



ExpertInsights@IBV

Le nouveau visage de l'assurance

Comment les plateformes peuvent-elles
moderniser et transformer l'assurance

IBM Institute for Business Value

Le nouveau visage de l'assurance

L'évolution des dynamiques du marché et l'impact grandissant des Insurtechs - start-up visant à développer la technologie dans le secteur de l'assurance - obligent les assureurs traditionnels à passer d'une approche axée sur le produit à une philosophie axée sur le client. Alors que les assureurs étudient de nouveaux modèles d'entreprise, opérationnels et organisationnels, les leaders du secteur collaborent avec les Insurtechs plutôt que de leur faire la guerre. Toutefois, le manque de flexibilité des systèmes existants empêche un grand nombre d'assureurs d'aller de l'avant. Les compagnies d'assurance ont besoin de plateformes intelligentes, de technologies et d'outils qui leur permettent de continuer à avancer avec succès.

S'adapter à un marché en évolution

Pour la plupart des individus, le secteur de l'assurance se résumait depuis longtemps à des produits standardisés et à un engagement minimal. Par exemple, de nombreuses personnes souscrivent uniquement une assurance automobile et espèrent ne jamais avoir d'accident, ou devoir remplir un constat. Aujourd'hui, l'intelligence artificielle (IA), l'internet des objets (I), la blockchain et le cloud peuvent radicalement transformer la manière dont les assurés s'engagent auprès des assureurs. Grâce à la technologie, un engagement personnalisé peut être accessible et évolutif.

Afin de répondre aux nouveaux besoins des clients, certains assureurs s'orientent vers de vastes écosystèmes centrés sur le client. Ces écosystèmes rassemblent des services, relatifs à l'assurance ou non, dans divers domaines comme la santé, le bien-être, les voyages, les transports, etc. La prolifération de services à l'usage l'utilisation tels que des assurances automobiles

à l'heure, des micro-assurances mobiles ainsi que des couvertures pour la location hôtelière, reflètent également ce changement des compagnies ; elles s'éloignent des gammes de produits d'assurance s'appuyant sur des méthodes classiques d'évaluation des risques au profit d'offres plus variées et surtout plus personnalisées.

En tant qu'instigateurs d'une grande partie de ces changements, les Insurtechs sont devenues une source clé en matière d'innovation pour le secteur de l'assurance dans son ensemble. Les assureurs qui rejettent le pouvoir des Insurtechs pourraient être menacés, pas uniquement par les Insurtechs elles-mêmes, mais également par des assureurs entrepreneuriaux qui eux, ont recours aux services des Insurtechs.

Le recours aux Insurtechs et à l'innovation qu'elles proposent peut aider les assureurs traditionnels à élargir leur offre et à renforcer l'engagement des assurés sur tous les canaux,

toutes les zones géographiques et tous les domaines d'activité. Et beaucoup d'assureurs ont reconnu l'importance du sujet. En 2016, par exemple, les transactions entre les entreprises d'assurance et les nouvelles entreprises de technologie d'assurance ont augmenté de 42 % par rapport à l'année passée.¹ Plus de 30 % des clients des assurances à travers le monde ont déclaré utiliser les services proposés par les Insurtechs, exclusivement ou bien en association avec d'autres entreprises, afin de répondre à leurs besoins en matière d'assurance. Cela comprend notamment des offres atypiques comme la gestion des risques personnels, des micro-produits et des assurances "as-a-service".² Selon une étude récente de l'IBM Institute for Business Value, 81 % des compagnies d'assurance qui excellent en matière de primes émises et de rentabilité ont investi dans les Insurtechs ou bien travaillent avec ces dernières.³

Travailler main dans la main avec les Insurtechs

En plus d'offrir des opportunités d'investissement potentiellement lucratives, la collaboration avec les Insurtechs peut aider les assureurs traditionnels à réduire les obstacles découlant de la mise en pratique des idées novatrices. La mise en œuvre de nouveaux produits et services n'est souvent pas rentable pour les assureurs traditionnels. Mais en travaillant main dans la main avec les Insurtechs, les assureurs peuvent jouer le rôle d'intégrateurs de l'innovation, en créant et en présentant des packs d'applications spécialisées au profit des clients.

Adopter le modèle de l'entreprise plateforme

Abandonner le modèle d'entreprise traditionnel au profit d'un modèle d'entreprise plateforme peut faciliter le passage d'un modèle axé sur le produit à un modèle axé sur le client. Les plateformes permettant des connexions directes entre les producteurs et les consommateurs, les sociétés peuvent réduire les obstacles à la croissance et de ce fait générer des bénéfices plus importants. En offrant aux clients des services innovants, par le biais de nouveaux canaux, les nouvelles offres numériques peuvent à leur tour fournir aux assureurs de nouvelles perspectives relatives à leurs clients.

Un modèle d'entreprise plateforme :

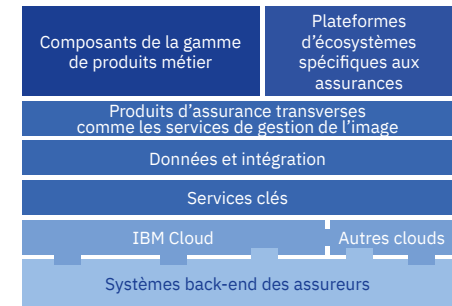
- fournit un environnement dans lequel les différentes parties peuvent se connecter, interagir et collaborer ;
- offre des possibilités d'intégration et de personnalisation des produits et services ;
- favorise l'accélération de l'innovation.

Les entreprises plateforme prospères sont constituées d'écosystèmes de produits et de services complémentaires qui répondent à des problèmes et opportunités touchant un grand nombre de consommateurs. Les interfaces qui permettent d'améliorer la plateforme sont ouvertes, basées sur des standards, et aident à établir une relation de confiance entre différentes parties ainsi qu'au sein de l'écosystème. Dans des secteurs totalement différents, Uber, Airbnb, YouTube ou encore eBay illustrent parfaitement le modèle de l'entreprise plateforme. Mais contrairement à ces sociétés, les plateformes d'assurance sont beaucoup plus complexes car elles doivent intégrer les systèmes back-end existants. Néanmoins, les écosystèmes des assurances peuvent aussi permettre de se distinguer.

D'après l'étude C-suite réalisée en 2018 par IBM Institute for Business Value, les organisations de tous les secteurs investissent désormais dans les plateformes. Parmi celles qui mettent en place une stratégie de rupture, 57 % sont des constructeurs ou des propriétaires de modèles plateformes.⁴ Si seulement 7 % des CXO du secteur de l'assurance ayant participé à l'étude utilisent actuellement des plateformes, 26 % sont quant à eux en train de tester ce concept et 21 % prévoient d'investir pour créer ou étendre ces plateformes.⁵ Dans tous les secteurs, les organisations investissent dans les plateformes et, selon les estimations de l'IBM Institute for Business Value, le montant du capital alloué au développement de ce modèle d'entreprise pourrait avoisiner les 1,2 billion de dollars au cours des 2 à 3 prochaines années.⁶

Que les compagnies d'assurance choisissent ou non d'exploiter ce nouveau modèle de l'entreprise plateforme ou d'y prendre part, elles sont dans tous les cas de plus en plus susceptibles d'être en concurrence avec des entreprises plateformes. À mesure que les plateformes se multiplient, chaque secteur semble à même de subir le fameux "effet Amazon", c'est-à-dire l'évolution infinie des marchés et parallèlement, leur bouleversement. Posséder une plateforme, y participer (ou bien les deux à la fois), n'est pas quelque chose que les entreprises devraient repousser à plus tard. Les assureurs qui choisissent de ne pas participer à une plateforme seront privés des services complémentaires qu'elle peut offrir, ou bien devront fournir eux-mêmes ces services, ce qui peut s'avérer difficile voire impossible.

Figure 1
La plateforme d'assurances ouverte



MetLife crée une plateforme dédiée aux organismes assureurs de groupe

MetLife a collaboré avec IBM pour créer une plateforme d'assurance dédiée exclusivement aux organismes assureurs de groupe. La nouvelle plateforme comprend des capacités d'assurance de base sur le cloud, un front-end digital et du contenu additionnel, pour offrir une solution professionnelle toute prête. Cette plateforme révolutionne la manière dont MetLife vend, assure, chiffre, soutient et assure les garanties collectives.⁷

Créer une plateforme ouverte

Une entreprise plateforme possède un propriétaire de plateforme chargé de fournir l'infrastructure sous-jacente avec des sociétés complémentaires telles que des fournisseurs, œuvrant pour la création d'un écosystème plus vaste. Les consommateurs sont enclins à acheter des services sur la plateforme d'assurance car les offres et les niveaux de services y sont très divers, et un faible coût.

Pour mettre en place un modèle d'entreprise plateforme, voici les trois éléments sur lesquels un opérateur de plateforme doit se focaliser :

- *Miser sur la réciprocité pour créer de la valeur.* Adopter une approche reposant entièrement sur la collaboration au sein de l'écosystème, de sorte à aboutir à des propositions gagnant-gagnant.
- *Capitaliser sur les données.* Faire des données un atout majeur pour améliorer la performance et la capacité à se réinventer en permanence.
- *S'engager dans l'innovation.* Réaffecter les budgets et les ressources auparavant destinés à affronter la concurrence pour innover sur de nouveaux marchés.

Une plateforme d'assurance nécessite une architecture stable et une gouvernance solide qui permet des interactions sécurisées entre tous les partenaires de l'écosystème. Ce type de

configuration modulaire permet d'intégrer les blocs de construction nécessaires en fonction des besoins actuels. Une plateforme de développement spécifique au secteur de l'assurance devrait :

- Comporter des processus de "construction et de déploiement" automatisés et agiles, avec la possibilité de mettre à jour le logiciel en permanence, sur une base hebdomadaire.
- Permettre l'accès et l'utilisation des données afin de personnaliser et d'optimiser les produits et services.
- Favoriser la co-création et le développement conjoint dans un environnement ouvert et "prêt à l'emploi" composé de packs de services personnalisables en fonction des besoins.
- Donner la possibilité d'intégrer un réseau de partenaires afin de regrouper les forces respectives des offres de services de chacun.
- Offrir une intégration harmonisée avec un minimum de paramétrage et de mise à niveau grâce à la mise à disposition de produits de transition prêts à l'emploi.
- Être conforme aux normes les plus exigeantes en matière de sécurité, notamment concernant le cryptage, l'authentification et les procédures de sauvegarde.

Se réinventer ou disparaître

Pour relever les défis actuels, les assureurs doivent trouver des moyens d'accroître leur flexibilité et leur capacité d'innovation afin d'être plus engagés auprès de leurs clients. Les assureurs traditionnels doivent miser sur leurs capacités innées, telles que la gestion des risques, et les combiner à la flexibilité et la rapidité inhérentes aux plateformes. Ce faisant, ils pourront par exemple passer d'une simple offre de couverture après un sinistre à de véritables conseils en matière de risques et de services complémentaires. Une plateforme peut être détenue par une ou plusieurs compagnies d'assurance ou prendre la forme d'une co-entreprise entre un assureur et un fournisseur de plateforme technologique. Comme les plateformes sont généralement ouvertes, elles attirent de nouveaux participants qui peuvent représenter une véritable valeur ajoutée pour le client.

Les assureurs peuvent prendre exemple sur d'autres secteurs. Mais pour pouvoir mettre en place ces nouvelles idées, ils vont devoir investir dans des systèmes capables de gérer ces nouvelles demandes. Lorsque vous examinez le potentiel du modèle de l'entreprise plateforme dans le secteur de l'assurance, posez-vous les questions suivantes :

- La base technologique de votre plateforme est-elle ouverte et sécurisée ? La façon dont les participants gèrent leurs données est-elle claire ?
- Quelle proposition de valeur commune aidera à protéger les intérêts de vos clients ?
- La plateforme est-elle suffisamment flexible pour être facilement accessible et permettre de se développer et de s'adapter aux environnements juridiques et réglementaires actuels et futurs ?

Les experts du sujet

Jürgen Huschens

Industry Technical Leader Insurance IOT Europe – Distinguished Engineer
IBM Global Markets
huschens@de.ibm.com
<https://in.linkedin.com/pub/dr-jürgen-huschens-688>

Stefan Riedel

Vice Président, Insurance et Insurance Solutions Europe
IBM Global Markets
stefan_riedel@de.ibm.com
<https://www.linkedin.com/in/striedel>

À propos des rapports ExpertInsights@IBV

ExpertInsights@IBV relaie le point de vue des leaders d'opinion sur les secteurs métier d'intérêt et domaines technologiques associés. Ils reposent sur des conversations avec des experts en la matière venant des quatre coins du globe. Pour plus d'informations, veuillez prendre contact avec l'IBM Institute for Business Value à l'adresse iibv@us.ibm.com.

© Copyright IBM Corporation 2018

New Orchard Road
Armonk, NY 10504
Produit aux États-Unis d'Amérique en
juillet 2018

IBM, le logo IBM et ibm.com sont des marques d'International Business Machines Corp. dans de nombreux pays. Les autres noms de produits et de services peuvent appartenir à IBM ou à des tiers. La liste actualisée de toutes les marques d'IBM est disponible sur la page Web "Copyright and trademark information" à l'adresse www.ibm.com/legal/copytrade.shtml

Le présent document est à jour à la date initiale de publication et peut être modifié par IBM à tout moment. Toutes les offres ne sont pas disponibles dans tous les pays où IBM est présent.

LES INFORMATIONS CONTENUES DANS CE DOCUMENT SONT FOURNIES "EN L'ÉTAT", SANS AUCUNE GARANTIE, EXPRESSE OU IMPLICITE, Y COMPRIS TOUTE GARANTIE DE VALEUR MARCHANDE OU D'ADÉQUATION À UN USAGE SPÉCIFIQUE ET TOUTE GARANTIE OU CONDITION D'ABSENCE DE CONTREFAÇON. Les produits IBM sont garantis selon les conditions générales des accords en vertu desquels ils sont fournis.

Ce rapport est fourni à titre de directive générale. Il ne peut pas se substituer à un travail de recherche détaillé ni à l'avis d'un professionnel. IBM ne doit pas être tenu responsable des pertes, quelles qu'elles soient, que toute société ou personne qui se fie à la présente publication pourrait subir.

Les données utilisées dans le présent rapport peuvent provenir de sources tierces. IBM ne vérifie pas, ne valide pas et ne contrôle pas ces données. Les résultats de l'utilisation de ces données sont fournis "tels quels" et IBM ne fait aucune déclaration ni ne donne aucune garantie, expresse ou implicite.

05018005FRFR-00



Remarques et sources

1. "Insurance Tech Startups Raise \$1.7B Across 173 Deals in 2016." CBInsights. Janvier 2017. <https://www.cbinsights.com/research/2016-insurance-tech-funding/>
2. "World Insurance Report 2017." Caggemini/Efma. Septembre 2017. <https://www.worldinsurancereport.com/>
3. "Friend or Foe? Insurtechs and the global insurance industry." IBM Institute for Business Value. Février 2018. <https://www.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/insurtech/>
4. "Incumbents Strike Back: Insights from the Global C-suite Study." IBM Institute for Business Value. Février 2018. <https://www.ibm.com/services/insights/c-suite-study>
5. "Incumbents Strike Back: Insurance." IBM Institute for Business Value. Mars 2018. <https://www.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?htmlfid=37014037USEN&dd=yes&>
6. "Incumbents Strike Back: Insights from the Global C-suite Study." IBM Institute for Business Value. Février 2018. <https://www.ibm.com/services/insights/c-suite-study>
7. Terekhova, Maria. "IBM and MetLife launch an insurance platform." Business Insider. 13 octobre 2017. <https://www.businessinsider.de/ibm-and-metlife-launch-an-insurance-platform-2017-10?r=US&IR=T>