

l'Observatoire  
de la  
*protection*

*aéma*  
G R O U P E

GROUPE  
MUTUALISTE  
DE PROTECTION

AESIO  
MUTUELLE

MACIF

abeille  
ASSURANCES

Ofi invest

**3<sup>ème</sup> édition du baromètre de  
l'Observatoire de la Protection des Français  
Aéma Groupe**  
RÉSULTATS ET ENSEIGNEMENTS CLÉS



# PRÉSENTATION ET MÉTHODOLOGIE DU BAROMÈTRE DE L'OBSERVATOIRE DE *la protection* AÉMA GROUPE

Créé en 2021, l'**Observatoire de la Protection Aéma Groupe** réunit les représentants des sociétaires, des adhérents et des clients des marques composant Aéma Groupe, ainsi que des collaborateurs issus de ses métiers pour partager des réflexions sur l'avenir de la protection en France.

Il est doté d'un baromètre annuel de la protection, déployé avec l'IFOP, auprès d'un échantillon représentatif de la société française, de manière à capter et à suivre l'évolution d'indicateurs-clé inhérents au sentiment de protection des Français et à anticiper leurs attentes et besoins en la matière.

## ÉTUDE RÉALISÉE PAR L'IFOP POUR AÉMA GROUPE



### ÉCHANTILLON

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 3 007 personnes âgées de 18 ans et plus, représentatif de la population française.



### MÉTHODOLOGIE

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.



### MODE DE RECUEIL

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 15 au 23 novembre au 2023.

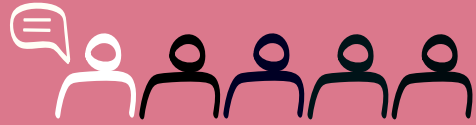
Pour toute question sur l'**Observatoire et le Baromètre de la Protection Aéma Groupe** rendez-vous sur notre site internet

[aemagroupe.fr](https://aemagroupe.fr)



# CE QUE NOUS DISENT *les Français* SUR LEUR SENTIMENT GLOBAL DE PROTECTION

1 Français sur 5  
déclare se sentir mal protégé



## UNE MOYENNE QUI PERSISTE ANNÉE APRÈS ANNÉE

5,8  
—  
10

c'est la note que s'auto-attribuent les Français, exprimant le fait qu'ils se sentent moyennement protégés face aux aléas de la vie.

Les sujets liés au vieillissement, tels que la préparation à la retraite ou encore l'anticipation de la dépendance, sont ceux pour lesquels le manque de protection est ressenti le plus intensément par les Français.

*#bien vieillir*

♥ LES ASSUREURS MUTUALISTES  
ACTEURS PRÉFÉRÉS *de la protection*

*#confiance*

Les Français **plébiscitent toujours les assureurs mutualistes en tant qu'acteurs préférés de leur protection**, devant les assureurs traditionnels et les banques.

60%

des Français déclarent faire confiance aux assureurs mutualistes pour leur apporter une protection contre 48 % pour les assureurs traditionnels et 42 % pour les banques, **un pourcentage qui croît chaque année** puisque 57 % des Français déclaraient faire confiance aux assureurs mutualistes en 2022, 56 % en 2021.

24%

des Français retiennent les assureurs mutualistes comme **l'un des acteurs leur apportant le plus de protection face aux risques**, devant les assureurs traditionnels (15 %) et les banques (10 %).

Les premiers ressorts de la rassurance par les assureurs mutualistes sont en ligne avec les valeurs mutualistes : **le fait de ne pas avoir d'actionnaires et la non-lucrativité, l'indépendance financière et la neutralité.**

# LES SOURCES D'INQUIÉTUDES ET DE STRESS *des Français* POUR LA SOCIÉTÉ, POUR SOI-MÊME ET SES PROCHES

## Les 3 sujets les plus préoccupants pour la société



43 %  
le pouvoir d'achat



28 %  
le changement climatique



25 %  
la sécurité du pays

Le **pouvoir d'achat** est le sujet qui préoccupe le plus la société. Cela peut être attribué à l'inflation qui s'installe structurellement dans le quotidien des Français.

Il est suivi du **changement climatique**, malgré un léger recul (-3 points), qui ne cesse d'être présent dans l'actualité ces dernières années.

Le cumul des conflits géopolitiques, notamment avec l'éclatement de la guerre au Proche Orient, ainsi que l'instabilité politique mondiale pèsent également dans ce classement : les conflits dans le monde et **la sécurité du pays** affichent une progression de 7 points pour se hisser au 3<sup>ème</sup> rang des sujets de société jugés les plus préoccupants.

## Les 3 sujets les plus préoccupants pour soi-même et ses proches



34 %  
l'état de santé physique



31 %  
le pouvoir d'achat



27 %  
le décès

L'item **dépendance et perte d'autonomie** arrive cette année en 4<sup>ème</sup> position et fait un bond de 11 points dans ce classement, passant de 15 % à 26 % en un an. Pour la première fois, cette thématique devance les actes de violence physique.

Le **changement climatique**, quant à lui, arrive seulement en 5<sup>ème</sup> position restant relativement stable.

En résonance avec le vieillissement démographique et les enjeux qui lui sont liés, **l'inquiétude face à la dépendance et à la perte d'autonomie** s'accroît en 2024, tout comme son besoin d'accompagnement, qui ne s'est encore jamais manifesté à un niveau aussi élevé : **+11 points et +8 points vs 2022.**



#préoccupations

# LA *santé mentale*, UN SUJET MAJEUR UNE TENDANCE QUI S’AFFIRME CHEZ LES JEUNES

**5,5**  
**10** TOUT JUSTE LA MOYENNE

Le sentiment global de protection des 18 – 24 ans est en deçà de celui de l’ensemble des Français (5,5/10 vs 5,8/10).

C’est le sentiment le plus bas, comparé à toutes les autres catégories d’âge.

De la même façon, depuis 2 ans, c’est dans cette catégorie d’âge que le pourcentage de personnes se sentant mal protégées est le plus élevé. **29 % des 18-24 ans se sentent très mal protégés, contre 20 % du total des Français en 2024.**

*#santé mentale*



## LES 18 - 24 ANS TIRENT LA SONNETTE D’ALARME

L’état de santé mentale, 3<sup>ème</sup> source d’appréhension et de stress pour eux-mêmes et leurs proches lors de la première édition du baromètre de l’Observatoire de la Protection, est devenu numéro 1 l’an dernier, ex-aequo avec la santé physique.

**Un résultat en tête cette année** et qui est encore plus fort pour les lycéens ou étudiants, pour qui l’état de santé mentale est aussi le premier sujet d’appréhension et de stress pour soi et ses proches, avec 28 %.

## UNE NÉCESSITÉ D’ACCOMPAGNEMENT

La **santé physique** est la principale source d’appréhension et de stress pour les Français et leurs proches, devant le maintien du pouvoir d’achat. L’état de **santé mentale**, lui, ne fait pas partie des risques nécessitant le plus d’accompagnement, occupant de la 4<sup>ème</sup>\* à la 6<sup>ème</sup> position lors des trois éditions précédentes du baromètre de l’Observatoire de la Protection.

Or, pour les 18-24 ans, ce sujet est considéré comme le risque nécessitant le plus d’accompagnement en 2024, il l’était également en 2021.

\*correspondant au moment de sortie de la période COVID en 2021.

**1<sup>ère</sup>** source  
d’appréhension  
et de stress  
pour soi et ses  
proches pour

**24 %** des  
**18 - 24 ans**  
vs 3<sup>ème</sup> en 2021

# LA CULTURE DE LA *prévention* UNE NOTION DOMINÉE PAR LES ENJEUX DE SANTÉ

Un concept assez *flou* chez les Français, dans la mesure où plus de la moitié d'entre eux ne se représentent la prévention que très moyennement (56 %).

La maîtrise de la « culture de la prévention » s'avère partielle mais aussi, et surtout, **abordée prioritairement par le prisme de la santé**, bien avant d'autres thématiques, comme celle de la sécurité par exemple.

**47 %** des Français disent *rechercher* de l'information sur le risque santé en tête devant le risque climatique (43 %) et le risque numérique (38 %).

Malgré le fort besoin d'accompagnement exprimé, **les Français semblent encore peu disposés à s'emparer concrètement de cette problématique.**

**34 %** des Français définissent la *prévention* comme « *des consultations médicales régulières et des bilans de santé pour anticiper des problèmes potentiels* ».

Les **obstacles au déploiement d'une culture de la prévention** en France sont dominés par différents facteurs, dont en premier lieu **sa méconnaissance**.

Dans les autres pays européens, tout comme en France, les obstacles au déploiement d'une culture de la prévention imaginés par les personnes interrogées sont dominés par une forme de résistance au changement, la « **difficulté à changer leurs habitudes** ». En effet, 27 % des Français perçoivent la difficulté à changer leurs habitudes comme le premier frein à l'adoption d'une culture de la prévention, analyse partagée par 39 % des Allemands interrogés et 30 % des Polonais\*.

Les actions en direction des publics scolaires sont ainsi imaginées comme les **plus efficaces** dans plusieurs pays européens, *c'est-à-dire à un âge où les habitudes sont encore à l'état de définition*, ainsi que les campagnes de communication et formes de récompenses, permettant d'agir sur ce facteur humain.





\*Pour en savoir plus sur ces résultats, rendez-vous sur la page dédiée  
« Les enseignements clés de l'enquête européenne sur les thématiques protection et prévention »



# LES ENSEIGNEMENTS CLÉS DE L'enquête européenne SUR LES THÉMATIQUES PROTECTION ET PRÉVENTION

Afin de mieux situer la France au niveau européen sur les sujets de protection au global et de prévention de façon plus spécifique, l'Observatoire de la Protection Aéma Groupe s'est doté cette année d'un **nouvel outil lui permettant d'interroger les citoyens de 5 pays européens\*** sur des questions issues à la fois du socle du baromètre mais également du focus « *culture de la prévention* ».

**1.**  Contrairement aux Français, les citoyens des 5 pays européens interrogés disent **aisément se représenter la notion de prévention** (56 % des Français disent se la représenter moyennement quand 70 % des Italiens, 64 % des Polonais ou encore 62 % des Allemands interrogés disent très bien se la représenter) ; sans pour autant parvenir à s'approprier activement les dispositifs inhérents à celle-ci. **Si une volonté d'agir existe, elle reste encore aujourd'hui limitée en France comme ailleurs.**

**2.**  Les citoyens européens des 5 pays interrogés se montrent particulièrement **sensibles à la question de la santé, qu'elle soit physique ou mentale** (elle apparaît systématiquement dans les top 3 des sujets jugés les plus préoccupants pour soi et ses proches des 5 pays européens interrogés, incluant la France) : celle-ci phagocyte d'ailleurs dans son ensemble, très largement la représentation que se font les répondants de la prévention.

**3.**  Si les Français, au même titre que les européens des 5 pays interrogés, se montrent **particulièrement préoccupés par la question du changement climatique** (sujet pour lequel l'ensemble des répondants se sentent prêts à investir au titre de la prévention, exceptée la Pologne), ils se distinguent par **le vif intérêt qu'ils portent à la notion de pouvoir d'achat**. Celui-ci s'exprimant de façon différente et dans des proportions moindres par ailleurs (43 % pour les Français contre 17 % pour les Italiens, 9 % pour les Allemands, 5 % dans les autres pays).



\*Une enquête européenne a ainsi été conduite avec l'IFOP auprès d'un échantillon de 1500 citoyens représentatif des populations de l'Allemagne, Italie, Pologne, Royaume-Uni, et Suède (soit 300 citoyens par pays). Ces interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administrée en ligne du 15 novembre au 23 novembre 2023.



## 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 1800 délégués oeuvrent 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.

**aéma**  
G R O U P E

G R O U P E  
M U T U A L I S T E  
D E P R O T E C T I O N

**AÉSIO**  
M U T U E L L E

**MACIF**

**abeille**  
A S S U R A N C E S

**Ofi invest**

## AÉMA GROUPE

Société de Groupe d'Assurance Mutuelle (Sgam),  
entreprise régie par le code des assurances, dont le siège social se situe  
17-21, place Étienne-Pernet - 75015 Paris,  
Immatriculée au RCS Paris sous le numéro 493 754 261.

[aemagroupe.fr](https://aemagroupe.fr)



aema-groupe



aema\_groupe

