

18.12.2011 - 10:16 Uhr

comparis.ch sur le démarchage téléphonique des assurances maladie - Le télémarketing toujours aussi répandu

Zürich (ots) -

Une enquête représentative de comparis.ch, le comparateur sur Internet, révèle que le marketing téléphonique n'a pas perdu de terrain cet automne. 70 % des personnes interrogées ont reçu des appels concernant un changement de prestataire pour leur assurance de base, sans toutefois avoir eu de contact avec la caisse maladie en question auparavant. comparis.ch prône une application stricte de la révision de la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD), qui entrera en vigueur en avril 2012, et ce afin d'empêcher ce genre de démarchage, ressenti comme indésirable par la majorité de la population.

Chaque automne c'est pareil : caisses maladie et courtiers vous téléphonent pour vous vanter les mérites d'un changement d'assureur. Étant donné que nombre d'assurés trouvent ces appels gênants, la totalité des membres de Santésuisse ont signé un accord sectoriel interdisant les appels à froid. Ce dernier veut qu'il ne soit permis d'offrir un changement de caisse de base à des clients potentiels que si ceux-ci sont d'accord de recevoir un tel appel. Dans ce cadre, les personnes déjà assurées ainsi que les clients d'assurances complémentaires ou encore ceux qui ont demandé des offres à la caisse maladie peuvent toujours être contactés par téléphone. Une enquête représentative de comparis.ch révèle que ces efforts de limitation publicitaire accomplis au niveau de l'assurance de base n'ont jusqu'ici aucun effet. En effet, entre fin novembre et début décembre, l'institut d'études de marché GfK a interrogé 2000 personnes dans toute la Suisse à cet effet, et 70 % des participants ont affirmé avoir été approchés cette année par une assurance maladie ou une société de télémarketing leur proposant de changer d'assureur de base, et ce sans qu'ils n'aient eu de contact préalable avec la caisse maladie en question.

D'après ce sondage, les activités de télé démarchage n'ont pas reculé : 31 % ont reçu autant d'appels que l'année dernière, 28 % confient même en avoir reçu davantage alors que juste 21 % ont été contactés moins souvent. 13 % n'ont été sollicités par téléphone ni cette année, ni la précédente, et 8 % n'ont pas été en mesure de donner une réponse.

30 % des participants confient avoir été abordés directement par une caisse maladie cette année, 12 % par une société de courtage et 58 % ne connaissent pas l'origine de l'appel. Felix Schneuwly, expert en assurance maladie chez comparis.ch, à ce sujet : « Étant donné l'irritation qu'engendre ce genre d'appels, nombreux sont ceux qui ne réussissent pas à se souvenir s'ils avaient un assureur ou une société de télémarketing au bout du fil. » À noter que les personnes interrogées se rappelaient surtout avoir eu affaire à deux caisses maladie : le Groupe Mutuel est mentionné à 23 %, suivi du Groupe Helsana, avec 16 %. Néanmoins, les participants n'ont en général pas su dire si les caisses maladie elles-mêmes étaient à la clé de ces appels ou s'il s'agissait de sociétés de télémarketing agissant sans mandat.

Application stricte de la nouvelle LCD nécessaire Une solution globale pour faire diminuer l'exaspération liée au télé démarchage est nécessaire. Felix Schneuwly : « Une réglementation au sein de la loi sur l'assurance maladie n'est pas indiquée, car ce genre d'intrusion n'est pas l'apanage de l'assurance maladie obligatoire. De plus, une telle interdiction pourrait toujours être contournée en prétextant des assurances complémentaires ». Toutefois, avec la révision de la LCD qui entrera en vigueur le 1er avril 2012, on voit apparaître une solution. L'art. 3, al. u, de cette dernière prévoit que l'on puisse empêcher les messages publicitaires de tiers au moyen d'une mention dans l'annuaire téléphonique. Selon Felix Schneuwly, il est donc « important que les personnes importunées par les appels à caractère publicitaire aient recours à cette annotation ». Début 2012, comparis.ch mettra en place en service en ligne qui concèdera aux utilisateurs la possibilité d'effectuer cette saisie de manière simple et rapide.

Cette nouvelle réglementation permettra aux consommateurs de se défendre face à ces appels à froid intrusifs, car le non-respect de cette mention dans l'annuaire constituera alors une infraction à la loi. À l'avenir, la Confédération elle-même pourrait aussi porter plainte au cas où les caisses maladie ou les sociétés de télémarketing ne s'en tenaient pas à la nouvelle LCD. « J'attends du Conseil fédéral qu'il fasse valoir cette nouvelle possibilité de porter plainte et qu'il agisse en cas de mépris flagrant de la mention dans l'annuaire », explique Alec von Graffenried, conseiller national, (Les verts, Canton de Berne). Il compte sur une réponse sans équivoque du Conseil fédéral au sujet de cette intervention parlementaire. Les appels de call centers à l'étranger sont également soumis aux dispositions de la LCD.

Les consommateurs ne sont pas les seuls à pâtir du marketing téléphonique Les consommateurs ne sont pas les

seules victimes de la publicité par téléphone, des tiers non impliqués en souffrent aussi. En effet, certaines sociétés de télémarketing ne cessent d'usurper le nom d'établissements dignes de confiance pour éviter que le client potentiel ne lui raccroche immédiatement au nez. Des courtiers ont également pris contact avec des consommateurs par téléphone en se faisant passer pour comparis.ch. Felix Schneuwly précise clairement que « comparis.ch ne pratique pas de démarchage téléphonique. Au contraire, il s'agit d'une plate-forme d'information que le consommateur n'est aucunement contraint d'utiliser ».

Contact:

Felix Schneuwly
Expert en assurances maladie
Portable : 079 600 19 12
Téléphone : 044 360 34 00
E-mail: felix.schneuwly@comparis.ch
<http://fr.comparis.ch/krankenkassen>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100003671/100710268> abgerufen werden.