

Entre télémédecine et RGPD, quelles tendances pour l'assurtech en 2019 ?

Pour la troisième année consécutive, le cabinet de conseils Aurexia s'interroge sur la transformation du secteur de l'assurance et sur les sujets phares qui marqueront l'année 2019.

12 mars 2019

La tendance de fond sur le besoin de personnalisation des offres et des services a poussé les assureurs à réfléchir à des solutions différenciantes pour répondre aux attentes des assurés. Ainsi, LaFinBox, première application mobile d'agrégation de patrimoine et de produits assurantiels, et Manymore, éditeur de logiciels à destination des conseillers en gestion de patrimoine (CGP), se sont associés pour optimiser la relation entre clients finaux et CGP. Ces derniers disposent d'une vision complète du patrimoine de leurs clientèles pour leur offrir de meilleurs conseils.

La cybersécurité et le RGPD comme opportunités business pour les assureurs ?

Le revers de l'expansion de la digitalisation a été l'exposition aux risques de cyberattaques. Les formes complexes et variées d'attaques ont notamment mis à jour la vulnérabilité d'entreprises de toute taille, entraînant parfois des pertes significatives et des impacts négatifs en matière d'image. En réponse, le marché français de la cybersécurité a explosé pour proposer des solutions de garantie et d'assistance. Pour exemple, l'offre spécifique cyberrisques Pro/TPE de Generali est à la fois simple et très complète puisqu'elle intègre des prestations d'assistance grâce à ses partenariats avec Europ Assistance et Ineo, ainsi que des modules d'e-learning de prévention.

Le numérique comme réponse aux évolutions réglementaires et business

La transformation digitale a été un enjeu majeur en 2018, impactant aussi bien les processus de gestion que celui de commercialisation pour les produits et les services assurantiels. Les acteurs du marché se sont donc tournés vers des technologies d'automatisation de process en ayant recours à l'intelligence artificielle. Le groupe BPCE-Natixis et Gambit (un éditeur de solutions de conseil en investissement) ont lancé " Lea ", un outil d'aide à l'investissement pour

les conseillers bancaires – allocation d’actifs – qui permet de répondre aux exigences des directives MIF2, PRIIP’s et DDA. Pour le groupe, il s’agit du premier robo-advisor intégré aux réseaux de la Banque populaire et de la Caisse d’épargne.

E-santé et télémédecine comme stratégies de différenciation pour les assureurs

Le contexte de désertification médicale dans le domaine de la santé est un enjeu majeur du secteur de l’assurance. La récente prise en charge de certains actes en télémédecine par la Sécurité sociale a favorisé l’émergence de solutions technologiques innovantes. Hellocare, une plateforme d’e-santé, propose désormais aux médecins d’ouvrir un nouveau canal de consultation pour les patientes et les patients avec un cabinet virtuel. Cette solution destinée aux professionnels permet de proposer un service de téléconsultation sécurisé.

L’année 2018 a confirmé l’accélération de la transformation du secteur de l’assurance. En 2019, l’enjeu majeur de l’écosystème assurantiel sera la différenciation dans la relation aux clientes et clients, tout en optimisant la connaissance de ces derniers afin de satisfaire le besoin de personnalisation. Les nouveaux usages de consommation des produits d’assurance couplés à la connaissance fine de la clientèle seront le point de départ des évolutions pour adapter les offres, les services et la relation client.

Des réformes et un contexte social qui entraînent une évolution de l’écosystème

Au cœur des revendications des " Gilets jaunes ", un des sujets mis en exergue est celui de la santé. L’une des mesures phares, le dispositif du RAC 0 (100% santé) est devenu un sujet brûlant au regard du contexte et du planning d’entrée en application, laquelle est envisagée au 1er janvier 2020. Cette réforme visant à supprimer tout reste à charge sur les prothèses dentaires et auditives ainsi qu’en optique représente un véritable enjeu pour les acteurs de la collective. Ces derniers militent d’ailleurs pour un report d’application d’un an – soit en 2021 – afin de répondre au mieux au décalage entre les garanties prévues dans les accords collectifs et les contrats responsables qui auront intégré le " 100 % santé ".

Dans le domaine de l’épargne salariale, la loi Pacte (pour " plan d’action pour la croissance et la transformation des entreprises "), ambitionne d’améliorer la performance des entreprises (TPE/PME) et apportera de nombreuses évolutions dès 2020. Certains contrats d’épargne et de retraite sont notamment visés, dans le but de les rendre plus attractifs. Ces nouvelles mesures, incluant de nouveaux avantages, nécessiteront donc une transformation chez les distributeurs pour accompagner les assurés en matière de communication et de pédagogie.

La data, levier de croissance dans le secteur de l'assurance

Les données clients deviennent un actif de premier ordre. De fait, le modèle d'exploitation de ces dernières est en pleine mutation. Historiquement, si les données étaient utilisées à des fins de suivi commercial et de consolidation, elles sont aujourd'hui devenues un pilier majeur du développement business des assureurs. En effet, elles ouvrent de nouvelles possibilités comme l'anticipation des comportements des clientes et clients, notamment grâce aux analyses prédictives permettant d'interagir de façon proactive. En interne, l'utilisation de l'analyse prédictive des données participe à l'élaboration des modèles tarifaires pour réduire au minimum l'incertitude et ainsi optimiser les processus de tarification qui s'orientent de plus en plus vers la personnalisation.

L'alliance de la data et de l'intelligence artificielle (IA) sera la clé d'une personnalisation vis-à-vis de l'assuré. Cette individualisation dans la connaissance des consommatrices et consommateurs viendra renforcer le sentiment de proximité entre assuré et assureur, et dans certains cas optimiser les interactions – en cas de sinistre notamment. La startup parisienne Descartes Underwriting, spécialisée dans l'assurance contre les catastrophes naturelles, s'est lancée pour défi de répondre à la problématique des délais de traitement. Leur modèle d'assurance paramétrique repose sur les données climatiques qui permettent de déclencher automatiquement l'indemnisation d'un sinistre en cas d'anomalie constatée. De son côté, Groupama a choisi la plateforme de recherche Sinequa dans le cadre de son projet de création d'une vision à 360° du client et de ses interactions avec l'assureur. La plateforme de recherche est utilisée pour analyser et catégoriser des données issues de sources variées, structurées ou non afin de les restituer via une interface intuitive pour conseiller tout en facilitant les recherches.

Phygital, ou comment rendre le digital plus humain

L'omniprésence du digital, en réponse au souci d'excellence en matière d'expérience client, se confirme. Cependant, le besoin de maintenir les interactions humaines dans des parcours digitaux reste prégnant dans ce secteur où le relationnel et le conseil d'un expert restent fondamentaux. Le phygital permet justement de concilier ces composantes et de donner un autre ton à la relation virtuelle/physique. Agéa, la fédération nationale des syndicats d'agents généraux, s'est alliée à la startup Weassur pour créer un nouveau modèle d'agence. Le principe : connecter en temps réel l'agence aux personnes via une application, et ainsi fluidifier la communication tout en générant de nouvelles affaires. Dans cette redéfinition du parcours client, le challenge sera de trouver le bon équilibre entre automatisation et relation.

Consolidation des acteurs : en quête de poids

et de spécialisation

Pour faire face au contexte global de plus en plus compétitif, et maintenir son positionnement tout en ayant pour ambition de se différencier de leur concurrence, les grandes structures du secteur se rapprochent. Le groupe AG2R La Mondiale - Matmut, né début janvier 2019, donne la possibilité aux entreprises de se positionner sur davantage de marchés (santé, prévoyance, épargne, retraite, automobile et l'habitation). L'union Malakoff Médéric Humanis permet à ce groupe de se positionner en leader dans l'assurance collective de personnes, avec pour perspective de renforcer l'investissement dans le digital, les datas et l'innovation. S'ils veulent se différencier en 2019, les acteurs du secteur devront donc repenser leur organisation (restructuration) et concentrer leurs efforts sur la connaissance des consommatrices et consommateurs (big data) tout en continuant d'apporter à leurs modèles de distribution, leurs services et leurs processus une approche centrée sur les personnes (phygital).

Article écrit par Monia El Malki, Audric Girard, Carole Fillâtre