

## Le véhicule connecté, un relais de croissance pour les assureurs

*Tribune rédigée par Emmanuel Mouton, Président de Synox Group*

*L'Internet des Objets représente un potentiel économique énorme pour les entreprises, tous secteurs d'activité confondus. En santé, il permet d'améliorer le parcours de soin du patient. Dans l'énergie, l'IoT peut superviser à distance les équipements énergétiques et optimiser dans l'industrie les processus liés à la supply chain. Les organismes d'assurance commencent eux aussi à s'intéresser de près aux possibilités offertes. **L'Internet des Objets** grâce au véhicule connecté promet des **opportunités business** très intéressantes pour les **assureurs**. Comment alors réussir à **exploiter les avantages** du véhicule connecté dans ce secteur ?*



### **Adapter la prime d'assurance à l'usage et au comportement de l'assuré.**

Un peu plus d'**un tiers des véhicules** commercialisés en **2015** seront **connectés**, contre 17% actuellement. La tendance devrait s'accélérer pour atteindre les **90% en 2025** (soit **118 millions d'unités**). Le marché du véhicule connecté n'en est qu'à ses prémices et promet d'intéresser de nombreux acteurs : constructeurs, opérateurs télécoms, professionnels de la donnée (Google, Facebook, Apple...) et compagnies d'assurance. **L'assurance automobile** est une des premières familles d'assurance à avoir adopté l'Internet des Objets pour créer de **nouveaux services** pour leurs assurés et des offres de plus en plus personnalisées.

En se basant sur un **boîtier OBD2 connecté** à la prise diagnostic du véhicule, il est désormais possible de récupérer un nombre important de données (Allianz a développé ce type de boîtier). Celles-ci permettront de personnaliser les offres d'assurance en fonction du comportement de conduite de l'assuré. Distance

parcourue, usage du véhicule, consommation de carburant, freinage brutal, forte accélération... autant de données qui sont captées et remontées, pour être transmises de façon automatique au système d'information de l'assureur. Ce dernier sera à même de les analyser et d'en tirer des **tendances d'usage** et de **comportement**.

Une pratique des plus intéressantes pour l'assuré qui parcourt 2 000 km/an et qui ne souhaite pas forcément payer la même prime d'assurance que celui qui parcourt 200 000 Km/an. De la même façon, l'automobiliste qui conduit de manière prudente, ne souhaite pas payer la même prime que celui qui conduit de manière dangereuse.

### **Exploiter le véhicule connecté pour anticiper les risques.**

En prenant en compte l'usage du véhicule mais aussi le comportement de conduite de l'assuré, l'assureur a la possibilité de disposer de tous les indicateurs pour non seulement **faire varier la prime d'assurance** mais aussi **évaluer les comportements à risques** de ses assurés. En exploitant les données remontées du véhicule connecté, l'agent peut proposer de **nouveaux services informatifs** et **préventifs** à ses assurés.

Cette approche aurait un **double effet positif**. A la fois sur la **réduction du taux de sinistralité** en maîtrisant les conduites à risque et en sensibilisant les chauffeurs à une conduite plus responsable. Le 2<sup>ème</sup> effet positif se ferait sentir sur la **tarification**, en récompensant les bons conducteurs et en **baissant leur prime d'assurance**. Une façon en somme de maximiser l'apport de valeur de la société d'assurance en proposant des offres adaptées et personnalisées à ses clients.

### **Se faire accompagner pour lever les freins.**

Si le véhicule connecté permet dorénavant aux assureurs de prendre en compte le comportement de ses assurés afin d'enrichir leurs offres de services personnalisés, il n'en est pas moins que **l'Internet des Objets appliqué au secteur de l'assurance** suscite quelques **débats**.

**Jusqu'où est-il possible de pousser cette personnalisation** sans créer un trop fort déséquilibre dans les offres entre bons et mauvais conducteurs ? Les systèmes d'information des assureurs sont-ils suffisamment adaptés pour supporter les milliers de données remontées par le véhicule connecté ? Côté assurés, il s'agira davantage de rassurer sur le fait que les données personnelles restent confidentielles et non commercialisées à d'autres fins.

Pour cette raison, il est essentiel pour les **assureurs** de **se faire accompagner par des acteurs** qui maîtrisent l'ensemble des briques technologiques de l'Internet des Objets et leur permettent d'exploiter sans risque le potentiel du véhicule connecté dans leurs offres d'assurance. Les nouvelles technologies ne cessent de progresser, et les organismes d'assurance auraient tort de ne pas en tirer parti. Une opportunité sans précédent pour différencier ses offres des autres concurrents en proposant à ses assurés des services résolument innovants.

### **Description de l'auteur**

SoFLEET est une filiale de Synox Group qui a vocation à valoriser tous les services liés au véhicule connecté, du covoiturage dynamique, en passant par l'écoconduite, la maîtrise du risque routier, l'autopartage et la gamification du comportement de conduite. SoFLEET se donne pour mission de simplifier les usages dans la gestion de flotte automobile avec une solution dédiée qui place le comportement conducteur au centre de la démarche de fleet

management. Boîtier connecté, plateforme web de gestion et application mobile, SoFLEET c'est une supervision à 360° de tous les véhicules.