



NEWS ASSURANCES PRO  
/ L E O N Z E

# Assurance Voyage

Nouveaux mondes, Nouvelles perspectives

**Valmen**  
consulting

29 juin 2020

# La fédération des garanties et assurances affinitaires

Fondée en 2012, la FG2A rassemble, en 5 collèges, l'ensemble des acteurs qui constituent la chaîne de valeur des programmes commercialisés : distributeurs ; assureurs ; courtiers ; assistants ; sociétés de services



## Ces principales actions ...

- **Valoriser les services affinitaires** auprès des consommateurs et des autorités compétentes
- **Promouvoir la volonté d'autorégulation** des acteurs
- Agir pour le développement du secteur via **un élargissement des services et par une meilleure compréhension** de la valeur des produits proposés
- **Pérenniser le développement** de ce secteur en croissance continue

## ... et réalisations

- **La constitution de commissions** qui préparent différents projets sur des univers spécifiques (automobile, biens technologiques, assurances de personnes, énergie, digital / data (...))
- **La mise en place d'espaces qui favorisent l'échange** des bonnes pratiques
- La création du **Lab FG2A**
- Une **information en continue**
- **Réalisation d'études consommateurs** afin de comprendre et d'appréhender au mieux leurs attentes, et de suivre et anticiper les évolutions du secteur des assurances affinitaires

# Valmen : Un Groupe spécialisé dans l'assurance

- Le Groupe Valmen accompagne la transformation des acteurs du secteur :



- Nous sommes spécialisés dans trois grands domaines d'activités :

**INGENIERIE**

- MOA (Spécifications, paramétrage SI, recette...)

Valmen

**CONSEIL**

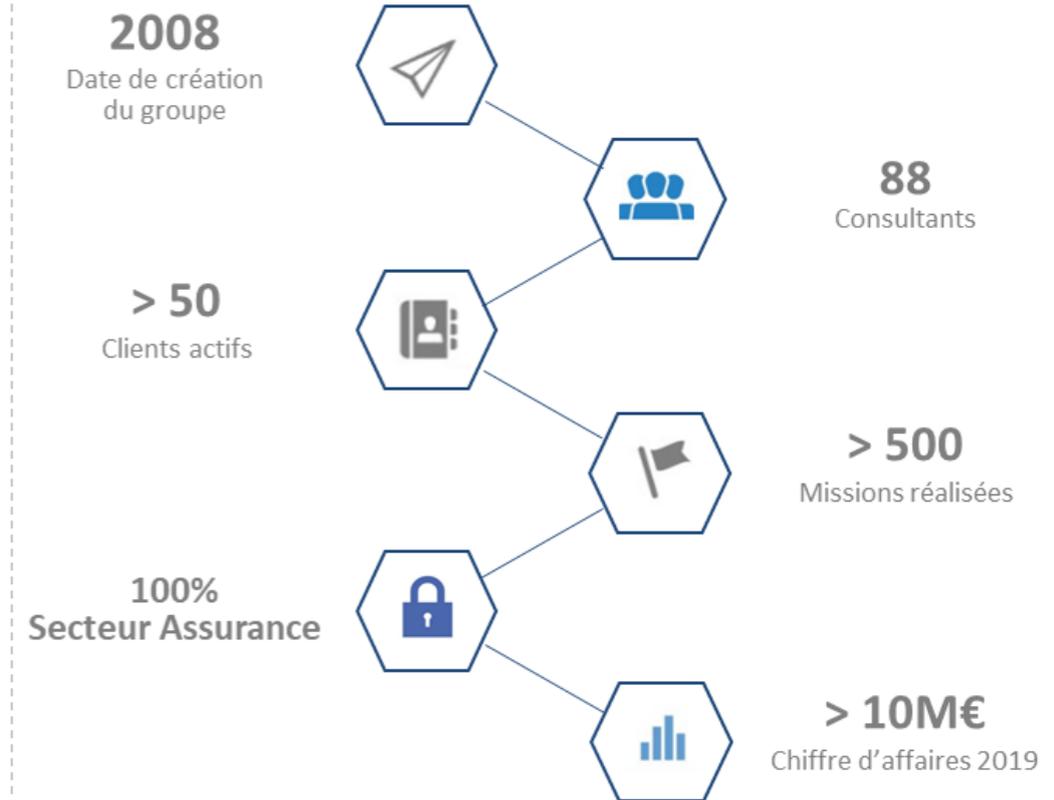
- Expertise métier
- Stratégie
- Conduite de projet
- Transformation Digitale

Valmen consulting

**EDITION DE SOLUTIONS SUR-MESURE**

- Recours Contre Tiers
- Frontal de dématérialisation des prestations HN

Stream-Techs



# Notre couverture de la chaîne de valeur



# Des retours d'expériences à travers des publications, conférences et podcasts



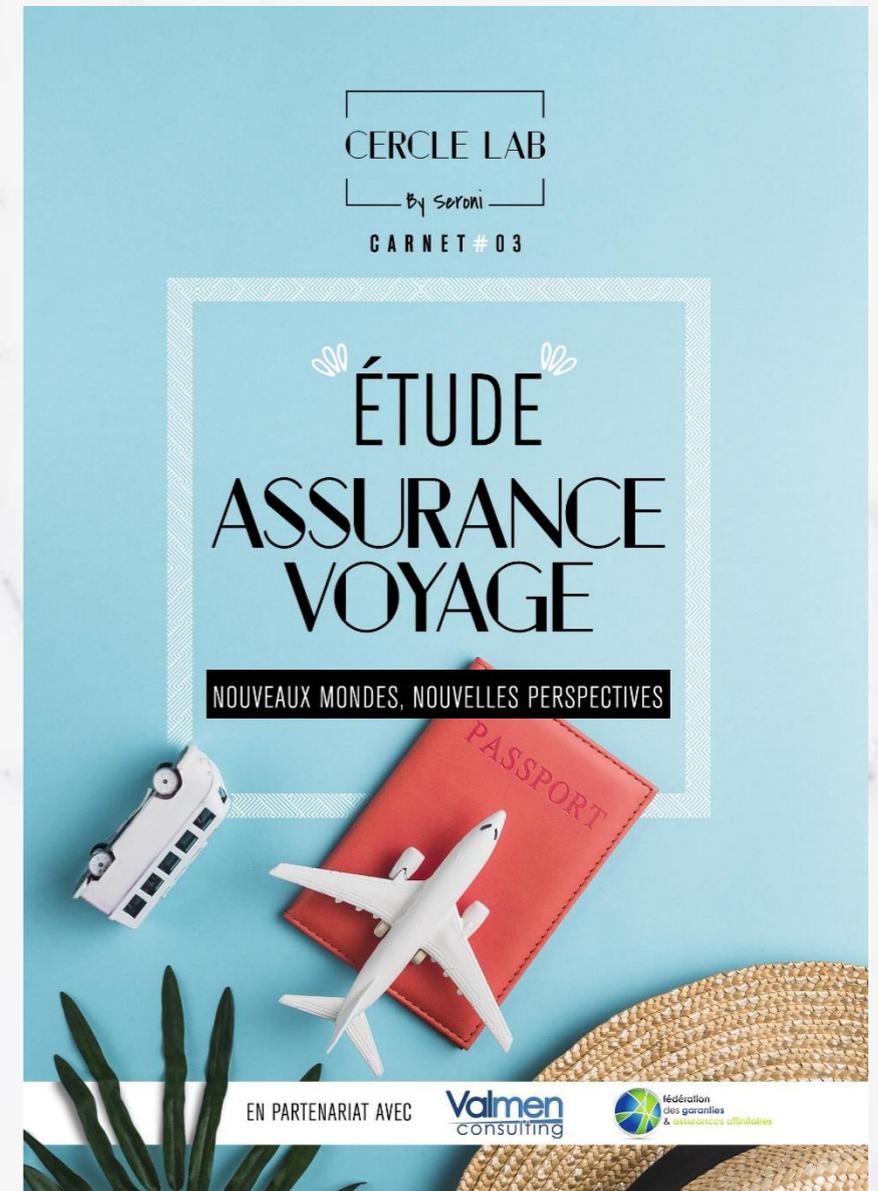
- Livre d'entretiens avec 20 dirigeants du secteur de l'Assurance, 2016
- Prévention et services innovants, publication, mars 2018
- Benchmark sur les espaces clients de 30 assureurs, L'argus de l'assurance, mai 2018
- Appliquer le RGPD dans l'assurance, Livre, L'argus de l'assurance, 2019
- Etude de 8 extranets au service des courtiers de proximité, News assurances pro, mars 2019



# Le contexte



# Dans la continuité de la première étude



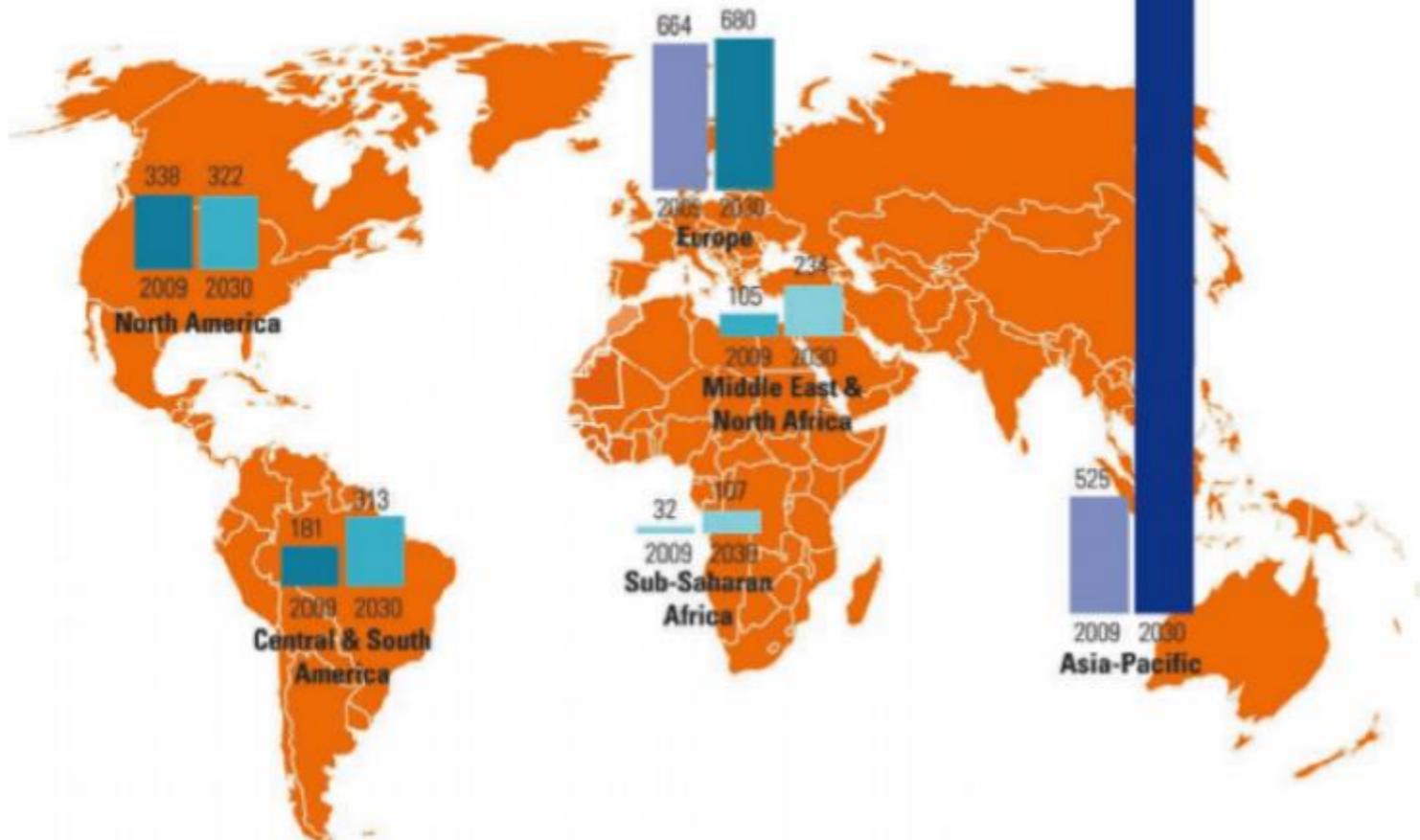
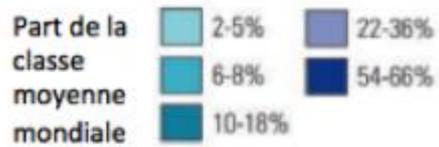
Avril 2019 → 12 Septembre 2019

Novembre 2019 → 30 juin 2020

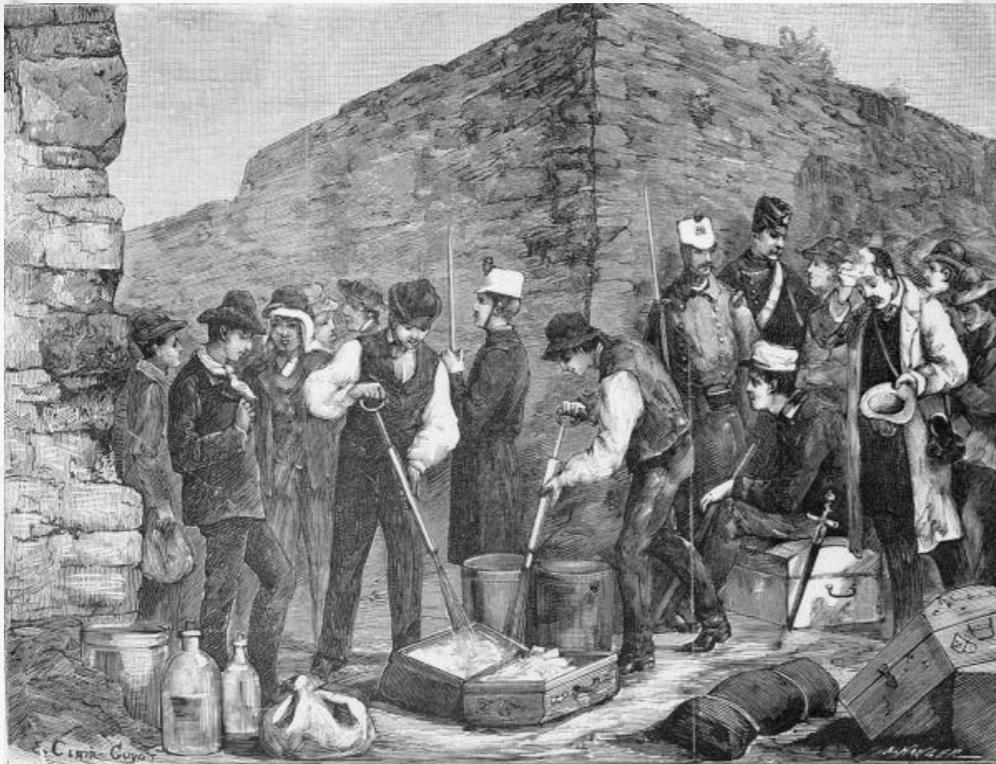
# Comprendre les évolutions de l'assurance voyage

## Multiplication de la classe moyenne en 2030

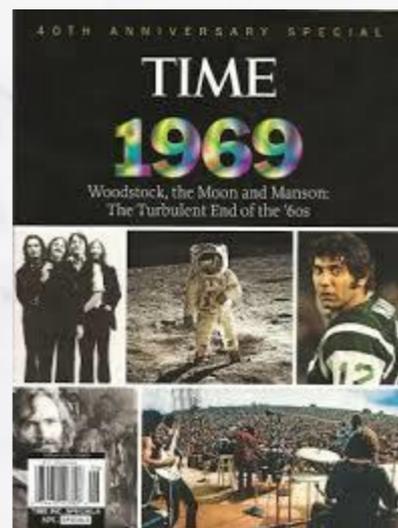
Taille de la classe moyenne mondiale en millions de personnes



# Une période inouïe ?

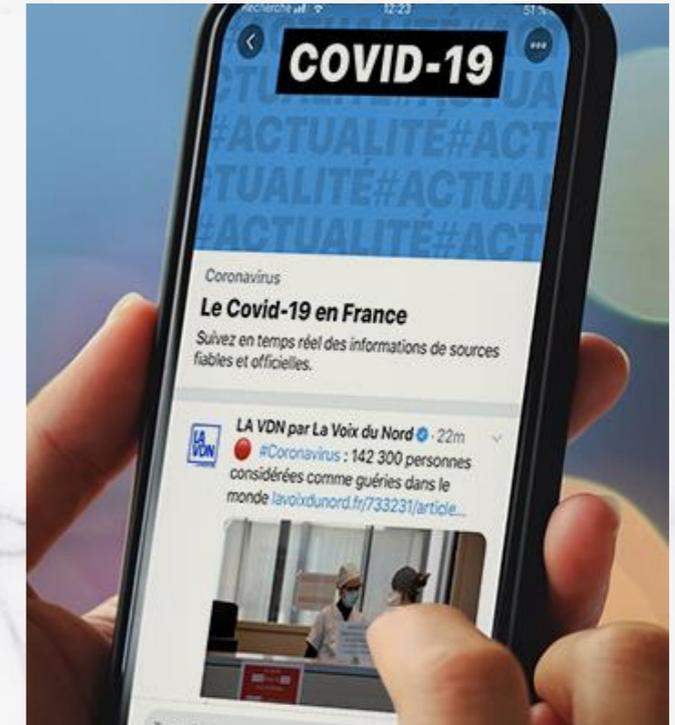
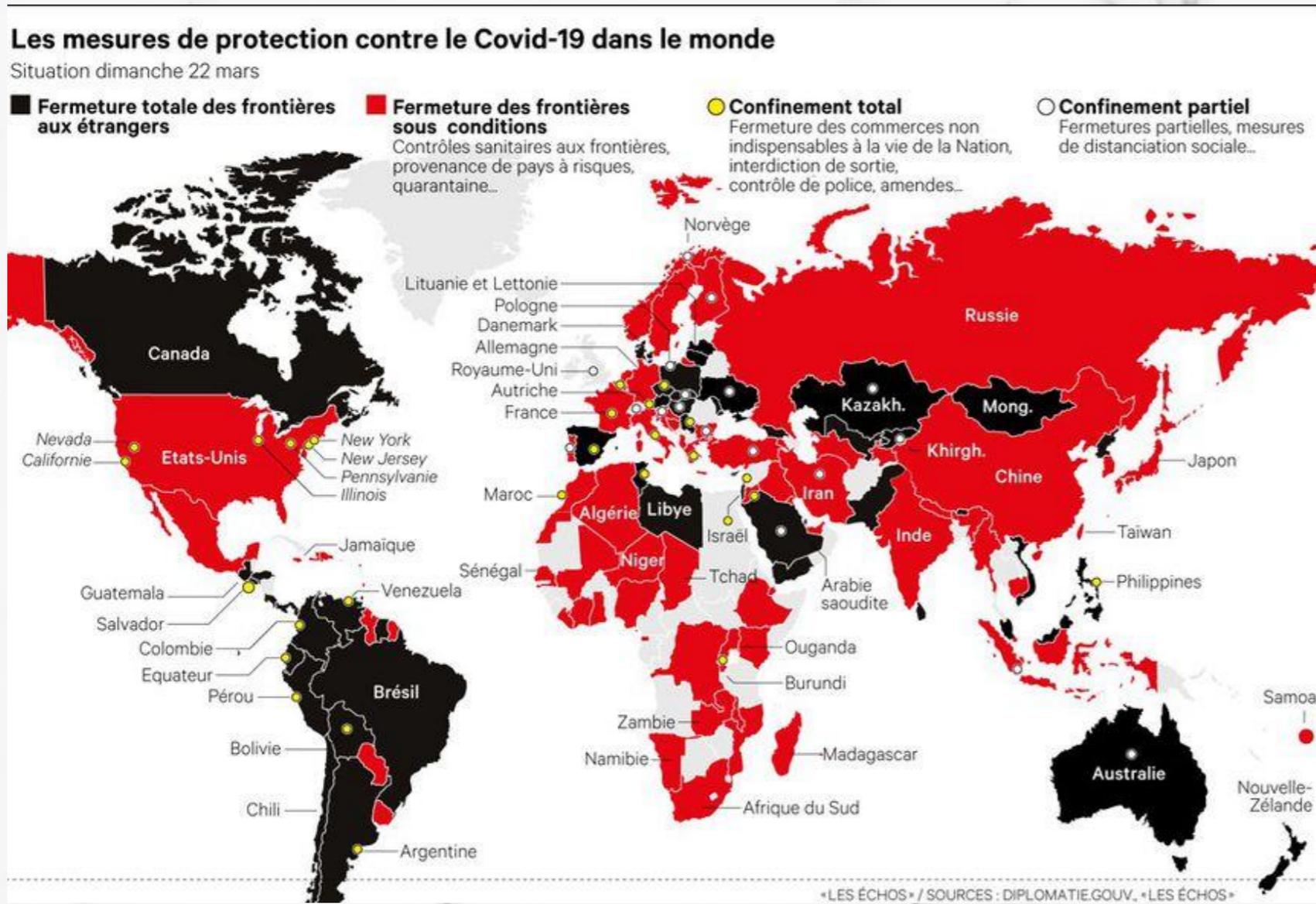


LA DÉSINFECTION DES BAGAGES AU LAZARET DE LA LATA  
LE CHOLÉRA EN FRANCE



« Puisqu'elle a été confectionnée en Chine continentale dans des laboratoires secrets, on devrait l'appeler « Fu Manchu » (Lettre d'un lecteur)

# Une pandémie et un confinement mondial à l'ère des réseaux sociaux



# Une accélération des transformations

Tout ne va changer

« Comme la plupart des catastrophes dites naturelles, les pandémies sont un grand révélateur des solidités, des fragilités et des contradictions des sociétés — et, particulièrement, de leurs inégalités »\*

\*Joël Chandelier, « Covid-19: Non, tout ne va pas changer, Quelques leçons à tirer de l'Histoire », Médium, 3 avril 2020



Périmètre

Participants

Méthodologie



# Périmètre

DEPARTS DEPARTURES				
HORAIRE TIME	DESTINATION DESTINATION	VOL FLIGHT	PORTE GATE	OBSERVATIONS REMARKS
12:38	LONDRES	BA 913	E21	ANNULE
12:56	BERLIN	AF5743	E27	ANNULE
13:07	DUBLIN	AF5985	E22	ANNULE
13:21	CASABLANCA	AT 607	E41	RETARDE
13:36	AMSTERDAM	AF5461	E29	ANNULE
13:48	MADRID	IB3941	E20	RETARDE
14:19	ZURICH	AF5021	E28	ANNULE
14:35	NEW YORK	AA 997	E61	ANNULE
14:54	ROME	AF5870	E23	RETARDE
15:10	STOCKHOLM	AF5324	E43	ANNULE



## Les garanties incontournables

	TEMPORAIRE			ANNUELLE
	1	2	3	4
<b>REMBOURSEMENT DES FRAIS MÉDICAUX À L'ÉTRANGER</b> Jusqu'à 80 000 € par personne pour les zones géographiques (E) Jusqu'à 160 000 € par personne pour les zones géographiques (M) Ex.: vous devez vous faire opérer de l'appendicite pendant votre séjour	✓	✓	✓	✓
<b>RAPATRIEMENT MÉDICAL - Frais réels</b> Ex.: vous êtes malade ou victime d'un accident et devez être rapatrié	✓	✓	✓	✓
<b>VISITE D'UN PROCHE EN CAS D'HOSPITALISATION</b> Billet de transport A/R / Hôtel 80 € par nuit (5 nuits maximum) Ex.: vous êtes hospitalisé plus de 3 jours et souhaitez qu'un membre de votre famille se rende auprès de vous	✓	✓	✓	✓
<b>FRAIS DE RECHERCHE ET DE SECOURS</b> 3500 € par personne / 17 500 € par événement Ex.: vous avez été recherché et/ou secouru en mer ou en montagne	✓	✓	✓	✓
<b>BAGAGES ET RETARD DE LIVRAISON DE BAGAGES</b> 2000 € par personne / 10 000 € par événement Ex.: votre valise a été perdue, volée ou détériorée pendant le transport	✗	✓	✓	✓
<b>ANNULLATION DE SÉJOUR</b> 8000 € par personne / 40 000 € par événement Ex.: vous êtes victime d'un accident qui vous empêche d'effectuer votre voyage	✗	✓	✓	en option
<b>INTERRUPTION DE SÉJOUR</b> 8000 € par personne / 40 000 € par événement (formules 2 et 3) 8000 € par personne / 40 000 € par an (formule 4) Ex.: l'un de vos proches est soudainement hospitalisé et vous devez écourter votre séjour	✗	✓	✓	✓
<b>DÉPART / RETOUR IMPOSSIBLES</b> Jusqu'à 2 000 € Ex.: votre avion ne peut décoller en raison d'événements climatiques exceptionnels	✗	✗	✓	✗
<b>RESPONSABILITÉ CIVILE VIE PRIVÉE À L'ÉTRANGER</b> Jusqu'à 4 500 000 € Ex.: votre parasol s'envole et blesse votre voisin de plage	✗	✗	✓	✓
<b>INDIVIDUELLE ACCIDENT À L'ÉTRANGER</b> Jusqu'à 50 000 € Ex.: vous êtes victime d'un accident qui entraîne une invalidité permanente	✗	✗	✓	✓

# Acteurs de l'étude

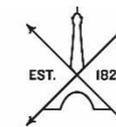
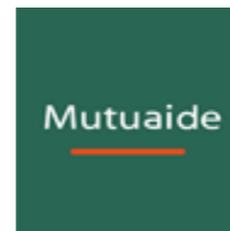
11 opérateurs d'assurance sur 21 contactés



Allianz  Partners

CAMCA  
*Assureur de spécialités*

CHUBB®



LA PARISIENNE  
ASSURANCES

Seyna.



VERSPIEREN  
COURTIER EN ASSURANCES

1 acteur parmi les 11 distributeurs de voyages contactés

Club Med 

1 assureur international primé pour ses innovations



# Méthodologie



**QUANTI**

**16 questions**

**QUALI**

**42 questions**

**15 questions complémentaires**



*Publications, webs (...)*

# Analyse quantitative

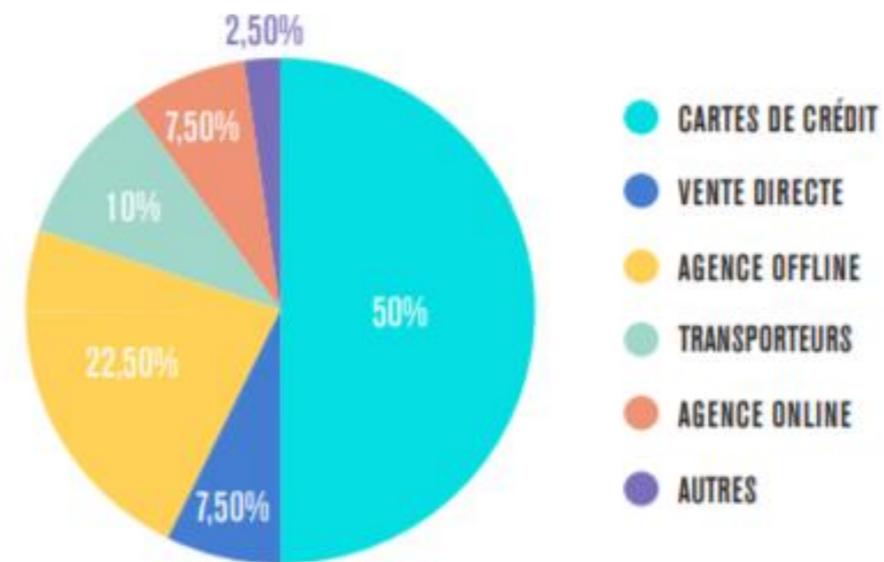


# Chiffre d'affaires

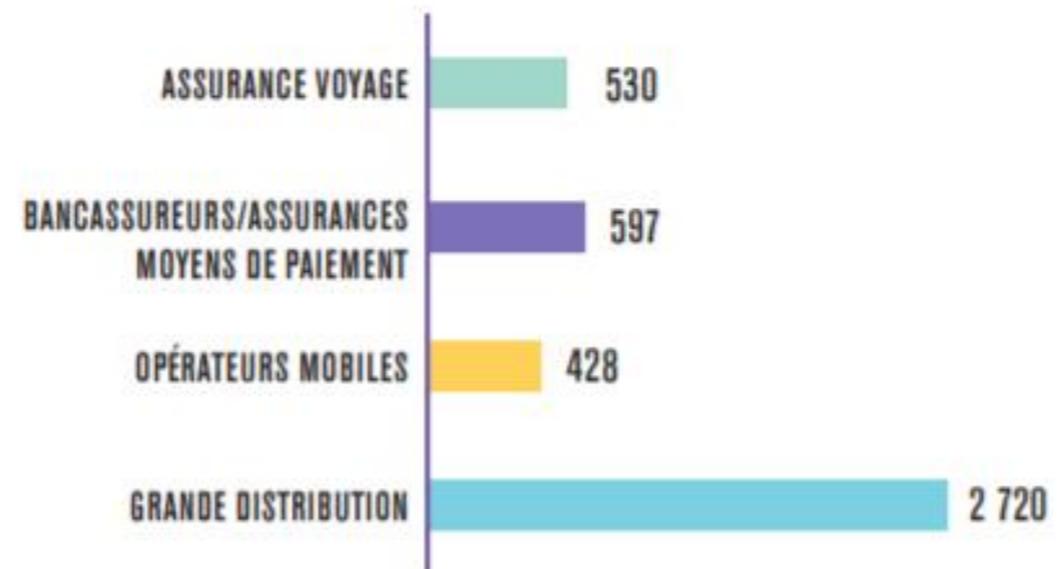
Un chiffre d'affaires pour l'assurance voyage de 480 à 530 millions d'euros (fourchette haute)

+ 75% du chiffre d'affaires du secteur par 5 leaders du marché

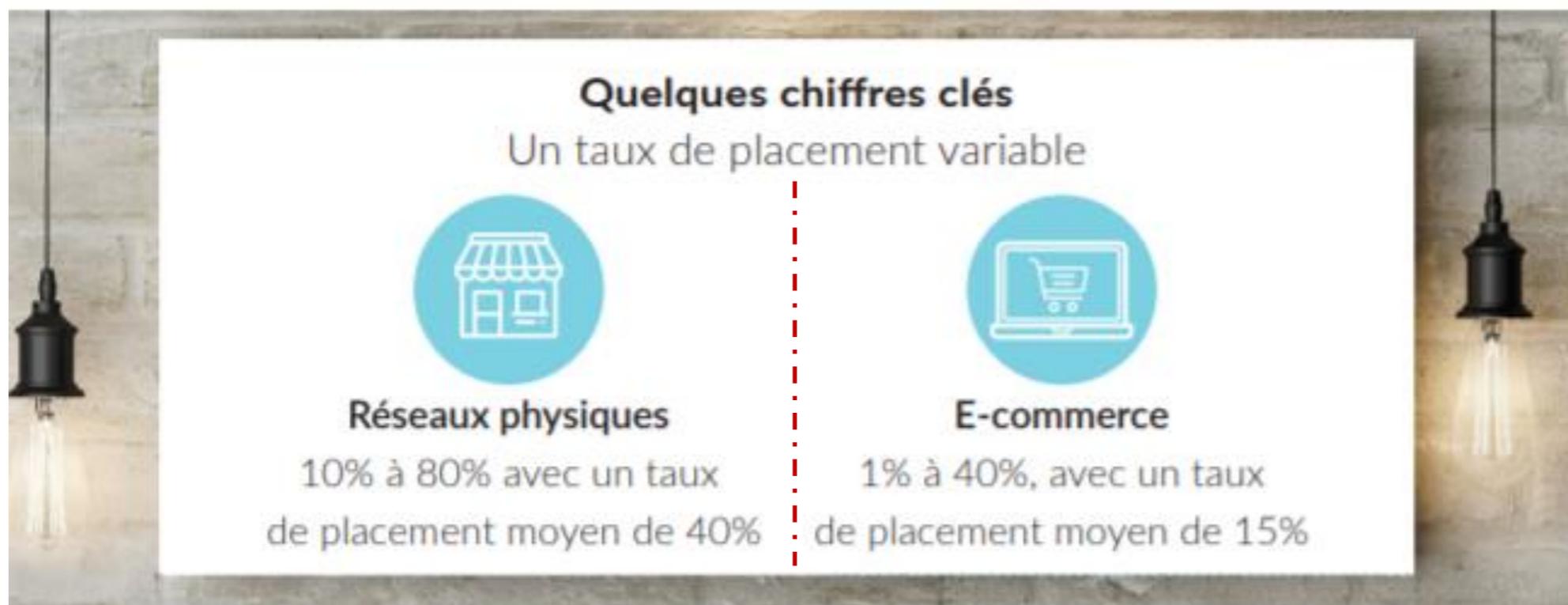
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ASSURANCE VOYAGE PAR RÉSEAU/CANAL DE DISTRIBUTION



COMPARAISON DU C.A (EN MEUROS) DE L'ASSURANCE VOYAGE AVEC LES ASSURANCES AFFINITAIRES DE LA PREMIÈRE ÉTUDE



# Taux de placement



**Taux de placement  
< 40%**

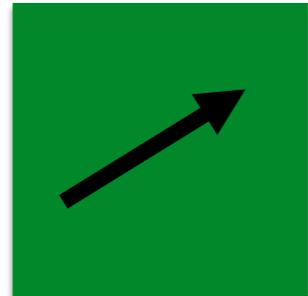
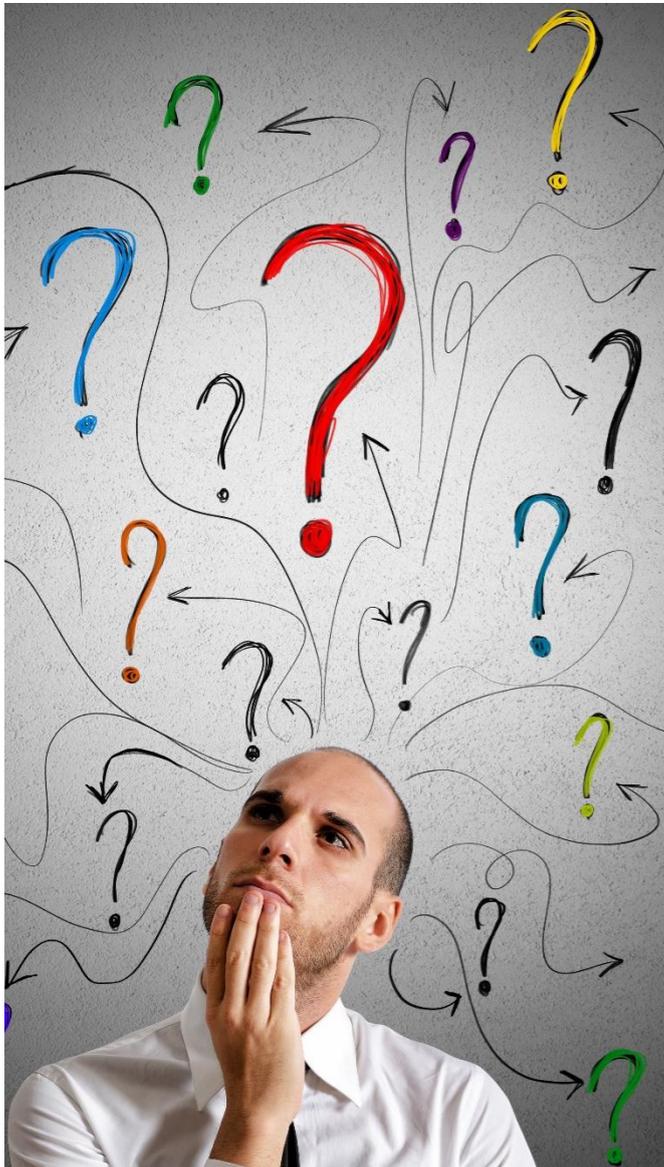
Difficultés d'une  
agence dans ses  
activités

Pas forcément

**+ 5 points**

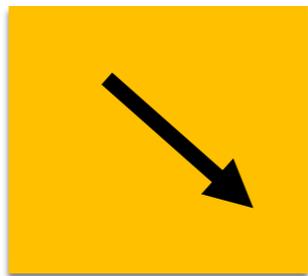
Refonte relativement simple  
d'un parcours utilisateur

# Tendances du marché

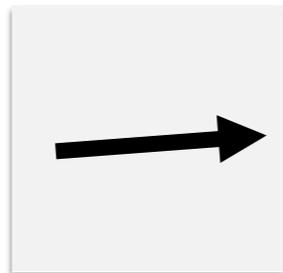


Démocratisation du voyage  
Développement des services

Digital  
Cartes Bancaires



Difficultés structurelles des voyageurs



Plus forte sensibilité des consommateurs aux risques

VS

Crise rencontrée par les agences physiques

# De profondes mutations



# Un NPS : un indicateur encore rare



Un NPS mesuré depuis 10 ans

Meilleures pratiques issues des Etats-Unis ou d'autres industries



Un NPS mesuré depuis moins de 3 ans



Pas de NPS

Tendance de fonds dans toutes les organisations

Conventions de partenariats revues

Apport du Digital

# Ratio Combiné



Des consommateurs plus avertis

Des cartes à présent avec un **ratio combiné > 100%**



Ratio combiné **autour de 100%**

- ✓ Inflation des coûts médicaux
- ✓ Fréquence de sinistres plus élevée
- ✓ Structures étrangères cassant les prix
- ✓ Négociations tendues sur les commissions



Une augmentation des cotisations

Le digital comme réduction des coûts

Des agents économiques plus stricts sur les objectifs

# Fraudes

Manque de visibilité et complexités



Certificats de complaisance

du 22/1/2012 au 24/1/2012 Inklus,  
pour cause de: maladie • accident • prolongation.  
Sortie: autorisée • Interdite.  
Sauf complications, la reprise des occupations peut être  
 totalement  partiellement

25% des sinistres Surestimation de la part des assurés.



Quasi nul



T  
E  
N  
D  
A  
N  
C  
E

Pas d'augmentation des fraudes

Une professionnalisation de la lutte contre la Fraude

Des contrats beaucoup plus souples sur les motifs d'annulation en contrepartie de franchises

# Réclamations

HORAIRE TIME	DESTINATION DESTINATION	VOL FLIGHT	PORTE GATE	OBSERVATIONS REMARKS
12:38	LONDRES	BA 913	E21	ANNULE
12:56	BERLIN	AF5743	E27	ANNULE
13:07	DUBLIN	AF5985	E22	ANNULE
13:21	CASABLANCA	AT 607	E41	RETARDE
13:36	AMSTERDAM	AF5461	E29	ANNULE
13:48	MADRID	IB3941	E20	RETARDE
14:19	ZURICH	AF5021	E28	ANNULE
14:35	NEW YORK	AA 997	E61	ANNULE

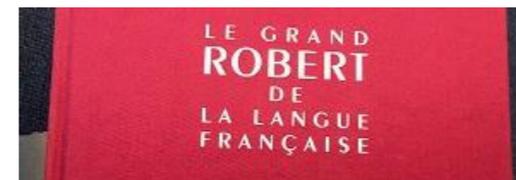


Entre 5% et 10%



Entre 0% et 1%

Assistance/Rapatriement : l'une des plus appréciées par les consommateurs



3 Argot. Voleur spécialiste du vol à la prime d'assurance.  
4 (1967, in Petiot). Alpin. Alpiniste qui en assure un autre dans une cordée

# Réclamations

Incompréhension du contrat et d'un refus d'indemnisation

Rédactionnel des notices plus simples  
Vocabulaire des gestionnaires moins technique  
Plus de pédagogie sur les exclusions / refus d'indemnisations  
Communication excellente dès l'ouverture du sinistre

Difficulté à rassembler l'ensemble des justificatifs

Moins de justificatifs demandés  
Explication sur la nécessité de les collecter

Garanties comportant trop d'exclusions ou inadaptées aux évolutions sociétales

Une extension des garanties (otites)  
Révision annuelle des contrats et des garanties

# Analyse qualitative



# Une définition à revoir ?

*Est considérée comme affinitaire toute garantie d'assurance, d'assistance ou service accessoire en lien avec l'univers d'un produit ou service distribué par un distributeur non-assureur et qui n'est pas le motif principal d'achat du client*

L'assistance et l'assurance ne doivent plus être distinguées



La notion d'accessoire est contestée :

- besoin d'assurance majeur pour une catégorie de population
- Vente importante pour des réseaux/agences



La vente et le cycle de vie des contrats d'assurance affinitaire pourront se faire sans dépendre de la vente du bien ou du service de base

# Relais de croissance

Principaux Relais de croissance  
Précédente étude



Le Digital



L'efficacité opérationnelle

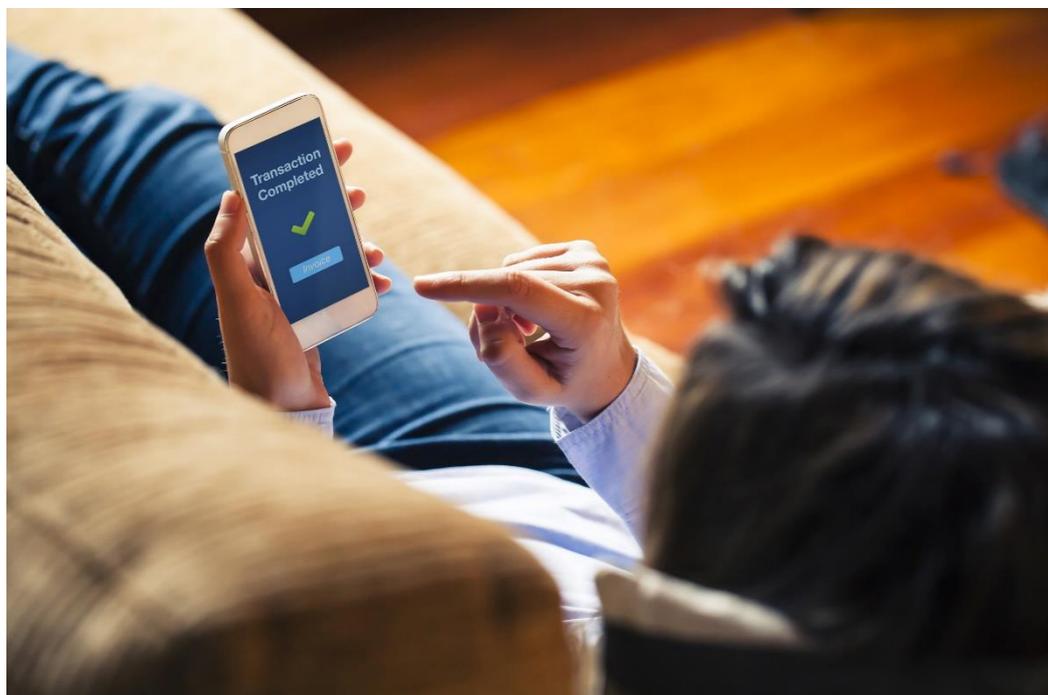


L'assainissement du marché



# Et les offres ?

## Nouvelles formes de consommation



**30G** SNCF LANCE SA NOUVELLE GARANTIE 30 MINUTES

**C'EST GRATUIT**  
SUR TOUS LES VOYAGES TGV ET INTERCITÉS

**C'EST PLUS AVANTAGEUX**

**AVANT**  
Remboursement uniquement pour les retards dus à SNCF

**30 min G** GARANTIE POUR TOUS LES RETARDS DÈS 30 MINUTES  
« Dès 30 minutes de retard, j'ai la garantie d'être remboursé(e) en bon d'achat d'au moins 25% du prix de mon billet TGV ou Intercités. »

**C'EST PLUS SIMPLE**

**AVANT**  
Demande en ligne à partir du lendemain 14h, uniquement pour les e-billets

**30 min G** DEMANDE EN LIGNE IMMÉDIATE POUR TOUS  
« Quel que soit mon billet, je peux faire ma demande dès l'arrivée du train sur le site Internet [g30.sncf.com](http://g30.sncf.com) ou l'appli SNCF. »

1 Souplesse (annulation)

2 Offres ciblées et personnalisées

3 Services

**Air France : une assurance automatique pour les retards de 2 heures**

Publié le 12 juillet 2019 à 07h30 par Thierry Blancmont dans [Actualité](#), [Info pratique](#) - [4 commentaires](#)

La compagnie aérienne **Air France** s'est alliée à **Allianz Travel** pour lancer une assurance proactive, qui versera automatiquement **50 euros** aux passagers subissant un **retard de 2 heures** au départ.

La compagnie nationale française et Allianz Travel lancent « l'assurance proactive en cas de retard de vol »

# Attentes Prioritaires des consommateurs



Transparence



Clarté / Lisibilité des Offres

Simplicité



Simplification des garanties et  
des remboursements

Efficacité /  
proactivité



Indemnisation rapide



Accueil de qualité et compétences



Traitement efficace des demandes



Accompagnement personnalisé  
dans les démarches

# Distribution : Révolution ou coexistence ?



Un marché de cartes bancaires  
Un parc toujours en progression



+ 10% dans les réseaux physiques  
Des voyages proposés sur mesure



Des voyages simples et économiques



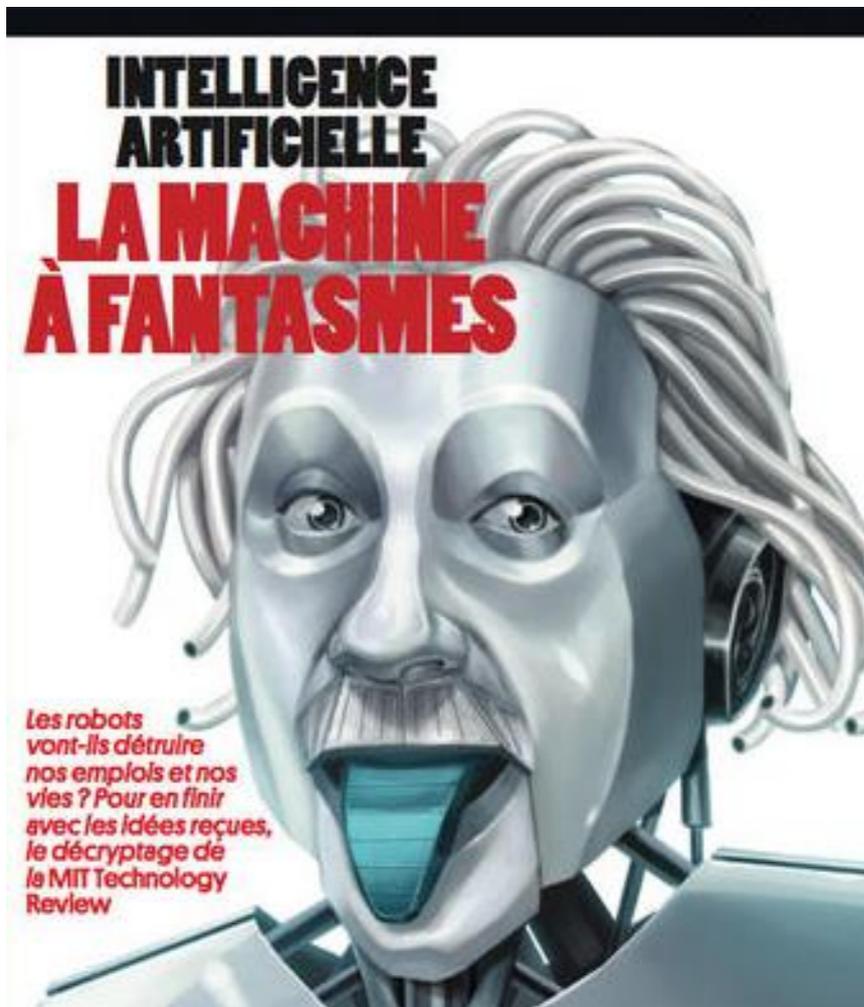
Enjeux



Proposer des produits différents / Net

Démontrer l'importance de la relation humaine

# Digital et Innovation



EGORAFI.FR

Égorafi Magazine : Comment le blockchain a sauvé leur couple  
toute l'information selon des sources contradictoires

## Les robots d'usines envoient un tueur dans le passé pour essayer d'empêcher la naissance de Philippe Poutou

45 Politique Publié le 02/03/2017 par La Rédaction



# Digital : Un vecteur de ventes et d'informations

Insurtechs

Renforcement Opérateurs / on line

Plateformes digitales

Market Place

Compareurs

Agrégateurs

UX

Espace client

Dématérialisation des process

RPA

API/Micro-services

Blockchain

I.A

Réalité augmentée

Réseaux sociaux et blogs... pour le pire et le meilleur



BLOG VOYAGE - PRÉPARER SON VOYAGE - PODCAST - VIDÉOS - DESTINATIONS - LIVRES GRATUITS - MES GUIDES VOYAGE - RESSOURCES - L'AUTEUR

120 COMMENTAIRES

**Wandererz**  
On a opté pour Chapka également, mais pas encore eu à s'en servir. A noter que les frais de grossesse sont effectivement pris en charge mais à 75% (c'est à noter meme si c'est déjà bien!).  
12 MAI 2014 À 21 H 18 MIN [RÉPONDRE](#)

**Fabrice**  
Merci pour la précision!  
13 MAI 2014 À 3 H 57 MIN [RÉPONDRE](#)

**Colibran**  
Attention de bien regarder les « exclusions » des assurances  
J'en cherche une qui couvre les risques de maladies déclarées en France avant le départ, même longtemps avant, et pour lesquelles on aurait une rechute lors du voyage (genre maladies chroniques), j'ai pris par deux fois April assurance qui couvrent ce risque à condition de ne pas avoir été hospitalisé 6 mois avant de prendre l'assurance. Je pense que c'est cher mais je n'ai rien trouvé d'autre, pas trop cherché non plus.  
7 JUILLET 2016 À 14 H 09 MIN [RÉPONDRE](#)

399 partages

f t p i

# I.A et Big Data : un levier important?



- ✓ Prototypes : vérifier des plaques d'immatriculation
- ✓ identification des clients / Reconnaissance vocale
- ✓ Orientation des flux entrants vers les équipes de gestion

Moins  
stratégique que  
les données

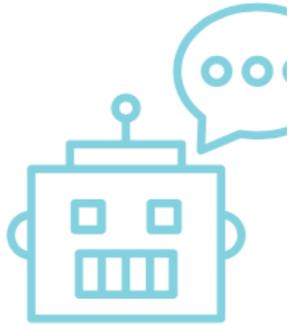


- Définir sa stratégie et cas d'usages
- Avoir de l'expertise
- Naviguer subtilement au niveau du Réglementaire

	Objectifs	Equipe mobilisée
Acteur 1	Etudes à des fins d'amélioration des performances des ventes, de la gestion et de la sinistralité.	Equipe de data scientists fondée en 2016
Acteur 2	Analyses de la sinistralité grâce au drainage de toutes les données liées aux sinistres (personnes impliquées, faits générateurs et circonstances, etc..). Elles permettent d'établir une tarification plus fine, d'identifier des profils types et d'avoir des statistiques.	Actuaires
Acteur 3	Etudes pour connaître la fréquence, le coût moyen, la durée moyenne, la destination des voyages en France et en Europe.	Actuaires et Marketing
Acteur 4	Etudes pour une optimisation actuarielle et une innovation des produits.	Actuaires et Marketing

# Etat des lieux

## Les promoteurs



Réduction des appels entrants

Gestion des sinistres



Privilégié au chatbot



Indemnisation plus rapide

Contrats déjà stockés dans la  
blockchain

La signature électronique de demain

## Les sceptiques

Antinomique à la relation client  
dans l'assurance voyage

Une vue de l'esprit

Réduirait à néant le taux d'oubli ou  
de non déclaration

Une absence de demande

Le coût

# La concurrence

Catégories	Descriptifs	*Intensité concurrentielle
Plateformes technologiques	Elles proposent d'améliorer les parcours, taux de conversion, front office et espaces dédiés.	1
Néo assureurs et assuretechs	Ces acteurs suivent le mouvement des néo-banques. Ces dernières prennent des parts de marché de plus en plus importantes dans le secteur bancaire. Cela n'est pas forcément spectaculaire en absolu avec des parts de marché en dessous de 5% mais cela l'est bien plus au niveau du nombre de clients qui peut atteindre 5 millions pour certaines d'entre elles.	2
Néo-courtiers	De nouveaux courtiers apparaissent. Il s'agit d'acteurs de taille modeste considérant l'assurance voyage comme une niche intéressante. Après une première phase de conquête importante et déstabilisante pour les concurrents, grâce à des commissionnements très bas (3 à 5%) et leur expérience commerciale acquise précédemment dans le secteur, ces acteurs rencontrent ensuite plus de difficultés.	2
Néo-comparateurs	Ces comparateurs «nouvelles générations» peuvent modifier les comportements d'achat.	3



Mutuelles	Ces mutuelles sont en quête de diversification et de compléments de revenus. Certaines d'entre-elles connaissent une croissance non marginale dans le secteur de l'assurance voyage.	1
Les assureurs traditionnels	Des assureurs traditionnels sont dans une phase offensive en développant leur modèle B2B2C grâce à leur propre réseau de distribution conséquent et une refonte UX des parcours clients.	5
GAFAM	Les GAFAM constituent la menace la plus importante pour les opérateurs historiques de l'assurance voyage. Pour autant, leur capacité à modifier le paysage de l'assurance voyage dépendra de choix stratégiques et d'arbitrages drastiques dans leurs investissements (cf. ci-dessous)	4



# Labellisation et Palmarès



Sensibiliser le client sur les conséquences de leurs propres choix de garanties

*Exemple de la Grande Bretagne*



Modèle B2B2C

Assistance

Diversité des produits et segments



Enclencher un cercle vertueux

Identifier les meilleures pratiques du marché

Sensibiliser les assurés à l'importance de s'assurer correctement

Des produits incomparables

Du pur marketing

Priorité des consommateurs ailleurs

# Réglementation et EIOPA



DDA plus complexe, chronophage et budgétivore que RGPD



Se poser les bonnes questions pour se restructurer et transformer sa gouvernance.



Coûts de mise en œuvre humain, opérationnel et informatique impactés sur les cotisations



HOME

**EIOPA identifies consumer protection issues in travel insurance and issues a warning to the travel insurance industry**

« Des commissions élevées (parfois plus de 50% de la prime) à des ratios de sinistres extrêmement faibles ? »



Plafonner les commissions  
Moindre dépendance et équité



Diversité des situations  
Un Ratio combiné autour de 100%

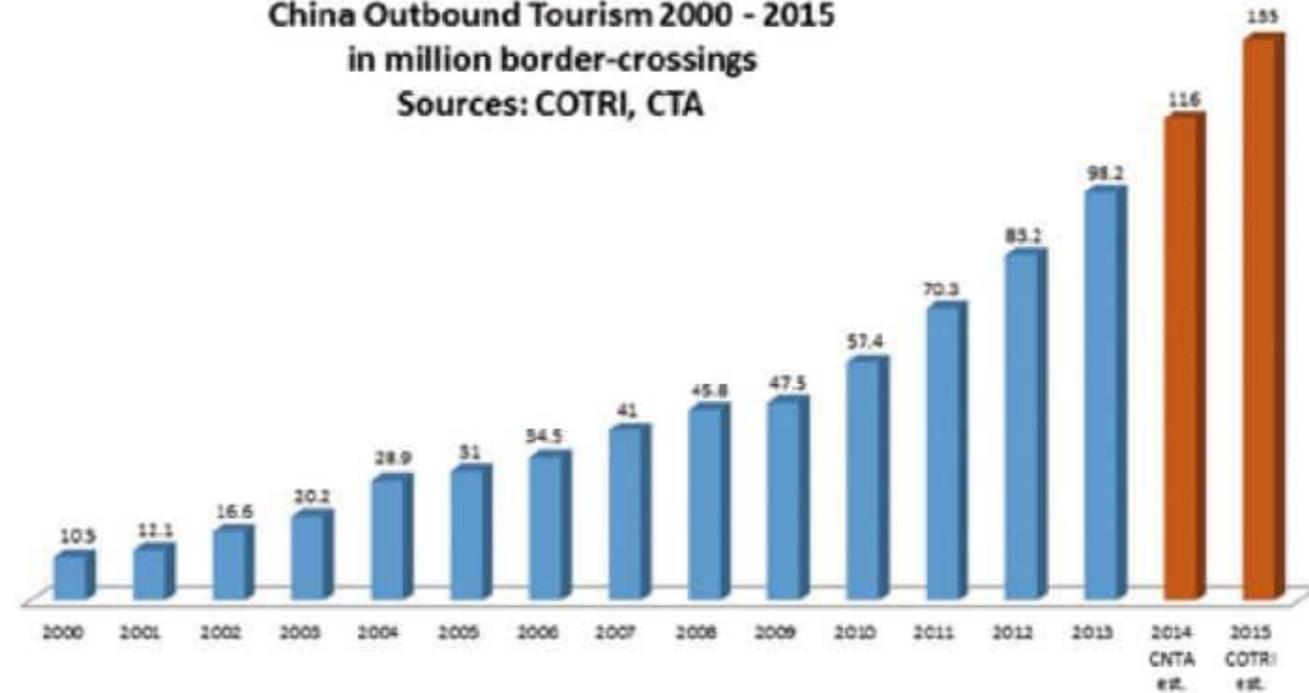
# Conclusion



# Un secteur bouleversé



China Outbound Tourism 2000 - 2015  
in million border-crossings  
Sources: COTRI, CTA



# Impact de la Covid-19



Entre - 58 % et - 78 %, au lieu de - 20 % à -30 % fin mars la chute du nombre d'arrivées de visiteurs internationaux comprise

La pire année du tourisme international depuis la fin de la Seconde guerre mondiale

Un coup d'arrêt violent à dix années de croissance (source : OMT)

Moins 75%

*La Baisse du C.A de l'assurance voyage prévue pour cet été par des acteurs (impact de la Covid-19)*

# Un impact politique qui n'est pas anodin



« Ceux qui devaient se faire rembourser un voyage parce qu'il a été annulé compte tenu de la crise sanitaire (pourront) l'être par les entreprises qui leur ont vendu ce voyage, sous forme de coupons, dans les 18 mois »

*ordonnance du 25 mars 2020*

Analyser plus en profondeur les besoins et les attentes des assurés

Questionner les conditions d'assurabilité du risque pandémique

Refondre les tarifs et les gammes de produits

Proposer de nouveaux services

Revoir le modèle économique de l'assurance voyage et des voyagistes.

# Un autre regard



Identifier les modèles technologiques et opérationnels réplicables en France

## Nouvelles technologies



Absence de taxe

# Le mouvement et les voyages

1750 av. J.-C



De nos jours

Des nouvelles dynamiques du tourisme dans le monde\*

Une bonne clé de lecture des rapports de force au sein du système monde\*\*

Une géographie du tourisme très dépendante des évolutions géoéconomiques et géopolitiques\*\*

L'assurance  
en son  
temps et  
dans le  
Monde

\*Rémy Knafou, « Le tourisme, indicateur et outil de transformation du Monde », Géoconfluences, février 2011

\*\*Stéphanie Boucher et Magali Reghezza, La Géographie : Pourquoi, Comment ?, Hatier, 2017



**MARC NABETH**

Directeur Digital et Innovation

[mnabeth@valmenconsulting.fr](mailto:mnabeth@valmenconsulting.fr)

06 01 02 38 97

**PAULE CLOITRE**

Associée

[pcloitre@valmenconsulting.fr](mailto:pcloitre@valmenconsulting.fr)

06 23 14 26 47

