçants, chef d'entreprise : 3,4%

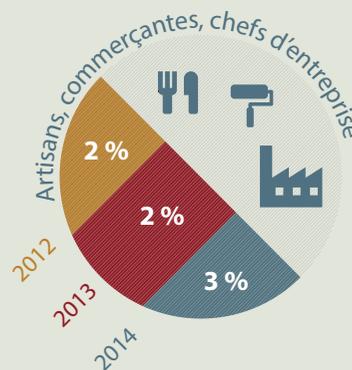
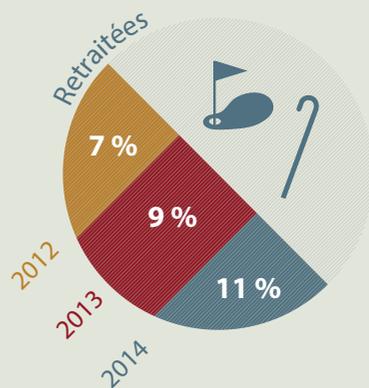
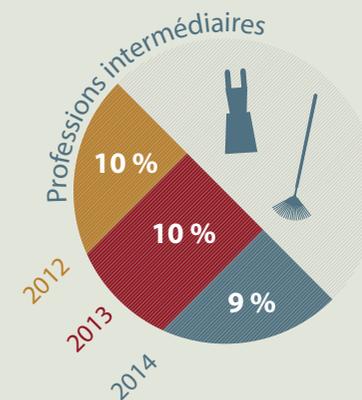
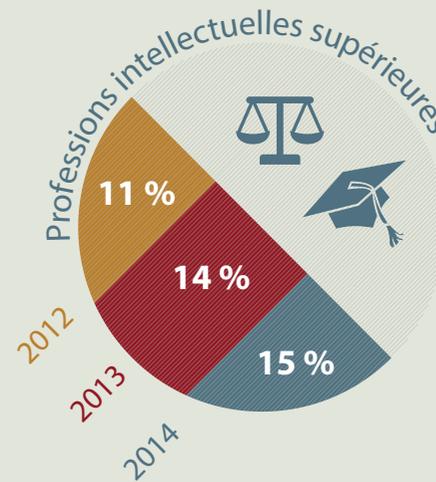
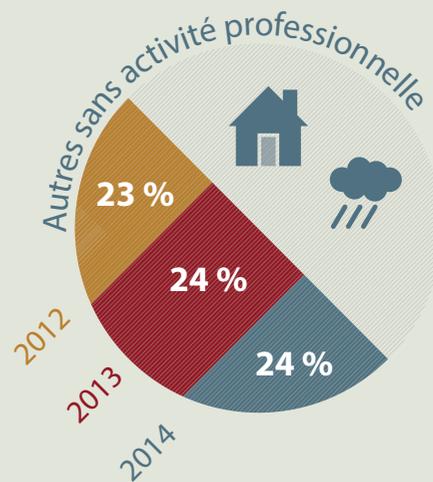
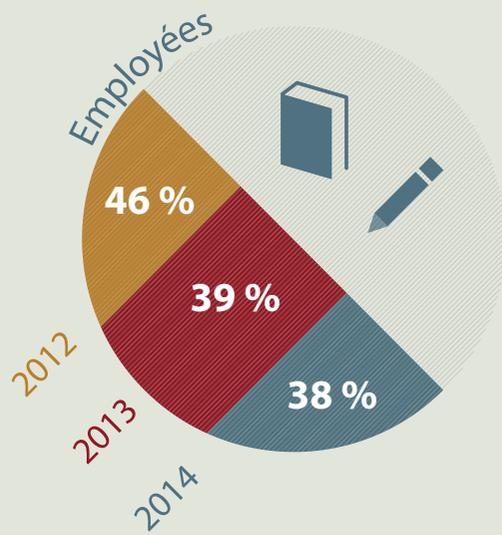
Cadres, professions intellectuelles supérieures : 9,6%

Professions intermédiaires : 13,3%

Employés : 16%

Inactifs ayant déjà travaillé : 26,5%

Autres sans activité professionnelle : 17,7%



Les femmes en quête d'une nouvelle complémentaire santé sont en moyenne à 41 % des employées, suivies à hauteur de 23 % par les femmes qui n'exercent aucune activité professionnelle.

En 2012, 7 % des e-assurées étaient retraitées contre 11 % en 2014. La sortie des assurées des contrats de groupe au moment de la retraite explique cette montée en puissance, doublée par une appétence plus forte pour le média web.

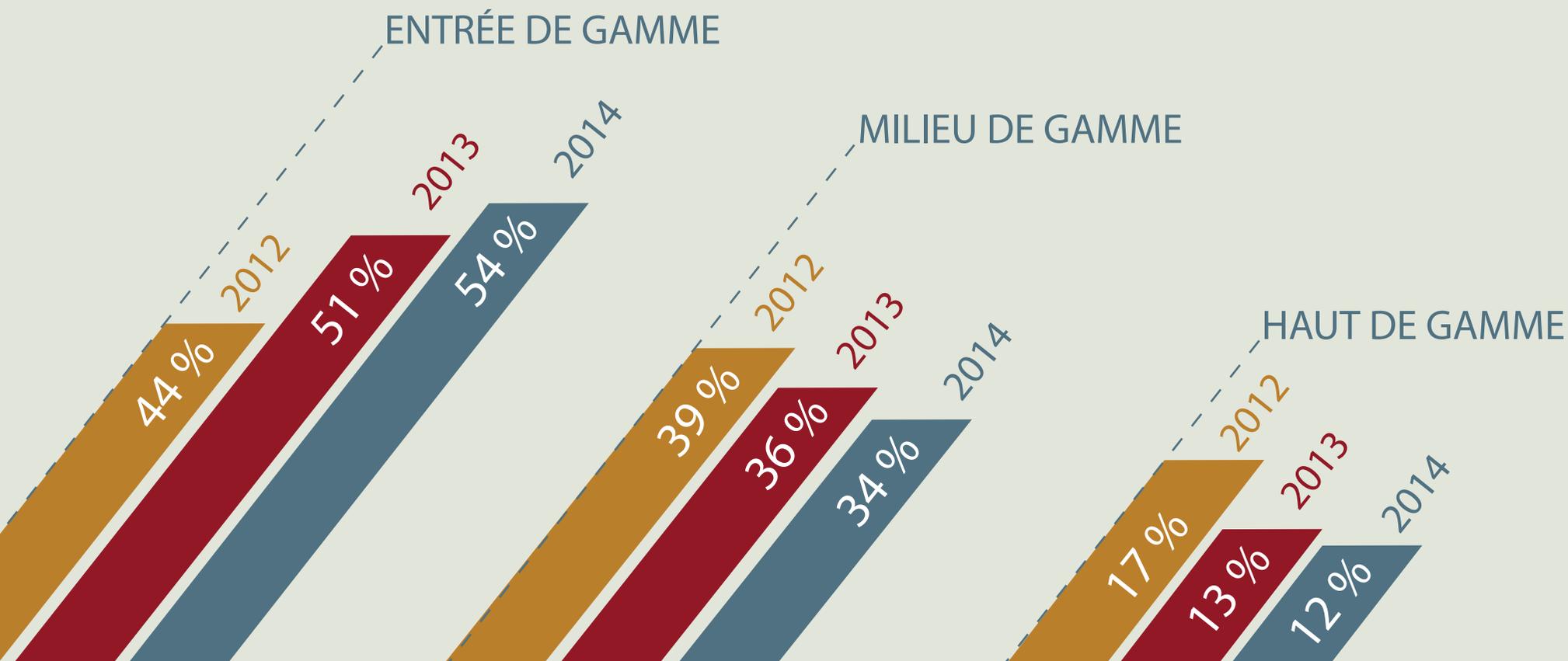
NIVEAU D'ASSURANCE SOUHAITÉ

DES FEMMES A LA RECHERCHE DU MEILLEUR PRIX

Un marché dicté par la recherche du meilleur prix : l'assurance santé d'entrée de gamme est privilégiée au cours des recherches effectuées par les e-assurées puisqu'elles sont 48 % en moyenne depuis 2012 à s'orienter vers ce type de formules. Un taux qui a toutefois bondi de 10 points entre 2012 (44 %) et 2014 (54 %).

Cela s'explique par le fait que les internautes recherchent avant tout une complémentaire à un prix abordable sans forcément tenir compte de leurs réels besoins.

Les garanties milieu de gamme qui connaissent un succès relativement constant (en moyenne 37 %), avec une baisse de 5 points entre 2012 et 2014. Le haut de gamme est progressivement délaissé qui baisse lui aussi de 5 points : 17 % en 2012 contre 12 % en 2014.





MONTANT DE COTISATION

600 - 1 200 € / an

UN MARCHÉ ORIENTÉ VERS LES COTISATIONS LES MOINS CHERES

La tendance observée sur les formules retenues se confirme avec la répartition par montant de cotisation. En effet, les tarifs obtenus par les trois quarts des internautes femmes se concentrent dans la tranche de 0 à 100 € / mois.

En cohérence avec une orientation marquée vers le bas de gamme, 38 % des tarifs restitués en 2014 concernant des cotisations inférieures à 50 €, soit 4 points de plus qu'en 2012.

0 - 600 € / an

35 %

2012 : 34 %
2013 : 34 %
2014 : 38 %

40 %

2012 : 40 %
2013 : 40 %
2014 : 39 %

1 200 - 1 800 € / an

17 %

2012 : 17 %
2013 : 17 %
2014 : 16 %

1 800 - 2 400 € / an

6 %

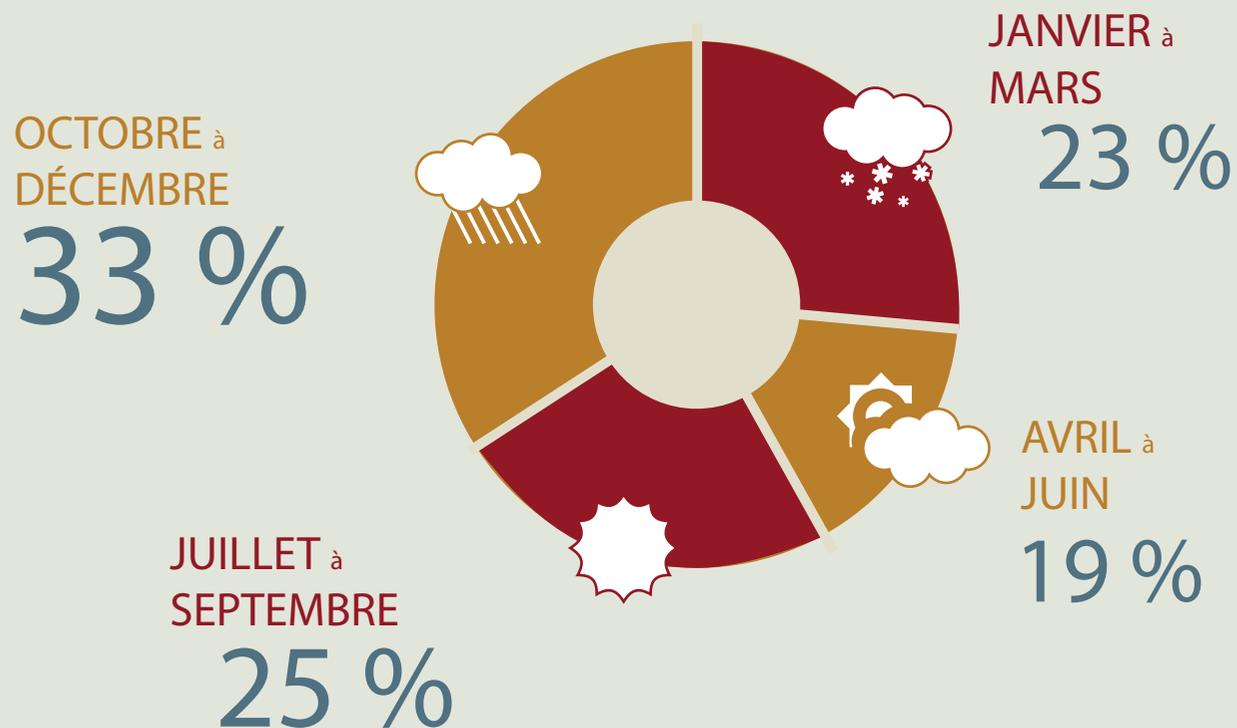
2012 : 7 %
2013 : 6 %
2014 : 5 %

2 400 € et + / an

2 %

2012 : 2 %
2013 : 3 %
2014 : 2 %

ÉVOLUTION TRIMESTRIELLE DE L'ACTIVITÉ



UNE SAISONNALITÉ MARQUÉE

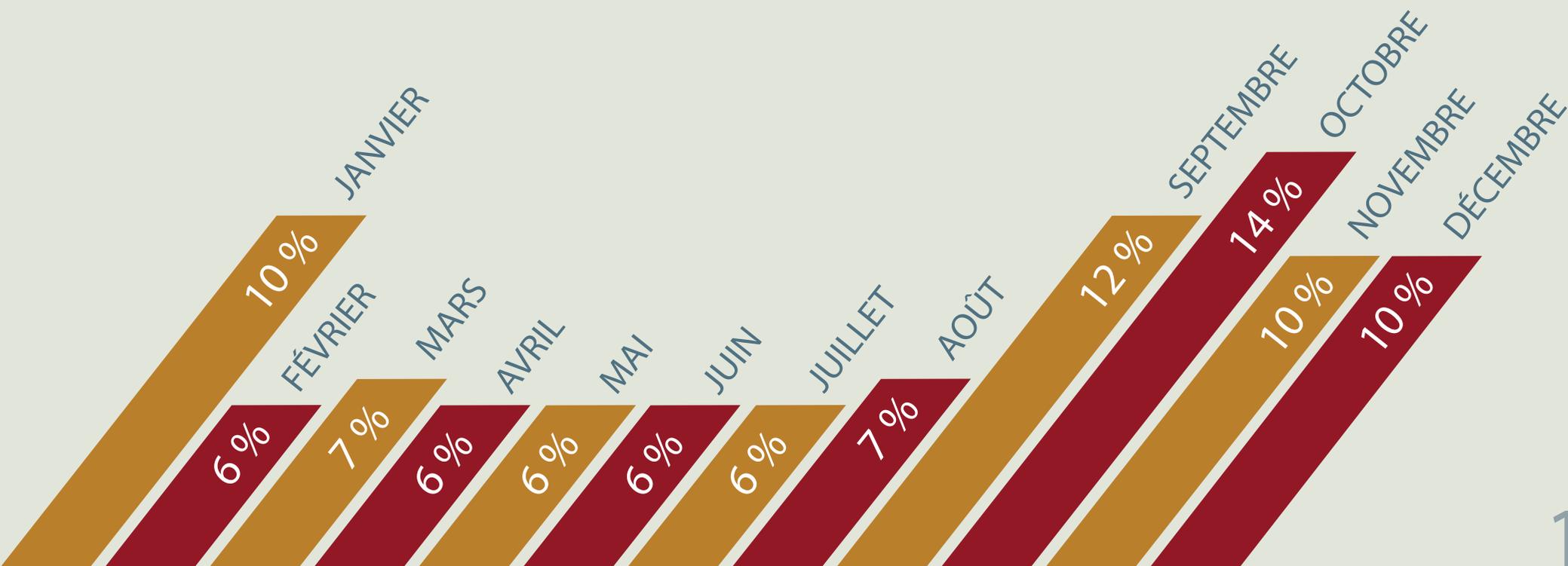
Le dernier quart de l'année concentrent un tiers des recherches. Le printemps est en revanche une période de moindre activité.

ÉVOLUTION MENSUELLE DE L'ACTIVITÉ

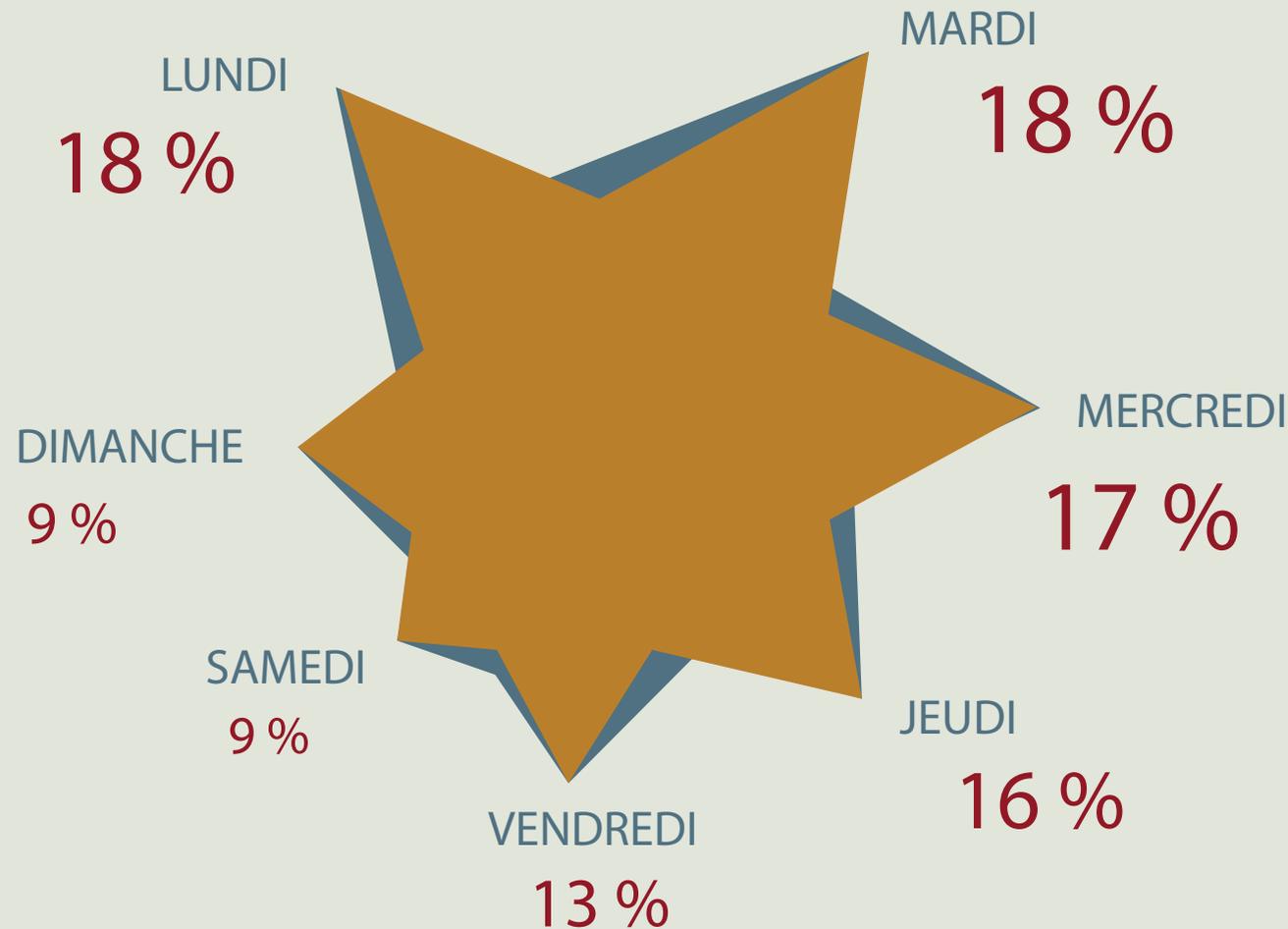
DES RECHERCHES CONCENTRÉES ENTRE SEPTEMBRE ET JANVIER

Septembre à janvier correspondent à 56 % des recherches d'une complémentaire santé par les femmes alors que ces 5 mois pèsent pour 42 % du temps annuel.

Les mois de février à août sont plus calmes.



ÉVOLUTION EN JOURS DE L'ACTIVITÉ



FEMMES, MUTUELLES ET INTERNET : ÇA SE PASSE BUREAU

Les recherches se concentrent essentiellement au cours des quatre premiers jours de la semaine, qui représentent 69 % des demandes alors qu'ils comptent pour 57 % du temps hebdomadaire.

LE PROFIL TYPE

