

“opinionway pour  i assure

Les courtiers face aux évolutions de leur métier

Novembre 2022



ESOMAR²²
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **500 courtiers en assurances à la personne.**



L'échantillon a été interrogé par **téléphone via système CATI** (Computer Assisted Telephone Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 13 octobre au 9 novembre 2022.**



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour iAssure »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon



	Sexe	%
	Un homme	52%
	Une femme	48%



	Age	%
	Moins de 35 ans	23%
	35-49 ans	31%
	50 ans et plus	46%



	Région	%
	Ile-de-France	20%
	Nord ouest	22%
	Nord est	20%
	Sud ouest	12%
	Sud est	26%



	Exercent depuis...	%
	Moins de 3 ans	18%
	Entre 3 et 5 ans	8%
	Entre 5 et 10 ans	18%
	Entre 10 et 20 ans	26%
	Plus de 20 ans	30%



	Taille salariale	%
	0 salarié	14%
	1 à 2 salariés	35%
	3 à 5 salariés	16%
	Plus de 5 salariés	8%
	Non employeur	27%



La répartition des courtiers par activité



Part des courtiers selon l'activité	%
Assurance emprunteur	76%
La prévoyance	82%
La santé	82%
Les dommages	79%

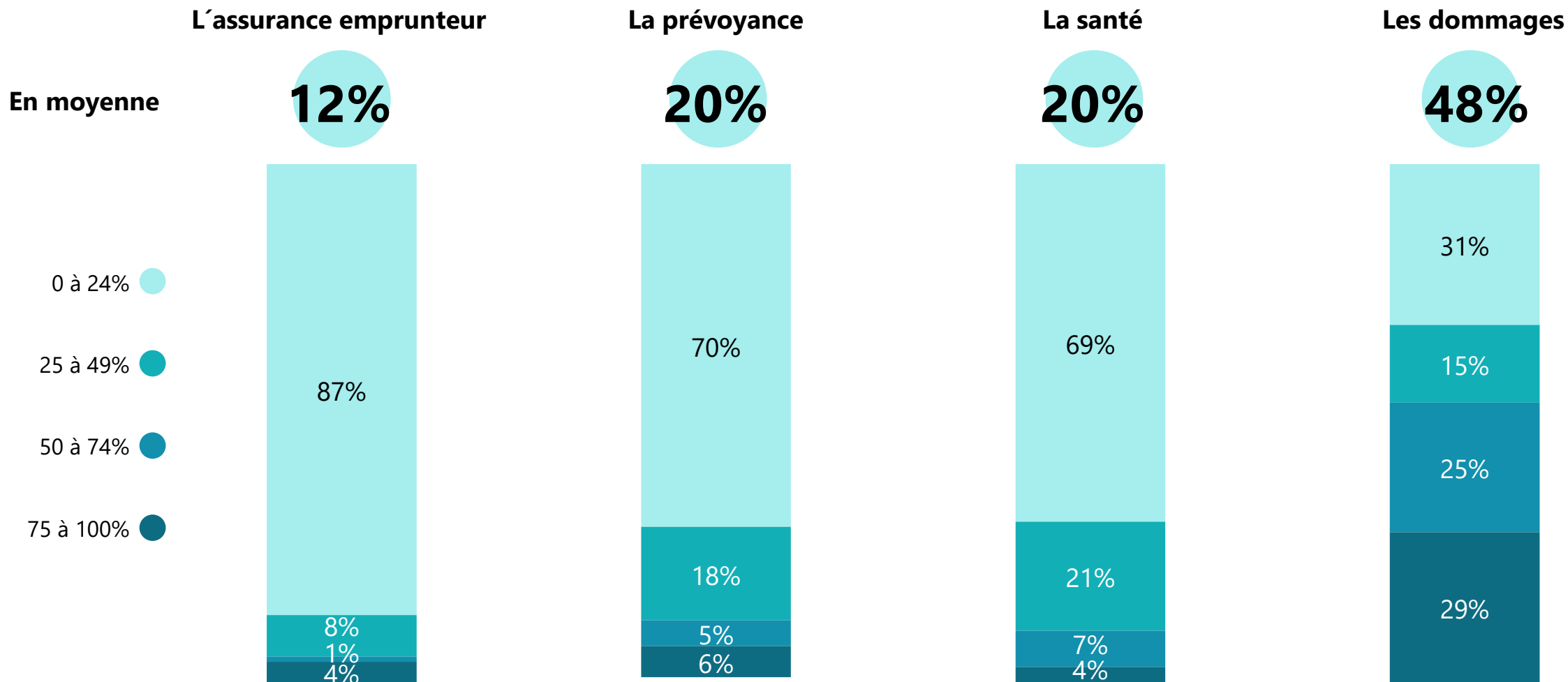
Part des courtiers selon l'activité	%
Exerçant une seule activité	15%
Exerçant plusieurs activités	85%
... dont 2 activités	9%
...dont 3 activités	20%
...dont 4 activités	56%



La répartition de l'activité des courtiers



Q. Pouvez-vous indiquer la part que représente approximativement pour votre entreprise chacune des activités suivantes ?

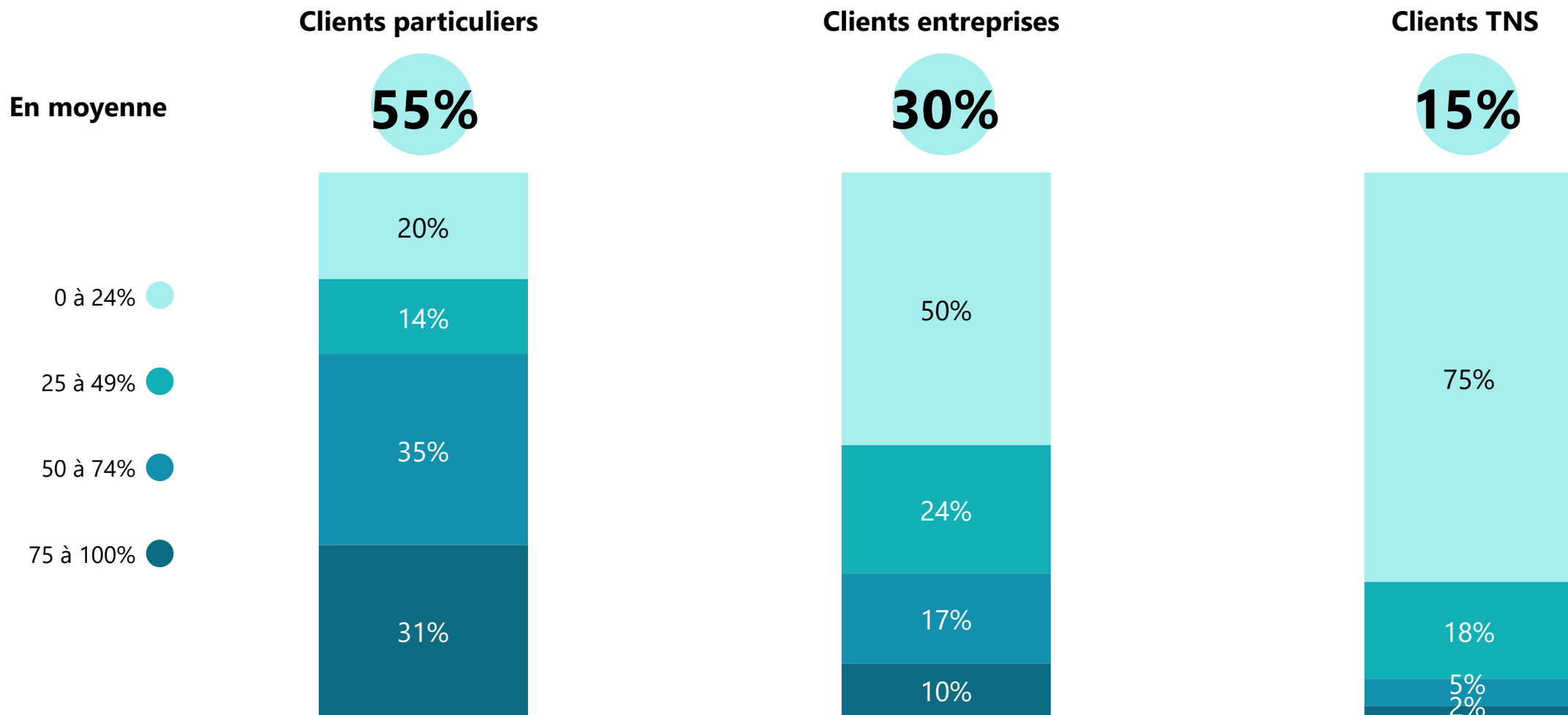




La répartition de l'activité des courtiers



Q. Pouvez-vous indiquer approximativement la part de clients particuliers et professionnels pour lesquels vous travaillez ?





Les résultats





A

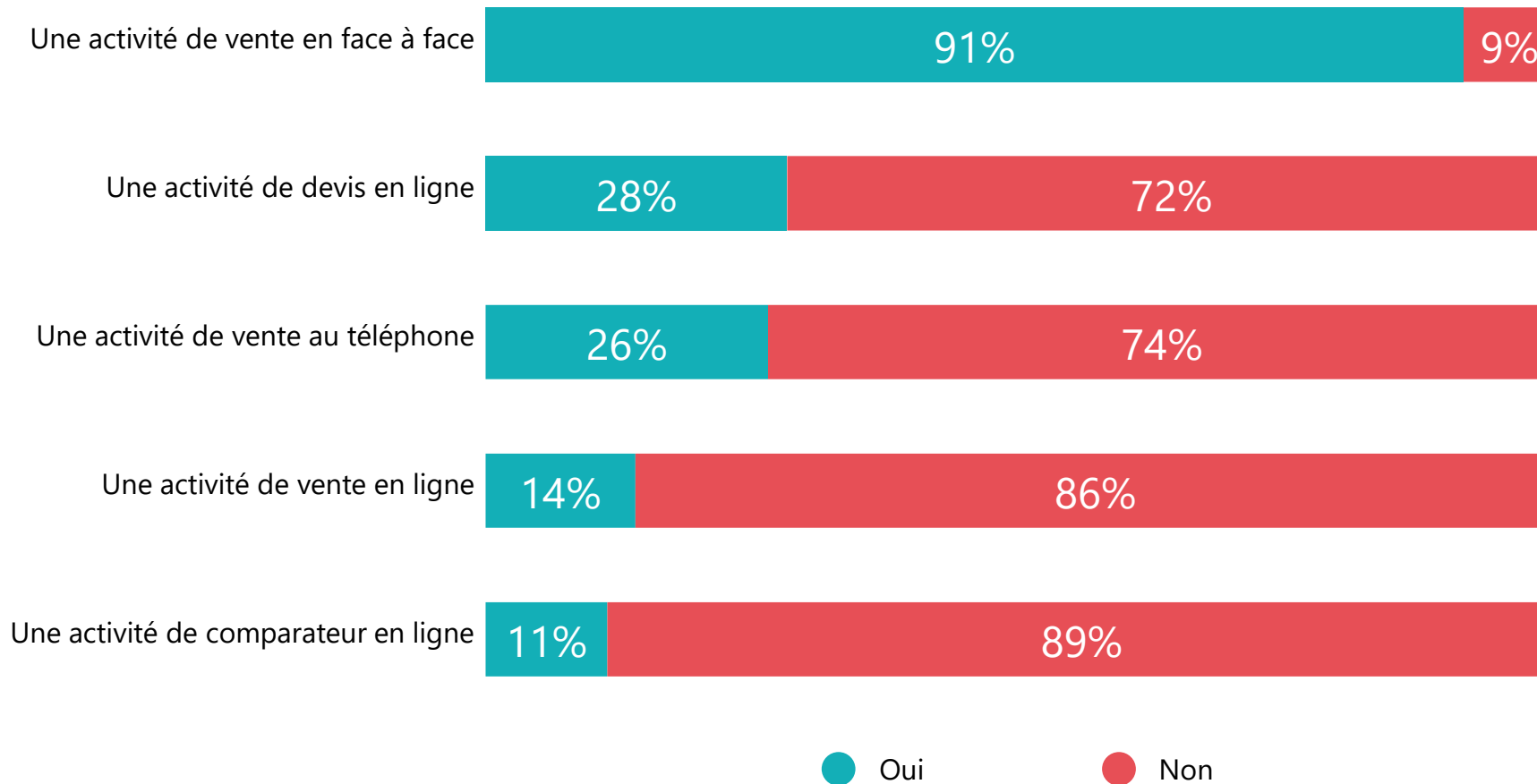
L'état d'esprit des courtiers



Le type d'activité exercée



Q. Avez-vous ... ?





Le type d'activité exercée



500 personnes

Q. Avez-vous ... ?

	% Oui	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Une activité de vente en face à face	91%	93%	90%	87%	93%	92%	80%	94%	96%	97%	92%
Une activité de devis en ligne	28%	23%	33%	50%	22%	22%	29%	24%	32%	29%	28%
Une activité de vente au téléphone	26%	22%	31%	39%	27%	19%	38%	23%	25%	17%	26%
Une activité de vente en ligne	14%	11%	18%	19%	15%	11%	18%	14%	13%	10%	14%
Une activité de comparateur en ligne	11%	8%	15%	17%	8%	10%	15%	7%	14%	14%	9%



Le type d'activité exercée



Q. Avez-vous ... ?

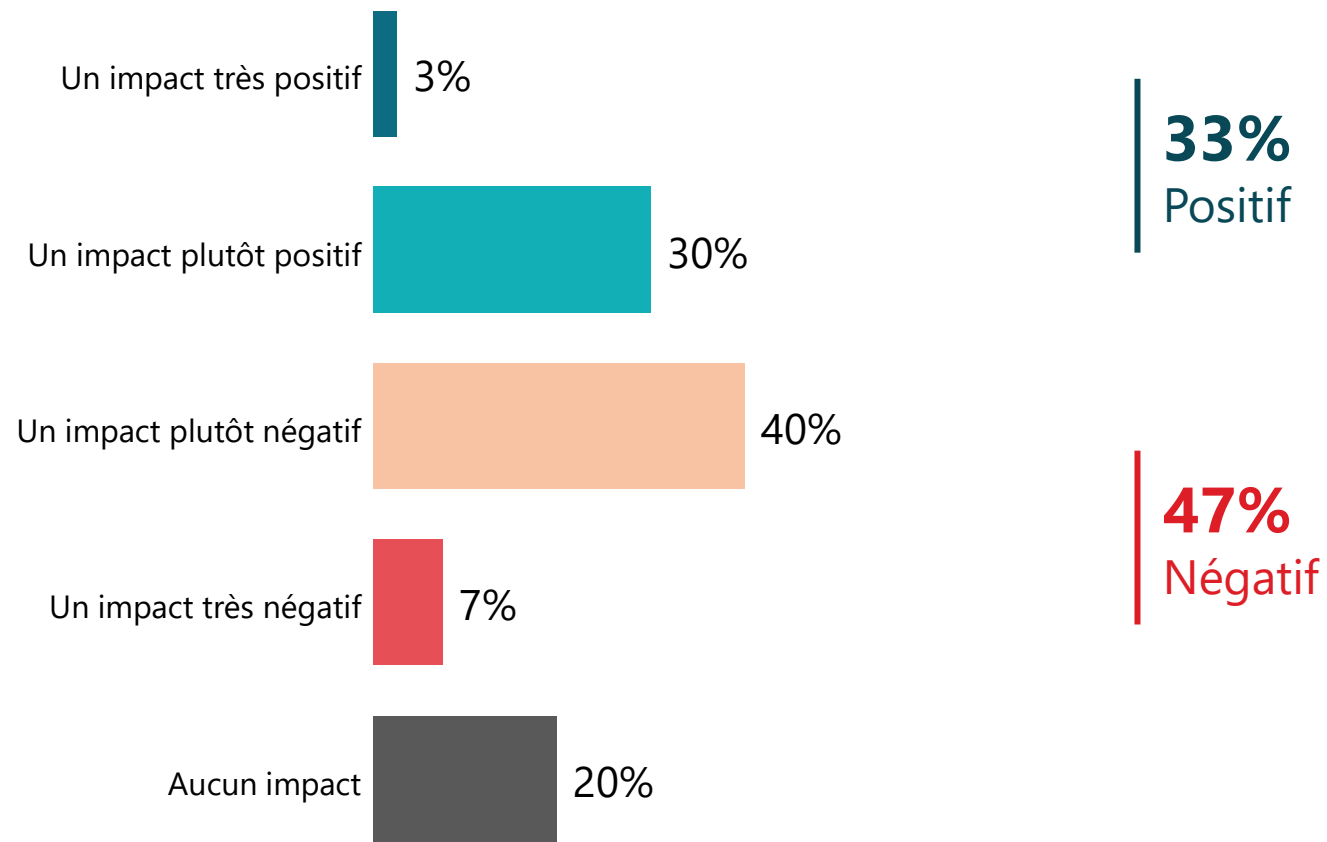
	% Oui	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Une activité de vente en face à face	91%	90%	92%	92%	Base insuffisante	91%	91%	92%	85%	92%	91%	89%	93%	94%	83%	91%	100%
Une activité de devis en ligne	28%	39%	24%	29%		29%	23%	26%	44%	31%	26%	23%	31%	29%	26%	28%	29%
Une activité de vente au téléphone	26%	36%	23%	27%		28%	16%	26%	31%	24%	28%	23%	28%	26%	27%	27%	24%
Une activité de vente en ligne	14%	18%	12%	14%		14%	11%	13%	20%	13%	15%	13%	14%	13%	18%	14%	12%
Une activité de comparateur en ligne	11%	17%	10%	11%		12%	4%	10%	24%	15%	8%	7%	14%	12%	11%	11%	12%



L'impact de la crise sanitaire sur l'activité



Q. Diriez-vous que la crise sanitaire a eu un impact positif ou négatif sur l'activité de votre entreprise ?





L'impact de la crise sanitaire sur l'activité



Q. Diriez-vous que la crise sanitaire a eu un impact positif ou négatif sur l'activité de votre entreprise ?

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Total Positif	33%	29%	36%	40%	37%	26%	29%	35%	27%	32%	39%
...Un impact très positif	3%	3%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	4%	-	3%
...Un impact plutôt positif	30%	26%	34%	38%	34%	23%	26%	32%	23%	32%	36%
Total Négatif	47%	52%	43%	40%	44%	54%	50%	46%	51%	46%	45%
...Un impact plutôt négatif	40%	41%	39%	38%	34%	45%	42%	38%	42%	39%	39%
...Un impact très négatif	7%	11%	4%	2%	10%	9%	8%	8%	9%	7%	6%
Aucun impact	20%	19%	21%	20%	19%	20%	21%	19%	22%	22%	16%



L'impact de la crise sanitaire sur l'activité



Q. Diriez-vous que la crise sanitaire a eu un impact positif ou négatif sur l'activité de votre entreprise ?

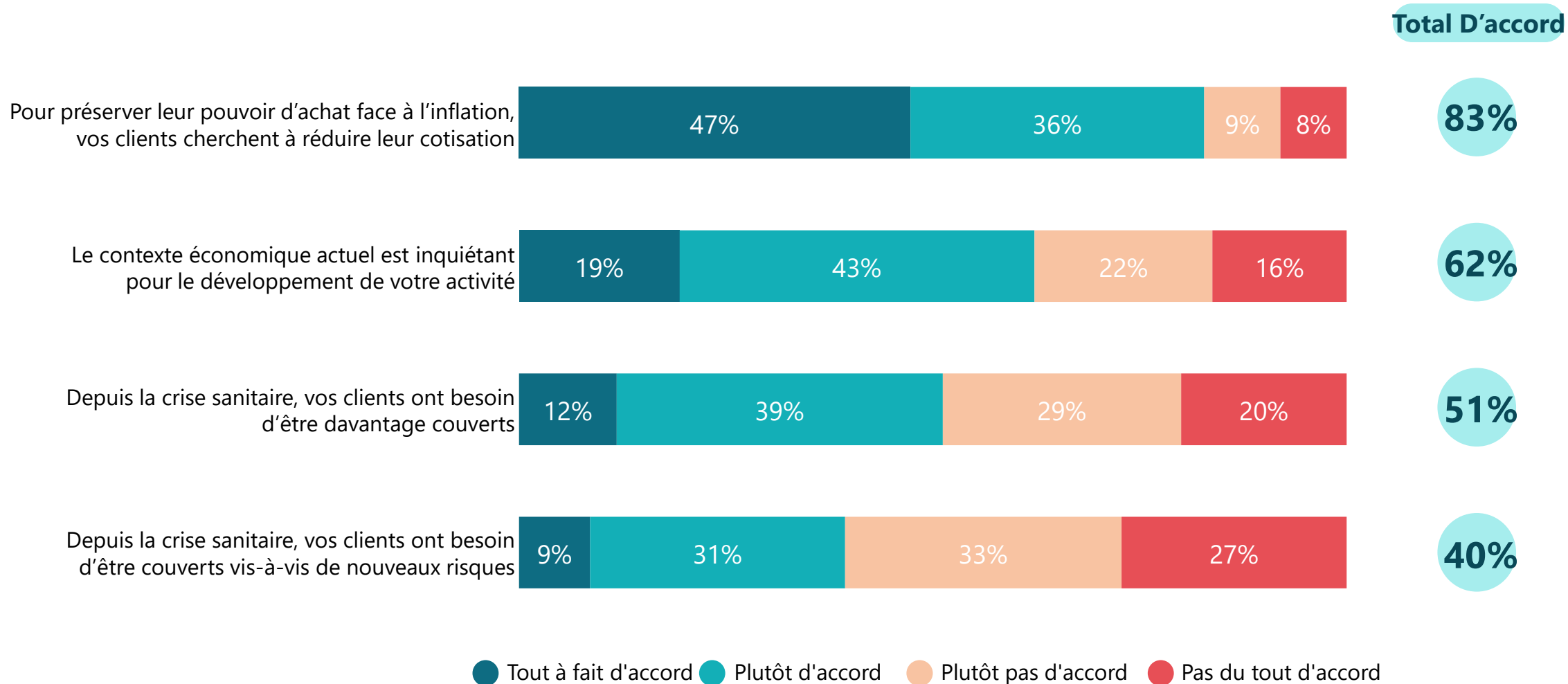
	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Total Positif	33%	41%	30%	32%	Base insuffisante	33%	36%	32%	34%	36%	30%	37%	31%	35%	28%	32%	47%
...Un impact très positif	3%	2%	3%	2%		3%	3%	2%	4%	3%	2%	5%	2%	2%	5%	3%	-
...Un impact plutôt positif	30%	39%	27%	30%		30%	33%	30%	30%	33%	28%	32%	29%	33%	23%	29%	47%
Total Négatif	47%	39%	50%	49%		47%	46%	48%	49%	43%	51%	43%	49%	47%	48%	48%	38%
...Un impact plutôt négatif	40%	36%	41%	41%		40%	37%	40%	42%	37%	42%	37%	41%	39%	42%	41%	29%
...Un impact très négatif	7%	3%	9%	8%		7%	9%	8%	7%	6%	9%	6%	8%	8%	6%	7%	9%
Aucun impact	20%	20%	20%	19%		20%	18%	20%	17%	21%	19%	20%	20%	18%	24%	20%	15%



La perception de la situation actuelle



Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?





La perception de la situation actuelle



Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

	% D'accord	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Pour préserver leur pouvoir d'achat face à l'inflation, vos clients cherchent à réduire leur cotisation	83%	77%	89%	90%	86%	77%	83%	79%	79%	90%	85%
Le contexte économique actuel est inquiétant pour le développement de votre activité	62%	63%	62%	58%	68%	61%	64%	65%	64%	58%	59%
Depuis la crise sanitaire, vos clients ont besoin d'être davantage couverts	51%	47%	56%	70%	47%	45%	51%	46%	54%	44%	57%
Depuis la crise sanitaire, vos clients ont besoin d'être couverts vis-à-vis de nouveaux risques	40%	35%	44%	56%	40%	31%	42%	42%	40%	24%	43%



La perception de la situation actuelle



Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

	% D'accord	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Pour préserver leur pouvoir d'achat face à l'inflation, vos clients cherchent à réduire leur cotisation	83%	91%	80%	83%	Base insuffisante	86%	56%	83%	76%	75%	89%	78%	85%	85%	78%	83%	76%
Le contexte économique actuel est inquiétant pour le développement de votre activité	62%	63%	63%	63%		62%	67%	63%	57%	60%	65%	58%	65%	65%	55%	63%	56%
Depuis la crise sanitaire, vos clients ont besoin d'être davantage couverts	51%	68%	45%	51%		51%	51%	50%	63%	55%	49%	58%	48%	48%	61%	52%	44%
Depuis la crise sanitaire, vos clients ont besoin d'être couverts vis-à-vis de nouveaux risques	40%	51%	35%	40%		40%	35%	40%	33%	38%	40%	44%	37%	37%	48%	40%	38%



Les opinions relatives aux outils digitaux



Q. Et diriez-vous que... ?

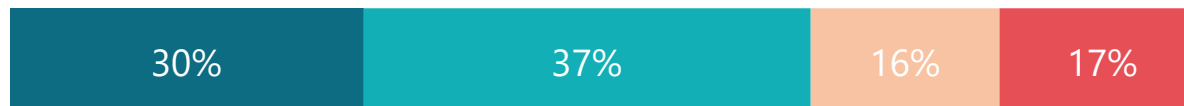
Les courtiers pourraient utiliser davantage les outils digitaux (site web, réseaux sociaux) pour leur développement commercial



Total Oui

75%

Vos clients utilisent de plus en plus les outils digitaux (site web, réseaux sociaux) pour vous contacter



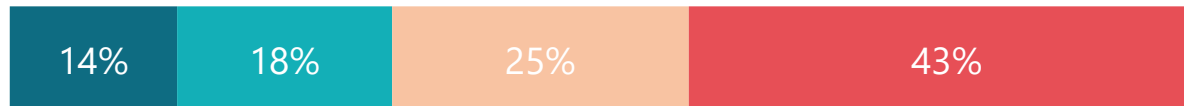
67%

Les jeunes ont davantage besoin d'un accompagnement en face à face que leurs aînés



42%

Pouvoir échanger en face à face avec un interlocuteur est de moins en moins important pour vos clients



32%

● Oui, tout à fait ● Oui, plutôt ● Non, plutôt pas ● Non, pas du tout ● NSP



Les opinions relatives aux outils digitaux



Q. Et diriez-vous que... ?

	% Oui	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Les courtiers pourraient utiliser davantage les outils digitaux (site web, réseaux sociaux) pour leur développement commercial	75%	74%	76%	81%	80%	69%	73%	78%	68%	75%	79%
Vos clients utilisent de plus en plus les outils digitaux (site web, réseaux sociaux) pour vous contacter	67%	67%	67%	77%	71%	60%	68%	68%	65%	72%	65%
Les jeunes ont davantage besoin d'un accompagnement en face à face que leurs aînés	42%	41%	43%	49%	37%	42%	40%	41%	48%	30%	44%
Pouvoir échanger en face à face avec un interlocuteur est de moins en moins important pour vos clients	32%	33%	31%	35%	29%	33%	44%	33%	31%	19%	28%



Les opinions relatives aux outils digitaux



Q. Et diriez-vous que... ?

	% Oui	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Les courtiers pourraient utiliser davantage les outils digitaux (site web, réseaux sociaux) pour leur développement commercial	75%	81%	73%	75%	Base insuffisante	76%	70%	75%	76%	74%	75%	76%	74%	75%	75%	75%	73%
Vos clients utilisent de plus en plus les outils digitaux (site web, réseaux sociaux) pour vous contacter	67%	73%	65%	66%		67%	63%	67%	65%	69%	65%	62%	69%	69%	60%	67%	64%
Les jeunes ont davantage besoin d'un accompagnement en face à face que leurs aînés	42%	46%	40%	41%		42%	42%	43%	31%	43%	41%	47%	40%	40%	47%	42%	38%
Pouvoir échanger en face à face avec un interlocuteur est de moins en moins important pour vos clients	32%	35%	31%	32%		32%	35%	32%	28%	31%	33%	29%	34%	32%	31%	32%	35%



B

Le contexte concurrentiel

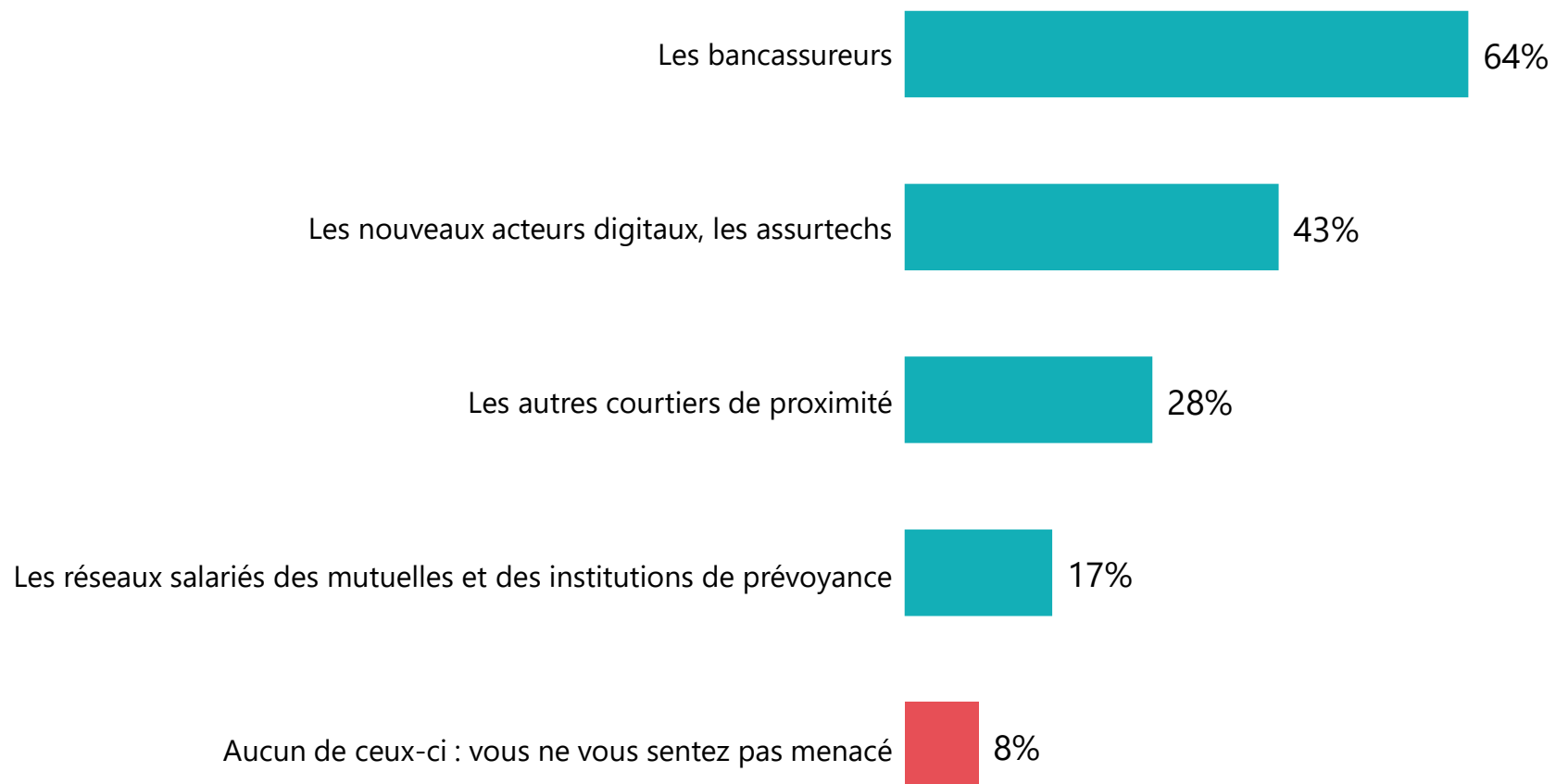


Les concurrents les plus menaçants



Q. Aujourd'hui, par lesquels des acteurs suivants vous sentez-vous le plus menacé dans votre activité professionnelle ?

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%





Les concurrents les plus menaçants



Q. Aujourd'hui, par lesquels des acteurs suivants vous sentez-vous le plus menacé dans votre activité professionnelle ?

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Les bancassureurs	64%	65%	63%	57%	69%	65%	63%	65%	60%	68%	67%
Les nouveaux acteurs digitaux, les assurtechs	43%	42%	44%	47%	44%	40%	48%	40%	44%	32%	44%
Les autres courtiers de proximité	28%	26%	31%	35%	26%	26%	24%	30%	25%	37%	28%
Les réseaux salariés des mutuelles et des institutions de prévoyance	17%	18%	15%	17%	16%	18%	16%	15%	18%	19%	17%
Aucun de ceux-ci : vous ne vous sentez pas menacé	8%	9%	8%	10%	6%	9%	10%	8%	9%	3%	9%



Les concurrents les plus menaçants



Q. Aujourd'hui, par lesquels des acteurs suivants vous sentez-vous le plus menacé dans votre activité professionnelle ?

Deux réponses possibles - Total supérieur à 100%

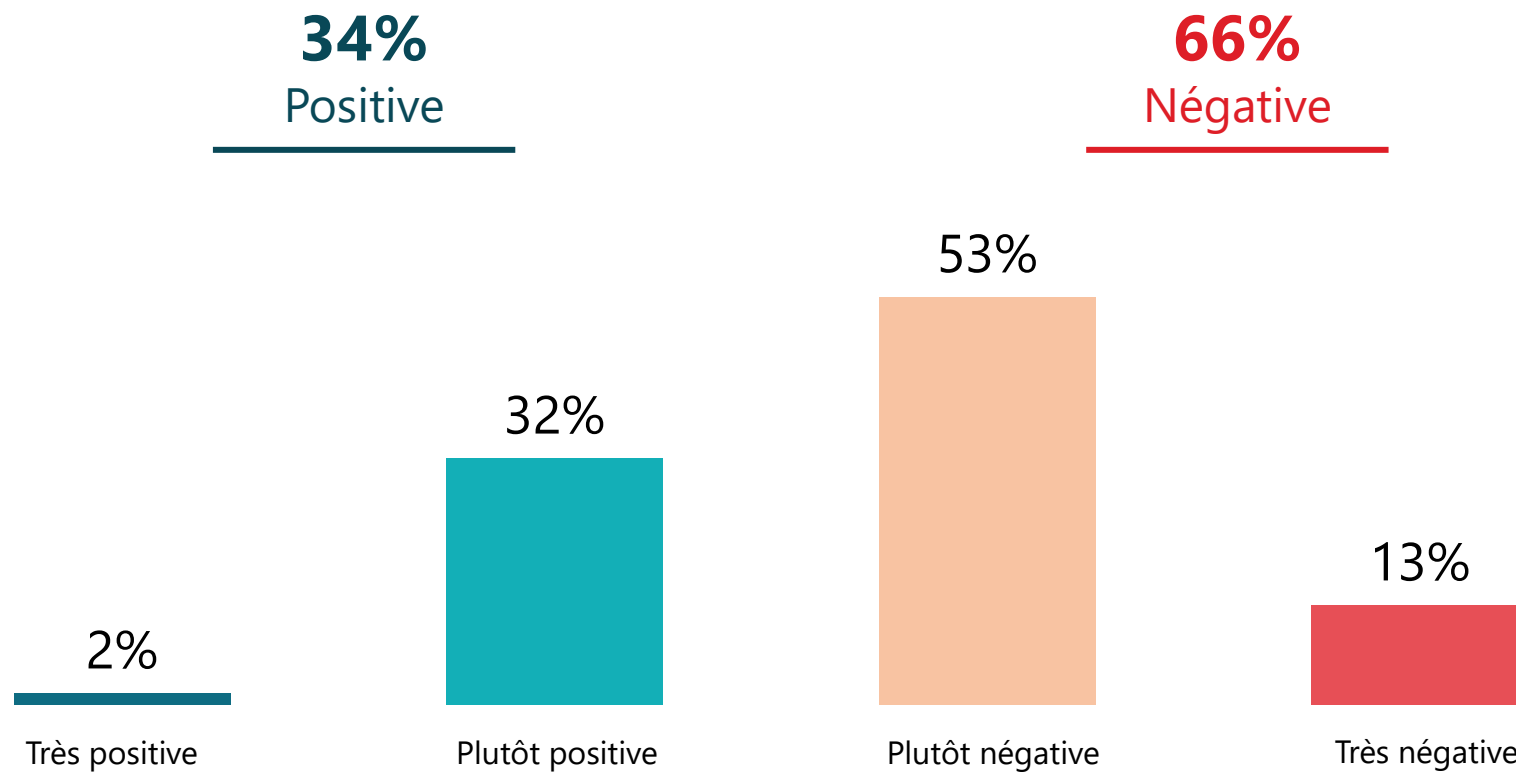
	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Les bancassureurs	64%	58%	66%	64%	Base insuffisante	67%	40%	67%	44%	57%	70%	55%	69%	67%	56%	65%	56%
Les nouveaux acteurs digitaux, les assurtechs	43%	47%	41%	44%		43%	39%	43%	43%	43%	42%	40%	44%	45%	37%	42%	44%
Les autres courtiers de proximité	28%	34%	26%	28%		28%	32%	28%	30%	26%	30%	38%	23%	24%	41%	29%	15%
Les réseaux salariés des mutuelles et des institutions de prévoyance	17%	14%	18%	17%		16%	23%	17%	19%	16%	18%	18%	16%	16%	18%	16%	29%
Aucun de ceux-ci : vous ne vous sentez pas menacé	8%	9%	8%	8%		7%	18%	8%	9%	11%	7%	8%	9%	8%	8%	8%	15%



L'opinion sur l'arrivée de nouveaux acteurs digitaux



Q. Diriez-vous que l'arrivée de nouveaux acteurs digitaux sur le marché de l'assurance, notamment les assurtechs est pour vous... ?





L'opinion sur l'arrivée de nouveaux acteurs digitaux



Q. Diriez-vous que l'arrivée de nouveaux acteurs digitaux sur le marché de l'assurance, notamment les assurtechs est pour vous... ?

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Total Positive	34%	34%	33%	46%	28%	31%	34%	36%	38%	31%	29%
... Très positive	2%	2%	1%	3%	1%	1%	2%	-	2%	2%	2%
...Plutôt positive	32%	32%	32%	43%	27%	30%	32%	36%	36%	29%	27%
Total Négative	66%	66%	67%	54%	72%	69%	66%	64%	62%	69%	71%
...Plutôt négative	53%	52%	55%	44%	63%	51%	53%	51%	50%	59%	56%
...Très négative	13%	14%	12%	10%	9%	18%	13%	13%	12%	10%	15%



L'opinion sur l'arrivée de nouveaux acteurs digitaux



Q. Diriez-vous que l'arrivée de nouveaux acteurs digitaux sur le marché de l'assurance, notamment les assurtechs est pour vous... ?

	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Total Positive	34%	43%	30%	33%	Base insuffisante	33%	44%	34%	32%	34%	33%	37%	32%	32%	39%	32%	50%
... Très positive	2%	3%	1%	1%		2%	-	2%	-	1%	2%	3%	1%	1%	2%	1%	3%
...Plutôt positive	32%	40%	29%	32%		31%	44%	32%	32%	33%	31%	34%	31%	31%	37%	31%	47%
Total Négative	66%	57%	70%	67%		67%	56%	66%	68%	66%	67%	63%	68%	68%	61%	68%	50%
...Plutôt négative	53%	46%	56%	53%		54%	47%	52%	61%	54%	53%	53%	54%	55%	50%	54%	41%
...Très négative	13%	11%	14%	14%		13%	9%	14%	7%	12%	14%	10%	14%	13%	11%	14%	9%

“ Les raisons de se réjouir de l’arrivée de nouveaux acteurs



Q. Pour quelles raisons considérez-vous que l’arrivée de nouveaux acteurs sur le marché est positive ?
Question posée uniquement à ceux qui considèrent que l’arrivée de nouveaux acteurs est positive, soit 34% de l’échantillon
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





Les raisons de se réjouir de l'arrivée de nouveaux acteurs



Q. Pour quelles raisons considérez-vous que l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché est positive ?

Question posée uniquement à ceux qui considèrent que l'arrivée de nouveaux acteurs est positive, soit 34% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Votre rôle de conseil est davantage reconnu	65%	70%	59%	55%	60%	75%	53%	75%	64%	Base insuffisante	62%
Cela vous permet d'être vu comme plus innovant par vos clients	36%	29%	45%	36%	30%	40%	38%	40%	21%		43%
La concurrence de ces nouveaux acteurs fait baisser les prix des produits	33%	36%	31%	34%	30%	35%	47%	28%	31%		35%
Ces nouveaux acteurs proposent des produits plus innovants	24%	29%	19%	30%	26%	19%	29%	25%	31%		22%



Les raisons de se réjouir de l'arrivée de nouveaux acteurs



168 personnes

Q. Pour quelles raisons considérez-vous que l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché est positive ?

Question posée uniquement à ceux qui considèrent que l'arrivée de nouveaux acteurs est positive, soit 34% de l'échantillon

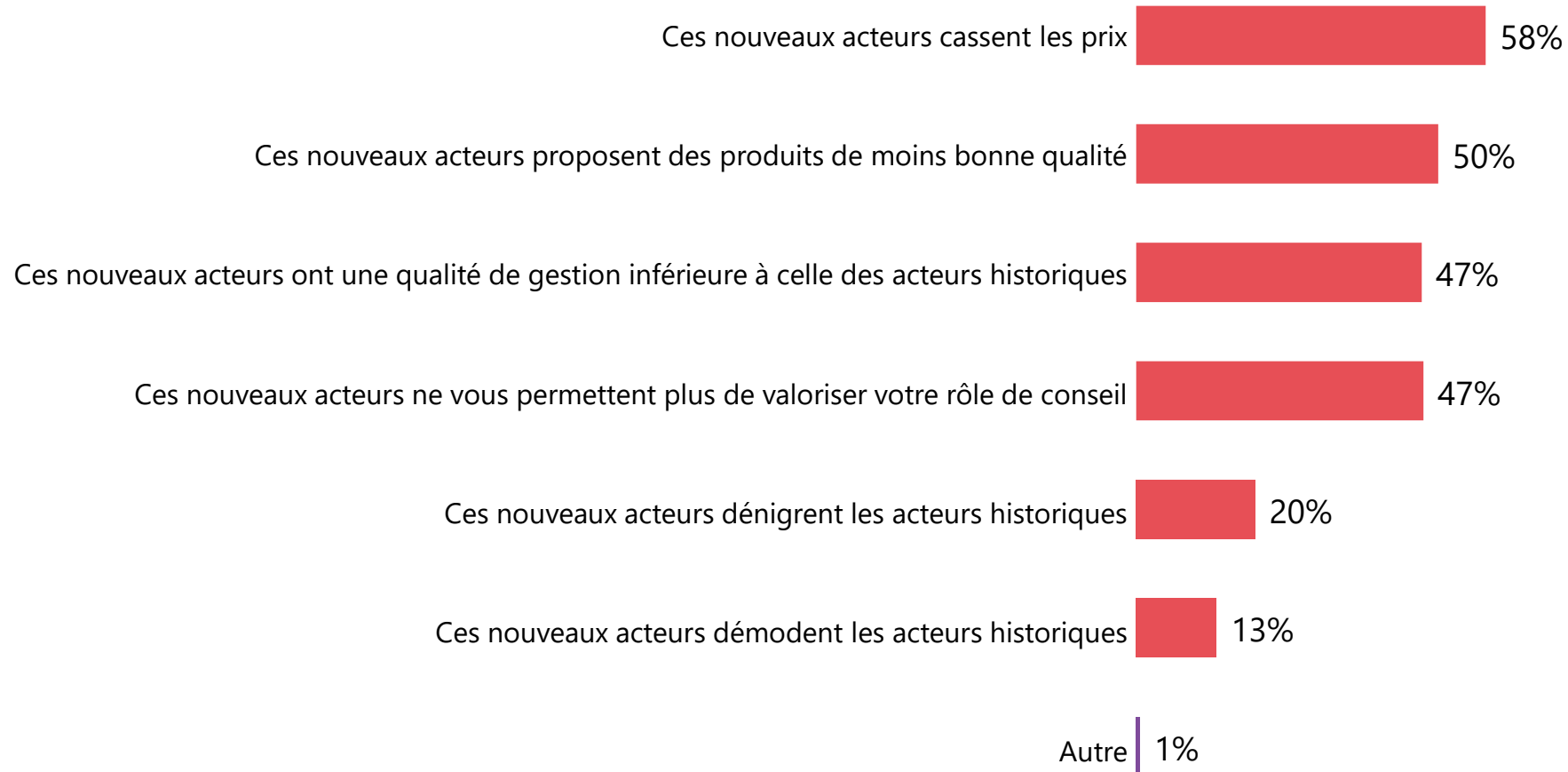
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Votre rôle de conseil est davantage reconnu	65%	61%	67%	64%	Base insuffisante	64%	Base insuffisante	65%	Base insuffisante	70%	61%	69%	63%	64%	67%	64%	Base insuffisante
Cela vous permet d'être vu comme plus innovant par vos clients	36%	25%	42%	36%		39%		37%		25%	46%	31%	39%	37%	35%	39%	
La concurrence de ces nouveaux acteurs fait baisser les prix des produits	33%	37%	32%	34%		30%		32%		36%	32%	30%	36%	37%	25%	33%	
Ces nouveaux acteurs proposent des produits plus innovants	24%	30%	22%	26%		27%		24%		18%	29%	34%	19%	22%	29%	24%	

“ Les raisons de redouter l’arrivée de nouveaux acteurs



Q. Pour quelles raisons considérez-vous que l’arrivée de nouveaux acteurs sur le marché est négative ?
Question posée uniquement à ceux qui considèrent que l’arrivée de nouveaux acteurs est négative, soit 66% de l’échantillon
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





Les raisons de redouter l'arrivée de nouveaux acteurs



Q. Pour quelles raisons considérez-vous que l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché est négative ?

Question posée uniquement à ceux qui considèrent que l'arrivée de nouveaux acteurs est négative, soit 66% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Ces nouveaux acteurs cassent les prix	58%	52%	63%	65%	65%	50%	55%	66%	56%	59%	54%
Ces nouveaux acteurs proposent des produits de moins bonne qualité	50%	51%	48%	37%	52%	53%	52%	49%	48%	54%	48%
Ces nouveaux acteurs ont une qualité de gestion inférieure à celle des acteurs historiques	47%	47%	47%	47%	50%	45%	48%	49%	40%	54%	47%
Ces nouveaux acteurs ne vous permettent plus de valoriser votre rôle de conseil	47%	43%	52%	44%	52%	46%	35%	56%	46%	46%	51%
Ces nouveaux acteurs dénigrent les acteurs historiques	20%	15%	24%	18%	23%	18%	14%	19%	21%	22%	23%
Ces nouveaux acteurs démodent les acteurs historiques	13%	9%	18%	10%	20%	10%	6%	11%	14%	12%	19%



Les raisons de redouter l'arrivée de nouveaux acteurs



332 personnes

Q. Pour quelles raisons considérez-vous que l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché est négative ?

Question posée uniquement à ceux qui considèrent que l'arrivée de nouveaux acteurs est négative, soit 66% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

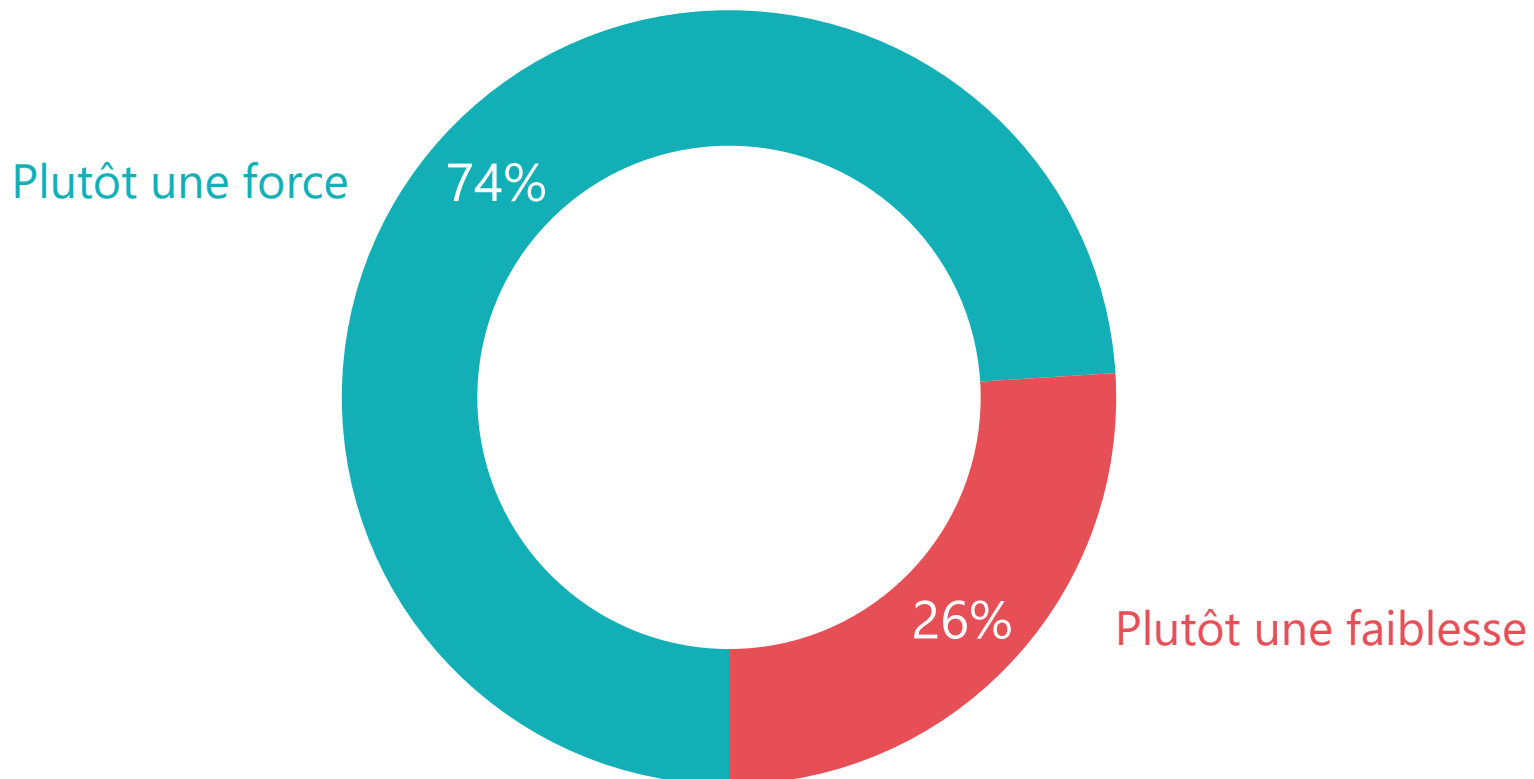
	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Ces nouveaux acteurs cassent les prix	58%	64%	56%	57%	Base insuffisante	58%	50%	60%	41%	53%	62%	54%	59%	59%	53%	58%	Base insuffisante
Ces nouveaux acteurs proposent des produits de moins bonne qualité	50%	44%	51%	50%		49%	59%	49%	57%	53%	47%	49%	50%	52%	44%	50%	
Ces nouveaux acteurs ont une qualité de gestion inférieure à celle des acteurs historiques	47%	56%	44%	48%		46%	53%	46%	57%	45%	48%	49%	46%	49%	41%	46%	
Ces nouveaux acteurs ne vous permettent plus de valoriser votre rôle de conseil	47%	56%	45%	47%		49%	34%	48%	43%	44%	50%	41%	50%	48%	45%	48%	
Ces nouveaux acteurs dénigrent les acteurs historiques	20%	15%	21%	20%		20%	16%	20%	19%	18%	21%	17%	21%	21%	16%	21%	
Ces nouveaux acteurs démodent les acteurs historiques	13%	13%	13%	13%		14%	6%	13%	16%	13%	13%	10%	15%	14%	10%	14%	



L'opinion sur le digital



Q. Diriez-vous que le digital est pour vous... ?





L'opinion sur le digital



500 personnes

Q. Diriez-vous que le digital est pour vous... ?

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Plutôt une force	74%	72%	77%	83%	78%	68%	78%	77%	68%	80%	72%
Plutôt une faiblesse	26%	28%	23%	17%	22%	32%	22%	23%	32%	20%	28%

	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Plutôt une force	74%	83%	71%	74%	Base insuffisante	75%	67%	75%	72%	76%	73%	75%	74%	74%	76%	74%	74%
Plutôt une faiblesse	26%	17%	29%	26%		25%	33%	25%	28%	24%	27%	25%	26%	26%	24%	26%	26%

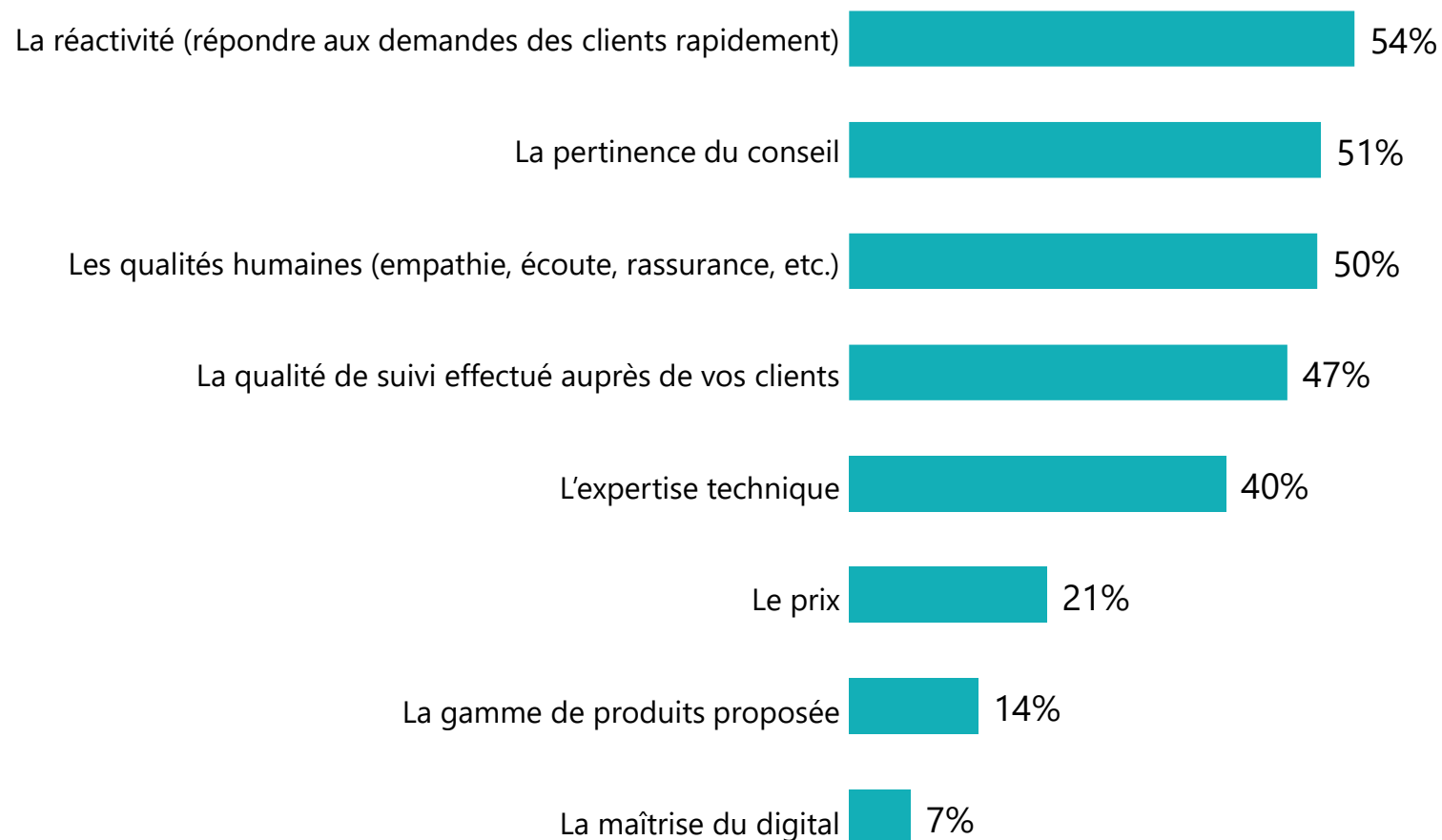


Les leviers pour se démarquer de la concurrence



Q. Parmi les éléments suivants, quels sont aujourd'hui les plus importants selon vous pour vous démarquer de la concurrence ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%





Les leviers pour se démarquer de la concurrence



Q. Parmi les éléments suivants, quels sont aujourd'hui les plus importants selon vous pour vous démarquer de la concurrence ?
Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
La réactivité (répondre aux demandes des clients rapidement)	54%	53%	56%	57%	57%	51%	59%	58%	45%	44%	59%
La pertinence du conseil	51%	51%	51%	52%	42%	56%	42%	48%	53%	56%	55%
Les qualités humaines (empathie, écoute, rassurance, etc.)	50%	46%	55%	43%	54%	52%	55%	43%	55%	49%	50%
La qualité de suivi effectué auprès de vos clients	47%	45%	49%	43%	55%	44%	42%	47%	51%	46%	48%
L'expertise technique	40%	43%	38%	35%	39%	44%	35%	52%	37%	32%	41%
Le prix	21%	23%	19%	27%	20%	19%	24%	18%	23%	31%	16%
La gamme de produits proposée	14%	13%	15%	19%	15%	10%	12%	17%	12%	14%	14%
La maîtrise du digital	7%	8%	5%	8%	7%	6%	13%	4%	7%	8%	3%



Les leviers pour se démarquer de la concurrence



Q. Parmi les éléments suivants, quels sont aujourd'hui les plus importants selon vous pour vous démarquer de la concurrence ?
Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
La réactivité (répondre aux demandes des clients rapidement)	54%	58%	53%	55%	Base insuffisante	55%	51%	54%	54%	50%	58%	59%	52%	52%	61%	55%	47%
La pertinence du conseil	51%	47%	52%	50%		50%	54%	50%	59%	55%	47%	51%	50%	50%	52%	51%	44%
Les qualités humaines (empathie, écoute, rassurance, etc.)	50%	44%	52%	50%		51%	47%	50%	48%	52%	49%	46%	52%	51%	47%	51%	44%
La qualité de suivi effectué auprès de vos clients	47%	48%	46%	47%		48%	40%	46%	54%	46%	47%	49%	46%	47%	47%	46%	56%
L'expertise technique	40%	39%	41%	41%		39%	51%	41%	31%	40%	41%	45%	38%	38%	47%	39%	62%
Le prix	21%	21%	21%	21%		23%	9%	22%	19%	19%	23%	17%	23%	24%	13%	22%	15%
La gamme de produits proposée	14%	18%	12%	14%		14%	14%	14%	15%	15%	12%	17%	12%	13%	16%	14%	12%
La maîtrise du digital	7%	8%	6%	6%		7%	7%	7%	4%	6%	7%	7%	7%	7%	6%	6%	9%



C

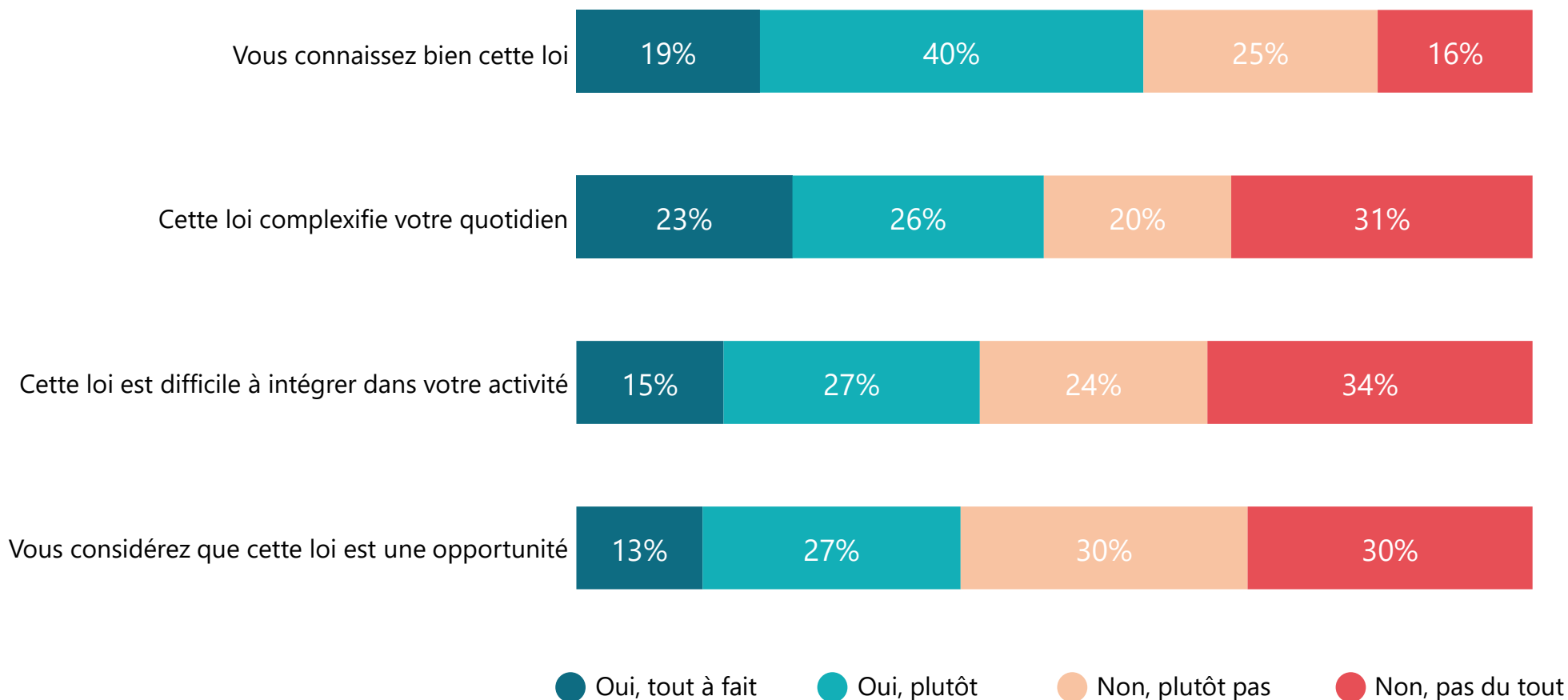
Le contexte réglementaire

“ La connaissance et les opinions relatives à la réforme du courtage



Q. Parlons maintenant de loi relative à la réforme du courtage, entrée en vigueur le 1er avril 2022. Diriez-vous que... ?

Total Oui



“ La connaissance et les opinions relatives à la réforme du courtage



Q. Parlons maintenant de loi relative à la réforme du courtage, entrée en vigueur le 1er avril 2022. Diriez-vous que... ?

	% Oui	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Vous connaissez bien cette loi	59%	66%	53%	49%	58%	66%	58%	55%	64%	54%	62%
Cette loi complexifie votre quotidien	49%	55%	42%	35%	44%	58%	46%	51%	47%	37%	55%
Cette loi est difficile à intégrer dans votre activité	42%	42%	41%	36%	37%	48%	39%	48%	38%	29%	49%
Vous considérez que cette loi est une opportunité	40%	33%	48%	59%	38%	32%	37%	44%	41%	39%	40%



La connaissance et les opinions relatives à la réforme du courtage



Q. Parlons maintenant de loi relative à la réforme du courtage, entrée en vigueur le 1er avril 2022. Diriez-vous que... ?

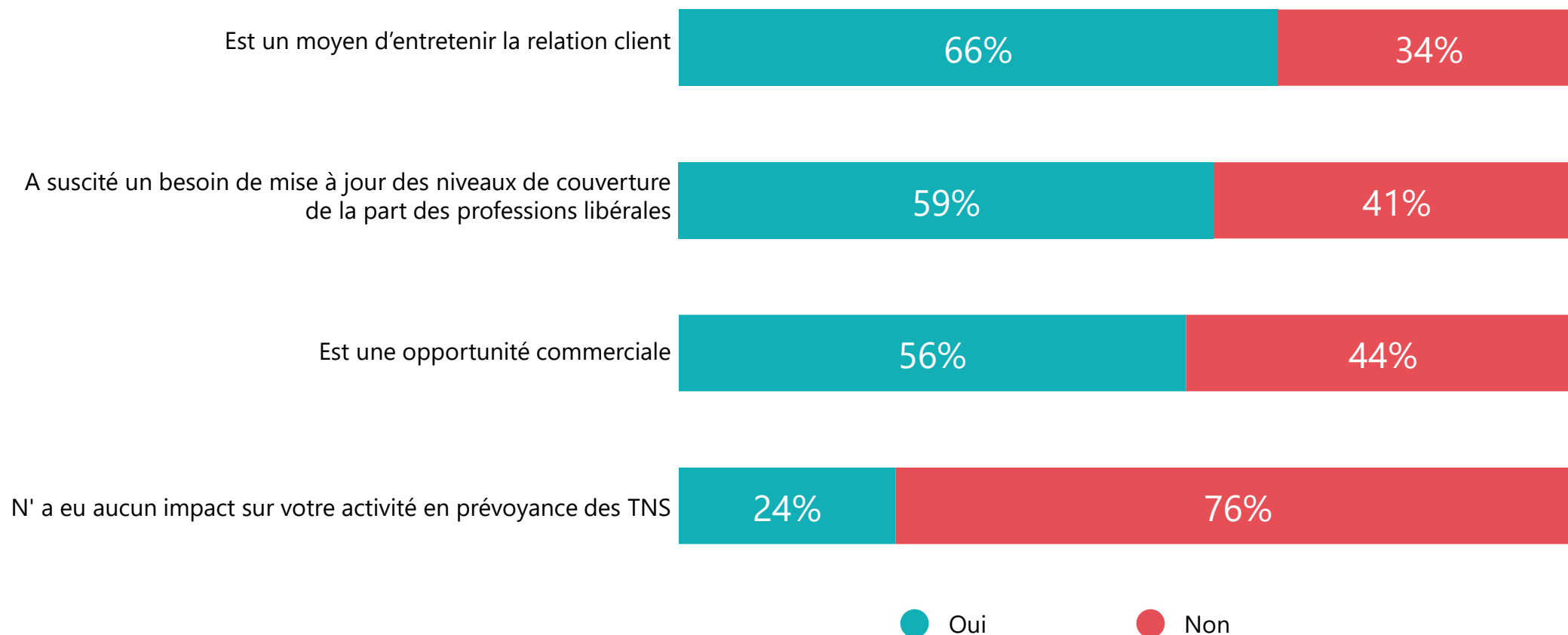
	% Oui	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Vous connaissez bien cette loi	59%	49%	63%	58%	Base insuffisante	58%	69%	59%	65%	64%	56%	59%	60%	57%	64%	58%	70%
Cette loi complexifie votre quotidien	49%	36%	54%	50%		49%	44%	48%	56%	45%	52%	48%	49%	48%	52%	49%	50%
Cette loi est difficile à intégrer dans votre activité	42%	34%	45%	43%		44%	33%	43%	37%	38%	46%	41%	43%	42%	44%	43%	39%
Vous considérez que cette loi est une opportunité	40%	54%	35%	39%		39%	47%	41%	35%	42%	39%	38%	42%	40%	42%	40%	36%

Les opinions relatives à la réforme des indemnités journalières



Q. Pour vous, la réforme des indemnités journalières par les régimes obligatoires des professions libérales ... ?

Question posée uniquement aux courtiers TNS, soit 59% de l'échantillon



Les opinions relatives à la réforme des indemnités journalières



Q. Pour vous, la réforme des indemnités journalières par les régimes obligatoires des professions libérales ... ?

Question posée uniquement aux courtiers TNS, soit 59% de l'échantillon

	% Oui	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Est un moyen d'entretenir la relation client	66%	65%	69%	72%	60%	69%	63%	75%	68%	62%	64%
A suscité un besoin de mise à jour des niveaux de couverture de la part des professions libérales	59%	59%	60%	61%	55%	62%	41%	71%	63%	62%	59%
Est une opportunité commerciale	56%	55%	58%	68%	52%	55%	46%	67%	57%	70%	48%
N' a eu aucun impact sur votre activité en prévoyance des TNS	24%	26%	22%	26%	23%	24%	25%	16%	30%	24%	25%

Les opinions relatives à la réforme des indemnités journalières

295 personnes

Q. Pour vous, la réforme des indemnités journalières par les régimes obligatoires des professions libérales ... ?

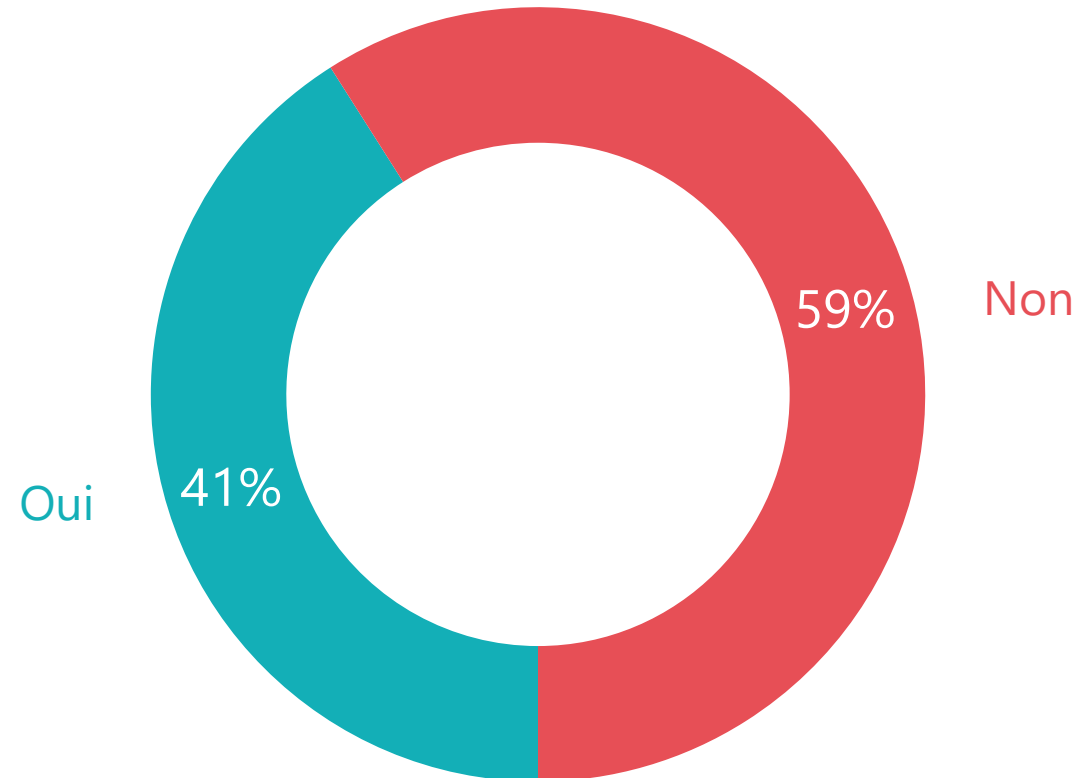
Question posée uniquement aux courtiers TNS, soit 59% de l'échantillon

	% Oui	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Est un moyen d'entretenir la relation client	66%	73%	64%	67%	Base insuffisante	66%	68%	66%	71%	73%	61%	67%	66%	67%	63%	66%	68%
A suscité un besoin de mise à jour des niveaux de couverture de la part des professions libérales	59%	61%	59%	59%		59%	62%	60%	55%	65%	55%	55%	62%	62%	46%	58%	71%
Est une opportunité commerciale	56%	63%	54%	56%		56%	62%	57%	48%	62%	52%	56%	56%	57%	50%	55%	65%
N' a eu aucun impact sur votre activité en prévoyance des TNS	24%	19%	26%	24%		25%	21%	25%	13%	22%	25%	22%	25%	24%	26%	24%	26%

“ L'impact de la réforme 100% Santé 2019-2020



Q. La réforme 100% Santé 2019-2020 a-t-elle été pour vous une opportunité commerciale ?
Question posée uniquement aux courtiers Santé, soit 82% de l'échantillon





L'impact de la réforme 100% Santé 2019-2020



Q. La réforme 100% Santé 2019-2020 a-t-elle été pour vous une opportunité commerciale ?

Question posée uniquement aux courtiers Santé, soit 82% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Oui	41%	39%	45%	57%	37%	37%	38%	53%	40%	26%	43%
Non	59%	61%	55%	43%	63%	63%	62%	47%	60%	74%	57%

	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Oui	41%	56%	36%	42%	Base insuffisante	42%	33%	41%	44%	47%	37%	33%	46%	43%	38%	43%	29%
Non	59%	44%	64%	58%		58%	67%	59%	56%	53%	63%	67%	54%	57%	62%	57%	71%

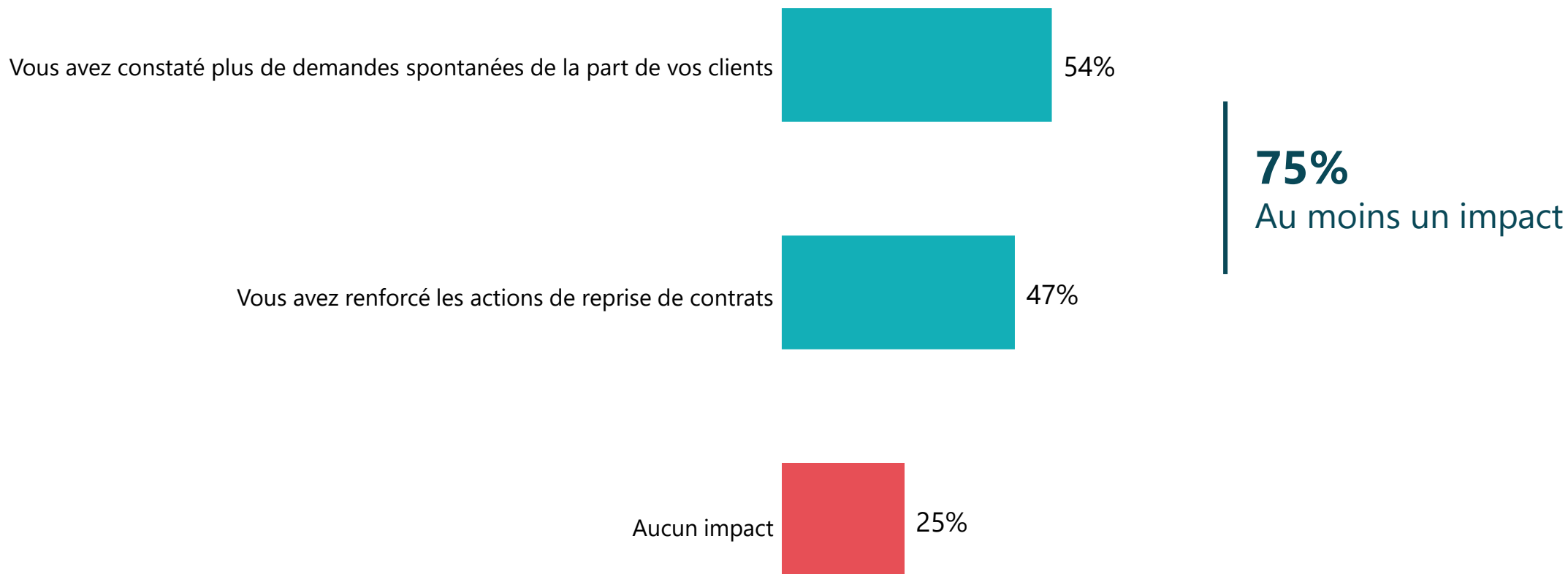


Les impacts de la loi Lemoine sur l'activité des courtiers



Q. Quels sont les impacts sur votre activité de la loi Lemoine instaurant de la Résiliation Infra Annuelle (RIA) et la suppression des formalités médicales ?

Question posée uniquement aux courtiers Emprunteurs, soit 76% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





Les impacts de la loi Lemoine sur l'activité des courtiers



Q. Quels sont les impacts sur votre activité de la loi Lemoine instaurant de la Résiliation Infra Annuelle (RIA) et la suppression des formalités médicales ?

Question posée uniquement aux courtiers Emprunteurs, soit 76% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Vous avez constaté plus de demandes spontanées de la part de vos clients	54%	51%	58%	58%	52%	54%	52%	60%	56%	55%	49%
Vous avez renforcé les actions de reprise de contrats	47%	47%	46%	53%	50%	41%	44%	51%	45%	47%	47%
Aucun impact	25%	26%	23%	15%	28%	28%	28%	18%	24%	27%	28%



Les impacts de la loi Lemoine sur l'activité des courtiers



Q. Quels sont les impacts sur votre activité de la loi Lemoine instaurant de la Résiliation Infra Annuelle (RIA) et la suppression des formalités médicales ?

Question posée uniquement aux courtiers Emprunteurs, soit 76% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Vous avez constaté plus de demandes spontanées de la part de vos clients	54%	67%	50%	55%	Base insuffisante	55%	50%	55%	47%	51%	58%	50%	57%	56%	47%	54%	Base insuffisante
Vous avez renforcé les actions de reprise de contrats	47%	55%	44%	47%		48%	40%	47%	40%	48%	46%	42%	49%	50%	37%	47%	
Aucun impact	25%	11%	29%	24%		24%	30%	24%	33%	26%	23%	30%	22%	21%	35%	25%	



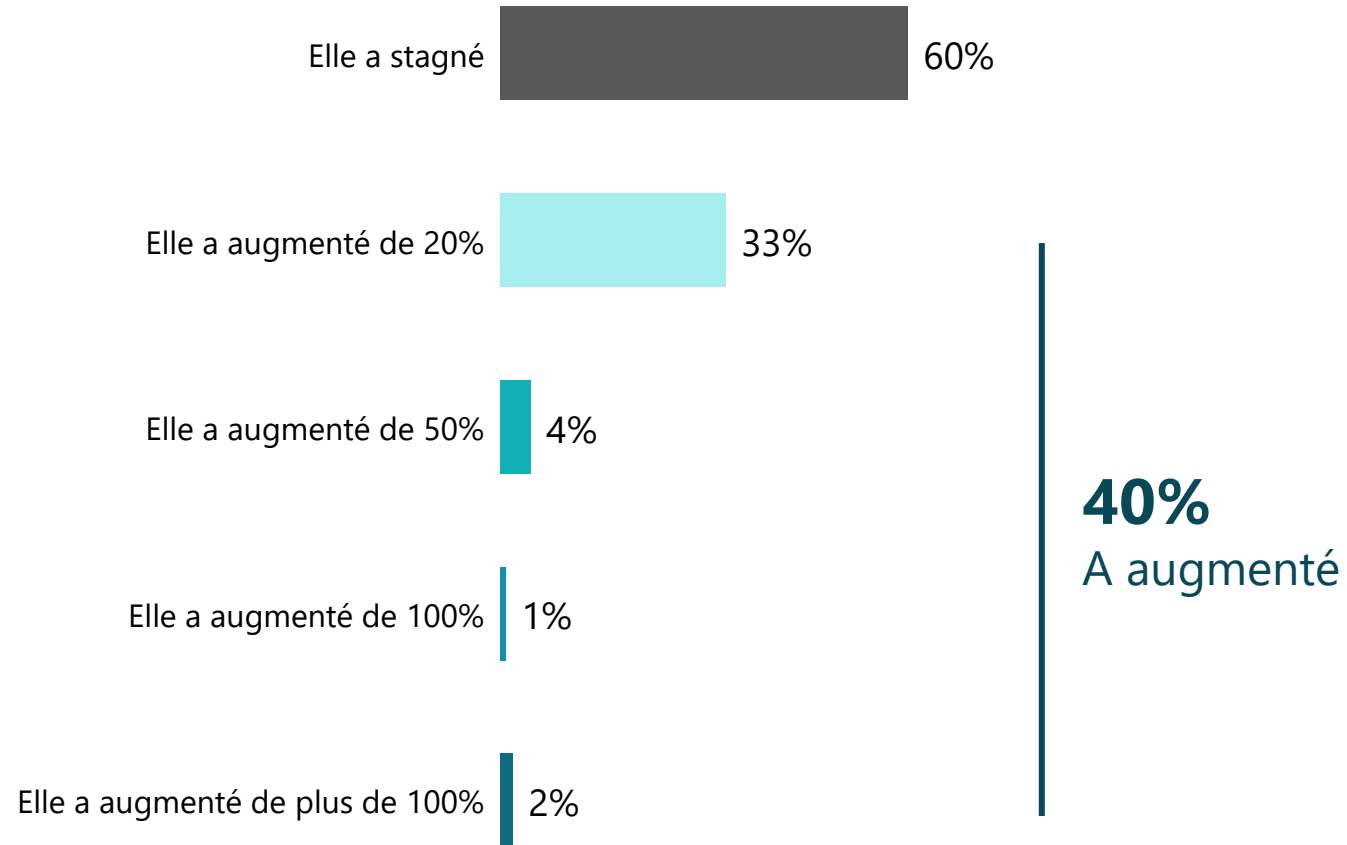
L'évolution de la part de clients issus de la RIA



378 personnes

Q. Depuis le mois de septembre 2022, comment a évolué dans votre production la part des clients issus de la Résiliation Infra Annuelle (RIA) ?

Question posée uniquement aux courtiers Emprunteurs, soit 76% de l'échantillon





L'évolution de la part de clients issus de la RIA



Q. Depuis le mois de septembre 2022, comment a évolué dans votre production la part des clients issus de la Résiliation Infra Annuelle (RIA) ?

Question posée uniquement aux courtiers Emprunteurs, soit 76% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge			Région				
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	Ile-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est
Elle a stagné	60%	61%	59%	61%	57%	62%	70%	53%	55%	67%	60%
Sous-total A augmenté	40%	39%	41%	39%	43%	38%	30%	47%	45%	33%	40%
<i>...Elle a augmenté de 20%</i>	33%	30%	37%	31%	36%	32%	23%	40%	35%	29%	33%
<i>...Elle a augmenté de 50%</i>	4%	5%	4%	6%	4%	4%	5%	5%	4%	2%	6%
<i>...Elle a augmenté de 100%</i>	1%	1%	-	-	1%	1%	-	1%	2%	-	-
<i>...Elle a augmenté de plus de 100%</i>	2%	3%	-	2%	2%	1%	2%	1%	4%	2%	1%



L'évolution de la part de clients issus de la RIA



Q. Depuis le mois de septembre 2022, comment a évolué dans votre production la part des clients issus de la Résiliation Infra Annuelle (RIA) ?

Question posée uniquement aux courtiers Emprunteurs, soit 76% de l'échantillon

	% Total	Durée d'exercice		Part des activités								Part des clients particuliers et professionnels					
		Moins de 5 ans	5 ans ou plus	L'assurance emprunteur		La prévoyance		La santé		Les dommages		Clients particuliers		Clients entreprises		Clients TNS	
				Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus	Moins de 50%	50% et plus
Elle a stagné	60%	49%	64%	59%	Base insuffisante	58%	75%	59%	Base insuffisante	61%	59%	63%	58%	58%	64%	59%	Base insuffisante
Sous-total A augmenté	40%	51%	36%	41%		42%	25%	41%		39%	41%	37%	42%	42%	36%	41%	
<i>...Elle a augmenté de 20%</i>	33%	42%	30%	34%		35%	15%	34%		33%	33%	30%	35%	35%	26%	33%	
<i>...Elle a augmenté de 50%</i>	4%	7%	3%	4%		4%	10%	4%		4%	5%	4%	5%	4%	8%	5%	
<i>...Elle a augmenté de 100%</i>	1%	-	1%	1%		1%	-	1%		1%	-	1%	1%	1%	-	1%	
<i>...Elle a augmenté de plus de 100%</i>	2%	2%	2%	2%		2%	-	2%		1%	3%	2%	1%	2%	2%	2%	

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



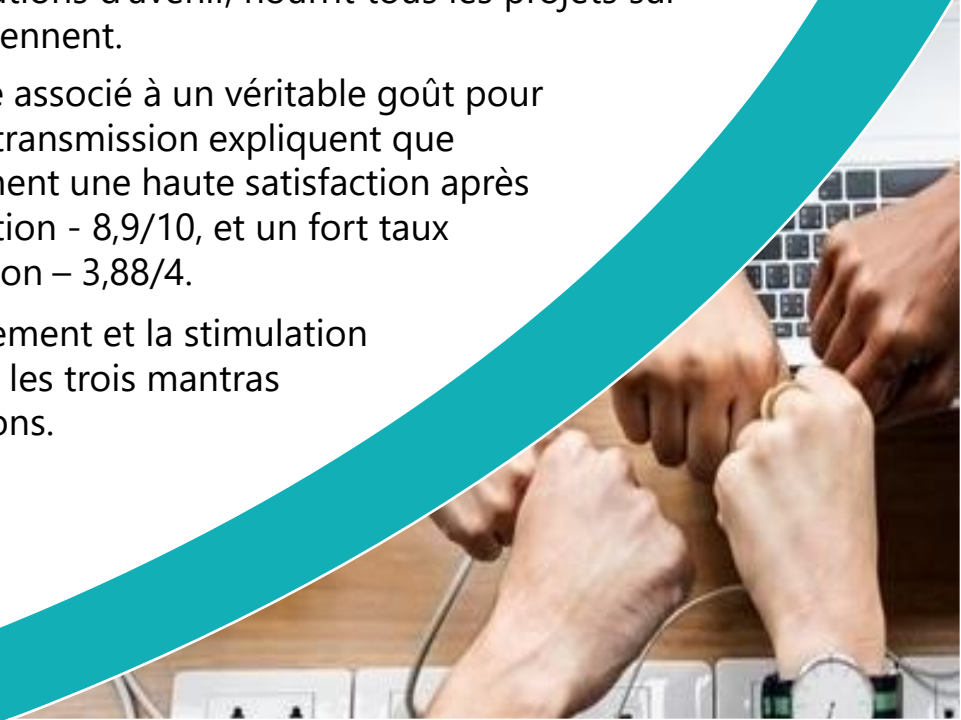
RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Frédéric Micheau

Directeur Général Adjoint
Directeur du pôle Opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com