

accenturestrategy

Êtes-vous prêt à
devenir un assureur
connecté ?

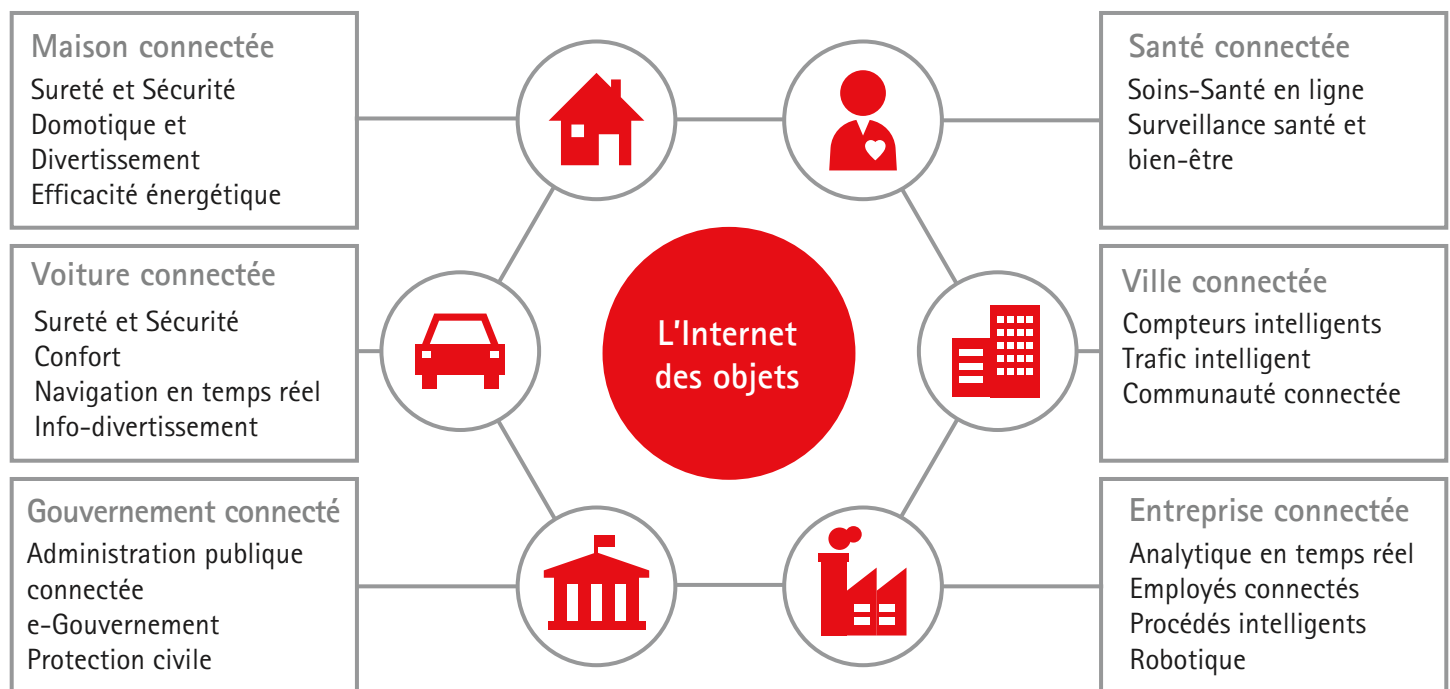
Quand l'Internet des objets (IoT)
change les règles du jeu
de l'assurance

High performance. Delivered.*

Les objets connectés révolutionnent notre mode de vie et deviennent le moteur de changements importants pour de nombreux secteurs d'activité dont l'assurance. Individus, maisons, voitures, entreprises, secteurs publics, etc. sont désormais fortement connectés les uns aux autres à travers l'Internet des objets. Le monde de l'assurance doit donc repenser son modèle économique, en combinant produits d'assurance traditionnels, services et technologies avec de nouveaux écosystèmes et partenaires. Les assureurs sont en passe de devenir des « assureurs connectés ».

Quel rôle les assureurs doivent-ils jouer ? Quelle stratégie mettre en place pour tirer parti au mieux de nouvelles opportunités ? Quels sont les cinq facteurs clés qui permettront aux assureurs d'amorcer ce nouveau virage technologique ? Notre étude apporte des pistes de réflexion sur « l'assureur connecté ».

Figure 1: l'Internet des objets connecte les maisons, les voitures, les personnes, les institutions et même des villes entières



L'IoT est une réalité	Développement rapide	Vecteur de croissance économique	Impact sur les secteurs proches de l'assurance
+128% Connections entre machines dans les secteurs banque et assurance	Total des objets connectés 2014 14,4 milliards > 2030 100 milliards	\$14,2 billions Hausse du PIB global grâce à l'IoT d'ici 2030	D'ici 2020 200m Voitures connectées dans le monde ±700m Solutions pour des maisons connectées +1md Appareils mobiles

À la rencontre de l'Internet des objets

L'Internet des objets (IoT) crée de nouvelles sphères de communication dans lesquelles appareils intelligents, personnes et services sont continuellement connectés les uns aux autres.

Ce bouleversement technologique et comportemental représente un changement radical pour le secteur de l'assurance qui doit repenser son modèle économique : comment assurer les objets ? Quels services et technologies adopter pour accompagner le changement ?

Selon Accenture, le secteur est concerné à trois niveaux : (1) les consommateurs, (2) l'offre et le risque et (3) la concurrence.

1. Les attentes des consommateurs évoluent

Les assurés attendent plus de la part de leur compagnie d'assurance : une offre de produits plus variée mais aussi une expérience utilisateur plus adaptée à leurs besoins. 80% des clients sont prêts à changer d'assureurs pour des services plus personnalisés, et 41% sont prêts à payer plus pour bénéficier de ces services. Les échanges entre assurance et assurés sont aussi amenés à devenir plus fréquents. Aujourd'hui, l'Internet des objets permet de créer un dialogue constant, et pour les assureurs, il permet d'accéder à une quantité d'informations sans précédent.

2. Des offres à repenser et des risques à évaluer

La multiplication des appareils numériques transforme le marché qui doit s'ouvrir à d'autres services et produits. La couverture assurance va devenir une offre parmi d'autres au sein d'une chaîne de valeur élargie. Pour 80% des assureurs, l'IoT aura également un impact sur la nature des risques couverts. Tout d'abord parce que les nouvelles technologies présentent de nouveaux risques. Ensuite, parce que l'évaluation des risques existants doit tenir compte de nouveaux paramètres (comme par exemple le contrôle des voitures par des systèmes autonomes).

3. De nouveaux concurrents et de nouveaux marchés contestables

Parce que les assureurs devront placer leurs offres au sein de réseaux de services plus larges, ils entrent en concurrence non seulement avec les autres compagnies d'assurances, mais aussi avec des acteurs issus d'autres secteurs ou plus innovants.

Les grandes entreprises leaders de l'internet représentent ici une véritable menace. Ayant une connaissance unique des clients, elles obligent les industries traditionnelles à devenir des suiveurs plutôt que des leaders. Il s'agit donc pour les assureurs de trouver le bon partenaire afin de stimuler l'innovation pour répondre aux besoins spécifiques des consommateurs.

Réussir en tant qu'assureur connecté

Quelles sont les mesures à prendre face au changement radical que l'Internet des objets impose au modèle traditionnel de l'assurance ? Voici les cinq facteurs clés de la réussite.

1 Choisir le rôle à jouer

Les assureurs devront agir dans des écosystèmes étendus. Ils devront donc choisir de se positionner soit comme prestataires de services, offrant un produit innovant à un écosystème tiers, soit comme agrégateurs de valeur, en lançant des offres innovantes et variées en dehors de l'assurance traditionnelle.

2 Construire et travailler sur trois niveaux : le produit, la technologie et le service

Les assureurs devront définir un modèle d'offres connecté qui intègre ces trois composantes essentielles. En offrant une couverture modulable et une tarification en conséquence, personnalisées selon les informations récoltées, ils seront en mesure de proposer des produits individualisés plutôt que des produits de masse. La technologie permettra alors au client de se connecter et d'interagir. Et les assureurs devront s'assurer que leurs services créent une vraie valeur, monétisée, et que leurs clients profitent des écosystèmes partenaires.

3 Prolonger, automatiser et adapter la chaîne de valeur de l'assurance

Les assureurs devront développer de nouveaux processus, en tirant parti de leurs partenaires et en externalisant certaines activités secondaires. Certaines tâches peuvent être automatisées grâce à l'interaction entre machines et les fonctionnalités d'analyse prédictive, rendues possibles grâce aux technologies telles que

les Big Data et la robotique. En outre, les processus d'assurance de base doivent rester adaptatifs et itératifs.

4 Partager et collaborer à travers une architecture ouverte

Les assureurs devront s'ouvrir à leurs partenaires et partager non seulement des données sur les clients, mais les clients eux-mêmes. Pour soutenir ces écosystèmes, les architectures informatiques devront évoluer pour assurer la flexibilité et l'interopérabilité avec les partenaires externes et les fournisseurs. Un défi majeur sera d'orchestrer les évolutions entre anciens systèmes et innovation tout en gérant simultanément les menaces de sécurité et l'évolution des processus informatiques pour déployer des produits et services plus rapides et moins chers.

5 Favoriser une culture de l'innovation

Les assureurs devront concevoir une structure de gouvernance au sein de leur entreprise pour promouvoir l'innovation à tous les niveaux, et encourager une approche expérimentale tout en gérant les affaires courantes. Une organisation repensée et de nouveaux rôles seront nécessaires. Cette nouvelle culture de l'entreprise devra être diffusée dans toute la société, de la génération d'idées à la formation des employés et des nouvelles recrues. Elle devra également être étendue aux clients extérieurs pour former et sensibiliser, tirer parti des outils et des technologies nouvelles, et renforcer la réputation de l'entreprise.

L'Internet des objets - risques et opportunités

Les technologies révolutionnaires liées à l'Internet des objets représentent une occasion unique à saisir pour les assureurs qui savent réagir rapidement. Dans cet environnement, il est essentiel d'être un innovateur au sein de l'ensemble de la chaîne de valeur de l'assurance, tout en agissant au sein d'un écosystème élargi de partenaires.

Pour accompagner ce changement et réussir la transition, les assureurs doivent dès à présent prendre des décisions importantes quant à leur stratégie et leur modèle économique. Accenture a déterminé les cinq facteurs clés indispensables à la réussite d'une telle transformation : définir son rôle au sein d'un écosystème élargi, adapter

son modèle d'offres, ajuster la chaîne de valeur, développer une architecture informatique ouverte, et enfin favoriser une nouvelle culture liée à l'innovation au sein de l'entreprise mais aussi auprès des clients.

Un leadership efficace est essentiel pour définir une vision de ce que peut être un « assureur connecté », puis pour mettre en place les modèles de fonctionnement afin que cette vision devienne réalité. Des risques considérables sont liés à cette transformation, mais le risque de rester passif est encore plus important.



Pour en savoir plus :

Contacts France

Edouard Ridoret

Managing Director au sein d'Accenture Assurance, responsable de la practice Distribution et Marketing en France
edouard.ridoret@accenture.com

Aude Maisondieu

Senior Manager, experte des sujets innovation au sein de l'entité Assurance d'Accenture Consulting en France
aude.maisondieu@accenture.com

Les auteurs

Gionata Tedeschi

Managing Director au sein d'Accenture Strategy, responsable du pôle stratégie digitale et assurance pour l'Italie, l'Europe centrale et la Grèce
gionata.tedeschi@accenture.com

Amato Della Vecchia

Managing Director au sein de l'entité Assurance d'Accenture Strategy, pour l'Italie, l'Europe centrale et la Grèce
amato.della.vecchia@accenture.com

Autres contributeurs

Nicola Bosisio

Senior Manager - Accenture Strategy
nicola.bosisio@accenture.com

Dario Amendola

Senior Manager - Accenture Digital
dario.amendola@accenture.com

Giulia Di Giovanni

Manager - Accenture Strategy
giulia.di.giovanni@accenture.com

À propos d'Accenture

Accenture est une entreprise internationale de conseil en management, technologies et externalisation, qui emploie 358 000 employés intervenant dans plus de 120 pays. Combinant son expérience et ses capacités de recherche et d'innovation développées et mises en œuvre auprès des plus grandes organisations du monde sur l'ensemble des métiers et secteurs d'activité, Accenture aide ses clients - entreprises et administrations - à renforcer leur performance. Accenture a généré un chiffre d'affaires de 31 milliards de dollars au cours de l'année fiscale clôturée le 31 août 2015.

Site : www.accenture.com/fr

Blog dédié à l'assurance

www.insuranceblog.accenture.com/french

À propos d'Accenture Stratégie

Accenture Stratégie concrétise la rencontre de l'entreprise avec la technologie en apportant son expertise en stratégie d'entreprise, technologique et fonctionnelle pour aider ses clients à prévoir et à mettre en œuvre des stratégies sectorielles spécifiques, afin de tirer profit de toutes les opportunités. Parce que la technologie transforme profondément les organisations, Accenture Stratégie intervient sur les problématiques liées à la transformation digitale, à la compétitivité, aux modèles opérationnels globaux, aux compétences et au leadership pour permettre à ses clients de gagner en efficacité et générer de la croissance. Pour plus d'information, suivez @AccentureStrat ou rendez-vous sur www.accenture.com/strategy

* La haute performance. Réalisée.

Copyright © 2015 Accenture Tous droits réservés.
Accenture, son logo, et "High Performance. Delivered" sont des marques d'Accenture.