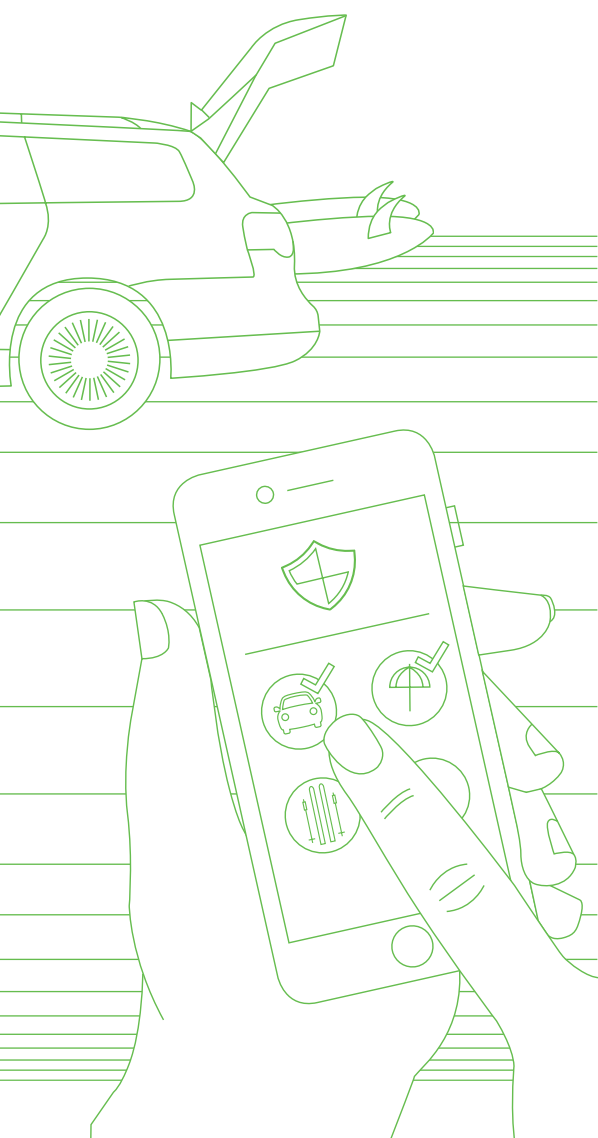


# À chacun son assurance

Texte de Aurel Jörg



Le citoyen moyen existe toujours, du moins dans le secteur des assurances. Les assurances développent leurs offres en fonction de son profil, qu'il s'agisse de l'espérance de vie moyenne ou du risque moyen qu'un téléphone portable se fasse voler (le risque est d'ailleurs bien plus élevé en été et le week-end par rapport à une banale journée d'hiver)<sup>1</sup> : plus les assureurs sont en mesure de modéliser la complexité de la vie, plus il est facile de créer des offres standardisées promettant un rendement et couvrant le sinistre. C'est ainsi que travaillent les assurances, jusqu'à aujourd'hui du moins. De nos jours, les modèles tendent à se multiplier et les assurances adaptent leurs offres. Les assurances situationnelles en font partie. Elles couvrent le client pour une durée déterminée et pour certaines activités, limitent géographiquement la couverture d'assurance ou portent sur un objet particulier. Le client peut définir le type et l'étendue de l'assurance au moyen d'une appli ou d'un ordinateur. Le portail Appsichern.de en constitue un exemple. Il propose une assurance pour les sorties scolaires. L'appli permet aux parents d'assurer leurs enfants contre les accidents pendant une excursion. Le tout sans délai ni démarche administrative contraignante. Il suffit de télécharger l'appli, de s'enregistrer et d'activer la couverture d'assurance.

## **Souscrire une assurance au XXI<sup>e</sup> siècle: aussi simple que commander une pizza?**

Avec les assurances situationnelles, le secteur de l'assurance évolue vers un service d'offres personnalisées à la demande. D'autres secteurs, comme les services de musique en continu ou les offres d'autopartage, ont pris le

virage depuis fort longtemps. Quelles seraient, pour les assureurs, les conséquences à long terme s'ils s'engageaient dans cette voie? Dans quelle mesure cela impacterait le caractère d'économicité et la solidarité? Et pour quelles raisons n'ont-ils pas franchi le pas avant et hésitent à s'aventurer sur ce terrain? Les conditions techniques ne sont pas un frein aux assurances situationnelles. À l'instar des autres secteurs, les technologies numériques étaient accessibles aux assureurs. L'individualisation croissante de la société est une évolution qui touche l'ensemble de l'économie. La raison est à chercher dans la nature même de ce secteur. L'assurance est une activité caractérisée par une fréquence et un intérêt réduits («low interest et low frequency»): en général, le preneur d'assurance prend contact deux fois avec l'assureur, une fois lorsqu'il conclut la police et, éventuellement, en cas de sinistre. Le lien est certes fort, mais la faible interaction entre l'assureur et le client peut engendrer de l'immobilisme. Du moins jusqu'à ce que les clients souscrivent de plus en plus souvent leurs assurances en ligne, ce qui est le cas aujourd'hui.<sup>2</sup> Si le processus de souscription en ligne devait gagner en importance, l'offre changerait en conséquence. Il doit être plus intuitif, flexible et rapide. Les offres telles que Lings, une start-up de Generali, propose une assurance de courte durée voire, si le client le souhaite, pour une journée. Lings assure les vélos et les appareils photo, s'adresse à un public de jeunes internautes. Quelques minutes suffisent pour s'enregistrer en ligne, saisir l'objet et activer la couverture d'assurance. Il est possible d'activer et de désactiver en toute simplicité la couverture d'assurance pour chaque objet.

### **Innover en testant de nouveaux concepts**

Appsichern.de et Lings ne sont pas des assureurs, mais agissent néanmoins en tant que tels. Appsichern.de travaille avec cinq compagnies d'assurance et propose, outre l'assurance pour les sorties scolaires, d'autres assurances relatives à la conduite automobile (couverture pour conducteurs tiers, couverture pour véhicules de location, couverture d'autopartage, couverture pour un essai, etc.). Aux États-Unis, Munich Re, le plus grand réassureur à l'échelle mondiale, a noué un partenariat avec Trov pour intégrer le secteur des assurances situationnelles. L'entreprise californienne, qui assure vélos, appareils photo, ordinateurs portables et écouteurs, est déjà bien établie en Grande-Bretagne et en Australie. Ici aussi, des compagnies de renom, AXA et Suncorp par exemple, garantissent la couverture d'assurance en arrière-plan.

Les assurances situationnelles, qui sont proposées en coopération avec des start-up flexibles et de petite taille, permettent aux groupes d'assurance de tester plus rapidement de nouveaux concepts et produits en prenant peu de risques. La démarche est comparable à celle d'un énorme pétrolier utilisant un hors-bord pour savoir si le nouveau cap qu'il souhaite suivre est le bon. Elle permet également de s'adresser de manière plus ciblée aux jeunes clients. Citons l'exemple de l'assurance accidents «Trainer-Schutz» que propose Barmenia, un assureur allemand, en collaboration avec Kasko, une compagnie insuretech anglaise. L'offre lancée en août 2016, alors que le jeu Pokémon Go atteignait son apogée, entendait couvrir les individus contre les accidents pendant qu'ils jouaient sur leur smartphone, à savoir les chutes, les blessures et tout ce qui pouvait leur arriver dans l'espace public lorsque, les yeux rivés sur leur jeu en réalité augmentée, ils n'étaient plus concentrés sur l'environnement qui les entoure. L'assurance – qui a été entre-temps retirée du marché – était avant tout une action marketing. Pour la compagnie d'assurance allemande, c'était aussi l'occasion de se positionner auprès d'un public cible jeune. Les exemples cités montrent que l'assurance situationnelle sert bien souvent à tester de nouvelles formes d'interaction avec les clients et les nou-

velles technologies, et à adapter les offres aux segments de clientèle en constante évolution. L'assurance conventionnelle peut mettre à profit ces expériences, qui contribuent à considérer les clients dans leur évolution et, partant, à identifier leurs nouveaux besoins.

### **Comblent d'éventuelles lacunes en matière d'assurance**

Aux États-Unis, les assureurs proposent de plus en plus de prestations aux personnes travaillant dans l'économie à la demande (gig economy): techniciens de surface, coursiers à vélo ou photographes qui, la plupart du temps, acceptent des contrats de courte durée par l'intermédiaire de plateformes numériques moyennant l'utilisation de leur équipement privé. L'américain Verifly offre une assurance situationnelle pour cette forme de travail indépendant: l'appli Verifly permet d'individualiser la couverture d'assurance en termes d'activité, de durée et de niveau de couverture. L'appli permet également d'assurer des tâches spéciales telles que le déneigement ou la lutte contre les parasites. Ce genre d'assurance situationnelle se prête parfaitement aux emplois occasionnels. Car dès qu'une personne travaille régulièrement, une assurance conventionnelle s'avère plus avantageuse. Une assurance situationnelle offre à l'assuré une grande souplesse et, dans certains cas, une protection supplémentaire pour certaines activités telles que le vol de drones. En revanche, une assurance conventionnelle offre l'avantage de fonctionner comme un forfait: le client n'a pas à se demander en permanence s'il est assuré et ce que sa couverture englobe.

### **L'assurance situationnelle, une innovation cosmétique**

Les assurances conventionnelles fonctionnent selon un principe simple: de nombreux individus aux profils différents se regroupent au sein d'une communauté pour se protéger contre des risques dont la probabilité de survenance est faible, mais qui entraînent des coûts élevés s'ils doivent se produire. Les assurances vie et les assurances maladie en sont les exemples les plus courants. Toutefois, les décès soudains et les risques pour la santé ne peuvent naturellement pas être limités à une période de temps déterminée. C'est pourquoi les assurances vie, comme les assurances de base des caisses maladie, ne conviennent pas au modèle de l'assurance situationnelle. Cette dernière convient plutôt à des risques qui surviennent relativement souvent, mais qui ne causent pas de dommages importants, comme la perte du téléphone mobile. Le facteur déterminant ici est que la personne assurée a une influence sur la réalisation du risque. En d'autres termes, elle est susceptible d'optimiser son comportement à l'égard du risque. Mais le modèle de l'assurance est mis en danger si tous les assurés améliorent leur comportement de risque et disposent d'une couverture situationnelle. Car ce modèle s'appuie avant tout sur la solidarité entre assurés: la majorité d'entre eux paient plus de primes qu'ils ne pourraient en bénéficier sous forme de prestations d'assurance. Or, si tous les assurés devaient optimiser leur comportement à l'égard des risques dans le cadre de l'assurance situationnelle, les individus ne se feraient assurer que pour de courtes périodes pendant lesquelles le risque est élevé. Cela ébranlerait le principe de solidarité, car le rapport entre les primes payées et les prestations d'assurance perçues se dégraderait de plus en plus. Afin de rétablir l'équilibre, il faudrait augmenter les primes, ce qui rendrait le modèle de l'assurance situationnelle peu attrayant. Aussi existe-t-il deux scénarios pour les assurances situationnelles: s'immiscer sur un marché de niche et se présenter comme un nouveau modèle de différenciation des assurances complémentaires. Elles complèteraient les assurances complémentaires déjà en place sur le marché et les individualiseraient encore plus, les fractionneraient davantage, et combleraient les lacunes. Le second scénario prévoit une limitation des prestations de l'assurance conventionnelle, ce qui inciterait les individus à souscrire

de plus en plus d'assurances situationnelles afin de se composer une couverture d'assurance complète. Dans un cas comme dans un autre, les assurances situationnelles modifieront la communication, la commercialisation et la gestion des offres d'assurance existantes. À l'avenir, les assurances seront plus personnalisées et l'interaction avec les clients gagnera en importance. En fin de compte, pour nous séduire, les assurances devront se démarquer de plus en plus de la moyenne.

1: <https://blog.axa.ch/kompetenz/handy-diebstahl-erhoehtes-risiko-in-bern-und-in-der-westschweiz/>

2: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/287180/umfrage/abschluss-von-versicherungen-ueber-das-internet/>