



Habitat et usages digitaux : des comportements dynamisés par la pandémie

Pour comprendre les dernières évolutions en matière d'habitat et de travail à distance, Allianz Partners a interrogé plus de 2 500 consommateurs en France en février 2022.



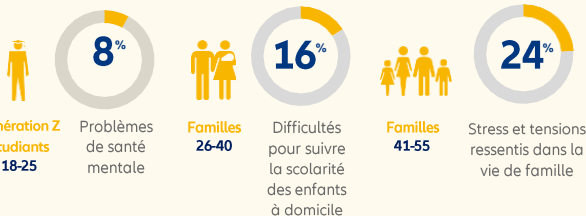
TENDANCE #1

La maison polyvalente

Pendant le confinement, l'habitat est devenu le principal, voir le seul lieu, pour les diverses activités quotidiennes : travail, apprentissage, shopping, sport, restauration, repos, garde d'enfants, socialisation, créativité, lecture, culture et plus encore.



Pour toutes les générations, le manque d'activité physique et d'exercice a été difficile mais pas que...



La majorité des répondants ont néanmoins **renouvelé leur logement pendant la pandémie** : création d'un espace fitness, d'un espace détente, d'un espace bureau...

La Génération Z adopte l'autonomie du travail à distance et son style de vie



Les solutions d'assurance habitation devront répondre aux besoins de cette maison polyvalente. Avec des consommateurs qui repensent leur habitat pour accueillir de nouvelles formes d'activités (par exemple, la salle de sport à domicile), le travail à distance est susceptible de conserver son attrait et nécessitera une assurance adéquate.

TENDANCE #2

Accroissement des activités en ligne

La pandémie a accéléré l'adoption d'une vie à distance. Un nombre croissant de commerçants essaieront d'atteindre un public en ligne en vendant des produits qui ne peuvent être achetés ou utilisés que dans des espaces virtuels comme les jeux, les réseaux sociaux et dans le métaverse.

De plus en plus de consommateurs déclarent désormais utiliser fréquemment les services bancaires en ligne.



Protection des achats en ligne



→ Il est intéressant de noter que si les groupes d'âge les plus jeunes se tournent vers les canaux virtuels, ce sont les familles et les personnes âgées actives qui manifestent le plus d'intérêt pour la protection des achats et des opérations bancaires en ligne. Il est clair que les parents sont plus préoccupés par la protection des paiements en ligne de leurs enfants.

De plus en plus d'activités quotidiennes migrent vers le numérique. La cybercriminalité est un problème qui prend rapidement de l'ampleur.

Se sentent vulnérables à la cybercriminalité : vol d'identité, utilisation abusive de données personnelles, verrouillage de l'ordinateur.

Protection de l'identité



TENDANCE #3

Maison intelligente - Vie écologique et saine

Avec le développement rapide de l'IoT, et une tendance croissante au confort et à la tranquillité d'esprit, les consommateurs auront davantage de contrôle sur leur maison et leur vie grâce aux appareils connectés.



→ Le développement durable est un aspect qui peut être renforcé avec l'IoT. Eviter le gaspillage d'énergie, surveiller la consommation de divers appareils peut aider à rendre les maisons plus efficaces.



TENDANCE #4

Faciliter le quotidien

Les consommateurs veulent un maximum de résultats en un minimum de temps et d'efforts, ce qui signifie qu'ils sont prêts à payer pour un service rapide. L'inefficacité et les retards sont considérés comme des nuisances.

Les consommateurs attendent des services transparents, à la demande et des interactions sans friction, en particulier dans le domaine de l'assurance, où la couverture est souvent une nécessité plutôt qu'un luxe.

