



## **Tendances Assurance 2018**

Au-delà de l'Insurtech, quel futur pour les assureurs ?

Mars 2018

# Contexte

## 7 forces redessinent le paysage concurrentiel de l'assurance



### Banalisation des coûts

Les assureurs adoptent de nouvelles technologies pour accélérer la marchandisation des facteurs de coût.

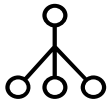
Mutualisation/ Externalisation/  
Automatisation



### Monétisation des données

Les assureurs commencent à développer différentes stratégies data pour s'engager sur la voie de la monétisation des données, ouverte par les entreprises technologiques.

Données dynamiques vs statiques/  
Données expériences/Partenariats



### Redistribution des profits

Les nouvelles technologies donnent naissance à de nouveaux types de bénéfices au sein et entre les chaînes de valeurs Assurance

Ruptures intra-chaîne de valeurs/  
Connexions inter-chaîne de valeurs/  
Connectivités technologiques



### Main-d'œuvre « bionique »

Les nouvelles technologies telles que l'Intelligence Artificielle annoncent de grands changements sur le plan des ressources humaines.

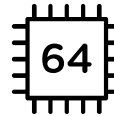
Interfaces IA/ Collaboration IA/  
Ressources humaines vs capacités



### Propriété de l'expérience client

Les distributeurs jouiront d'une position de force stratégique en tant que propriétaires de l'expérience client.

Marques distributeurs/Curation de  
produits/Contrôle des données



### Technologies d'importance systémique

Les assureurs quelle que soit leur taille, sont de plus en plus dépendants des moyens de grandes entreprises technologiques.

Infrastructure/ Données/  
Expérience digitale



### Émergence des plateformes

Les assureurs ont de plus en plus recours à des plateformes multi-services, qu'ils utilisent comme canaux de distribution et d'échange à travers le monde.

Plateformes digitales  
B2C/Plateformes B2B/Agrégateurs  
de données

# Nos 9 tendances pour l'assurance en 2018

## 3 grandes thématiques

## 9 tendances clés

### #1

Dans un environnement assurantiel en mutation, l'ensemble de la chaîne de valeurs est remis en question. Les assureurs doivent **s'adapter en s'associant avec les nouveaux acteurs** du marché et en investissant dans l'innovation.

# 1

• Évolution des modèles de consommation

# 2

• Remise en question de la responsabilité d'assurance

# 3

• Développement de partenariats

### #2

Les attentes des clients évoluent et les modèles de consommation se transforment. Pour répondre aux nouveaux besoins, les assureurs doivent **concevoir des produits sur mesure et développer la vente à la demande**.

# 4

• Emergence du « prosommateur\*»

# 5

• Micro-assurance

# 6

• Assurance adaptable/modulaire

### #3

Les assureurs sont passés à l'heure de la **Data**. Mais, si le nombre de **connexions entre assureurs et consommateurs** a augmenté, ces derniers sont aujourd'hui encore réticents à partager leurs informations personnelles.

# 7

• Propriété des données clients

# 8

• Facilité de connexion

# 9

• Rôle des assistants conversationnels

# #S'associer avec les nouveaux acteurs



## Évolution des modèles de consommation

Les clients s'équipent différemment en produits d'assurance. Certains adoptent des **canaux différents** (ex : achat en ligne ou mobile) et d'autres sont sensibles à de **nouveaux usages** telles que la micro-assurance ou l'assurance affinitaire.

### Wecover

La start-up Wecover (assurance automobile collaborative) propose aux assurés de leur créer un tarif en fonction de **critères affinitaires**. Femmes urbaines, amateurs de yoga, cyclistes... Les assurés rejoignent un groupe dont l'équipe estime qu'ils présentent peu de risques et qu'ils sont gage d'une conduite plus prudente. Ils obtiennent un tarif classique à la souscription et bénéficient d'un "cash-back" si à la fin de la période, ils n'ont pas eu d'accident. En prime, Wecover offre une application d'aide à la conduite et un système de déclaration des sinistres très intuitif.



La start-up Otherwise s'est associée à BeReglo (filiale Engie) pour offrir une assurance santé pour les micro-entrepreneurs permettant aux assurés de récupérer jusqu'à 50% des cotisations versées lorsque celles-ci n'ont pas été utilisées pour régler des prestations, grâce à une **mutualisation du portefeuille d'assurés par petits groupes**.<sup>1</sup>



## Remise en question de la responsabilité d'assurance

Le développement de la voiture autonome et de l'économie collaborative impacte le business model de l'assurance. La notion de responsabilité d'assurance des assureurs est transférée vers les **plateformes de distribution** et les **producteurs** (ex : Uber, Airbnb, Tesla). Ce changement de paradigme nécessite de nouveaux modèles d'engagement et de conception des produits d'assurance.

### Allianz

Allianz France lance une offre pour le marché de la **voiture semi-autonome** avec, entre autres, une garantie vol renforcée, une assistance adaptée ainsi qu'une protection juridique automobile étendue. Allianz anticipe ainsi l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché de l'assurance auto pour véhicules autonomes.<sup>2</sup>

1. <https://www.wecover.fr/> ; <https://otherwise.fr>

2. <https://www.allianz.fr/qui-est-allianz/espace-presse/2017/voitures-semi-autonomes-allianz-passe-a-la-vitesse-superieure/>

# #S'associer avec les nouveaux acteurs



## Développement de partenariats

L'émergence de nouveaux acteurs (**Insurtech, GAFA**) sur le marché a conduit à un accroissement des **partenariats** entre ces derniers et les assureurs/réassureurs afin de développer des expertises et contrer le potentiel de disruption. Et ce, notamment pour éviter la « cannibalisation » en termes d'offres de produit.



La start-up Moonshot-Internet et eBaoTech ont conclu un accord de partenariat pour industrialiser la distribution d'offres d'assurance et de services contextuels à destination d'une clientèle de sites marchands. Les solutions eBaoTech sont **intégrées dans les sites des e-commerçants via des interfaces de programmation (APIs)** et visent à améliorer l'expérience après-vente des clients grâce à une offre de services en temps réel en cas de sinistre.<sup>3</sup>



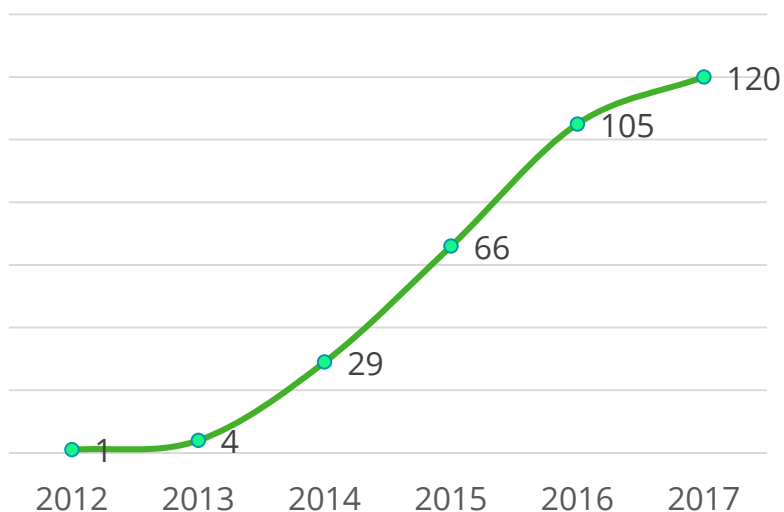
Axa France a conclu des partenariats avec **Uber, Deliveroo, Hopwork** pour couvrir les travailleurs indépendants sur ces plateformes.<sup>4</sup>

3. <https://www.moonshot-internet.com/>

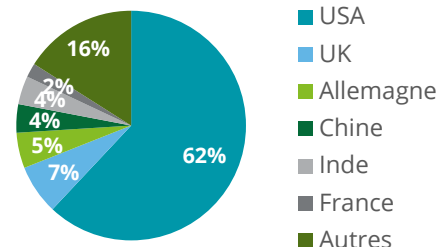
4. <https://www.axa.com/fr/newsroom/communiqués-de-presse/>

# #S'associer avec les nouveaux acteurs

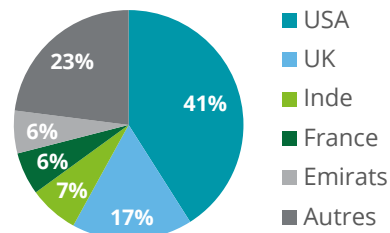
## Investissements dans les Insurtech par les (re)assureurs<sup>5</sup>



## 2012 - présent



## Q4 2017



## Enjeux clés à venir

**#1** Comment les assureurs vont-ils adapter la **conception** de leurs **produits** et de leur **tarification** dans un environnement omnicanal ?

**#2** Comment les assureurs vont-ils agir face à la baisse de leur **profitabilité** ?

**#3** Dans quelle mesure l'assurance sera-t-elle **include** dans le produit ou le service affilié ?

5. <https://www.willistowerswatson.com/en-HK/insights/2018/01/quarterly-insurtech-briefing-q4-2017>

# #Concevoir des produits sur mesure et à la demande

## Émergence du « prosommateur »



La distinction entre le consommateur et l'entreprise est rendue floue avec l'émergence du « prosommateur\* » : les consommateurs ont besoin de différents types de couverture s'adaptant à leurs multiples activités.

Les assureurs doivent dépasser la **séparation entre assurance personnelle et assurance professionnelle** pour répondre à ces nouvelles attentes des clients.



La plateforme de location de bateaux entre particuliers SamBoat s'est associée à la Maif pour assurer l'embarcation pendant la location via une **assurance sur mesure** : le propriétaire épargne ainsi son bonus en cas de dommage, **levant ses craintes à la mise en location.**<sup>6</sup>

## Micro-Assurance



Les Insurtech proposent des offres calibrées pour des risques plus « petits » (ex : couverture pour le téléphone portable) ou pour des durées plus courtes (ex : assurance contre le retard d'un vol). Cette tendance teste les limites de la conception de produits d'assurance et nécessite de développer une souscription **à la demande.**

## Slice

Avec Slice, l'assurance d'un chauffeur d'**Uber** n'est active (et donc facturée) que durant les courses qu'il effectue. Une fois le contrat souscrit, tout est automatisé et le chauffeur peut se concentrer sur sa conduite en ayant la tranquillité d'esprit de savoir que ses risques sont couverts.

De la même manière, un propriétaire mettant en location son appartement sur **Airbnb** ou **HomeAway** durant ses vacances peut souscrire avec Slice une assurance professionnelle couvrant les dates exactes de son absence.<sup>7</sup>

6. <https://www.samboat.fr>

7. <https://slice.is>

# #Concevoir des produits sur mesure et à la demande



## Assurance adaptable/ modulaire

Les consommateurs demandent de plus en plus **d'adaptabilité** et de **modularité** pour leurs assurances : adaptabilité géographique et au cas d'usage (ex : couverture pour des biens de grande valeur), pour différents modèles d'utilisation (ex : activer et désactiver facilement la couverture). Les assureurs devront personnaliser leurs offres standards pour rester compétitifs.

Deloitte a créé Franck, une solution digitale, pour assister les assureurs et courtiers spécialisés dans l'assurance des PME. La solution Franck permet de déterminer les zones de risques à couvrir et de construire un **assemblage personnalisé de garanties** pour une couverture optimale.



Couvrir le risque non couvert



Mieux couvrir le risque



Ajuster la couverture à l'optimal

## Exemple : écran d'illustration

**FRANK** BRASSER BROKERAGE | SAVE | ✓

**George Restaurant** ★★★★★  
111C Queen St E, Toronto, ON M5C 1S2, Canada | (647) 496-8275 | Visit website

### General Liability

[Back](#)

Rated a "must-have" for restaurants. Historical data suggests that similar establishments in the area are exposed to at least \$2 million in liabilities. Claims tend to go up during the snowy winter months.

The customer is number 1. A lot of things can happen to your customers while they're on your premises. Customers can get injured from slipping at the front door or from a display falling on them. Based on what we know about your restaurant, we recommend \$2 million in coverage.

Get coverage up to: **\$2,000,000**  
\$2,500 deductible | \$1,000,000 | **\$2,000,000** | \$5,000,000

Tell us more about your business and we could save you money.

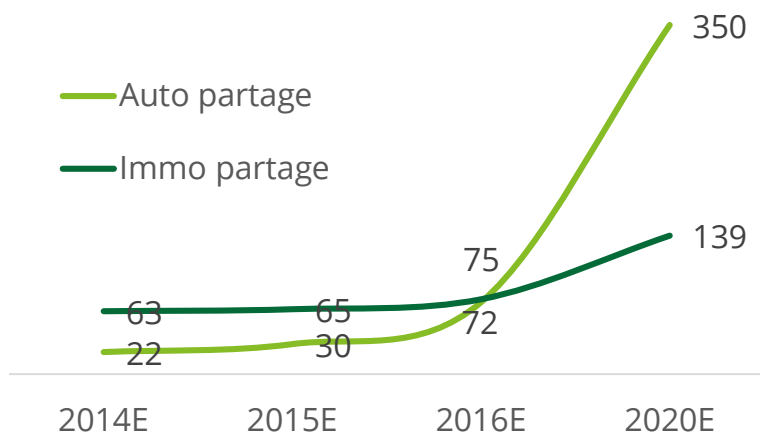
- Health Inspection Results**: 3 Pass, 0 Conditional Pass, 0 Closed
- How is delivery handled?**: Outsourced, **In-house**, None
- Are there catering services offered?**: **Yes**, No
- Is there outdoor seating?**: **Yes**, No
- Do you serve alcohol?**: **Yes**, No
- Estimated revenue over the past 12 months?**: \$1000000
- Number of employees**: 1
- What type of business?**: **Individual**, Partnership, Incorporated



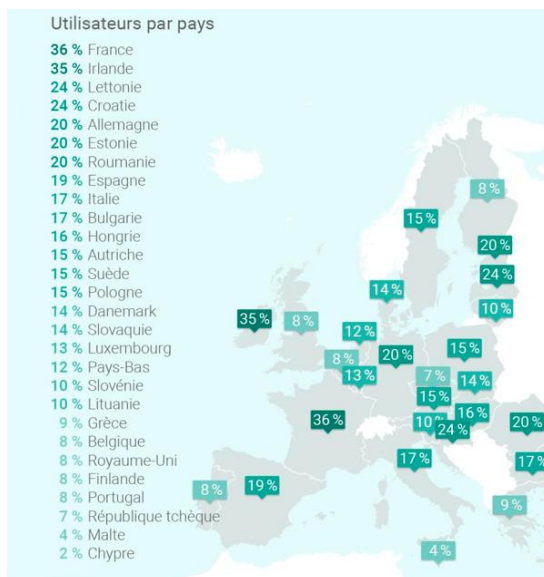
# #Concevoir des produits sur mesure et à la demande

## Chiffres clés :

Taille de l'économie collaborative dans le monde en md\$<sup>8</sup>



Répartition des utilisateurs en Europe<sup>9</sup>



## Enjeux clés à venir

**#1** Comment les assureurs vont-ils répondre à la **disparition de la distinction** entre assurance personnelle et assurance professionnelle au sein de leur organisation ?

**#2** La micro-assurance nécessite un plus **haut degré d'engagement** entre les clients et l'assureur : les clients sont-ils prêts à ce changement de paradigme ?

**#3** Comment le déploiement progressif de l'assurance adaptative va-t-il **affecter les relations** entre les clients et l'assureur ?

8. [https://newsroom.mastercard.com/eu/files/2017/06/Mastercard\\_Sharing-Economy\\_v7.compressed2.pdf](https://newsroom.mastercard.com/eu/files/2017/06/Mastercard_Sharing-Economy_v7.compressed2.pdf)

9. <http://www.europarl.europa.eu/news/fr/headlines/economy/20170428STO72971/infographie-le-poids-de-l-economie-du-partage-dans-l-union-europeenne>

# #Renouveler la relation client autour de la donnée



## Propriété des données clients

Le volume des données liées aux assurances connectées ayant fortement augmenté, les autorités régulatrices ont commencé à implémenter une **régulation sur la protection des données du consommateur**, mettant le contrôle et la gestion des données entre les mains du client. Aussi, dans certaines régions, le régulateur travaille directement avec les compagnies d'assurance pour assurer la sécurité des données collectées.

**CNIL**



En France, à l'issue d'une concertation réunissant 21 acteurs publics et privés dont la Fédération Française de l'Assurance (FFA), la CNIL a publié le **pack de conformité « véhicules connectés et données personnelles »**. Ce référentiel permet aux acteurs du secteur de se mettre en conformité avec le règlement européen sur la protection des données (RGPD).<sup>10</sup>



## Facilité de connexion

Pour simplifier le processus de l'assurance connectée et atteindre davantage de clients parfois hésitants, les compagnies d'assurance peuvent **s'associer avec les industriels** pour développer des produits connectés. Cette connexion demandera souvent l'accord du client avant d'être effective.



Michelin a mis en place un partenariat avec Prima Solutions pour développer une offre d'assurance Pay how you drive basée sur l'**analyse de la conduite** de l'assuré. Ce type de partenariat est encore peu développé en France, comparé à d'autres marchés.<sup>11</sup>

10. <https://www.cnil.fr/fr/vehicules-connectes-un-pack-de-conformite-pour-une-utilisation-responsable-des-donnees>

11. <https://www.prima-solutions.com/prima-solutions-a-capella-lien-ddi-entite-groupe-michelin-lancement-solution-dassurance-connectee-drive-safely-and-pay-how-you-drive/>

# #Renouveler la relation client autour de la donnée



## Rôle des assistants conversationnels

L'usage des assistants virtuels connaît un développement soutenu par Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft, collectant toujours plus d'informations sur leurs utilisateurs. Ces assistants pourraient devenir des **agents d'assurance virtuels** - les assureurs auront donc besoin de nouer des relations avec les grandes entreprises technologiques afin de pouvoir utiliser ces nouveaux canaux.



Au plus proche des propriétaires d'animaux, Fidanimo, l'expert en assurance santé animale, s'associe à PLAYBOTS, le spécialiste français des chatbots pour démocratiser l'assurance santé animale, en lançant le 1er chatbot dédié à l'assurance **sur Facebook Messenger** France.

Le Fid'Bot permet aux 30 millions d'utilisateurs mensuels de Facebook Messenger France de contribuer à la bonne santé de leur chien ou chat en demandant une couverture d'assurance santé animale sur mesure en moins de deux minutes.<sup>12</sup>

12. <https://www.fidanimo.com/article/chatbot-assurance-fidanimo-playbots/>

# #Renouveler la relation client autour de la donnée

## Chiffres clés :

Les Français préoccupés par la sécurité des données...

... et qui positionnent la sécurité comme le premier facteur d'adoption de nouveaux services



**60%** des Français affirment ne **pas être complètement rassurés** en ce qui concerne la **transmission d'information** sur Internet dans le domaine des services financiers.



**36%** des Français estiment que la **sécurité** est le critère qui les inciterait à adopter de nouveaux services Fintech/Insurtech

## La confiance est l'enjeu central pour lever les réticences <sup>13</sup>

### Enjeux clés à venir

**#1** Comment les assureurs vont-ils créer ensemble des **solutions standards de partage des données** ? Comment ces standards vont-ils différer au niveau international ?

**#2** Quel va être **l'impact de l'usage de la donnée** sur le niveau de prix de l'assurance ?

**#3** Quel va être l'impact du développement des assistants au sein d'**environnements fermés** (Siri, Alexa, Google) sur l'équipement assurantiel des clients ?

# Contacts



**Julien Maldonato**

Associé Conseil  
Industrie Financière



**Eric Meistermann**

Associé Conseil  
Industrie Financière



## A propos de Deloitte

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. DTTL (ou « Deloitte Global ») ne fournit pas de services à des clients. Pour en savoir plus sur notre réseau global de firmes membres : [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about). En France, Deloitte SAS est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés.

Deloitte fournit des services professionnels en audit & assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, juridique & fiscal et expertise comptable à ses clients des secteurs public et privé, quel que soit leur domaine d'activité. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du Fortune Global 500® companies à travers un réseau de firmes membres dans plus de 150 pays, et allie des compétences de niveau international à un service de grande qualité afin d'aider ses clients à répondre à leurs enjeux les plus complexes. Pour en savoir plus sur la manière dont nos 264 000 professionnels make an impact that matters (agissent pour ce qui compte), connectez-vous et échangez avec nous sur Facebook, LinkedIn ou Twitter.

© 2018 Deloitte SAS. Membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited

