

13.05.2008 – 07:55 Uhr

comparis.ch au sujet des assurances automobile - Prime d'assurance auto: surcoût de 200 millions de francs pour les nouveaux acquéreurs

Zürich (ots) -

Les automobilistes qui remplacent leur ancienne voiture par un véhicule neuf seraient bien inspirés de s'occuper également de leur assurance automobile. Selon une étude menée par le service de comparaison en ligne comparis.ch, il vaut très rarement la peine de rester fidèle à sa compagnie d'assurance automobile. L'acquéreur d'un nouveau véhicule qui ne change rien à son contrat paie environ 30% de prime en trop. Il est étonnant de voir avec quel aplomb les compagnies d'assurance automobile font fi des souhaits exprimés par les clients lors de l'établissement d'une offre.

Zurich, le 13 mai 2008 - Le printemps est la saison du changement de garde-robe, au sens premier du terme comme au sens figuré: nombreux sont les automobilistes qui rêvent d'acquérir un nouveau véhicule au printemps. Et quand les rêves deviennent réalité... Celui qui achète une nouvelle voiture devra forcément se pencher sur les questions de l'assurance automobile. Le service de comparaison en ligne comparis.ch a mené en collaboration avec l'institut d'études de marché et d'opinion IHA-GfK d'Hergiswil une enquête sur le potentiel d'économie en matière d'assurance automobile lorsque les automobilistes ne restent pas chez l'ancien assureur à l'achat d'un nouveau véhicule, mais optent pour l'offre d'assurance équivalente la plus économique. Pour ce faire, 100 clients mystère se sont fait soumettre cette année en mars des offres par leur propre assureur, mais aussi par la concurrence. Comparis a ainsi évalué et analysé en détail près de 1 400 offres d'assurance au total dans le cadre d'une recherche approfondie.

Les automobilistes n'obtiennent pas le maximum
Et voici le bilan de l'étude: à l'occasion du changement de véhicule, les assureurs ont soumis à leurs propres clients une offre environ 28% plus chère que l'offre comparable la moins chère d'un autre prestataire. Selon l'étude, les clients mystère auraient économisé en moyenne 212 francs par an s'ils avaient opté pour l'offre la plus économique au lieu de rester chez leur propre assureur. En extrapolant au million de changements de véhicules annuels, nous obtenons un potentiel d'économie de plus de 200 millions de francs par an si les automobilistes osaient véritablement opter lors de l'achat du véhicule pour l'assureur le moins cher pour eux. Si l'on considère que les Suisses gardent leur voiture en moyenne quatre ans, ce potentiel d'économie dépasse même les 800 millions de francs. «Selon nos enquêtes statistiques, seul un automobiliste sur 20 change d'assurance en cours d'année en Suisse. À la lumière du potentiel d'économie, c'est très étonnant. 95% des automobilistes se privent de l'opportunité de faire des économies», explique Richard Eisler, P.D.G. de Comparis. La comparaison systématique de l'offre la plus chère et de l'offre la moins chère révèle qu'il est toujours intéressant de comparer: en effet, la différence de prix s'élève en moyenne à 491 francs.

Selon l'étude, un automobiliste sur quatre paie son assurance automobile au moins 40% trop cher s'il prolonge son contrat d'assurance aveuglément auprès de sa compagnie d'assurance

précédente. La cliente mystère Maria Schlegel(1), 21 ans, domiciliée à Ebikon LU, est tombée des nues lorsqu'elle a comparé l'offre de son assureur précédent avec celle du plus économique. Ce dernier lui a proposé l'assurance responsabilité civile et casco pour sa nouvelle Seat Ibiza à CHF 911.10 par an. Elle aurait dû déboursier plus du double auprès de son assureur actuel pour la même couverture, à savoir CHF 1905.80.

Jusqu'à 1000 francs d'économies

L'entretien de clientèle n'est apparemment pas la première priorité des compagnies d'assurance. Preuve en est que 16 des 100 clients mystère n'ont reçu aucune offre de la part de leur assureur actuel, même après en avoir réitéré la demande. Sur les 84 offres restantes soumises par les compagnies d'assurance à leurs propres clients, 21 offres ont dû être exclues car elles ne permettaient pas de comparaison. Les offres de 63 clients mystère - celles de la propre compagnie d'assurance toutes celles de la concurrence - ont pu finalement être prises en compte dans l'étude comparative. L'étude montre pour la quasi-totalité des 63 assurés qui ont reçu de leur propre assurance l'offre souhaitée un besoin d'agir: en effet, l'assurance actuelle était aussi l'assurance la plus économique pour seulement 4 des 63 clients mystère. Pour 59 clients mystère, c'est-à-dire plus de 90% d'entre eux, le changement d'assurance serait en revanche tout à leur avantage. Comme le montre l'exemple de la cliente mystère Maria Schlegel, le montant des économies potentielles peut atteindre 1 000 francs.

L'étude montre en outre que certaines compagnies d'assurance automobile ne tiennent guère compte des souhaits de leurs clients. Les experts de comparis ont repéré au total 141 erreurs dans les 84 offres émises par les assureurs actuels des usagers de la route, c'est-à-dire des indications qui, au sens large, ne correspondaient pas aux souhaits des clients. Parmi ces erreurs, on trouvait également de fâcheuses inadvertances (mauvais type de véhicule voire renseignements personnels erronés). Parmi les 582 offres écrites établies par la concurrence et analysées, le service de comparaison a trouvé 533 indications qui ne correspondaient pas aux souhaits des clients.

L'upselling ou la tentation suprême

L'upselling, ou vente de produits de la gamme supérieure, constitue un chapitre peu transparent: les assureurs enrichissent volontiers le pack assurance souhaité de prestations complémentaires. Parmi les 84 offres que les clients mystère ont reçues de leur propre assurance, la technique d'upselling a été utilisée 41 fois. La concurrence s'est montrée plus réservée. Parmi les 582 offres analysées, on a dénombré 133 tentatives d'upselling. Le directeur de comparis, Richard Eisler, désigne l'upselling comme la «tentation suprême» dans l'activité des assurances. «Plus le catalogue de prestations vendues au client est fourni, plus la prime est élevée, plus la commission des agents est importante.» Les assurances ont également été peu réceptives à la durée contractuelle d'un an demandée par les clients. Dans 69% des cas, l'assurance actuelle a ignoré ce souhait. Chez les concurrents, ce taux s'élevait à 62% des cas. Les assurances ont majoritairement proposé des contrats pluriannuels sans droit de résiliation annuel.

Cette étude a été menée avec 100 propriétaires de tous âges et de toutes les régions linguistiques de Suisse ayant demandé aussi bien à leur assureur actuel qu'aux autres assureurs de leur soumettre une offre. Le souhait exprimé était une offre limitée à un an à l'exclusion de la protection du bonus et de la couverture accidents passagers et dommages de stationnement ainsi qu'une assurance casco complète ou casco partielle en fonction de l'âge du véhicule. Les

véhicules souhaités par les 100 clients mystère étaient de marques, de catégories et de classes d'âge très diverses. Ont été intégrés dans l'étude aussi bien des véhicules neufs que des véhicules d'occasion. Les clients mystère ont contacté leur assureur actuel par téléphone. Pour les concurrents qui ont mis en ligne un calculateur de primes sur leur site Internet, la prime souhaitée a été calculée par les experts en assurance de comparis.ch.(2) Pour les compagnies d'assurance qui ne mettaient pas de calculateur de primes à disposition, les offres ont été demandées par courrier.(3)

(1) Le nom a été modifié.

(2) Offres établies grâce à un calculateur de primes: Smile.direct, Bâloise (Baloise Direct) Bâloise (Baloise Classic), Click2Drive zéro pour mille (Vaudoise), Click2Drive (Vaudoise), Auto TCS, Zurich Connect, Zurich Connect Help Point Plus, AXA Winterthur Strada, AXA Winterthur Auto Basic

(3) Offres écrites: Alba, Allianz Suisse, Generali, Helvetia, La Mobilière, Vaudoise, Nationale Suisse, Zurich

Contact:

Richard Eisler

P.D.G.

Téléphone: 044 360 52 62

e-mail: media@comparis.ch

www.comparis.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100003671/100561227> abgerufen werden.