

marché

Jean-François Tripodi, Reavie : « L'avenir de l'assurance sont les services mais l'avenir des services est la data »

Du 12 au 14 octobre 2016 s'est tenu à Cannes la 27^e édition de Reavie. Un rendez-vous particulièrement marqué cette année par les services, la prévention et les start-up. Le point avec Jean-François Tripodi, membre fondateur et trésorier de l'association Reavie, également directeur général de [Carte Blanche Partenaires](#).

Comment se sont déroulées ces 27^e rencontres Reavie ? Les acteurs du monde de l'assurance se sont-ils montrés au rendez-vous ?



Le congrès Reavie 2016 a attiré de nombreux participants. Plus de 700 représentants du secteur des assurances de personnes ont été dénombrés. Qu'il s'agisse d'assister aux tables rondes, de prendre part aux discussions ou tout simplement de faire des rencontres, les 14 ateliers que nous avons proposés cette année ont enregistré une forte présence. Un succès qui nous conforte dans notre démarche. Cela signifie que les sujets à l'honneur cette année sont ceux qui étaient les plus actuels et les plus susceptibles d'intéresser tous les acteurs du monde de l'assurance, qu'ils œuvrent au sein

de mutuelles, d'institutions de prévoyance ou de courtiers. Reavie a deux raisons d'être : les ateliers et les rencontres entre professionnels. Nous avons connu par le passé des années de vache maigre pour certains ateliers où seulement une trentaine de personnes y participait. Cela n'a pas été le cas cette année, nous en avons ainsi déduit, que les sujets abordés répondaient aux tendances de notre métier, voire aux tendances de la société.

Justement, puisque vous l'évoquez, quelles ont été les grandes tendances qui se sont démarquées de cette édition 2016 de Reavie ?

Globalement, deux grandes orientations se sont distinguées dans cette édition 2016. La première se concentre sur les services liés à l'assurance. Nous le remarquons de façon très prégnante. Quelques années en arrière, nous étions très absorbés par Solvabilité II, les contrats responsables... Ces sujets ont aujourd'hui totalement cédé la place aux services, tel que le démontrait le programme de ce 27^e congrès. 4/5^e des ateliers étaient dédiés à la question des services. La seconde grande tendance de Reavie 2016 a davantage concerné la prévention. D'autres thèmes ont bien évidemment été abordés, comme les réseaux de soins, le modèle partenariat fédéral, le phénomène de digitalisation, l'avenir de la mutualisation, les enjeux du système de santé et les opportunités pour les complémentaires... Mais dès qu'il a été question de l'assurance de demain, les services sont revenus inéluctablement sur le devant de la scène. Cet engouement communément partagé pour les « services » prouve à quel point les professionnels du secteur sont soucieux de placer les assurés au cœur de leur stratégie.

Au regard de la connaissance

que vous avez des différents acteurs, le secteur semble-t-il aujourd'hui suffisamment investi et proactif sur les services liés à l'assurance ?

Oui, très nettement. C'est clairement le discours du moment et tous les acteurs s'emploient à leur façon à développer des solutions innovantes qui leur permettront d'améliorer la relation client et la fidélisation des assurés. Il ne s'agit plus de faire du service « gadget » à des fins de promotion, publicité, ou encore de communication. Aujourd'hui, tous les acteurs sont en quête du bon service, celui qui parviendra à apporter un axe différenciant réel et répondra à un véritable besoin du client. Tout l'enjeu est d'apporter ce service à la bonne personne, au bon moment, au bon endroit, et via le bon canal. On prend bien conscience à l'écoute des discours que nous sommes passés à cette étape-là. Nous sommes dans du service qui doit réellement servir à quelques chose.

Les start-up innovantes, à l'image des 4 spécialisées, dont le bucco-dentaire et l'e-orthophonisme, que vous avez conviées cette année à Reavie, peuvent-elles offrir au secteur de l'assurance des services servant véritablement à quelque chose ?

L'atelier dans lequel les 4 start-up figuraient a remporté un franc succès ! Pour preuve, nous avons dû cesser le comptage au-delà des 130 premières personnes arrivées. Cette affluence est révélatrice de l'intérêt que les acteurs de l'assurance portent à ces start-up tant pour leurs idées innovantes que pour leur modèle industriel et économique. C'est pour dire à quel point ces jeunes pousses technologiques sont observées de près et à quel point l'intérêt pour leurs créations et leur modèle est marqué. Pour-

quoi ? L'agilité dont ils font preuve est un exemple à suivre si l'on souhaite se réinventer dans une logique gagnant-gagnant (assurés vs gestionnaires d'assurance). Notre secteur est plutôt porté par des paquebots difficiles à manœuvrer bon gré mal gré. Les start-up, elles, sont de petits hors-bords, rapides, maniables, avec la possibilité de changer de direction sur une décision prise en une seconde. Surtout, elles ne sont plus associées à l'image loufoque des start-up d'autrefois, pilotées par des Monsieur Tourne-sol, avec des idées complètement farfelues, curieusement atypiques, et des budgets pharaoniques. Les profils se sont modifiés. Il s'agit d'ingénieurs des Mines, de scientifiques de haut niveau... qui disposent d'un vrai modèle industriel et économique. Et cela va marcher et marche même déjà. Et nous, nous ne sommes pas toujours capables de suivre. Néanmoins, chaque acteur du monde de l'assurance semble posséder sa tactique pour utiliser ces start-up. Certains créent des incubateurs, d'autres initient des challenges, d'autres encore tentent de les inclure dans des agrégateurs de services. Elles représentent un potentiel considérable pour le secteur. Par exemple, Opti'Waves qui était présente à Reavie propose de révolutionner la réalisation des prothèses dentaires grâce à une imprimante 3D et de les cuire en 20min au lieu de 8h. La pose de la prothèse devient ainsi quasi immédiate. Demain, c'est cela qui peut changer le modèle de la santé et par corrélation le modèle de l'assurance en réduisant notamment les coûts. Il ne faut pas croire que les start-up offrent uniquement des services liés à l'assurance, elles offrent aussi des services liés à la santé. L'avenir de l'assurance, c'est les services mais l'avenir des services, c'est la data. Et de quelles compétences peuvent se prévaloir les start-up ? De savoir justement traiter les datas. •