

L'ASSURANCE SE DIGITALISE



relation client. C'est le cas des GAFAM, de leurs équivalents chinois les BATX et des startups. Les géants du numérique ont déjà commencé à s'attaquer au secteur financier avec les services de paiement et commencent à se pencher sur l'assurance. Pour autant, des gardes fous protègent encore les acteurs traditionnels du secteur : réglementation exigeante, poids des assureurs dans le financement des économies et des États, etc. Le modèle des assureurs repose par ailleurs sur un élément essentiel qui protège encore le secteur : la confiance. Mais pour combien de temps ?

Digital : quels changements pour le marché de l'assurance ?

Les Echos Etudes éditent une étude sur les conséquences du digital sur l'assurance. Les impacts sur les modes de consommation, les défis à relever pour les assureurs ainsi que les risques et opportunités créés par le digital sont les principaux axes d'analyse de cette nouvelle édition.

L'ensemble de la chaîne de valeur de l'assurance est bouleversé par le digital

Pour un secteur basé sur l'information comme l'assurance, l'essor des technologies liées au digital et l'explosion de la production de données constituent un enjeu d'une portée inédite. La technique assurantielle, jusqu'ici fondée sur une approche actuarielle du risque, devient obsolète alors que l'analyse comportementale grâce aux algorithmes s'affine. Mais ce sont bien tous les métiers des assureurs qui sont impactés. Les technologies numériques permettent par

exemple de réenchanter la relation client, en remettant l'assuré et ses besoins au centre des considérations. Au-delà des métiers, c'est l'offre des assureurs qui est bouleversée. Si les objets connectés, la voiture autonome ou encore les contrats basés sur la Blockchain vont très probablement réduire le chiffre d'affaires des assureurs, le digital crée aussi de nouvelles opportunités à saisir : assurance de l'économie collaborative, risques cyber, etc.

Une nouvelle concurrence se met en place

Sur un marché déjà très concurrentiel, une nouvelle révolution est aujourd'hui à l'œuvre. Alors que le digital et les nouvelles technologies prennent de plus en plus de place, les acteurs qui maîtrisent la collecte des données et les nouveaux outils (robotisation, intelligence artificielle, etc.) pourraient venir marcher sur les plates-bandes des assureurs et perturber la

Quelles stratégies pour les acteurs en place ?

Face au défi que constitue le digital et à l'arrivée de nouveaux acteurs, les assureurs peuvent adopter trois types de comportements. Les éclaireurs, à l'image d'Axa, de Maif ou d'Harmonie Mutuelle, embrassent la digitalisation en formant leurs salariés et en investissant massivement dans les startups innovantes. D'autres compagnies, plus attentistes, se recentrent sur leurs fondamentaux. Elles n'avancent que contraintes et forcées, à petits pas, vers la digitalisation. Aujourd'hui réservée aux startups, la disruption pourrait bientôt tenter certains assureurs, en difficultés, qui mettront en place des modèles radicalement innovants, basés sur la communauté et l'utilisation des nouvelles technologies. Quel que soit le comportement adopté par les entreprises du secteur, une chose est certaine, l'assurance est entrée dans une nouvelle ère...

80% des acteurs de l'assurance pensent que la disruption du secteur est probable

Source : Baromètre 2016 des décideurs de l'assurance, Eurogroup Consulting

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

QUELLE SERA L'ASSURANCE DE DEMAIN ?

01 Le digital : impact sur les modes de consommation, les modèles économiques et les organisations

L' évolution des modes de consommation

Les plateformes : nouveaux lieux de rencontre de l'offre et de la demande

02 Le digital, risques et opportunités pour l'offre assurantielle

État des lieux du marché de l'assurance

- > Données clés et contexte concurrentiel
- > Un marché rompu aux évolutions technologiques et à l'arrivée de nouveaux entrants
- > Le digital, une portée inédite sur la chaîne de valeur et sur la structure concurrentielle

Les principaux outils disruptifs pour l'assurance : objets connectés, Big Data, intelligence artificielle et Blockchain

L'impact de la digitalisation sur les principaux produits des assureurs : quelles conséquences pour la masse assurable ? Quelles évolutions de l'offre ?

- > L'assurance automobile face à la voiture connectée et bientôt autonome
- > Quel potentiel de la Smart Home pour l'assurance ?
- > L'e-santé : la santé de demain sera numérique

Nouveaux risques liés au digital, nouvelles opportunités

L'influence de la réglementation et le rôle de l'État

Cartographie de l'innovation dans l'e-assurance : initiatives des startups, GAFAM et assureurs

03 Les conséquences du digital sur les métiers de l'assureur

Les stratégies des assureurs

- > Les clés d'une digitalisation réussie
- > Les stratégies adoptées par les assureurs

L' évolution de l'organisation interne basée sur l'intelligence collective

- > L'entreprise libérée
- > Un fonctionnement transversal basé sur la confiance
- > Les outils au service de l'entreprise libérée
- > Incidences fonctionnelles sur les directions support

L' expérience client au centre de l'organisation de la distribution d'assurance

- > L'omnicanalité dans la distribution
- > La phygitalisation
- > L'assuré, acteur de la chaîne et l'écoute client

Vers un modèle d'agrégateur de services ?



L' AUTEUR Hélène MEZIANI

Expert du secteur : Banque-Finance-Assurance
hmeziani@lesechos.fr

"Depuis plus de 10 ans, nous suivons les problématiques des mondes de la banque, de la finance et de l'assurance. Notre objectif est d'analyser les stratégies et les innovations qui émergent dans ces secteurs. L'ensemble de notre démarche est basée sur la confrontation de l'analyse quantitative de l'offre et de la demande et l'étude qualitative des grandes mutations des modèles économiques alliant ainsi profondeur de l'analyse et précision des données."

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte SAIMAN tél. 01 49 53 89 41 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

Les EchosÉTUDES