



Communiqué de presse

Paris, le 1^{er} mars 2016

Baromètre 2016 de l'Observatoire des femmes et de l'assurance Présentation de l'étude « Les femmes et la prise de risques »

Generali, Terrafemina et CSA ont présenté ce jour les résultats du baromètre 2016 de l'Observatoire des femmes et de l'assurance.

L'Observatoire des femmes et de l'assurance est une initiative lancée en 2011 par **Generali** et **Terrafemina**, destinée à mieux cerner les attentes, inquiétudes et perceptions de l'avenir des femmes d'aujourd'hui.

Le baromètre réalisé avec **CSA** remet en perspective les différences de sensibilité des hommes et des femmes par rapport aux grands thèmes du parcours de vie (carrière, moral, santé, famille, avenir,...).

Dans le prolongement de cet observatoire, Generali France promeut la mixité et l'égalité des chances en étant partenaire d'initiatives telles que :

- les Trophées de l'Entrepreneuriat au féminin,
- la campagne « HeForShe » lancée par ONU Femmes,
- l'Equal Pay Day® 2016 organisé par BPW Paris le 29 mars prochain.

Une plus grande réticence des femmes face à la prise de risques

Le baromètre 2016 montre une moindre appétence des femmes pour la prise de risques. Elles vivent fréquemment le risque comme quelque chose d'angoissant, anormal. Ainsi, 15% d'entre elles déclarent avoir une aversion à la prise de risque (versus 6% des hommes).

- **33% des femmes déclarent aimer prendre des risques (versus 40% des hommes).**
- **La prise de risque est synonyme d'angoisse pour 80% des femmes (contre 71% des hommes).**
- **48% des femmes considèrent la prise de risque normale contre 56% des hommes.**
- **60% des femmes déclarent avoir confiance en elles (contre 83% des hommes).**

Par ailleurs, leurs motivations pour prendre des risques – ou ne pas en prendre - sont différentes de celles des hommes. **L'appât du gain est généralement un facteur moins important chez elles** (36% versus 46% des hommes interrogés). Elles sont davantage influencées par la recherche de **bien-être** (27% contre 21% pour les hommes) ou encore la **peur de l'échec** (28% contre 22% pour les hommes)

Cette frilosité face au risque s'explique en partie par **une vision plus pessimiste de la société et de l'économie...** ainsi qu'**une focalisation sur des risques différents de ceux qui inquiètent les hommes.**

- **28% des femmes considèrent l'environnement économique et social favorable (contre 34% des hommes).**
- **Les femmes sont davantage préoccupées par les risques liés à Internet que les hommes (79% versus 69%) et à l'allongement de la durée de vie des parents (55% versus 43%). 55% d'entre elle déclarent être fortement préoccupées par la perte d'autonomie (versus 42% des hommes). Il en est de même en ce qui concerne les risques de terrorisme, d'émeute ou de guerre (51% versus 42%).**

La frilosité face aux risques, un frein ?

Les femmes sont plus sensibles que les hommes aux risques associés à l'aventure entrepreneuriale. Quand elles s'imaginent créer ou reprendre une entreprise, elles sont moins attirées que les hommes par l'indépendance ou la liberté que l'entrepreneuriat est sensé représenter.

- **Parmi les raisons qui pourraient justifier une création ou une reprise d'entreprise, seules 54% des femmes mettent en avant l'indépendance par rapport au salariat (contre 72% des hommes). De même, seules 47% des femmes considèrent qu'une création d'entreprise leur apporterait davantage de liberté dans la gestion de leur temps ou de leur lieu de travail (contre 59% des hommes).**

Par ailleurs, elles ont une vision moins positive que les hommes de la prise de risques dans une carrière professionnelle :

- **54% considèrent que prendre des risques est « bien vu » contre 63% des hommes ; 30% des femmes acceptent de prendre des risques dans le milieu professionnel contre 37% des hommes.**

Elles sont aussi plus nombreuses à considérer que constitue une prise de risques des situations de changement ou de réinvention professionnelle.

- **Elles sont ainsi nombreuses à considérer comme étant une prise de risques le fait de demander :**
 - **un changement de poste (78% contre 73% pour les hommes),**
 - **davantage de responsabilités (77% contre 71% pour les hommes),**
 - **un congé parental (56% contre 50%),**
 - **un entretien pour faire le point à leur manager (55% contre 47%).**

Ces réticences peuvent constituer des freins en cas de difficultés économiques puisque les femmes sont significativement moins nombreuses que les hommes à envisager la création d'une entreprise en cas de chômage (26% versus 39%). Bien plus que les hommes, elles mettent en avant un manque de compétences nécessaires (29% contre 22%) ou l'absence du courage de se lancer (21% contre 13%).

Un rapport et des besoins différents face aux risques

Plus largement, les femmes ont un rapport fondamentalement différent que les hommes à certains risques ce qui nécessite, de la part des organisations et, particulièrement des assureurs, une meilleure prise en compte de leurs besoins.

Ainsi, elles sont plus nombreuses que les hommes à accepter de prendre des risques dans **le domaine familial** (24% contre 14%) et dans **leur couple** (19% contre 13%). A l'opposé, elles sont plus réticentes à prendre des risques dans **le domaine financier** (8% contre 13% chez les hommes) et **les loisirs** (32% contre 49%).

Les femmes présentent un besoin latent d'accompagnement plus important que les hommes.

- **Alors qu'elles ont le sentiment d'être plus prudentes et réfléchies que les hommes, 67% des femmes déclarent prendre des risques « de façon raisonnée, en prenant le temps » contre 75% des hommes.**

Des différences marquées au sein des CSP+

Face aux risques professionnels (changement de poste, responsabilités, etc.), hommes et femmes CSP+ présentent des profils assez similaires.

Pour autant, les écarts de perceptions et d'attitudes face aux autres risques restent marqués entre femmes et hommes appartenant tous deux à la catégorie « CSP+ ».

Ainsi,

- **les hommes CSP+ aiment davantage prendre des risques (53%) que les femmes CSP+ (46%) et l'ensemble des hommes (40%),**
- **les hommes CSP+ imaginent davantage créer une entreprise (52%) que les femmes CSP+ (28%) et l'ensemble des hommes (27%),**
- **les hommes CSP+ ont davantage confiance en l'avenir (74%) que les femmes CSP+ (70%) et l'ensemble des hommes (58%).**

Par ailleurs, des écarts significatifs se retrouvent entre les femmes CSP+ et les autres femmes, renvoyant à des perceptions et attitudes face aux risques très proches de l'ensemble des hommes.

- **Ainsi, les femmes CSP+ sont plus enclines à la prise de risques que l'ensemble des femmes interrogées (46% vs 33%).**
- **Elles acceptent de prendre davantage de risques dans le domaine des loisirs (43% vs 32%), les causes publiques (34% vs 18%), le domaine financier (14% vs 8%) et la création éventuelle d'une entreprise (28% vs 19%).**
- **Ayant davantage confiance en elles (73% vs 60%) et en l'avenir (70% vs 54%), elles jugent l'environnement éco et social favorable à la prise de risques (43% vs 28%).**

GENERALI FRANCE, une entreprise engagée pour la mixité

Generali France compte 3 femmes au sein de son Comité Exécutif, et 20 % de femmes au sein de son Conseil d'Administration. Par ailleurs, les femmes représentent 36 % des cadres de direction de la Compagnie.

GENERALI FRANCE, partenaire privilégié de l'Equal Pay Day®

BPW PARIS, association féminine laïque, apolitique et non corporatiste, a choisi **GENERALI** pour mettre en avant la reconnaissance de l'égalité professionnelle entre hommes et femmes. Organisée pour la 8^e année consécutive en France en 2016 par l'association BPW FRANCE, l'Equal Pay Day® est la journée de l'égalité salariale entre les femmes et les hommes.

Un sujet qui reste toujours d'actualité puisque **les femmes gagnent en moyenne 24% de moins que les hommes. Elles doivent donc travailler 60 jours supplémentaires** – soit cette année jusqu'au 29 mars 2016 -

pour accéder au même salaire qu'un homme qui a travaillé jusqu'au 31 décembre 2015 (base de calcul sur 252 jours ouvrés en 2015).

A PROPOS DE GENERALI FRANCE

Generali France est aujourd'hui l'un des principaux assureurs dans l'Hexagone. Le chiffre d'affaires de la compagnie, dont l'implantation en France remonte à 1832, atteint 12,3 milliards d'euros en 2014. Generali France s'appuie sur plus de 10 000 collaborateurs et agents généraux pour offrir des solutions d'assurances à 7 millions de clients, particuliers ou bénéficiaires de garanties dans le cadre de leur activité, ainsi que 800 000 entreprises et professionnels.

Suivez-nous sur @generalifrance

A PROPOS DE TERRAFEMINA - www.terrafemina.com

Créé en 2008 par Véronique Morali, Terrafemina.com appartient au 1er groupe média sur le divertissement online, Webedia, avec 27 millions de visiteurs uniques. Terrafemina est le media online des femmes actives avec 1,9M nombre de visiteurs uniques MNR (Internet global Aout 2015). Inspirant, il sélectionne pour ses lectrices toutes les tendances et influences du moment. Motivant, il sait leur donner l'impulsion pour déchiffrer et se projeter dans le monde d'aujourd'hui. Divertissant, il sait leur apporter une véritable bulle d'énergie positive pour les aider à réconcilier ambitions professionnelles et privées.

A PROPOS DE CSA

CSA, Consumer Science & Analytics c'est la synergie de CSA Research, institut de référence des études marketing et d'opinion depuis 40 ans et CSA Data Consulting dédié à l'analyse et l'activation de la data au bénéfice des stratégies media-marketing. CSA apporte aux entreprises et institutions qu'il accompagne une compréhension fine des comportements des consommateurs pour appréhender leurs besoins et aspirations, analyser leurs environnements, anticiper leurs évolutions et identifier les leviers d'engagement au profit d'une prise de décision éclairée.

Suivez-nous sur Twitter : @InstitutCSA

Contacts presse :

Generali

Lionel Capel

Lionel.capel@vae-solis.com

06 09 06 29 84