

Communiqué de presse

Le 10 juin 2021

Santé, besoins de protection, solidarité, nouvelles technologies... Le Groupe Matmut et OpinionWay dévoilent les enseignements de leur baromètre « Les transitions de la société française » issus de la grande consultation relative à la Raison d'être Matmut

Avec 135 500 personnes ayant participé et près de 88 000 ayant répondu à l'intégralité du questionnaire, la Grande consultation relative à sa Raison d'être, lancée en janvier par le Groupe Matmut auprès de ses sociétaires, délégués, administrateurs et collaborateurs affiche un taux de participation élevé.

Les réponses de ce premier baromètre Matmut / OpinionWay sur les « transitions de la société française »¹ font apparaître 5 préoccupations prioritaires : l'accès aux soins, la qualité de vie, la sécurité sanitaire, la protection des données personnelles et la protection des biens et des personnes.

Succès de participation à la Grande consultation Matmut

Afin de formaliser sa Raison d'être, le Groupe Matmut a adopté une démarche singulière. Il a ainsi interrogé ses 4 millions de sociétaires, ses délégués, ses administrateurs et ses 6 400 collaborateurs via une plateforme élaborée en lien avec OpinionWay et une vingtaine de questions. L'objectif : recueillir et définir les contributions positives que l'entreprise entend apporter aux enjeux sociétaux, environnementaux et économiques.

L'avis des répondants était sollicité notamment sur leurs préoccupations dans le monde actuel, leur sentiment sur le rôle des entreprises dans la société, les enjeux sociétaux des prochaines années, ainsi que leurs projets...

A démarche inédite, succès de participation : 135 500 personnes ont répondu à une partie du questionnaire et près de 88 000 l'ont complété en intégralité. Ce record de participation démontre la confiance réciproque entre le Groupe Matmut et ses parties-prenantes et l'engagement de celles-ci dans le mode de fonctionnement mutualiste (1 femme/1 homme = 1 voix).

Un tel volume de réponses fait du baromètre Matmut / OpinionWay (à consulter ici : matmut.fr/groupe-matmut/actualites/resultats-grande-consultation-matmut-opinion-way-pour-raison-etre.html) une étude significative des phénomènes qui témoignent de la société en transition. Le Groupe Matmut dévoile aujourd'hui ses enseignements, en s'appuyant sur le savoir-faire d'OpinionWay.

Les principaux enseignements du baromètre « Les transitions de la société française »

Les enseignements sont notamment intéressants à analyser en tenant compte du contexte de crise sanitaire. Dans ce monde en transition, un climat d'incertitude prédomine.

Globalement, 5 préoccupations apparaissent prioritaires, notées entre 8,9/10 et 8,4/10 : l'accès aux soins, la qualité de vie, la sécurité sanitaire, la protection des données personnelles et la protection des biens et des personnes.

1- La santé, une préoccupation majeure.

Ce phénomène est bien entendu accru par la crise sanitaire. Deux sujets principaux établis par le baromètre Matmut / OpinionWay polarisent l'attention : l'accès aux soins et la sécurité sanitaire, avec une note d'inquiétude respectivement de 8,9/10 et 8,5/10 attribuée par les répondants.

2- Un sentiment fort de vulnérabilité.

Autre enseignement majeur du baromètre, le monde est perçu comme évoluant de plus en plus vite (92% des répondants) et de plus en plus instable (83%). En conséquence, 90% des personnes interrogées considèrent que les positions sociales peuvent s'effondrer rapidement.

Une note d'optimisme, malgré tout, particulièrement chez les femmes et les actifs : près de 6 personnes interrogées sur 10 ont le sentiment de pouvoir agir pour faire évoluer la société.

Parallèlement, tandis que la confiance dans l'avenir de la société est assez faible (26% des répondants indiquent avoir confiance), que celle dans son avenir personnel est plus élevée mais limitée (56%), 71% des 25-34 ans indiquent avoir confiance dans leur avenir proche.

3- Une attitude ambivalente envers les nouvelles technologies.

Les répondants sont divisés, tant sur le rythme des évolutions technologiques que sur leur perception de ces évolutions : 47% jugent que les évolutions vont au bon rythme, 41% qu'elles vont trop vite. 51% les considèrent comme une menace et 43% comme une opportunité.

La protection des données est une préoccupation majeure (8,4/10 comme note moyenne d'inquiétude).

4- De nouveaux besoins de protection émergent.

Si les participants au baromètre se sentent bien protégés face aux risques « traditionnels » (sinistres dans le logement, à 80%, problèmes de santé, à 73%, accidents, à 68%), le baromètre met en avant de nouveaux besoins de protection. Les participants se sentent ainsi globalement peu protégés face à la cybercriminalité, l'exposition à la pollution atmosphérique ou encore les conséquences du réchauffement climatique (moins de 20%).

5- Une demande de solidarité qui s'exprime à plusieurs niveaux.

Alors qu'il a beaucoup été question de solidarité, au cœur de la crise, 74% des participants au baromètre indiquent cependant constater une baisse de la solidarité.

Force est de constater que la compétition entre individus est également notée à un niveau élevé (7,9 sur 10).

Les répondants en appellent à un retour de la solidarité entre les générations (59%), avant la solidarité entre les personnes aisées et défavorisées (36%), etc.

6- Un besoin d'implication des entreprises.

Le baromètre Matmut / OpinionWay confirme que les entreprises ont un rôle moteur à jouer, notamment pour répondre à cette demande de solidarité, mais pas uniquement. 88% des répondants pensent que les entreprises doivent s'impliquer dans l'intérêt général et le bien commun et 83% dans les questions écologiques.

Ce phénomène est accentué chez les jeunes.

Les prochaines étapes de la formalisation de la Raison d'être du Groupe Matmut

Le questionnaire de la Grande consultation Matmut abordait aussi une partie relative aux attentes vis-à-vis du modèle mutualiste et de la Matmut, en particulier. Son analyse, en cours, ainsi que les enseignements décrits ci-dessus permettront au Groupe de cerner de manière très fine les attentes et les besoins de ses parties-prenantes et de la place qu'il doit occuper dans la société.

La Raison d'être du Groupe Matmut sera révélée en septembre prochain, à l'occasion de la célébration de ses 60 ans.

Commentant le baromètre Matmut / OpinionWay sur les transitions de la société française, Christophe Bourret, Président du Groupe Matmut a déclaré : « *En tant que Président d'une structure mutualiste, j'ai la conviction que la formalisation de la Raison d'être du groupe ne peut qu'être le fruit d'une expression collective. Encore plus que jamais dans le climat général d'incertitude, du fait de la crise actuelle, nous devons cerner du mieux possible les enjeux sociétaux, économiques et environnementaux. C'est d'abord à ce titre que je me réjouis de la forte participation à la Grande consultation lancée en janvier dernier, auprès de nos parties-prenantes. Cette mobilisation est ensuite la preuve de la profonde modernité du modèle mutualiste, de sa pertinence. La Raison d'être du Groupe, que nous dévoilerons en septembre prochain, aura été nourrie des enseignements de ce baromètre sur les transitions de la société française. Elle sera une boussole, tant au niveau de la pertinence des solutions et services assurantiels que la Matmut doit à celles et ceux qui lui font confiance, que de ses engagements en tant qu'entreprise citoyenne.* »

Frédéric Micheau, Directeur général adjoint d'OpinionWay a ajouté : « *Cette consultation inédite entreprise par la Matmut a permis de recueillir une masse de données, qui éclairent très finement la compréhension de la société française d'aujourd'hui et des multiples transitions dans lesquelles elle est engagée.* »

¹ *Méthodologie : Consultation réalisée par OpinionWay pour le Groupe Matmut du 20 janvier au 22 mars 2021, auprès des sociétaires, des délégués, des collaborateurs et des administrateurs du Groupe Matmut. Cette consultation a été menée via un questionnaire disponible en ligne sur la plateforme <https://grande-consultation.matmut.fr>. 87 784 personnes ont complété le questionnaire. Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Consultation OpinionWay pour le Groupe Matmut » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*

À propos du Groupe Matmut

Avec plus de 4 millions de sociétaires et 7,6 millions de contrats d'assurance gérés, le Groupe Matmut est un acteur majeur sur le marché français de l'assurance. Il offre à tous – particuliers, professionnels, entreprises, associations – une gamme complète de produits d'assurance des personnes et des biens (auto, moto, bateau, habitation, responsabilités, protection de la famille, santé, protection juridique et assistance) et de services financiers et d'épargne (crédits auto, projet, assurance emprunteur, livret d'épargne, assurance vie...). Le Groupe Matmut compte aujourd'hui 6 400 collaborateurs. La SGAM Matmut a réalisé un chiffre d'affaires de 2,29 milliards d'euros en 2020. Plus d'informations sur presse.matmut.fr et matmut.fr

À propos d'OpinionWay

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay innove dans les études Marketing et d'Opinion et développe l'agilité dans les modes d'approches (Panels en ligne, Communautés digitales, Hybridation des données et Social Media Intelligence).

Né en **France** et capable d'intervenir sur les cinq continents, OpinionWay a des implantations au **Maghreb** (Algérie, Maroc, Tunisie), en **Europe de l'Est** (Pologne) et en **Afrique Sub-saharienne** (Côte d'Ivoire). Le Groupe intervient dans la compréhension des publics, des marchés, des marques ; dans la recherche de produits et de services, pour des clients se développant en France comme à l'international auprès de cibles BtoB et BtoC.

OpinionWay est membre actif d'Esomar, certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus.

opinion-way.com

Contacts presse

Guillaume Buiron – 02 35 63 70 63 – buiron.guillaume@matmut.fr

Olivia Augis - 01 81 81 83 05 - oaugis@opinion-way.com