



# Analyse 2022 sur l'assurance de base des caisses maladie

Elisabeth Rizzi, cheffe du service de presse chez comparis.ch  
Roman Seiler, journaliste économique

Mai 2022

# En proportion, CSS et ÖKK ont gagné le plus d'adhésions en 2022

**Le Groupe CSS et ÖKK sont les caisses qui, après une baisse généralisée des primes, ont le plus gonflé les rangs de leur clientèle dans l'assurance de base en début d'année. Après avoir essuyé de lourdes pertes ces dernières années, le Groupe Mutuel a réussi à stabiliser son portefeuille. La possibilité pour les personnes assurées de consulter directement son médecin de famille et de bénéficier d'un accès rapide aux prestataires de services médicaux pèse largement plus que la télémédecine dans le choix du modèle d'assurance maladie par rapport à l'année dernière.**

Selon l'Office fédéral de la santé publique, la forte réduction des réserves des caisses maladie a entraîné une baisse moyenne des primes d'assurance de base de 1,4% en 2022. De nombreuses personnes assurées ont ainsi pu bénéficier d'un allègement sans changer de caisse, de modèle ou de franchise.

Dans ce contexte, plusieurs assureurs ont malgré tout réussi à gagner de nouvelles parts de marché. Tels sont les résultats de la nouvelle analyse de Comparis portant sur la clientèle des grandes caisses maladie suisses dans l'assurance de base.

## La CSS est toujours dans une dynamique de forte croissance

En tête de course, le groupe CSS a élargi sa base de 4,5%, ce qui représente 64 900 nouveaux contrats. Au 1<sup>er</sup> janvier 2022, il comptait 1 513 200 clientes et clients. Le Groupe repasse ainsi en position de leader du marché dans le domaine de l'assurance de base, devant Helsana.

Enregistrant une croissance de 4,3%, soit 7 000 nouvelles adhésions, ÖKK a également fortement progressé, et comptabilisait en début d'année 169 500 clientes et clients dans l'assurance de base.

« De plus en plus, la taille devient un avantage concurrentiel. » Felix Schneuwly

Avec une hausse de 3,7%, soit 54 000 nouvelles adhésions et un total de 1 504 000 contrats dans l'assurance de base, la caisse Helsana s'est hissée en deuxième position derrière la CSS.

Le Groupe Mutuel monte sur la troisième marche du podium selon les chiffres provisoires (non encore publiés dans le rapport annuel). Après l'hémorragie de ces dernières années, sa clientèle s'est stabilisée à 950 000 personnes.



«La forte croissance d'ÖKK est surprenante. La forte hausse des primes cet automne va intensifier le combat que se livrent les assureurs maladie pour gagner de nouveaux clients et empêcher les défections», commente Felix Schneuwly, expert Assurance maladie chez Comparis.

### Assura, Atupri et Concordia enregistrent des pertes

Parmi les grandes et moyennes caisses, c'est Assura qui laisse le plus de plumes. Elle a perdu 42000 de ses personnes assurées (qui se chiffraient à 901 000 au 1<sup>er</sup> janvier 2022), soit 4,5% de sa clientèle. Atupri enregistre une perte de 1% de sa clientèle (193 000 au 1<sup>er</sup> janvier 2022), et Concordia, de 0,9% (625 900 à la même date).

Figure 1 → Page 7

«Cette perte de clientèle s'explique par plusieurs raisons. Pour de nombreuses personnes assurées, le montant des primes a été et reste plus important que la qualité de service des assureurs ou que la prise en charge médicale dans les modèles d'assurance alternatifs», explique F. Schneuwly.

### Helsana enregistre la plus forte croissance de sa clientèle depuis 2017

Depuis 2017, le groupe Helsana est celui qui, proportionnellement, a le plus gagné en parts de marché, enregistrant une hausse de 31,5% de sa clientèle, soit 360 000 nouvelles affiliations. Au cours de la même période, le Groupe Swica a connu une croissance de moins de la moitié (à savoir 14,8%, soit 110 000 nouvelles affiliations). Avec une hausse de 13,7%, soit 182 400 adhérentes et adhérents de plus, le Groupe CSS se hisse à la 3<sup>e</sup> place du classement sur cinq ans.

Le Groupe Mutuel est la caisse qui a connu la plus forte érosion de sa clientèle à la fin de la dernière décennie, enregistrant une chute de 23,1% (-285 600). Dans ces conditions, il reste au bas du classement des caisses maladie de grande taille et de taille intermédiaire. Il est précédé d'Assura et de la CPT, dont le nombre d'adhésions a reculé de 9,8 et 5,3% respectivement (soit -98 000 et -20 000 adhésions). Le Groupe Mutuel et la CPT ont réussi à inverser la courbe l'automne dernier.

« La bureaucratie réglementaire croissante accélère le réajustement structurel plus que l'amélioration de la qualité de service. » Felix Schneuwly

«CSS et Helsana se livrent une course au coude-à-coude depuis cinq ans et prennent de l'avance sur la concurrence. La bureaucratie réglementaire croissante accélère le réajustement structurel plus que l'amélioration de la qualité de service. De plus en plus, la taille devient un avantage concurrentiel», explique l'expert Comparis.

Figure 2 → Page 7

C'est pourquoi le poids de Santésuisse, la plus grande des deux associations d'assurance maladie, diminue lui aussi. Leurs caisses les plus importantes ont enregistré 173 200 départs cumulés au cours des cinq dernières années. À l'inverse, la clientèle des quatre membres de Curafutura, à savoir CSS, Helsana, CPT et Sanitas, compte 581 900 membres supplémentaires depuis début 2017.



## Hausse significative des nouveaux modèles d'assurance alternatifs

L'enquête représentative complémentaire de Comparis réalisée auprès de 1038 personnes traduit une certaine stabilité dans le choix des modèles d'assurance. Moins de 30% des adultes en Suisse sont couverts par le modèle standard. Un peu plus de la moitié choisit le modèle du médecin de famille. À côté des produits classiques (médecin de famille, HMO et Telmed), les « autres » modèles d'assurance, souvent nouveaux, ont clairement le vent en poupe. Leur part est passée de 1,6% à 3,5% cette année.

### Figure 3 → Page 7

Quel est votre modèle d'assurance de base ?

« Si les nouveaux modèles alternatifs d'assurance sont souvent attractifs, c'est parce que les assureurs ne sont pas tenus, pendant les quatre premières années, de prouver à l'Office fédéral de la santé publique que les rabais qu'ils appliquent sur les primes correspondent à des économies de même niveau. Cet avantage incite les assureurs à lancer sans cesse de nouveaux MAA, mais il est rare qu'ils soient vraiment innovants », constate F. Schneuwly.

« Les assureurs lancent sans cesse de nouveaux modèles alternatifs d'assurance, mais il est rare qu'ils soient innovants. » Felix Schneuwly

## Les personnes affiliées au modèle Telmed choisissent le plus souvent la franchise maximale

### Figure 4 → Page 8

Répartition des franchises par modèle en 2022

Ce sont surtout celles et ceux qui optent pour un « autre » modèle d'assurance qui choisissent la franchise minimale de 300 francs, à savoir plus de la moitié (54,3%). Dans ce segment, la proportion de personnes ayant une franchise maximale de 2500 francs est la plus faible, se chiffrant à 11,4% seulement.

Les personnes assurées au modèle du médecin de famille sont les deuxièmes à opter le plus souvent pour la franchise minimale (47,5%). La part des personnes assurées au modèle standard est presque aussi élevée (46,8%). Parmi toutes les personnes assurées, celles ayant privilégié le régime Telmed sont près de la moitié (44,4%) à opter le plus souvent pour la franchise maximale.

« Celles et ceux qui souscrivent à la franchise maximale consomment très peu de prestations médicales. Le fait que ces personnes optent pour un modèle Telmed montre qu'elles ne craignent pas de tomber malades. Concernant le modèle du médecin de famille, c'est exactement le contraire », déclare F. Schneuwly.

## L'assurance standard, nettement plus populaire chez les personnes à faibles revenus et les jeunes

### Figure 5 → Page 8

Modèle standard: affiliations par niveau de revenu en 2022

Dans les 30% à peine de la population assurés au modèle standard, les bas revenus sont les plus représentés. Parmi les personnes dont le revenu mensuel brut du ménage est inférieur ou égal à 4000 francs, 34% choisissent le modèle standard sans rabais. Toutefois, cette proportion a chuté depuis 2021, année où elle s'établissait à 41,8%.

### Figure 6 → Page 8

Modèle standard: affiliations par tranche d'âge en 2022



**Figure 7 → Page 9**  
Répartition des personnes assurées au modèle standard en Suisse

De plus, les jeunes adultes de moins de 35 ans choisissent bien plus fréquemment que les personnes de plus de 56 ans le modèle standard (34,2% contre 26%).

### Les personnes âgées ou peu formées optent plus souvent pour le modèle du médecin de famille

**Figure 8 → Page 9**  
Modèle du médecin de famille par tranche d'âge en 2022

«La popularité du modèle du médecin de famille montre à quel point les personnes assurées sont attachées à une bonne prise en charge médicale de base et au contact physique avec leur médecin de famille», explique F. Schneuwly.

**Figure 9 → Page 9**  
Modèle du médecin de famille par niveau de formation en 2022

Le modèle du médecin de famille, largement répandu, est choisi par plus de la moitié des personnes de plus de 55 ans, tranche d'âge où il est sensiblement plus courant que chez les jeunes. Autre conclusion de l'analyse: les personnes peu ou moyennement qualifiées choisissent plus souvent ce modèle d'assurance alternatif que celles qui sont hautement qualifiées (48,7% contre 41,8%).

### Le modèle Telmed patauge

**Figure 10 → Page 10**  
Personnes assurées au modèle Telmed

Le modèle Telmed fait du surplace en 2022. «Tout le monde s'accorde à réclamer plus de numérique dans le système de santé, mais les passages au modèle Telmed se font extrêmement rares», observe F. Schneuwly. Seules 13,5% des personnes assurées ont opté pour la première consultation en ligne, un pourcentage quasiment identique à celui de 2021. Les jeunes sont beaucoup plus nombreux à choisir ce modèle. Que plus de 80% des moins de 35 ans optent pour d'autres modèles d'assurance en dit long.

**Figure 11 → Page 10**  
Modèle Telmed par tranche d'âge

### Accès direct au médecin de famille et obtention rapide de RDV, deux critères qui ont pris de l'importance

Le besoin croissant des personnes assurées d'obtenir rapidement et directement une aide personnelle va précisément à l'encontre du fonctionnement du modèle Telmed. En plus des primes d'assurance maladie basses, la possibilité de consulter directement son médecin de famille et l'obtention rapide de rendez-vous auprès d'autres prestataires de soins médicaux sont toutes deux citées comme des critères déterminants dans le choix du modèle d'assurance.

« Ce qui est surprenant, c'est que les jeunes, pour la plupart en bonne santé et à l'aise avec le numérique, n'économisent pas plus avec la franchise maximale et le modèle Telmed. »

Felix Schneuwly

**Figure 12 → Page 10**  
Critères du choix du modèle d'assurance maladie en 2022

En 2021, la faculté de pouvoir consulter directement son médecin de famille représentait un critère plutôt voire très important pour 79,3% des personnes interrogées. Cette année, cette proportion s'élève déjà à 85,7%. L'an passé, 81,4% des personnes interrogées jugeaient l'obtention rapide d'un rendez-vous chez le médecin plutôt voire très importante. En avril 2022, elles sont 84%.



### Figure 13 → Page 11

Consultation directe du médecin de famille  
(plutôt/très important)

Ce sont avant tout les personnes âgées de 56 ans et plus (88,3%) qui souhaitent avoir un lien direct avec le médecin de famille. La volonté d'un accès rapide aux prestataires médicaux est plus prononcée chez les femmes que chez les hommes (87,6% contre 80,4%).

### Figure 14 → Page 11

Obtention rapide d'un RDV chez un  
médecin/thérapeute/physiothérapeute  
(plutôt/ très important)

«La rapidité de la prise en charge médicale est considérée comme un graal en Suisse depuis des années. Les personnes assurées au modèle du médecin de famille apprécient qu'elle soit compatible avec le fait de garder leur médecin comme premier interlocuteur. Ce qui est surprenant, c'est que les jeunes, pour la plupart en bonne santé et à l'aise avec le numérique, n'économisent pas plus avec la franchise maximale et le modèle Telmed. Mieux que les produits Telmed purs, ce sont ceux qui donnent aux personnes assurées la liberté de choisir leur premier interlocuteur en cas de problème de santé. Selon la situation, il peut s'agir de la pharmacie ou d'un centre ambulatoire dans lequel exercent différents spécialistes», explique l'expert Comparis. ✓

#### Méthode

Comparis a interrogé les 13 plus grands assureurs maladie sur l'évolution de leur clientèle dans l'assurance de base de 2017 à 2022. Une enquête représentative a été réalisée par l'institut d'études de marché innofact pour le compte de comparis.ch auprès d'un échantillon de 1038 personnes issues de toutes les régions de Suisse. Ce sondage a eu lieu en avril 2022.



Figure 1

Assureur maladie	Effectif au 01.01.2021	Effectif au 01.01.2022	Évolution par rapport au 01.01.2021	Évolution par rapport au 01.01.2021 (en %)
Groupe CSS	1 448 300	1 513 200	+64 900	+4,50 %
Groupe Helsana	1 450 000	1 504 000	+54 000	+3,70 %
Groupe Mutuel*	950 000	950 000		
Assura-Basis SA	943 000	901 000	-42 000	-4,5 %
Groupe Swica	845 000	855 000	+10 000	+1,20 %
Groupe Visana	626 200	628 700	+2 500	+0,40 %
Concordia Assurance suisse de maladie et accidents SA	631 600	625 900	-5 700	-0,9 %
Groupe Sanitas	593 000	593 500	+500	+0,10 %
KPT Caisse-maladie SA	346 000	357 500	+11 500	+3,30 %
Groupe Sympany	204 400	206 600	+2 200	+1,10 %
Atupri Assurance de la santé	195 000	193 000	-2 000	-1,0 %
ÖKK Kranken- und Unfallversicherung AG	162 500	169 500	+7 000	+4,30 %
EGK Grundversicherungen AG	86 000	86 600	+600	+0,70 %

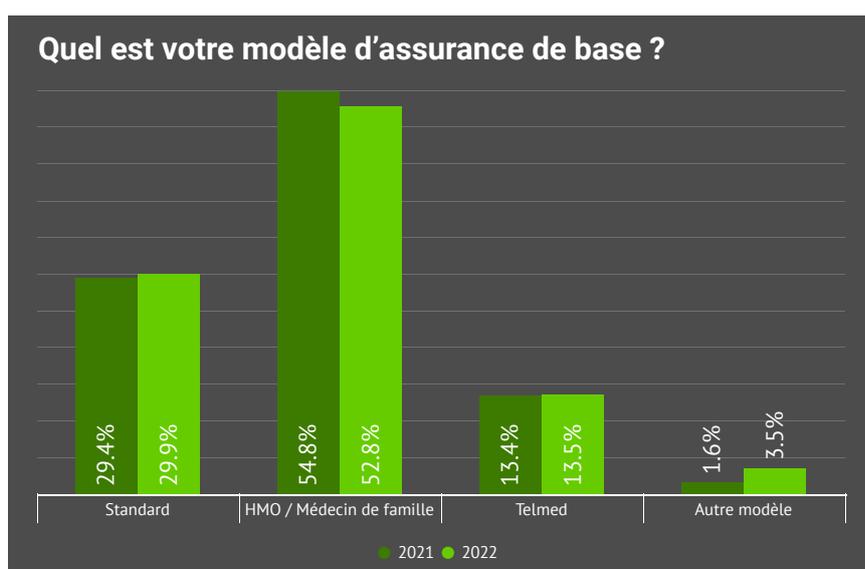
Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

Figure 2

Assureur maladie	Effectif au 01.01.2017	Effectif au 01.01.2022	Évolution par rapport au 01.01.2017	Évolution par rapport au 01.01.2017 (en %)
Groupe CSS	1 330 800	1 513 200	+182 400	+13,7 %
Groupe Helsana	1 144 000	1 504 000	+360 000	+31,5 %
Groupe Mutuel*	1 235 600	950 000	-285 600	-23,1 %
Assura-Basis SA	999 000	901 000	-98 000	-9,8 %
Groupe Swica	745 000	855 000	+110 000	+14,8 %
Groupe Visana	582 500	628 700	+46 200	+7,9 %
Concordia Assurance suisse de maladie et accidents SA	603 700	625 900	+22 200	+3,7 %
Groupe Sanitas	534 000	593 500	+59 500	+11,1 %
KPT Caisse-maladie SA	377 500	357 500	-20 000	-5,3 %
Groupe Sympany	183 600	206 600	+23 000	+12,5 %
Atupri Assurance de la santé	185 900	193 000	+7 100	+3,8 %
ÖKK Kranken- und Unfallversicherung AG	169 200	169 500	+300	+0,2 %
EGK Grundversicherungen AG	85 000	86 600	+1 600	+1,9 %

Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

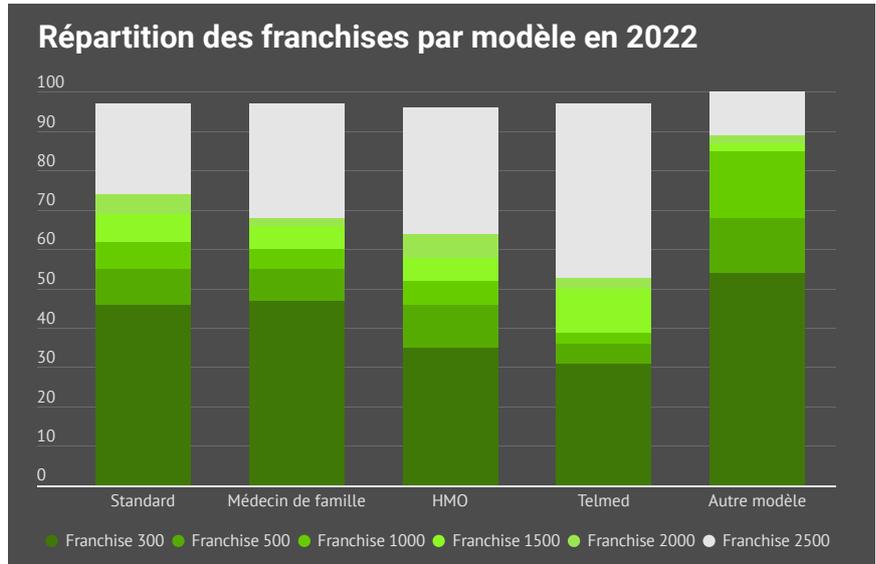
Figure 3



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

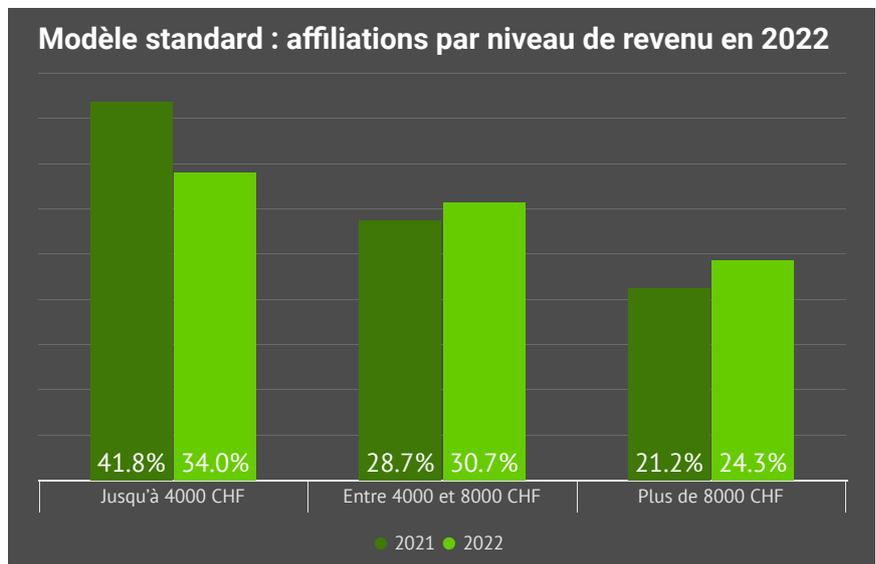


Figure 4



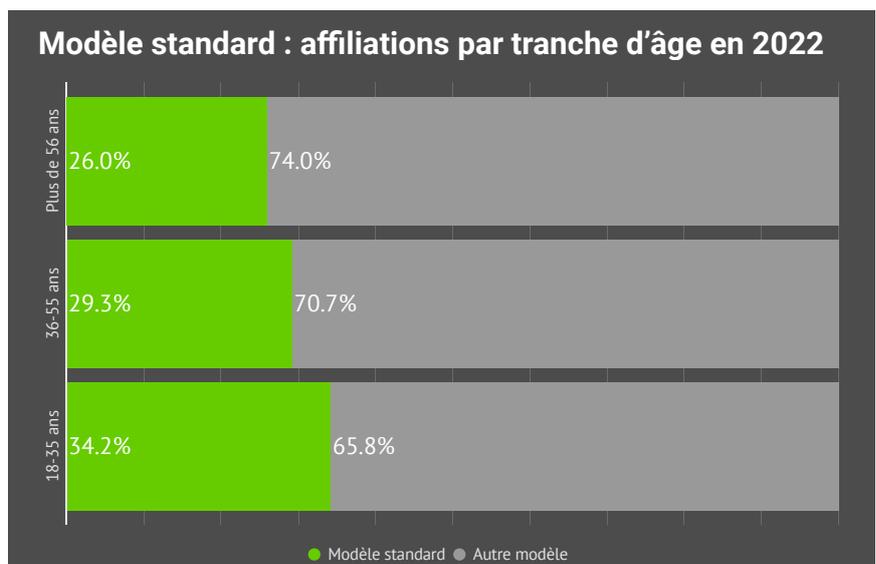
Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

Figure 5



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

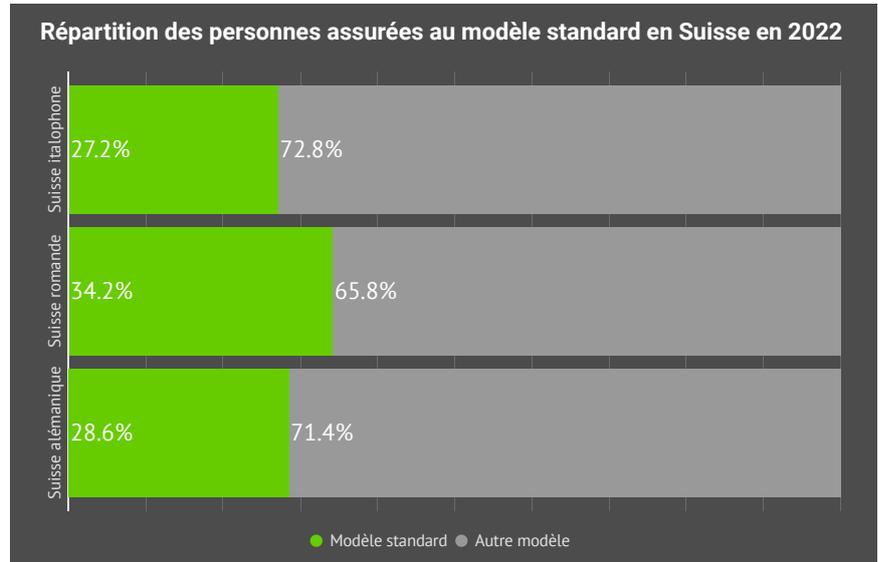
Figure 6



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

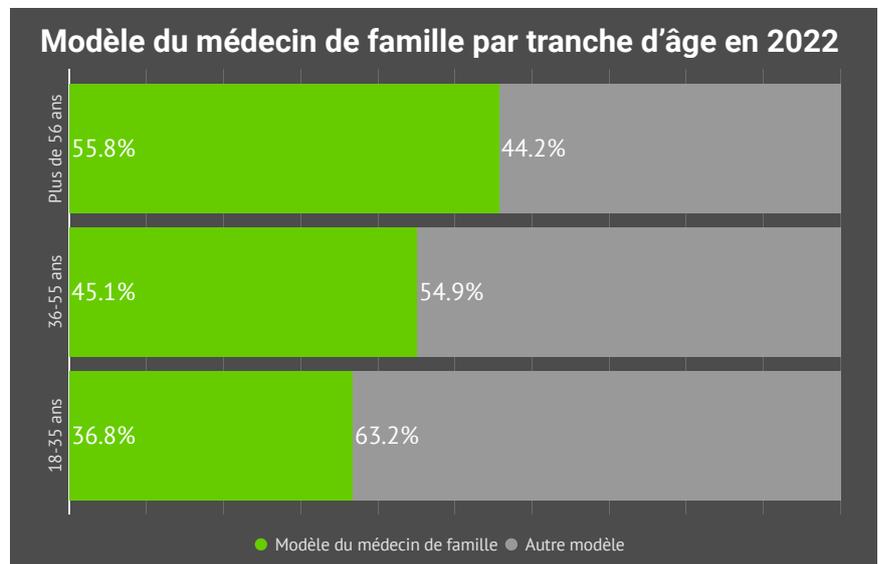


Figure 7



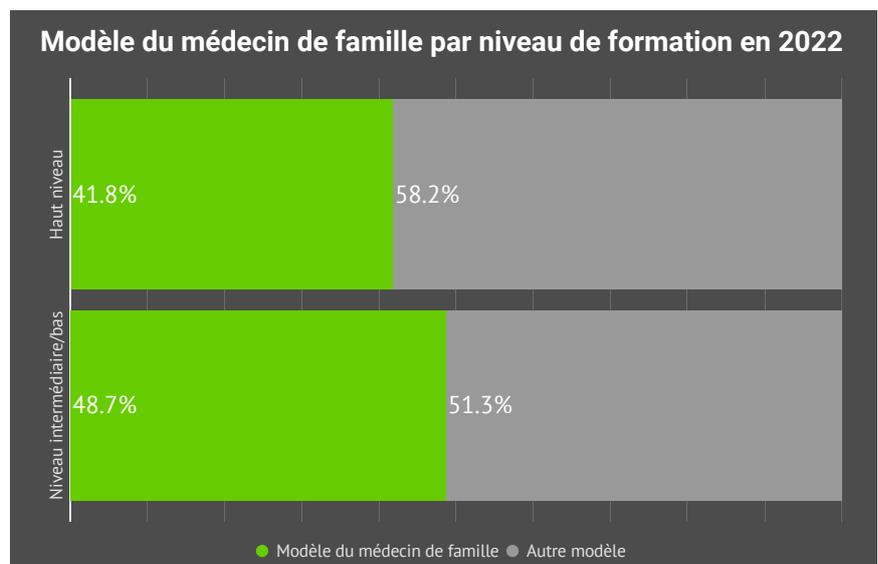
Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

Figure 8



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

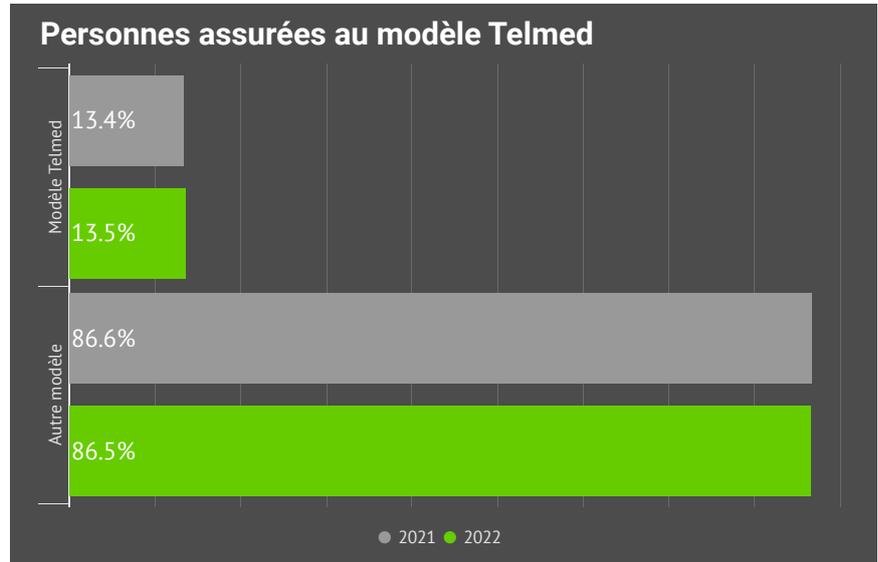
Figure 9



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

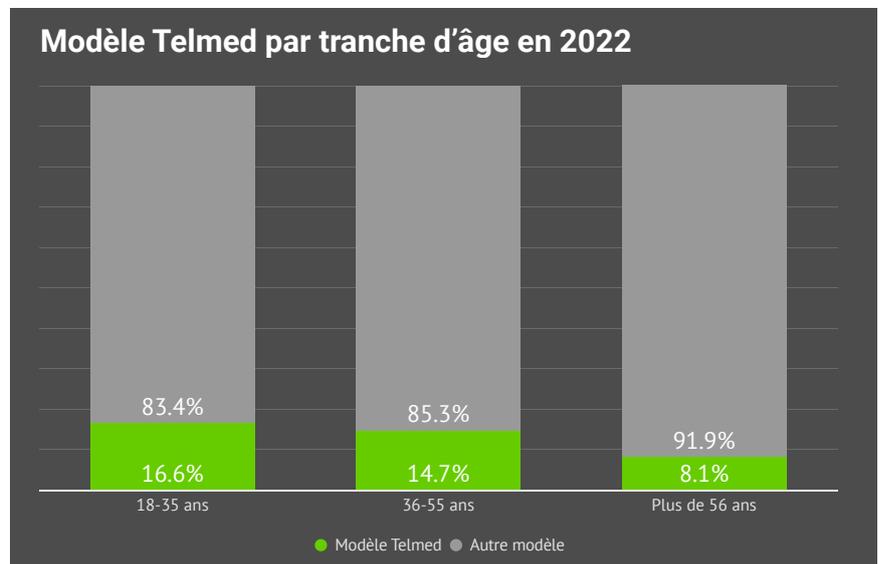


Figure 10



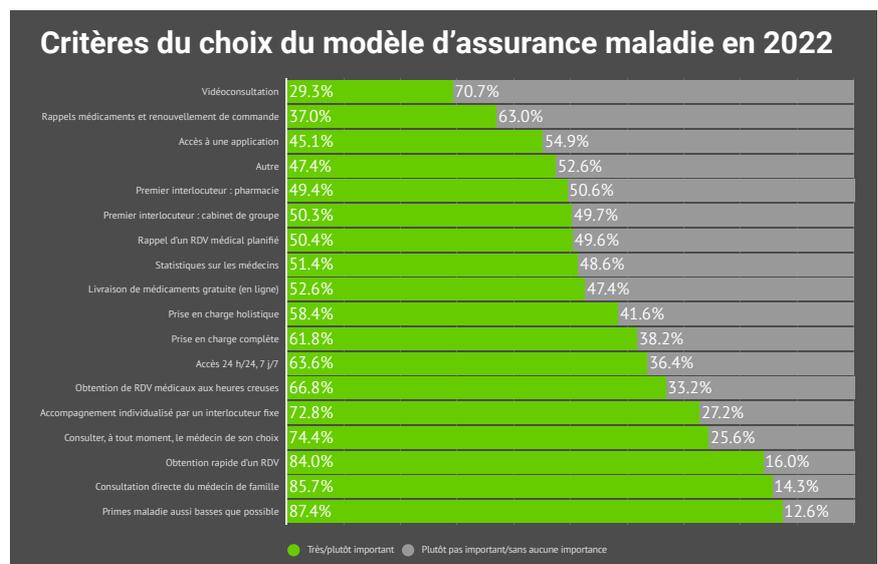
Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

Figure 11



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

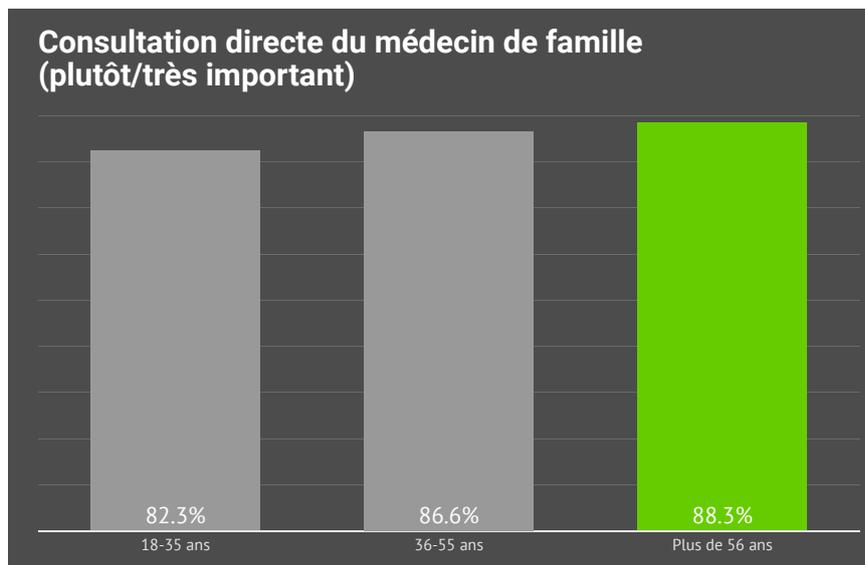
Figure 12



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

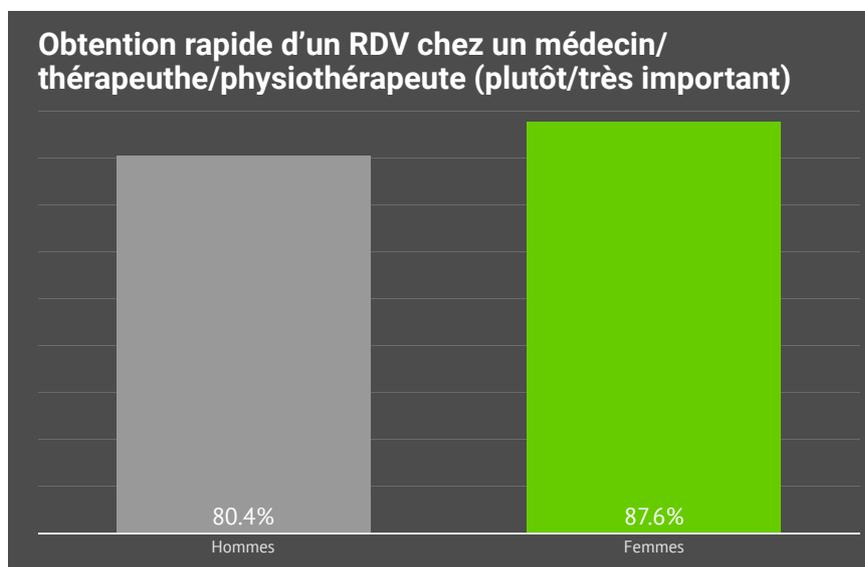


Figure 13



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie

Figure 14



Source: enquête comparis.ch/rapports annuels des assureurs maladie



## Informations complémentaires

### Felix Schneuwly

Expert Assurance maladie chez comparis.ch

Téléphone +41 (0)79 600 19 12

media@comparis.ch

comparis.ch

## À propos de comparis.ch

Avec plus de 80 millions de visites par an, comparis.ch compte parmi les sites Internet les plus consultés de Suisse. L'entreprise compare les tarifs et les prestations des caisses maladie, des assurances, des banques et des opérateurs de télécommunications. Elle présente aussi la plus grande offre en ligne de Suisse pour l'automobile et l'immobilier. Avec ses comparatifs détaillés et ses analyses approfondies, elle contribue à plus de transparence sur le marché. comparis.ch renforce ainsi l'expertise des consommatrices et des consommateurs à la prise de décision. Fondée en 1996 par l'économiste Richard Eisler, l'entreprise compte aujourd'hui plus de 175 collaboratrices et collaborateurs à Zurich.

The logo for comparis.ch features the word 'comparis.ch' in a green, lowercase, sans-serif font. A green checkmark is positioned inside the letter 'o'.