



L'ACTUALITÉ DE VOTRE ARGENT

ASSURANCE : LES FRANÇAIS FONT PEU JOUER LA CONCURRENCE

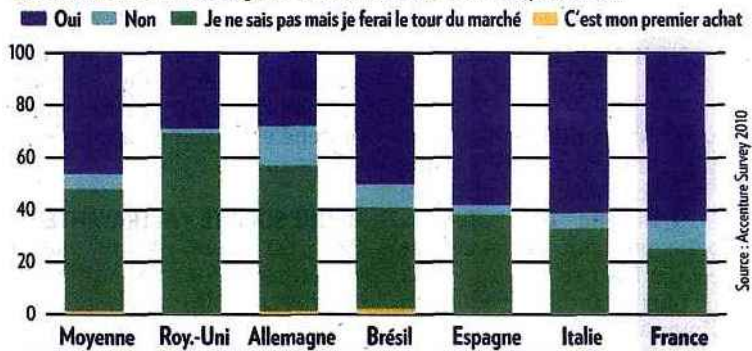
64 % des Français pensent rester fidèles à leur assureur. **UN CHIFFRE ÉLEVÉ** par rapport aux Britanniques et aux Allemands qui comparent les tarifs sur Internet.

PAR ALEXANDRE PHALIPPOU

Les Français filent-ils le parfait amour avec leur assureur ? On pourrait le croire à voir les chiffres publiés dans la récente étude du cabinet de conseil Accenture menée dans six pays. En effet, près de deux tiers (64 %) d'entre eux ne comptent pas changer de compagnie d'assurance dans les douze prochains mois. Ce chiffre atteint à peine 29 % au Royaume-Uni et en Allemagne.

Pourquoi de telles différences de comportement ? D'abord, les Français n'ont pas l'habitude de comparer, car les contrats auto, habitation, ou santé sont renouvelés chaque année par tacite reconduction. Au Royaume-Uni, au contraire, il faut faire la démarche une fois l'an. L'occasion de faire le tour du marché pour trouver un contrat meilleur, ou moins cher. Il faut dire que les Britanniques disposent de moyens de comparaisons ultra-performants. « Depuis plusieurs années, en Angleterre, les comparateurs Internet sont commercialement

Sondage : Avez-vous l'intention de souscrire un nouveau contrat ou de le renouveler auprès du même assureur ? Réponses en %



très agressifs » analyse Cyril Czekiewicz, expert assurance chez Accenture. En France, malgré le développement progressif des sites tels que Assurland, Hyperassur ou Kelassur ces agrégateurs se heurtent encore à l'hétérogénéité des garanties proposées par les contrats. Pour ne rien arranger, la souscription à distance est plus aisée chez nos voisins, où les formalités « papier » sont réduites au strict minimum.

■ CHANGEMENT EN VUE

Reste que les Français sont rassurés par la présence d'une agence physique, dans laquelle se rendre en cas de pépin. 75 % d'entre eux sont passés par un agent général pour souscrire une ou plusieurs assurances et 44 % par une banque (surtout pour l'assurance-vie). Le mode de distribution est à peu près similaire en Espagne.

Autre enseignement de l'étude : le prix n'arrive qu'en quatrième

position des critères de choix pour un contrat, derrière la rapidité pour résoudre les problèmes, la transparence tarifaire et la capacité à proposer un contrat correspondant au besoin. C'est aussi le cas en Espagne, en Italie, au Brésil, mais pas... au Royaume-Uni où le tarif arrive en tête. S'ils sont prêts à payer pour avoir une certaine tranquillité d'esprit, les Français ne comptent pas pour autant dépenser des fortunes en assurance. 80 % ne sont pas prêts à déboursier plus pour bénéficier de conseils ou de services supplémentaires.

Mais ces habitudes pourraient bien changer à l'avenir : « Le client utilisera de moins en moins un seul type de canal, pronostique Khalid Lahraoui, responsable du conseil en stratégie pour l'assurance chez Accenture France. Il peut se renseigner sur Internet, aller demander un devis à son agent général et finir par souscrire chez son banquier ». ■