



Assurer la mobilité

Évolution de la demande, adaptation de l'offre et nouvelles concurrences :
de l'assurance automobile à l'assurance de la mobilité

Une étude pour :

Disposer

de tous les chiffres clés
du marché de l'assurance
automobile

Comprendre

comment les acteurs
s'adaptent aux nouvelles
attentes des clients
et aux nouveaux défis
de la mobilité

Identifier

les expérimentations
et innovations des acteurs
traditionnels
et des assurtechs

Analyser

les forces et les faiblesses
de ces nouveaux modèles
et anticiper les modèles
gagnants de demain

Comment réinventer l'assurance automobile ?

ÉDITO

ASSURER L'INDIVIDU ET SES USAGES PLUTÔT QUE SON VÉHICULE

Un changement de paradigme : de l'assurance d'un bien à l'assurance de la mobilité

Les habitudes de consommation et de mobilité des Français évoluent. L'utilisation des voitures et deux-roues et le rapport des individus à leurs véhicules ont changé : covoiturage, autopartage, préférence donnée de plus en plus à l'usage plutôt qu'à la propriété et essor de la location... Les véhicules eux-mêmes se transforment : voitures électriques, connectées, autonomes... En parallèle, de nouveaux engins de locomotion, électriques ou non, prennent de plus en plus d'importance dans le quotidien des Français : vélos, trottinettes, hoverboard...

L'assurance doit prendre en compte ces transformations et se réinventer pour dépasser le modèle classique de l'assurance automobile. Le paradigme doit changer : il ne suffit plus d'assurer le véhicule (un bien) mais il faut désormais couvrir le conducteur et ses usages (un service).

Un modèle (ou plusieurs) qui reste à trouver

Face à ces évolutions, les initiatives des acteurs de l'assurance (assureurs traditionnels, courtiers, assurtechs...) foisonnent, avec notamment des combinaisons différentes de garanties responsabilité civile, dommages aux biens et dommages corporels. Au-delà du contenu des garanties, **de nouveaux modèles d'assurance sont testés**, comme l'assurance collaborative ou l'assurance à la demande/à l'usage, qui s'appuient parfois sur les possibilités offertes par le véhicule connecté. **La tarification, elle-aussi, doit logiquement être réinventée pour accompagner ces changements.**

La réflexion doit d'ailleurs aller plus loin que l'assurance automobile car certains risques peuvent également être couverts par d'autres contrats d'assurance détenus par les individus. Par exemple, les contrats Habitation de la MAIF prévoient une option pour les "biens nomades sportifs", à l'instar des trottinettes.

Continuer à améliorer l'expérience client et la valeur ajoutée des offres en maîtrisant les coûts

L'évolution du modèle et des garanties pour ces nouvelles assurances de la mobilité ne doit toutefois pas faire oublier les fondamentaux. Confrontés à une concurrence croissante et à une rotation plus rapide des portefeuilles depuis la loi Hamon et alors que les prix de l'assurance automobile n'ont cessé d'augmenter, les acteurs doivent plus que jamais miser sur la digitalisation et sur l'amélioration de l'expérience client. Gestion des sinistres, rapidité d'indemnisation, relation client, personnalisation, etc. : l'ensemble de ces aspects peuvent et doivent aujourd'hui être améliorés par les assureurs grâce aux nouvelles technologies et à l'amélioration des process. Des transformations qui peuvent également aider les assureurs à réduire leurs coûts et donc à limiter les hausses tarifaires. D'autant plus que ce sont sur l'excellence de l'expérience client et sur des offres à petit prix que les assurtechs fondent le plus souvent leur valeur ajoutée. Pour rappel, le taux de résiliation annuel dépasse 14%, et plus de la moitié des Français sont prêts à souscrire une assurance auprès de nouveaux acteurs émergents (80% des millenials)...

CHIFFRE CLÉ

14,3 %

C'est le taux de résiliation des portefeuilles en automobile en 2018, en baisse de 0,4 point par rapport à 2015 mais en hausse de 0,5 point par rapport à 2014

Source : FFA, estimation 2018

L'AUTEUR DE L'ÉTUDE

Titulaire d'un doctorat en sciences économiques, **Sandrine Sakala-Morel** est consultante indépendante en banque et assurance.

Elle a travaillé 16 ans chez McKinsey & Company en tant que knowledge expert, dans un premier temps sur le secteur bancaire (banque de détail et banque privée) puis sur l'assurance et la gestion d'actifs.

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

Synthèse exécutive : les principaux enseignements sur les perspectives d'évolution de l'offre et de l'environnement concurrentiel

01 Le marché de l'assurance automobile : état des lieux de l'activité et de la concurrence

Les déterminants et les principales caractéristiques du marché

- > Dynamique des prix et du volume de primes, répartition dommages / RC...), sinistralité, ratio combiné...

La dynamique des canaux de distribution

Panorama des principaux acteurs en place

02 De nouvelles transformations à l'œuvre avec une prise en compte de la mobilité au sens large par l'assurance et un renouvellement de la concurrence

Le concept d'assurance de la mobilité se développe

- > Nouveaux usages des véhicules traditionnels : covoiturage, location, boom des deux roues...
- > Nouveaux modes de locomotion motorisés (trottinette électrique, hoverboard, gyropode, etc.) et loi sur les engins de déplacement personnels (EDP)
- > Un marché difficile à délimiter avec des garanties présentes dans plusieurs types de contrats (auto, MRH...) et la création de nouvelles offres spécialisées

Un renouveau de la concurrence

- > La multiplication des assuretechs sur le marché de l'assurance automobile et, plus largement, l'assurance des mobilités
- > Les acteurs en dehors du champ de l'assurance : Tesla, Amazon...

03 Le renouveau des stratégies des acteurs traditionnels

Les assureurs et courtiers retravaillent leurs offres et leurs canaux de distribution : stratégies digitales, rafraîchissement des offres, nouveaux services, développement du « tout en un », segmentation, etc.

Les stratégies tarifaires

- > Comment accompagner les évolutions de l'offre ?

L'arrivée de la voiture connectée et son impact sur l'assurance

- > Une nouvelle chance pour les offres télématiques ? Quels nouveaux modèles ? A terme, quel impact des véhicules autonomes ?



De nombreuses études de cas

- Altima
- Amazon
- April
- Aviva
- Axa
- Crédit Agricole
- Direct Assurances
- Leocare
- L'Olivier Assurances
- Lovys
- Macif
- Maif
- Matmut
- MMA
- Selfassurance
- Société Générale
- Tesla
- Wecover
- Wilov
- Etc.

PÔLE BANQUE-ASSURANCE des Echos Etudes animé par Hélène MEZIANI

Le marché du financement automobile, Décembre 2019

Quelles stratégies pour répondre aux nouvelles attentes des clients et s'imposer sur le marché ?

Assistance et relation client en assurance, Novembre 2019

Nouvelles opportunités et stratégies de croissance : comment les assistants s'adaptent aux évolutions de leur environnement ?

Le marché de l'assurance emprunteur, Novembre 2019

Bilan des réformes, stratégies gagnantes et perspectives à l'horizon 2024

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?

Une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?

Contactez notre Service Clients :

Tél : 01 49 53 63 00 - Email : etudes@lesechos.fr

NOTRE EXPERT



Hélène MEZIANI

Responsable du pôle
Banque-Assurance

hmeziani@lesechos.fr
Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE ASSURER LA MOBILITÉ

Version PDF

- ☐ Pour 1 utilisateur
2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)*
- ☐ De 2 à 5 utilisateurs
3 835 € HT - 4 045,93 € TTC (TVA à 5,5%)*
- ☐ De 6 à 10 utilisateurs
4 425 € HT - 4 668,38 € TTC (TVA à 5,5%)*
- ☐ Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- ☐ Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour
295 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.
Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Coordonnées de l'utilisateur final (Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ Société : _____

Adresse : _____

Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____

Adresse : _____

Contact : _____

Version papier

- ☐ 2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : A087INTEI

Règlement :

- ☐ Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- ☐ Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- ☐ Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- ☐ Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

LesEchos
ÉTUDES

Service Clients - 10 boulevard de Grenelle - CS 10817 - 75738 Paris Cedex 15
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR