

le Baromètre prospectif

2014

Méthodologie du Baromètre prospectif

**Les nouvelles technologies au service
de l'assurance**

solucom 
management & IT consulting

A quoi ressemblera le travail demain ?



Méthodologie d'analyse prospective

Une veille permanente

- Interventions et visites en entreprises, rencontres d'experts, participation à des colloques, séminaires, forums et divers groupes de travail, analyse de la presse, recherches sur Internet...

L'exploitation des bases Roma/Rofa

- Une approche complémentaire aux rapports annuels de l'Observatoire, dans une vision plus détaillée des grandes tendances d'évolution sociodémographique

Un ateliers "métiers"

- Une réunion d'experts, issus d'entreprises représentatives de la branche, dans les familles Marketing, Actuariat, Distribution et Gestion de contrats, pour faire le point sur leur actualité et sur les futurs possibles de leurs métiers respectifs

Un comité de pilotage RH

- Une rencontre avec des responsables RH sur les principaux sujets de l'actualité sociale, leurs enjeux et sur les perspectives par métier

Méthodologie d'analyse prospective

Facteurs de contingence

Economiques, technologiques, démographiques, sociétaux, réglementaires...

Stratégie des acteurs

Orientation client, personnalisation, standardisation, normalisation...

Chaîne d'activités et métiers

Métiers du pilotage

Conception

Distribution

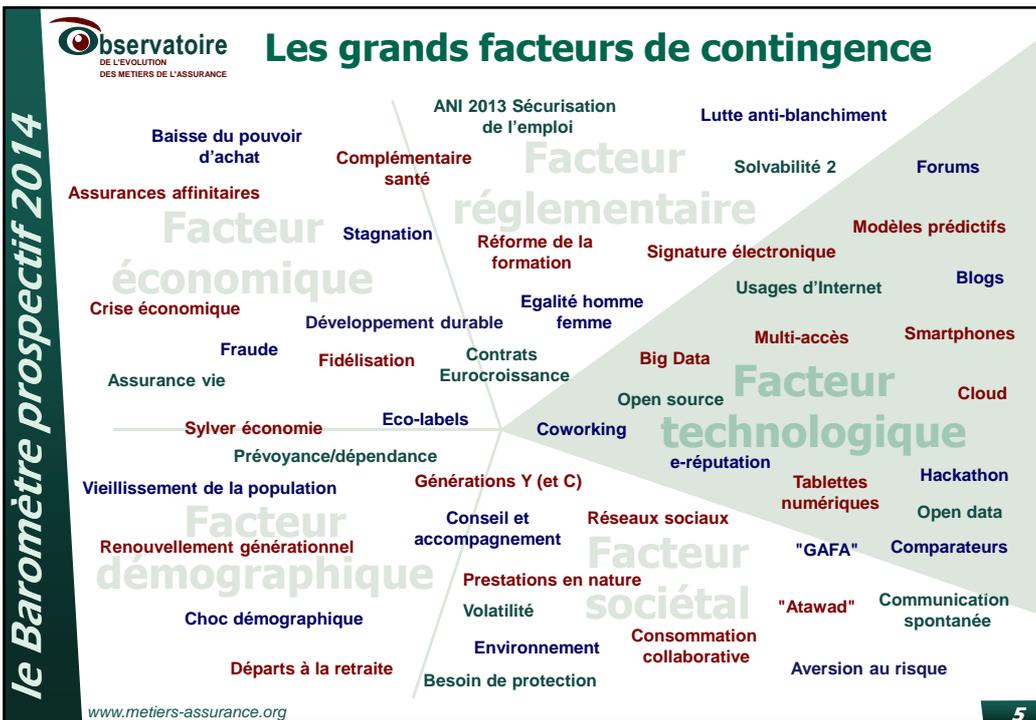
Services

Gestion clients

Métiers supports transversaux

Ressources humaines

Métiers et compétences
Recrutement, intégration, formation
Gestion de carrière, mobilité, management



Observatoire
DE L'ÉVOLUTION
DES MÉTIERS DE L'ASSURANCE

Qui sommes-nous ?

solucom
management & IT consulting

le Baromètre prospectif 2014

- Cabinet de conseil en management et systèmes d'information fondée il y a plus de 20 ans**
- 1300 collaborateurs dont une équipe dédiée de 200 collaborateurs sur les domaines de l'Assurance et de la Banque**
- 2ème cabinet* de conseil indépendant en France Coté en Bourse sur NYSE Euronext**

* Source : PAC 2014

Benoît BOUFFART
Manager Solucom
Spécialiste Innovation et digital

Retrouvez nos analyses sur solucominsight.fr et [Insurance speaker](http://InsuranceSpeaker.com)

www.metiers-assurance.org

6

17 Millions

Nombre de smartphones vendus en **France** en **2014** (Prévision GFK)

1 Milliard

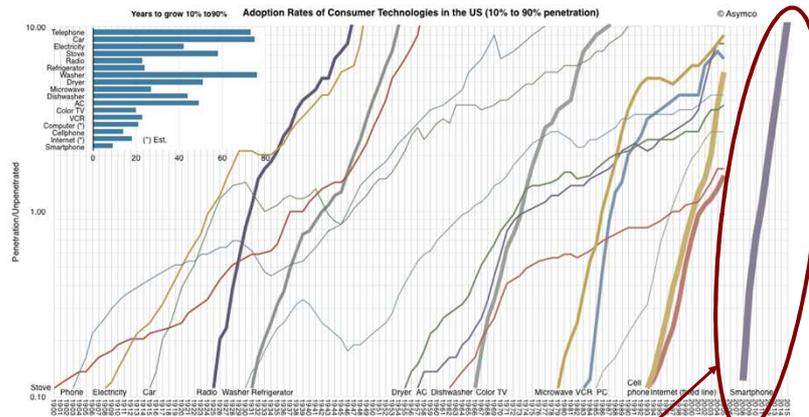
Nombre de smartphones vendus dans le **monde** en **2013** (Source GFK)

x 2500

Augmentation du débit d'accès à Internet pour les smartphones/tablettes



Taux de pénétration des nouvelles technologies de l'information



Très grande vitesse de pénétration pour les smartphones

Quel est le point commun entre ces différents objets ?



Des lunettes



Une télévision



Une fourchette



Un bracelet



Une valise



Une voiture

Ce sont des...
Objets connectés

Des technologies suscitant un fort intérêt

facebook

2 Mds \$ - 2014

Oculus

Lunette d'immersion virtuelle- Réalité augmentée

Google

3,2 Mds € - 2014

nest

Thermostat intelligent - domotique

Apple

360 M \$ - 2013

PrimeSense

Capteurs de mouvement Kinect



HomeKit – HealthKit – Beacon

Logiciels d'interfaçage pour objets connectés (Santé et Habitat)

iOS8

E-Santé : un secteur d'avenir

2,7 Milliards €

Estimation du marché mondial de l' **e-santé** en 2014

Source : XERFI-Precepta

Santé #1

Premier secteur d'investissement en capital-risque en **France** en **2013** avec 27% des fonds investis.

Source : Baromètre Chausson Finance

132 Millions €

Montant des investissements en capital-risque sur le secteur Santé réalisé au **second semestre 2013** en **France**.

Source : Baromètre Chausson Finance



GENERATION Y
24,1 M
Nbre de possesseurs de smartphones en France dont 84% des 16 - 24 ans

SMARTPHONES

Le nombre d'octets générés quotidiennement **2,5 x 10¹²**

Le CA généré par le marché du Big Data en 2018 **114 Mds €**

90% du contenu internet créé dans les **10** dernières années

BIG DATA

60% Augmentation annuel du m-commerce en Europe

Part des français ayant effectué un achat en ligne au cours des 12 derniers mois

>150 Mds \$ CA annuel du marché de la géolocalisation

M-COMMERCE

RUPTURE TECHNOLOGIQUE

Sources : McKinsey Global Institute, Forrester, Cisco, Gartner, IBM, Deloitte

1Md de visiteurs uniques par mois YouTube

5 900 Tweets par seconde

90% des entreprises du **Fortune 500** possédant un réseau social d'entreprise



RESEAUX SOCIAUX

CROWDFUNDING

1 000% KICK STARTER
Croissance des sites de financement participatif sur les 5 dernières années

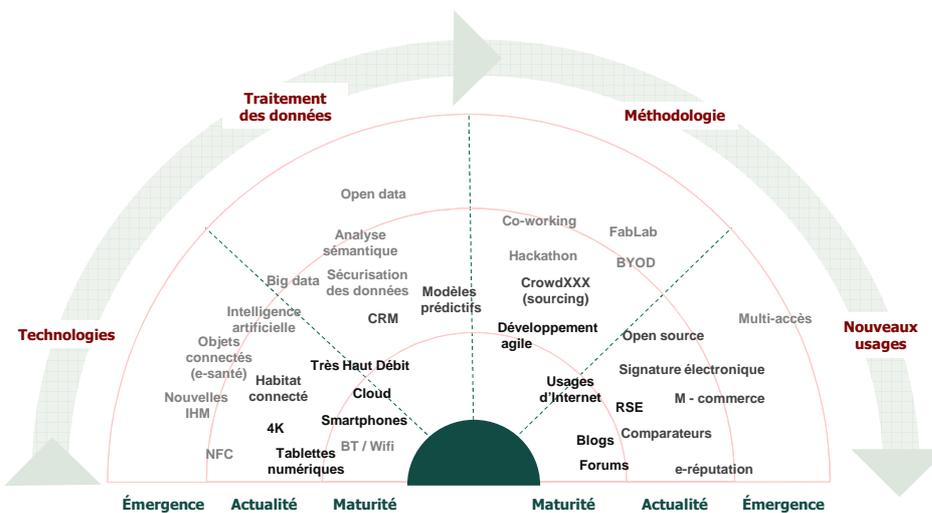
3 200 Md\$ Estimation CA du financement participatif à horizon 2020

OBJETS CONNECTÉS

135 M De véhicules intelligents d'ici 2018

50 Mds d'objets connectés en 2020

2 Mds D'objets connectés en 2014



Le radar* des technologies au service de la transformation du secteur de l'assurance

* Non exhaustif

La révolution numérique ?

En réalité, le fruit d'une combinaison entre :

De profondes évolutions sociétales...

- Désir de "liberté"** → S'exprimer, choisir, construire, résilier...
- Individualisme et partage...** → Général (dont "Y") et plus encore pour les "C"
- Comportements affinitaires** → Communautés... y compris en entreprise
- Rapport au temps, à la propriété, à l'espace, aux autres, à la hiérarchie...** → Tout, tout de suite, partout... (génération Atawad)

... et une rupture technologique

- La dématérialisation des données** → GED, OCR, intelligence artificielle...
- Une explosion de "l'information"** → Big Data : des BDD multiples et protéiformes...
- 3G, 4G... le très (très) haut débit** → Cloud... c'est-à-dire l'omniaccès aux BDD
- L'Internet mobile** → Smartphone, tablette, "Google glass" & "car"

"Digitaliser" l'entreprise ?

Problématique, enjeux et objectifs associés...

Problématique : Maîtriser la performance de l'entreprise

- A l'actif du bilan** → Baisse du rendement des produits financiers
- Au passif du bilan** → Hausse de la sinistralité/pression sur les coûts

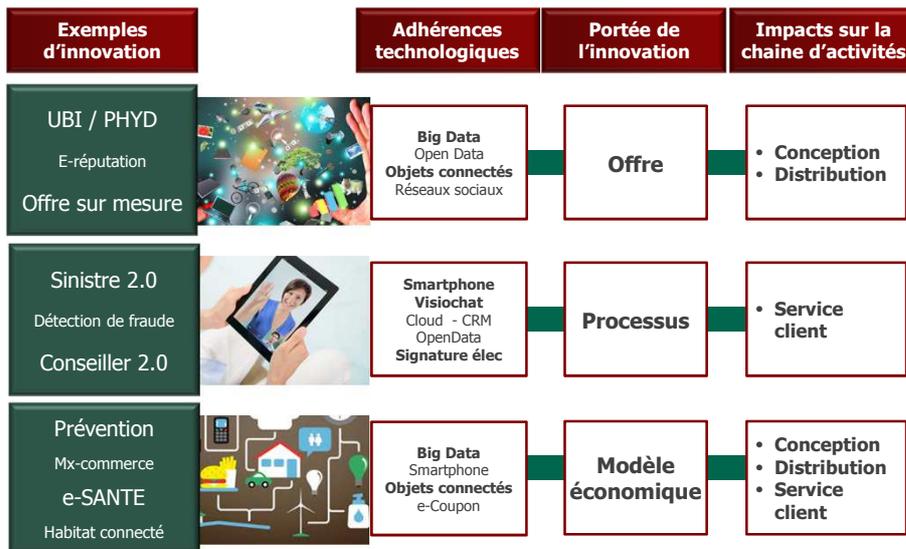
Enjeux : Gagner la préférence, innover et personnaliser la relation client

- Augmenter le CA** → Meilleure adéquation offre/demande
- Fidéliser** → Identification de la valeur-client et des moments-clefs de la relation

Objectifs : Moderniser et réinventer le modèle d'entreprise

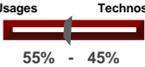
- ➔ Être plus pertinent dans les modalités de distribution des flux
- ➔ Baisser les coûts de conception, d'acquisition et de gestion
- ➔ Mieux maîtriser la charge Sinistres
- ➔ Développer les prestations en nature et les services associés
- ➔ Former les collaborateurs sur la transition numérique

Innovations et technologies

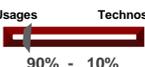




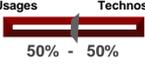
Offres PHYD  « En collectant et en exploitant en temps réel les données comportementales de conduite de ses clients, grâce à l'automobile connectée, un assureur peut proposer des tarifs individualisés, évolutifs, et ce de façon automatique. »

Usages  Technos
55% - 45%

Assurances e-réputation  « L'assurance e-réputation protège l'assuré contre les nouveaux délits du web : diffamations, injures, atteintes à la vie privée, usurpation d'identité...L'assureur connaît l'emprunte numérique de l'assuré. »

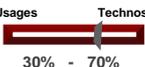
Usages  Technos
90% - 10%

Offres Sur-mesure  « Un assureur examine les données ouvertes et disponibles sur la criminalité, quartier par quartier. L'évaluation des risques dans cette région lui permet de construire des offre très ciblées en assurance vol, multirisque habitation. »

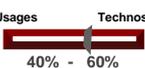
Usages  Technos
50% - 50%



Déclaration et Sinistre 2.0  « Grâce à l'application de son assureur, un client tombant en panne avec sa voiture peut se géolocaliser et remplir sa e-déclaration de sinistre en attendant le dépannage. Il reçoit également un bon d'achat électronique sur son mobile afin de régler sa facture de dépannage très simplement. »

Usages  Technos
30% - 70%

Détection de fraude  « Un sinistre est déclaré suite à un accident automobile. En exploitant des jeux de données ouverts sur la circulation automobile en temps réel, l'assureur pourra vérifier la déclaration de l'assuré et éventuellement détecter une fraude. »

Usages  Technos
40% - 60%

Interactions Conseiller 2.0  « Grâce à ses outils de mobilité, le conseiller dispose de toutes ses ressources, quel que soit l'endroit où il est. Une fois arrivé chez le client, il s'authentifie sur son poste (ou le poste du client) et accède à son bureau virtuel. Il est capable de saisir des données mais aussi d'accéder à des compléments d'informations en temps réel. »

Usages  Technos
20% - 80%

Innovations sur les Modèles économiques



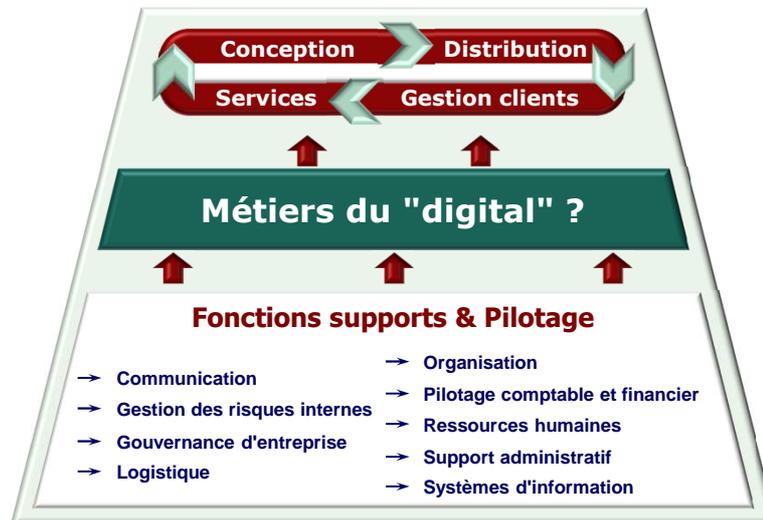
Plus de Prévention		<p>« Une cliente n'a pas eu le temps de prendre les précautions nécessaires face à la grippe. Son assureur, via l'analyse de données ouvertes, la prévient via un push sur son smartphone que l'épidémie se développe dans son département, l'incitant ainsi à se vacciner au plus vite. »</p>	<p>Usages Technos</p> <p>40% - 60%</p>
Objets connectés e-santé		<p>« Un assuré dispose d'un objet connecté mesurant le nombre de pas qu'il effectue. En fonction du nombre de kilomètres parcourus par mois, son assureur lui propose des bons d'achats pour d'autres objets connectés de e-santé. L'assureur incite donc son client à se maintenir en forme et réduit par conséquent le risque qui lui est associé. »</p>	<p>Usages Technos</p> <p>30% - 70%</p>
Dédommagement 2.0		<p>« En guise de remboursement pour sa TV volée, un client se voit remettre un bon d'achat utilisable au sein d'une enseigne sous forme d'un coupon sur son smartphone. L'assureur limite ainsi ses sorties de trésorerie et apporte du chiffre d'affaires à ses partenaires. »</p>	<p>Usages Technos</p> <p>50% - 50%</p>

Nouveaux métiers

Quelques exemples de métiers nouveaux liés au numérique...

Web Designer	Chief Data Officer	Chargé de référencement
Conçoit et réalise le design d'une interface web et les interactions des pages du site web.	Assure la gouvernance des données et leur bonne exploitation au sein d'une organisation.	Améliore la visibilité d'un site web via son positionnement dans les résultats des moteurs de recherche.
Data Miner	Web Analyst	Community Manager
Développe une meilleure connaissance client grâce à la data au sein des différents métiers d'une organisation.	Collecte et interprète les informations permettant d'analyser le comportement des internautes sur un site.	Accompagne les clients dans leur relation avec l'entreprise sur Internet et sur le web social.
Responsable e-commerce	Chef de projet e-CRM	Développeur Services Conformité
Assure la promotion d'un site web ainsi que le développement des ventes en ligne.	Assure le marketing relationnel pour l'ensemble des plateformes numériques d'une entreprise.	Fait le lien avec les responsables sécurité des SI (RSSI).

Impact du digital sur la chaîne d'activités et les métiers...



Les impacts du numérique

Une ré-articulation de l'entreprise autour des grandes fonctions traditionnelles de la chaîne d'activités



Passer du produit au client, de la technique au service...

⇒ Une révolution... culturelle !

- ⇒ La révolution numérique n'est pas qu'un sujet technique ou organisationnel...
- ⇒ C'est avant tout un enjeu humain qui concerne l'entreprise toute entière, de manière systémique

**... avec un risque fort de dyschronie
au sein des organisations !**

Observatoire 2025 ? De nombreuses questions en suspens !

- ⇒ Quelle articulation entre les ressources internes et externes de l'entreprise ?
- ⇒ Quelle nature de "contrat social" passé avec l'entreprise ?
- ⇒ Quel sens (re)donner au lieu, au temps, au contrat... de travail ?
- ⇒ Quelle articulation entre les dimensions individuelles et collectives du travail ?
- ⇒ Quelle intermédiation entre les différents "acteurs" de l'entreprise ?
- ⇒ Quelle place pour le management ? Quels rôles des managers ?
- ⇒ Quelles formes de reconnaissances du travail ?
- ⇒ Quid de la formation, de l'acquisition des compétences, des parcours professionnels ?



Pistes de réflexion et d'actions RH...

- ⇒ Associer la fonction RH à la stratégie de l'entreprise
- ⇒ Repenser le positionnement de la fonction RH dans une entreprise "digitalisée"
- ⇒ Faire évoluer les profils des RH au rythme des transformations de l'entreprise
- ⇒ Partager la fonction RH avec les managers de proximité (...voire les collaborateurs)

Conclusion générale (... mais provisoire !)

Demain...

- Quelle production ?
- Quel travail ?
- Quelle entreprise ?



- ⇒ Dans une logique d'économie collaborative ?
- ⇒ Vers des organisations fonctionnant en écosystème ?
- ⇒ Vers une entreprise "lean managée", coordonnant des salariés, en interne, et des indépendants, en externe ?

Un modèle social et économique... à (ré)inventer !