



ECONOMIE

Palmarès

Le match des assurances

Automobile, habitation : les prix augmentent. Internet a révolutionné la recherche du meilleur tarif pour les assurés



Rodolphe Escher pour le JDD

**Nicolas Prissette
et Benoist Simmat**

SI C'ÉTAIT le bon moment pour faire jouer la concurrence ? A l'approche du 1^{er} avril, date de tacite reconduction pour de nombreux contrats chez les mutuelles, la question se pose. Les compagnies annoncent une remontée des tarifs. Pour l'automobile, les primes d'assurance-dommages vont augmenter pour la première fois depuis cinq ans : + 3 % pour la Macif, + 2 % pour la Matmut, + 1 % pour MMA ou Groupama, etc. D'autres restent stables, comme à la Maaf, la Maif, ou la GME.

En cause, un moindre recul de la sinistralité sur la route en 2009. Les accidents augmentent de nouveau. Certains assureurs accusent le gouvernement d'avoir relâché sa politique de prévention. « Les automobilistes ont davantage roulé, sans doute avec une vigilance moindre », complète Jacques de Peretti, directeur général délégué d'AXA France.

**Des écarts de un à quatre
dans l'automobile**

Même tendance à la hausse pour l'assurance habitation, autre couverture obligatoire que doivent acquitter les Français. La tempête Klaus de janvier 2009 s'est soldée par 1,7 milliard d'euros de dommages remboursés aux familles, à comparer à 7 milliards d'euros de primes versées annuellement par l'ensemble des foyers. Les dégâts de la tempête Xynthia semblent inférieurs pour le moment mais leur évaluation se rapproche chaque jour du même montant. « Sans oublier que la valeur des biens augmente. L'électroménager, l'électronique et les embellissements réalisés dans les habitations valent plus cher que par le passé », souligne Guillaume Rosenwald, directeur général adjoint du groupe Macif.

Face aux augmentations, les Français sont de plus en plus nombreux à comparer les offres sur internet. Les requêtes sur Google pour un devis d'assurance ont bondi de 70 % l'an dernier et devraient être multipliées par deux cette année selon le cabinet d'études parisien Eveho. Les compagnies ont pris le pli, la quasi-totalité d'entre elles proposant des offres en ligne; 37 % permettent de souscrire directement via son écran d'ordinateur. C'est notamment le cas des filiales dites « low cost » de Groupama (*amaguiz.fr*) d'Allianz (*allsecur.fr*) ou d'AXA (Direct assurance). Sans oublier les comparateurs (*lire ci-dessous*).

Les prix font le grand écart

Le JDD a ainsi réalisé des devis automobile et habitation (*voir tableau et encadré ci-contre*). Les résultats montrent que la transparence d'Internet n'élimine pas les écarts : les tarifs proposés vont d'une échelle de un à quatre pour l'automobile et de 1 à 1,5 pour l'habitation. Explication : les compagnies ne proposent jamais exactement le même type de couverture.

Si les « conditions générales » sont souvent les mêmes, les « conditions particulières », elles, diffèrent. Tel contrat auto couvrira ou non le vandalisme. Telle police d'habitation considérera ou non un dommage causé par un tiers comme un « sinistre » pour la victime. Chaque compagnie possède sa propre politique de risque. « Les manières de cibler la clientèle sont variables, donc les prix affichés font le grand écart », admet Stanislas di Vittorio, patron du leader *assurland.com*. AXA, par exemple, fait entrer une vingtaine de paramètres pour affiner son tarif automobile.

De l'aveu des compagnies, peu de clients potentiels souscrivent en ligne. Seul un sur cinq irait au bout de la démarche, les autres préférant rencontrer leur conseiller dans une agence. Une question de relation hu-

Les offres des compagnies

Estimation d'une facture annuelle selon le cas (en euros)

Habitation			
Une maison de 150 m ² à Lille, en propriété		Un appartement de 70 m ² à Paris, en location	
Les 3 plus chères		Les 3 plus chères	
Generali	356 €	Maaf	360 €
Maif	344 €	AXA	336 €
Maaf	326 €	Generali	331 €
Les 3 moins chères		Les 3 moins chères	
AXA	217 €	Maif	208 €
Groupama	261 €	Groupama	216 €
Matmut	267 €	Matmut	224 €
Voiture			
Une Citroën C3		Une Renault Scénic	
Les 3 plus chères		Les 3 plus chères	
AXA	903 €	Maaf	998 €
MMA	858 €	Generali	786 €
Allianz	845 €	Allianz	567 €
Les 3 moins chères		Les 3 moins chères	
Maif	570 €	AXA	326 €
GMF	611 €	GMF	346 €
Maeif	642 €	MMA	480 €

A La Faute-sur-Mer (Vendée), cinq jours après le passage de la tempête Xynthia qui a traversé la France les 27 et 28 février. Les dégâts pourraient coûter 1,7 milliard d'euros aux compagnies.

maine, quand on parle d'argent. Le rendez-vous physique permet aux agents d'assurances de rectifier le tir, le cas échéant. « Il existe une différence entre le prix affiché sur le devis et la réalité du contrat papier que l'on recevra par courrier », prévient Maurice Roulet, responsable de la commission banque-finances-assurance à l'UFC-Que Choisir.

Seuls 10 % des Français changent d'assureur chaque année. Le jeu de la concurrence sur Internet va-t-il changer les comportements ? Les jeunes générations semblent moins conservatrices que leurs aînées. Les compagnies ont constaté que les clients conquis sur le Web ont tendance à changer de contrat plus rapidement que les autres. Une philosophie plus consumériste, qui rapprocherait les Français des Anglais. Outre-Manche, le « switch » est un sport national.

Une multitude de tarifs

Le JDD a demandé des devis sur Internet. En assurance habitation, nous avons testé deux cas. Celui d'une famille de cadres avec trois enfants, propriétaire d'une maison de 150 m² à Lille, sans véranda ni dépendance. Et celui d'une famille de cadres avec deux enfants, locataire d'un appartement de 70 m² dans le 20^e arrondissement de Paris, à un étage intermédiaire. Nous avons attribué à ces familles 50.000 € de biens mobiliers, dont 5.000 € de bijoux.

Pour l'assurance automobile, nous avons testé deux hypothèses. Une Citroën C3 Diesel (HDI 92 Exclusive), achetée neuve en janvier 2008 par un couple de fonctionnaires d'Angoulême et garée en parking couvert. Et un Renault Scénic III Diesel (Expression) acquis par un couple de salariés à Levallois en janvier 2009, sans parking, avec un incident bris de glace en mars 2009.

Les simulations de devis ont été obtenues auprès des dix principales assurances et mutuelles du marché qui offrent ce service en ligne. Les options et garanties peuvent différer d'un contrat à l'autre. Comme nous l'ont précisé les compagnies, il s'agit de propositions spécifiques. D'autres hypothèses sur les habitations et les véhicules donnent des résultats et donc un palmarès différent. Certains établissements proposent des contrats standardisés et d'autres calculent les profils de risque au cas par cas. Cela explique la variété des rangs dans nos classements. N.P.

Les secrets des « comparateurs »

QUI SE CACHE derrière les comparateurs d'assurances sur Internet ? Surfant sur l'engouement des consommateurs (7 millions de devis en ligne demandés l'an dernier), les sites comparatifs sont de plus en plus nombreux. Le leader anglais, nommé *confused.com* outre-Manche, s'est lancé en France avec *lelinx.fr*, qui traite uniquement l'assurance auto. Il rejoint *assurland.com*, *hyperassur.com*, *assuremieux.com* et *kela.com*. Ces plates-formes agrègent les offres de compagnies partenaires en les

classant par tarifs. Plusieurs comparateurs sont des filiales d'assureurs. *Assurland.com*, le pionnier, créé en 2000, a rejoint le giron de Covea, holding possédant des participations dans Maaf, MMA ou Allianz.

Marché prometteur

Pour sa part, *lelinx.fr* est lié au groupe Admiral. Certains sites produisent des devis et se rémunèrent sur un éventuel contrat entre l'internaute et une compagnie. D'autres font du courtage. Reste qu'aucun comparateur en ligne n'a si-

gné la charte déontologique rédigée par la Fevad, la fédération professionnelle qui regroupe les entreprises de vente à distance.

Le marché est prometteur. Au Royaume-Uni, où les consommateurs changent plus fréquemment de compagnie, les vingt plates-formes Internet ont enregistré l'an dernier 40 millions de requêtes pour l'assurance auto. C'est la référence pour les sites français. Le premier d'entre eux, *assurland.com* (72 % du marché), comptabilise 1,5 million de demandes. N.P. et B.S.