

LA VOIX DES CONSOMMATEURS

FAITS, CHIFFRES ET QUESTIONS SOUS-JACENTES À LA CONSOMMATION – PAR COMPARIS.CH



2 Franchises à option
Les assurés
sont fidèles >

Abaisseraient
leur franchise
28%



3 Blocage des contrats
La hausse des coûts
menace >



4 Prix en chute
Les discounter
lâchent du lest >

EDITORIAL

Voici le premier numéro de la « Voix des consommateurs ». C'est un concentré de chiffres, de faits et de questions sous-jacentes à l'actualité de la consommation.

Ses articles seront basés sur l'observation des marchés, des études et des collectes de données. En effet, grâce à son site internet, comparis.ch est le témoin quotidien des décisions des consommateurs, de leurs choix comme de leurs refus, et de leur volonté d'économiser de façon intelligente.

Le cap suivi n'en est pas moins clair : Comparis est tout entier dédié au « consumer empowerment ». Nous voulons créer la transparence sur les marchés et fournir des outils décisionnels aux consommatrices et consommateurs. Mais de bons outils requièrent des conditions générales adaptées. La « Voix des consommateurs » souhaite donc informer les décideurs, et les hommes et femmes politiques, que ces conditions générales intéressent.

La « Voix des consommateurs » posera quatre fois par an un regard neuf sur des questions qui seront aussi sujettes à controverse. Parce qu'elle souhaite faire place aux diverses opinions et susciter des discussions constructives. Je serai heureux de connaître vos réactions sur ce premier numéro.

Richard Eisler
richard.eisler@comparis.ch

LES SUISSES, UN PEUPLE TOURNÉ VERS LES ÉCONOMIES

En Suisse, 9 personnes sur 10 trouvent qu'économiser est une bonne chose en soi et ce ne sont pas là que des paroles en l'air – surtout par temps de crise. Enquête.

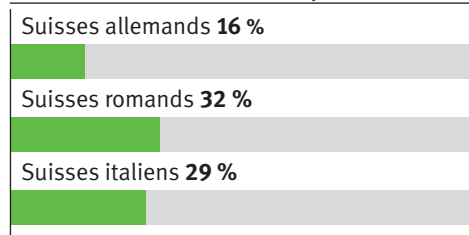
Gabi Lämmler



Economiser sur son alimentation, cela veut dire bien regarder et comparer

La crise économique laisse derrière elle des traces plus profondes en Suisse romande et italophone que dans le reste du pays. Ainsi, un Suisse italien ou romand sur trois a indiqué économiser davantage que l'année passée, contre un Suisse allemand sur six. Les familles épargnent plus aujourd'hui que dans les années fastes.

Combien économisent en temps de crise ?



GRAPHIQUE / SOURCE : COMPARIS.CH

Cette enquête représentative a été réalisée, pour la deuxième fois, à l'occasion de la Journée mondiale de l'épargne, le 31 octobre, par l'institut Demoscope. Une enquête précédente avait été menée en 2008. Les résultats de l'étude de cette année montrent que les Suisses sont un peuple d'économistes. 93 % des personnes interrogées, ressentaient le terme « économiser » comme plutôt positif, contre 92 % en 2008.

Environ 87 % des personnes interrogées appartenaient à la catégorie dite des « consommateurs avertis » : ceux qui comparent toujours (40 %), ou parfois (47 %), le rapport qualité-prix des produits quotidiens comme l'alimentation. Symptôme de la crise économique : il y a un an, ils étaient seulement 35 % à toujours comparer le rapport qualité-prix des produits. >

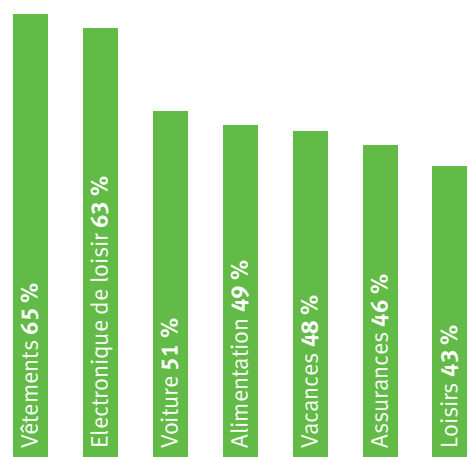
Economies sur le nécessaire et les extras

Les femmes comparent davantage le prix et la qualité des produits que leurs homologues masculins. Et si les familles sont nettement plus attentives au rapport qualité-prix que les personnes qui vivent seules ou en couple, c'est qu'elles ont des budgets plus serrés. Les familles se restreignent davantage de façon générale. L'enquête montre aussi que plus les personnes sont jeunes, et moins elles sont attentives aux prix. Dans la tranche d'âge des 18 – 30 ans, seulement 33 % comparent toujours le rapport qualité-prix, contre 46 % chez les plus de 60 ans.

Sur quoi économisent les Suisses et les Suissesses ? Sur les vêtements d'abord (65 %), puis sur l'électronique de loisir (63 %) et la voiture (51 %). Ensuite les restrictions portent sur les vacances (48 %), les assurances (46 %), les loisirs (43 %) et l'alimentation (49 %).

Alors, est-ce que Aldi et Lidl ont leurs chances en Suisse ? Pour la plupart des consommateurs, économiser sur l'alimentation signifie d'abord acheter en promotion (75 %). Les familles surtout, profitent volontiers des actions. Mais il existe aussi d'autres moyens de dépenser moins pour son alimentation : acheter des produits moins chers (comme par exemple les lignes premiers prix des grandes enseignes ou des discounter) (45 %), faire ses achats chez un discounter (26 %), acheter moins de produits de luxe ou bio (26 %) et moins de viande (26 %). La question de la viande divisent manifestement les ménages : si 30 % des femmes se déclarent prêtes à acheter moins de viande pour réduire leurs dépenses, les hommes ne sont que 20 %.

Les Suisses économisent sur...



GRAPHIQUE / SOURCE : COMPARIS.CH

LES ASSURÉS SONT FIDÈLES À LEUR FRANCHISE

La majorité du Conseil National veut rendre les assurés ayant une franchise à option captifs de leur caisse et de leur franchise pendant plusieurs années. Pour la première fois, des chiffres montrent que cette mesure lutte contre un problème fictif.

Jonas Grossniklaus



FOTO : ISTOCKPHOTO.COM

En optant pour une franchise élevée, les assurés prennent davantage leurs propres responsabilités. Cela doit contribuer à réduire les dépenses de santé. En contrepartie, ils bénéficient d'un rabais pouvant aller jusqu'à 50 %. Mais ces derniers temps, l'état s'est resserré de plus en plus autour du système des franchises. Ainsi, cet été, le Conseil fédéral a abaissé le plafond du rabais autorisé pour les franchises à option. Conséquence : les primes des franchises élevées augmenteront de façon supérieure à la moyenne l'an prochain. Et lors de sa session d'automne, le Conseil national a décidé de bloquer sur trois ans les contrats des assurés ayant une franchise élevée, l'objectif étant d'empêcher les assurés de jouer au yoyo avec leur franchise. La majorité du Conseil national reproche en effet à ces assurés-là d'abaisser leur franchise au minimum légal lorsqu'ils s'attendent à d'importantes dépenses de santé, et de la remonter ensuite. Toutefois, la décision du National n'empêche pas seulement de changer de franchise, mais aussi de caisse en général. Il est d'ailleurs à noter que la commission de santé publique du Conseil des Etats a ramené à deux ans, au lieu de trois, le blocage des contrats décidé par le Conseil national ; mais a maintenu l'interdiction générale de changer de caisse.

Jusqu'à présent, les caisses maladie n'avaient présenté aucune donnée démontrant que les assurés abusaient du système en modifiant sou-

vent leur franchise. Une enquête représentative fait aujourd'hui la lumière sur ce point, pour la première fois.

Les abuseurs de franchise n'existent pas

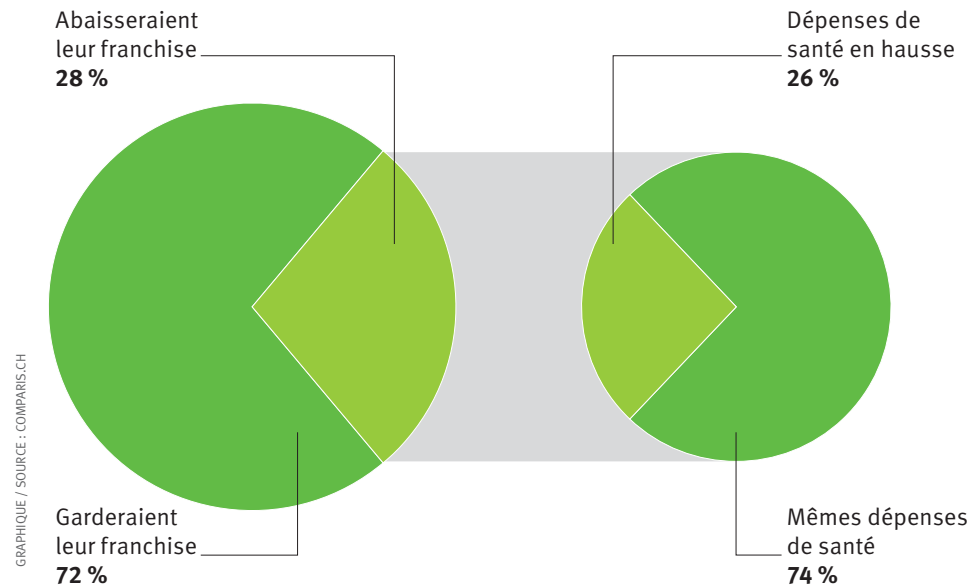
Sur 1222 personnes interrogées, seulement 2 % ont déclaré avoir abaissé une fois leur franchise parce qu'elles anticipaient des dépenses de santé, et l'avoir remontée une fois guéries. Et 0,2 % de plus avaient repoussé des soins nécessaires, afin de pouvoir abaisser leur franchise auparavant. Sachant que les franchises à option existent depuis 1987, la proportion des assurés à avoir sciemment changé de franchise pour minimiser leurs dépenses, s'exprime donc en pour mille.

En d'autres termes : les 3,5 millions d'assurés à avoir opté pour une franchise élevée se comportent de façon responsable et solidaire. La caisse Helsana l'a d'ailleurs confirmé à la NZZ am Sonntag, suite à une demande de sa part. Les chiffres des cinq dernières années attestent que 90 % des assurés ont conservé la même franchise ou qu'ils ont glissés petit à petit vers une franchise plus élevée. Le porte-parole d'Helsana a également affirmé à la NZZ am Sonntag que pratiquement aucun assuré n'avait abaissé sa franchise pour la rehausser ensuite. Il est donc visible que les contrats bloqués luttent contre un phénomène fictif.

LE BLOCAGE DES CONTRATS MENACE DE FAIRE EXPLOSER LES COÛTS

Le blocage des contrats pour les assurés ayant une franchise élevée pourrait avoir un impact financier inverse à celui escompté. En effet, plus d'un quart de million d'assurés se rabattraient alors sur la franchise minimale et iraient plus systématiquement chez le médecin.

Jonas Grossniklaus



Blocage des contrats : réaction des assurés ayant une franchise élevée

comparis.ch a voulu savoir comment réagiraient les assurés qui ont une franchise élevée si, à l'avenir, ils ne pouvaient plus changer de franchise et de caisse maladie pendant trois ans : 28 % ont déclaré qu'ils se rabattraient alors sur la franchise minimale.

Il serait tout à fait compréhensible que les assurés se replient sur la franchise de base parce qu'un blocage de leur contrat les mettrait à la merci des caisses maladie. Et celles-ci pourraient alors assainir leurs finances sur leur dos, en diminuant les rabais accordés aux franchises élevées pendant la durée du contrat. Ce qui ferait grimper les primes des franchises à option de façon supérieure à la moyenne, comme cette année, sauf que les assurés n'auraient plus la possibilité de changer de caisse.

Contrats bloqués, consultations en hausse

Une faible franchise est toujours synonyme de primes élevées. A leur tour, celles-ci inciteraient clairement les assurés à consommer davantage de prestations médicales. Parmi les personnes interrogées qui se rabattraient sur la franchise de base, une sur quatre a indiqué que, quitte à payer plus cher, elle irait plus systématiquement chez le médecin ou à l'hôpital (cf. graphique).

LES ARGUMENTS EN FAVEUR DES CONTRATS BLOQUÉS RESTENT FLOUS

En extrapolant à la population toute entière le nombre de ceux qui abaisseraient leur franchise et qui iraient ensuite davantage chez le médecin ou à l'hôpital, on arrive à plus d'un quart de million d'assurés qui augmenteraient alors leurs dépenses de santé. On parle ici d'assurés qui, ayant une franchise à option, ont fait preuve jusqu'à présent d'une grande responsabilité et ont peu pesé sur les finances des caisses maladie. Le blocage des contrats s'avère ainsi être une très mauvaise mesure contre la hausse des dépenses de santé. Il reste aux assurés à espérer que les deux chambres fédérales reviennent sur leur décision.

Alternatives plus favorables

L'effet, présumé réducteur de coûts, pourrait alors de se muer en accélérateur des coûts. Les arguments en faveur des contrats bloqués restent flous. U. Schwaller, président de la commission de santé publique du Conseil des Etats, évoquait une amélioration de la visibilité à moyen terme pour les caisses maladie. Mais

d'autres options permettraient aussi d'atteindre cet objectif. Heinz Locher, économiste de la santé, propose ainsi des mesures incitant les assurés à rester plus d'un an auprès de la même caisse. « On peut imaginer des incitations comme des primes fixes ou une formule limitant les augmentations ». L'amélioration de la visibilité serait alors acquise pour les deux parties et les dépenses de santé pourraient diminuer.

En octobre, la Conseillère socialiste aux Etats, Simonetta Sommaruga, a aussi évoqué un compromis possible devant Blick.ch : laisser aux assureurs le soin de décider eux-mêmes s'ils veulent bloquer les franchises plus élevées plusieurs années de suite ou pas. Ce qui permettrait aux assurés d'opter pour la solution qui leur conviendrait le mieux. •

Fluctuation des franchises à option

FAITS

Blocage des contrats rejeté par la majorité

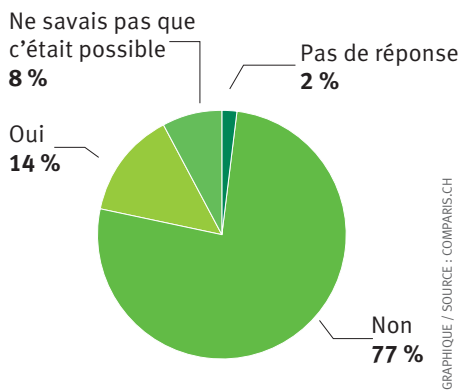
Entre fin septembre et début octobre, l'institut Demoscope a réalisé un sondage auprès de 1 222 personnes résidant en Suisse romande, italophone et alémanique.

Les personnes interrogées ont clairement rejeté la décision du Conseil national de bloquer les contrats sur trois ans : seulement 15 % approuvaient leur création contre environ 60 % de désapprouvateurs. Ce blocage sur trois ans ne soulève donc pas seulement l'opposition des assurés directement concernés, ceux qui ont une franchise à option. 60 %, cela signifie qu'une nette majorité des assurés à avoir la franchise de base se prononce également contre le blocage des contrats sur trois ans. •

En Suisse, les cartes de crédit ne méritent pas leur nom

En Suisse, seulement 14 % des titulaires d'une carte de crédit paient la facture de leur carte en plusieurs fois tandis que 77 % la paient toujours en une seule fois. C'est le bilan d'une enquête représentative menée par comparis.ch en collaboration avec l'institut GfK. En Suisse, environ 60 % des particuliers ont au moins une carte de crédit. La crise n'a pas encore vraiment eu d'impact sur leurs habitudes : 10 % concèdent utiliser moins souvent leur carte qu'auparavant, contre 82 % qui s'en servent tout autant. (läm) •

Payez-vous souvent la facture de votre carte de crédit en plusieurs fois ?



Taux hypothécaires toujours très bas

Pour les propriétaires immobiliers, les taux d'intérêt ont plaisamment évolué en 2009 : depuis le début de l'année, les taux sont restés exceptionnellement bas. Ainsi, le Baromètre des Hypothèques de comparis.ch, publié trimestriellement, montre que les hypothèques à taux fixe sur 5 ans n'étaient qu'à 2,6 % et celles sur 10 ans à 3,5 % au troisième trimestre 2009. Il n'est donc pas étonnant que ce soient les plus demandées : 87 % des emprunteurs souhaitent en souscrire une au troisième trimestre. Les crédits à taux variable ou plus spécifiques n'intéressent pas les propriétaires immobiliers en ce moment. (läm) •



Pour en savoir plus :

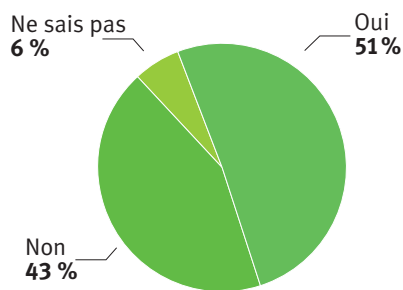
www.comparis.ch/voix-des-consommateurs

Un comparatif de Comparis, et les discounter baissent leurs prix !



« Comme casseur de prix, Lidl devra repasser » : le discounter allemand a réagi suite à l'affirmation du Sonntags Blick, fin septembre, selon laquelle il n'était pas moins cher que ses concurrents, ou alors seulement de très peu. Cette affirmation s'appuyait sur un comparatif de comparis.ch portant sur 40 produits de marque vendus par Migros, Coop, Denner, Spar et Lidl. Bilan fin d'octobre : Lidl a baissé ses prix sur plus de 50 articles et Denner, tout comme Coop, lui a emboîté le pas pour certains produits de marques. Les consommateurs ne peuvent que se réjouir de ces baisses de prix. (läm) •

Qui place de l'argent sur son troisième pilier ?



Épargner de soi-même pour ses vieux jours – qui le fait ? Qui verse de l'argent sur son troisième pilier et combien ? Une enquête représentative montre que 57 % des personnes interrogées se sont constituées un troisième pilier tandis que 38 % n'en ont pas.

En dépit de la crise économique, 51 % des personnes interrogées verseront quand même de l'argent cette année sur leur troisième pilier tandis que 43 % ne le feront pas. Raison principalement évoquée : le manque de moyens, structurel ou conjoncturel. (läm) •

Changer de caisse maladie en ligne est nettement moins onéreux

L'émission 10vor10 de la télévision suisse du 2 novembre a analysé ce que coûtait un assuré qui changeait de caisse. Son comparatif indiquait clairement que Comparis était une façon bon marché de changer de caisse. En effet, lorsqu'un assuré appelle une caisse, un collaborateur doit traiter sa demande : cela coûte donc environ 100 francs à la caisse. Passer par un courtier revient encore plus cher. Chez Comparis, le processus est entièrement automatisé : la caisse reçoit les données de l'assuré au complet, ainsi que ses desiderata, ce qui fait baisser les coûts. Comparis a d'ailleurs voulu savoir ce que les consommateurs feraient si les sites de comparaison venaient à disparaître. 54 % contacteraient aussitôt les caisses par téléphone, ce qui ferait à nouveau fortement augmenter les coûts de migration entre les caisses, tout comme le temps qu'y passeraient les assurés. (chs) •

Au sommaire du prochain numéro

TÉLÉPHONIE MOBILE : FACTURES TROP SALÉES ?



Inondés d'offres, les consommateurs s'y retrouvent de moins en moins et l'opacité règne plus que jamais en matière de téléphonie mobile. Alors, êtes-vous abonnement ou prépayé ? Forfait ou option ? Quel produit convient à quel type de consommateur ? Depuis 2002 et dans le cadre d'enquêtes de consommation, comparis.ch fait régulièrement une estimation du montant que les Suisses pourraient payer en moins. Bilan complet dans notre prochaine édition. •

EDITEUR

comparis.ch
Stampfenbachstrasse 48
CH-8006 Zurich
© 2009 comparis.ch

REDACTION

Richard Eisler, Jonas Grossniklaus,
Gabi Lämmli, Christian Schmelter

VERSION FRANÇAISE

Magali Delamarche
Téléphone : +41 (0)44 360 52 62
Fax : +41 (0)44 360 52 72
www.comparis.ch/voix-des-consommateurs
redaktion@comparis.ch