

## Complémentaire Santé 2015 :

**Couverture et attentes de tous les Français  
et potentiel des offres complémentaires  
et sur-complémentaires**

*Présentation de l'étude, août 2015*

- 171 pages
- 8.056 Français interrogés, dont 6.774 Français couverts par une complémentaire santé

La mise en place de l'ANI du 11 janvier 2013 et le texte de loi associé va rendre bien plus difficile la lecture du marché de la couverture santé notamment par la pluralité de couvertures qu'elle va engendrer. En effet, l'ANI induit

l'obligation de couverture de tous les salariés et fait courir le risque de baisse du niveau des couvertures des salariés et de non couverture des ayants droit (conditions du socle ANI), même si on ne peut pas exclure que les ayants droit finissent par être couverts soit via les accords de recommandation négociés soit via les sur-complémentaires. La question des prochains mois réside dans le sort des négociations de branche et d'entreprise.

Dans le même temps, un « effet domino » est possible car en activant efficacement les mécanismes de l'article 4 de la Loi Evin et de la portabilité, l'ANI pourrait aussi induire la couverture, à partir des dispositifs collectifs, de l'essentiel de la population notamment les retraités et les intercontrats. Dans tous les cas, il faut compter avec des successions de couvertures dans le temps (changement de statut) et à un instant t (mécanismes des sur-complémentaires) et à une coexistence « complexifiante » d'individuel et de collectif.

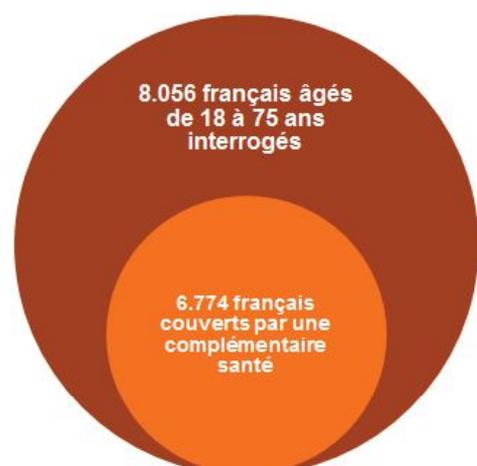
Dans ce contexte, l'étude se propose d'aborder la couverture des Français, de tous les Français, qu'ils soient déjà couverts par un accord de branche, qu'ils présentent une forte ou faible probabilité de l'être, qu'ils soient dans une grande entreprise (ou pas), qu'ils soient salariés ou non (retraités ou en passe de le devenir, TNS, cadres territoriaux,...).

Par ailleurs, en dépit des atouts des acteurs historiques face à cette nouvelle donne, et du temps nécessairement long de la transition, les nouvelles conditions de marché vont rebattre massivement les cartes des parts de marché tant en collectif qu'en individuel. Dans ce nouveau contexte, la question de la réalité du besoin client revient au centre.

L'étude a pour but d'explorer le marché dans sa dimension prospective en matière de garanties et de services non ou peu couverts, d'explorer les attentes des Français dans ce domaine, ceci afin de mesurer le gap existant entre la couverture actuelle des Français et les attentes à satisfaire.

## Echantillon

**8.056 Français** ont été interrogés par Internet entre le 9 et le 23 juin 2015. Au sein de cette population, ont été interrogés **6.774 Français couverts par une complémentaire santé** :



Ces répondants ont été filtrés sur la base d'une population représentative de la population française en termes de sexe, d'âge (sur la tranche 18-75 ans), de catégorie socio-professionnelle et de région d'habitation.

Tous les répondants à l'enquête sont des membres de notre communauté de 60.000 panélistes (propriété ARCANE Research) : <http://www.panelia.fr>

## 14 garanties qui peuvent être présentes dans un contrat de complémentaire santé évaluées en termes d'importance et de satisfaction

1. Optique
2. Dentaire
3. Médicament
4. Homéopathie
5. Hospitalisation
6. Prise en charge des dépassements d'honoraires jusqu'à 200%
7. Prise en charge des dépassements d'honoraires supérieure à 200%
8. Analyses médicales
9. Radiologie
10. Médecine douce
11. Assistance
12. Plateforme santé
13. Prévention
14. Autres services (information, accompagnement, etc.)

## 10 éléments pouvant influencer la fidélité des Français à leur complémentaire santé ET niveau de satisfaction de ces 10 éléments

1. Une diversité de prestations (prévention, accompagnement, etc.)
2. Des prix abordables / montant de la prime en accord avec les prestations
3. Une relation de qualité avec votre conseiller, qu'il soit à l'écoute
4. Des prestations de qualité
5. L'adaptation de votre contrat santé à vos besoins
6. Un fonctionnement facilité avec votre complémentaire santé
7. La joignabilité de votre conseiller
8. Des remboursements rapides
9. La proximité des agences
10. Des services Internet vous facilitant la gestion de votre contrat (ajout de bénéficiaire, évolution de garanties, ré-édition de la carte tiers payant, etc.)

## 27 garanties et services optionnels que les Français souhaiteraient retrouver dans un futur contrat santé

1. La prise en charge des dépassements d'honoraires jusqu'à 200%\* (\*200% signifie que la complémentaire rembourse jusqu'à 2 fois le tarif de base de la sécurité sociale)
2. La prise en charge des dépassements d'honoraires supérieure à 200%\* (\*200% signifie que la complémentaire rembourse jusqu'à 2 fois le tarif de base de la sécurité sociale)
3. Garantie perte de revenus/invalidité
4. L'assistance aux personnes (aide-ménagère, garde

- d'enfants, etc.)
5. De la prévoyance (capital et rentes décès, indemnités journalières maladie et accident, capital et rentes invalidité, garanties emprunteurs, etc.),
6. Des complémentaires retraites
7. Une gestion des réalisations sanitaires et sociales (établissements de santé, maisons de retraite, ehpa, centres de santé, cliniques, etc.)
8. Des tarifs négociés auprès d'opticiens, d'audioprothésistes, de pharmaciens, de dentistes, de cliniques, de médecins ou d'autres professionnels de la santé
9. La dispense d'avance des frais (tiers payant)
10. Des remboursements rapides dans le cadre de la télétransmission
11. Une analyse de devis santé par téléphone ou mail
12. Un service de coaching santé ou d'accompagnement personnalisé
13. Des services en cas d'immobilisation / d'hospitalisation
14. Des prestations et services de prise en charge de la dépendance
15. Un service d'assistance téléphonique
16. Une assistance voyage-déplacement
17. La protection juridique dès l'adhésion
18. Une aide juridique en cas de litige
19. Un espace adhérent sur Internet (suivi des remboursements, démarches à distance, etc.)
20. Un N° de téléphone dédié pour répondre à toutes les questions sur la gestion du contrat.
21. Des conseils gratuits auprès des pharmaciens partenaires
22. Une offre prévention sur des actes de dépistage prescrits par les médecins (dépistage de l'ostéoporose, dépistage du cancer du côlon, etc.)
23. Une offre prévention sur des soins et médicaments préventifs prescrits par les médecins et achetés en pharmacies (vaccins recommandés aux voyageurs, médicaments antigrippaux, vaccins contre le papillomavirus, Patch anti-tabac, etc.)
24. Une prise en charge des frais de déplacement à domicile du professionnel de santé
25. La proposition d'une assurance santé pour les animaux du foyer
26. La garantie d'un tarif stable sur au moins 2 ans
27. Des services internet permettant de faciliter la vie du contrat

## 23 éléments incitant les Français à changer de complémentaire santé

### Prix / promotions

1. Un montant de cotisations / primes moins élevé
2. Un meilleur niveau de remboursements / de forfaits
3. Des tarifs négociés auprès de professionnels de la santé
4. Des frais moindres à avancer chez les professionnels de la santé
5. Le parrainage d'un proche avec une prime à l'ouverture d'un contrat santé
6. Une offre promotionnelle à l'ouverture d'un nouveau contrat

### Prestations / services

7. De meilleures prestations santé (services assistance, coaching / services de prévention santé)
8. Des garanties complémentaires prévoyance (invalidité, décès, obsèques, dépendance, perte de revenus, etc.)
9. Une meilleure gestion de vos remboursements (informations, délais, fiabilité, suivi des remboursements, etc.)
10. Une gestion simplifiée du fonctionnement
11. Suite à une mauvaise expérience ou mécontentement lié au fonctionnement de mon contrat (erreurs, retards, etc.)
12. Ma couverture santé actuelle ne répond pas à mes besoins
13. La présence d'un réseau de partenaires

### Organisme (relation, présence physique)

14. La présence d'un réseau d'agences physique
15. Des agences proches de chez moi ou de mon lieu de travail
16. La bonne image de l'organisme de complémentaire santé
17. De meilleures relations avec l'organisme de complémentaire santé (agence, personnel, informations et échanges avec les adhérents/assurés, etc.)
18. Une recommandation de cet organisme par votre entourage (famille, amis, collègue, etc.)
19. Les «récompenses» de l'organisme : labels, prix, titres (meilleur site, meilleur service client, meilleur produit, etc.)
20. La possibilité de souscrire en ligne
21. Un élargissement des fonctionnalités et services clients, quel que soit l'outil de consultation (emails, téléphone, courrier, etc.)

### Autres

22. Une obligation de changement (nouvel emploi avec mutuelle obligatoire, etc.)
23. Suite à un événement familial (mariage, pacs, décès du conjoint, etc.)

## 28 points de contacts susceptibles d'avoir une influence sur les Français

### Recommandation

- La recommandation de votre entourage
24. Vos amis
  25. Votre famille
  26. Vos collègues de travail
  27. La recommandation de votre médecin
  28. La recommandation de votre pharmacien

### Conseiller

29. Les conseillers des organismes de mutuelle avec qui vous échangez avant de souscrire
30. Les télé-conseillers (téléphone)

### Internet

31. Le site Internet de l'organisme
32. Les sites comparateurs en ligne
33. La présence de l'organisme sur les moteurs de recherche

### Marketing direct

34. Les courriers (informations, promotions)
35. Les SMS
36. Les e-mails (informations, promotions)

### Médias

37. Un article sur cet organisme dans la presse générale / économique
38. La mention de l'organisme par une association de consommateurs
39. La présence de l'organisme sur les blogs / forums, réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.)

### Publicités

40. La publicité à la TV
41. La publicité sur Internet
42. La publicité à la Radio
43. La publicité au Cinéma
44. La publicité dans la Presse
45. Les panneaux d'affichage publicitaires
46. La publicité dans les réseaux de transports
47. La publicité dans les agences (affiches, écrans, présentoirs)
48. Les brochures/dépliants obtenus en agence / dans les locaux du conseiller

### Sponsoring / Mécénat

49. Le mécénat de l'organisme / fondation d'entreprise
50. Le sponsoring (culturel, sportif, etc.)

### Stands

51. Les stands de l'organisme (sur salons, lors de l'inscription étudiante, etc.)

## 11 motifs incitatifs à recourir à un nouvel organisme de complémentaire santé pour les Français

1. Son expertise reconnue sur le marché
2. Sa rigueur, solidité financière
3. Sa capacité d'innovation (services, garanties)
4. Sa gouvernance / ses valeurs (organisation et gestion de l'organisme : solidarité, transparence, etc.)
5. Sa réputation, sa bonne image globale
6. Son réseau étendu avec un très grand nombre d'agences
7. Sa présence développée sur Internet permettant un fonctionnement 100% en ligne
8. Sa gamme de prestations et services
9. La performance de ses prestations et services
10. Les tarifs avantageux proposés
11. La localisation de l'agence (proximité de mon domicile et/ou lieu de travail)

## 13 propositions sur les attitudes des Français vis-à-vis des complémentaires santé et contrats santé

1. Pour moi, la complémentaire santé idéale est proche de moi et de mes attentes
2. Je dois pouvoir demander conseil aux conseillers de ma complémentaire santé
3. Ma complémentaire santé doit disposer d'agences proches de chez moi
4. Je suis adhérent à ma complémentaire santé depuis des années, ils me connaissent bien
5. Les conseillers des complémentaires santé sont des vendeurs, ils sont prêts à me faire souscrire n'importe quel service ou option supplémentaire
6. J'aime quand ma complémentaire santé me propose des offres promotionnelles, je me laisse parfois tenter par la souscription de nouveaux produits
7. Je suis responsable de ma santé donc je suis très attentif aux garanties proposées
8. J'ai besoin d'être rassuré par ma complémentaire santé, d'avoir des informations précises sur mes garanties et ma prise en charge
9. Je suis sensible aux communications des complémentaires santé dans les médias (TV, Presse, Radio, Affichage, Internet, etc.)
10. J'ai souscrit une complémentaire santé par obligation, pas par choix
11. Je veux que ma complémentaire santé se mette à ma place, qu'elle personnalise son offre
12. Je suis prêt à payer plus cher ma complémentaire santé pour avoir des prestations de qualité
13. Pour moi, il est essentiel d'avoir des niveaux de prise en charge élevés par ma complémentaire santé

## Synthèse

4 pages

### 1. Photographie en 2015 de la couverture santé complémentaire et sur-complémentaire de tous les Français

#### 1.1. Couverture complémentaire selon les différentes catégories d'acteurs de l'offre

- 1.1.1. Part des Français couverts par une complémentaire santé
- 1.1.2. Répartition des Français selon leur type de couverture de complémentaire santé (26 types cités)
- 1.1.3. Taille salariale et secteur d'activité de l'entreprise qui propose la complémentaire
- 1.1.4. Type d'organisme (mutuelle, société d'assurance,...) gérant la couverture complémentaire
- 1.1.5. Nom de l'organisme gérant la couverture complémentaire et montant / prime versée pour la complémentaire santé
- 1.1.6. Nombre de personnes couvertes par la complémentaire santé
- 1.1.7. Part des Français dont la complémentaire santé est prise en charge par l'entreprise
- 1.1.8. Garanties présentes dans le contrat de complémentaire santé (15 garanties citées avec précisions sur les dépassements d'honoraires)
- 1.1.9. Garanties non présentes dans le contrat de complémentaire santé (15 garanties citées)
- 1.1.10. Garanties de la complémentaire santé utilisées au cours des 24 derniers mois (24 garanties citées)
- 1.1.11. Niveau de dépense et reste à charge après remboursements obligatoires et complémentaires pour chacune des 24 garanties utilisées

#### 1.2. Couverture complémentaire selon le statut de la population couverte

- 1.2.1. Couverture par une complémentaire santé selon le statut (13 statuts cités)
- 1.2.2. Couverture par une complémentaire santé selon le régime d'affiliation à la sécurité sociale (5 régimes d'affiliation cités)

#### 1.3. Couverture sur-complémentaire

- 1.2.1. Part des Français ayant souscrit une sur-complémentaire santé
- 1.2.2. Part des Français utilisant la mutuelle du conjoint comme sur-complémentaire santé
- 1.2.3. Part des Français utilisant une sur-complémentaire santé ou la mutuelle du conjoint comme sur-complémentaire santé avec répartition des 3 possibilités
- 1.2.4. Type d'organisme (mutuelle, société d'assurance,...) gérant la sur-complémentaire
- 1.2.5. Nom de l'organisme gérant la sur-complémentaire et montant / prime versée pour la sur-complémentaire santé
- 1.2.6. Nombre de personnes couvertes par la sur-complémentaire
- 1.2.7. Postes de dépenses pour lesquels est utilisé la sur-complémentaire (5 postes cités avec précision sur les dépassements d'honoraires)
- 1.2.8. Motifs de souscription d'une sur-complémentaire santé
- 1.2.9. Garanties de la sur-complémentaire santé utilisées au cours des 24 derniers mois (25 garanties citées)
- 1.2.10. Niveau de dépense (en €) et reste à charge après remboursements obligatoires et complémentaires pour chaque garantie utilisée (22 garanties citées)

## 2. Les attentes de tous les Français en matière de complémentaire santé et performance de l'offre actuelle



### 2.1. Hiérarchisation des (vraies) attentes du marché et leur positionnement par rapport aux 4 stratégies de base

- 2.1.1. Degré d'importance accordé à 14 garanties santé
- 2.1.2. Degré d'importance accordé à 14 garanties santé selon la possession d'une complémentaire santé
- 2.1.3. Hiérarchisation des 10 critères influençant la fidélité vis-à-vis de l'assureur
- 2.1.4. Hiérarchisation des 10 critères influençant la fidélité vis-à-vis de l'assureur selon la possession d'une complémentaire santé
- 2.1.5. Identification des éléments les plus contributeurs de la satisfaction globale (27 éléments : 17 garanties et 10 critères) - Approche Indicielle
- 2.1.6. Identification des (vraies) attentes du marché : matrice Importance déclarée & Importance calculée positionnant les 27 éléments (garanties et critères)

### 2.2. Révélation des musts et des gaps du marché

- 2.2.1. Niveau de satisfaction globale de la complémentaire santé
- 2.2.2. Satisfaction globale selon la complémentaire santé possédée (48 organismes scorés)
- 2.2.3. Satisfaction détaillée des garanties possédées (17 garanties citées)
- 2.2.4. Satisfaction détaillée des garanties possédées selon la complémentaire santé (17 garanties possédées x 48 organismes scorés) => 4 pages
- 2.2.5. Satisfaction détaillée des 10 critères influençant la fidélité vis-à-vis d'un assureur
- 2.2.6. Satisfaction détaillée des 10 critères influençant la fidélité vis-à-vis d'un assureur selon les 48 organismes => 6 pages
- 2.2.7. Identification des musts et des gaps du marché : matrice Importance déclarée & Satisfaction déclarée positionnant les 27 éléments (garanties et critères)

## 3. Connaissance de la nouvelle donne de marché et prospective dans ce nouveau contexte

### 3.1. Degré et nature de la connaissance de l'ANI

- 3.1.1. Notoriété de l'ANI et niveau de connaissance du dispositif de l'ANI
- 3.1.2. Notoriété de l'ANI et niveau de connaissance du dispositif de l'ANI selon la possession d'une complémentaire santé
- 3.1.3. Légitimité des entreprises à proposer une couverture de complémentaire santé et une sur-complémentaire
- 3.1.4. Légitimité des entreprises selon la possession d'une complémentaire santé
- 3.1.5. Connaissance par les salariés couverts de la modification de leur couverture santé dans le cadre de l'ANI
- 3.1.6. Connaissance par les salariés non couverts par la couverture de leur entreprise à compter du 1er janvier 2016
- 3.1.7. Connaissance par les salariés qui seront couverts des garanties présentes dans le futur contrat de complémentaire santé (15 garanties citées)
- 3.1.8. Connaissance par tous les salariés du niveau d'avancement de l'ANI dans l'entreprise et précisions sur l'accord (accord de branche,...)
- 3.1.9. Perception de la satisfaction vis-à-vis du niveau de couverture prévu au 1er janvier 2016 et perception de l'amélioration de la couverture santé grâce à l'ANI
- 3.1.10. Perception de la satisfaction vis-à-vis du niveau de couverture prévu au 1er janvier 2016 et perception de l'amélioration de la couverture santé grâce à l'ANI selon la possession d'une complémentaire santé



## 3.2. Evaluation du comportement des salariés suite à la mise en place de l'ANI dans leur entreprise

- 3.2.1. Connaissance par les salariés de l'obligation d'adhésion à la complémentaire santé d'entreprise
- 3.2.2. Part des salariés envisageant de souscrire au contrat collectif de l'entreprise vs complémentaire santé actuelle
- 3.2.3. Part des salariés envisageant de souscrire une sur-complémentaire en plus du contrat d'entreprise
- 3.2.4. Postes de dépenses sur lesquels les salariés envisagent une sur-complémentaire en plus du contrat d'entreprise

## 4. Les attentes des Français face à la nouvelle donne de la « complémentaire santé pour tous les salariés »

### 4.1. Motivations à recourir à une (nouvelle) complémentaire

- 4.1.1. Importance d'être couvert par une complémentaire santé au global et selon la possession d'une complémentaire santé
- 4.1.2. Importance de la couverture santé par rapport à 5 garanties
- 4.1.3. Importance accordée à la Couverture santé vs Prévoyance
- 4.1.4. Perception du rôle de la mutuelle à aider à rester en bonne santé
- 4.1.5. Importance du rôle de la mutuelle à aider à rester en bonne santé dans la prise en charge d'une pathologie
- 4.1.6. Eléments incitant à changer de complémentaire santé (23 éléments listés)

### 4.2. Recherche d'informations

- 4.2.1. Part des Français s'étant renseigné sur un (nouvel) organisme ou contrat de couverture santé au global et selon la possession d'une complémentaire santé
- 4.2.2. Moyens utilisés pour se renseigner sur un (nouvel) organisme ou contrat de couverture santé (10 moyens cités)
- 4.2.3. Types d'organismes consultés (6 types d'organismes cités)
- 4.2.4. Durée des recherches au global et selon la possession d'une couverture santé

### 4.3. Critères de choix

- 4.3.1. Garanties et services souhaités dans un futur contrat santé (27 garanties et services cités)
- 4.3.2. Motifs de souscription auprès d'un organisme (11 raisons citées)

### 4.4. Points de contacts influents dans le choix d'une complémentaire santé (26 points de contacts cités)

## 5. Profils et Typologie des Français

### 5.1. Profil sociodémographique des Français

- 5.1.1. Sexe et âge
- 5.1.2. Sexe et âge selon la couverture complémentaire
- 5.1.3. CSP
- 5.1.4. CSP selon la couverture complémentaire
- 5.1.5. Revenus mensuels
- 5.1.6. Revenus mensuels selon la couverture complémentaire
- 5.1.7. Composition du foyer
- 5.1.8. Composition du foyer selon la couverture complémentaire
- 5.1.9. UDA 5 résidence principale et lieu de travail
- 5.1.10. UDA 5 résidence principale et lieu de travail selon la couverture complémentaire
- 5.1.11. Type de commune

- 5.1.12. Type de commune selon la couverture complémentaire
- 5.1.13. Statut
- 5.1.14. Statut selon la couverture complémentaire
- 5.1.15. Régime d'affiliation à la sécurité sociale
- 5.1.16. Régime d'affiliation à la sécurité sociale selon la couverture complémentaire
- 5.1.17. Identification des Français bénéficiant de la CMU, CMU-C
- 5.1.18. Identification des Français bénéficiant de la CMU, CMU-C selon la couverture complémentaire

## **5.2. Profil santé des Français**

- 5.2.1. Etat de santé et vie sociale (3 propositions citées)
- 5.2.2. Etat de santé et vie sociale selon la couverture complémentaire
- 5.2.3. Pratique d'une activité physique
- 5.2.4. Pratique d'une activité physique selon la couverture complémentaire
- 5.2.5. Evaluation de vie saine (4 propositions citées)
- 5.2.6. Evaluation de vie saine selon la couverture complémentaire
- 5.2.7. Prise en charge régulière d'un proche ou d'un parent
- 5.2.8. Prise en charge régulière d'un proche ou d'un parent selon la couverture complémentaire
- 5.2.9. Adéquation de la couverture santé aux enfants adolescents
- 5.2.10. Adéquation de la couverture santé aux enfants adolescents selon la couverture complémentaire
- 5.2.11. Identification des enfants adolescents en surpoids
- 5.2.12. Identification des enfants adolescents en surpoids selon la couverture complémentaire
- 5.2.13. Pratique d'une activité physique des enfants adolescents
- 5.2.14. Pratique d'une activité physique des enfants adolescents selon la couverture complémentaire
- 5.2.15. Besoin de conseils (3 conseils cités) concernant les enfants adolescents
- 5.2.16. Besoin de conseils concernant les enfants adolescents selon la couverture complémentaire

## **5.3. Profil digital des Français**

- 5.3.1. Recherche d'informations santé sur Internet
- 5.3.2. Recherche d'informations santé sur Internet selon la couverture complémentaire
- 5.3.3. Sites Internet consultés et confiance (7 types de sites cités)
- 5.3.4. Sites Internet consultés et confiance selon la couverture complémentaire
- 5.3.5. Ouverture à recevoir des conseils de professionnels de la santé à distance (4 modes cités)
- 5.3.6. Ouverture à recevoir des conseils de professionnels de la santé à distance selon la couverture complémentaire

## 5.4. Typologie

- 5.4.1. Attitudes des Français (13 propositions citées)
- 5.4.2. Typologie des patients Français vis-à-vis des complémentaires et contrats santé : Matrice Attentes élevées & Contrat Famille positionnant les 4 grandes catégories d'acteurs : Les Personnalisés / Les Familles / Les Exigeants / Les désim-pliqués
- 5.4.3. Part des Français couverts par une complémentaire santé pour chacun des 4 groupes
- 5.4.4. Type de couverture complémentaire santé pour chacun des 4 groupes
- 5.4.5. Garanties présentes dans le contrat de complémentaire santé pour chacun des 4 groupes
- 5.4.6. Part des Français ayant souscrit une sur-complémentaire santé pour chacun des 4 groupes
- 5.4.7. Importance des garanties santé (14 garanties citées) pour chacun des 4 groupes
- 5.4.8. Critères influençant la fidélité vis-à-vis de l'assureur selon la possession d'une complémentaire santé pour chacun des 4 groupes
- 5.4.9. Satisfaction globale vis-à-vis de la complémentaire santé pour chacun des 4 groupes
- 5.4.10. Notoriété de l'ANI pour chacun des 4 groupes
- 5.4.11. Importance d'être couvert par une complémentaire santé pour chacun des 4 groupes
- 5.4.12. Prise de renseignement sur un (nouvel) organisme ou contrat de couverture santé pour chacun des 4 groupes
- 5.4.13. Garanties et services souhaités dans un futur contrat santé pour chacun des 4 groupes (27 garanties et services cités) => 2 pages
- 5.4.14. Motifs de souscription auprès d'un organisme pour chacun des 4 groupes (11 motifs cités)
- 5.4.15. Points de contacts influents dans le choix d'une complémentaire santé pour cha-cun des 4 groupes (26 points de contacts cités) => 2 pages
- 5.4.16. Sexe et âge des 4 groupes
- 5.4.17. CSP des 4 groupes
- 5.4.18. Revenus mensuels des 4 groupes
- 5.4.19. Composition du foyer des 4 groupes
- 5.4.20. UDA 5 résidence principale et lieu de travail des 4 groupes
- 5.4.21. Type de commune des 4 groupes
- 5.4.22. Statut des 4 groupes (12 statuts cités)
- 5.4.23. Régime d'affiliation à la sécurité sociale des 4 groupes (4 régimes cités)
- 5.4.24. Etat de santé et vie sociale des 4 groupes (3 propositions citées)
- 5.4.25. Pratique d'une activité physique des 4 groupes
- 5.4.26. Evaluation de vie saine des 4 groupes (4 propositions citées)
- 5.4.27. Attitudes des Français des 4 groupes (13 propositions citées)

# Livrables

## Un rapport synthétique, quantifié, prêt pour vos présentations

- Un rapport synthétique : l'information essentielle est hiérarchisée.
- Un rapport chiffré et précis : l'information est systématiquement quantifiée.
- Un rapport directement exploitable pour vos présentations : format Power Point).

## Accompagnement personnalisé :

Une fois les livrables restitués, nos équipes restent disponibles pour faire les traitements complémentaires et apporter toutes les précisions que vous estimeriez utiles (présentation orale en option).

**arcane** research

Expert en montage d'études multi-clients et études ad-hoc basées sur la réinterrogation de cibles.

## Notre offre multi-clients répond à 3 principes :

- Proposer des études avec des enjeux d'actualité
- Mutualiser les coûts (terrain partagé)
- Proposer une offre plus flexible, plus "ad hoc" et plus qualitative que les études en souscription traditionnelles

## La maîtrise du principe de l'enquête mutualisée depuis 1993 :

- Une équipe impliquée et compétente sur les domaines.
- Plus de 30 observatoires réalisés chaque année.
- Une relation durable et de confiance avec les acteurs les plus significatifs des marchés étudiés.

[www.arcane-research.com](http://www.arcane-research.com)

**Références :** 3M, ABBOTT, ABRIBLUE, ACADEMIE, AG2R, AHAVA, ALBON, ALES GROUPE, ALGOTHERM, ALLIANZ VIE, AO SOLA, APICIL, ASSURANCES DU CREDIT MUTUEL, ATOL, AXA, BANETTE, BAYER SANTE ANIMALE, BAYER SANTE FAMILIALE, BEAUFOR IPSEN, BEIERSDORF, BILLABONG, BIOCDEX, BIODERMA, BIORGA, BNP PARIBAS, BOEHRINGER INGELHEIM, BONCOLAC, BRISTOL MYERS-SQUIBB, BROTHIER, BSN MEDICAL, CAISSE D'EPARGNE, CARDINAL HEALTH, CENTRALE DES OPTICIENS, CEPHALON, CHARAL, CHARMANT France, COLGATE-PALMOLIVE, CLARINS, COLUMBIA EUROPE, CONFEDERATION NATIONALE DE LA BOULANGERIEPATISSERIE, CONTINENTAL, DECLEOR, DIAFARM-NPC, DUC, EA-PHARMA, ECOVER, ELLA BACHE, EPB, ESSILOR INTERNATIONAL, ESTHEDERM, EUGENE PERMA, EUROSIMA, EXACOMPTA, EXPANSION, FEDERATION DE L'EQUIPEMENT DE BUREAU (FEB), FEDERATION NATIONALE DE LA MUTUALITE FRANCAISE (FNMF), FEDERATION NATIONALE DE L'HABILLEMENT, FEU VERT, FINDUS, FORD, FRANCK PROVOST, GABA, GATINEAU, GALEC (GROUPE LECLERC), GEODIF, GEORGIA PACIFIC, GILLETTE France, GLAXO SMITHKLINE BEECHAM SANTE GRAND PUBLIC, GRANDS MOULINS DE PARIS, GROUPE APPRO, GUINOT, HAMELIN, HELLY HANSEN, HENKEL, HOYA LENS, INNEOV, INNOTHERA, INTERVET, JEAN MARTIN, KRYS, L'AMY GROUP, L'OCCITANE, L'OREAL PROFESSIONNEL, L'OREAL COSMETIQUE ACTIVE INTERNATIONAL (VICHY), LAFUMA, LDC, LES LUNETIERS DU JURA, LES SERRES D'ANJOU (GROUPEMENT DES MOUSQUETAIRES), LE TANNEUR ET CIE, LEVER-FABERGE, LONGCHAMP, MAAF, MALAKOFF MEDERIC, MARIA GALLAND, MATINES, MATIS, MAYOLY SPINDLER, MEDA PHARMA, MEDICA, MENARINI, MMA, MERCK LIPHA SANTE, MERIAL, MILLET, MONOPRIX, MUTOPTIC, NESTLE PROTEIKA, NIKE ACG, NORAUTO, NOVARTIS, OBSERVATOIRE ECONOMIQUE DE L'HORTICULTURE, ODLO, OMEGA PHARMA, O'NEILL EUROPE, OPTIC 2000, ORANGINA, OXBOW, PATAGONIA EUROPE, PAUL HARTMANN, PEPSICO, PFIZER, PICOT, PIERRE FABRE DERMATO-COSMETIQUE, PIERRE FABRE MEDICAMENT, PIERRE FABRE ORAL CARE, POLIVE, PROCTER & GAMBLE FRANCE, PSA, QUIKSILVER EUROPE, REUNICA, REVLON PROFESSIONAL, RIP CURL EUROPE, ROGE CAVAILLES, ROSSIGNOL, ROTTAPHARM, SACLA, SAFILO France, SALOMON, SANOFI-AVENTIS, SANTECLAIR, SARBEQ, SCA, SEVRE LOIRE HABITAT, SODIALAL-CANDIA, SODILAC, SOGECAP, SOLECO FLORETTE, SOLINEST, SOTHYS, SSL HEALTHCARE, STABLO, STANHOME, STERILOR, STIEFEL, STOEFFLER, SVR, SWISS LIFE, SYSTEME U, TEVA CLASSICS, TEXIER, THALGO, UMBRO, UNITED BISCUITS, URGO, VANIA, VENDOME, VFC CORPORATION, VOLKSWAGEN, WELEDA, WELLA France, WINTHROP MEDICAMENTS, YVES ROCHER,...

# Vos contacts

mx



## Hervé GUINGANT

Votre contact commercial

[herve.guingant@arcane-research.com](mailto:herve.guingant@arcane-research.com)

Direct : 02.41.60.37.68



## Coline LE BIHAN

Votre contact pour l'étude

[coline.lebihan@arcane-research.com](mailto:coline.lebihan@arcane-research.com)

Direct : 02.41.20.08.76



Cette étude a été menée sous la supervision et avec le soutien technique de **Marie-Sophie Houis-Valletoux**, associée fondatrice de MX-Conseil, experte dans le domaine des assurances de personnes et de la Santé. Marie-Sophie dispose d'une double expérience opérationnelle et Conseil.

Après avoir débuté comme consultante chez Coopers & Lybrand, elle a pris des postes de direction chez Europ Assistance et Ionis (Humanis) pour enfin prendre la direction Santé Prévoyance de la MAAF (groupe COVEA). Comme fondatrice de MX-Conseil depuis 2012, outre ses prises de parole régulières dans la profession, Marie-Sophie accompagne les plus grands acteurs de la protection sociale complémentaire dans le redéploiement de leur stratégie, la conception de leur proposition de valeur et la mise en oeuvre de leur projet d'évolution.



## Contact :

Hervé GUINGANT - tél direct : 02.41.60.37.68 - [herve.guingant@arcane-research.com](mailto:herve.guingant@arcane-research.com)  
26, boulevard du Maréchal Foch - 49100 Angers (ville laboratoire pour les marchés tests)  
Tél : 02.41.33.12.49 - Fax : 02.41.60.57.86 - [contact@arcane-research.com](mailto:contact@arcane-research.com)

ar

## Couverture et attentes de tous les Français et potentiel des offres complémentaires et sur-complémentaires



### Bon de commande

#### A retourner

Scanné par mail ou par fax au 02 41 60 57 86

- Je commande les résultats de l'étude «**Complémentaire Santé 2015 : Couverture et attentes de tous les Français et potentiel des offres complémentaires et sur-complémentaires**» *Juillet 2015* au tarif de 7.500€ HT (TVA 20%), y/c présentation orale (frais de déplacement inclus).

Cachet et signature obligatoires

Je règle à l'ordre d'ARCANE Research  
à la livraison (*facture jointe à la livraison*)

Fait à : ..... Le : .....

#### Coordonnées de livraison des livrables (papier, numérique)

Société- Organisme : .....  
Nom, Prénom : ..... Fonction : .....  
Adresse : .....  
Code postal : ..... Ville : .....  
Téléphone : ..... Fax : .....  
E-mail : .....

#### Coordonnées de facturation (si différente des coordonnées de livraison)

N° de commande (éventuellement) : .....  
Société- Organisme : .....  
Nom, Prénom : ..... Fonction : .....  
Adresse : .....  
Code postal : ..... Ville : .....  
Téléphone : ..... Fax : .....  
E-mail : .....