

**ETUDES**

## **Etude Efficacy/Eloquent: 1 Français sur 5 prêt à se séparer de son assureur**

Publié le 25 octobre 2023 à 14h55

**AOF**

(AOF) - Efficacy et Eloquent, deux spécialistes de la relation client dans le secteur des assurances et mutuelles, ont mené avec OpinionWay, une étude destinée à comprendre et analyser la fidélité que les Français entretiennent avec leur assureur et leurs attentes dans ce domaine. Aujourd'hui, à l'heure où la résiliation en trois clics facilite le changement d'assurance, plus d'un Français sur cinq serait prêt à se séparer de son assureur en raison d'un manque de relationnel.

Cette étude souligne que deux Français sur trois (67%) indiquent ne pas avoir créé de relation particulière avec leur assureur. 58% ont le sentiment que les assureurs sont facilement interchangeables et qu'ils ne proposent plus que des offres similaires au détriment d'offres personnalisées.

Le gap générationnel impacte grandement le sujet de la proximité envers les assurances. Les jeunes sont les plus infidèles, lié en grande partie à un moindre usage de leurs droits, à un relationnel plus ténu avec les marques, à une recherche avant tout du rapport qualité prix. Avant 35 ans, 55% se sentent attachés à au moins un assureur, alors que c'est le cas de 84% des personnes âgées de 65 ans et plus qui ont un historique relationnel plus important.

L'intention de rester fidèle à son assureur est de moins en moins ancrée dans le comportement des Français. Alors que 72% des interviewés affirment avoir envie d'être fidèles à leur assureur, un Français sur quatre (26%) n'en a pas l'intention.

La hausse des prix des contrats (69%) serait la principale cause de changement d'assureur, notamment dans le contexte tendu de la hausse des prix actuelle, suivie de l'insatisfaction (ex : mauvaise gestion de sinistres par le passé, pas d'écoute client...).

"Les assureurs se tournent aujourd'hui vers leurs prestataires comme Eloquant ou Efficacy pour les aider à mettre en place des processus qui répondent aux attentes de leurs clients. Les clients sont volatiles, les dernières réglementations facilitent les départs vers une concurrence féroce et accrue. En lançant cette étude, nous voulions une vue de cette réalité pour les accompagner dans cette réflexion et les aider à affiner leur stratégie vers plus de fidélité", déclare Laëtitia Baret, Directrice du Positionnement de la marque chez Efficacy.