



Les Français et les complémentaires santé

Sondage Ifop pour
Lecomparateurassurance.com

Contact Ifop :

Romain Bendavid

Directeur de clientèle

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44

Romain.bendavid@ifop.com

Mars 2015

le comparateur
assurance.com



Sommaire

- 1 - La méthodologie**
- 2 - Les résultats de l'étude**
- 3 - Les principaux enseignements**

1 | La méthodologie

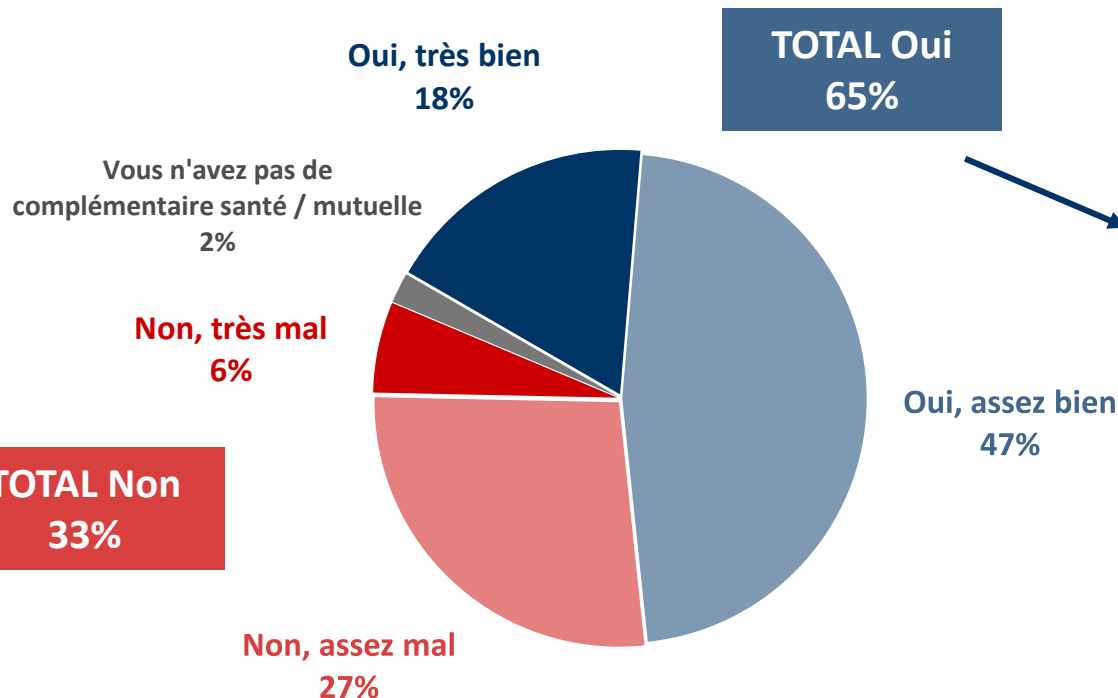
Etude réalisée par l'Ifop pour Lecomparateurassurance.com

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
 L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1339 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.	 La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	 Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 18 au 20 mars 2015.

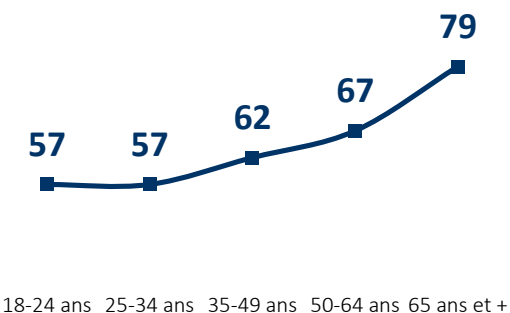
2 | Les résultats de l'étude

QUESTION : Comprenez-vous l'ensemble des niveaux et conditions de remboursements proposés par votre complémentaire santé / mutuelle ?

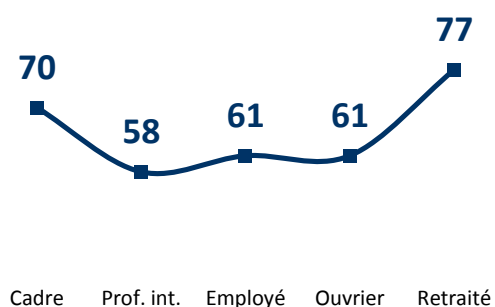
Base : Ensemble des Français



Total « Oui » selon l'âge de la personne interrogée



Total « Oui » selon la profession de la personne interrogée



3 | Les principaux enseignements

Un Français sur trois a une mauvaise compréhension de son contrat de complémentaire santé ou mutuelle

Un Français sur trois (33%) affirme mal comprendre les niveaux et conditions de remboursements proposés par sa complémentaire santé ou mutuelle, dont 6% « très mal ».

A l'opposé, deux Français sur trois (65%) estiment avoir une bonne compréhension de ces informations figurant dans leur contrat de mutuelle. Parmi eux, seuls 18% déclarent « très bien » les comprendre.

Un niveau de compréhension très hétérogène au sein des différentes strates de la population

La compréhension des informations figurant dans son contrat de complémentaire santé ou mutuelle apparaît fortement corrélée au profil des répondants.

Ainsi, 77% des retraités rapportent très majoritairement une bonne compréhension de ces données, contre 62% des actifs. Bon nombre de retraités, ne souhaitant ou ne pouvant conserver la mutuelle de leur ancienne entreprise, sont amenés à souscrire un contrat de complémentaire santé à titre individuel : de ce fait, ils ont logiquement une connaissance précise des garanties incluses dans le contrat qu'ils ont eux-mêmes choisi. A l'opposé, le fait que la plupart des actifs (et bientôt la totalité d'entre eux, l'accord ANI entrant en vigueur au 1er janvier 2016) soient couverts par un contrat collectif souscrit par leur employeur peut expliquer leur moins bonne compréhension des garanties et remboursements offerts par leur complémentaire santé.

Notons également que c'est parmi les plus jeunes que le niveau d'information apparaît le plus limité : 40% des moins de 35 ans, pour la plupart étudiants ou jeunes actifs, déclarent avoir des difficultés à comprendre leur contrat de complémentaire santé ou mutuelle.



Restez connecté en temps réel avec l'actualité des sondages



iOS - iPhone & iPad

Android



www.ifop.com



[@ifopopinion](https://twitter.com/ifopopinion)

[Ifop Opinion](https://www.facebook.com/ifopopinion)

A propos du Groupe Ifop :

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 6 expertises (Opinion & Stratégies d'Entreprise, Consumer & Beauty, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés. C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe de nouvelles expertises transversales (Planning Stratégique, Grandes Enquêtes). Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses cinq implantations : Paris, Buenos Aires, Shanghai et Hong-Kong. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros et emploie plus de 200 collaborateurs.

Présent lors de toutes les campagnes présidentielles et municipales de la Cinquième République, l'Ifop est reconnu comme un acteur majeur dans le domaine électoral et de l'analyse de l'opinion.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...