

ACCROCHES PUBLICITAIRES POUR ASSURANCES ANIMALIÈRES

L'assurance santé pour animaux est en plein essor en France puisqu'elle est encore méconnue par de nombreux consommateurs (contrairement à d'autres pays européens plus en avance sur ces prestations).

VETO-MUTUALISTE.FR sait accrocher l'attention du consommateur souhaitant protéger son compagnon domestique des aléas de santé (maladie ou accidents). Mais, cet intitulé est en fait exploité par **YAC (YES ANOTHER COMPANY)** dont l'activité est de commercialiser des « leads » (en quelque sorte un kit d'informations sur l'identité d'un consommateur et son projet immédiat) aux courtiers et assureurs.

Première astuce : Présenter l'opération publicitaire comme un recrutement quantifié de consommateurs : « Nous recherchons 100 propriétaires d'animaux chien ou chat ». Le quota fixé engendre inconsciemment une réaction psychologique face à un sentiment provoqué de pénurie (sous-entendu : 100 et pas plus).

Deuxième astuce : Utiliser les formulations « mutuelle chien/chat » dans le visuel et « mutuelle vétérinaire » dans le texte d'accompagnement. Le terme de « mutuelle » fait automatiquement penser au régime Sécurité sociale + complémentaire santé. Pour un animal domestique, il s'agit d'une assurance privée, et c'est tout !

Troisième astuce : Présenter comme « Nouveauté pour les propriétaires de chiens et de chats » une assurance qui existe sur le marché depuis au moins 40 ans.

La tarif mensuel de 15 € qui est annoncé dans le visuel n'est pas unique : le barème sera différent en fonction de l'âge de l'animal et, surtout, des garanties souscrites.

Le remboursement « jusqu'à 100 % » est une belle formulation pouvant être interprétée par le consommateur comme une prise en charge à 100 %. Or, cette hypothèse concernera les soins vétérinaires classiques (visite, vaccins...) – s'ils sont inclus dans le contrat souscrit - et non pas les soins plus lourds (intervention chirurgicale), sauf options surenchérisant la cotisation mensuelle.

Les courtiers apprécient cette niche d'assurance car la relation commerciale est souvent facilitée par la connivence entre le client et son animal de compagnie. Du reste, la première demande de renseignement, écrite ou téléphonique, consiste à obtenir le nom du chien ou du chat... Votre interlocuteur ne manquera pas de jouer sur cette corde sensible pour obtenir la souscription immédiate.

Prenez le temps de comparer les propositions écrites, notez les exclusions, prenez en compte le délai de carence, renseignez-vous sur l'évolution tarifaire prévisible.

INFO-ALERTE est une mise en garde hebdomadaire diffusée par le **Réseau anti-arnaques**, association partenaire de l'**UFC-Que Choisir**, BP 40179, 79205 PARTHENAY cedex (contact@arnaques-infos.org). Elle alimente la page Facebook du RAA.

SIRET : 503 805 657 00049

Reproduction autorisée sous réserve de mentionner l'origine.

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE** (president@arnaques-infos.org)