

Live your moments.

celside
Insurance



Baromètre de la Vie Numérique* : usage des Millennials

Les Millennials se font voler ou ont perdu leur smartphone deux fois plus que la moyenne nationale (1 Français sur 5)

63 % des Millennials utilisent leur smartphone plus de 2 heures par jour

71 % changent de smartphone même si leur ancien fonctionne encore (57 % en moyenne en France)

Paris, le 20 juillet 2020 - Celside Insurance, spécialiste de l'assurance du monde connecté (smartphones, multimédia, objets connectés) dévoile un nouvel épisode de la Vie Numérique des Français. En partenariat avec l'institut Harris Interactive, Celside Insurance s'est intéressé aux Millennials (les 18-35 ans) et leur rapport avec le numérique. A quel point sont-ils sur-équipés ? Quels sont leurs usages des appareils multimédias ? Prennent-ils soin de leur smartphone autant que leurs aînés ?...

LES MILLENNIALS : UNE GÉNÉRATION SUR-ÉQUIPÉE ET ACCRO AUX APPAREILS MULTIMÉDIAS

Le 21^e siècle est celui du tout numérique. Quoi de plus logique que les jeunes générations soient les plus connectées. Le premier constat est en effet peu surprenant : les Millennials sont sur-équipés. 99 % d'entre eux possèdent un ordinateur, 97 % possèdent un smartphone et 95 % une télé... Autant dire que «tous» les Millennials ont au moins un appareil multimédia chez eux.

Pour ce qui est des usages, les ordinateurs et smartphones sont massivement utilisés. 64 % des Millennials utilisent leur ordinateur minimum 2h par jour, se situant légèrement au-dessus de la moyenne nationale (61 %). Pour le smartphone, c'est le grand écart, puisque les Millennials sont 63 % à l'utiliser plus de 2h par jour, contre 31 % en moyenne chez les Français. Ils sont même 30 % à l'utiliser au moins 4h et 13 % plus de 6h par jour.

De son côté, la télévision n'est pas en reste mais se trouve être l'appareil multimédia le moins plébiscité par les Millennials : en effet, ils sont 56 % à y passer au moins 2h par jour contre 69 % en moyenne en France. Cette tendance est davantage marquée chez les plus jeunes : 25 % des 18-24 ans passent moins d'1h par jour devant la télévision, là où ils ne sont que 13 % chez les 24-35 ans.

LE SMARTPHONE, UN OBJET DU QUOTIDIEN INCONTOURNABLE POUR LES MILLENNIALS

Alors que les plus de 35 ans utilisent majoritairement leur smartphone pour des usages classiques (appels, sms, recherches sur internet, travail), les Millennials s'en servent massivement pour des usages de loisir :

- 48 % l'utilisent au moins 1 fois par jour pour écouter de la musique
- 38 % pour consulter leur compte bancaire
- 37 % pour regarder des films/séries
- 35 % pour prendre des photos/vidéos
- 19 % pour faire leurs courses ou du shopping
- 17 % pour faire de nouvelles rencontres
- 16 % pour vendre des biens personnels

Le smartphone est un vrai compagnon de vie pour les Millennials, si bien qu'ils sont prêts à y mettre le prix. 49 % des Millennials pourraient dépenser de 200 à 500 euros pour leur smartphone (contre 43 % en moyenne nationale). Ils sont même 23 % à se dire prêts à dépenser plus de 500 euros (contre 18 % sur l'ensemble des Français).

UNE GÉNÉRATION « TÊTE-EN-L'AIR » ET QUI REMPLACE VITE...

Les jeunes générations sont très attachées à leur smartphone. D'ailleurs, pour 49 % des Millennials c'est l'objet qu'ils aimeraient le moins perdre (contre 30 % en moyenne chez les Français). Malgré cela, Celside Insurance observe qu'ils sont loin d'être les meilleurs élèves pour ce qui est de prendre soin de leurs smartphones.

En effet, 35 % des Millennials ont déjà perdu leur smartphone, soit deux fois plus que la moyenne nationale (17 %) ! Même constat en ce qui concerne les vols. D'ailleurs, en cas de vol ou de perte, ils sont plus de 7 sur 10 à avouer qu'ils n'attendraient pas plus de quelques jours pour en racheter un nouveau.

Les Millennials sont très prompts à remplacer leurs appareils, en effet, 65 % ont déjà changé leur smartphone alors que leur ancien téléphone fonctionnait toujours. 43 % disent en acheter un nouveau quand leur ancien téléphone commence à montrer des signes de fatigue (ralentissement, écran cassé, mises à jour difficiles...) mais fonctionne encore et 28 % disent changer de smartphone pour avoir un nouveau modèle, peu importe l'état ou l'âge de leur appareil actuel, même si leur ancien fonctionne encore, là où la moyenne des sondés est seulement de 15 % (et de 4 % chez les plus de 50 ans).

... MAIS PRÊTE À FAIRE DES EFFORTS EN FAVEUR D'UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

Le reconditionné s'est plus que jamais installé dans le quotidien des Français. Avec plus de 2,1 millions de smartphones reconditionnés vendus en 2018 (source GFK), en hausse de 7 % par rapport à l'année précédente, le marché de la seconde vie mobile a de beaux jours devant lui. Mais qui sont les acquéreurs ? Plus enclins à concilier achat de nouvelles technologies et consommation responsable : 68 % des Millennials seraient prêts à acheter un portable reconditionné (30 % l'ont déjà fait, contre 20 % des Français en général), 60 % une tablette reconditionnée et 59 % un PC reconditionné (20 % l'ont déjà fait). Leur raison ? Accéder à la technologie/modèle haut de gamme à prix doux et contribuer à l'économie circulaire, bien plus que leurs aînés davantage attirés par le neuf.



« Le Baromètre Celside nous permet de suivre avec attention les évolutions des usages des consommateurs. En tant qu'expert en assurance pour les objets multimédias, nous avons à cœur de proposer des solutions adaptées aux besoins de chacun. Dans un monde où tout va toujours plus vite et où les habitudes des usagers ne cessent d'évoluer, les Millennials représentent une génération clé. Sur-équipés, connectés à toute heure, mais parfois aussi peu précautionneux, les Millennials, consommateurs d'aujourd'hui et de demain, nous ont plus-que-jamais intéressé pour ce nouvel épisode de la Vie Numérique des Français. », explique **Sadri Fegaier, PDG de Celside Insurance**.



« Les Millennials représentent indéniablement une génération hyper-connectée et sur-équipée. Ils sont 97 % à posséder un smartphone et 63 % à l'utiliser plus de deux heures par jour. Cette génération est également celle qui renouvelle beaucoup ses objets multimédias, avec 28 % qui changent de smartphone même s'il fonctionne encore, là où la moyenne nationale s'élève seulement à 15 %. C'est aussi une génération deux fois plus exposée aux vols et à la perte de leurs smartphones.» ajoute **Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Politique & Opinion d'Harris Interactive**.

* Etude online menée par Harris Interactive pour Celside Insurance du 3 au 7 février 2020 auprès d'un échantillon de 1 002 personnes représentatifs de la population française.

A propos de Celside Insurance :

Lancée en France en 2020, « Celside Insurance » assure toutes les expériences du monde connecté. La marque imagine les solutions les plus innovantes et les plus fiables pour assurer les appareils multimédias : smartphones, tablettes, ordinateurs, drones, consoles de jeux, objets connectés, électroménager... Partout et en toutes circonstances, la marque se distingue par des couvertures d'assurance multirisques (casse, oxydation, vol et perte) et personnalisables, une proximité & un savoir-faire local, un service client agile et une expertise technique dans la réparation et le recyclage d'appareils multimédias. Déjà présente en France, en Espagne et au Portugal, la marque sera déployée dans les prochains mois en Italie, en Belgique, en Allemagne et en Suisse. Celside Insurance intensifie ainsi son rayonnement paneuropéen et proposera désormais aux Européens des solutions d'assurance sous l'égide d'une marque unique et internationale. S'appuyant sur des équipes fidèles motivées et expertes, la marque gère aujourd'hui 7 millions de clients et 2500 partenaires à travers l'Europe. Elle prévoit de réaliser 1 Md€ de volumes d'affaires en 2020.

Celside Insurance en quelques chiffres :

7
millions
d'assurés en Europe



une équipe

2000

collaborateurs

en Europe



VA 2019

740 M€

VA prévu en 2020

1 Md€.

2 400%

de croissance en Europe

2 500

partenaires en Europe

1000

Recrutements prévus en 2020

1 Centre de réparation
et de recyclage d'appareils
électroniques intégré



celside.com

Contacts presse

Agence Wellcom

Mélanie Decomps, Milène Cormier & Bastien Depond

+33 (0)1 46 34 60 60 - celside@wellcom.fr