

## ANALYSES

**Un marché très concurrentiel** PAR JULIE HIMBERT ET FABIEN ZAVERONI (\*)

# L'innovation secoue l'assurance automobile

L'arrivée de nouveaux acteurs pousse le secteur de l'assurance à faire preuve d'originalité dans ses offres pour attirer des clients devenus plus exigeants. Si l'innovation touche d'abord l'assurance auto, d'autres segments devraient suivre.

Aujourd'hui, souscrire son assurance auto chez un assureur traditionnel pourrait paraître quelque peu dépassé, tant le paysage a évolué depuis une décennie avec l'arrivée de nouveaux entrants : bancassurance, assurance en ligne, etc. Pourtant, il s'agit d'un marché mature, affichant une croissance faible avec seulement 1 % de croissance par an pour le parc automobile, où les clients sont assez captifs : si 90 % des nouvelles affaires proviennent de la concurrence, seuls 7 % des assurés envisagent de changer de police. L'assurance auto constitue pour l'ensemble des acteurs un produit d'appel indispensable, car il s'agit en général du premier contrat d'assurance souscrit. L'augmentation du nombre d'acteurs et une meilleure information des clients, notamment via Internet (devis, comparateurs tarifaires), ont donc naturellement renforcé la concurrence et accentué le comportement consommériste des assurés, de plus en plus exigeants en matière de services et de tarifs.

Ainsi, non seulement les assureurs n'ont eu d'autre choix que de répercuter la baisse des sinistres sur les prix, mais les offres tarifaires et les campagnes marketing sont de plus en plus agressives : ainsi la Matmut affiche un bonus de 65 % pour les bons conducteurs, quand Maaf et MMA proposent le « bonus à vie » ; pour le marché des véhicules d'occasion — plus dynamique que celui des voitures neuves —, Groupama propose une aide à la revente sous forme d'une extension de garantie pannes mécaniques de six mois.

**Les femmes récompensées.** Dans ce contexte où la concurrence est très forte, les nouveaux entrants ont élaboré leur stratégie marketing sur le « one stop shopping » pour la grande distribution, la

CLASSEMENT DES DIX PREMIERS GROUPES D'ASSURANCES EN 2006  
(Cotisations en milliards d'euros - estimations)

	Consolidé	EN FRANCE	
		Vie	Dommages
Axa	78,8	14,8	6,4
CNP	32,0	26,0	1,9
Prédica/Pacifica	23,9	22,3	1,6
AGF	18,6	6,9	3,7
BNP Paribas Assurance	15,6	10,9	0,4
Groupama	14,2	6,2	5,3
Generali France	14,2	10,4	3,8
Covéa (GMF - MAAF - MMA)	12,1	3,5	8,1
Sogecap	9,7	9,3	0,0
ACM	8,1	6,3	1,6

Source : FFSA

proximité avec le client pour les constructeurs automobiles, ou la maîtrise des techniques du marketing direct pour les véricistes.

Les acteurs traditionnels doivent donc non seulement réduire leurs tarifs, mais également mieux répondre aux attentes des clients pour justifier le prix de leurs prestations. Dans cette optique, ils peuvent bénéficier d'outils de segmentation de plus en plus sophistiqués pour proposer des offres personnalisées, plus lisibles pour le client et plus compétitives. Par exemple, les femmes se voient récompensées pour leur bonne conduite avec des tarifs préférentiels : 10 % à 20 % de réduction pour les conductrices plutôt occasionnelles à la Compagnie des Femmes, couplés avec des services adaptés, comme

la vérification des devis de réparation par un expert. De son côté, la population homosexuelle se voit, elle aussi, accorder des offres personnalisées : Solidaris, filiale d'April Group, leur permet de bénéficier des mêmes avantages que ceux accordés traditionnellement aux couples hétérosexuels.

C'est d'ailleurs dans les services supplémentaires, dont les consommateurs sont friands, que réside le deuxième axe d'innovation. On assiste à une surenchère dans ce domaine : avance de soins médicaux, assistance en cas de panne d'essence, remorquage « zéro kilomètre », dépannage en moins d'une heure, remboursement de la valeur à

neuf pendant dix-huit mois, dépose express en quinze minutes après un accident...

Dans cette course à l'innovation pour proposer des produits précurseurs lucratifs, les limites sont loin d'être atteintes. Le « pay as you drive », testé sur les flottes d'entreprises par Axa et prochainement proposé aux particuliers par Groupama consiste à placer dans le véhicule assuré une boîte noire équipée d'un GPS, collectant une série de données. Si aujourd'hui cette offre, limitée par les contraintes imposées par la Cnil, est menée dans un but de prévention, les assureurs imaginent déjà ajouter de nombreux services aux véhicules ainsi équipés.

**« Offres écologiques. »** L'innovation concerne aussi le développement durable, puisque des « offres écologiques » commencent à émerger : au Royaume-Uni, CIS offre une réduction de 10 % aux conducteurs de véhicules propres, ou la compensation d'une partie des émissions de CO<sub>2</sub> du véhicule assuré par le financement de programmes de reforestation et d'énergie verte.

Après l'assurance automobile, on peut imaginer que le secteur de l'assurance habitation, jusqu'à présent assez standardisé en termes d'offres, soit le prochain vecteur d'innovation

permettant aux assureurs de se distinguer. L'actualité étant fortement centrée sur les prochaines mesures en matière d'environnement, il y a fort à parier que le levier d'innovation proviendra de ce domaine...

(\*) Pôle services financiers  
SLA Conseil.

**La chronique du consensus**

PAR JEAN-LUC BUCHALET (\*)

## Les anticipations pour 2008 sont déjà révisées à la baisse

LES ANTICIPATIONS DES ANALYSTES PAR SECTEURS

	Bna* Variations 2007	Bna* Variations 2008	Bna* Révisions 1 mois 2007	Bna* Révisions 1 mois 2008
Télécommunications	3,1 %	8,5 %	- 0,2 %	- 0,9 %
Produits de base	10,6 %	7,8 %	- 0,6 %	- 1,6 %
Services aux collectivités	5,6 %	10,2 %	- 0,2 %	- 1,2 %
Énergie	- 8,2 %	5,9 %	- 0,1 %	- 0,7 %
Biens de consom.	11,9 %	12,9 %	- 1,9 %	- 2,0 %
Industrie	15,7 %	15,5 %	- 0,5 %	- 1,3 %
Santé	1,9 %	8,2 %	- 2,0 %	- 2,2 %
Services aux consom.	8,9 %	12,5 %	- 1,4 %	- 2,6 %
Finance	0,2 %	8,8 %	- 3,1 %	- 2,2 %
Technologies	2,9 %	21,2 %	- 1,9 %	- 1,5 %
DJ Stoxx 600	3,9 %	10,0 %	- 1,7 %	- 1,8 %

\* Bénéfice net par action.

Source : FactSet.

Malgré un bon premier semestre 2007, la deuxième partie de l'année aura été marquée par des révisions de bénéfices régulières du DJ Stoxx 600 : de + 8,4 %, anticipé au 1<sup>er</sup> janvier 2007, les analystes ont ramené la croissance des profits à + 3,9 % aujourd'hui. Les révisions à la baisse se sont d'ailleurs accélérées au cours des trois derniers mois, avec - 2,9 %.

**LE SECTEUR TECHNOLOGIQUE SEMBLE LE PLUS SOUS PRESSION ET, COMME EN 2007, CELUI DES TÉLÉCOMS SEMBLE LE PLUS SOLIDE.**

Le secteur financier a bien entendu pesé sur les profits de l'indice global : les bénéfices devraient finir tout de même en très légère croissance (+ 0,2 %), mais il est probable que ce chiffre soit encore revu en baisse dans les semaines à venir, les analystes ayant révisé de - 6,6 % leurs anticipations de bénéfices pour ce secteur au cours des trois derniers mois. Pour autant, la tendance ne se

limite pas au seul secteur financier : les dix secteurs répertoriés dans le DJ Stoxx 600 ont été révisés en baisse au cours du dernier mois. Seul le secteur des télécoms a été épargné durant le dernier trimestre 2007, puisque les analystes ont revu en hausse de + 2,2 % les profits au cours des trois derniers mois. Pour l'instant, les analystes restent optimistes pour 2008 : leur anticipation de croissance bénéficiaire reste encore de + 10 %. Mais la tendance est d'ores et déjà aux révisions à la baisse dans la lignée de ce qu'on a observé pour 2007 (- 2,9 % au cours des trois derniers mois et - 1,8 % au cours du dernier mois). Tous les secteurs ont d'ailleurs été révisés en baisse sur le dernier mois. Dans le détail, le secteur technologique semble le plus sous pression, avec des révisions à la baisse de - 7,4 % au cours des trois derniers mois, suivi de près par le secteur des financières (- 4,5 %), des services aux consommateurs (- 4,4 %) et de la santé (- 4,2 %). Comme en 2007, le secteur des télécoms semble le plus solide, les analystes ayant révisé leurs anticipations de bénéfices 2008 en hausse de + 2 % au cours des trois derniers mois, et les révisions à la baisse ne s'élèvent qu'à - 0,9 % contre - 1,8 % pour l'indice au cours du dernier mois. Au final, les tensions croissantes sur la conjoncture internationale, en particulier aux États-Unis, devraient continuer de peser sur les résultats des entreprises. Nous anticipons en conséquence la poursuite de révisions à la baisse des anticipations des bénéfices dans les mois à venir, que ce soit aux États-Unis ou en Europe.

(\*) Pdg de Pythagore