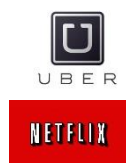


Assureurs à la demande : un si nouveau modèle ?

Les évolutions technologiques sont à l'origine de nouveaux modes de consommation ; les entreprises sont amenées à adapter leurs offres, à être innovantes afin de répondre aux nouveaux comportements clients.

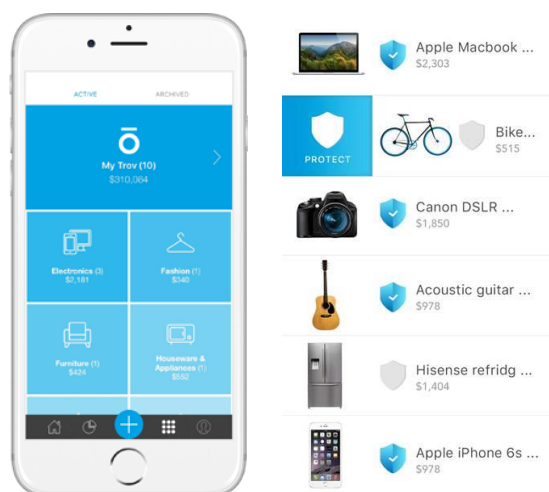


La révolution digitale a ainsi donné naissance à de nouveaux modes de consommation, notamment les services à la demande, déclinables sous toutes ses formes : se déplacer (Uber, Taxify), déjeuner (Lafourchette), regarder un film (Netflix), ou encore se faire livrer (Deliveroo).

Si ces industries ont su s'adapter aux nouveaux usages, il en est de même pour le secteur de l'assurance : **assurer un bien à la demande c'est possible !**

L'assurance à la demande, un service 100% mobile

L'offre 100% mobile proposée par Trov aux Etats-Unis ou Valoo (anciennement Cbien) & Leocare en France depuis un an, est la parfaite illustration de l'assurance 2.0 d'un bien. Personnalisation, instantanéité et simplicité sont les maîtres mots de ces applications qui proposent d'assurer facilement vos objets du quotidien : lorsque vous prêtez votre voiture, emmenez votre appareil photo dernier cri en mer ou votre smartphone avec vous en Patagonie.



L'interface de Trov (ci-contre), offre une vision globale et claire des biens protégés, ainsi que la possibilité d'assurer d'autres objets instantanément.



Un service né des insurtech : le service client au cœur

Portées par le mouvement des insurtech, ces start-ups visent à modifier en profondeur le secteur de l'assurance. Elles veulent fournir la meilleure expérience client possible dès le premier contact, afin que l'utilisateur fasse le constat d'une qualité de service optimale de la souscription à la gestion des sinistres.

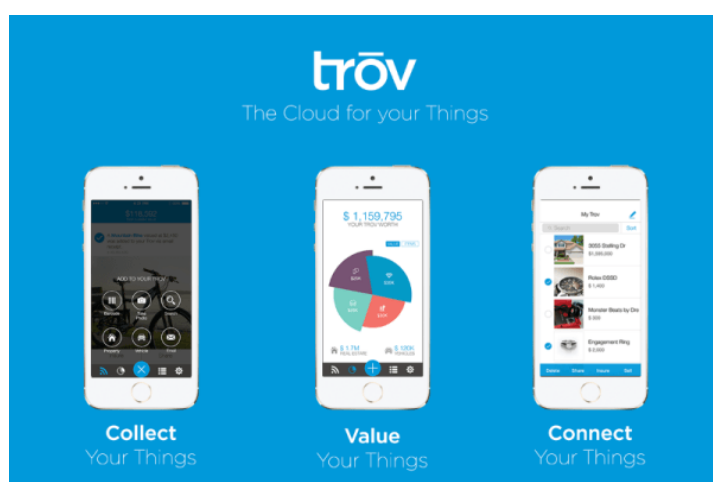
Une offre agile à moindre coût

Le succès de Trov ou Leocare, s'explique par la création d'une offre agile, répondant aux nouveaux besoins clients, permanents ou ponctuels. Qui n'a jamais souhaité pouvoir prêter sa voiture à son ami l'esprit tranquille ? Prêter sa voiture devient plus facile, en pouvant l'assurer instantanément et sur la durée du prêt.

L'assurance à la demande répond aussi à une société de plus en plus mobile. Par exemple, l'offre 100% digitale stocke les documents contractuels dans le cloud, et les rend accessibles n'importe où et n'importe quand. C'est aussi un service qui se veut moins onéreux que l'assurance traditionnelle, les coûts de gestion étant réduits au minimum.

Le cloud et le big data au service de la sécurité

Ces solutions s'appuient aussi sur le big data qui compile des millions d'informations pour lutter contre la fraude, limiter les risques et affiner les prix.



Ci-contre une infographie de Trov dont le crédo « le cloud pour vos affaires » promeut l'utilisation du cloud au service de la qualité « collecte vos affaires, évalue vos affaires, connecte vos affaires ».

Le principal enjeu d'une solution 100% mobile est de limiter les risques de fraude ; les partenariats assureurs/insurtech imposent donc des niveaux de franchise plus élevés pour les premières utilisations en tant que garde-fou.

Un service qui ne peut se passer de l'assureur

Même si ces start-ups optimisent les processus de souscriptions et limitent au mieux les risques, elles ne peuvent avancer seules, n'étant pas elles-mêmes assureur. Des partenariats ont été conclus : Trov s'est associé avec AXA en Grande Bretagne, et Leocare avec Generali.

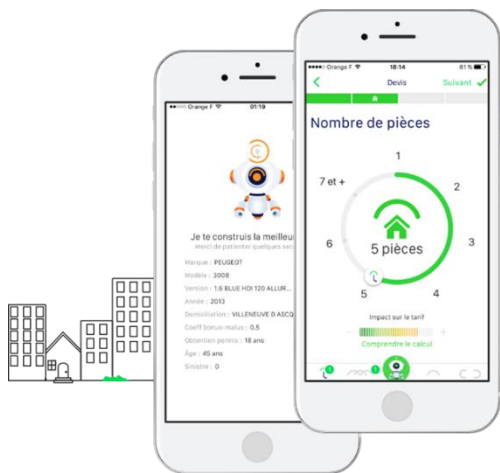
L'assurance à la demande modifie le produit d'assurance

Ces innovations sont de vraies révolutions pour les professionnels de l'assurance : historiquement, le tarif d'assurance est basé sur la mutualisation ! A présent, ce dernier devient plus personnel. Sur WeChat, l'application de messagerie chinoise, il est possible de souscrire une assurance sur un vol et d'être remboursé automatiquement en cas de retard.

Une solution attrayante

De par son utilisation ...

Les utilisateurs de l'assurance à la demande sont séduits par une offre personnalisée, mais pas uniquement : les procédures simplifiées, notamment en cas de sinistre, ont une réelle valeur ajoutée. Lors d'une réclamation, pas d'appels à passer, ni de formulaire à imprimer, il suffit de remplir sa déclaration via un Chatbot ou questionnaire en ligne pour être remboursé. Les plateformes d'assurance à la demande tiennent leur promesse : améliorer l'expérience client en supprimant la douleur administrative et les délais de traitement. Par ailleurs, les utilisateurs ont une meilleure connaissance de l'offre et des garanties auxquelles ils souscrivent grâce à un effort important de présentation, et de mise en valeur de l'informations sur l'interface mobile.



Ci-contre l'application de Leocare, l'insurtech Française, dont la clarté de l'interface promet à l'assuré d'être pleinement informé et conscient du service et des garanties souscrites.

De par son prix ...

Les assurés ont une connaissance du prix réel de leur bien grâce au big data « chez Trov, en photographiant son téléphone pour l'assurer, l'utilisateur a connaissance instantanément de la valeur de son bien et peu suivre sa dépréciation dans le temps. »

... donc pour les investisseurs !

La levée de fond de 97 millions de dollars réalisée depuis 2012 par la start-up californienne Trov traduit l'attente suscitée par ces nouvelles offres !

Une transformation à mesurer

L'assurance à la demande, pour autant, n'est pas encore armée pour transformer de A à Z le marché de l'assurance traditionnelle. En effet, tous les produits d'assurance n'ont pas vocation à être à la demande. L'assurance habitation par exemple, est obligatoire pour les locataires, et ne peut être transposée en service à la demande.

Aussi, le business modèle des assureurs traditionnel reste solide, dans la mesure où les solutions mobiles telles que Trov, Cbien, WeChat ou Leocare, jouent le uniquement le rôle d'intermédiaire entre le client et la compagnie d'assurance.

A ce jour, l'assurance à la demande est davantage un moyen de distribution qu'un bousculement de fond du marché. La nature du produit est modifiée, pas la structure d'assurance.

L'utilisateur se réapproprie le pouvoir en créant sa propre offre d'assurance en un clic, n'est-ce pas là la meilleure promesse que l'on puisse faire à son client ?

Sources :

<http://yellowvision.fr/assurance-a-la-demande-mobile/>

<https://reassurez-moi.fr/guide/insurtech>

<https://www.lesechos.fr/finance-marches/banque-assurances/0301194302842-lassurance-a-la-demande-gagne-du-terrain-2147445.php>

<https://atelier.bnpparibas/fintech/article/l-assurance-va-t-elle-devenir-service-demande-autres>

<https://www.challenges.fr/automobile/actu-auto/mmabox-l-assurance-a-la-demande-chez-mma-402495>

<https://direct-temporaires.fr/assurance-temporaire-a-la-journee/>

<http://bfmbusiness.bfmtv.com/mediaplayer/video/hello-startup-leocare-une-application-mobile-pour-personnaliser-son-assurance-au-quotidien-1901-1025123.html>

<http://www.assurbanque20.fr/leocare-lance-lassurance-a-demande-france-marche-de-lauto-de-mrh/>