



# LA GÉNÉRATION Y DANS L'ASSURANCE

Les stratégies pour capter  
la demande de demain

## UNE ÉTUDE POUR

Comparer les stratégies de conquête des « Digital Natives » des grands acteurs de l'assurance

Anticiper les potentialités de demande d'assurance de cette génération (MRH, santé, auto)

Disposer des chiffres clés de la génération Y dans l'assurance (primes, poids dans le budget des ménages, taux de détention)

# LES STRATÉGIES ORIENTÉES GÉNÉRATION Y

## UNE DEMANDE EN PLEIN ESSOR

Les revenus salariaux de la génération Y représentent d'ores et déjà près de 30 % de l'ensemble des revenus salariaux et dépasseront les 50 % en 2023.

> Comment va évoluer la demande d'assurance de cette génération en MRH, en santé et en assurance automobile à horizon 2020 / 2030 / 2040 / 2050 ?

## UNE OFFRE EN COURS DE REDÉFINITION

Les nouveaux comportements de consommation de la génération Y imposent aux assureurs de revoir en profondeur leurs offres et leurs stratégies marketing.

> Quels sont les contours des nouvelles offres et les nouveaux modes de distribution proposés à la génération Y ?

> Comment ont évolué les primes moyennes pour la génération Y en MRH, en santé et en auto ces dix dernières années ?

> Le poids des primes dans le budget des ménages de la génération Y explique-t-il les taux de détention d'assurance de cette génération ?

## UNE RUPTURE STRATÉGIQUE À VENIR

La génération Y révolutionne la façon d'assurer et la manière de distribuer les produits d'assurance.

> Quelles sont les quatre grandes stratégies à l'œuvre sur le segment de la génération Y ?

## DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE

Les lourds investissements réalisés pour capter la demande nouvelle et en forte croissance de la génération Y vont devoir être maintenus pour accompagner les besoins de cette génération tout au long de sa vie.

Les politiques tarifaires, les contours des garanties proposées et les modes de distribution font actuellement l'objet d'une segmentation par âge.

> Comment alors passer d'une segmentation produit par âge à une segmentation par génération, porteuse d'une croissance durable des résultats opérationnels des assureurs français ?

+ de 11%

PAR AN DE HAUSSE  
MOYENNE DES PRIMES  
D'ASSURANCE HABITATION  
POUR LA GÉNÉRATION Y  
DE 2003 À 2013.

SUR LA PÉRIODE,  
LA GÉNÉRATION Y VOIT  
SES PRIMES AUGMENTER  
QUASIMENT DEUX FOIS  
PLUS RAPIDEMENT QUE LA  
MOYENNE DU MARCHÉ.

Source : Les Echos Études

## » UNE APPROCHE INÉDITE

> Pour connaître l'évolution des primes moyennes par âge de 2003 à 2013 en MRH, en santé et en auto ;

> Pour anticiper concrètement la demande d'assurance de la génération Y à horizon 2050 ;

> Pour analyser l'évolution du taux de détention par âge et du poids de l'assurance dans le budget des ménages de cette génération, ces dix dernières années.

## » UNE VISION TERRAIN

Par une expertise terrain forte et la réalisation d'entretiens, Adrien Guillemot, journaliste économique, et Hector Toubon, Responsable du Pôle Assurance-Banque-Finance des Echos Etudes, analysent et décryptent les stratégies des assureurs pour capter la demande nouvelle de la génération Y.

# ASSUREURS : COMMENT CAPTER LA DEMANDE DE DEMAIN

## 01. QU'EST-CE QUE LA GÉNÉRATION Y DANS L'ASSURANCE ?

*Analyse des comportements socio-économiques de cette génération*

- Des "grandioses" aux "Z", une histoire de générations
- Qui sont les "Y" ?
- A quoi aspirent les "Y" ?
  - 7 tendances pour comprendre leur consommation
- Que consomment-ils ?
  - Quelle place pour l'assurance dans leur consommation ?

## 02. OFFRE ET DEMANDE D'ASSURANCE DE LA GÉNÉRATION Y

*Exclusivité Les Echos Etudes : une utilisation de la méthodologie NTA pour quantifier les évolutions des primes d'assurance par âge de 2003 à 2013, anticiper concrètement les potentialités de la demande à horizon 2050 et évaluer le poids de l'assurance dans le budget des ménages*

- Le potentiel démo-économique de la génération Y
- L'offre d'assurance destinée à la génération Y de 1980 à 2015
- La demande d'assurance de la génération Y de 1980 à 2050
- Le poids de l'assurance dans le budget des ménages de la génération Y

## 03. LES STRATÉGIES DES ASSUREURS FACE À LA GÉNÉRATION Y

*Un Benchmark exclusif de 9 grands assureurs représentatifs du marché des « Digital Natives »*

- Les 4 grandes stratégies qui se dégagent : benchmark des 9 assureurs analysés
- Les « Accompagnateurs » : la génération Y comme facteur de renouvellement
- Les « Observateurs » : une approche prudente
- Les « Transformateurs » : la génération Y comme agent de mutation
- Les « Innovateurs » : la génération Y comme laboratoire du changement
- L'approche traditionnelle, l'approche par la famille et l'approche générationnelle : enjeux et perspectives



### ANALYSE DÉTAILLÉE DES STRATÉGIES DE 9 GRANDS GROUPES D'ASSURANCE POSITIONNÉS SUR LA GÉNÉRATION Y

*Exclusivité Les Echos Etudes : les interviews de 9 grands assureurs représentatifs du marché de la génération Y en 2015 offrent un panorama détaillé des stratégies opérationnelles mises en place pour capter la demande d'assurance des « Digital Natives ».*

- |                    |                        |           |
|--------------------|------------------------|-----------|
| - Adrea Mutuelle   | - AXA                  | - MACIF   |
| - AG2R La Mondiale | - BPCE                 | - MGEN    |
| - Allianz          | - La Mutuelle Générale | - Pro BTP |

## LES DERNIÈRES ÉTUDES DU SECTEUR

### L'ASSURANCE SANTÉ COMPLÉMENTAIRE

ANI, tiers payant, contrats responsables... 2015, l'année des grands bouleversements

Décembre 2014

### PERSPECTIVES DU SECTEUR FRANÇAIS DE L'ASSURANCE

Fidélisation, innovation, distribution, internationalisation : les stratégies gagnantes

Juin 2014



### Hector TOUBON

Responsable du pôle  
Banque - Assurance -  
Finance

htoubon@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 66 03

Retrouvez-la sur  
LinkedIn et Twitter



Vous souhaitez disposer d'une étude, d'une analyse personnalisée ou d'une présentation orale de cette étude auprès de vos équipes ?

Hector Toubon est votre interlocuteur !

## COMMANDE DE L'ÉTUDE LA GÉNÉRATION Y DANS L'ASSURANCE

### Version PDF - J1510A :

- Pour 1 utilisateur  
3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs  
4 095 € HT - 4 320,23 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs  
4 725 € HT - 4 984,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs : Nous contacter
- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 315 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.  
Nombre d'exemplaires : \_\_\_\_\_*

### Version papier - J15010

- 2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)

### Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude.

Code mailing : J225INTEI

### Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_ Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Tél. : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

### Facturation :

Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Contact : \_\_\_\_\_

### Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47  
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Business
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

## Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris  
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR