

Démarchage téléphonique : « Les assurances paient pour les mauvais élèves d'autres secteurs »

Adoptée à l'Assemblée nationale, la nouvelle proposition de loi sur le démarchage téléphonique risque de bouleverser le mode de distribution de plusieurs courtiers. Philippe Saby, directeur général de Solly Azar, revient pour *l'Argus de l'assurance* sur les conséquences pour les intermédiaires et alerte sur les risques pour les consommateurs.

Benjamin Chabrier

13 mars 2025 \ 09h43

🕒 2 min. de lecture

💬 Réagir →



Philippe Saby est directeur général de Solly Azar depuis 2015.

Argus de l'assurance : Récemment, une proposition de loi sur le démarchage téléphonique a été adoptée à l'Assemblée nationale. Quelle est votre réaction ?

Philippe Saby : Ce texte vise plusieurs secteurs comme la rénovation énergétique, les fournisseurs d'énergie, les opérateurs Internet et l'assurance. En ce qui nous concerne, le démarchage téléphonique touche principalement la distribution d'assurances santé individuelles, souvent destinées aux seniors. Nous comprenons que le démarchage excessif soit perçu comme intrusif, mais l'assurance est une profession réglementée, avec déjà de nombreuses contraintes encadrant cette

P.S. : Les courtiers qui pratiquent la vente à distance ont investi dans des systèmes de contrôle, des enregistrements, des superviseurs qualité. La loi impacte tout le secteur des assurances alors que les abus proviennent principalement d'autres industries. En clair, les assurances paient pour les mauvais élèves d'autres secteurs d'activité.

Quelles conséquences prévoyez-vous ?

P.S. : La prospection va être fortement réduite. Les courtiers spécialisés en mutuelles santé devront s'appuyer sur des contacts qualifiés en opt-in, ce qui augmentera leurs coûts. Moins de leads signifie une hausse des prix et une remise en question du modèle économique de la vente à distance.

Comment Solly Azar anticipe-t-il ces changements ?

P.S. : Chez Solly Azar, nous avons adopté un modèle basé uniquement sur l'opt-in, via des référencement payants et des comparateurs qui garantissent un consentement explicite. Nos partenaires courtiers, eux, vont devoir revoir leur stratégie, ce qui risque d'impacter l'accès à l'assurance santé et de réduire la concurrence, ce qui n'est pas un bon signal pour les consommateurs.

Quelles alternatives auraient été plus appropriées ?

Cette loi pourrait-elle favoriser d'autres formes de prospection ?

P.S. : A la question de savoir si cette loi pourrait favoriser d'autres formes de prospection, la réponse est oui. On pourrait assister à un retour du porte-à-porte et des réseaux de distribution salariés. Ces méthodes, délaissées car coûteuses, pourraient redevenir attractives si le télémarketing devient trop complexe.

Quel message souhaitez-vous faire passer ?

P.S. : Il faut stabiliser la réglementation et ne pas sanctionner indistinctement un secteur qui a déjà fait des efforts. Les courtiers sont mandatés pour trouver les meilleures solutions d'assurance pour leurs clients. Plutôt que de multiplier les lois, faisons appliquer celles qui existent et concentrons-nous sur les réels abus.

SÉLECTIONNÉ POUR VOUS



Pour Allianz France, un développement qui passe par le courtage [¶](#)

Planète CSCA : la campagne pour la présidence est lancée [¶](#)

L'assurtech de la semaine : Kase, la boîte à outils des courtiers [¶](#)

SUR LE MÊME SUJET

Démarchage téléphonique : l'Assemblée nationale vote pour le consentement préalable du consommateur

Démarchage téléphonique : la charge des députés pour durcir le dispositif

Base de la **jurisprudence**

Abonnés

Accéder à la base de **2263 décisions** sélectionnées par la rédaction depuis plus de 10 ans