Argus de l'Assurance (L) N° 7138

N° et date de parution : 7138 - 09/10/2009
Diffusion : 23216 Page : 30
Périodicité : Hebdomadaire Taille : 90 %
LARGUSDELAS2_7138_30_13.pdf 499 cm2
Site Web : http://www.largusdelassurance.com

[INTERNET]

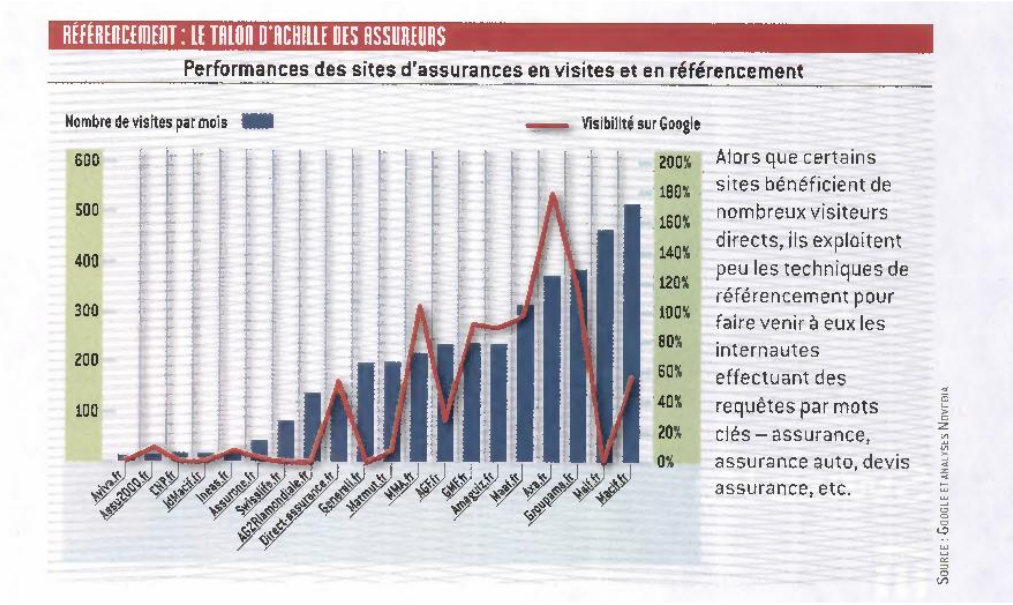
Les assureurs restent timides face au Web

■ Ce média est devenu un outil de communication incontournable, mais les assureurs ont encore un long chemin à parcourir pour devenir de véritables e-commerçants.

Internet met le monde de l'assurance en ébullition. Arrivée de nouveaux sites de vente directe, tel Allsecur.fr, lancement de produits spécifiquement conçus pour Internet, à l'instar d'Eauto d'Axa ou de Generali Épargne... : les assureurs multiplient les initiatives ces derniers mois. Pourtant, ils sont encore loin d'avoir exploité tout le potentiel du Web, selon Novedia Consulting. Ce cabinet de conseil a passé au crible les sites Internet des principaux acteurs du secteur en France.

La vente directe est très rare sur les sites

Premier constat : le Web est aujourd'hui massivement utilisé par les assureurs pour présenter leurs produits. Mais, selon Novedia Consulting, seulement 16 % de ces offres peuvent être souscrites en ligne. Sur ce point, les mutuelles et les acteurs « 100 % Web » ont pris une longueur d'avance, la Maif décrochant la palme de la boutique électronique la plus étoffée : 67 % de ses offres y sont proposées. En moyenne, les compagnies d'assurances ne présentent que trois offres en souscription directe. Autre élément frappant : près d'un quart des sites étudiés par Novedia Consulting ne dispose pas d'outils de souscription en ligne. Or, ils appartiennent tous à des compagnies d'assurances. Leur retard pourrait s'expliquer par la « peur de cannibaliser leurs réseaux de distribution existants », avance Arnoul Dyèvre, le consultant chargé de ce baromètre.



Avancer vers la mobilité

De manière générale, la possibilité de souscrire des contrats en ligne est peu mise en avant : moins de la moitié des sites analysés l'affiche en page d'accueil, et les assureurs – toutes catégories confondues – ont encore beaucoup de progrès à faire en termes de référencement. Leur visibilité à partir de requêtes effectuées par mots clés sur les moteurs de recherche reste en effet très limitée (voir le graphe ci-dessus). Et ceux qui affichent un nombre de visiteurs important n'en font pas profiter leur activité en ligne : le site institutionnel de la Macif dépasse la barre des 500 000 visites par mois, mais sa boutique en ligne (IdMacif) est peu explorée.

Pour devenir de véritables « e-commerçants », les assureurs devront s'approprier de manière plus poussée les technologies Internet, y compris via la téléphonie mobile. « Dans ce domaine, il y a beaucoup à faire : déclaration et suivi des sinistres, ou encore souscription de contrats de courte durée, comme le propose Inéas », indique Arnoul Dyèvre. Le prochain challenge de l'assurance sera placé sous le signe de la mobilité...

■ ESTELLE DURAND

> « LA PEUR DE CANNIBALISER LES RÉSEAUX EXISTANTS EXPLIQUE LE RETARD DE LA SOUSCRIPTION EN LIGNE. »
> Arnoul Dyèvre, chargé du baromètre Novedia

ASSURANCE *LOW COST* : UNE VUE DE L'ESPRIT ?

■ En souscrivant en ligne, les internautes s'attendent à des tarifs avantageux. Mais, pour Arnoul Dyèvre, de Novedia Consulting, le *low cost* en assurance n'existe pas. « Les tarifs proposés en ligne s'avèrent parfois inférieurs à ceux des offres traditionnelles, mais pour des garanties qui ne sont pas comparables », indique le consultant. Les contrats proposés en ligne s'adressent donc à des profils bien particuliers.

■ Ce que confirme l'Institut national de la consommation dans son dossier sur l'assurance auto. Les sites Amaguiz et Direct assurance se positionnent dans le trio de tête des tarifs les plus compétitifs dans le cas de conducteurs qui présentent peu de risques. En revanche, leurs tarifs se révèlent plus élevés que ceux de leurs concurrents quand il s'agit de jeunes conducteurs ou de « malussés », des profils qu'ils n'acceptent pas toujours d'assurer.

Copyright (L'Argus de l'Assurance)
Reproduction interdite sans autorisation

Novedia Services