

<p style="text-align: center;">« Petites assurances (assurances moyens de paiement/fuites d'eau) : grosses dépenses » Questions/Réponses</p>
--

1 – Pourquoi l'UFC-Que Choisir organise-t-elle une campagne sur les assurances accessoires ?

Le marché des assurances accessoires est un marché en forte expansion depuis 10 ans, et cette expansion devrait se poursuivre dans les prochaines années. Les sommes en jeu sont déjà considérables : 6 assurances accessoires (assurances moyens de paiement, extensions de garantie, produits nomades, animaux domestiques, annulation, loyers impayés) représentent à elles seules 2 milliards d'euros aujourd'hui, et devraient croître à 2,5 milliards d'euros en 2015. A celles-ci s'ajoute l'assurance des téléphones mobiles qui représente au moins 430 millions d'euros.

L'équipement des Français en assurances accessoires est déjà important, puisque d'après un sondage CSA/FG2A de 2013, les Français ont en moyenne 2,4 assurances affinitaires. Et cet équipement pourrait encore augmenter du fait de la forte créativité des professionnels dans ce secteur.

Cette expansion s'accompagne d'un nombre croissant de désagréments pour les consommateurs, notamment sur les conditions de souscription et sur la résiliation (v. question 8, les constats).

L'UFC-Que Choisir a voulu faire le point sur ces assurances à travers l'étude plus particulière des assurances des moyens de paiement et des assurances fuites d'eau, d'autant que le projet de loi consommation comporte un volet sur les assurances.

L'objectif de la campagne est donc de dresser, à la veille de la discussion du projet de loi, le constat sur les dysfonctionnements de ce type d'assurances, et de proposer aux parlementaires les moyens d'y remédier.

2 - Qu'est-ce qu'une assurance « accessoire » ?

On appelle assurance « accessoire » (ou « affinitaire », nom donné par les professionnels du secteur) toute assurance vendue suite à la vente d'un bien ou d'un service, sans qu'il y ait stricto sensu obligation pour le consommateur d'acheter cette assurance pour pouvoir utiliser ce bien ou ce service. En général, le montant unitaire de chaque assurance est faible, de l'ordre de quelques euros par mois.

Les assurances accessoires sont très variées puisqu'elles touchent autant des biens (téléphones mobiles, électroménager, tablettes, baladeurs MP3, vélos...) que des services (annulations train ou avion, fuites d'eau, factures d'électricité, neige) ; elles peuvent être ponctuelles comme dans le cas des assurances annulations de train ou d'avion, ou de longue durée comme les assurances de téléphone mobile, de moyens de paiement, de fuites d'eau ; elles peuvent être vendues en face à face, comme à distance.

La plupart du temps, ces assurances sont distribuées par des personnes qui ne sont pas des assureurs professionnels, mais des commerciaux de magasins traditionnels qui vendent, quand l'occasion s'y prête, ces assurances. Ils n'ont donc pas forcément les mêmes compétences ou le même niveau de formation que les assureurs « à plein temps ».

Ces assurances sont appelées « accessoires » à l'inverse des assurances « obligatoires » de par la loi (par exemple : assurance auto ou assurance habitation pour les locataires) ou de fait (comme les assurances habitation pour les propriétaires, les assurances santé ou les assurances emprunteurs pour les crédits immobiliers).

3 - Combien de consommateurs sont-ils équipés d'une assurance des moyens de paiement ?

Il n'y a pas aujourd'hui de chiffres officiels et précis du nombre de consommateurs équipés d'une assurance des moyens de paiement.

Cependant, le rapport Pauget/Constans de 2010 mentionnait le fait que « *D'après des sources concordantes consultées par la mission, le taux d'équipement en forfaits a augmenté continuellement depuis le milieu des années 1990, pour atteindre aujourd'hui entre 50% et 60% des Français bancarisés* ». Or, la totalité des packages bancaires commercialisés par les banques françaises jusqu'en 2010 contenait des assurances moyens de paiement.

Depuis 2010, les banques se sont engagées à mettre en place une nouvelle génération de packages bancaires « évolutifs », composés d'un socle obligatoire où figurerait les produits utiles à tous (carte bancaire par exemple), auquel chaque consommateur pourrait ajouter des « options » payantes pour personnaliser le forfait avec ses usages bancaires. Malgré cela, une majorité de packages contient toujours l'assurance des moyens de paiement dans leur socle obligatoire. De même, le « stock » des anciens packages n'a pas été passé à la « nouvelle génération » de packages : les consommateurs ayant été équipé d'un package anciens restent toujours équipés de leurs assurances de moyens de paiement.

En conséquence, au moins 50% des consommateurs sont équipés via leurs packages d'une assurance des moyens de paiement, chiffre auquel il faudrait ajouter les consommateurs en ayant souscrit une à l'unité, en dehors des packages.

Ces packages étant vendus systématiquement en même temps que l'ouverture du compte, parmi l'ensemble des autres éléments ouverts ce même jour, le contenu des packages et donc des assurances moyens de paiement et très souvent mal ou non expliqué par le conseiller au client, qui ne sait donc pas vraiment ce que couvre son assurance. Sans parler des consommateurs équipés depuis des années, qui ont oublié jusqu'au contenu de leur package, et donc l'existence d'une assurance des moyens de paiement.

4 - Pourquoi l'UFC-Que Choisir considère que l'Assurance des Moyens de Paiement est désormais inutile, alors que la fraude sur les moyens de paiement ne cesse d'augmenter?

L'assurance des moyens de paiement avait son utilité jusqu'en 2009, puisqu'en cas de fraude, les consommateurs équipés d'une telle assurance pouvaient se faire rembourser l'intégralité des sommes fraudées, sans plafonnement. La couverture potentiellement offerte par l'assurance des moyens de paiement était donc potentiellement de plusieurs milliers, voire de dizaines de milliers d'euros.

En 2009 a été adopté en droit français la Directive sur les Services de Paiement (article L133-18 et suivants du Code Monétaire et Financier), qui oblige les banques à mieux rembourser leurs clients – même s'ils n'ont pas d'assurance des moyens de paiement – en cas de fraude sur les moyens de paiement. Désormais, en cas de fraude sur ses moyens de paiement le consommateur n'a à supporter qu'une perte maximale de 150€. C'est à la banque de compenser le différentiel des sommes fraudées. Par exemple, si un jour un consommateur constate sur son compte une fraude de 1 500€, la banque devra lui rembourser 1 350€, seuls 150€ ne seront pas remboursés et resteront à la charge du consommateur.

Cette « franchise » de 150€ ne s'applique pas – et donc le consommateur est intégralement remboursé – quand : la fraude a eu lieu sans composition du code confidentiel, ce qui est le cas de la plupart des fraudes internet ; si les données du moyen de paiement ont été détournées, ce qui est aussi le cas sur internet ; s'il y a eu copie du moyen de paiement, ce qui se produit quand les données de carte volées sur internet sont utilisées pour créer une copie de la carte bancaire, qui est ensuite utilisée dans des pays n'utilisant pas la puce de la carte bancaire.

Or, comme l'avait dénoncé l'UFC-Que Choisir dès 2012, c'est justement à distance, sur internet ou par téléphone, que la fraude – et la forte augmentation de celle-ci – se concentre, puisque celle-ci représentait dans derniers chiffres publiés par l'Observatoire de la sécurité des cartes de paiement 61% du montant de la fraude.

En réalité le consommateur n'a désormais à supporter l'intégralité de la fraude qu'en cas d'agissement frauduleux de sa part, ou de négligence grave que la banque devra prouver. Ces deux cas ne sont pas pris en compte par l'assurance des moyens de paiement.

En conséquence, alors que les assurances des moyens de paiement pouvaient couvrir un risque de plusieurs milliers d'euros avant l'adoption de la Directive sur les Services de Paiement en droit français, le passage de cette Directive fait que désormais, les banques doivent prendre en charge l'écrasante majorité des sommes fraudées sans qu'il y ait besoin d'assurance. De ce fait le périmètre de couverture des assurances de moyens de paiement est aujourd'hui très réduit : il s'agit du « rachat de franchise » de 150€.

Pour rester utile et intéressante au consommateur, et en cohérence avec la logique de l'assurance qui veut que le prix de l'assurance soit corrélé au risque – tant en terme de fréquence que de sommes à rembourser – présenté par l'assuré, le prix des assurances de moyens de paiement aurait dû fortement baisser pour correspondre au rachat de franchise et à la délinquance réelle sur les

moyens de paiement. Or, il n'en a rien été, puisque le tarif de ces assurances est aujourd'hui quasiment identique à leur prix de 2009.

5 – Pourquoi faire le lien entre la délinquance locale sur les moyens de paiement et les tarifs de l'Assurance moyens de paiement ?

La logique du secteur de l'assurance veut que le tarif d'une assurance dépende de deux choses : le risque qu'un sinistre couvert par l'assurance (ici, la fraude sur le moyen de paiement) ait lieu, et le montant moyen de la fraude qui doit être remboursée.

Les différentes assurances des moyens de paiement obligent le consommateur – avant toute indemnisation par l'assurance – à porter plainte auprès de son commissariat de Police ou de Gendarmerie. Par conséquent, les assurances de moyens de paiement n'entrent en jeu que quand il y a plainte, et ne remboursent pas les consommateurs qui n'auraient pas porté plainte, même s'ils sont équipés d'une assurance.

De ce fait, l'UFC-Que Choisir a recueilli sur le site internet de l'Observatoire National de la Délinquance et des Réponses Pénales (ONDRP) les chiffres de plaintes relatifs aux quatre types de délits liés aux moyens de paiements : l'escroquerie/abus de confiance ; la falsification et l'usage de chèques volés ; la falsification et l'usage de cartes de crédit ; l'infraction à la législation sur les chèques. Rappelons que l'ONDRP est un organisme dépendant du Ministère de l'Intérieur qui recueille et centralise l'ensemble des statistiques de plainte déposées auprès des Commissariats de Police et des Gendarmeries.

L'évolution des chiffres de plainte montre entre 2009 et 2012 une baisse importante de la délinquance sur les moyens de paiement dans la plupart des départements français ; parfois une légère hausse (moins de 10%), et dans de très rares cas une augmentation plus importante.

L'aspect « montants fraudés à rembourser » montre également un plus faible impact de la délinquance sur les assurances : s'il n'existe pas de données locales publiées sur ce sujet, au niveau national le montant moyen des fraudes est passé de 132€ en 2009 à 130€ en 2011.

Enfin, le type de fraude doit également jouer sur le tarif de l'assurance, puisque la fraude se concentre de plus en plus sur les paiements par internet (le montant fraudé sur internet a doublé entre 2009 et 2011), type de fraude qui est couverte par la loi (cf. question 4) est pour laquelle l'assurance des moyens de paiement est donc superflue.

L'ensemble de ces données liées à la délinquance font que le prix des assurances de moyens de paiement aurait dû – sans parler d'adoption de la Directive sur les Services de Paiement – faire baisser très fortement le prix moyen de l'assurance des moyens de paiement depuis 2009.

6 - Pourquoi l'UFC-Que Choisir considère-t-elle que les garanties supplémentaires (couverture des clefs, des papiers, des espèces) de l'assurance des moyens de paiement ne sont que « cosmétiques » ?

Suite aux nombreuses critiques de l'UFC-Que Choisir sur l'assurance des moyens de paiement, et sur le fait qu'elle devenait inutile avec le passage de la Directive de 2009, les banques ont eu comme stratégie d'ajouter des services à leur assurance pour justifier le fait qu'elles continuent de vendre ces assurances, et au même niveau tarifaire.

Deux ajouts ont, en général, été effectués : le remboursement du coût de la refaçon des clefs qui ont été volées en même temps que le moyen de paiement assuré ; le remboursement du coût de refaçon des papiers d'identité. Certaines assurances ont effectué un troisième ajout : le remboursement de l'argent liquide volé.

L'UFC-Que Choisir considère ces ajouts comme totalement cosmétiques, pour plusieurs raisons.

Tout d'abord, aucune information n'a été faite sur ces ajouts à tous les consommateurs ayant des assurances de moyens de paiement. Par conséquent les consommateurs s'étant fait dérober leurs clefs ou papiers, ne sachant pas qu'ils sont assurés sur ces objets du fait de leur assurance des moyens de paiement, ne vont pas utiliser leur assurance. Ce sont donc des garanties qui ne seront pas ou très peu appliquées.

Surtout, les sommes liées aux garanties en question restent faibles, et largement en-dessous de la garantie « intégrale » des sommes fraudées existant avant la Directive de 2009. Ainsi, pour la refaçon de papiers d'identité, le remplacement d'une carte d'identité volée ne coûte que 25€ ; celle d'un passeport, 86€...sauf que beaucoup de consommateur n'ont pas leur passeport toujours sur eux ; quant au permis de conduire, sa refaçon est gratuite. Sur les clefs, le coût unitaire de refaçon se situe entre 2€ pour les clefs les plus simples, à 100€ pour les clefs les plus sécurisées, avec une moyenne de 40€ pour les clefs sécurisées standards. Et en général, un consommateur n'a dans son trousseau qu'une clef sécurisée (celle de sa porte d'entrée) et quelques clefs simples. A moins d'avoir une porte contenant plusieurs serrures très sécurisées, ce ne sont que quelques dizaines d'euros qui seront remboursées par l'assurance sur les clefs.

Enfin, sur les espèces dérobées, les montants réellement retirés par les consommateurs sont limités (70€ en moyenne). Surtout, pour pouvoir obtenir ce remboursement, il faut pouvoir produire le témoignage écrit d'un tiers, ce qui rend très difficile le remboursement effectif du consommateur. En effet, quand un consommateur est victime d'un tel sinistre, son premier geste – s'il pense à son assurance – sera de rentrer chez lui pour connaître les conditions de garantie de son assurance des moyens de paiement. Lorsqu'il découvrira qu'il faut produire un témoignage pour être remboursé, l'éventuel témoin sera parti depuis longtemps...

De ce fait, malgré le « renforcement » de l'assurance moyen de paiement mis en place par les banques, les nouvelles garanties sont très faibles et l'assurance ne retrouve pas l'intérêt qu'elle pouvait avoir précédemment au passage de la Directive de 2009.

7 - Pourquoi l'UFC-Que Choisir considère-t'elle que l'assurance fuite d'eau a également un intérêt très limité ?

L'assurance fuite d'eau est une assurance destinée à garantir contre les fuites ou les engorgements de canalisations qui sont notamment susceptibles d'entraîner une perte d'eau importante, pour la partie des canalisations située entre le compteur et l'intérieur de l'habitation. Avant le compteur, la réparation des fuites incombe à la compagnie distributrice d'eau.

Par conséquent beaucoup de consommateurs n'ont aucun intérêt à souscrire ce type d'assurance : l'ensemble des locataires, qui n'ont pas à gérer les problèmes de canalisations (du ressort de leurs propriétaires) ; les propriétaires d'appartement, qui sont couverts chez eux par l'assurance habitation et dans les parties communes, par l'assurance de la copropriété ; enfin, les propriétaires de maison dont le compteur est situé à l'intérieur des murs. C'est donc une minorité des consommateurs qui pourraient trouver un intérêt à ce type d'assurance.

Or, le démarchage des professionnels du secteur est massif (plusieurs dizaines de millions de courriers envoyés chaque année), et sans aucune distinction sur la nature du destinataire (qu'il soit locataire ou propriétaire) ou de son type d'habitation (maison avec jardin, maison sans jardin, appartement). De même, les courriers restent très ambigus sur la nature de l'offre proposée : tout est fait pour que le consommateur pense qu'il règle ici sa facture d'eau, et non pas qu'il souscrit à une assurance.

L'intérêt de ces assurances est d'autant plus limité que la loi 17 mai 2011 restreint fortement le reste-à-charge du consommateur qui serait victime d'une fuite d'eau. Par conséquent, le périmètre de couverture de ces assurances se réduit. Pour les assurances les moins coûteuses, c'est le cœur de leur couverture qui disparaît. Cependant, les assureurs n'ont que très faiblement changés leurs assurances pour prendre en compte cette nouvelle disposition, et n'ont procédé ni au changement de contrats pour tous les clients équipés d'anciens contrats, ni à des baisses de tarifs pour ces mêmes personnes.

8 – Peut-on généraliser les constats sur les assurances accessoires ?

En dépit des grandes différences qui peuvent exister entre les différentes assurances accessoires, l'UFC-Que Choisir constate que celles-ci partagent un grand nombre de défauts.

- Sur la vente, la présentation des assurances est souvent biaisée, surestimant l'utilité et la couverture de l'assurance et passant sous silence les nombreuses exclusions qui peuvent plomber l'intérêt réel de ce type d'assurance. Ce problème est renforcé dans la vente en face à face, où les clients sont victimes d'un démarchage de fait, car, venus pour acheter un bien ou un service, ils se voient proposer par le vendeur une assurance qu'ils n'avaient pas envisagée, pour lesquels ils n'ont pas pris le temps de la réflexion et qu'ils ne peuvent pas comparer avec les assurances de la concurrence.

- Les garanties sont bien moins importantes que ce qu'annoncent les documents commerciaux, soit du fait de nombreuses exclusions, soit parce que les risques couverts sont ceux qui ont le moins de chance de se produire, soit parce que la procédure de remboursement limite de fait les possibilités de remboursement (par exemple, quand il faut produire un témoin suite à un vol ou une agression).
- Les doublons sont fréquents avec les assurances obligatoires (MRH, auto) ou quasi-obligatoires (santé, assurance emprunteur). De même, comme nous l'avons vu à la fois avec les assurances des moyens de paiement et les assurances fuites d'eau, le passage de réglementations plus protectrices du consommateur peut limiter la couverture de ces assurances, sans que les leçons n'en soient tirées par les assureurs sur les nouveaux contrats comme pour tous les clients ayant d'anciens contrats.
- Enfin, beaucoup d'entre elles posent des problèmes de résiliation. La majorité des assurances accessoires sont des assurances « de groupe », ce qui signifie que les assureurs n'ont aucune obligation de prévenir leurs clients de la reconduction annuelle de leur contrat. C'est au consommateur à penser de lui-même, deux mois avant la reconduction du contrat, à résilier le contrat. En conséquence, beaucoup de consommateur se retrouvent enfermés dans leurs contrats alors même que certaines assurances (comme les assurances de téléphone mobile, de produits nomades...) ne présente, du fait de la forte perte de valeur du bien assuré au bout d'un an, quasiment aucun intérêt à être gardé sur une longue période.

9 – Quelles sont les demandes de l'UFC-Que Choisir sur les assurances accessoires ?

Constatant que les assurances accessoires, malgré leur diversité, font l'objet de mauvaises pratiques communes, tant en termes de conditions de souscription, de faiblesse des garanties réelles des assurés ou de difficultés de résiliation, l'UFC-Que Choisir demande :

Pour garantir le consentement éclairé du consommateur :

- Que dans toute communication en vue de la vente d'un produit d'assurance, les exclusions soient mentionnées de manière aussi explicite que les garanties ;
- L'obligation pour le vendeur d'indiquer au client son niveau de commissionnement sur l'assurance vendue.

Pour faciliter la liberté du consommateur :

- La mise en place d'un droit de rétractation, quel que soit le type d'assurance accessoire ou le canal de distribution ;
- L'établissement d'une résiliation à tout moment à partir d'un an dans le contrat d'assurance.

Fin du document