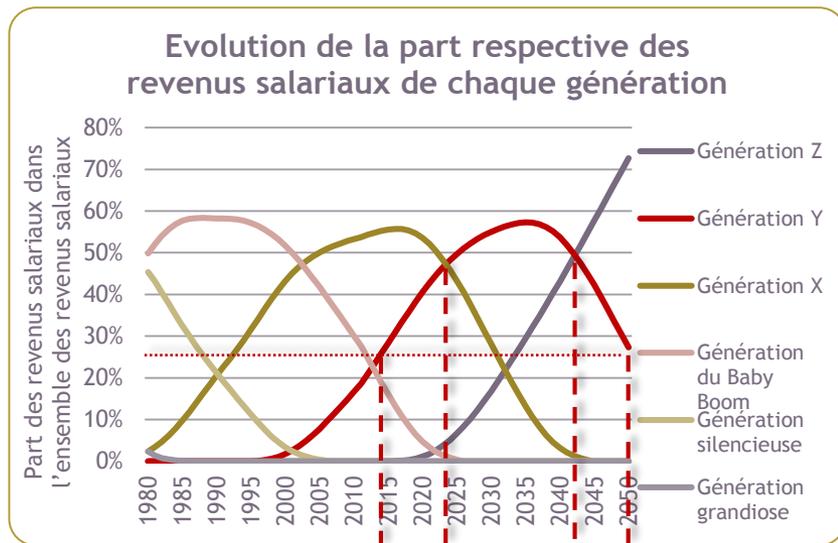


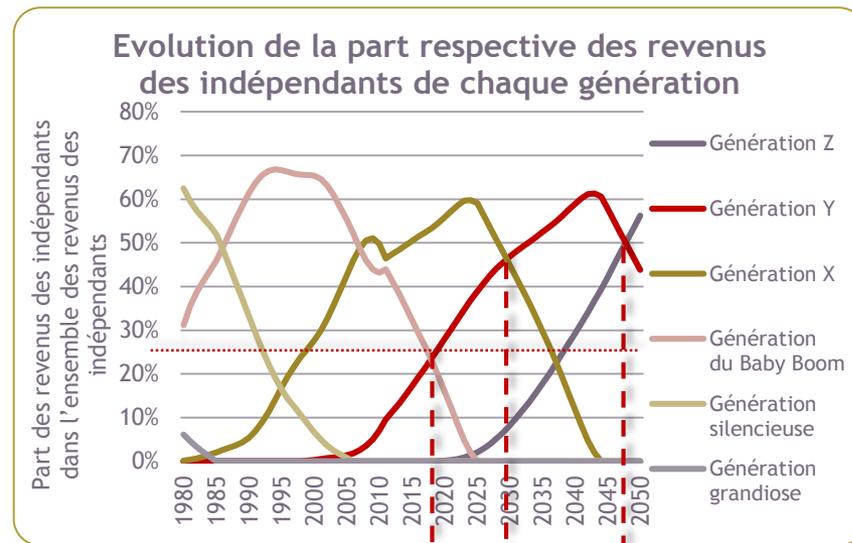
La génération Y : L'essentiel des revenus de demain



Source : INSEE,
Retraitement : Les Echos Etudes

2023 - 2041
2012 - 2050

- ➔ De 2012 à 2050, les revenus des salariés de la génération Y représentent et représenteront plus de 25 % de l'ensemble des revenus salariaux et ils deviendront majoritaires de 2023 à 2041.
- ➔ La demande salariale de la génération Y sera donc incontournable dans sept ans et le restera 18 ans.



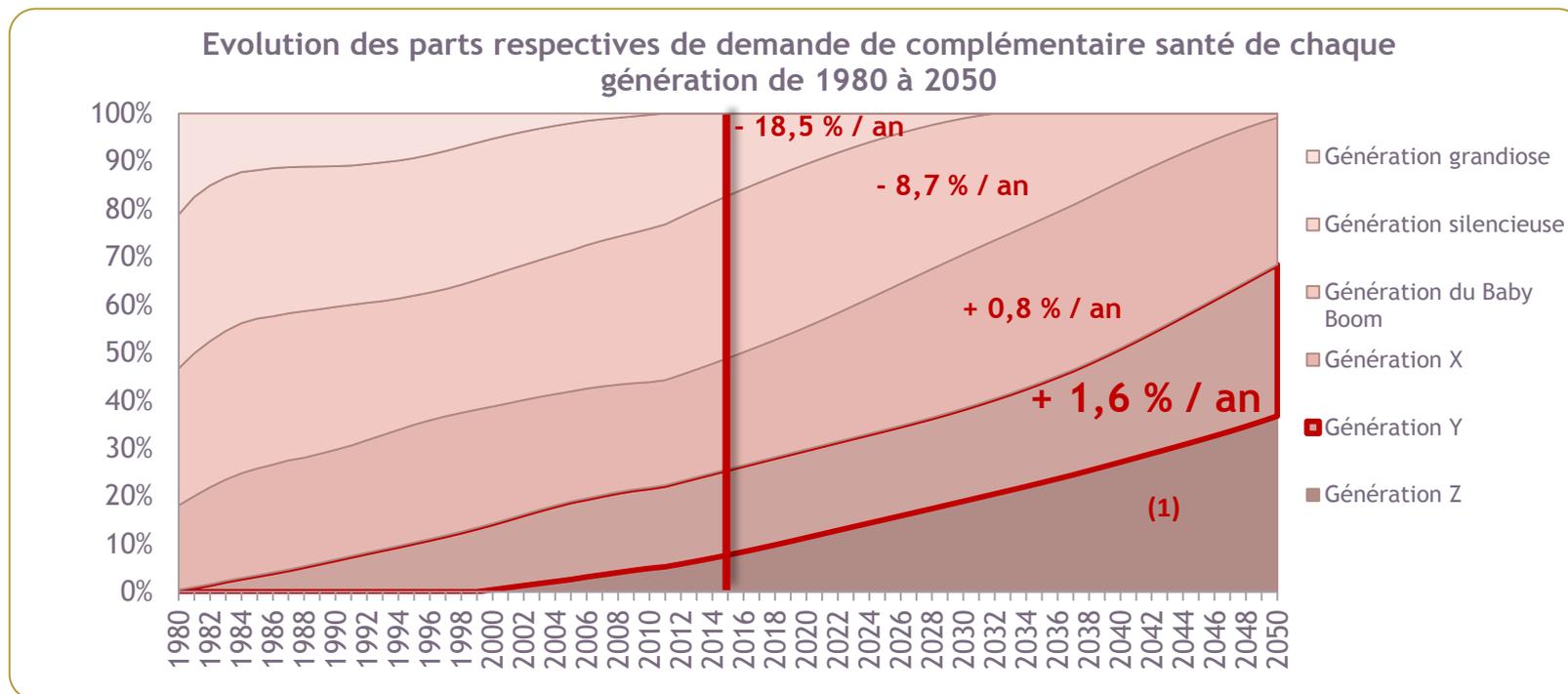
Source : INSEE,
Retraitement : Les Echos Etudes

2029 - 2047
2017 -

- ➔ Les revenus du travail des indépendants de la génération Y représenteront plus de 25 % des revenus des travailleurs non salariés (TNS) à partir de 2017, deviendront majoritaires en 2029 et le resteront jusqu'en 2047.
- ➔ La demande des TNS deviendra un axe essentiel de développement pour les assureurs à partir de 2029 et le restera 18 ans.

Une demande de complémentaire santé qui va exploser

L'analyse de l'évolution de la demande d'assurance a été menée en MRH, Auto et complémentaire santé. Pour exemple, la projection de la demande de complémentaire santé à horizon 2050 va croître annuellement de 1,6 % en moyenne.



(1) La génération Z étant supposée en constante formation jusqu'en 2050, l'évolution de sa demande n'est donc pas pertinente

Source : NTA, retraitements : Les Echos Etudes

- ➔ La projection de demande de complémentaire santé est réalisée à partir des prospectives démographiques de l'INSEE auxquelles ont été appliquées les profils de risque de l'année 2011.
- ➔ Comparativement aux demandes des autres générations, la demande de complémentaire santé de la génération Y va croître en moyenne de 1,6 % par an de 2015 à 2050.
- ➔ La génération Y concentrera donc l'essentiel des parts de marché nouvelles en complémentaire santé à capter par les assureurs.

La génération Y : une opportunité pour repenser les stratégies produits

Segmentation produit

- L'âge est l'un des principaux facteurs de segmentation des risques.
- La distribution des produits d'assurance destinés à la génération Y nécessitent de lourds investissements (digitaux...).

Investissements

- Les investissements réalisés dans le digital ont pour cible première les jeunes, c'est-à-dire la génération Y.
- Les cibles secondaires que sont les familles, les seniors et les TNS ne sont pas encore totalement sensibilisées et acquises au digital.

Mécanique démographique

- La dynamique démographique va fortement faire croître la demande de la génération Y en MRH, auto et santé.
- Les familles des 20 prochaines années vont majoritairement se former autour de la génération Y.

Il y a donc un enjeu majeur à profiter de cette conjoncture démographique, technologique et sociétale en repensant structurellement les approches stratégiques des compagnies d'assurance pour optimiser les investissements, réduire les taux de résiliation et assurer un meilleur pilotage des résultats opérationnels des compagnies.