

Le Cardif Lab', terrain d'exploration pour l'avenir de l'assurance

Avec sa nouvelle version du Cardif Lab', BNP Paribas Cardif transporte visiteurs, partenaires, collaborateurs et collaboratrices dans un monde où l'assurance sera toujours plus responsable et saura répondre aux besoins de chacun.

Les assurances n'échappent pas à l'arrivée de nouveaux acteurs sur leur secteur déjà très concurrentiel. Face à cette vague de jeunes pousses prêtes à utiliser la tech pour innover, BNP Paribas Cardif a choisi de miser très tôt sur l'innovation. En parallèle de son plan de transformation digitale, lancé en 2012, l'assureur a ouvert son Cardif Lab' deux ans plus tard. Pensé comme un lieu d'acculturation de ses collaborateurs·rices mais aussi de démonstration et de co-création, le laboratoire a réalisé un virage en 2019 pour accélérer la transformation et le développement de la compagnie. Dans son nouveau lab, l'assureur développe les solutions et les services qui rythmeront notre quotidien en 2025 grâce aux startups, à ses propres forces internes et ses partenaires.

Un premier quinquennat réussi

Pour développer les produits et les services dont nous pourrions avoir besoin demain, l'assureur a mis sur pied son propre laboratoire d'expérimentation. À

ses débuts, *“il présentait un double objectif : imprégner nos collaborateurs de cette culture du numérique et proposer des visites à nos partenaires pour leur présenter les idées que nous souhaitons développer avec eux”*. La recette a fonctionné : le Cardiff Lab' a permis de faire découvrir plus de 120 innovations, prototypes ou startups du monde entier et 150 ateliers pratiques ont été organisés avec des collaborateurs pour démystifier la technologie. En cinq ans, *“le Cardiff Lab' a accueilli plus de 15 000 visiteurs dont quasiment la totalité des collaborateurs du siège mais aussi de nombreux distributeurs et partenaires technologiques”*, souligne fièrement Nathalie Doré, Chief Digital & Acceleration Officer.

Maintenant, aussi positif que soit ce premier bilan, le Cardiff Lab' *“était essentiellement pensé sous l'angle de la démonstration. Nous n'avions pas pensé à un espace de brainstorming dédié à nos partenaires pour poursuivre la dynamique initiée pendant la visite”*, concède Nathalie Doré. Le Cardiff Lab' a donc décidé de se recentrer sur trois piliers à partir de 2019 : un *experience center*, des *innovation factories dans les différents continents* et un programme SKILL UP destiné à former mille salarié·e·s à de nouvelles compétences d'ici 2022.

Une immersion en 2025 pour les partenaires et les collaborateurs·rices

“Nous avons envie de donner un nouveau souffle à l'innovation en la pensant de manière plus adjacente et à moyen terme”, développe Nathalie Doré. Les idées développées dans le cadre de nos *innovations factories* se focalisent sur le développement *“de projets très transformants en termes de business, de nouveaux acteurs de distribution, et d'efficacité interne »*. Six à huit projets, provenant de l'interne ou développés avec des startups, sont ainsi accélérés chaque année.

“Nous accélérons des projets top down et bottom-up et dans tous les cas nous cherchons des pays partenaires pour les expérimenter et les porter avec nous”, poursuit Nathalie Doré. L'assureur est, en effet, présent dans 33 pays avec des positions fortes en Europe, en Asie et en Amérique Latine. Un pilote est rapidement réalisé et testé en conditions réelles sur un petit panel d'utilisateurs·rices. Si les résultats sont positifs, l'industrialisation est lancée, ce qui est le cas pour un tiers des projets environ. Comme exemple de réussite, Nathalie Doré cite un callbot (IA) développé en Russie qui repose sur une intelligence artificielle, capable de traiter plus de 50% des appels téléphoniques en toute autonomie, laissant du temps aux salarié·e·s pour répondre à des demandes plus qualifiées.

Au sein de l'*experience center*, le visiteur est transporté à l'intérieur d'un

appartement en 2025 pour y vivre une journée. C'est "*l'occasion de traiter de différentes tendances comme le co-living, l'éco-responsabilité, les nouvelles mobilités, la ville intelligente...*", détaille Nathalie Doré. En raison du confinement, le Cardif Lab' a conçu une version virtuelle de cette visite, réalisable de chez soi.

Un rôle d'éclaireur pour défricher et construire l'avenir de l'assurance

À travers son parcours immersif, le Cardif Lab' et BNP Paribas Cardif exposent ainsi les ambitions qu'ils portent pour les années à venir et leur vision à long terme de l'assurance. "*Nous avons mis la nature et la préservation de l'environnement au centre de notre stratégie*", détaille Nathalie Doré. La visite immersive présente d'ailleurs une application permettant de réaliser un diagnostic de l'état de santé de son téléphone portable et de savoir où le faire réparer en cas de besoin. Par ailleurs, l'humain sera au centre des attentions et la technologie, déjà présente aujourd'hui, sera encore plus puissante mais s'effacera pour se fondre dans le quotidien grâce à la voix ou l'internet des objets.

À une échelle plus globale, l'autre grande tendance que détecte Nathalie Doré, est celle de la plateformesation avec une agrégation des services en "*remontant sur la chaîne de valeur pour prévenir les risques, en amont des incidents*". En Amérique latine, "*nous proposons une plateforme globale de services et d'information pour favoriser l'employabilité pour les assuré·e·s de nos partenaires*".

Pour rester en alerte sur de nouvelles tendances, le Cardif Lab' possède aussi des équipes en quête d'innovation dans des zones avant-gardistes comme San Francisco. Avec son bras armé de l'innovation, BNP Paribas Cardif veut s'inscrire comme un éclaireur pour construire, avec ses partenaires, une assurance plus accessible et responsable.

Maddyness, partenaire média de BNP Paribas Cardif