



# Les nouveaux modèles dans l'assurance

Comment assureurs et assurtechs réinventent l'assurance et ouvrent de nouveaux marchés ?

# SOMMAIRE

<b>Synthèse</b>	<b><a href="#">6</a></b>		
<b>Partie 1 Les drivers de l'innovation dans l'assurance</b>	<b><a href="#">29</a></b>	<b>Partie 3 Enjeux et stratégies des assureurs et assuretechs</b>	<b><a href="#">149</a></b>
1.1. Les innovations technologiques	<a href="#">28</a>	3.1. Les principaux enjeux des assuretechs et des assureurs	<a href="#">150</a>
1.2. L'évolution des attentes et des habitudes de consommation des clients	<a href="#">51</a>	3.2. Les stratégies d'innovation et de développement	<a href="#">159</a>
<b>Partie 2 Quels nouveaux modèles dans l'assurance ?</b>	<b><a href="#">73</a></b>	<b>Partie 4 Quels seront les modèles innovants de demain ?</b>	<b><a href="#">165</a></b>
2.1. Les nouveaux types d'offres et les services complémentaires	<a href="#">74</a>		
2.2. Les innovations dans la distribution d'assurance	<a href="#">113</a>		
2.3. Les offres développées pour soutenir l'activité des assureurs et des distributeurs d'assurance	<a href="#">126</a>		
2.4. Cartographie et positionnement des assuretechs et des initiatives des assureurs en France	<a href="#">146</a>		



[Retour au sommaire](#)

## 1. Les drivers de l'innovation dans l'assurance

### 1.1. Les innovations technologiques

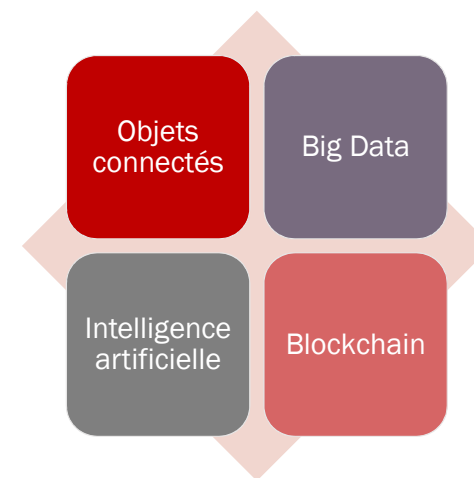
#### Quatre grands types d'outils complémentaires permettent aux acteurs du secteur de révolutionner leur modèle

Les objets connectés ont de nombreuses conséquences sur le modèle assurantiel, de la construction de nouvelles offres basées sur la tarification comportementale à la « phygitalisation » de la distribution en passant par l'amélioration de la prévention. Ils permettent surtout de collecter un très grand nombre de données sur les assurés et futurs prospects.

Le Big Data permet de réaliser trois types d'analyses : descriptives, prédictives et prescriptives. Il a des impacts sur de nombreux métiers de la chaîne de valeur de l'assurance : mesure des risques, optimisation de leur gestion, lutte contre la fraude, etc. En particulier, ses implications en termes de relation client sont très importantes, en amont de la souscription (qualification des cibles, campagnes marketing *just in time*, etc.), pendant les étapes d'achat (analyse des données de navigation pour optimiser les parcours sur les sites et augmenter le taux de transformation) et en aval (amélioration de la prédiction de la sinistralité, de la connaissance client, etc.). L'utilisation de plateformes de management des datas et de CRM globaux permettent par ailleurs de faciliter la mise en place de parcours omni-canaux.

Les programmes d'intelligence artificielle s'appuient sur le Big Data mais vont plus loin en donnant aux machines la capacité à apprendre et à restituer l'analyse et les informations en langage naturel. Ses applications dans l'assurance sont diverses mais concernent essentiellement 4 domaines : l'entrée en relation, la relation client (grâce aux *chatbots* et assistants virtuels notamment), la gestion des sinistres ainsi que la conformité et la sécurité (industrialisation des *reporting* grâce aux *bots*, détection des actions effectuées et reproduction, cybersécurité, etc.).

Enfin, la Blockchain est probablement la technologie la plus disruptive pour l'ensemble des secteurs financiers et assurantiels. Grâce à un registre distribué, non falsifiable et horodaté, il est désormais possible de réellement désintermédier certaines opérations, à l'instar des paiements. Même si la technologie est encore peu mature et qu'il reste beaucoup de freins à lever (techniques, réglementaires et culturels), la Blockchain privée a le potentiel de créer des contrats où le rôle de l'assureur et des intermédiaires serait réduit à la fourniture de la clé de cryptage, de la puissance de calcul nécessaire à la construction de blocs, de l'application mobile, de la formation des assurés et de l'animation du réseau.



# 1. Les drivers de l'innovation dans l'assurance

## 1.1. Les innovations technologiques

### Les objets connectés offrent des fonctionnalités de plus en plus riches (1/2)

Les progrès réalisés en matière de miniaturisation et d'analyse de données permettent de proposer des objets sophistiqués capables d'apporter au client une valeur d'usage concrète. Les objets connectés arrivent à capter des données en temps réel et à un coût faible pour ensuite les analyser pour comprendre parfaitement les usages et les attentes des utilisateurs pour ensuite proposer l'offre la plus adéquate à chaque besoin. Il est possible de les regrouper en quatre « compétences-objets » : la surveillance, le contrôle, l'optimisation et l'autonomie. Le niveau de sophistication d'un objet connecté est fonction du nombre de fonctionnalités qu'il comporte et de l'étendue des services proposés.

#### Les fonctionnalités des objets connectés

Source : Les Echos Etudes

