



CERCLE LAB
By Seroni



CARNET # 28



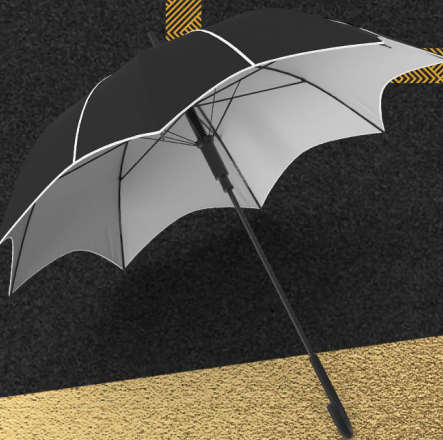
ÉTUDE

PRÉVENIR

AUTANT QUE GUÉRIR...



EN PARTENARIAT AVEC



COMITÉ SCIENTIFIQUE DU

NOUS REMERCIONS LE COMITÉ SCIENTIFIQUE COMPOSÉ DES MARRAINES, POUR LEUR CONTRIBUTION À CETTE PUBLICATION SUR LA THÉMATIQUE

DISTRIBUTION

JÉRÔME RONCORONI

Parrain du club
Directeur général - GMF Assurances

JOCELYN CHARLIER

Expert du club
Directeur de la distribution
et de la relation sociétaire - MACIF

ÉPARGNE & GESTION DE PATRIMOINE

TRISTAN DE LA FONCHAIS

Parrain du club
Directeur général adjoint finances
et patrimoine - Matmut

GUILLAUME PIERRON

Parrain du club
Directeur général adjoint - Groupama
Gan Vie

SERGE MORENO

Expert du club
Directeur Marketing Épargne et Clientèle
Patrimoine - AG2R La Mondiale

DOMMAGES

OLIVIER REQUIN

Parrain du club
Ancien directeur général adjoint
Assurance IARD - Matmut

CAROL ETCHEBARNE

Experte du club
Ancienne directrice Générale Sedgwick

GRANDS RISQUES

VÉRONIQUE PEROTTINO

Marraine du club
Directrice générale - MS AMLIN

JEAN-MARC ESVANT

Expert du club
Directeur Général Adjoint - Verlingue

JURIDIQUE & CONFORMITÉ

MARTIN LANDAIS

Parrain du club
Sous-directeur Assurances - Direction
Générale du Trésor

MAUD VAUTRAIN

Experte du club
Directrice de la conformité -
Groupe Covéa

PIERRE-GRÉGOIRE MARLY

Expert du club
Professeur agrégé des Facultés de droit,
Président du Forum du droit des Assurances

CERCLE LAB 2022/2023

PARRAINS ET EXPERT·E·S DU CERCLE LAB
FIL ROUGE DU CERCLE LAB

MARKETING & RELATION CLIENT

CORINNE CIPIÈRE

Marraine du club
Directrice Service Client d'Allianz
France - Membre du comité exécutif
d'Allianz France

VINCENT MESLIN

Expert du club
Directeur général adjoint, Partner
Assurances - Talan Consulting

PRÉVOYANCE

THOMAS CHARDONNEL

Parrain du club
Directeur de la Business Unit
Partenariat France et Réseau Amétis
CNP Assurances

MARIE-SOPHIE HOUIS VALLETOUX

Experte du club
Associée - PMP Strategy

RH

FRÉDÉRIC PAUTHIER

Parrain du club
Ancien directeur des Ressources
Humaines - MGEN

NORBERT GIRARD

Expert du club
Secrétaire général - Observatoire
de l'évolution des métiers
de l'assurance

PATRICK GUEZAIS

Expert du club
Président Directeur Général de
l'Ecole Supérieure d'Assurances

SANTÉ

DIDIER BAZZOCCHI

Parrain du club
Senior Advisor - Indépendant

OLIVIER MILCAMP

Expert du club
Directeur Etudes et Prospective
Assurance - Harmonie Mutuelle

RSE

LIONEL FOURNIER

Parrain du club
Directeur Santé & Ecologies -
Membre du comité de Direction
Générale - Harmonie Mutuelle

ANNE DOUANG

Experte du club
Directrice - Cabinet de conseil
Tenzing



Sommaire

P.6	Introduction
P.8	I. Des dispositifs de prévention très divers pour faire comprendre et faire agir : panorama en six catégories
p.16	II. Les freins rencontrés pour le développement de la prévention et les pistes pour les dépasser
P.23	III. La transformation du métier des acteurs de l'assurance par la prévention
P.26	Conclusion
P.30	Contacts

INTRODUCTION

Prévenir autant que guérir est aujourd'hui une question de survie pour les acteurs de l'assurance avec des risques plus fréquents, plus graves et plus étendus. L'assurabilité du monde avec des risques majeurs, émergents, et systémiques est clairement questionnée. Dans une étude publiée en 2021, France Assureurs estime que « le montant des sinistres dus aux événements naturels pourrait atteindre 143 milliards d'euros entre 2020 et 2050, soit une augmentation de 93%, c'est-à-dire 69 milliards d'euros de plus par rapport à la période 1989 - 2019.¹ Selon l'AMRAE, les coûts d'indemnisation se sont sensiblement accrus notamment pour les grandes entreprises : +533 % (passant de 32 millions d'euros à 202 millions d'euros entre 2019 à 2020)²

« Attendre » que le sinistre survienne n'est plus une option. Qu'il s'agisse d'éviter le risque ou d'en diminuer les conséquences, la prévention devient cruciale pour que les acteurs de l'assurance jouent réellement leur rôle de protection de la société. La prévention par des acteurs de l'assurance a toujours existé, mais le curseur entre prévention et indemnisation se déplace en amont de la chaîne de valeur de l'assurance.

6

Au-delà de ces enjeux d'assurabilité, la prévention est également un levier pour améliorer l'expérience client avec une proposition de valeur plus complète grâce à de nombreux services. En démontrant l'utilité des acteurs de l'assurance avant le moment fatidique du sinistre, elle est également une réponse à l'éternel problème d'une relation client parfois inexistante en assurance.

Dans cette étude, nous vous proposons de répondre aux questions suivantes :

- que font les acteurs de l'assurance en matière de prévention en France ?
- quels freins majeurs rencontrés par les acteurs de l'assurance pour aller plus loin sur la prévention et quelles pistes pour dépasser ces freins ?
- quelle évolution du rôle de l'assureur demain avec ce curseur qui se déplace entre « guérison » et « prévention » ?

¹ *Impact du changement climatique sur l'assurance à l'horizon 2050, France Assureur, 2021*

² *LUCY : LUMière sur la CYberassurance – AMRAE – Mai 2021*

Pour répondre à ces questions, nous nous sommes appuyés sur :

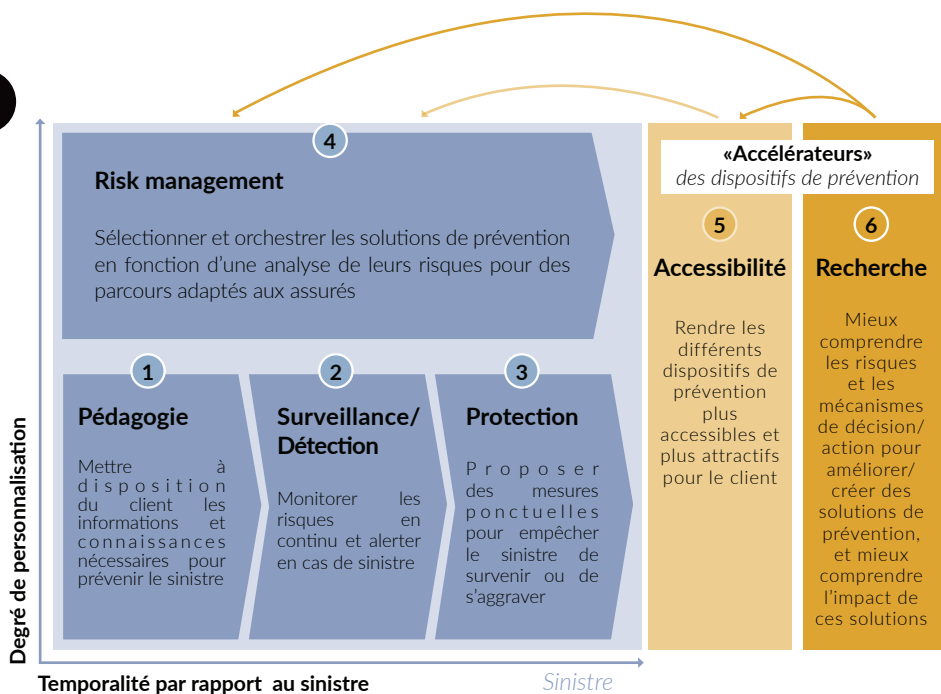
- une cartographie des dispositifs de prévention grâce à l'analyse de plus de 1500 initiatives sur un échantillon de 30 acteurs en France
- des entretiens avec une dizaine d'acteurs de l'assurance et une sociologue
- un exercice de prospective avec le Comité Scientifique du Cercle Lab à travers 3 parcours de vie en 2040



I. DES DISPOSITIFS DE PRÉVENTION TRÈS DIVERS POUR FAIRE COMPRENDRE ET FAIRE AGIR : PANORAMA EN SIX CATÉGORIES

Plus de 1500 initiatives ont été relevées auprès d'un échantillon d'une trentaine d'acteurs, et classées en fonction du bénéfice engendré pour le client. A partir de cet échantillon, nous distinguons :

- Des initiatives de prévention en amont ou en aval du potentiel sinistres qui visent directement les bénéficiaires afin d'éviter le risque ou à en réduire les conséquences : catégories Pédagogie, Détection, Protection, et Risk Management qui intègre les dispositifs des 3 premières catégories dans de réels parcours de prévention
- Des initiatives qui viennent améliorer l'impact des dispositifs de prévention auprès des bénéficiaires, des « accélérateurs » : catégories « Accessibilité » et « Recherche »



1. PÉDAGOGIE

Cette catégorie inclut tous les dispositifs d'information et de formation, qui sont parmi les moins complexes à mettre en œuvre. Leur objectif est d'apporter les connaissances et compétences nécessaires pour éviter les comportements à risques afin de diminuer la probabilité du sinistre, mais aussi de savoir réagir en cas de sinistre dans le but d'en diminuer la criticité. Fiches pratiques, pages internet, affiches, vidéos, e-learnin, serious game...les canaux sont multiples. Ces dispositifs pédagogiques interviennent très en amont du sinistre potentiel. Ils visent à toucher le plus grand nombre et sont donc souvent peu personnalisés. Cependant des initiatives peuvent être plus ciblées comme les ateliers « Bien vivre avec son âge » d'IRP Auto par exemple.

Campagne « Stéréotypes-Stéréomeufs », par l'association ADOSEN de la MGEN

L'ADOSEN a déployé en 2023 cette campagne composée de clips vidéo coconstruits avec Arte Éducation, de fiches pédagogiques et de guides d'accompagnement à l'attention de la communauté éducative pour aider la réflexion des jeunes sur les stéréotypes de genre. La démarche de prévention réflexive vise à dialoguer et exercer l'esprit critique pour prévenir sans prescrire.



2. DÉTECTION

Les initiatives de la catégorie « Détection » ne permettent pas forcément d'éviter un sinistre, mais peuvent en réduire le niveau de criticité. C'est le cas par exemple des dispositifs de télésurveillance proposés par les acteurs comme Homiris pour Swiss Life. Reposant sur des outils technologiques et des « devices » comme le bracelet connecté « anticiper les coups de chaleur » par PROBTP, ces mesures demandent des investissements préalables souvent via des partenariats.

« Le Digital Risk Engineer d'AXA »

Il s'agit d'une application de monitoring des risques dans les locaux d'une entreprise, comprenant la sécurité de locaux, les risques professionnels liés à la chaleur ou la ventilation, mais aussi la surveillance de la structure du bâtiment grâce à divers capteurs. Les informations sont analysées en temps réel pour détecter les anomalies dans le bâtiment, permettant une intervention précoce pour atténuer l'occurrence et la gravité d'un incident.

3. PROTECTION

Les dispositifs de cette catégorie ciblent directement un sinistre imminent voire déjà survenu : leur action peut donc se situer à la fois en amont et en aval de l'incident. Ils visent à réduire la criticité du sinistre, voire sa probabilité dans une moindre mesure. L'aspect réactif est ici très important : on y retrouve en quelque sorte le rôle « traditionnel » de l'assureur qui apporte un secours à l'adhérent comme dans le cas d'une assistance auto. Le dispositif peut aussi être proactif, cependant dans les deux cas, il est toujours ponctuel et ne donne pas lieu à un programme. Les séances de sport en entreprise proposées par IRP Auto illustrent bien cette caractéristique.

« L'APESA chez Harmonie Mutuelle »

L'APESA est une association de psychologues qui offrent un soutien psychologique aux dirigeants d'entreprise en souffrance aiguë. Harmonie Mutuelle et le groupe Vyv sont des partenaires historiques de l'association. Son action est remarquable par la précision de son action qui répond aux vulnérabilités de la population cible et le caractère urgent de la situation. Pour intervenir, l'association s'appuie sur un réseau de « sentinelles » qui sont en fait des employés chargés de contacter l'association en cas de risque grave et de calmer la situation en attendant l'arrivée des professionnels. L'initiative propose 5 séances d'entretien avec un psychologue dans le but d'éviter le pire.



4. RISK MANAGEMENT

Les initiatives de Risk Management prennent généralement la forme de programmes de prévention. Elles reposent souvent sur un premier bilan ou diagnostic servant de base à la sélection et au déploiement de mesures préventives. Le programme « Transportez Vous Bien » de Klésia incluant évaluations, coachings, consultations, ou encore un système de points à dépenser en est un bon exemple, ou encore « Forward » d'AXA, une plateforme qui permet aux entreprises de visualiser les risques en temps réel accompagné d'analyses et de recommandation. Le haut degré de personnalisation de ces initiatives leur permet à la fois de réduire la probabilité et la criticité du sinistre.

« LudiAgri d'Agrica »

Ce serious game permet aux entreprises de faire un état des lieux global du stress au travail en interrogeant chaque salarié de manière anonyme. L'analyse des réponses donne lieu à des préconisations d'actions adaptées. Déployé par le Groupe Dauphinoise, ce diagnostic a abouti à un programme pour mettre en œuvre les préconisations mais également à une réelle démarche d'amélioration continue des conditions de travail. Cela a provoqué un véritable changement de culture d'entreprise, les salariés parlent de la manière dont ils vivent leur travail, non plus en termes techniques mais organisationnels : la personnalisation du programme



5. ACCESSIBILITÉ

Les actions de cette catégorie ne visent pas directement à éviter un sinistre ou à en réduire les conséquences, mais ont pour but d'augmenter l'attractivité ou l'accessibilité de dispositifs de prévention. Elles visent à réduire les obstacles à la consommation de ces dispositifs de prévention: le coût, la fiabilité des partenaires et la difficulté d'accès aux prestations. Par exemple, des plateformes comme Ordoclic proposent toute une gamme de services, centralisent les informations médicales pour en faciliter l'accès. Les réseaux de santé comme Carte Blanche et Santéclair auxquels s'associent les acteurs de l'assurance répondent au double besoin de prestations à prix réduits mais aussi de fiabilité des prestataires (de santé ou autre), toujours pour augmenter l'usage de ces dispositifs.

« Prév'entraide, par la MAIF »

La plateforme Prév'entraide permet aux adhérents de demander de l'aide ou en proposer en cas de catastrophes naturelles. La spécificité de cette plateforme est qu'elle est ouverte à tous, non pas seulement aux adhérents MAIF, et complètement bénévole. En centralisant la demande et l'offre d'aide en situation d'urgence, elle rend le recours à ces services bien plus simple et gratuit. L'ambition de Prév'entraide consiste à donner aux particuliers le réseau et les outils nécessaires pour participer d'eux-mêmes à la prévention.



6. RECHERCHE

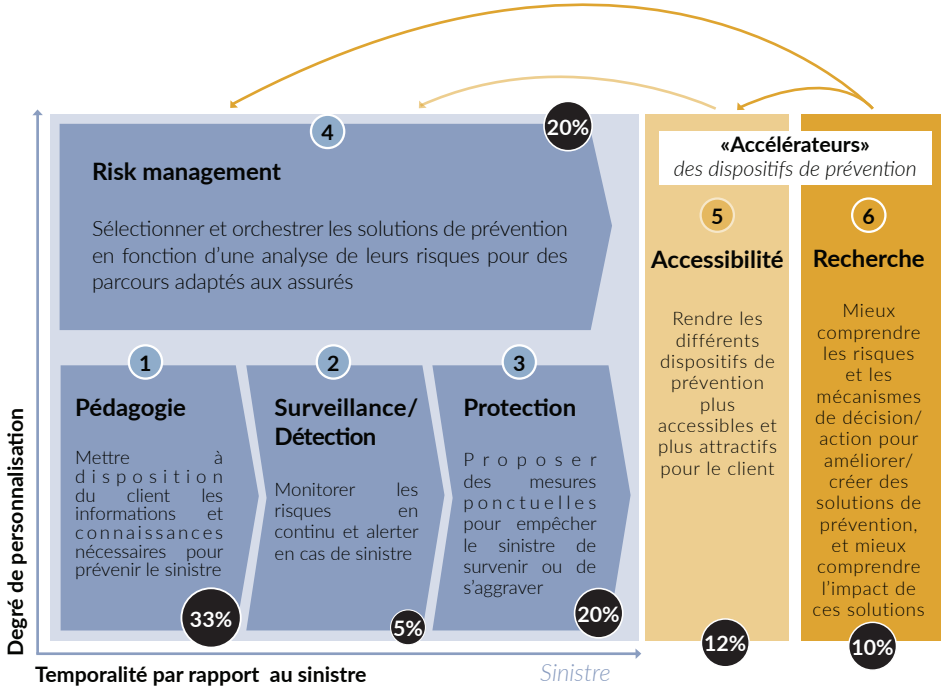
Les initiatives de recherche visent à mieux comprendre les risques, les mécanismes de décision et action pour améliorer ou créer des solutions de prévention, mais également l'impact des mesures de prévention. Elles ne ciblent donc pas directement le bénéficiaire, mais contribuent à diminuer la probabilité et la criticité d'un potentiel sinistre. Soutien financier à la recherche fondamentale, recherche appliquée et études, ou encore contribution à des « think tank », les initiatives de cette catégorie visent à améliorer l'efficacité des dispositifs de prévention qui touchent directement les bénéficiaires.

« Medtech lab d'Aesio »

Med TechLab est un living lab pour l'expérimentation et l'observation des usages en santé. Aésio, en partenariat avec l'école des mines de Saint-Etienne dans le domaine de l'ingénierie santé, ouvre cet espace aux différents acteurs de la santé, du médecin à l'utilisateur en passant par les entreprises ou l'assureur afin de simuler, étudier des situations spécifiques ou expérimenter de nouvelles technologies. Cette ouverture et la multiplicité d'acteurs qu'il rassemble sont remarquables, tout comme son approche expérimentale de design, tests et monitoring, avec une approche pluridisciplinaire (médecine, sciences de l'ingénieur et sciences humaines). Cette méthode est unique et cherche à confronter les futurs défis et le vieillissement de la population grâce aux nouvelles technologies en testant et développant des solutions d'avenir.



L'analyse des ~1600 initiatives répertoriées sur la trentaine d'acteurs comporte évidemment des biais, puisque nous comptons des initiatives sans prendre en compte l'investissement ou la complexité de ces dernières. Néanmoins, il est intéressant d'observer la répartition des initiatives selon les 6 catégories décrites ci-dessus et d'identifier les acteurs avec des schémas différents.



Si en moyenne nous avons 33% d'initiatives dans la catégorie 1 « Pédagogie », certains acteurs comme la Mutuelle Familiale ou la MGEN ont plus de 50% de leurs initiatives sur cette catégorie. Cela peut s'expliquer par un double phénomène, les actions de prévention pour le plus grand nombre est une réelle volonté dans le rôle sociétale que ces mutuelles se sont donné. Par ailleurs, de nombreux événements thématiques sont réalisés par ces acteurs avec un réel ancrage territorial. Concernant la catégorie 6 « Recherche », deux acteurs se démarquent également avec 31% pour Aésio et 38% pour le Groupe Vv par rapport à 10% en moyenne sur la trentaine d'acteurs. A noter, sur la catégorie 2 « Détection » à 5% en moyenne, AXA concentre 39% de ses actions, ce qui illustre bien l'angle digital de la stratégie de prévention d'AXA.

II. LES FREINS RENCONTRÉS POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA PRÉVENTION ET LES PISTES POUR LES DÉPASSER

Nous avons vu à travers la cartographie que les acteurs proposaient une multitude de dispositifs de prévention. Tous souhaitent aller plus loin car cela répond à une demande réelle, en particulier par les entreprises en protection sociale comme en dommage, mais également car la prévention est un levier pour se différencier et aller chercher des points de satisfaction supplémentaires. Trois freins majeurs reviennent : **l'usage et l'impact des dispositifs, le modèle économique et la mesure de l'impact**. D'autres freins plus exogènes sont également à prendre en compte, comme le cadre réglementaire, les freins culturels/éthiques (culture du risque ou protection des données) et la perception des rôles des assureurs par les assurés.

L'information ne suffit pas. Pour éviter **le manque d'usage et d'impact**, il faut intervenir au bon moment avec des dispositifs pertinents et adaptés aux populations ciblées.

L'usage et l'impact sont devenus une priorité pour Anne-Sophie Godon, Directrice des Services chez Malakoff Humanis, qui a mis en place une équipe pluridisciplinaire : des experts par thématiques de santé, des experts en déploiement de service en entreprise, des designers et des « chasseurs d'usage », etc.

16

« Ne plus considérer les services
comme accessoires et s'occuper
de l'impact et de l'usage »

Anne-Sophie Godon, *Directrice
des Services chez Malakoff Humanis*




Une première réponse à ce frein est de mener des actions ciblées. Malakoff Humanis privilégie par exemple les Moyennes Entreprises et les Entreprises de Taille intermédiaire avec une sinistralité supérieure à la moyenne. La MGEN de son côté œuvre avec les DRH et médecins du travail pour identifier les personnes à risque afin de leur proposer des accompagnements personnalisés, comme un séjour au Centre de Réadaptation. Ces derniers mettent en œuvre des approches méthodologiques poussées et pluridisciplinaires afin d'accompagner les enseignants en risque de burn-out jusqu'à la reprise de leur travail. Afin de maximiser le passage à l'action, il faut pouvoir communiquer avec le client au bon moment. A la suite d'une hospitalisation par exemple, un certain nombre de services pourraient être déclenchés pour faciliter la sortie d'hospitalisation et sécuriser la convalescence.



« Il faut pouvoir détecter le bon moment pour communiquer, c'est-à-dire au moment où l'assuré en a réellement besoin et a le pouvoir d'agir »

Nadia Desmaris, *Responsable
Département Marques, Innovation
et Services – Covéa*

L'approche des dispositifs de prévention, en incluant leur tonalité, est également très importante pour en augmenter l'usage et l'impact. Il ne s'agit pas seulement d'éviter des services de prévention inutilisés. En effet, certains dispositifs de prévention peuvent être mal conçus et générer non pas uniquement de l'indifférence, mais un rejet de la part des bénéficiaires. Catherine Déchamp-Le Roux, Professeur émérite en Sociologie à l'Université de Lille souligne l'importance de la prise en compte des difficultés socio-économiques dans la conception des dispositifs de prévention. Dans les années 80, une campagne de prévention sur la nutrition « 5 fruits et légumes par jour » a été menée en Seine-Saint-Denis. De nombreuses familles n'en ont pas les moyens. Certains enfants sont donc confrontés à une contradiction entre ce qui est dit et les moyens, ce qui peut créer un rejet de cette bonne pratique. Il est crucial de comprendre pourquoi certains comportements sont adoptés, les mécanismes de décision, les freins pour passer à l'action. Les sciences comportementales sont de plus en plus utilisées pour concevoir des campagnes de prévention plus pertinentes et encourager des comportements vertueux. Nicolas Courjaud, Directeur Prévention MAIF nous a partagé une situation qui illustre parfaitement cela. Certains habitants de zones à risques peuvent refuser de réaliser des travaux pour monter l'électricité à l'étage même quand la commune peut compléter le financement avec le Fonds Barnier. En effet, c'est le signe visible d'un risque, et cela peut impacter la capacité à vendre le bien. Nous sommes ici dans une situation de concurrence des risques qui va fortement influencer les comportements et la prise de décision.



« L'information ne suffit pas, il faut comprendre les mécanismes psychologiques des êtres humains. »

Nicolas Courjaud,
Directeur Prévention MAIF

Depuis toujours, le modèle économique des services reste une question ouverte, mais les réflexions évoluent. C'est sur les risques d'entreprises que le modèle économique a le plus évolué. Historiquement, le métier d'accompagnement de prévention n'était pas rémunéré, car c'était une condition de souscription. Aujourd'hui, il s'agit davantage de conseil en prévention. Pour les petites entreprises, les services ne sont pas payants. La capacité à faire payer les services de prévention dépend de la taille des entreprises et de la personnalisation des services. En effet, plus l'entreprise est grande, plus la probabilité d'avoir des « Risk Manager » en interlocuteurs en plus de souscripteurs augmente. Par ailleurs, l'effet des mesures de prévention est clair pour les entreprises clientes et se traduit en réduction du coût du SMP (Sinistre Maximum Possible) et du SRE (Sinistre Raisonnablement Escomptable). Prévention et indemnisation sont complètement articulés sur les risques d'entreprises.

« Un client qui est prêt à rémunérer une prestation en prévention, attend avant tout des conseils personnalisés : approche adaptée à ses risques, système d'évaluation qui lui est propre, services dédiés, etc »



Pierre-François Dezalys,
*Responsable Prévention et qualité
des risques chez MMA*

Concernant la Santé, l'articulation entre prévention et indemnisation est moins évidente, mais le raisonnement est similaire. Mélusine Harle, Directrice Prévention à la MGEN, témoigne également de cette bascule vers un modèle partenarial et prévention payante à destination des employeurs. « Nos coaches virtuels de prévention santé personnalisés, comme Vivoptim ou Vocaliz, sont proposés en inclusion. Nos accompagnements et interventions en santé au travail seront payants ». En Santé, s'il est difficile de démontrer les effets de la prévention sur le niveau d'indemnisation, les acteurs s'accordent sur les effets de la prévention sur la fidélisation : un assuré accompagné dans une problématique de santé est plus fidèle. Néanmoins, le modèle économique ne pose pas forcément la question du ROI. Chaque acteur tient à mener des actions de prévention de manière responsable en créant de la valeur pour ses assurés tout en préservant les équilibres économiques de son entreprise. Un bon nombre d'acteurs lie cet effort à leur rôle sociétal.

La mesure de l'impact des actions de prévention constitue un des freins majeurs pour aller plus loin en matière de prévention. C'est une tendance pour la majorité des acteurs : la mesure de l'impact est clé. Elle n'est pas seulement nécessaire pour déterminer quels dispositifs proposer à ses clients. En protection sociale, elle fait partie intégrante d'une démarche de prévention qui améliore réellement la performance sociale de l'entreprise.

« On ne peut accompagner qu'en mesurant. Notre démarche commence par le lancement d'un baromètre très orienté QVCT chez les clients. Ces informations qualitatives sont ensuite croisées avec des informations quantitatives grâce à la DSN (nb de personnes arrêtées, durée et fréquence) »

Yann Gargasson, Responsable de la veille et innovation autour des services chez Verlingue



Concernant la prévention primaire, les principaux indicateurs suivis sont les personnes touchées par des campagnes de sensibilisation. Dans ce cas, il s'agit davantage d'indicateurs de déploiement que d'indicateurs d'impact qui n'en reste pas moins nécessaires. L'information est primordiale pour donner à chacun la compréhension de son environnement et des risques associés, mais elle est souvent insuffisante pour créer un véritable impact, c'est-à-dire un changement de comportement.

En 2021, la DARES publiait une « Étude de l'impact d'un programme de prévention sur la sinistralité des entreprises agricoles ». Pour cela, la DARES a analysé les données entre 2006 et 2016 sur un groupe traité, c'est-à-dire ayant souscrit à un contrat de prévention proposé par la MSA, et un groupe témoin. Les conclusions de cette étude sont mitigées : il est en effet très difficile de corrélérer les effets observés aux mesures de prévention car de nombreux paramètres peuvent entrer en jeu.

La mesure de l'impact peut être complexe et chronophage. Il sera plus aisé de mesurer l'impact sur des champs resserrés, c'est-à-dire sur des populations et/ou sur des problématiques spécifiques. La MGEN a lancé un programme de santé personnalisé, Vivoptim, accessible à différents publics. Une étude scientifique a été réalisée sur une partie du programme, la partie e-santé et de prévention primaire du risque cardiovasculaire global chez des sujets volontaires âgés de 30 à 70 ans de 2015 à 2017. Résultat : 72% des répondants ont modifié leurs habitudes de vie avec une perte de poids pour 37,2% et une baisse de la tension artérielle de 10% ; 80% des répondants ont qualifié Vivoptim de « intéressant », « utile » et « motivant ». La question de l'utilité et de la satisfaction est également une manière de mesurer l'impact même s'il reste déclaratif. Malakoff Humanis mesure depuis un an la satisfaction, l'usage et l'impact en posant les questions suivantes à leurs assurés : « avez-vous appris quelque chose ? avez-vous l'intention de changer de comportement ? ». Les commerciaux ont également été interrogés : est-ce qu'ils parlent des services de prévention ? 90% le font ; est-ce que les services de prévention aident pour le business ? Oui, ils permettent de remporter 1 AO sur 2.

D'autres freins plus exogènes sont également à prendre en compte, comme le cadre réglementaire, les freins culturels/éthiques (culture du risque ou protection des données)

et la perception des rôles des assureurs par les assurés. Le réglementaire a toujours eu un certain poids en assurance, la prévention ne fait pas exception. Concernant l'habitation, elle peut constituer un frein majeur car le code de l'assurance stipule qu'on ne peut s'enrichir après une indemnisation. Ainsi, quand un sinistre survient, c'est l'occasion de reconstruire en prenant en compte les risques. Si ces travaux font augmenter la valeur de l'habitation, alors cela ne sera pas permis. Autre point, la réglementation sur l'utilisation des données empêche les acteurs de l'assurance de communiquer au bon moment auprès des assurés. C'est le cas pour les personnes hospitalisées à qui on pourrait pousser des services utiles à ce moment précis pour les accompagner dans leur sortie d'hospitalisation. En effet, le RGPD n'autorise aux assureurs qu'une finalité de traitement liée à son rôle de remboursement des frais de santé.

« Il faudrait une évolution juridique, et faire reconnaître la finalité de prévention aux acteurs de l'assurance. Il y a également des enjeux de fiscalité sur les contrats de santé, c'est un frein pour un déploiement de la prévention à grande échelle au quotidien »

22



Laure-Marie Issanchou,
Directrice Santé et Priscilla Hamon, Responsable du service prévention à la Mutualité Française.

III. LA TRANSFORMATION DU MÉTIER DES ACTEURS DE L'ASSURANCE PAR LA PRÉVENTION

Pour certains acteurs de l'assurance, le curseur entre prévention et indemnisation s'est clairement déplacé. Cette évolution du rôle des acteurs de l'assurance est clairement perçue par les entreprises.

« Certaines entreprises aujourd'hui viennent nous voir pour
ça avant l'assurance »

Yann Gargasson, *Responsable de la veille
et innovation autour des services chez Verlingue*

Les activités assurantielles se font la plupart du temps de manière silotée par domaine de risque avec un poids fort du règlementaire. La prévention oblige les acteurs de l'assurance à adopter une vision plus globale des situations de vie des assurés, particuliers ou entreprises, pour proposer un accompagnement pertinent. Par ailleurs, notre monde étant de plus en plus soumis à des risques interconnectés, les actions de prévention doivent prendre en compte une vision plus intégrée des domaines de risques.



« La prévention des risques, est un sujet transverse qui permet de « casser les barrières » dans le monde de l'assurance. Quand on parle de solutions pour éviter un risque ou limiter les impacts en cas de survenance, on en arrive très vite à parler de la couverture et des garanties, des modalités d'indemnisation, des services proposés à nos clients (conseils, offres partenaires), d'une éventuelle réassurance pour préserver le bilan de la compagnie, etc.»

Pierre-François Dezalys, *Responsable Prévention et qualité des risques chez MMA*

Les ponts se font très facilement également entre mobilité et santé ou entre habitation et santé dans un contexte de transition climatique. L'approche de prévention d'Harmonie Mutuelle intègre la notion de co-bénéfices, qui montre que notre adaptation aux enjeux du dérèglement climatique induit des conséquences positives pour notre santé, mais également pour notre système de santé en générant des économies sur le budget de la santé.

24



« Des mobilités moins polluantes et plus actives, une alimentation plus végétale, moins polluée par des intrants chimiques, un air plus pur, un logement bien isolé sont autant d'éléments de lutte contre les émissions de gaz à effet de serre et de prévention des maladies chroniques »

Lionel Fournier, *Directeur Santé et Ecologies d'Harmonie Mutuelle*

Cette évolution du rôle de l'assurance mobilise différentes compétences à acquérir : intégrer une dimension data plus forte chez les préventeurs, maîtriser davantage les technologies de santé, maîtriser les nouveaux référentiels autour des données de santé, savoir manipuler des normes en e-santé, comprendre les sciences comportementales. De nouveaux métiers également émergent : créateur d'écosystèmes de partenaires pour construire des parcours complets, chargé de mesure d'impact, chasseurs d'usage, etc.

La prévention repositionne les acteurs de l'assurance de manière plus structurante dans un écosystème qui s'étend. Les assurés font face à de multiples acteurs quand il s'agit de prévention : associations, acteurs publics, professionnels de santé, multiples prestataires de services, assureurs, courtier, etc. Quels que soient le domaine de risque concerné, les clients peuvent se sentir perdus face à ces multiples acteurs. Les parcours de prévention peuvent être douloureux. Les acteurs de l'assurance pourraient jouer ce rôle de **créateur d'écosystèmes de partenaires** et de **chef d'orchestre** pour accompagner les bénéficiaires de dispositifs de prévention. Leur rôle serait donc de créer, agréger et orchestrer les différents acteurs d'un écosystème pour construire des parcours complets, et ainsi orienter les assurés dans des écosystèmes plus larges qu'aujourd'hui.

Les acteurs de l'assurance pourraient également jouer un rôle sur l'innovation afin que les produits ou services assurés soient plus durables et assurables. L'exemple des panneaux photovoltaïques illustrent bien ce point. En effet, lors du boom de cette filière, les industriels ont développé ces produits, boostés par une réglementation favorable. De nombreux sinistres ont suivi, les acteurs de l'assurance ont alors poussé le secteur à assainir ses pratiques d'installation. On pourrait imaginer une étape dans la conception d'un produit/service où le risque induit serait modélisé ; les assureurs pourraient contribuer à cette modélisation du risque à la manière d'une empreinte carbone ou d'une dette technique qui inclurait risque de défaillance mais également risque sociétal et ainsi influencer l'innovation.

CONCLUSION

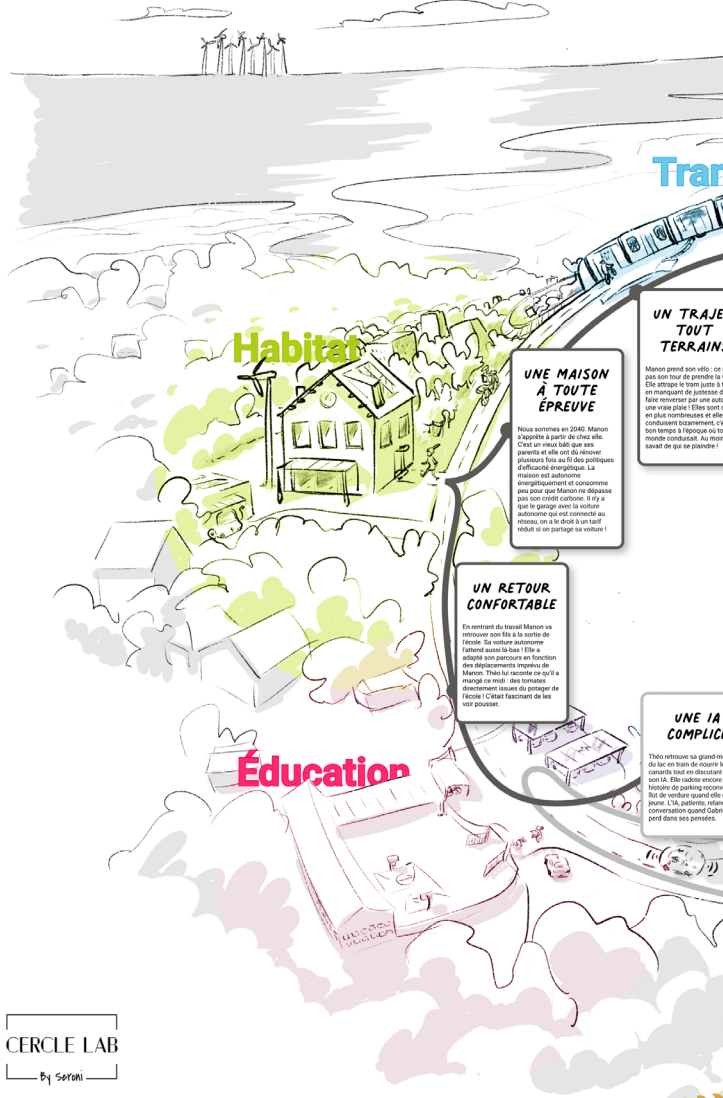
Cette étude nous a permis de prendre conscience du potentiel de transformation de l'assurance par la prévention. Un exercice de prospective a été réalisé avec le Comité Scientifique du Cercle Lab. Nous vous partageons en guise de conclusion, le scénario prospectif et les principales pistes de réflexion qui ont émergé.

Prévenir autant que guérir en 2040

La société a subi une transformation profonde des comportements à la suite de nombreuses crises qui ont eu lieu. Les gens ont développé une culture du risque, ce qui les a poussés à considérer de manière plus systématique les conséquences de leurs actions. La prise de conscience du risque est devenue plus importante que jamais, amenant les individus à réaliser qu'il est préférable de prévenir le risque plutôt que de le subir. Ils savent qu'ils ont besoin les uns des autres pour coopérer, ils ont également compris que le partage des données leur était bénéfique.

Dans un contexte de sobriété énergétique, l'isolation et les modes de chauffages habitations ont été renouvelés. Les usages de la mobilité ont beaucoup évolué : on prend peu sa voiture électrique légère et on multiplie les modes de transport moins énergivore comme le vélo ou les transports en commun. Les entreprises se sont relocalisées et le travail indépendant s'est démultiplié. Même la production industrielle s'est rapatriée sur le territoire faisant ainsi de grandes économies énergétiques, mais ramenant avec eux leurs pollutions. Les Français, conscients de l'impact environnemental de leurs achats, sont moins enclins à acheter des produits à durée de vie courte ou à forte empreinte carbone. Le numérique prend encore beaucoup de place dans la vie de tous les jours et nous garde connecté au reste du monde. C'est d'ailleurs le seul pan de l'économie qui reste mondialisé. On apprend également à faire de la santé autrement, environnementale, hautement préventive.

Dans ce monde en évolution constante, les acteurs de l'assurance ont su adapter leur approche pour répondre aux besoins émergents de la société et trouver le juste équilibre entre prévenir et guérir. Explorons ensemble comment ce curseur peut bouger selon les situations que l'on pourrait vivre dans ce monde.



Habitat

Éducation

Transport

UNE MAISON À TOUTE ÉPREUVE

Nous sommes en 2040. Manon n'a qu'elle à part de chez elle. C'est un vieux bâtiment que ses parents et elle ont dû rénover plusieurs fois au fil des politiques d'efficacité énergétique. La maison est autonome énergétiquement et consomme peu pour que Manon ne débourse pas son crédit carbone. Il n'y a que le garage avec la voiture autonome qui est connectée au réseau, on a le droit à un tarif réduit si on partage sa voiture!

UN TRAJET TOUT TERRAIN

Manon prend son vélo : ce qui son tour de prendre la Elle attrape le train juste à en attendant qu'il passe de faire renverser par une autre une fois placée. Elle sort en plus nombreuses et elle son temps à l'hopital ou le monde connecté. Au moment de qui se plaindre!

UN RETOUR CONFORTABLE

En rentrant du travail Manon va retrouver son fils à la sortie de l'école. Sa voiture autonome l'attend avec la bas : Elle a adapté son parcours en fonction des déplacements imprévus de Manon. There lui raconte ce qu'il a mangé ce midi : des tomates directement issues du potager de l'école. C'est l'aspect de sa vie possible.

UNE IA COMPLI...

There retrouve sa grand-mère du bar en train de mourir la cascade leur est dédiée son IA. Elle raconte encore l'hopital de parking encore. Bot de voiture quand elle jeune. L'IA patiente même conversation quand Gabriel perd dans ses pensées.

Scénario en 2040 : *la société a subi une transformation profonde des comportements à la suite de nombreuses crises qui ont eu lieu. La prise de conscience du risque est devenue plus importante que jamais, amenant les individus à réaliser qu'il est préférable de prévenir le risque plutôt que de le subir. Ils savent qu'ils ont besoin les uns des autres pour coopérer, ils ont également compris que le partage des données leur était bénéfique. Dans ce monde en évolution constante, les acteurs de l'assurance ont su adapter leur approche pour répondre aux besoins émergents de la société et trouver le juste équilibre entre prévenir et guérir.*

- **Piste 1 :** D'ici 2040, les risques auxquels nous faisons face auront évolué. Nos modes de vie avec l'ultra-urbanisation, l'exposition aux réseaux sociaux, la transformation des modes de travail, l'accroissement des inégalités liées au dérèglement climatique...un nouveau risque a particulièrement attiré notre attention : le risque de désocialisation. Celui-ci peut intervenir à tous les stades de la vie : les plus jeunes avec le risque d'obésité et santé mentale, les actifs avec fragmentation du travail, ainsi que les seniors/retraités. Au-delà de la prévention sur les sujets habituels de santé physique et mentale, les acteurs pourraient jouer un rôle plus structurel dans le maintien du lien social.

- **Piste 2 :** En 2040, les acteurs de l'assurance jouent un rôle bien plus important dans la protection des données et l'utilisation d'IA étant donné l'impact sur la vie de chacun. Faire preuve de pédagogie auprès des assurés sur l'utilisation de leurs données mais également sur les types d'IA que nous souhaitons utiliser. L'IA ayant une influence structurante sur nos décisions et comportements, il est nécessaire de définir de manière plus large la responsabilité civile de l'IA. Ces questions génèrent d'autres interrogations, notamment qui garantit quoi et qui fait la prévention de quoi, auprès de qui ?

- **Piste 3 :** Afin d'avoir un monde encore assurable d'ici 2040, une meilleure coordination entre l'Etat et les acteurs de l'assurance est nécessaire étant donnée la puissance d'action de ces derniers. La prévention est un levier majeur pour la durabilité de nos sociétés, qu'elle soit environnementale ou sociale. En Santé par

exemple, concernant les maladies chroniques, un modèle avec la délégation du parcours de soin aux acteurs de l'assurance pourrait avoir un impact très fort sur la durabilité de la société. Au niveau des territoires, une collaboration plus étroite avec les acteurs publics permettrait de créer une urbanisation qui favorise la santé.

Et vous, quelles réflexions vous inspirent ce scénario et quel pré-requis pour trouver le juste équilibre entre prévention et « guérison » ?



CONTACTS



TENZING, LE CABINET COMPLICE DE VOTRE TRANSFORMATION

Nous accompagnons nos clients dans leurs projets de transformations structurantes, de la conception stratégique à la mise en oeuvre. Cet accompagnement se traduit aussi par la transformation des métiers critiques qui structurent les business model comme l'expérience client, l'expérience collaborateur et la transformation responsable.

DANS BUSINESS, IL Y A ESS

ESS à sa fondation, B Corp depuis 2018 et société à mission depuis 2020, Tenzing porte un nouveau rôle d'entreprise : plus ouvert, plus responsable et plus performant. Nous l'incarbons au quotidien dans l'effort que nous mettons à intégrer des talents atypiques et à mener pour nos clients des missions qui renforcent leur impact positif.

30

CONTACTS

ERIC DELANNOY

Président Tenzing
eric.delannoy@tenzingconseil.fr
06 73 43 18 62

NICOLAS VAUCLIN

Manager
nicolas.vauclin@tenzingconseil.fr
06 72 79 33 13

ANNE DOUANG

Directrice
anne.douang@tenzingconseil.fr
07 86 20 66 50

KAZEM TABRIZI

Associé Fondateur
kazem.tabrizi@tenzingconseil.fr
06 12 56 70 08



A PROPOS DU CERCLE LAB

Le Cercle Lab a pour ambition de nourrir le secteur de nouvelles idées. Il s'organise pour cela autour de 11 clubs thématiques résolument orientés métiers dont les réflexions menées tout au long de l'année se concrétisent par la publication de 11 publications annuelles.

Véritables outils d'analyse prospectifs, ces 11 publications annuelles ont pour objectif de déceler les signaux, sonder les phénomènes et témoigner des mouvements qui annoncent les évolutions futures de l'assurance. La co-production de ces cahiers de tendance permettent, par conséquent, de disposer d'une vision structurée et inspirante du secteur. Le Cercle LAB est ainsi un formidable lieu de networking et de confrontation d'idées pour toutes les familles du secteur.

31

CONTACTS

SÉBASTIEN JAKOBOWSKI

Fondateur de Seroni
sjakobowski@seroni.fr
06.62.45.01.31

FLORIAN DELAMBILY

Rédacteur en chef
de News Assurances Pro
fdelambily@seroni.fr
06.15.43.30.89

CATHERINE MARQUIS

Responsable de la
communication
& de l'évènement
cmarquis@seroni.fr
06.85.44.20.78



ÉTUDE

PRÉVENIR AUTANT QUE GUÉRIR...

« Mieux vaut prévenir que guérir », dit-on souvent. Parfois partie intégrante du rôle sociétal des acteurs de l'assurance, la prévention est tantôt un levier fort pour se différencier à côté d'une activité assurantielle avec peu de marges de manœuvre, tantôt un levier de fidélisation en enrichissant une expérience client qui manque d'interactions. De nombreux dispositifs de prévention existent : nous avons analysé pour cette étude plus de 1500 initiatives sur une trentaines d'acteurs, identifié six grandes catégories de dispositifs de prévention, et mis en exergue des exemples d'initiatives pour illustrer ces catégories. Dans un monde avec des risques plus fréquents, plus graves et plus étendus, les acteurs de l'assurance partagent tous la volonté de développer davantage la prévention. Nous présentons ici les principaux freins à son développement et les pistes pour lever ces freins avec des exemples concrets issus d'entretiens avec une dizaine d'acteurs de l'assurance et une sociologue. La prévention pose également la transformation du métier des acteurs de l'assurance : nouvelles compétences, nouveaux métiers, mais également un repositionnement de leur rôle au sein d'écosystèmes plus larges. Pour aller plus loin sur la transformation du métier, nous avons réalisé avec le Comité scientifique du Cercle Lab un exercice de prospective sur un scénario à 2040 et vous partageons ici nos pistes de réflexions, en espérant qu'elles vous invitent également à la réflexion.

EN PARTENARIAT AVEC



REJOIGNEZ-NOUS SUR :



LINKEDIN
Cercle LAB

CERCLE LAB
11 PASSAGE SAINT-PIERRE AMELOT, 75011 PARIS
www.cerclelab.com