

opinionway,

— POUR —
adyen

Les Français et *la souscription* à *l'assurance*

Rapport d'étude | Mars 2026





opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

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

« **Sondage OpinionWay pour Adyen** »

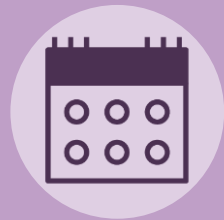
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1052 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 25 au 26 février 2026**. Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

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



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte **des marges d'incertitude** : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Le profil de l'échantillon

opinionway

Crédits : adobe stock

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE

Sexe %

Hommes	48%
Femmes	52%

Age %

18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 64 ans	24%
65 ans et plus	27%

Région %

Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%

Activité professionnelle %

Catégories socioprofessionnelles supérieures 30%

Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	5%
Professions libérales / Cadres	10%
Professions intermédiaires	15%

Catégories populaires 28%

Employés	16%
Ouvriers	12%

Inactifs 42%

Retraités	28%
Autres inactifs	14%

Taille d'agglomération %

Une commune rurale	21%
De 2000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



Les résultats

opinionway

Crédits : adobe stock

#1

La digitalisation des services d'assurance





Les perceptions concernant les *évolutions digitales dans l'assurance*



1052 personnes

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

D'accord

L'idée d'une assurance « à la demande », que j'active et désactive moi-même depuis mon smartphone me plaît



Pouvoir gérer 100 % de mon assurance sur mobile, sans avoir à appeler un service client, est un vrai critère de choix pour moi



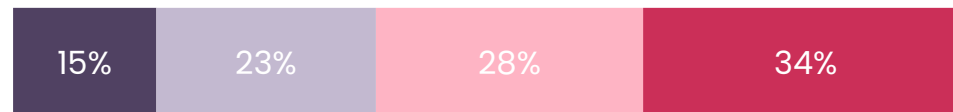
Je serais à l'aise pour souscrire une assurance en un clic directement sur un site de voyage ou de e-commerce, sans être redirigé(e) vers un site dédié



Les services numériques de mon assureur (paiement, gestion) sont moins modernes que ceux de ma banque ou des sites e-commerce que j'utilise



J'ai déjà abandonné une souscription d'assurance en ligne parce que le paiement ou l'envoi de documents était trop compliqué



Tout à fait d'accord
 Plutôt d'accord
 Plutôt pas d'accord
 Pas du tout d'accord



Les perceptions concernant les *évolutions digitales dans l'assurance*



1052
personnes

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

	% Total	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
L'idée d'une assurance « à la demande », que j'active et désactive moi-même depuis mon smartphone me plaît	59%	61%	57%	69%	63%	72%	59%	42%	66%	68%	48%
Pouvoir gérer 100 % de mon assurance sur mobile, sans avoir à appeler un service client, est un vrai critère de choix pour moi	51%	50%	51%	68%	70%	59%	45%	31%	59%	63%	36%
Je serais à l'aise pour souscrire une assurance en un clic directement sur un site de voyage ou de e-commerce, sans être redirigé(e) vers un site dédié	49%	53%	46%	70%	55%	54%	44%	37%	57%	54%	40%
Les services numériques de mon assureur (paiement, gestion) sont moins modernes que ceux de ma banque ou des sites e-commerce que j'utilise	41%	45%	39%	56%	57%	44%	37%	29%	50%	46%	32%
J'ai déjà abandonné une souscription d'assurance en ligne parce que le paiement ou l'envoi de documents était trop compliqué	38%	37%	38%	63%	43%	37%	36%	28%	40%	41%	32%

#2

L'impact des
modalités de
paiement sur
l'attractivité d'un
assureur





Les perceptions concernant les *modalités de paiement et de remboursement*



1052 personnes

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

D'accord

Au moment d'un sinistre, je veux pouvoir choisir comment je suis remboursé(e) (virement, carte bancaire, portefeuille électronique)



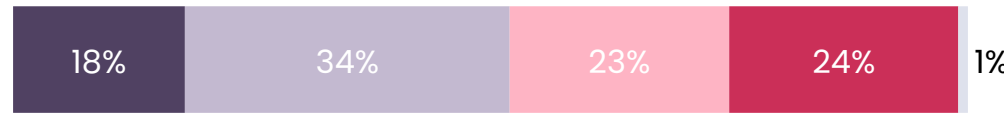
81%

Je serais prêt(e) à quitter mon assureur pour un concurrent capable de me rembourser un sinistre instantanément



60%

Je serais prêt(e) à partager certaines de mes données bancaires, de façon sécurisée, si cela me permettait de payer moins cher ou d'être remboursé(e) plus vite



52%

Le fait qu'un assureur propose de payer avec Apple Pay, Google Pay ou PayPal me plaît



46%

Je préférerais payer mon assurance par carte bancaire, avec la souplesse d'un abonnement (gestion en un clic, mensualisation), plutôt que par prélèvement automatique



44%

● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord



Les perceptions concernant les *modalités de paiement et de remboursement*



1052
personnes

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

	% Total	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Au moment d'un sinistre, je veux pouvoir choisir comment je suis remboursé(e) (virement, carte bancaire, portefeuille électronique)	81%	79%	83%	81%	81%	84%	77%	81%	81%	82%	80%
Je serais prêt(e) à quitter mon assureur pour un concurrent capable de me rembourser un sinistre instantanément	60%	61%	60%	65%	65%	70%	63%	45%	65%	67%	52%
Je serais prêt(e) à partager certaines de mes données bancaires, de façon sécurisée, si cela me permettait de payer moins cher ou d'être remboursé(e) plus vite	52%	53%	51%	75%	64%	56%	47%	37%	57%	56%	45%
Le fait qu'un assureur propose de payer avec Apple Pay, Google Pay ou PayPal me plaît	46%	50%	41%	72%	57%	49%	39%	33%	49%	53%	37%
Je préférerais payer mon assurance par carte bancaire, avec la souplesse d'un abonnement (gestion en un clic, mensualisation), plutôt que par prélèvement automatique	44%	47%	42%	73%	56%	47%	36%	31%	48%	47%	40%



opinionway

Crédits : steven-wright

La synthèse

” Principaux enseignements

Les Français en recherche de services d'assurance efficaces, modulables et gérables en ligne

Les interfaces des assureurs peinent à satisfaire les attentes des utilisateurs : **41% des Français jugent leurs espaces d'assurance en ligne moins modernes que ceux de leurs banques ou de sites d'e-commerce**. Cette perception influence leur choix, si bien que **38% affirment avoir déjà renoncé à une souscription à cause de paiements ou d'envoi de documents trop difficiles**.

Dans ce contexte, le développement de services d'assurance en ligne suscite un intérêt réel : **plus d'un Français sur deux affirme que pouvoir gérer une assurance entièrement sur téléphone constitue un véritable critère de choix (51%)**. Cette attente s'accompagne d'une demande accrue de flexibilité, puisque 59% d'entre eux se disent intéressés par une assurance activable à la demande depuis un smartphone.

- Cette appétence pour des services modulables et sans engagement est là aussi plus visible chez les jeunes : 69% des moins de 35 ans indiquent vouloir gérer leur assurance sur leur smartphone sans avoir à passer par un service client (mais également 45% chez les 35 ans et plus), et 65% sont attirés par une assurance 'à la demande' (tout comme 57% de leurs aînés).

44% des Français déclarent par ailleurs, qu'ils préféreraient payer leur assurance par carte bancaire plutôt que par prélèvement automatique. **Ce souci de la flexibilité est encore plus marqué chez les jeunes : 73% des 18-24 ans apprécieraient une assurance souple, avec un abonnement réglé en ligne au lieu d'un prélèvement automatique**. Mais c'est également le cas de 47% des 35-49 ans et de 31% des 65 ans et plus. Les jeunes sont d'ailleurs 72% à apprécier l'idée qu'un assureur propose de payer avec Apple Pay, Google Pay ou PayPal (un avis également partagé par un tiers des 65 ans et plus).

Les Français expriment un franc intérêt pour des services d'assurance efficaces dans les cas de sinistre. Ils se montrent prêts à faire évoluer leurs pratiques pour favoriser la fluidité : **60% seraient prêts à changer d'assureur, si cela leur permettait d'être acquittés dans l'immédiat**. Toujours dans l'hypothèse d'un sinistre, **81% des Français déclarent vouloir avoir le choix du mode de remboursement** (virement, carte bancaire, portefeuille électronique...).

Aujourd'hui, **plus de la moitié des Français affirment qu'ils seraient prêts à partager certaines de leurs données bancaires, de façon sécurisée, si cela leur permettait de payer moins cher ou d'obtenir des remboursements plus rapides (52%)**

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

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.

Enable today, shape tomorrow

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 !



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

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Eléonore Quarré

Responsable des études Société
Pôle opinion
equarre@opinion-way.com

Anaïs Vouin

Chargée d'études
Pôle opinion
avouin@opinion-way.com

esomar Corporate 2026



Tel. +33 1 81 81 83 00