



## Encore peu développés en France, les comparateurs d'assurances sur Internet tentent de faire bouger le marché

Ce type d'offre est en plein essor : au Royaume-Uni, un contrat auto sur deux est souscrit via le Web

Un nouveau comparateur d'assurances a été lancé mercredi 7 octobre sur Internet: Assuremieux.com. Le site revendique un accès aux offres de 1 500 courtiers et 20 assureurs en direct. Il vise 300 000 visiteurs uniques début 2010 pour 20 000 mises en relation par mois, et espère atteindre l'équilibre financier fin 2010.

Actuellement, dans le domaine de l'assurance en ligne, trois acteurs se partagent le marché de la comparaison en France. Le premier, créé en 2000, Assurland, qui a comme actionnaire depuis 2005 le groupe Covea (groupement de GMF, MAAF et MMA). Le second, Hyperassur, lancé en 2006 par des anciens d'Assurland, revendique une totale indépendance de son capital comme gage de l'objectivité de son offre. Et Kelassur, qui exerce dans le domaine des mutuelles.

Ces sites, sur lesquels les internautes obtiennent des devis, sont rémunérés par les compagnies d'assurances aux prospects qu'ils leur envoient. Si le contrat n'est pas souscrit, les comparateurs sont quand même rétribués. Dans chaque cas, le client remplit un formulaire détaillé de ses caractéristiques, mais il recevra chez Assur-

land les quelques offres considérées comme les plus adaptées ; chez Hyperassur, toutes les offres classées par prix, à lui de choisir le meilleur rapport qualité/prix ; et chez Kelassur, des offres notées en fonction de leur meilleure correspondance avec les besoins des clients.

« Nous ne souhaitons pas noter les offres car c'est au consommateur de faire cette opération et nous pourrions être suspectés de pousser une offre plutôt qu'une autre », explique Tanguy Thevenet, cofondateur du comparateur français Hyperassur.com. Tout comme pour les sites des assureurs, beaucoup d'internautes consultent mais ils sont encore peu nombreux à passer à l'acte. Entre 30 % et 50 % des internautes qui vont sur le site d'Hyperassur remplissent un formulaire pour demander une tarification. En moyenne, 25 % vont jusqu'au bout en choisissant une offre et sont mis en relation avec un assureur. Enfin, 15 % à 20 % de ceux qui ont choisi une offre finissent par souscrire un contrat.

Au Royaume-Uni, les comparateurs d'assurances sur Internet ont révolutionné la distribution des produits. Si aujourd'hui, en France, en moyenne 2 % des contrats d'as-

surance sont souscrits sur Internet, on est encore bien loin du succès de l'assurance en ligne outre-Manche. Près de 27 % du marché britannique de l'assurance-dommages est vendu sur le Net et « 50 % des nouveaux contrats automobiles sont souscrits via des comparateurs d'assurances », indique M. Thevenet.

« A ce jour, on dénombre plus de vingt comparateurs d'assurances au Royaume-Uni, dont les quatre

### Ces sites, sur lesquels les internautes obtiennent des devis, sont rémunérés par les compagnies d'assurances

premiers produisent plus de 40 millions de comparaisons pour les voitures, alors qu'un acteur comme Assurland, qui représente la majeure partie du marché de la comparaison en France, génère autour de un million et demi de comparaisons par an », estime Ineas, la société d'assurances pionnière dans l'Internet en France.

Mais l'avance prise par le marché britannique tient aussi à sa spé-

cificité. « Dans l'assurance-dommages, le canal dominant de la distribution était le téléphone, tout se faisait déjà à distance, explique Pascal Compet, directeur au cabinet de conseil Eurogroup. De plus, la re-souscription est remise en jeu tous les ans, alors qu'en France le marché fonctionne par tacite reconduction. »

« Enfin, d'autres acteurs que les sociétés d'assurances ont promu des offres, comme les banquiers pour attirer des clients ou les groupes de grande distribution comme Tesco ou Sainsbury's. Du côté des prix, les primes d'assurance étant très élevées au Royaume-Uni, Internet a permis de les faire baisser », conclut M. Compet.

En France, les comparateurs d'assurances pourraient à l'avenir jouer un rôle important dans le développement de l'assurance sur Internet. Pour le moment, les grandes compagnies d'assurances sont très faiblement représentées chez les comparateurs, soit parce qu'elles ne se sont pas encore mises à l'heure du Web, soit parce qu'elles ne souhaitent pas communiquer toutes leurs offres car leurs tarifs risquent de ne pas apparaître comme compétitifs. ■

Cécile Prudhomme