

27/04/10

En matière d'assurance, les comparateurs de prix manquent de transparence

Le secteur est aujourd'hui en plein développement et les offres se multiplient. Mais le système manque de transparence et les tarifs proposés ne sont pas toujours les plus avantageux

11 x 17 personnes	Peugeot 206 POP ART	31100 - Toulouse	143 €/an
11 x 4 personnes	Famille 1 enfant	13014 - Marseille	70 € 30015
11 x 2 personnes	Renault VL R 15 125 04	05300 - Sarrebourg	155 €/an

Aujourd'hui, entre 3 et 5 % des contrats d'assurances sont souscrits après une visite sur Internet, qui se positionne désormais comme un canal de prescription. Les plates-formes qui agrègent les offres de compagnies partenaires en les classant par tarifs montent en puissance.

Pour obtenir un devis, l'internaute fournit des informations qui vont permettre aux professionnels d'estimer un tarif. L'affichage des résultats varie selon les comparateurs. Le site assurland.com, leader du marché avec trois millions de visiteurs uniques par mois, propose à l'internaute une sélection d'offres restreinte (jusqu'à 5) triées grâce à des statistiques. Mais le processus de sélection est opaque.

Les tarifs proposés ne sont pas toujours les meilleurs

Évaluation du site

Site du journal papier La Croix. Il dispense une actualité quotidienne et généraliste composée d'articles de la rédaction et de dépêches AFP.

Cible
Grand Public

Dynamisme* :261

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

« On peut légitimement se poser la question de l'indépendance et de la transparence d'Assurland », estime Arnoul Dyevre, responsable assurance chez Novedia Consulting, agence spécialisée en conseil marketing. Surtout que, depuis cinq ans, Assurland a pour actionnaire principal le groupe Covéa, qui rassemble la GMF, la Maaf et MMA. « Les actionnaires d'Assurland peuvent en orienter la politique. C'est leur droit », souligne Cyrille Chartier-Kastler, du cabinet de conseil Facts & Figures. En revanche, d'autres sites, comme assuremieux.com et **kelassure**.com, restituent intégralement aux consommateurs toutes les offres du marché sans faire de sélection. À l'internaute de choisir les propositions qu'il souhaite comparer pour obtenir une étude de marché plus détaillée. Mais les tarifs proposés ne sont pas toujours les meilleurs. Les comparateurs se rémunèrent, en effet, auprès des assureurs quand ils amènent des clients potentiels. « Nous touchons une commission de mise en relation », explique Jehan de Castet, créateur d'Assuremieux.

« Nous réfléchissons à la façon de leur ouvrir le label »

Les tarifs devraient donc être identiques sur le site officiel de l'assureur et les sites comparateurs. « Sauf qu'une compagnie n'est pas tenue de proposer le même tarif à tous ses apporteurs d'affaires, souligne Cyrille Chartier-Kastler. C'est pourquoi il est judicieux de consulter plusieurs comparateurs, car le prix pour un même contrat peut varier d'un portail à l'autre. » Ainsi, selon une étude de Novedia Consulting menée en octobre-novembre 2009, le même contrat coûte 6,42 € de plus par mois sur Assurland que sur le site de l'assureur. La solution pourrait venir de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad). Sous son égide, sept comparateurs de prix sur Internet ont signé une charte déontologique instaurant des règles de bonnes pratiques tarifaires et de transparence. Mais, pour l'heure, aucun comparateur d'assurances ne l'a encore signée. Et pour cause. L'une des conditions d'adhésion est de ne pas être un vendeur, alors que, bien souvent, les comparateurs d'assurance jouent également le rôle de courtier. « Mais nous réfléchissons actuellement à la façon de leur ouvrir le label », précise Marc Lolivier, délégué général de la Fevad.

Léa BILLON