

# L'OBSERVATOIRE DES E-ASSURÉS

3<sup>e</sup> ÉDITION  
NOVEMBRE 2014

LE PROFIL DES PERSONNES  
A LA RECHERCHE  
D'UNE ASSURANCE SANTÉ SUR  
INTERNET



# QUI

## SOMMES-NOUS ? PRÉSENTATION DE

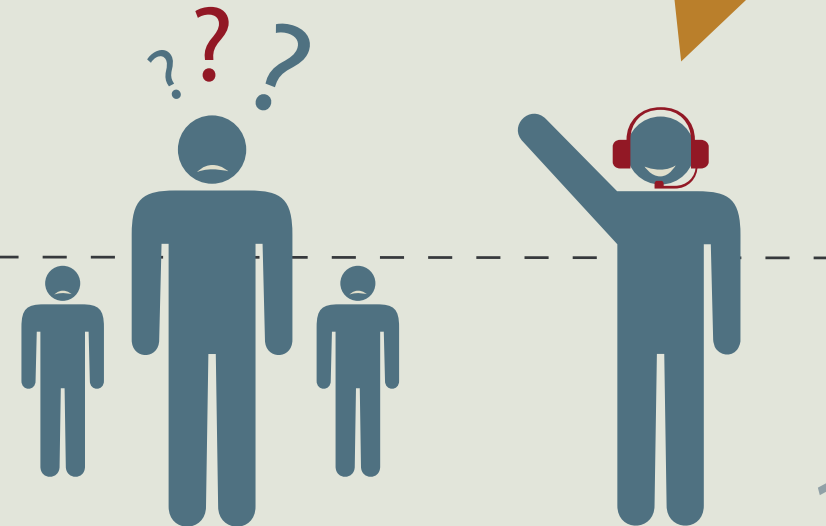
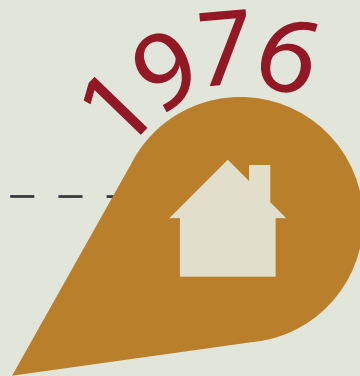
cmonassurance est un e-courtier, filiale d'Alptis Assurances. Les deux entités sont basées à Lyon. cmonassurance a été créé en 2007 pour répondre à une demande croissante d'internautes à la recherche d'une assurance santé précisément adaptée à leurs besoins et à leur budget. cmonassurance est spécialiste 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](http://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-ASSURÉS ?

## PRÉFACE

Toutes les études publiées sur le secteur de l'e-assurance portent sur les tendances, les acteurs, les motifs de recherche, le développement des solutions techniques, l'impact des réseaux sociaux.

Pour cmonassurance, filiale d'Alptis, courtier grossiste spécialisé en assurance de personnes, il nous est apparu important de compléter les informations disponibles en étudiant les internautes eux-mêmes : leur profil détaillé, leurs besoins, la saisonnalité de leurs recherches...

Cette troisième édition répond aux questions suivantes : qui sont les consommateurs qui se renseignent et achètent leur assurance santé sur internet ? Comment évolue leur profil au fil du temps ? Quel niveau de couverture privilégient-ils ? Quand font-ils leur recherche ?



# MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

## OBJECTIF

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



## ÉCHANTILLON

8 296 091 personnes ayant sollicité le service de tarification d'Alptis Assurances pour la gamme de complémentaires santé.

## PÉRIODE D'OBSERVATION

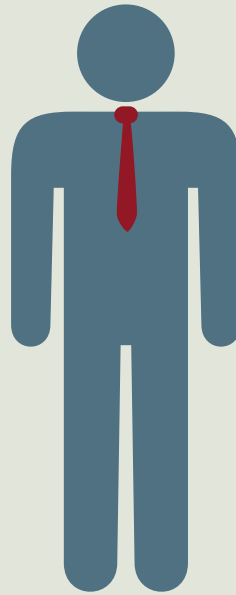
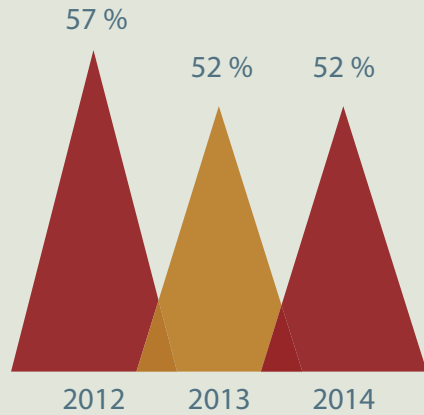
Du 1er juillet 2012 au 30 juin 2014.



# HOMMES ET FEMMES



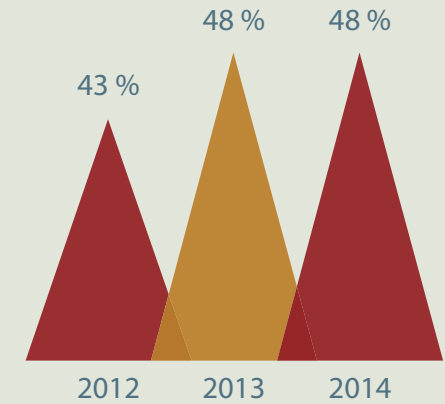
En déclaratif, nous remarquons que les hommes sont légèrement majoritaires. Un chiffre identique à celui de 2013.



54 %



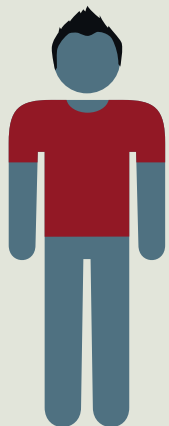
46 %



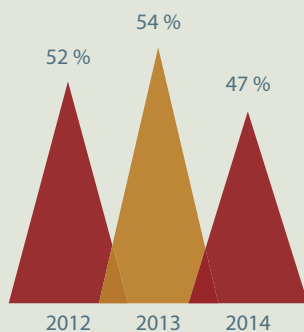
Nous savons toutefois d'expérience que certaines demandes de tarif sont faites par des femmes au nom de leur conjoint.

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

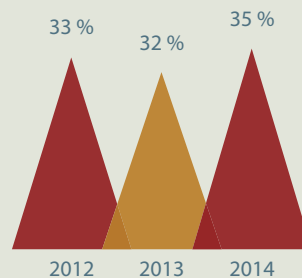
# TRANCHES D'ÂGE



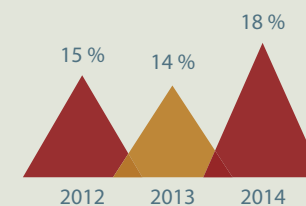
20 – 39 ans  
**51 %**



40 – 59 ans  
**33 %**



60 ans et plus  
**16 %**



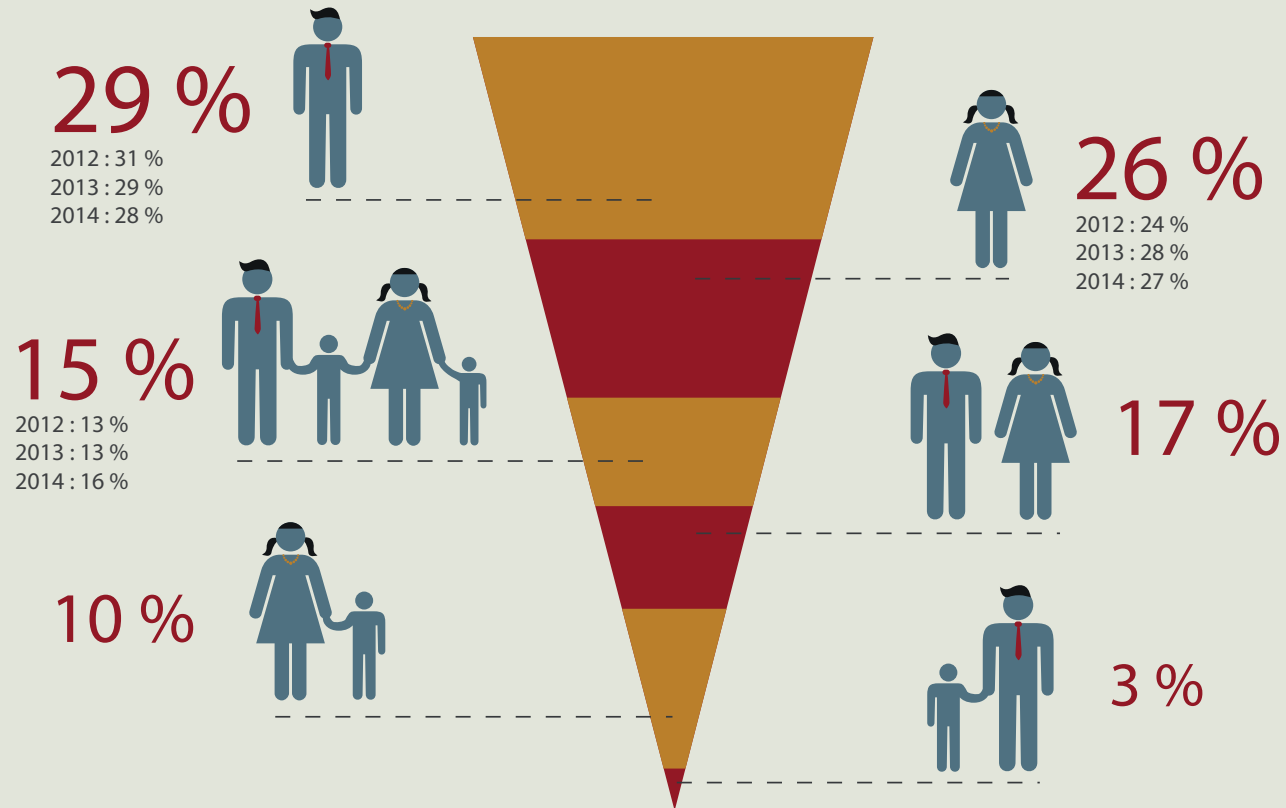
## ÂGE MOYEN : 41 ANS

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

Malgré un gain de 3 points entre 2013 et 2014, les seniors restent sous-représentés puisqu'ils sont 16 % en moyenne depuis 2012 alors que l'Insee les recense à hauteur de 24 % (données 2013).

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

# SITUATION FAMILIALE



## UNE MAJORITÉ DE PERSONNES S'ASSURENT SEULES

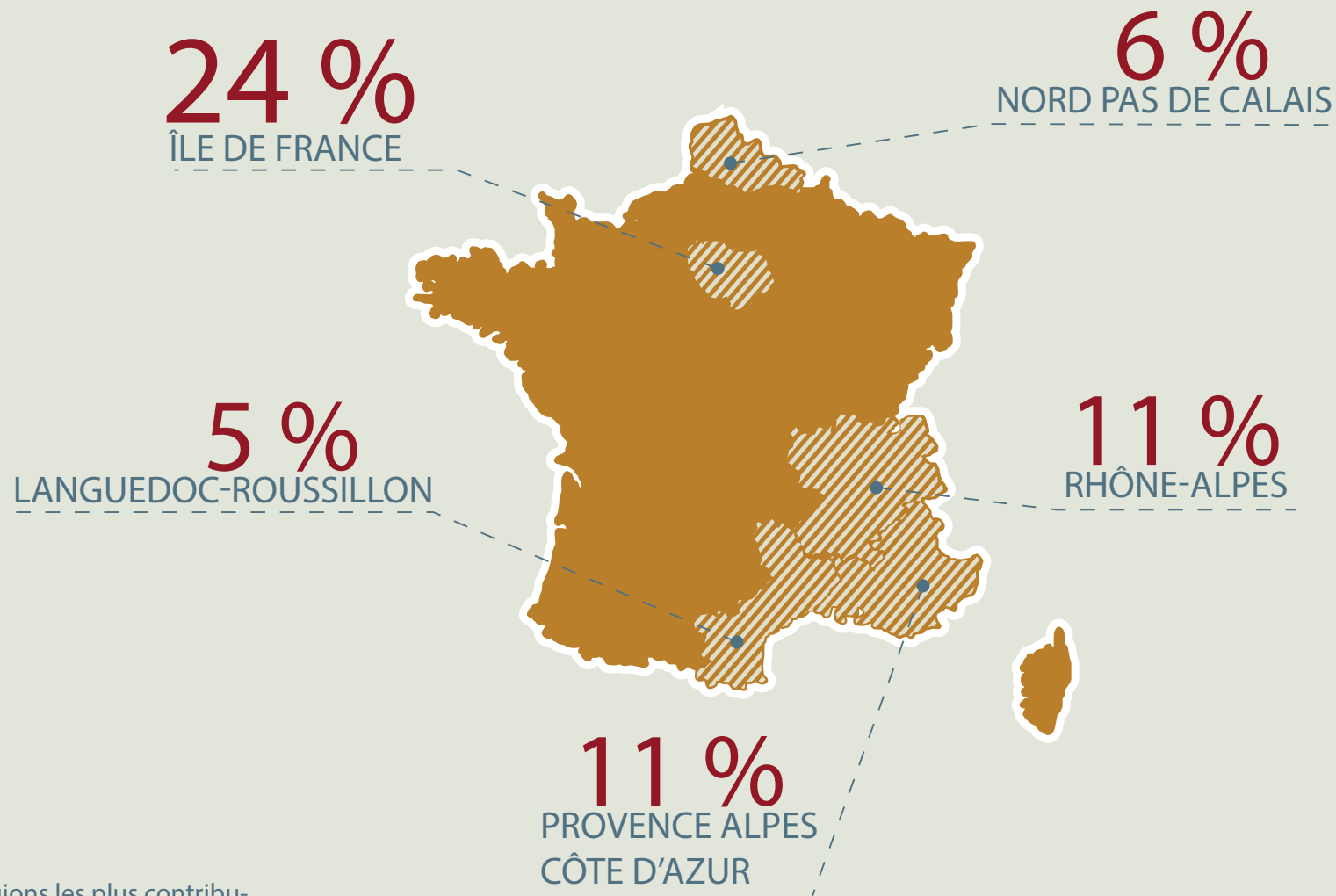
Plus de la moitié des individus qui recherchent une complémentaire santé sur Internet, s'assurent seuls. Ils sont en effet 55 % tandis que les personnes célibataires représentent 34 % en France.

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 et enfants 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



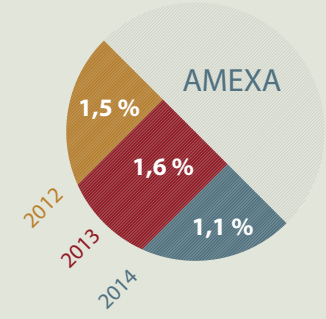
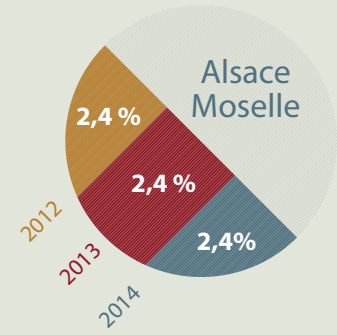
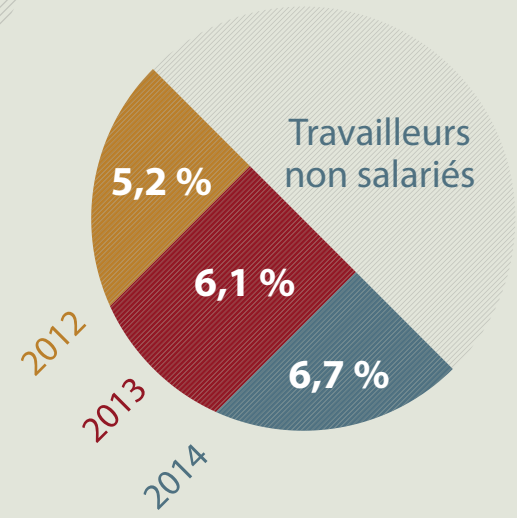
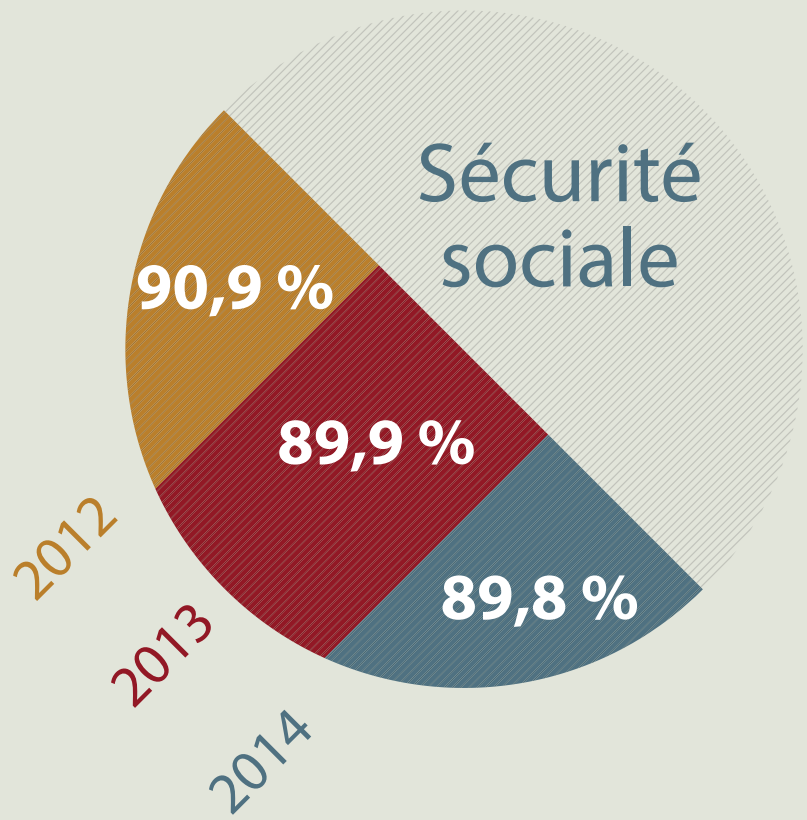
Le Top 5 des régions les plus contributives en termes de recherche d'une complémentaire santé sur Internet est proche sans être strictement conforme aux régions les plus peuplées.

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



Tandis que le régime général reste le statut de 90 % des internautes en moyenne, sa part depuis 2012 diminue, passant de 90,9 % à 89,8 % en 2014. Notons que ce régime est tout de même surreprésenté sur Internet puisque, en France, 4 personnes sur 5 (soit 80 %) y sont rattachées.

Les internautes sont de plus en plus nombreux à se déclarer travailleurs non salariés puisqu'ils sont 6,7 % en 2014 contre 5,2 % en 2012.

# LES PROFESSIONS

Données INSEE (2012) :

Agriculteurs exploitants : 1 %

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

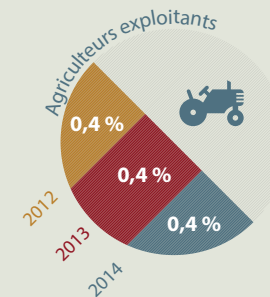
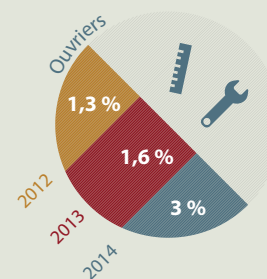
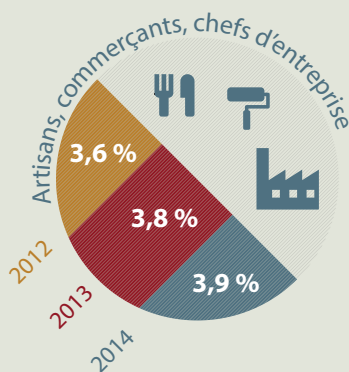
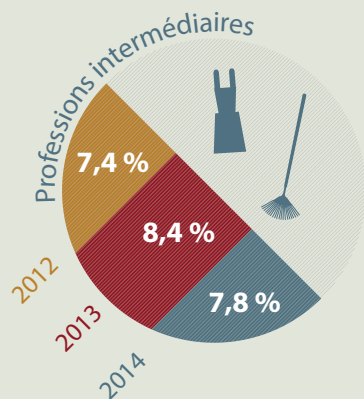
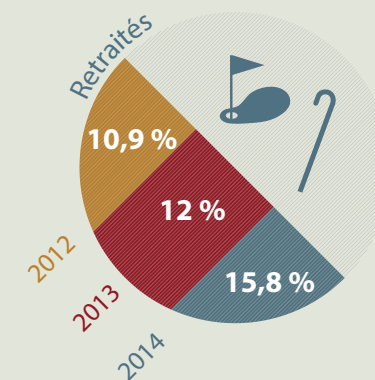
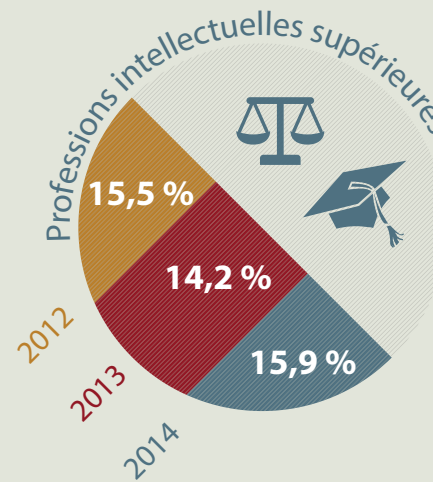
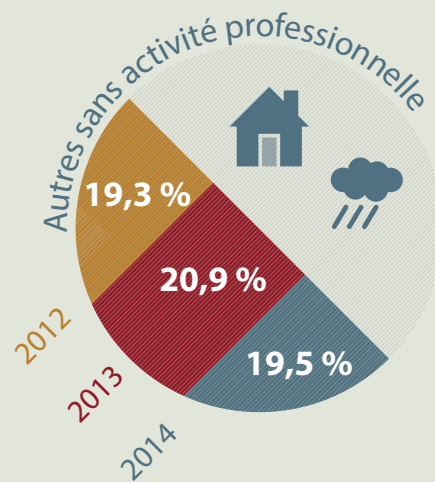
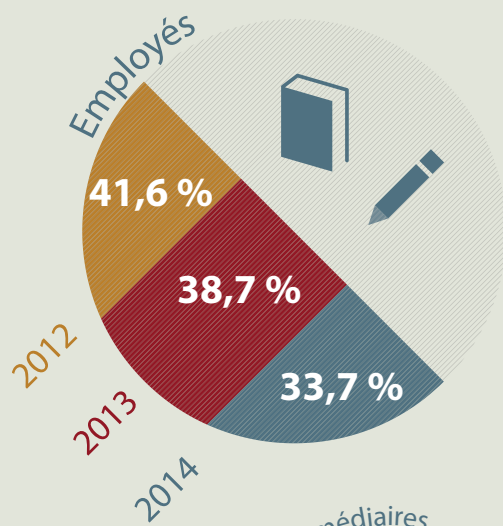
Cadres, professions intellectuelles supérieures : 9,6 %

Professions intermédiaires : 13,3 %

Employés : 16 %

Inactifs ayant déjà travaillé : 26,5 %

Autres sans activité professionnelle : 17,7 %



Les employés représentent environ 38 % des internautes en quête d'une complémentaire santé, suivis à hauteur de 20 % par les personnes qui n'exercent aucune activité professionnelle.

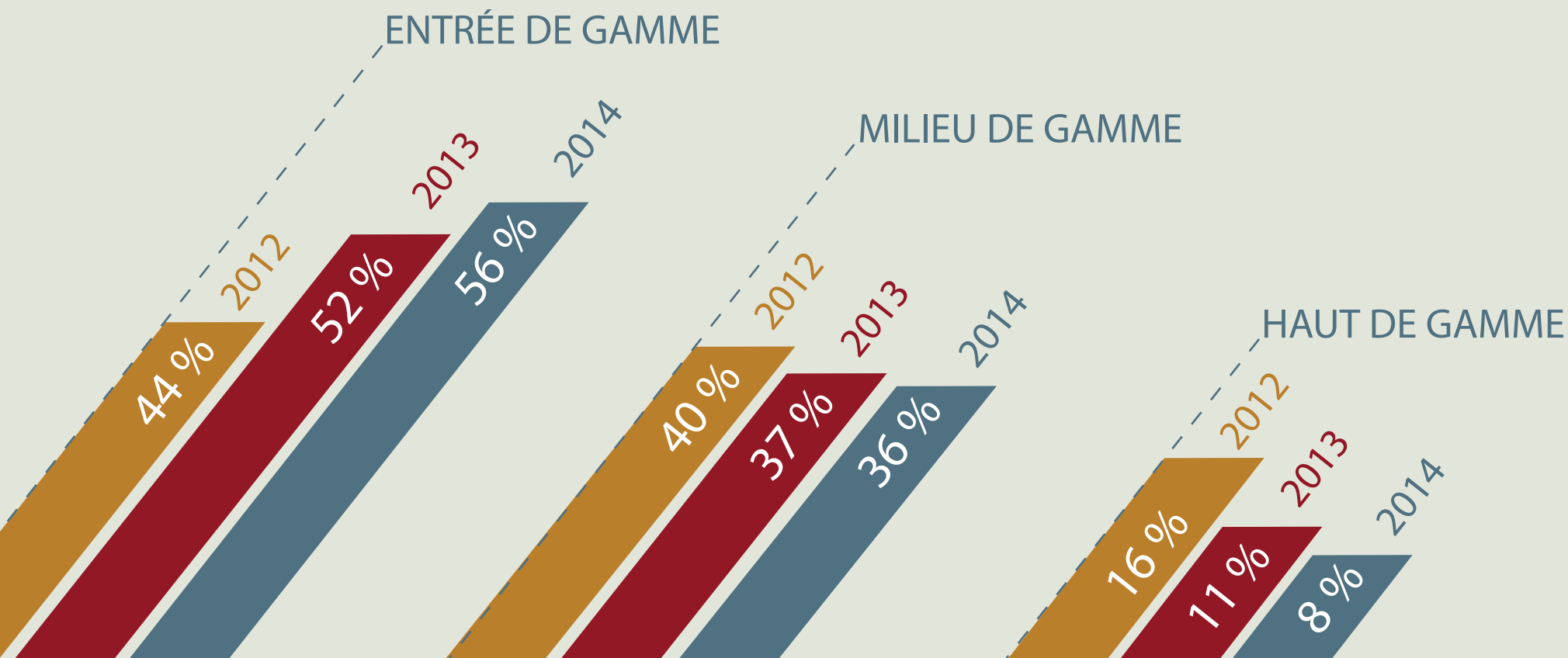
En 2012, 10,9 % des internautes à la recherche d'une complémentaire étaient retraités contre 15,8 % en 2014. La sortie des assurés des contrats de groupe au moment de la retraite explique cette montée en puissance, doublée par une appétence plus forte pour le média web.

# NIVEAU D'ASSURANCE SOUHAITÉ

## UNE OPTIMISATION DU RAPPORT QUALITÉ / PRIX

L'assurance santé d'entrée de gamme est privilégiée au cours des recherches effectuées par les internautes puisqu'ils sont près d'1 sur 2 en moyenne à **s'orienter vers ce type de formules**. La tendance à la recherche d'une garantie d'entrée de gamme se renforce au fil des ans : +8 points entre 2012 et 2014. A noter la désaffection du public pour les complémentaires santé de haut de gamme, qui deviennent inaccessibles d'un point de vue pécuniaire.

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





# MONTANT DE COTISATION

600 - 1 200 € / an

0 - 600 € / an

**33 %**

2012 : 33 %  
2013 : 30 %  
2014 : 36 %

**37 %**

2012 : 36 %  
2013 : 38 %  
2014 : 37 %

1200 - 1 800 € / an

**18,7 %**

2012 : 19 %  
2013 : 19 %  
2014 : 18 %

1 800 - 2 400 € / an

**7,8 %**

2012 : 8 %  
2013 : 9 %  
2014 : 7 %

2 400 € et + / an

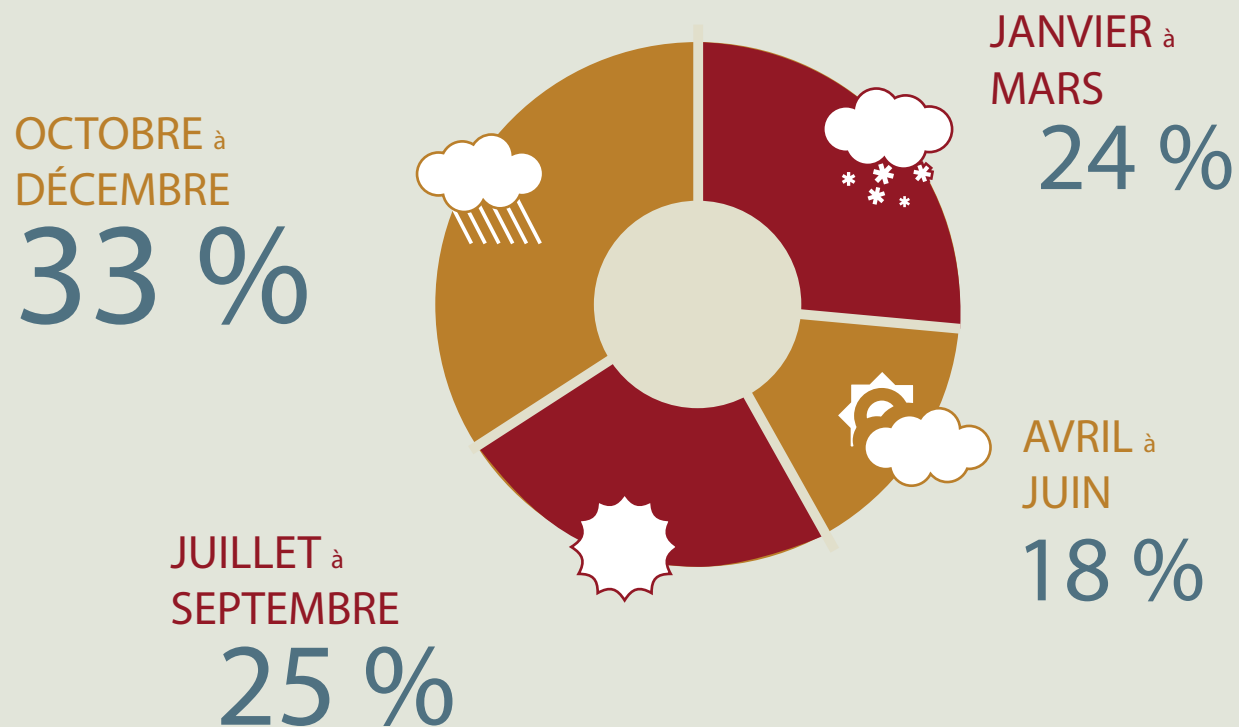
**3,4 %**

2012 : 4 %  
2013 : 4 %  
2014 : 2 %

La tendance observée sur les formules retenues se confirme avec la répartition par montant de cotisation. En effet, 7 personnes de l'échantillon sur 10 se concentrent dans la tranche de 0 à 100 €/mois.

La part des cotisations comprises entre 0 et 50 €/mois et celles comprises entre 51 et 100 €/mois est sensiblement la même.

# ÉVOLUTION TRIMESTRIELLE DE L'ACTIVITÉ



## UNE SAISONNALITÉ MARQUÉE

La saisonnalité de l'activité est forte : un tiers des recherches sont faites pendant les trois derniers mois de l'année, après la résiliation des contrats, contre 18 % au deuxième trimestre.

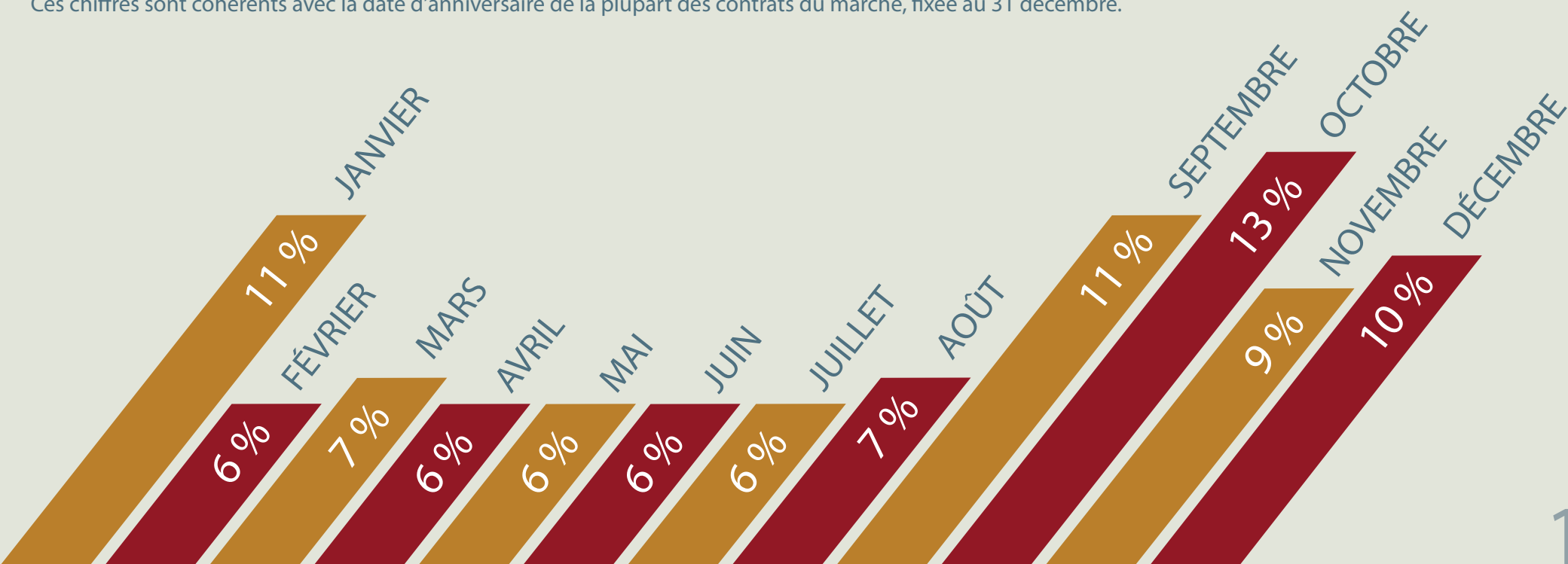
# ÉVOLUTION MENSUELLE DE L'ACTIVITÉ

## SEPTEMBRE-JANVIER : UNE PÉRIODE HAUTE EN RECHERCHES

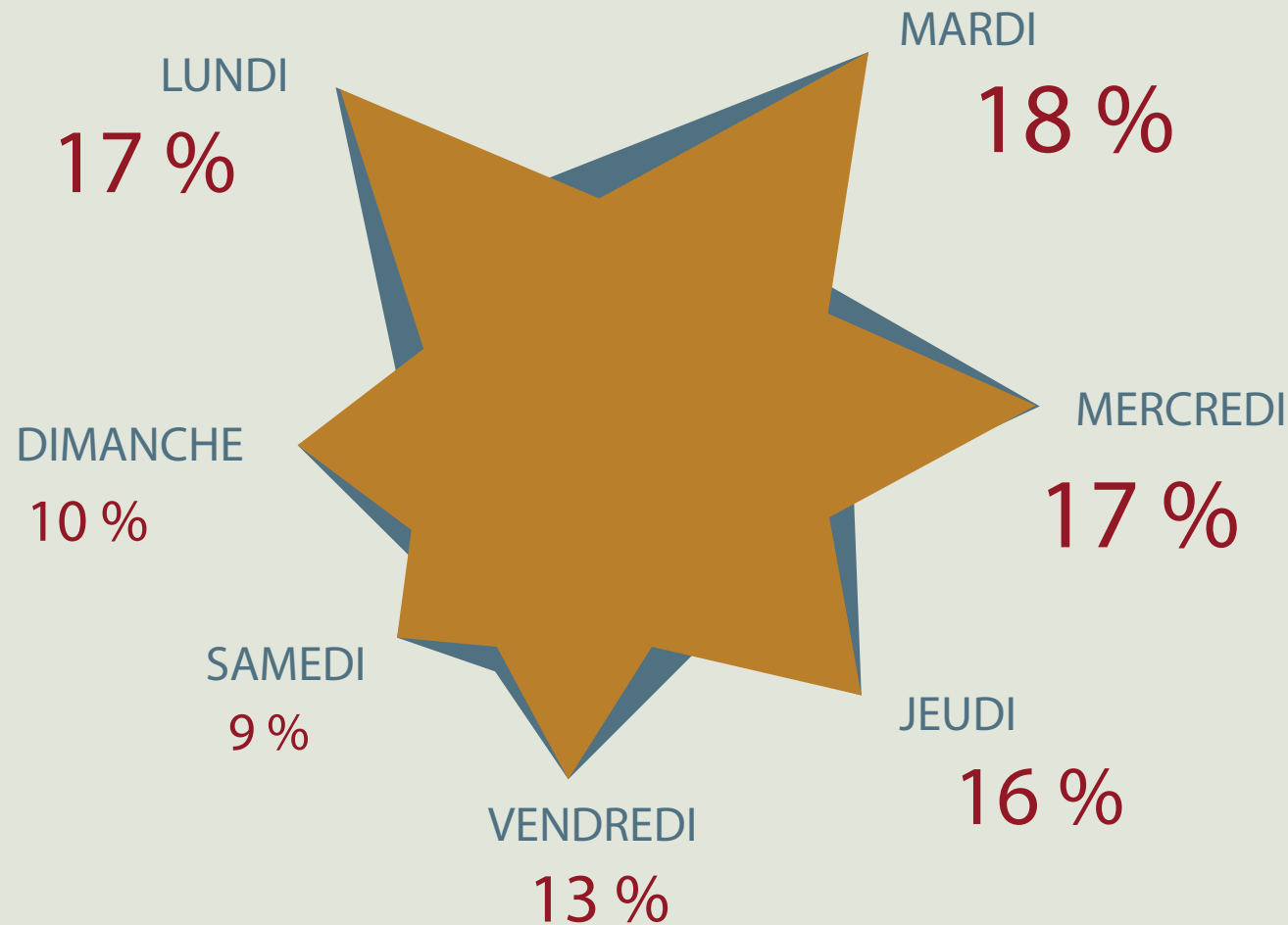
Les mois d'intense activité se concentrent sur le dernier quadrimestre et le mois de janvier.

Durant 5 mois, de septembre à janvier, 54 % des demandes de tarification sont réalisées par les internautes contre 46 % pour les 7 autres mois, signe d'une saisonnalité marquée de l'activité.

Ces chiffres sont cohérents avec la date d'anniversaire de la plupart des contrats du marché, fixée au 31 décembre.



# ÉVOLUTION EN JOURS DE L'ACTIVITÉ



## ASSURANCE ET INTERNET : ÇA SE PASSE AU BUREAU

Les recherches se concentrent essentiellement au cours des quatre premiers jours de la semaine, qui représentent plus des deux tiers des demandes alors qu'ils comptent pour 43 % du temps hebdomadaire.

La part des recherches effectuée le week-end reste la plus faible avec 9 % le samedi et 10 % le dimanche.

# LE PROFIL TYPE

