

Lancement de Mutuelle.fr : 1er comparateur de budget santé sur Internet

Ce dossier de presse a été réalisé avec la participation de :

- **Patrick Julien**, Président de Mutuelle.fr
- **Marie Content**, Directrice générale de Mutuelle.fr
- **Jean-Baptiste Capgras**, gestionnaire de la santé, chercheur à l'Institut de Formation et de la Recherche sur les Organisations Sanitaires et Sociales et leurs Réseaux (IFROSS), maître de conférences à l'Université Lyon 3
- **Frédéric Thu**, consultant, correspondant informatique et liberté

Contacts presse :



www.ljscope.com

Nathalie Garnier

Tel : 01 45 03 89 95

Courriel : n.garnier@ljcom.net

Maryam De Kuyper

Tel : 01 45 03 89 94

Courriel : m.dekuyper@ljcom.net

Ce 1^{er} comparateur de budget santé est à découvrir sur :
<http://mutuelle.fr>

Les mutuelles partenaires Mutuelle.fr
sont situées dans la France entière et dotées d'une forte proximité régionale



SOMMAIRE

< MUTUELLE.FR : UNE SITE PAS COMME LES AUTRES

pages 4 - 6

La mutuelle : une entreprise pas comme les autres qui trouve sa place sur le web

Mutuelle.fr évalue, simule, compare et informe

< UN CONTEXTE SOCIO ECONOMIQUE QUI REND LES MUTUELLES ENCORE PLUS NECESSAIRES

pages 7 - 8

< UNE RELATION UNIQUE ET QUALITATIVE AVEC L'INTERNAUTE

page 9

I - MUTUELLE.FR : UN SITE WEB PAS COMME LES AUTRES

1/ La mutuelle : une entreprise pas comme les autres qui trouve toute sa place sur le web

Les mutuelles sont les plus anciennes formes de solidarité face au risque de la maladie. Tout au long de leur histoire, elles ont su évoluer avec le progrès social, en particulier avec la création de la Sécurité sociale. Aujourd'hui encore, elles jouent un rôle fondamental pour assurer la protection santé la plus complète à la majorité des Français.

En effet, pour les assurés, il existe un « reste à charge » après remboursement de la sécurité sociale, en augmentation continue depuis plusieurs années, qui impose la couverture du risque santé par une complémentaire. Pour environ 59 %¹ des Français actifs, elle est réalisée plus ou moins complètement par un contrat lié à leur emploi et négocié par leur entreprise. Les autres doivent recourir à une complémentaire individuelle. Il s'est ainsi créé un marché qu'ont investi de nombreuses entreprises d'assurance, issues du secteur privé. Face à cette évolution, les mutuelles réaffirment leurs valeurs.

Le but des mutuelles est l'entraide et non le profit

Comme toute entreprise, elles doivent préserver leur équilibre financier et de préférence dégager un excédent. Mais celui-ci ne sert en rien à rémunérer des actionnaires. Il est investi dans des actions destinées à améliorer la santé de leurs adhérents et à maintenir leur marge de solvabilité.

Les mutuelles sont des sociétés de personnes, et non de capitaux. C'est là leur grande particularité. Leur but est l'entraide, et non le profit. Elles ne font aucune sélection à l'entrée, notamment sur les antécédents médicaux et sur l'âge. Elles sont responsables devant l'assemblée générale de leurs adhérents et non devant un conseil d'administration des actionnaires. Elles sont régies par le Code de la mutualité.

De plus, leur action ne se limite pas au remboursement des soins non couverts par l'Assurance maladie. Nombre d'entre elles contribuent à l'offre de soins en proposant leurs propres structures. Elles facilitent l'accès aux soins en promouvant le tiers payant et la pratique de tarifs raisonnables. Elles favorisent la bonne santé par leurs actions de prévention et d'information.

Mutuelle.fr : une relation directe entre les mutuelles et les consommateurs

« Internet s'est révélé comme une formidable opportunité d'améliorer le service rendu aux consommateurs. Nous nous sommes rapidement rendu compte que les interfaces de comparaison proposées étaient très centrées sur les prix et trop peu explicites sur les garanties. Par ailleurs, elles créaient un véritable écran entre les consommateurs et les mutuelles. » souligne Patrick Julien, directeur de la mutuelle Miltis à l'origine de Mutuelle.fr. Le concept de base de Mutuelle.fr repose sur une association de partenaires mutualistes pour offrir à l'internaute un espace de présentation et de comparaison de leurs offres. *Nul doute que cette dynamique nous permettra de faire bouger les lignes en matière de comparaison d'offres santé et de faire rayonner le modèle mutualiste »* ajoute Patrick Julien.

Ce projet s'articule ainsi autour de 4 principes fondateurs :

¹ Dernière publication de l'IRDES (juillet 2012).

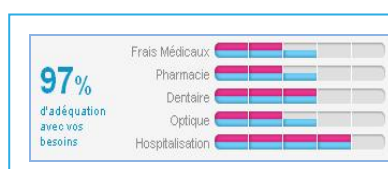
Une visualisation claire pour simuler les remboursements et le reste à charge et comparer les offres proposées

Pour faciliter sa démarche, l'internaute a la possibilité de suivre en un clin d'œil le niveau de couverture de chaque garantie, en adéquation avec ses besoins sur les 5 postes principaux : frais médicaux, pharmacie, dentaire, optique, hospitalisation, par le biais d'un graphique d'adéquation des besoins et des remboursements offerts par la garantie (en rose, les besoins exprimés, en bleu, le niveau de remboursement de la mutuelle).

De la même façon, un simulateur de « reste à charge » distingue le montant des remboursements et les sommes restant dues, de façon contextualisée et géolocalisée, en s'appuyant sur les situations les plus courantes (ex : consultation de pédiatre à dépassement d'honoraires d'une mère de famille parisienne ou pose d'une couronne dentaire à Marseille pour un célibataire de 30 ans).

Enfin, le consommateur doit aussi pouvoir comprendre les différences de remboursement et les raisons des écarts de prix entre les différentes offres, et pour chacune d'elles avoir une estimation précise de son reste à charge.

Mutuelle.fr propose un module interactif de simulation personnalisée incluant une série de postes de dépenses. Au final, le consommateur connaît à l'euro près le montant des remboursements par les différentes offres et celui de son reste à charge. Il ne lui reste plus qu'à choisir, en toute clarté, celles qu'il aura sélectionnées et contacter par l'intermédiaire du site la ou les mutuelles concernées, et seulement elles.



En rose, les besoins exprimés

En bleu, le niveau de remboursement proposé par la mutuelle

Informier et aider l'internaute à répondre aux questions sur sa santé

Mutuelle.fr n'est pas seulement un site comparateur amélioré. Il est plus que cela car, fidèle à la tradition mutualiste, il propose divers services d'aide au consommateur : calcul de l'aide éventuelle pour acquérir une complémentaire santé (ACS), espace actualisé de conseils pour préserver sa santé, explicitation du parcours de soins, orientation sur ameli-direct pour choisir son praticien en toute clarté tarifaire.

De plus, des rubriques d'information centralisent les questions que l'internaute est susceptible de se poser, recensant conseils pratiques - « Ma santé, mode d'emploi », « Astuces pour dépenser moins » -, et dossiers d'actualité sur le fonctionnement de la sécurité sociale et de la mutuelle, sur la prévoyance et le bien-être.

« Fondé sur une logique de confiance et de transparence à long terme avec les consommateurs », explique Marie Content, il leur propose un nouveau modèle de relation sur Internet. »

II - UN CONTEXTE SOCIO ECONOMIQUE QUI REND LES MUTUELLES ENCORE PLUS NÉCESSAIRES

La protection assurée par l'Assurance maladie française est réputée une des meilleures au monde. Mais le nouveau contexte économique est en train de changer la donne. Quelques exemples illustrent cette évolution.

Un système de remboursement complexe

Les dépassements d'honoraires se sont élevés à 2,5 milliards d'euros en 2010. Ils ont doublé en 20 ans⁴. Ils sont très hétérogènes en fonction des spécialités médicales (les plus concernées sont la chirurgie, l'ORL, l'ophtalmologie et la gynécologie) et des régions (les niveaux les plus élevés concernent principalement les départements de la région parisienne, des Alpes Maritimes, du Rhône et de l'Alsace). Mais il existe également une grande variabilité de tarifs pour une même spécialité dans un même département. Les dépassements d'honoraires n'étant pas remboursés par l'Assurance maladie et l'étant de manière très variable par les complémentaires, cela renforce la difficulté d'accès aux soins pour les populations les moins favorisées.

Le déremboursement de médicaments est un problème complexe. Sa mise en œuvre est compliquée et reste mal comprise pour les usagers du système de santé.

Une évolution des comportements face à la santé

Les Français font volontiers appel aux médecines « douces » (homéopathie, acupuncture, ostéopathie). Mais elles ne sont que rarement ou pas du tout remboursées par l'Assurance maladie et plus ou moins bien prises en charge par les complémentaires.

Les soins optiques et dentaires ne bénéficient que d'une très faible prise en charge par l'Assurance maladie, alors qu'ils sont indispensables pour donner les meilleures chances de bonne santé et de qualité de vie.

Aujourd'hui, la part des soins non couverte par l'Assurance maladie représente 40 % des frais en ambulatoire et 10 % des frais hospitaliers⁵, ce qui représente souvent une somme importante en cas d'hospitalisation longue (par exemple, en soins de suite). L'accès à une complémentaire santé n'est donc pas un luxe mais une nécessité.

Une complémentaire santé sous-utilisée

Environ 59 %⁶ des Français actifs sont couverts par un contrat lié à leur emploi et négocié par leur entreprise. Les autres doivent recourir à une complémentaire individuelle : salariés des entreprises qui n'ont pas les moyens ou le désir d'acquérir une complémentaire collective, salariés de nombreuses très petites entreprises, salariés n'appartenant pas aux groupes professionnels ciblés par leur entreprise pour bénéficier d'une complémentaire collective, retraités ayant perdu le bénéfice de la complémentaire de leur entreprises, personnes en recherche d'emploi ou n'ayant jamais accédé au marché de l'emploi, travailleurs indépendants, fonctionnaires.

Pour les ménages les plus modestes, qui représentent une part importante de cette population, l'accès à une complémentaire santé a été facilité par la création de la CMUc⁷ et de l'ACS⁸. Pourtant de nombreux ayant droits n'y ont pas recours. Dans un cas, l'effort financier pour cotiser peut représenter une part trop

⁴ Assurance maladie. Point d'information du 17 mai 2011. Médecins exerçant en secteur 2 : une progression continue des dépassements d'honoraires, la nécessité d'une réforme structurelle du système.

⁵ DREES. Comptes de la santé 2010. Cité par Les Assurances maladie, Que sais je ? 2012.

⁶ Dernière publication de l'IRDES (juillet 2012).

⁷ Couverture Maladie Universelle Complémentaire

⁸ Aide à l'acquisition d'une couverture maladie complémentaire

importante du budget du ménage, malgré l'aide apportée. Dans l'autre, le dispositif est complexe, d'où l'intérêt d'un simulateur sur mutuelle.fr permettant à l'internaute de vérifier s'il y a droit et pour quel montant.

De nombreux ménages dépassent le plafond nécessaire pour obtenir ces aides, même de peu. *« Il existe un renoncement à l'acquisition d'une mutuelle et un renoncement aux soins (notamment optiques et dentaires) dans de larges proportions pour les catégories moyennes et basses de l'échelle sociale en termes de revenus »,* explique Jean-Baptiste Capgras, chercheur à l'IFROSS (Institut de formation et de recherche sur les organisations sanitaires et sociales et leurs réseaux).

« Inversement, ajoute-t-il, certaines personnes se surprotègent, notamment pour l'optique, dépensant annuellement plus pour se couvrir que ce qui est couvert ! » C'est ce double constat qui l'a fait plaider au sein du groupe d'experts de mutuelle.fr pour une évaluation précise et indépendante du coût et des remboursements de chaque offre.

La surtaxation des mutuelles : un reste à charge supplémentaire exerçant des effets à long terme

Reste que les complémentaires santé sont soumises à la récente augmentation de leur taxation, passée de 2,5 à 7 %. Pour les mutuelles, qui n'opèrent aucune sélection dans le choix de leurs bénéficiaires, c'est évidemment une contrainte forte. *« La mesure ne peut aboutir qu'à une augmentation des cotisations, explique Jean-Baptiste Capgras. En définitive, ce sont bel et bien les consommateurs qui paieront : leur reste à charge n'augmentera peut-être pas pour tel ou tel soin, mais il augmentera inéluctablement sur leur période de vie, puisque ce sont leurs cotisations qui assurent l'équilibre financier des mutuelles. »*

III – UNE RELATION UNIQUE ET QUALITATIVE AVEC L'INTERNAUTE

Le respect de la loi Informatique et libertés

Dès la phase de conception, les créateurs de mutuelle.fr ont tenu à ce que le futur site soit parfaitement en règle avec la loi Informatique et libertés, dans son texte comme dans son esprit. Pour cela, elle a fait appel au cabinet Cilex, spécialisé en assistance aux entreprises sur la maîtrise de leurs obligations en matière de protection des données personnelles. Suivant le projet depuis le début, Frédéric Thu, juriste du cabinet, a d'emblée mis en garde contre la collecte d'informations personnelles telles que numéro de téléphone, adresse postale ou courrielle. *« La loi spécifie qu'un site ne peut collecter des données personnelles que si elles sont strictement nécessaires à l'accomplissement de sa finalité », explique-t-il. Ce qui n'est pas le cas pour un comparateur de mutuelles, puisqu'elles sont totalement inutiles pour établir une première comparaison. »*

Il ajoute : *« D'ailleurs, la loi est en accord avec les attentes des consommateurs. Beaucoup donnent de faux renseignements pour être certains de préserver leur anonymat. C'est logique. Imaginez que vous soyez obligés de décliner votre identité avant d'entrer dans une grande surface de vente, puis de laisser vos coordonnées pour avoir des renseignements sur ce que vous voulez éventuellement acheter ! Même dans le bureau d'un courtier en assurances il est possible de rester anonyme. S'abstenir de demander les données personnelles de l'internaute est une originalité paradoxale de mutuelle.fr : c'est le fonctionnement normal de n'importe quelle surface marchande, sauf sur internet ! »*

Un site répondant à un fonctionnement marchand normal

Pour Frédéric Thu, la collecte des données personnelles correspond à un modèle économique dépassé : la constitution de très grosses bases de données afin de lancer de larges campagnes de prospects, voire de les revendre. *« Les internautes redoutent à juste titre d'une part, d'être sollicités de manière abusive, d'autre part, de favoriser le piratage de leurs données. Quel est le niveau de protection de ces bases ? Dans quelle mesure garantissent-elles la confidentialité ? »* Pour lui, le modèle inauguré par mutuelle.fr est celui de l'avenir : fondé sur la qualité des relations avec les consommateurs et non sur la quantité de visiteurs.

Il est très probable que ce modèle soit rapidement conforté par l'évolution de la législation européenne en la matière. Une révision est attendue pour 2013, comportant un renforcement de la protection des internautes et une aggravation majeure des amendes encourues par les sites contrevenants.

La garantie de l'anonymat

La garantie de l'anonymat est une des principales nouvelles attentes de l'internaute consommateur. Ce dernier subit la contrainte de devoir laisser ses coordonnées personnelles s'il souhaite obtenir la moindre information en retour, avec pour résultat d'être longtemps dérangé par téléphone ou par mail par plusieurs sociétés qu'il n'avait pas forcément sollicitées.

Sur mutuelle.fr, les renseignements demandés portent uniquement sur les éléments nécessaires pour construire des offres et les comparer. Par exemple, il est demandé le code postal (très utile pour évaluer les dépassements d'honoraires), mais pas l'adresse. Mutuelle.fr est le seul comparateur à offrir cette garantie d'anonymat et de confidentialité.

Le consommateur ne livre ses coordonnées que pour obtenir un devis personnalisé auprès d'une ou de plusieurs mutuelles clairement identifiées. Pour favoriser le dialogue entre elles et lui, mutuelle.fr propose un module de « questions-réponses » qu'il peut adresser directement à la ou les mutuelles concernées, qui s'engagent à lui répondre dans les 24 heures. Il peut aussi laisser un avis sur une mutuelle ou sur un de ses produits.