



ASSEMBLÉE NATIONALE

17ème législature

Frais de publicité des mutuelles : des abus qui pèsent sur le pouvoir d'achat
Question écrite n° 12376

Texte de la question

M. Alexandre Dufosset attire l'attention de Mme la ministre de la santé, des familles, de l'autonomie et des personnes handicapées sur une dérive du modèle mutualiste français, dont les pratiques s'éloignent de sa vocation sociale, au détriment des assurés et du pouvoir d'achat. Crées pour compléter la sécurité sociale selon un principe non lucratif de solidarité (cotiser selon ses moyens, être couvert selon ses besoins), les mutuelles subissent aujourd'hui une concurrence croissante qui les conduit à adopter des stratégies commerciales proches des assureurs privés : publicité, *marketing*, *sponsoring* et communication. Cette évolution paraît pourtant contradictoire avec le cadre légal, notamment l'article L. 111-1 du code de la mutualité, qui rappelle que les mutuelles doivent agir dans l'intérêt exclusif de leurs membres, en affectant prioritairement les cotisations aux soins, à la prévention et à l'action sociale. Or les données disponibles indiquent des frais de gestion élevés : selon la DREES, ils représentent 18,8 % des cotisations en 2024 (19,3 % en 2023), contre environ 4 % pour la sécurité sociale. Ces frais incluent aussi des dépenses d'acquisition (publicité, *marketing*, commercial) en hausse continue, estimées autour de 6,5 % des cotisations en 2024. Concrètement, près d'un euro sur cinq versé par un assuré ne finance pas les remboursements de soins. Certaines mutuelles dépassent 20 % de frais de gestion, tandis que le taux de redistribution en prestations est de 79 % en 2024, en baisse de deux points par rapport à 2023 et ce, dans un contexte de forte hausse des cotisations. Ainsi, les tarifs ont augmenté de 8,1 % en 2024, puis de 6 % en 2025. Le coût moyen d'une complémentaire santé atteint désormais environ 86 euros par mois pour un assuré individuel et se situe couramment autour de 240 à 250 euros par mois pour un couple de retraités. Il en résulte une double injustice : les assurés paient davantage tout en étant proportionnellement moins remboursés et financent des dépenses de communication sans réel bénéfice pour l'accès aux soins ou la prévention. Ces pratiques favorisent aussi les organismes les plus puissants, capables d'investir massivement en visibilité, au détriment des structures plus modestes. Cette situation met enfin en évidence les limites de la régulation actuelle : le code de la mutualité encadre le fonctionnement des mutuelles, mais sans préciser clairement le niveau et la nature des frais admissibles et sans transparence comptable suffisamment détaillée pour distinguer ce qui relève réellement de la santé et de la communication. Dans ce contexte, il lui demande si le Gouvernement envisage d'encadrer ou de limiter l'usage des cotisations pour des dépenses publicitaires afin de garantir qu'elles financent prioritairement les soins et la solidarité.

Données clés

Auteur : [M. Alexandre Dufosset](#)

Circonscription : Nord (18^e circonscription) - Rassemblement National

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 12376

Rubrique : Assurance complémentaire

Ministère interrogé : [Santé, familles, autonomie et personnes handicapées](#)

Ministère attributaire : [Santé, familles, autonomie et personnes handicapées](#)

Date(s) clée(s)

Question publiée au JO le : [27 janvier 2026](#), page 572