

ÉTAT DES LIEUX ET DEVENIR DES ASSURTECHS EN FRANCE

LE RADAR ASSURTECH 2018

INTRODUCTION

CONTEXTE

Les AssurTechs, appellation qui regroupe toute une série d'acteurs innovants s'appuyant sur les nouvelles technologies pour repenser le secteur de l'assurance, ne cessent d'attiser l'appétit croissant d'entrepreneurs, d'investisseurs et d'assureurs. Les investissements dans les AssurTechs, en France et à l'international, ont augmenté significativement ces dernières années. Une grande part de ces investissements provient d'ailleurs d'assureurs et de réassureurs, soulignant leur conviction d'une transformation nécessaire et inéluctable de l'industrie.

Dans ce contexte, Oliver Wyman et Policen Direkt ont lancé le « Radar des AssurTechs », permettant de mieux appréhender les caractéristiques et les évolutions des AssurTechs dans le monde. En nous appuyant sur notre base de données mondiale des AssurTechs et sur notre connaissance du secteur de l'assurance, notre objectif est de mettre en lumière de façon structurée la nature, la dynamique et le potentiel des AssurTechs.

Le présent rapport s'intéresse au marché français, et présente un panorama de 131 AssurTechs françaises. Il fait suite à nos précédentes études au niveau mondial et à leur déclinaison à l'échelle nationale, permettant ainsi une comparaison internationale entre marchés.

CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Le « Radar des AssurTechs » est structuré autour de la chaîne de valeur assurantielle : Conception, Distribution et Opérations. Au

sein de ces trois segments, nous avons identifié 19 modèles d'activité distincts adoptés par les AssurTechs.

Nous dressons un panorama des AssurTechs françaises au sein de ces 19 catégories, afin d'en évaluer le poids relatif. Par ailleurs, nous évaluons l'attractivité de chaque modèle d'activité à partir d'une analyse du potentiel de chacun d'entre eux et des chances de succès des AssurTechs.

POINTS CLÉS DE L'ÉTUDE

Notre étude met en lumière la grande diversité des modèles d'activité des AssurTechs en France en 2018.

Elle fait aussi ressortir la forte hétérogénéité de couverture par modèle d'activité : certains modèles sont encombrés de multiples AssurTechs tandis que d'autres modèles ne sont pas couverts ou seulement par une ou deux AssurTechs.

Enfin, l'étude montre qu'il existe actuellement un fort décalage entre le niveau de couverture des AssurTechs par modèle d'activité et l'attractivité de ces modèles. Ce qui nous permet d'anticiper la disparition de multiples AssurTechs ou leur nécessaire pivot vers des modèles plus attractifs. Ce mouvement devrait aussi probablement s'accompagner d'une deuxième vague de créations d'AssurTechs mieux ciblées sur les modèles les plus porteurs.

PRÉSENTATION DU RADAR DES ASSURTECHS

L'ensemble des analyses de ce rapport sont construites à partir de notre base de données propriétaire des AssurTechs dans le monde, dont plus d'une centaine en France. Cette base de données se veut aussi complète que possible afin de fournir une image précise des AssurTechs sur les différents marchés couverts. Du fait des évolutions permanentes du secteur, cette base de données évolue continuellement.

Notre « Radar des AssurTechs » classe les AssurTechs selon leur modèle d'activité sur la chaîne de valeur assurantielle, autour de trois segments simples : Conception, Distribution et Opérations. Au sein de ces trois segments, nous avons identifié 19 modèles d'activité distincts adoptés par les AssurTechs. Dans de nombreux cas, une même AssurTech peut en réalité couvrir plusieurs modèles d'activité. Pour ces acteurs, nous avons choisi celui qui nous semblait être au cœur de leur stratégie.

Conception

Ce segment regroupe les acteurs qui **conçoivent et développent** des produits et services assurantiels. Il recouvre six modèles :

- Low cost
- À l'usage
- Collaboratif
- De l'assurance à la protection
- Sur-mesure
- Nouveaux risques digitaux

Distribution

Ce segment rassemble les AssurTechs qui se concentrent sur la **vente** de produits et

de services assurantiels, en B2B ou en B2C. Certains des acteurs de ce segment s'appuient sur des modèles de comparateurs. Les huit modèles dans ce segment sont :

- Direct (D2C)
- Comparateur de prix
- Partenarial
- Plateforme corporate
- Courtier digitaux B2C
- Courtier digitaux B2B
- Coach financier
- Digitaliseur du quotidien

Opérations

Ce segment s'intéresse aux acteurs qui **facilitent opérationnellement** l'activité assurantielle et les processus qui la soutiennent. Ils visent l'amélioration des processus clés de l'assurance, aussi bien en termes d'expérience client que d'efficacité. Ce segment recouvre cinq modèles :

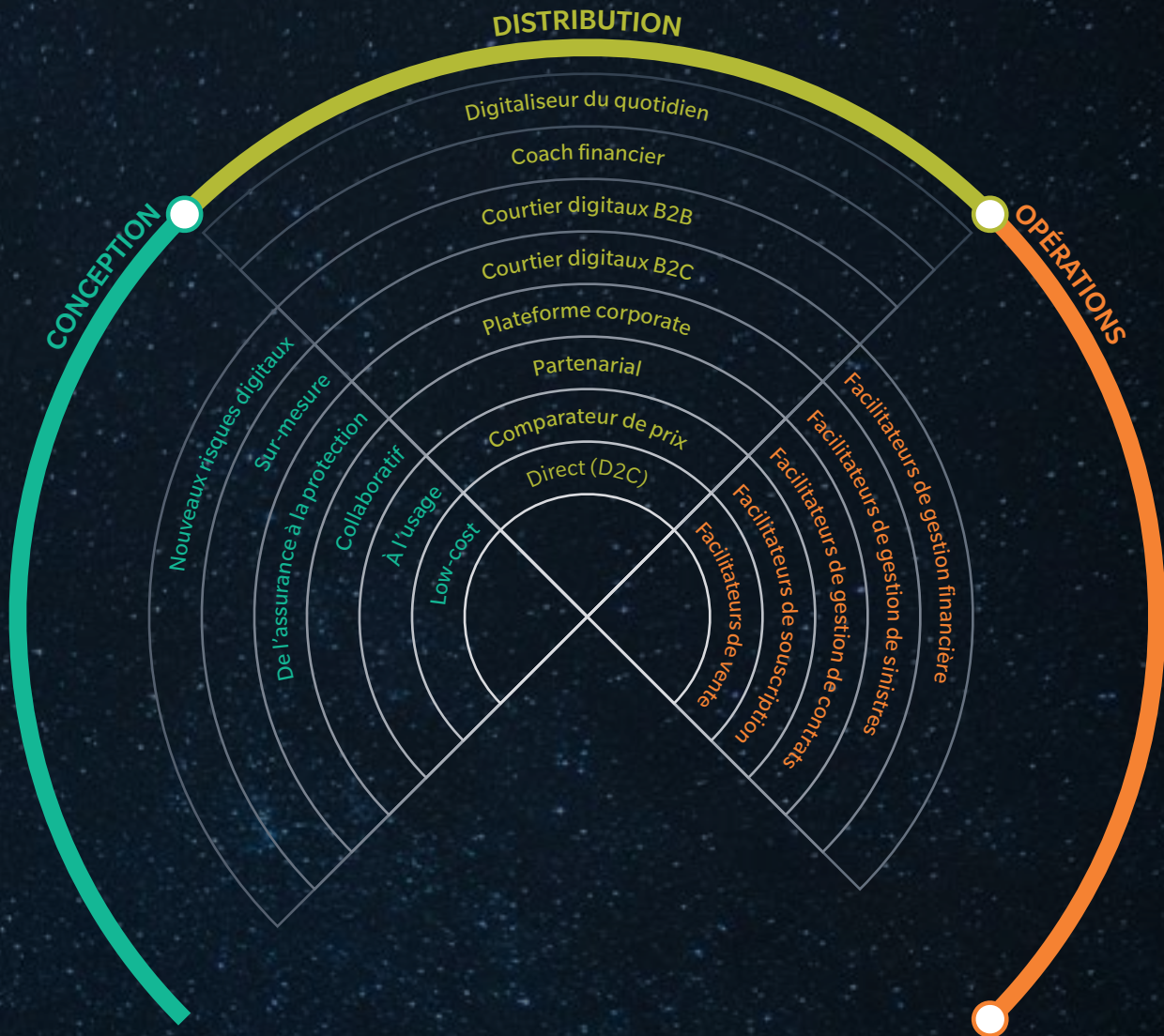
- Facilitateurs de vente
- Facilitateurs de souscription
- Facilitateurs de gestion de contrats
- Facilitateurs de gestion de sinistres
- Facilitateurs de gestion financière

Nous avons évalué chacun de ces modèles d'activité selon deux angles : le potentiel de marché ainsi que les chances de succès.

Potentiel de marché

L'évaluation du potentiel de marché s'appuie sur une évaluation de la taille du marché adressable ciblé par les AssurTechs de chaque modèle

Illustration 1 : Radar des AssurTechs



d'activité et du degré de couverture de la chaîne de valeur par ces mêmes AssurTechs.

Chances de succès

Deux dimensions clés sont considérées pour évaluer les chances de succès. La première est la cohérence du modèle d'activité avec les attentes et comportement des clients cibles. La seconde

dimension est le degré de différenciation du modèle d'activité : dans quelle mesure le modèle d'activité se différencie de l'existant et bénéficie de barrières à l'entrée qui freineront l'arrivée de concurrents et permettront de maintenir un avantage concurrentiel dans la durée.

CONCEPTION

Les AssurTechs de ce premier segment conçoivent des services et des produits assuranciers innovants. Elles représentent aujourd’hui 12 % des AssurTechs françaises, ce qui en fait le segment le moins dynamique de la chaîne de valeur de l’assurance en France. Au sein de ce segment, nous distinguons six modèles d’activité différents.

Dans les sections suivantes, nous passons en revue les différents modèles d’activité identifiés en détaillant leurs caractéristiques et en présentant les principales AssurTechs françaises actives qui en font partie.

Illustration 2 : Panorama des AssurTechs au sein du segment Conception



CONCEPTION	12 %
1 LOW-COST	<ul style="list-style-type: none"> • Nougat Assurances • Salutem • Simplis
2 À L'USAGE	<ul style="list-style-type: none"> • Leocare • Tulip • Wilov
3 COLLABORATIF	<ul style="list-style-type: none"> • (Inspeer) • Otherwise • Wecover • Wemind • Wizzas • Yakman
4 DE L'ASSURANCE À LA PROTECTION	<ul style="list-style-type: none"> • Luko • Securkeys
5 SUR-MESURE	<ul style="list-style-type: none"> • ClimateSecure • Meteo Protect
6 NOUVEAUX RISQUES DIGITAUX	<ul style="list-style-type: none"> • Lightyshare

Source : Oliver Wyman, Policen Direkt

1 LOW-COST NOUS VISIONS LES PRIX LES PLUS BAS POUR NOS CLIENTS CIBLES

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ● ○ ○ ○ ○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ● ● ● ● ○

Chances de succès ● ● ○ ○ ○

Ce modèle d'activité regroupe des AssurTechs qui mettent principalement en avant une proposition de valeur axée autour de la simplicité, de l'agilité et du faible coût de leur offre d'assurance.

Ce positionnement prix est souvent la conséquence de la digitalisation de tout ou partie de leurs opérations. La digitalisation de la distribution ne suffit plus à assoir durablement une position low-cost. Dans un contexte d'intensification de la concurrence sur les canaux digitaux, les investissements marketing requis pour réussir à croître avec un modèle de distribution 100 % direct peuvent aujourd'hui dépasser les coûts de distribution de certains modèles traditionnels. Une position durable de leader sur les coûts nécessite de se différencier sur d'autres aspects : digitalisation de la gestion, agilité tarifaire, réduction de la fraude, ...

Les AssurTechs ayant adopté le modèle Low-cost sont peu nombreuses en France. Simplis et Nougassurances, lancées respectivement en 2015 et en 2018 se sont positionnées sur le même crédo de la simplicité et de la transparence de l'offre.

La startup Alan était classée en Low-cost dans une précédente étude au niveau mondial, néanmoins, son positionnement actuel a davantage évolué vers le segment « Distribution », au sein de la catégorie « D2C », en mettant davantage en avant la simplicité de la souscription et de la gestion.

La capacité de différenciation du modèle Low-cost en France est plus faible comparée à d'autres pays européens du fait de l'intensité concurrentielle forte existante (bancassureurs, MSI, ...) pesant déjà sur les prix. Pour parvenir à bâtir un véritable positionnement Low-cost dans ce contexte, les AssurTechs devront optimiser chaque maillon de la chaîne de valeur (conception, acquisition et gestion).

2 À L'USAGE NOUS VOUS OFFRONS UNE COUVERTURE DE COURT TERME ENTIÈREMENT AJUSTABLE

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ● ○ ○ ○ ○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ● ● ○ ○ ○

Chances de succès ● ○ ○ ○ ○

Les AssurTechs qui ont adopté le modèle d'activité « à l'usage » surfent sur la tendance de fond de la personnalisation. Elles permettent aux assurés de ne payer que la couverture dont ils ont réellement besoin et sur un intervalle de temps donné (i.e. *Usage-based Insurance*, UBI). Par exemple, des startups proposent

1. Ce modèle n'inclut cependant pas les produits d'assurance qui modulent le tarif en fonction du comportement (ex : « pay-how-you-drive ») que l'on retrouve dans la catégorie 4 « De l'assurance à la protection ».

une assurance court-terme à un assuré qui souhaite louer un appareil multimédia pendant un certain laps de temps. Ce modèle d'activité peut être lié à des produits d'assurance dont la tarification s'appuie sur l'analyse du niveau d'utilisation à partir de données captées via l'usage d'objets connectés (ex : « pay-as-you-drive » pour l'assurance auto)¹. Cette proposition de valeur est de plus en plus fréquemment couplée au développement d'une application qui permet de s'assurer à la demande instantanément, par un simple *swipe*.

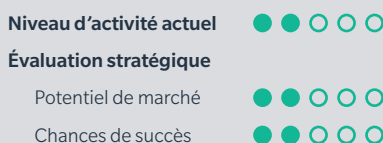
Le principal défi de ce modèle d'activité réside dans le fait que l'assurance reste un produit de faible fréquence et suscitant un faible intérêt. Si l'idée d'une assurance court-terme pour des situations spécifiques semble prometteuse en théorie, elle nécessite souvent des coûts d'acquisition clients trop élevés : de nombreux clients téléchargent l'application et s'inscrivent, mais ne prennent pas la peine de s'assurer lorsque l'opportunité se présente. La clé de réussite de ce modèle réside en partie dans la capacité des startups à proposer des interfaces conviviales pour en augmenter l'usage ou à s'allier à des partenaires bénéficiant d'une fréquence de contacts plus élevée avec leurs clients.

Seulement trois AssurTechs françaises sont actives dans cette catégorie : à la manière de Trov pour les objets du quotidien aux États-Unis, Leocare fournit une assurance auto et habitation dont les garanties peuvent être ajustées à la demande via une application mobile dédiée. Wilov fournit une assurance auto « pay-as-you-drive » via une application mobile reliée à un objet connecté branché sur la voiture de l'assuré. La startup Valoo intègre également une proposition d'assurance à la demande, mais au sein d'un panel de services plus large ;

c'est pourquoi nous l'avons positionnée au sein du segment « Distribution – Digitaliseur du quotidien ».

3 COLLABORATIF NOUS UTILISONS DES MÉCANISMES COLLABORATIFS POUR RÉDUIRE LES COÛTS DE DISTRIBUTION OU LES CHARGES DE SINISTRES

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH



Ce modèle d'activité regroupe des startups dont les produits d'assurance ciblent une communauté particulière d'assurés. Cette proposition de valeur est un retour aux principes de l'assurance mutualiste et de la socialisation du risque. Elle vise également à encourager les pratiques vertueuses et à minimiser la fraude en donnant aux assurés le sentiment de partager des risques en commun. Certaines startups tentent de connoter positivement leur marque en promettant de reverser une partie de leur résultat à des associations caritatives, à l'instar de Lemonade aux États-Unis. Cette proposition permet de réduire les coûts d'acquisition clients et de minimiser la fraude.

La catégorie « Collaboratif » est la plus représentée de ce segment de la chaîne de valeur au sein de l'écosystème des AssurTechs françaises. Otherwise cherche à réinventer la couverture solidaire en proposant des mécanismes de rétribution financière pour

minimiser la fraude : une partie des primes d'assurés partageant le même profil est versée dans un pot commun ; ils serviront à couvrir des petits sinistres et la somme restante sera reversée aux assurés à la fin de l'année. Yakman permet à des groupes de construire leur solution de protection en auto-gestion.

Malgré le nombre d'AssurTechs qui se positionnent sur ce modèle, le potentiel de marché et leurs chances de succès sont limités. Ainsi, la startup InsPeer qui proposait aux membres d'une communauté de contribuer à la franchise de chacun en cas de sinistres a récemment cessé son activité. Le niveau d'intérêt des consommateurs pour l'assurance reste faible, or les mécanismes collaboratifs fonctionnent bien lorsqu'il existe un lien émotionnel avec un sujet. Le modèle collaboratif devrait donc essentiellement se développer sur des niches.

4 DE L'ASSURANCE À LA PROTECTION AU DELÀ DE L'INDÉMNISATION, NOUS VOUS PROTÉGEONS

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ● ○ ○ ○ ○ ○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ● ● ● ● ● ●

Chances de succès ● ● ● ● ● ●

Ce modèle d'activité tire parti de la tendance grandissante à l'accompagnement des assurés avant et après un sinistre. Les AssurTechs de cette catégorie ne mettent pas en avant des produits d'assurance en tant que tels mais une promesse plus globale de protection du client.

Cette promesse peut s'appuyer sur l'usage d'objets connectés pour prévenir et réduire les risques ou alerter lors de la survenance d'un sinistre. Des services d'assistance et d'accompagnement post-sinistre peuvent compléter leur offre.

En France, l'AssurTech Luko a actuellement explicitement axé son modèle d'activité sur cette proposition de valeur. Au-delà d'une assurance habitation en ligne, elle propose une série de capteurs à connecter à son lieu de résidence pour renforcer sa protection (ex : capteurs sur la porte pour alerter en cas d'intrusion, capteurs sur les compteurs d'eau ou d'électricité pour prévenir ou détecter plus tôt les dégâts des eaux et les incendies).

Ce modèle est particulièrement attractif car il transforme la relation des consommateurs à l'assurance, augmentant sensiblement la « désirabilité » de l'offre et multipliant la fréquence de contact avec les assurés. Le risque principal pour les assureurs traditionnels et les AssurTechs est que des acteurs établis provenant d'autres secteurs se positionnent avec succès avant eux sur ce modèle.

5 SUR-MESURE NOUS VOUS OFFRONS UNE COUVERTURE ADAPTÉE À VOTRE SITUATION INDIVIDUELLE

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ● ○ ○ ○ ○ ○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ● ● ● ● ● ●

Chances de succès ● ● ● ○ ○ ○

Le modèle d'activité « Sur-mesure » repose sur une proposition de valeur qui vise à démocratiser la notion de personnalisation et de sur-mesure auparavant réservée à des grandes entreprises. Les AssurTechs de cette catégorie visent aujourd'hui majoritairement les PME et TPE mais certaines commencent à viser les particuliers. Dans la mesure où le développement d'une police d'assurance sur-mesure est souvent coûteux, les AssurTechs cherchent à abaisser leurs coûts en utilisant des nouvelles technologies d'analyse du risque et de personnalisation des couvertures. De plus, elles promettent de s'adapter de manière flexible à l'évolution du profil de risque de l'assuré, notamment grâce à l'utilisation de l'intelligence artificielle. Certaines startups développent des chatbots à même de transcrire automatiquement les risques renseignés par le client en un contrat sur-mesure.

L'assurance paramétrique, en permettant d'automatiser à la fois la personnalisation des niveaux de couverture souhaités sur différents indices publics et l'indemnisation des sinistres, facilite l'émergence du modèle « Sur-mesure ». A l'avenir, l'association de la technologie pour découper les contrats d'assurance en assemblages de micro-contrats modulaires avec l'utilisation d'indices privés pourrait élargir considérablement le champ de l'assurance « Sur-mesure ».

Cette proposition de valeur commence aujourd'hui à être portée en France par quelques AssurTechs mais qui se limitent à l'offre d'assurance paramétrique. ClimateSecure fournit par exemple des solutions de prévention et d'assurance sur-mesure basées sur l'exposition aux risques météorologiques. Le paiement des sinistres est déclenché par la mesure de la réalisation d'évènements

météorologiques dommageables, affichée par des indices publics.

A l'international, d'autres modèles ont émergé. Certains se concentrent sur la possibilité de contrôler la durée et le niveau de couverture de façon totalement flexible. D'autres cherchent à couvrir une gamme large de risques via un contrat unique qui s'adapte aux besoins du client.

Le potentiel de marché de ce modèle est très important mais sera probablement capté par les assureurs.

6 NOUVEAUX RISQUES DIGITAUX NOUS VOUS PROTÉGEONS CONTRE LES NOUVEAUX RISQUES NUMÉRIQUES

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ● ○ ○ ○ ○ ○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ● ● ● ● ● ●

Chances de succès ● ● ● ● ○

Ce modèle d'activité est centré sur les nouveaux risques qui émergent avec le développement du numérique et des nouvelles technologies.

La cyber-assurance, par exemple, couvre les pertes et les dommages causés par les cyberattaques sur les systèmes numériques. À titre d'exemple, Zeguro aux États-Unis offre une plateforme de cyber-assurance pour aider les PME à évaluer et atténuer les risques cyber tout en leur offrant une cyber-assurance efficace et accessible.

Par ailleurs, de nouveaux risques liés à l'économie du partage ou à la réputation en ligne font leur apparition. Airbnb, par exemple, fournit à ses membres qui louent leur appartement une protection couvrant certains risques locatifs. Enfin, cette catégorie inclut le segment en forte croissance de l'assurance dédiée aux nouvelles formes de travail indépendant et freelances (gig economy) – que ce soit pour protéger les biens ou les personnes. Plusieurs AssurTechs, telles que Zego en

Grande-Bretagne, se spécialisent sur ce segment.

Les AssurTechs de cette catégorie sont encore peu nombreuses en France. LightyShare a construit une solution d'assurance dommages sur des objets loués de particuliers à particuliers au sein de sa plateforme communautaire.

Les AssurTechs de cette catégorie devront faire face aux grands acteurs établis de l'assurance



(assureurs ou courtiers) qui bénéficient d'importants effets de taille et d'expertise et qui ont identifié le segment de la cyber-assurance comme relais de croissance prioritaire.

SYNTHÈSE

Avec 12 % des AssurTechs françaises (contre ~20 % au niveau mondial), le segment « Conception » est aujourd'hui moins

développé en France que dans d'autres géographies. Les acteurs de ce segment doivent notamment faire face à un marché avec une forte intensité concurrentielle, et une difficulté à convertir des clients encore très attachés aux assureurs traditionnels. Néanmoins, nous anticipons un développement de ce segment, grâce notamment à l'arrivée de nouvelles propositions innovantes observées dans d'autres géographies et qui pourraient partir à la conquête du marché français.

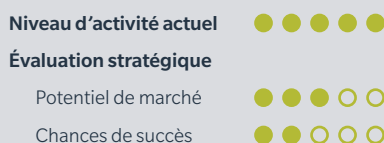


DISTRIBUTION

Les AssurTechs de ce segment utilisent toutes des plateformes digitales innovantes pour atteindre leurs clients. Actuellement, près de 42 % des AssurTechs françaises sont actives sur ce segment.

1 DIRECT (D2C) NOUS SUBSTITUONS LES INTERMÉDIAIRES PAR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH



Ce modèle d'activité regroupe des AssurTechs qui utilisent le digital pour distribuer leurs produits d'assurance directement aux clients particuliers et professionnels. Ces startups misent sur un avantage coût et sur la facilité d'utilisation de leur plateforme (immédiateté, transparence, fluidité, ...). Le principal enjeu pour ces AssurTechs est de réussir à développer une notoriété et une image de marque assez forte pour attirer les prospects en ligne, ce qui est d'autant plus difficile que la concurrence est à quelques clics de distance.

Alan, qui propose de l'assurance santé en ligne pour les professionnels et les entreprises, est aujourd'hui l'acteur le plus médiatisé avec la levée de fonds de 37 millions d'euros depuis sa création en 2016. A l'avenir, les startups de cette catégorie, à l'image d'Oscar aux États-Unis, pourraient faire évoluer leur modèle d'activité en proposant des services davantage orientés

vers la prévention et l'accompagnement des assurés, au-delà de l'offre d'assurance classique.

Les AssurTechs de ce modèle sont nombreuses en France. La plupart d'entre elles cherchent à se différencier en mettant en avant un « angle » spécifique de leur proposition de valeur. Beaucoup d'entre elles se concentrent sur les produits d'assurance-vie et d'épargne-retraite. Des startups comme Nalo proposent des produits d'assurance-vie en ligne en partant de la découverte du client et de ses projets et en mettant en avant des fonds indiciels. Sapiendo se différencie en proposant des services d'expertise sous forme de bilans retraite et des plans d'optimisation de retraite en ligne ; alors qu'un acteur comme Cocoon distribue de l'assurance santé et prévoyance aux particuliers en ligne en mettant en avant la simplicité, l'immédiateté et la transparence. Wedou et Zen'Up se focalisent sur l'assurance emprunteur. En assurance dommages, Lovys ambitionne de distribuer en ligne des produits « tout-en-un » d'assurance habitation, auto, smartphone, ...

Sur ce modèle, le succès repose sur la maîtrise du coût d'acquisition en ligne des clients. Les AssurTechs doivent faire face à une pression concurrentielle croissante des acteurs traditionnels de l'assurance qui investissent le champ de l'acquisition client en ligne tout en disposant de marques fortes et d'importantes bases clients.

Illustration 3 : Panorama des AssurTechs au sein du segment Distribution



DISTRIBUTION 42 %

1 DIRECT (D2C)	<ul style="list-style-type: none"> Alan Assurances Vélo Baloon Assurances Cocoon Coverlife Garant me Loker Lovys MaRetraite.fr MaSuccession.fr Nalo Opus Mutuelle Sapiendo Tipi Wedou Youse Zen'Up
2 COMPARATEUR DE PRIX	<ul style="list-style-type: none"> Acommeasure AOC Insurance Broker Assur.com Bankizy ComparEthic Garantie-decennale.maison InstantASSUR Le-Jeune-Conducteur.com Mon Auto Assure Mon Bonus Malus My Match Maker Réassurezmoi SpeedTarif
3 PARTENARIAL	<ul style="list-style-type: none"> Hestia Connexio Hokodo Moonshot-Internet
4 PLATEFORME CORPORATE	<ul style="list-style-type: none"> N/A
5 COURTIERS DIGITAUX B2C	<ul style="list-style-type: none"> Fluo Myeggbox Promis Qape Sheriff
6 COURTIERS DIGITAUX B2B	<ul style="list-style-type: none"> Assurances.tech AssurUp Kelip's Assurance Phileass +Simple.fr
7 COACH FINANCIER	<ul style="list-style-type: none"> ActiveSeed Birdee Grisbee LaFinBox Mieuxplacer.com
8 DIGITALISEUR DU QUOTIDIEN	<ul style="list-style-type: none"> Domos Kit Izifamily JeChange Lily facilite la vie Papernest Testamento Valoo

Source : Oliver Wyman, Policen Direkt

2 COMPARATEUR DE PRIX NOUS VOUS AIDONS À FAIRE DES ÉCONOMIES

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ●●●●○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ●●●●○

Chances de succès ●●○○○

Les AssurTechs de cette catégorie s'appuient sur des comparateurs en ligne pour permettre aux prospects de comparer les produits d'assurance et leurs prix de façon rapide et intuitive. Certains comparateurs en ligne sont généralistes (ex : Assur.com, AcommeAssure, ...) et proposent des comparaisons d'assurance de plusieurs branches. Les leaders historiques du paysage français de la comparaison d'assurance (Le Lynx, Les Furets, Hyperassur, Assurland, ...), généralistes créés bien avant la vague des AssurTechs, n'ont pas été intégrés dans cette étude. On trouve également dans cette catégorie des comparateurs spécialisés qui se concentrent sur des besoins d'assurance spécifiques, comme le-jeune-conducteur, garantie-décennale-maison ou My-Match-Maker (assurance santé pour expatriés).

L'activité des AssurTechs françaises de cette catégorie est forte puisqu'elle concentre plus de 10 % des startups recensées dans cette étude.

Les chances de succès des Assurtechs sur ce modèle d'activité sont limitées dans un contexte de marché de la comparaison d'assurance en France qui progresse mais reste relativement étroit et déjà dominé par quelques comparateurs historiques aux investissements marketing conséquents.

3 PARTENARIAL NOUS AIDONS NOS PARTENAIRES À DISTRIBUER DE L'ASSURANCE

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ●○○○○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ●●●○○

Chances de succès ●●●●○

Ce modèle d'affaires consiste à intégrer le processus de vente d'un produit d'assurance à celui d'un produit connexe. L'assureur ou le courtier noue alors un partenariat avec le distributeur du produit connexe. Aujourd'hui, ce type de partenariat existe avec des distributeurs bancaires, automobile, de la grande distribution, des télécommunications... Ces distributeurs peuvent disposer de réseaux de points de vente physiques ou distribuer en ligne. La montée en puissance du e-commerce, la recherche de marges complémentaires par les distributeurs, l'essor de nouvelles technologies (ex : API) et l'efficacité de la vente d'assurance « contextualisée » sont des moteurs importants de croissance du modèle B2B2C dont peuvent bénéficier des AssurTechs.

Le paysage français est encore en développement. Hestia Connexio propose des assurances affinitaires pour des objets multimédia. Moonshot-Internet propose des services d'assurance contextuelle dédiés aux e-commerçants.

Des acteurs (assureurs ou courtiers) sont déjà établis sur ce marché des partenariats B2B2C depuis plusieurs années et captent déjà les grands partenariats. Les AssurTechs seront de ce fait amenées à se positionner dans un

premier temps sur des petites et moyennes enseignes ou des distributeurs indépendants.

Le marché du B2B présente lui aussi un potentiel intéressant de développement du modèle de distribution partenariale d'assurance en ligne pour les AssurTechs. Ainsi la startup Hokodo propose des solutions d'assurance crédit sur les places de marché digitales B2B.

4 PLATEFORME CORPORATE NOUS PROPOSONS DE L'ASSURANCE DIRECTEMENT À VOS EMPLOYÉS

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ○ ○ ○ ○ ○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ● ● ● ○ ○

Chances de succès ● ● ● ● ●

Ce modèle d'activité concerne les AssurTechs qui vendent des produits d'assurance à des salariés via des entreprises partenaires. Bien souvent, l'offre d'assurance s'intègre dans une proposition de valeur plus large. Un modèle éprouvé consiste à proposer une solution de gestion RH à un prix cassé qui sert ensuite de plateforme pour proposer des couvertures d'assurance. Par exemple, Limelight et Zenefits aux États-Unis ou Employment Hero en Australie, ont adopté ce type d'approche avec succès.

À ce stade, aucune AssurTech française n'a été identifiée dans cette catégorie. Une opportunité pour de nouvelles startups ?

5 COURTIER DIGITAUX B2C NOUS OPTIMISONS VOTRE COUVERTURE ASSURANCIELLE PERSONNELLE

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ● ○ ○ ○ ○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ● ● ● ● ○

Chances de succès ● ● ○ ○ ○

Les AssurTechs de cette catégorie cherchent à remplacer le courtier en assurance physique traditionnel. Elles promettent d'offrir aux assurés une vision complète et simple de leur couverture assurancielle puis à l'optimiser en visant le meilleur rapport couverture/prix. Ces AssurTechs se positionnent sur une gamme large de produits d'assurance et ambitionnent de s'inscrire dans une relation dans la durée avec leurs clients.

En France, des AssurTechs généralistes (Fluo, Sheriff) ou plus spécialisés (Promis sur les professionnels) ont fait leur apparition sur le marché. Certaines proposent aux clients d'envoyer leurs contrats d'assurance par photo afin de bénéficier d'un conseil personnalisé d'optimisation de couverture.

L'enjeu de ce modèle d'activité est de réussir à vendre en ligne un service autour d'un produit de faible intérêt pour le client final. Ce modèle s'est particulièrement développé en Allemagne et en Suisse (Clark, Knip, Wefox, ...) et certaines de ses Assurtechs ont fait évoluer leur modèle en fournisseur de solutions digitales d'optimisation d'assurance pour des partenaires disposant déjà d'une base clients.

6 COURTIER DIGITAL B2B NOUS OPTIMISONS VOTRE COUVERTURE ASSURANCIELLE PROFESSIONNELLE

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ●●○○○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ●●●○○

Chances de succès ●●○○○

Les courtiers B2B en ligne ciblent des professionnels (commerçants, artisans, professions libérales, ...), des startups et des PME. Ils utilisent des interfaces digitales pour effectuer la découverte client et les simulations tarifaires. Ils s'inscrivent généralement dans un parcours multi-accès avec des plateformes téléphoniques qui interviennent en complément des accès digitaux.

En France, cette catégorie est relativement active avec des AssurTechs comme AssurUp, Kelip's Assurance ou encore +Simple.fr qui proposent des offres en ligne aux professionnels. Ces acteurs doivent cependant faire face à une forte concurrence de réseaux traditionnels denses (courtiers, agents, ...) qui se déplacent sur les sites des professionnels et apportent un bon niveau de conseil et proximité.

7 COACH FINANCIER NOUS PRENONS SOIN DE VOS FINANCES PERSONNELLES

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ●○○○○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ●●●●○

Chances de succès ●●●●○

Les acteurs de ce modèle d'activité cherchent à conseiller leurs clients en matière de gestion de leur patrimoine à partir de solutions digitales. Cette offre de coach financier débute par une découverte du client intégrant son patrimoine, sa situation professionnelle et familiale, ses projets, son appétence au risque, sa maturité financière, ... Ces startups s'appuient généralement sur des applications qui donnent une vision complète et transparente des crédits, de la trésorerie et de l'épargne du client via des agrégateurs de comptes. Elles visent à proposer ensuite des services d'allocation patrimoniale et de gestion d'actifs personnalisés et automatisés via des algorithmes d'apprentissage automatique.

En France, Grisbee et LaFinBox se présentent comme des coachs financiers digitaux.

Les AssurTechs de cette catégorie sont positionnés sur un marché très large : l'intégration d'outils digitaux permet à ces acteurs d'adresser une population beaucoup plus vaste (grand public) que les segments (clientèle patrimoniale) traditionnellement servis par les conseillers en gestion de patrimoine avec des services plus

personnalisés. Cependant, ces acteurs font face à la concurrence de banques établies et des néo-banques qui mettent en place elles-aussi leurs propres offres d'agrégation et de coachs financiers digitaux.

8 DIGITALISEUR DU QUOTIDIEN NOUS VOUS AIDONS À VOUS DÉBARRASSER DE VOS DOSSIERS PAPIER

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel	● ● ○ ○ ○
Évaluation stratégique	
Potentiel de marché	● ● ○ ○ ○
Chances de succès	● ● ● ○ ○

Les startups de cette catégorie proposent des plateformes faciles et intuitives de stockage des contrats et des documents officiels d'un client. Si ces startups ne sont pas forcément des AssurTechs en tant que telles, elles hébergent également des contrats d'assurance. De plus, certaines plateformes proposent de dresser un inventaire du patrimoine matériel de l'utilisateur afin de proposer, dans un second temps, des couvertures d'assurance adaptées aux différents objets. Trov aux États-Unis a d'ailleurs proposé un inventaire des objets du quotidien avant de pivoter vers la vente d'assurance à la demande. Une autre source de valeur réside dans l'analyse des documents personnels pour en extraire des informations sur la situation du client afin de lui proposer, le cas échéant, des couvertures d'assurances optimisées. D'autres startups présentent leur offre d'hébergement de données sous la forme de « coffre-fort » virtuel ou de plateforme testamentaire.

Cette catégorie est assez dynamique en France. Des startups proposent d'héberger différents contrats d'assurance pour en faciliter l'analyse et le changement (JeChange). D'autres proposent explicitement d'accompagner leurs clients dans le changement de contrat d'assurances habitation à la suite d'un déménagement (Domos Kit, Papernest). Une startup comme Valoo, qui permet de dresser l'inventaire des biens d'un particulier, propose ensuite des services d'assurance des biens à la demande, par un simple swipe sur son application, à la manière de Trov.

SYNTHÈSE

Avec 42 % des AssurTechs françaises, le poids du segment « Distribution » en France est globalement aligné aux autres géographies étudiées. Néanmoins, nous nous attendons à ce que la répartition entre les différents segments qui composent cette catégorie évolue à l'avenir.

En effet, on observe en France une surpondération des catégories « D2C » et « Compérateurs de prix ». Or, les chances de succès de ces catégories nous semblent modérées : elles nécessitent des investissements massifs en termes de marque et de notoriété afin de capter de nouveaux clients, dans un environnement fortement concurrentiel nécessitant de maîtriser les coûts d'acquisition. Il nous semble donc fort probable que ces deux catégories soient moins dominantes à l'avenir, au profit d'autres catégories à plus fort potentiel.

Par ailleurs, les AssurTechs du segment « Distribution » semblent être particulièrement innovantes sur le marché de l'assurance vie et de l'épargne. Si cela laisse de la place à de

nouveaux acteurs souhaitant se développer sur le segment de l'IARD, cela démontre également une capacité des acteurs français à se démarquer sur ce marché.

Enfin, la catégorie « Partenarial » reste encore peu développée parmi les AssurTechs françaises, alors que les assureurs français font partie des leaders sur ce marché (marché de l'assistance dominé par des acteurs français, position de leaders d'acteurs comme BNPP

Cardif ou AXA). La capacité du secteur à se réinventer pour maintenir cette position dominante dépendra donc en grande partie de la dynamique d'innovation des acteurs traditionnels déjà établis (assureurs ou courtiers).



OPÉRATIONS

Les AssurTechs des cinq modèles d'activité de ce segment utilisent des outils et des nouvelles technologies pour améliorer la conception, la vente, la souscription et la gestion de produits d'assurance. Les récentes avancées technologiques, comme la blockchain, le big data, l'Internet of Things (IoT) et l'intelligence artificielle, permettent aujourd'hui de créer des solutions innovantes. Cette étude ne couvre pas les sociétés technologiques proposant des solutions horizontales au marché, mêmes si elles ont des applications dans le secteur de l'assurance. De même, les innovations verticales dans des fonctions telles que le marketing numérique ne sont pas traitées ici. L'étude se restreint aux solutions verticales spécifiques à l'assurance, telles que l'usage des nouvelles technologies pour révolutionner les modes de distribution et de gestion de sinistres.

Le niveau d'activité de ce segment est le plus élevé du paysage français, avec 46 % des AssurTechs actives.

1 FACILITATEURS DE VENTE NOUS « AUGMENTONS » VOTRE FORCE DE VENTE PAR LE DIGITAL

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ●●●●●

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ●●●●○

Chances de succès ●●●●○

d'assurance et, d'autre part, à améliorer les processus traditionnels de vente. Par exemple, les AssurTechs de cette catégorie proposent des solutions innovantes pour accompagner les équipes commerciales en leur fournissant des outils numériques d'évaluation des besoins d'un prospect et des calculateurs de tarifs. D'autres fournissent des outils d'élaboration de contrats d'assurance entièrement numérisés. Enfin, certaines proposent des solutions visant à optimiser la génération de leads.

Ce modèle d'activité a dominé la scène française AssurTech en 2018. Une AssurTech comme Minalea propose un robo-advisor destiné aux conseillers des réseaux de distribution d'assurance qui scanne et analyse l'ensemble des produits du marché pour proposer un pitch adapté à chaque client. Choov propose aux assureurs une plateforme permettant de formaliser leurs échanges avec les assurés en vue de remplir leurs obligations réglementaires et d'améliorer la qualité de leurs conseils. Widmee ou Blue DME accompagnent les assureurs dans la digitalisation de leurs processus commerciaux. Enfin, des robo-advisors avec une offre B2B en assurance vie comme Fundvisory, Advize ou Fundshop ont également investi le paysage français.

Les startups de cette catégorie proposent des solutions technologiques visant, d'une part, à optimiser la vente en ligne de produits

Illustration 4 : Panorama des AssurTechs au sein du segment Opérations



OPERATIONS: **46%**

1 DIGITAL SALES ENABLERS

- Advize
- AssurDeal
- AssurWare
- Blue DME
- Choov
- Digital Insure
- Easyprice
- FundShop
- Fundee
- Fundvisory
- Lifesquare
- Marie Quantier
- Minalea
- Netheos
- Neuroprofiler
- PrimeRadiant
- Silverstark
- SPS
- Utwin
- WeAssur
- WeSave
- Widmee
- Yomoni

2 UNDERWRITING

- Actu Data
- DreamQuark
- DriveQuant
- Drust
- Ellis Car
- ExtraDrive
- Khresterion
- Oocar
- Optivia
- Road B Score
- ZenWeShare

3 SERVICE AND ADMINISTRATION

- Care Labs
- Fasst
- KMS
- Mister DOE
- Particeep
- Proxegia
- QualitAdd
- QuallyCloud
- Scorée
- Stratumn
- Upsideo
- Utocat
- Yseop
- Zelros

4 CLAIMS

- Addon-acs
- Declasin
- Exo.expert
- HS Data
- Liberty Rider
- Monuma
- OuiClick
- Pack'n Drive
- Qalyo
- Shift Technology
- WeProov

5 BALANCE SHEET AND FINANCIAL RESOURCE MANAGEMENT

- Active Asset Allocation

Source : Oliver Wyman, Policen Direkt

2 FACILITATEURS DE SOUSCRIPTION NOUS OPTIMISONS VOS DÉCISIONS DE SOUSCRIPTION

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ●●●○○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ●●●●○

Chances de succès ●●●●●

Les AssurTechs dans cette catégorie proposent des solutions pour optimiser la vitesse et la qualité des processus et des décisions de souscription.

Plusieurs d'entre elles s'appuient sur des technologies d'objets connectés et d'analyse du comportement des clients permettant de mieux appréhender les risques encourus et cibler des actions de prévention. Des AssurTechs comme Oocar et DriveQuant déploient ainsi des solutions de voiture connectée pour le compte d'assureurs.

Une startup comme DreamQuark développe des applications d'intelligence artificielle facilitant l'élaboration de scores d'appétence ou de résiliation pour les assureurs. ZenWeShare quant à elle cherche à déterminer des profils comportementaux et psychologiques des assurés à partir de l'analyse de leurs interactions sur les sites des assureurs.

La souscription est une activité de plus en plus sophistiquée et à fort impact sur les résultats pour les assureurs. Les solutions qui améliorent les décisions de souscription présentent de

ce fait un fort attrait. Les AssurTechs peuvent disposer d'un avantage concurrentiel important lorsqu'elles développent des effets de taille et d'expertise en travaillant pour plusieurs assureurs.

3 FACILITATEURS DE GESTION DE CONTRATS NOUS OPTIMISONS VOS SERVICES ET PROCESSUS DE GESTION

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ●●●●○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ●●●●○

Chances de succès ●●●○○

Les Assurtechs de cette catégorie développent des solutions qui améliorent la performance des processus de gestion des contrats et de gestion administrative d'un assureur.

Plusieurs startups déploient des solutions de RPA (Robotic Process Automation) pour automatiser le traitement de données structurées pour le compte d'assureurs. Ces startups n'ont pas été intégrées dans le périmètre de l'étude car leurs solutions sont généralement multisectorielles et ne visent pas particulièrement le secteur de l'assurance.

L'activité en France de cette catégorie est forte puisqu'elle regroupe 11 % du nombre total d'AssurTechs recensées en 2018. Ces AssurTechs proposent des solutions pour des cas d'usage très divers. Par exemple, Care Labs conçoit et gère des services de tiers

payant dématérialisés pour des assureurs santé. Particeep propose une API simplifiant la dématérialisation de la souscription et de la gestion de contrats distribués via des partenaires. Zelros développe une plateforme d’assistants virtuels qui s’appuient sur le machine learning et la compréhension du langage naturel pour « augmenter » les collaborateurs des assureurs dans leurs approches de vente ou de gestion de sinistres. Stratumn facilite l’utilisation de la Blockchain par les assureurs, notamment pour la gestion des mobilités inter-assureurs des clients.

Les AssurTechs de cette catégorie répondent à un besoin fort et durable des assureurs d’amélioration de leur excellence opérationnelle. Cependant elles devront faire face à la concurrence croissante d’acteurs technologiques généralistes, notamment pour tous les usages non spécifiques à l’assurance.

4 FACILITATEURS DE GESTION DE SINISTRES NOUS OPTIMISONS VOS PROCESSUS ET DÉCISIONS DE GESTION DE SINISTRES

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d’activité actuel ●●●●○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ●●●●●

Chances de succès ●●●●●

Cette catégorie regroupe des AssurTechs qui cherchent à améliorer la performance des processus de gestion des sinistres en atténuant le niveau de la fraude, en facilitant la prise de décision, en améliorant les taux d’orientation et en améliorant l’expérience client.

Les AssurTechs de cette catégorie sont assez actives au sein du paysage français avec 9 % des AssurTechs recensées.

Shift Technology est la société qui a fait le plus parler d’elle, notamment à l’occasion d’une levée de 28 millions de dollars fin 2017 et par le succès de son développement rapide à l’international. Elle déploie une solution de détection de la fraude s’appuyant sur l’intelligence artificielle en assurance auto, habitation, santé, En peu d’années, Shift est devenue un partenaire presque incontournable pour les assureurs automobiles en France. La société investit maintenant le champ de l’automatisation de la gestion des sinistres.

WeProov propose un outil de déclaration de sinistres en self-care digitalisé. D’autres AssurTechs se sont spécialisées sur des niches. Ainsi, Liberty Rider fournit une application mobile détectant une chute en moto pour accélérer la mobilisation des secours. Exo.Expert a développé une solution d’expertise des dommages agricoles par drone.

La gestion des sinistres constitue une activité clé pour un assureur dans la mesure où son optimisation peut contribuer significativement à l’amélioration des résultats techniques et à la satisfaction client. Par ailleurs, la spécificité assurantielle de la gestion de sinistres protège les AssurTechs de cette catégorie du risque d’entrée d’acteurs technologiques généralistes.

5 FACILITATEURS DE GESTION FINANCIÈRE NOUS OPTIMISONS VOS DÉCISIONS FINANCIÈRES

NOTATION SUR LE RADAR ASSURTECH

Niveau d'activité actuel ● ○ ○ ○ ○

Évaluation stratégique

Potentiel de marché ● ● ● ○ ○

Chances de succès ● ● ○ ○ ○

la France, avec l'émergence de startups ne se positionnant non pas comme des concurrents des assureurs, mais comme des partenaires technologiques pour les aider tout au long de la chaîne de valeur.

Par ailleurs, on observe de nombreux modèles innovants sur le marché de l'assurance vie et de l'épargne, sur lequel la France semble encore une fois se démarquer.

Cette catégorie regroupe des startups qui cherchent à optimiser la gestion financière, la gestion des investissements et la gestion de l'actif-passif des assureurs.

L'activité en France sur ce modèle est toutefois très réduite. L'AssurTech Active Asset Allocation fournit aux institutionnels, aux fonds de pension et aux gestionnaires d'actifs des solutions d'allocation innovantes basées sur la gestion des risques.

Nous anticipons que des nouvelles technologies, comme la blockchain, permettront à terme le développement de nouvelles AssurTechs dans cette catégorie.

SYNTHÈSE

Le segment « Opérations » semble particulièrement développé en France, avec 46 % des AssurTechs, démontrant une logique de collaboration forte entre les AssurTechs françaises et les acteurs traditionnels.

De notre point de vue, il faut s'attendre à un alignement progressif des autres marchés sur

CONCLUSION

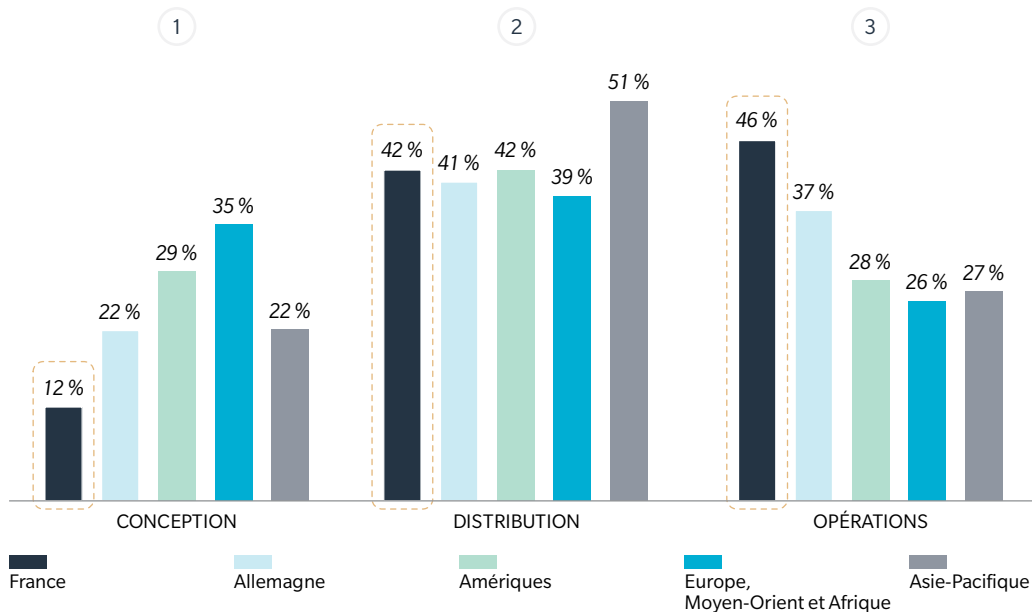
Durant ces dernières années, les startups françaises ont bénéficié d'un environnement globalement propice à leur développement. Le lancement par le gouvernement de l'initiative « French Tech » contribue à la croissance et au rayonnement des startups numériques françaises en France et à l'international. Le campus de startups « Station F » est aujourd'hui l'un des plus dynamiques d'Europe. Ainsi, si l'émergence d'un marché des AssurTechs en France a débuté plus tardivement que dans d'autres pays européens (Royaume-Uni, Allemagne), son développement a été particulièrement rapide.

Par ailleurs, les AssurTechs bénéficient d'un accès accru au financement : par exemple, Blackfin et Truffle Capital, deux fonds centrés sur les FinTechs, ont élargi leur champ d'action pour investir dans les AssurTechs. Le fond Astorya,

vc, un des premiers fonds spécialisés dans le financement « early stage » des AssurTechs, investit sur le marché français et européen. Enfin, les assureurs sont aujourd'hui de plus en plus dynamiques, et recherchent activement des opportunités d'investissement et de coopération avec des AssurTechs. Certains d'entre eux ont alloué des enveloppes d'investissement significatives dédiées aux AssurTechs, en confiant parfois leur gestion à des spécialistes du venture capital.

Il est donc assez logique d'avoir vu se développer tout un éco-système riche d'AssurTechs en France, au côté des quelques succès emblématiques que sont Alan et Shift Technology. Avec 131 AssurTechs recensées en 2018, le marché français est devenu l'un des plus dynamiques d'Europe.

Illustration 5 : % d'AssurTechs par segment dans chaque géographie

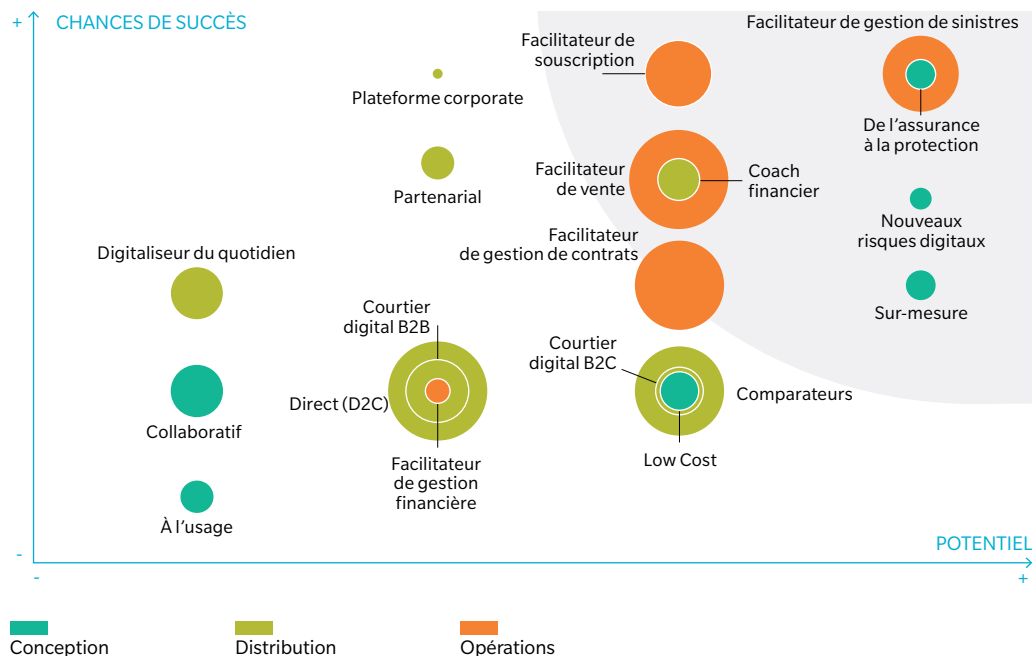


Source : Oliver Wyman, Policen Direkt

Par ailleurs, les AssurTechs françaises présentent une grande diversité de modèles d'activité. Elles couvrent 18 des 19 modèles identifiés (seul le modèle « Plateforme corporate » n'est pas représenté). Par rapport aux autres pays, on observe cependant une spécificité française avec une faible proportion (12 %) d'AssurTechs positionnées sur le segment « Conception » et une sur-représentation (46 %) des AssurTechs du segment « Opérations ». Autrement dit, les AssurTechs françaises tendent davantage vers un modèle de collaboration avec les acteurs traditionnels de l'assurance : elles privilégient les modèles visant à faciliter une partie de la chaîne de valeur (vente, souscription, gestion, ...) pour le compte des assureurs établis.

Néanmoins, les modèles d'activité les plus couverts actuellement par les AssurTechs françaises ne sont pas systématiquement ceux qui présentent selon nous la plus forte attractivité. Il existe même un décalage assez frappant entre le niveau actuel d'activité de certains modèles et leur attractivité. Certains modèles sont déjà couverts par un grand nombre d'AssurTechs (exemple : modèles « Direct (D2C) » et « Comparateur ») alors que leurs chances de succès semblent limitées. Au contraire, des modèles attractifs en termes de potentiel et de chances de succès pour les AssurTechs ne sont quasiment pas couverts aujourd'hui en France (exemple : modèles « Sur mesure » et surtout « De l'assurance à la protection »).

Illustration 6 : Niveau d'activité actuel vs. Attractivité (Potentiel x Chances de succès) des modèles d'AssurTechs en France



Note : taille des bulles proportionnelle au niveau d'activité actuel

Source : Oliver Wyman, Policen Direkt

Ce décalage amènera probablement un nombre important d'AssurTechs françaises à disparaître ou à pivoter prochainement pour se repositionner sur des segments plus attractifs. C'est ce qui a déjà commencé par exemple avec les robo-advisors en assurance vie qui ont évolué d'un modèle de distribution « Direct (D2C) » vers un modèle d'opérations « Facilitateur de vente ».

Nous nous attendons par ailleurs à voir émerger une deuxième vague de création d'AssurTechs qui se positionneront davantage sur les modèles à potentiel de marché élevé et présentant de plus grandes chances de succès.

À PROPOS D'OLIVER WYMAN

Oliver Wyman est un cabinet de conseil de direction générale mondial qui associe une connaissance approfondie des différents secteurs d'activité avec une expertise reconnue en matière de stratégie, d'opérations, de gestion du risque, et de transformation organisationnelle. Avec des bureaux dans plus de 50 villes à travers 30 pays et plus de 4 700 professionnels, Oliver Wyman aide ses clients à optimiser leur activité, améliorer leurs opérations et leur profil de risques et accélérer leur performance organisationnelle afin de saisir les opportunités les plus attractives. Oliver Wyman est une filiale du groupe Marsh & McLennan Companies [NYSE: MMC].

Pour plus d'informations : www.oliverwyman.com. Suivez Oliver Wyman sur Twitter @OliverWyman

AMÉRIQUE

+1 212 541 8100

EUROPE, MOYEN-ORIENT ET AFRIQUE

+44 20 7333 8333

ASIE

+65 6510 9700

À PROPOS DE POLICEN DIREKT

The Policen Direkt Group, based in Frankfurt, Germany, was founded over ten years ago as a start-up in the insurance industry. With a novel business model, the aim was to provide added value to end customers by extending the insurance value chain: life insurance resale in the secondary market on a newly created, proprietary technology-based platform. Since its establishment, the buying and selling of policies have been operated mainly via digital channels. The Group also operates a platform for consolidating and digitalizing the established insurance brokerage market. Policen Direkt has successfully founded its own InsurTechs in the fields of business, annex and P&C insurance, invested in young companies, and is a sparring partner of founders and investors interested in the insurance market.

Additional information can be found at: www.policendirekt.com. Follow Policen Direkt on Twitter @PolicenDirekt.

AUTEURS

DIETMAR KOTTMANN

Partner, Allemagne

Dietmar.KottMann@oliverwyman.com

+49 157 73 75 41 80

DAMIEN RENAUDEAU

Partner, France

Damien.Renaudeau@oliverwyman.com

+33 6 38 97 13 33

MATHIEU SÉBASTIEN

Partner, France

Mathieu.Sebastien@oliverwyman.com

+33 6 76 98 80 33

NIKOLAI DÖRDRECHTER

Expert Assur/FinTech et Co-fondateur de Policen Direkt, Allemagne

doerdrechter@policendirekt.com

+49 69 900 219 112

www.oliverwyman.com

www.policendirekt.com

Copyright © 2018 Oliver Wyman et Policen Direkt

Tous droits réservés. Ce rapport ne saurait être reproduit ou communiqué, en tout ou partie, sans l'accord écrit d'Oliver Wyman et de Policen Direkt et Oliver Wyman et Policen Direkt ne sauraient être tenu pour responsable à quelque titre que ce soit pour les actes de tierces personnes en découlant.

Les informations et opinions contenues dans ce rapport ont été préparées par Oliver Wyman et par Policen Direkt. Ce rapport n'est pas un conseil d'investissement et ne doit pas être utilisé pour les besoins d'un tel conseil d'investissement ou comme un substitut à la consultation de comptables professionnels ou de conseils fiscaux, juridiques ou financiers. Oliver Wyman et Policen Direkt ont pris toutes les précautions pour utiliser des informations et analyses fiables, à jour et exhaustives, mais toutes ces informations sont fournies sans aucune garantie quelle qu'elle soit, expresse ou implicite. Oliver Wyman et Policen Direkt déclinent toute obligation de leur part de mettre à jour les informations ou conclusions contenues dans ce rapport. Oliver Wyman et Policen Direkt n'assument aucune responsabilité pour toute perte qui résulterait de toute action ou abstention décidée en conséquence des informations contenues dans ce rapport ou dans tous autres rapports ou sources d'information auxquels il fait référence, ou pour tout dommage direct, accessoire ou similaire même dans l'hypothèse où il aurait été mis en garde sur le risque d'occurrence de tels dommages. Ce rapport ne peut être vendu sans l'accord écrit d'Oliver Wyman et de Policen Direkt.