Extraits de l'étude

Open Insuring |
Nouvelle donne pour l'assurance

Juillet 2022

Accenture Strategy & Consulting

Introduction

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Méthodologie de l'étude (1/2)

L'étude de marché s'est déroulée en trois grandes phases :

DEFINITION D'UN MODÈLE DE MATURITÉ → **ANALYSE DE MARCHÉ** → **INTERVIEWS**

Recueil d'une vision marché

Réalisation des entretiens et production de documents de restitution

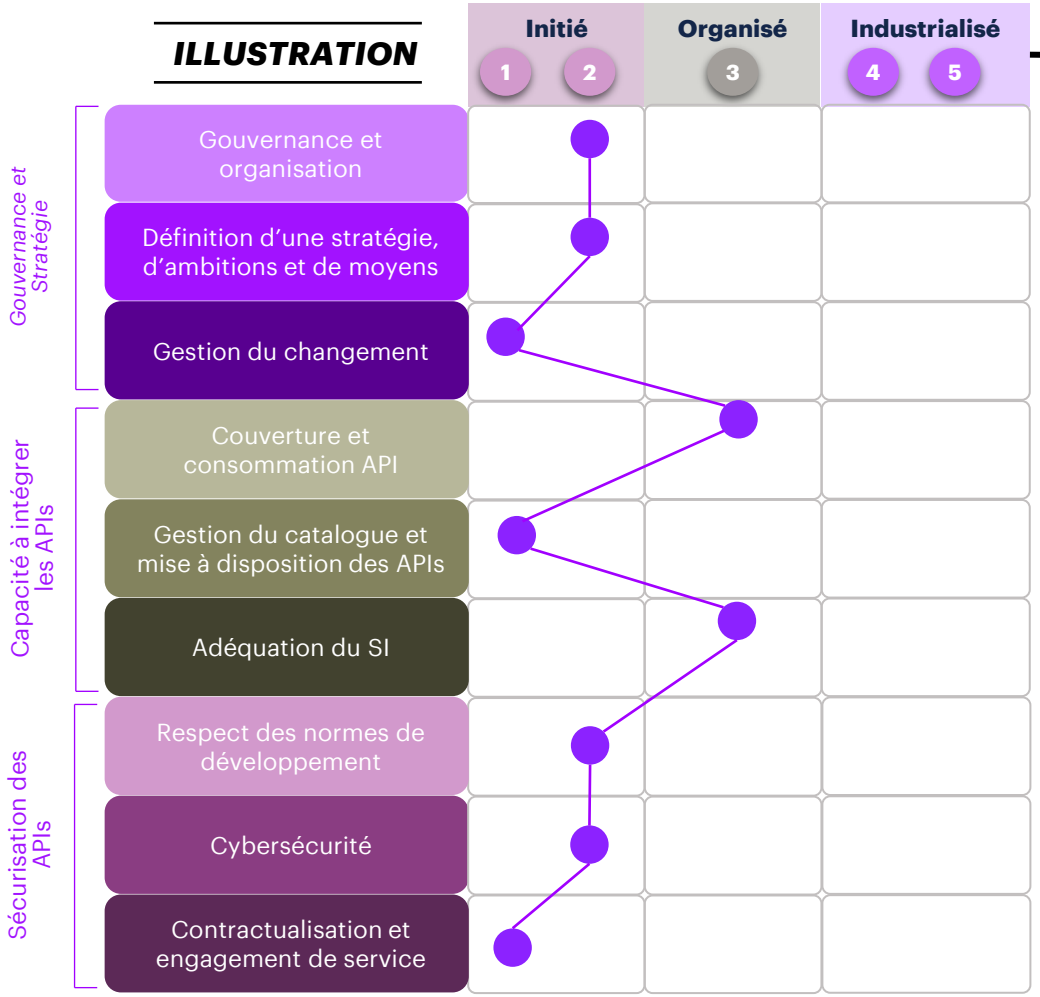
L'étude s'est concentrée sur les marchés de la **Santé – Prévoyance** et de l'**Epargne – Retraite.** Le domaine **IARD** est également adressé dans une moindre mesure (de manière indirecte via les interviews des assureurs également présents sur ce marché).

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Méthodologie de l'étude (2/2)

Modèle de maturité utilisée dans le cadre de l'étude d'opportunité (Q1 2022)

Sélection de 9 thématiques et **questions clés** pour un diagnostic complet de la maturité API



Cinq niveaux de maturité :

- **Initié** (1 & 2)
- **Organisé** (3)
- **Industrialisé** (4& 5)

Un niveau global de maturité API

Scoring API : Initié

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Périmètre de l'étude (1/3)

18 acteurs de l'assurance interrogés au T1 2022

ASSUREURS

Allianz

Romaric HATIT
DSI Allianz France

Claire RIOLLIER
Leader Ecosystème *Ma Vie Quotidienne*

SURAVENIR
UNE FILIALE DU Crédit Mutuel ARKEA

Anne-France GAUTHIER
Directeur commercial – Vie Plus

Pierre HAYOT
Responsable Etudes Projet

APICIL

Thomas PERRIN
Directeur Général Adjoint Santé Prévoyance

Thierry JOUSEAU
Directeur APICIL EPARGNE en charge des Opérations et des Services Clients

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Périmètre de l'étude (2/3)

Extraits de l'étude

18 acteurs de l'assurance interrogés au T1 2022

Santé | Prévoyance | Epargne | Retraite

DISTRIBUTEURS

Courtiers

Marion DUNOIS
Directrice Marché Particuliers

Eric MIGNOT
Président / Co-founder

Larry HUEBER
Gérant fondateur

Oliver LE GALL
DSI Groupe Adelaïde

Grégory RECCHIA
Chef de projet digital

Courtiers

Stellane COHEN
Présidente

Jiahao WANG
Directeur SI

Emmanuel BOURIEZ
DG - Predictis

Cédric NOBIS
Directeur des opérations Capfinances

Yves DISCA
Directeur SI Capfinances

Néo-courtiers

Numa JEQUIER
CEO

Marc TEMPELMAN
Co-fondateur

Société de gestion

Vincent SATTLER
CTO

Banques Privées

Laurence CASSAGNES
Directrice Marketing

Stéphane VILLEMINOT
Digital Officer

Antoine PELE
Responsable partenariats

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Périmètre de l'étude (3/3)

18 acteurs de l'assurance interrogés au T1 2022

Santé | Prévoyance | Epargne | Retraite

PLATEFORMES TECHNOLOGIQUES

DIGITAL INSURE

Fabrice POMIERS
DG Digital Insure Services

brokoli

Caroline HERAUD
CEO

Anne BRIENS
CPO

BubbleIn

Cécile MÉRINE
CEO

harvest

Gwenael CAUVIN
Product Manager

Jean-Philippe ROBIN
Directeur Commercial

GAMBiT FINANCIAL SOLUTIONS

Laurent BODSON
Chief Operating Officer

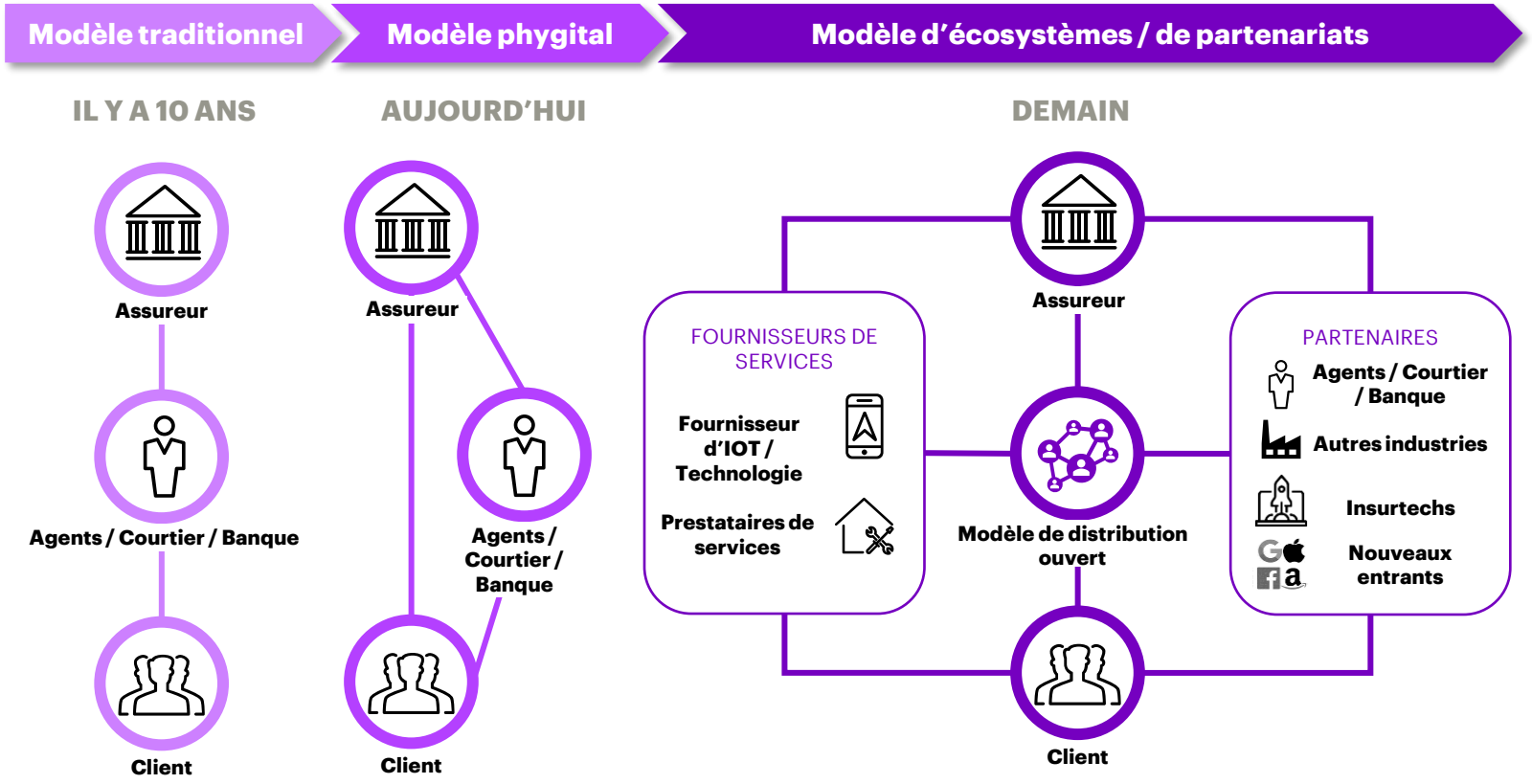
Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Synthèse générale

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Les pratiques évoluent rapidement et poussent les assureurs à faire évoluer leur modèle de distribution

Évolution des modèles de distribution



Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

En quoi est-ce primordial de mettre en place de nouveaux partenariats de distribution pour les assureurs ?

67%

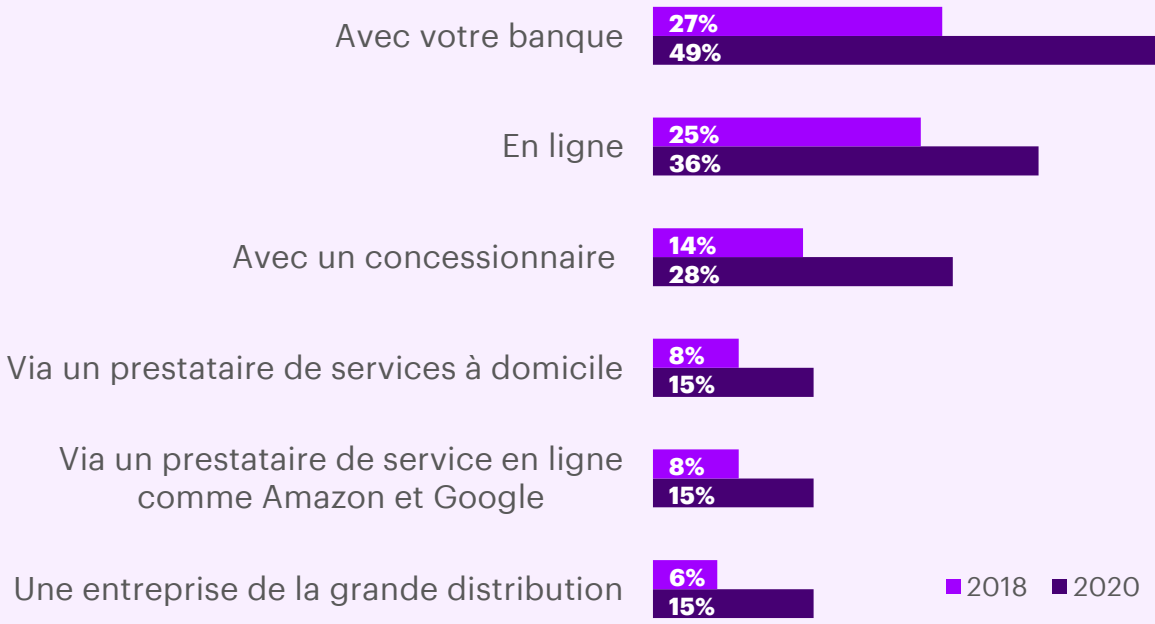
des assureurs pensent que **leurs *business models* seront profondément transformés d'ici 5 ans**, principalement grâce aux **écosystèmes de services**

51%

des assureurs font déjà face à la **disruption** provenant de la concurrence, en termes de **partenariats avec d'autres industries**

Source : Accenture Consumer Study, FFA

Quelle est la probabilité que vous souscriviez une assurance via ces canaux ?



Source : Accenture Consumer Survey 2020 - France

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Au delà des enjeux distributifs, l'Open Insuring apporte de nombreuses opportunités

APPORTS

Expérience client

- Exécution des opérations en quasi temps réel
- Parcours sans couture et possibilité de selfcare

Expérience partenaire

- Onboarding rapide des nouveaux partenaires
- Fluidité dans les échanges avec les partenaires

Efficacité opérationnelle et conformité

- Eviter les doubles saisies
- Plus grande traçabilité des opérations

Diversification de produits et services

- Elargissement de la gamme de produits proposés
- Intégration de services externes

Renforcement de la distribution

- Fidélisation des apporteurs
- Conquête de nouveaux apporteurs

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Enseignements clés de l'étude par marché

Epargne / Retraite

Poursuite de la concentration et de la digitalisation des courtiers
(contraintes réglementaires, fonds de *private equity*)

Croissance des Fintech et néobanques

Nouveaux canaux de distribution via les plateformes de services (Retraite)

Santé / Prévoyance

Présence d'acteurs précurseurs (APRIL, Hueber…) **et d'acteurs 100 % digitaux par construction** (+Simple, Brokoli)

Un niveau de maturité moins avancé

Développement des premières plateformes de services en santé pour connecter les partenaires et exposer les services via API

GÉNÉRALISATION DE L'API COMME MOYEN D'ÉCHANGE ENTRE LES PARTENAIRES

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Enseignements clés par type d'acteurs (1/3)

Assureurs

Les acteurs les plus fortement positionnés en **distribution ouverte sont volontaristes à l'APIsation** afin de faciliter la distribution et la gestion de leurs produits, voire d'envisager de nouveaux partenaires de distribution et de concevoir des plateformes de services multi pays

- **Epargne et Retraite**, un marché assez mature où de nombreux acteurs font partie des « Best in Class » (Suravenir groupe Arkea, Intencial groupe APICIL, Oradea groupe SG). De forts investissements en cours d'acteurs historiques, pour mettre à jour leur proposition de valeur.
- **Santé et Prévoyance**, un marché moins mature mais faisant l'objet d'un rattrapage. April faisant partie des best in class, des efforts par VYV et CNP sur les services santé mais dont les usages restent à développer. Des gestionnaires Santé encore très en retard.
- **Dommages**, marché en fort développement sur les API. Wakam et April font partie des « Best In Class ». De forts investissements d'acteurs traditionnels sur des sujets tels que la Mobilité et l'ADE. De forts investissement également du côté des TPA.

Les acteurs dont la **majorité du chiffre d'affaires repose sur la distribution ouverte** ont fait **mouvement plus tôt vers l'APIsation** comme un moyen au service de leur stratégie et présente donc un **niveau de maturité plus avancé**.

SURAVENIR ASSURANCES UNE FILIALE DU Crédit Mutuel ARKEA

Niveau de digitalisation très poussé de ses actes de gestion ce qui lui permet d'être reconnu par ses partenaires pour la qualité de son back-office (84 % souscription digitalisée de bout-en-bout via les partenaires internet et 70 % via les courtiers).

Allianz réfléchit aux aspects opérationnels de sa stratégie de distribution ouverte, d'un point de vue de la **gouvernance**, de **l'organisation** ou encore du **modèle de monétisation**. Elle montre clairement sa volonté d'embarquer les métiers dans une démarche à l'échelle.

Allianz

APICIL

Apicil a mis en place un **hub** sur son activité Epargne, proposant **toutes les typologies d'actes sous forme d'APIs**. Apicil a développé une profondeur d'API avancée et souhaite désormais mettre en place un hub de protection sociale.

Vision de synthèse et extraits du diagnostic de maturité

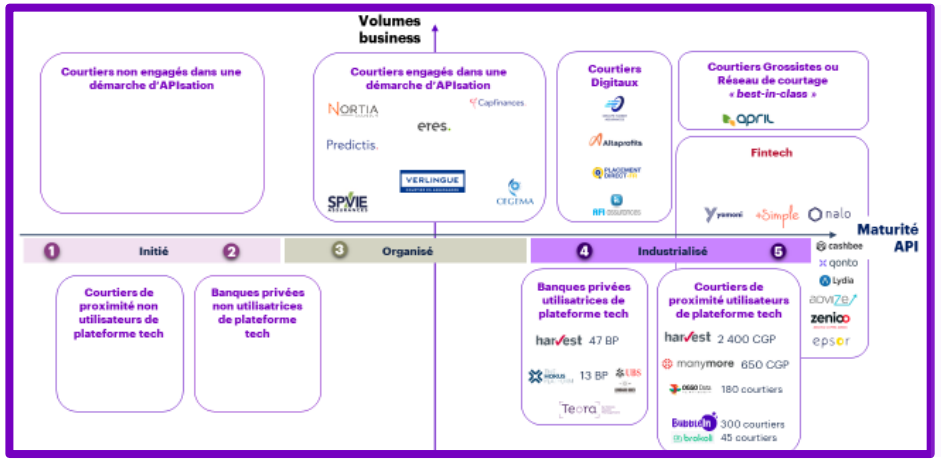
Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Enseignements clés par type d'acteurs (2/3)

Distributeurs

L'APIsation est devenu **un « must » have pour certaines catégories de partenaires** car elle permet de s'intégrer finement dans le parcours de vente et de réaliser des gains d'efficacité :

- Les **Fintech/Insurtech** sont API by design (+Simple, Nalo, Yomoni)
- Les **courtiers digitaux** réclament des API à leurs partenaires assureurs (AltaProfits, PlacementDirect, Hueber)
- Certains **courtiers grossistes ou réseau de courtage** ont investi pour être API ready (Eres, CapFinance, Nortia)
- Les **acteurs du retail** sur les produits affinitaires (pendant l'acte d'achat / embedded insurance – ex CDiscount)
- Certains courtiers n'ont pas les équipes informatiques ou les budgets pour investir dans des outils de front unifiés en capacité de se connecter en API à leurs partenaires, justifiant le maintien d'un extranet ainsi que de solutions de transfert de fichiers dont l'usage se réduira dans le temps



+Simple **s'est APIsé dès ses débuts**. Tous les acteurs avec lesquels travaille +Simple ont **la capacité de s'intégrer en amont et en aval** grâce à des APIs

GROUPE HUEBER ASSURANCES

C'est un acteur avec un **fort ADN digital** : CRM Salesforce, forts investissement IT, solutions de contournement en termes d'API avec la création **d'APIs « intermédiaire »** traduisant les fichiers Excel de certains partenaires dans son système.

Vision de synthèse et extraits du diagnostic de maturité

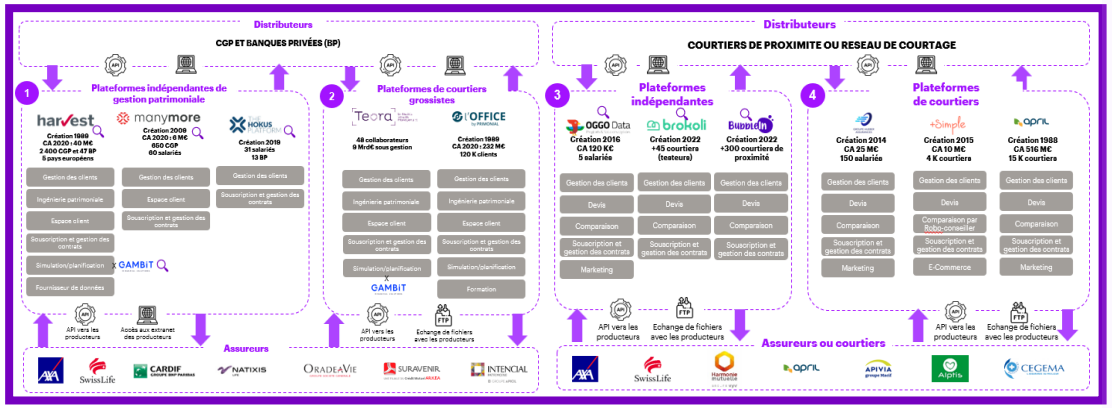
Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Enseignements clés par type d'acteurs (3/3)

Plateformes technologiques de services aux intermédiaires d'assurance

D'autres **accélérateurs de cette APIsation sont les plateformes technologiques** pour proposer à leurs distributeurs des parcours clients optimisés et faciliter la relation avec les partenaires assureurs

- **Epargne et Retraite**, des plateformes indépendantes proposent désormais la possibilité de souscription directement de leur solution dont l'incontournable Harvest (en API ou Extranet avec passage de contexte), concurrencée par ManyMore et par The Hokus Platform (notamment sur les banques privés). Face à elles certains courtiers grossistes investissent fortement sur leur propre plateforme (exemple : Teora).
- **Santé et Prévoyance**, où les plateformes indépendantes (Oggo Data, Brokoli, BubbleIn) encore modestes font face à des courtiers ayant fortement investi dans leur propre plateforme technologique (Hueber, +Simple, April) imposant à leurs partenaires assureurs les API.



DIGITAL INSURE

Digital Insure est un **acteur pionnier** dans l'Open Insuring sur le marché de l'**assurance emprunteur** et de la **prévoyance individuelle**, premier acteur à avoir digitalisé un parcours de souscription, du 1er devis à la gestion des sinistres.

BubbleIn est une plateforme à destination des **courtiers de proximité** (près de 10k en France) pour **l'ensemble de leurs opérations du quotidien** et qui vise à **faciliter la mise en relation avec les assureurs**.

brokoli

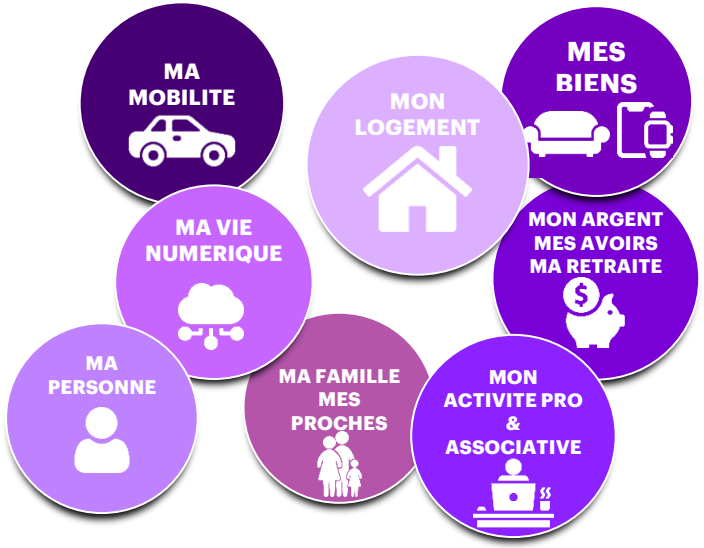
Brokoli est aujourd'hui une startup early stage (création en septembre 2021). A moyen ou long terme, si Brokoli capte une bonne partie du marché de la santé collective, **ce type d'acteur pourra inciter les assureurs à proposer davantage d'API.**

Vision de synthèse et extraits du diagnostic de maturité

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

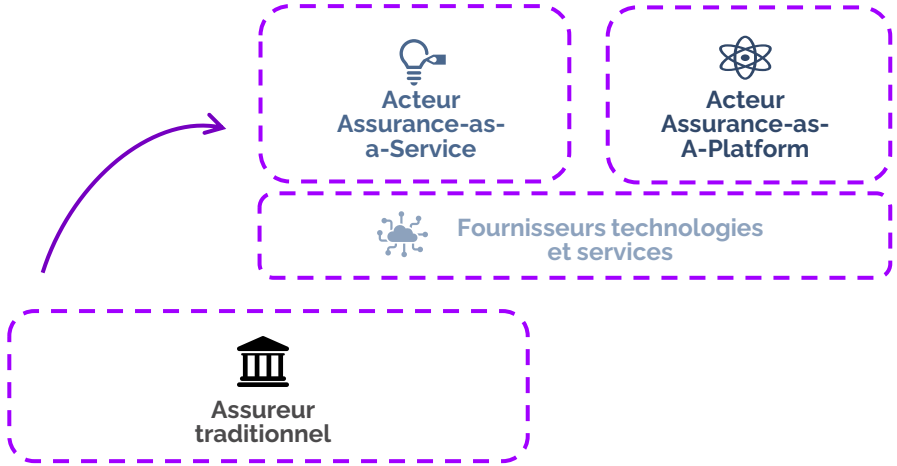
Les réflexions et enjeux qui attendent les assureurs traditionnels

Quelles places pour les assureurs dans chacun des écosystèmes ?



- Au sein de quel(s) écosystème(s) suis-je le plus légitime ? Quelles y sont mes forces et faiblesses ?
- Qui en sont ses acteurs ? Quelles en sont ces perspectives ?
- Quels sont mes partenaires potentiels ?

Quel modèle choisir et comment faire la transition ?



- Plusieurs alternatives s'offrent aux acteurs traditionnels qui veulent s'inscrire dans une logique d'écosystèmes ouverts
- La transition vers ces différents modèles va nécessiter d'orienter ses efforts de manière différente sur son modèle opérationnel (IT, distribution, RH, etc)

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Les acteurs traditionnels doivent opérer des changements profonds sur les différentes briques de leur modèle opérationnel

PARTENARIATS ET DISTRIBUTEURS

- La multiplication des partenariats afin de s'intégrer au mieux dans les nouveaux écosystèmes
- La constitution d'équipes spécialisées dans la recherche de partenaires (distributeurs, retailers....)

PRODUITS ET SERVICES

- Des produits répondant aux nouveaux besoins des consommateurs (solutions embarquées, assurances affinitaires...)
- Des offres adaptées aux nouveaux usages et à la nouvelle économie (GIG economy, micro-mobilité, co-living....)

STRATÉGIE DE RÉASSURANCE

- Des réflexions à engager quant à la stratégie de portage de risque et de la nature développée avec les réassureurs
- Un partage des données avec les réassureurs renforcé. Vers un nouveau modèle de réassurance ?

CULTURE ET ORGANISATION DU TRAVAIL

- Des orientations « tech company » avec notamment le recrutement de profil davantage techniques que métiers
- La volonté d'avoir un impact positif et de rendre le monde de l'assurance plus transparent

SYSTÈME D'INFORMATIONS

- Transformation du SI avec notamment une APIsation progressive
- La nécessaire prise en compte du legacy
- Une utilisation efficace des nouvelles technologies (Blockchain, Data Lake...)

LA DATA

- Faciliter l'accès, l'enrichissement et le partage de la donnée
- Permettre la traçabilité des données
- Renforcer la gouvernance des données
- Avoir un cœur référentiel protégé et sans données dupliquées

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.

Quelques enseignements sur le bon usage des API

Extraits de l'étude

L'API est un levier clé d'opportunités business dans l'assurance, car elle permet de s'ouvrir de **manière sécurisée et rapide** à de **nouveaux partenaires de distribution** (constructeurs auto, retailers, scale-ups, Fintechs) locaux et internationaux, elle permet également l'accélération de l'économie des plateformes via des **écosystèmes de services B2B2C** (mobilité, vie quotidienne, santé, épargne retraite, etc.) dans lesquels **l'expérience des clients finaux** est largement facilitée

L'API implique un changement culturel, il ne s'agit **pas** d'un sujet qui doit **être traité uniquement par la DSI** mais bien d'un produit **« API as a product »**. Il y a donc un enjeu d'accompagnement au changement des métiers : Equipes Marketing, Digital & Innovation, Distribution / Courtage & Grands Partenariats, Chefs de projets, etc.

L'API présente un enjeu de valorisation et d'animation d'un nouveau patrimoine, qui nécessite une **gouvernance spécifique** pour promouvoir les API, valoriser les gains, définir des modèles économiques adaptés, maîtriser la réglementation relative aux données partagées et faciliter l'engagement des partenaires

L'API présente un enjeu de valorisation et d'animation d'un nouveau patrimoine, qui nécessite de définir le **cycle de vie de bout en bout des APIs**, d'appuyer l'effort de contrôle sur les phases amont d'étude d'opportunité et de conception API, d'articuler le cycle de vie des APIs avec le cycle de vie des applications (ex: revue d'architecture)

Perspectives d'avenir sur l'Open Insuring

La transformation vers l'Open Insuring va être tirée par la demande de marché pour répondre à de nouveaux standards. La course est lancée entre les assureurs pour être à même de capter ces relais de croissance.

L'économie des plateformes (marchés multifaces) gagne du terrain dans le monde de l'assurance.

L'accélération de cette transformation est liée :

- **aux évolutions des attentes et des modes de consommation des clients** (« *one stop shop* », intuitif, instantané, individuel et innovant),
- **à celles des distributeurs d'assurance** (retailers, courtiers, néocourtiers, Fintech, etc.),
- ainsi qu'aux possibilités offertes par la **digitalisation des échanges** (web, smartphone, API, cloud, data).

Contrairement au secteur bancaire, ce n'est donc pas la réglementation qui accélère l'ouverture des modèles de distribution mais elle pourrait venir la faciliter d'ici quelques années.

Un champ d'opportunités s'ouvre pour les assureurs.

- Adresser **de nouveaux marchés** et **de nouveaux canaux de distribution**
- Exposer **la bonne offre au bon moment**,
- **Innover dans les produits et services** afin notamment de faire évoluer leur **positionnement** ainsi que la **perception des clients**.
- **Rénover la distribution actuelle auprès des partenaires et courtiers demandeurs de nouvelles expériences de distribution** (plus intégrée et plus digitalisée).

Ces opportunités vont se loger dans les différents écosystèmes que pourront adresser les assureurs (mobilité, logement, épargne- retraite, santé / vie quotidienne, sphère professionnelle, etc.)

De nombreux défis restent à relever par les acteurs traditionnels.

- S'organiser pour **conquérir de nouveaux partenaires**,
- Faire **évoluer ses produits et services**,
- **Adapter sa stratégie de réassurance**,
- Faire **évoluer sa culture**
- Et enfin **ouvrir et modulariser son SI** et **mettre la data et les API au cœur**.

Copyright © 2022 Accenture. All rights reserved.