

Etude "Se protéger pour se projeter"¹ de BNP Paribas Cardif

Un sentiment général d'être bien protégé et des attentes toujours plus fortes en matière d'assurance

- Un monde face à de multiples crises : conflits internationaux, événements climatiques, pouvoir d'achat ;
- Des individus légèrement moins préoccupés par les aléas de la vie qu'en 2021, mais le niveau de 2019 n'a pas encore été retrouvé ;
- La perte financière reste la principale source d'inquiétude dans le monde, suivie par la cybersécurité ;
- L'assurance emprunteur est perçue comme une protection pertinente pour accompagner la reprise des projets personnels nécessitant un financement.



« Cette étude démontre que les besoins en protection demeurent en 2024. En tant qu'assureur nous avons la capacité et le devoir de répondre aux préoccupations actuelles pour accompagner la reprise des projets individuels avec des solutions toujours plus simples, compréhensibles, accessibles et inclusives. » déclare Pauline Leclerc-Glorieux, directrice générale de BNP Paribas Cardif.

Un besoin croissant de protection face aux multiples crises

En 2024, les individus sont légèrement moins préoccupés par les aléas de la vie qu'en 2021, mais le niveau de 2019 n'a pas encore été retrouvé. Si le monde se remet progressivement de la pandémie, d'autres crises subsistent, l'inflation ayant pris le pas sur la Covid depuis 2022². En parallèle, au niveau mondial, 79% des personnes interrogées se déclarent particulièrement préoccupées par les conflits internationaux, 76% par le dérèglement climatique et 75% par la baisse du pouvoir d'achat. Les Français sont davantage préoccupés par ces deux derniers sujets de société, en particulier par le pouvoir d'achat pour 86% des sondés. Si l'inquiétude face au changement climatique est partagée par toutes les régions du monde, le chômage se positionne comme la première préoccupation en Amérique Latine et en Asie (respectivement 86% et 71% se sentent préoccupés).

En ce qui concerne plus particulièrement les aléas de la vie, la perte de revenus reste une source de préoccupation majeure et concerne trois quarts de la population mondiale. La cybersécurité, nouvelle thématique étudiée cette année, se place directement en 2^{ème} position du classement (74% préoccupés). D'autres préoccupations poursuivent leur progression, comme l'inquiétude face aux agressions (+3pts vs 2021 et +4pts vs 2019) et le vol et dégâts de voiture (+2pts vs 2021 et +4pts vs 2019). Avec l'éloignement de la crise sanitaire, les inquiétudes en matière de santé diminuent, mais restent plus élevées qu'en 2019. La préoccupation par rapport à la dépression augmente quant-à-elle de 2 points au niveau mondial (62% des personnes interrogées).

Enfin, si le sentiment d'être suffisamment protégé contre les événements imprévus ne cesse d'augmenter et concerne désormais près des deux tiers de la population en 2024 (+2pts vs 2021 ; +6pts vs 2019), seuls 14% des répondants se sentent « très bien protégés ». L'Amérique latine reste la région du monde la plus préoccupée. En France, le sentiment d'être bien protégé est plus élevé qu'au niveau mondial (72% en France vs 64% dans le monde). Pour autant, les attentes en matière de protection continuent d'augmenter dans les trois



régions, notamment sur les sujets liés à la dépression (+5pts vs 2021), le décès (+3pts vs 2021) et l'agression (+3pts vs 2021).

L'assurance emprunteur pour accompagner la reprise des projets personnels

En 2024, les projets, et donc le besoin de financement associé, reviennent sur le devant de la scène avec **des intentions de souscrire un crédit qui progressent dans toutes les zones géographiques**. Dans ce contexte, l'assurance emprunteur est considérée, dans les trois régions étudiées, comme une protection pertinente pour accompagner et avancer dans ses projets de vie. Les personnes interrogées considèrent que ces produits les encouragent à concrétiser leurs projets et à aborder l'avenir en toute sérénité. Plus spécifiquement, l'assurance emprunteur est perçue comme une solution permettant la conservation des biens (82% des répondants d'accord), la protection des proches (81%), la sécurité en cas d'emprunt (79%) et le maintien du niveau de vie (78%).

La part de citoyens disposés à **emprunter pour un projet immobilier** retrouve presque son niveau d'avant la pandémie (69%; +9pts vs 2021), comme **l'intention d'acheter une voiture** (55%; +9pts vs 2021). La considération pour le crédit à la consommation reprend également notamment pour financer des travaux dans son logement (50% des personnes interrogées) ou pour partir s'installer dans une autre région ou un autre pays (33%).

La reprise des projets nécessitant un financement, s'observe en France comme dans le reste du monde. Même si l'achat d'un bien immobilier demeure la première motivation pour contracter un prêt, le niveau n'est pas encore revenu à ce qu'il était en 2019 : 60% des Français évoquent ce projet en 2024 (stable vs 2021 et -16pts vs 2019). Le recours au crédit est également envisagé pour l'achat d'une voiture (55%). Enfin, la reprise s'observe aussi pour des projets tels que des travaux dans le logement (48%), le financement des études (37%) et les traitements médicaux (34%).

Retrouvez l'infographie relative à l'étude sur bnpparibascardif.com.

A propos de BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif, un leader mondial des partenariats en bancassurance, propose à ses plus de 80 millions de clients assurés des produits et services qui leur permettent de réaliser leurs projets, tout en se prémunissant contre les aléas de la vie. BNP Paribas Cardif souhaite avoir un impact positif sur la société et rendre l'assurance plus accessible. L'entreprise, filiale assurance de BNP Paribas, s'appuie sur un business model unique fondé sur le partenariat. L'assureur crée des offres pour plus de 500 partenaires distributeurs dans des secteurs variés (banques et institutions financières, acteurs de l'automobile, de la grande distribution, des télécommunications, fournisseurs d'énergie...) ainsi que pour des conseillers en gestion de patrimoine et courtiers qui en assurent la commercialisation auprès de leurs clients. Présent dans plus de 30 pays avec des positions fortes en Europe, Asie et Amérique latine, BNP Paribas Cardif est devenu un spécialiste mondial de l'assurance des personnes, le leader mondial en assurance emprunteur* et un acteur majeur du financement de l'économie. Plus de 8 000 collaborateurs dans le monde participent à la réalisation d'un chiffre d'affaires qui s'est élevé à 30,3 Md€ en 2023.

Retrouvez les actualités de BNP Paribas Cardif sur LinkedIn, X ou sur www.bnpparibascardif.com

*Source : Finaccord – 2023

Contacts presse

Géraldine Duprey +33 6 31 20 11 76 geraldine.duprey@bnpparibas.com

Fanny Vidal + 33 6 50 89 88 48 fanny.1.vidal@bnpparibas.com

¹ Méthodologie : Menée auprès de 21 000 personnes dans 21 pays sur 3 continents (Europe, Amérique du Sud et Asie), cette étude a été conduite en ligne, en s'appuyant sur l'expertise de l'institut Ipsos. Etude réalisée du 19 Janvier au 13 Février 2024. Echantillon représentatif d'individus âgés de 18 ans et plus, décisionnaires en matière de choix de produits et services financiers dans le foyer (produits bancaires, assurances). Limite d'âge différente selon les pays : 65 ans en Europe (sauf Turquie : 50 ans, République Tchèque : 55 ans, Pologne : 59 ans), 59 ans en Amérique latine (sauf Pérou : 55 ans), 55 ans en Asie (sauf Inde : 45 ans et Chine : 50 ans). 21 000 interviews réalisés (1 000 interviews/pays). Mise en place de quotas pour être représentatif de chaque pays en termes de sexe, âge et région. Recueil online auprès du panel Ipsos avec possibilité de répondre via ordinateur, tablette et smartphone. Données redressées sur la base de 3 critères : sexe, âge et région. Résultats analysés au global, puis par zone géographique et enfin par pays.

² étude Ipsos What worries the world – January 2024



**BNP PARIBAS
CARDIF**

**L'assureur
d'un monde
qui change**