

Allianz Partners France

Communiqué de presse

Les cybermenaces sont désormais aussi préoccupantes que les cambriolages, selon une enquête d'Allianz Partners

Paris, le 21 octobre 2024

Près de 40 % des Européens et des Australiens se disent autant préoccupés par la cybersécurité que par les cambriolages. C'est ce qui ressort de la récente étude du Customer Lab d'Allianz Partners, une enquête exclusive sur les comportements et les besoins des consommateurs dans les domaines de l'habitat, de la mobilité, de la santé et des voyages. En 2024, 10 000 consommateurs ont été interrogés en France, en Italie, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Australie.

Les résultats révèlent que les jeunes adultes avec enfants sont les plus concernés par ces questions. Près de la moitié des familles interrogées sont particulièrement soucieuses de ces deux types de menace, leur niveau d'inquiétude dépassant la moyenne de 10 points de pourcentage. Cela met en lumière le besoin croissant de solutions de sécurité intégrées permettant d'offrir une protection complète aux familles pour faire face aux menaces physiques et numériques.

L'enquête révèle également que le domicile reste un espace central dans la vie quotidienne. En effet, 83 % des personnes interrogées apprécient de se sentir en sécurité chez elles, contre 78 % lors de l'enquête 2022. Ce sentiment est particulièrement fort chez les personnes âgées de 66 ans et plus, avec 87,4 % qui accordent la priorité à la sécurité à la maison, alors que seulement 68,9 % des jeunes (répondants de la génération Z) partagent cette préoccupation. Sur le plan géographique, 89,7 % des répondants au Royaume-Uni accordent de l'importance à la sécurité domestique, contre 77,6 % en France.

Genoveva Perez-Lijo, Responsable Easy Living & Mobile Device & Digital Risk chez Allianz Partners, commente l'enquête : « Dans une ère numérique qui se transforme rapidement, il est intéressant de noter que les préoccupations en matière de sécurité domestique se déplacent des menaces traditionnelles, comme les cambriolages, vers les cybermenaces. Le Baromètre des risques 2024 d'Allianz a récemment révélé que les cybers incidents ont été identifiés comme le premier risque mondial pour les entreprises pour la



Allianz Partners France

troisième année consécutive. Les données du Customer Lab d'Allianz Partners font écho à ces préoccupations, soulignant que les cybermenaces sont de plus en plus reconnues comme un risque important pour les entreprises et les particuliers à l'échelle mondiale et qu'il est nécessaire de renforcer les mesures de sécurité dans les domaines physiques et numériques. »

L'étude nous apprend également que :

- les préoccupations liées à la cyberintimidation sont plus élevées chez les familles Millennials* (45,6 %) que chez les familles GenX** (34,4 %)
- les femmes (43,2 %) se sentent plus vulnérables aux cybercrimes tels que le vol d'identité et l'utilisation abusive de données que les hommes (36,4 %)
- pour les familles Millennials (42 %) et GenX (41,1%), avoir une maison surveillée et contrôlée par des appareils intelligents est une priorité. En revanche, cela est moins important pour ceux qui n'ont pas d'enfants, puisque seuls 29,4 % des Millennials sans enfant*** et 18,7 % des GenX sans enfant**** partagent ce point de vue.

Genoveva Perez-Lijo ajoute : « *Allianz Partners propose des solutions globales contre les risques digitaux qui permettent à nos clients de se sentir en sécurité dans tous les aspects de leur vie. Nos solutions sont conçues pour répondre à ces préoccupations émergentes, en offrant une protection solide contre les cybermenaces. Alors que les frontières entre les mondes physique et numérique s'estompent, exposant les individus à de nouveaux risques, le secteur de l'assurance doit être capable de s'adapter pour contrer les cybermenaces afin d'apporter la tranquillité d'esprit aux consommateurs. Grâce à notre partenariat avec des fournisseurs de cyber technologies de pointe, nous pouvons fournir des conseils et une assistance personnalisée, tout en surveillant et en évaluant en permanence les cyber risques, le tout grâce à une solution digitale complète et simple d'accès pour nos clients ».*

*La famille Millennials désigne les personnes interrogées âgées de 26 à 40 ans et ayant des enfants.

**La famille GenX désigne les personnes interrogées âgées de 41 à 56 ans et ayant des enfants.

***Les Millennials sans enfants se réfèrent aux personnes interrogées âgées de 26 à 40 ans sans enfant.

****La génération GenX sans enfant désigne les personnes interrogées âgées de 41 à 56 ans sans enfant.

Le Customer Lab d'Allianz Partners est une base de données quantitative exclusive d'informations sur les consommateurs. Les données ci-dessus ont été collectées entre le 18 avril et le 17 mai 2024 dans le cadre d'une enquête menée auprès de 10 000 consommateurs en France, en Italie, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Australie.

Contact presse :

Omnicom PR Group pour Allianz Partners France : fr.allianzpartners@omnicomprgroup.com

Lili Gosnet : +33 (0)6 77 79 18 89

Victor Morelle : +33 (0)6 18 83 59 55

Allianz Partners France

A propos d'Allianz Partners :

24h/24 et 365 jours par an, les équipes d'Allianz Partners interviennent partout dans le monde pour apporter à leurs clients entreprises et particuliers, des solutions d'assistance dans les domaines de l'automobile, du voyage, des loisirs, de la mobilité, de l'habitat, de l'emploi, de la santé et des services aux personnes. Allianz Partners est l'un des leaders mondiaux B2B2C, dans les domaines de l'assistance, de l'assurance voyage, de la santé à l'international et de l'assurance automobile. Présents dans 70 pays, nos 22 600 collaborateurs parlent 70 langues, traitent plus de 72,9 millions de dossiers chaque année et s'engagent à aller plus loin pour offrir la tranquillité d'esprit à nos clients du monde entier.

Pour plus d'information : www.allianz-partners.fr

Réseaux sociaux :



Suivez-nous sur X [@AllianzPartnersFrance](https://twitter.com/AllianzPartnersFrance)



Suivez-nous sur LinkedIn [Allianz Partners France](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners-france)