



Assurance : les comparateurs de prix se multiplient sur le Net

De nouveaux sites se lancent. Mais les assureurs prêts à jouer le jeu ne sont pas si nombreux.

ANNE BODESCOT

BUDGET L'assurance en ligne va-t-elle décoller en France ? Les comparateurs, en tout cas, se multiplient. Aux plus connus - Assurland.com ou Hyperassur - s'ajoutent de nouveaux venus : Assuremieux.com s'est lancé il y a un an, et le 1^{er} février dernier, le numéro 1 des comparateurs anglais, Confused, qui essaime en Europe, a ouvert en France sa filiale, LeLynx.fr. Mais ils ont encore beaucoup à faire pour séduire les

Français. « En Grande-Bretagne, la moitié des assurances auto sont souscrites grâce à un comparateur. En France, seulement 5 % des ménages comparent leur assurance en ligne », souligne Martin Coriat, directeur général de LeLynx.fr.

La France est en retard

Depuis plusieurs années déjà, l'envol de l'assurance en ligne outre-Manche, comme en Espagne, fait espérer un essor comparable dans l'Hexagone. « Mais, en Angleterre, le marché était déjà dominé par l'assurance directe, vendue jusqu'alors par téléphone. Ce n'est pas du tout le cas en France, où beaucoup d'assureurs ont des réseaux de vente, et craignent de les affaiblir s'ils favorisent la souscription en ligne », souligne Stanislas Di Vittorio, fondateur d'Assurland.

Certains ont franchi le pas, en lançant des offres spécifiques pour les internautes, bien en vue sur les comparateurs : la Macif avec Id-Macif, Groupama avec Amaguiz, Allianz avec AllSecur. Mais d'autres sont encore réticents. Si Axa, par exemple, propose un contrat spécifique pour Internet sur son site axa.fr, son objectif est surtout d'orienter les clients recrutés ainsi vers ses agents généraux. Or, les Français préfèrent souvent payer un peu plus cher

pour être assurés par une grande marque. Un handicap pour les comparateurs. Si certains revendiquent plusieurs dizaines de partenaires assureurs, leur notoriété est souvent faible. « Ce sont pourtant souvent les plus dynamiques, car ils ne dépensent pas des sommes importantes en marketing, et ré-

percutent l'économie sur les tarifs proposés aux internautes. Inéas, par exemple, assureur en ligne, est le seul à baisser ses tarifs d'assurance-auto cette année », explique Jehan de Castet, le fondateur d'Assuremieux.

Peu à peu, pourtant, les comparateurs gagnent du terrain. L'an

dernier, Assurland.com a recensé 3,5 millions de visiteurs par mois sur son site, soit 30 % de plus qu'en 2008, pour un total de 6 millions de devis dans l'année, et quelque 300 000 contrats signés avec les assureurs référencés (contre un peu plus de 200 000 en 2008). ■

Seuls 5 % des Français ont pour l'instant le réflexe de comparer les tarifs des assurances auto sur Internet. DR

