



COMMUNIQUE DE PRESSE
24 juin 2009

Sondage exclusif MMA / Ifop *

87 % des Français attachés à la relation avec leur agent 74 % des Français considèrent l'assurance comme un produit à part

Pour la majorité des Français, l'assurance n'est pas un produit comme un autre. La preuve en est : malgré la crise et la diminution du pouvoir d'achat, près d'un Français sur 2 n'est pas prêt à faire des économies sur ses contrats d'assurances. Face à ce produit particulier, les Français restent attachés à leur conseiller, élément clé pour faire le bon choix et être bien assuré. Si les Français souscrivent encore peu leur contrat d'assurance en ligne, Internet joue cependant un rôle croissant pour se renseigner et comparer.

L'assurance, un produit à part, pour lequel les Français n'envisagent pas de réduire leur budget malgré la crise

Pour 3 Français sur 4, souscrire une assurance ne revient pas à acheter "n'importe quel produit".

Ainsi **près d'un Français sur deux ne se déclare pas prêt à faire des économies sur ses assurances**, même en période de crise et de diminution du pouvoir d'achat.

Pour les Français qui envisageraient de réduire leur budget assurances, c'est la prévoyance (23%) et l'auto (21%) qui seraient concernées en premier lieu, loin devant l'assurance habitation (7%) ou la complémentaire santé (4%).

Compte-tenu du contexte de crise économique et sociale, une proportion importante de Français se déclare plus attentive qu'avant aux **prix des produits d'assurance** (50%), à la **qualité des prestations et/ou des garanties** (48%), à la réputation de la compagnie d'assurance (37%) mais aussi à la relation avec leur conseiller (34%).

En matière d'assurance, toujours le contact humain

Puisque l'assurance n'est pas un produit comme un autre, **87% des Français attachent beaucoup d'importance à la possibilité d'entrer en contact avec un conseiller pour souscrire une offre.**

Le **téléphone** (53%) et la **visite en agence** (29%) restent les canaux prioritairement utilisés par les Français pour entrer en contact avec leur assureur, devant Internet (15%) ou le courrier (3%).

Autre fait notable : si 16% des internautes ont déjà souscrit un ou plusieurs produits d'assurance directement sur Internet, 67% déclarent ne pas envisager souscrire un produit d'assurance en ligne. Principaux motifs : l'absence de contact avec un conseiller (69%) et, dans une moindre mesure, la crainte de faire un mauvais choix et d'être moins bien assuré (25%).

Internet : s'informer et renforcer sa relation avec son assureur

Si la majorité des Français n'a pas encore franchi le cap de la souscription en ligne, Internet joue un rôle croissant pour **se renseigner et comparer**, éléments jugés importants **pour avoir la certitude de choisir la bonne assurance** (82%) :

- 57% se renseignent souvent ou de temps en temps sur les **produits proposés par leur compagnie d'assurance** sur son site internet.
- 55% se renseignent sur internet souvent ou de temps en temps sur les **produits proposés par d'autres compagnies d'assurances** que la(les) leur(s).
- 50% utilisent souvent ou de temps en temps un **comparateur de prix** sur Internet.
- 48% demandent par ailleurs souvent ou de temps en temps un **devis en ligne** à un ou plusieurs assureurs.

Plus encore que pour se renseigner ou comparer, Internet s'affirme pour 62% des Français comme un complément utile dans leur relation avec leur agent. 45% des Français affirment même qu'Internet leur permet d'être davantage en relation avec leur compagnie d'assurance.

Tendance observée dans certains pays d'Europe, l'utilisation croissante d'Internet dans l'acte d'achat, est plus importante dans la région Sud-Est¹. Avec un nombre de contrats par foyer dans la moyenne nationale, ses habitants sont plus nombreux à avoir déjà souscrit en ligne (23 % vs 16 %) et à considérer l'assurance comme "n'importe quel produit" (31 % vs 26 %).

Les Français et l'assurance : quelques repères

- **Chaque foyer français possède en moyenne 4,3 contrats d'assurance** ; un foyer sur 4 détenant 6 contrats d'assurance et plus.
- Les Français déclarent dépenser en moyenne chaque année **1 277 € pour leurs assurances**, hors assurance-vie et assurance prévoyance.
- Les **types de produits les plus souscrits** sont :
 - l'assurance **habitation pour la résidence principale** (92%),
 - l'assurance **auto** (88%),
 - l'assurance **complémentaire santé** (69%)
 - l'**assurance-vie** (52%).

** Sondage MMA / Ifop réalisé du 9 au 11 juin 2009 selon la méthode des quotas, auprès d'un échantillon de 1013 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.*

MMA poursuit sa démarche multicanal intégré, confortée par les résultats de cette étude ; elle vient ainsi de lancer son nouveau site Internet mma.fr.

Demande de devis, souscription en ligne, recherche d'un agent... : le site mma.fr a pour vocation de faciliter l'accès à l'assurance, grâce à l'identification rapide des offres adaptées aux besoins de chacun.

Avec mma.fr, MMA est le premier acteur du marché à proposer devis et **souscription en ligne pour 9 types de produits** : auto, résidence principale, secondaire, assurance scolaire, assurances loisirs, protection juridique, santé, épargne et prévoyance.

MMA en quelques lignes

MMA compte parmi les 10 premiers groupes français d'assurance. Multi-spécialiste, il s'adresse à la fois aux particuliers, aux professionnels, aux entreprises, aux collectivités et aux associations.

En 2008, le chiffre d'affaires de MMA est de 5,7 milliards €.

Avec 1921 points de vente et 3,2 millions de clients, MMA est le 3ème réseau d'agents généraux en assurances des biens et de responsabilité .

Contacts Médias

Marjorie Grégoire - Tél. : 01 58 65 00 82
 mgregoire@hopscotch.fr
 Hélène Miens – Tél : 01 58 65 00 54
 hmiens@hopscotch.fr

Marie-Pierre Michel - Tél : 01 53 10 63 57
 marie-pierre.michel@groupe-mma.fr
 Amélie Bourreau - Tél : 01 53 10 65 49
 amelie.bourreau@groupe-mma.fr

¹ Rhône-Alpes, PACA