

Les assureurs devront s'adapter à la révolution de l'assurance dynamique

C'est un bouleversement. Le modèle d'assurance-auto « payez quand vous roulez » renverse les modèles de prix actuels, et implique des coûts importants, pour être implémenté dans les systèmes d'information.

Mais, il représente également une opportunité d'après l'étude de Forrester, publiée ce mois-ci, après une série d'entretiens avec IBM, Lloyd Adriatic, NorwichUnion, et Progressive Casualty Insurance. **Sur mesure** Le nouveau modèle taille des assurances sur mesure, qui prend en compte l'utilisation effective du véhicule, comme les distances ou les horaires, qui sont pondérés par un quotient de risque. Pour ce, une « boîte noire » est installée dans le véhicule, et reçoit les signaux du GPS, global positioning system, qui donne la position du véhicule, la vitesse, ainsi que sa direction. La boîte noire transmet ses données, par une liaison wireless, au réseau de téléphonie mobile de l'assureur. Lequel traite cette information dans son centre d'opérations, et peut la transmettre au client, via internet **Expérimentations concluantes** Au départ, les assureurs étaient réticents à lancer ce produit, note l'auteur du rapport. Mais, les expériences de pionniers, comme Progressive Casualty Insurance, font tache d'huile. Après les États-Unis, c'est l'Europe qui s'y est mise. Norwich Union, filiale d' un assureur au Royaume uni, par exemple, qui a lancé une expérimentation dès août 2004, sur 5000 véhicules. Les résultats l'ont convaincu de cibler cette offre sur 1500 les jeunes conducteurs de 18 à 21 ans, en 2005. Une expérimentation convaincante, l'assureur prévoyant de couvrir 100 000 conducteurs de cette manière, fin 2007. Autre exemple, en Italie, Unipol Assicurazioni et Lloyd Adriatico, deux assureurs importants, ont lancé ce produit en 2005. **Un meilleur rapport avec les clients** L'enjeu est de taille : les compagnies d'assurance tentent de construire des rapports avec leurs clients. Mais ces derniers ont du mal à comprendre les produits qui leur sont proposés. Par exemple, pendant des décennies, les automobilistes ont payé exactement le même montant, quelle que soit l'utilisation qu'ils faisaient de leur véhicule. En offrant un plus grand contrôle au client sur leur coût de leur assurance, le nouveau modèle offre donc des opportunités aux professionnels du secteur, conclut l'étude.