

benchmark
des offres d'assurance
Auto & Habitation
en France



exeisc⊗NSEIL



Le **Juste MIX**® pour
maîtriser et réussir
votre **transformation**

exeisc[×]ONSEIL

Sommaire

Introduction

Contexte

Démarche

Principales observations



Les offres Habitation

Modularité des offres

Risques climatiques

Vélos et EDPM

Services annexes

RSE



Les offres Auto

Modularité des offres

Assurance à l'usage

Véhicules « propres »

Mobilité partagée

Garanties corporelles

Jeunes conducteurs

Leasing

Services annexes

RSE

Positionnement des assureurs

Arguments marketing

Innovation

Parcours clients

INTRODUCTION

CONTEXTE

DÉMARCHE

PRINCIPALES OBSERVATIONS

LES ASSUREURS À L'AUBE DE TRANSFORMATIONS MAJEURES

Le marché de l'assurance dommages s'apprête à traverser d'importantes perturbations : nouvelles opportunités apportées par l'intelligence artificielle, accroissement des risques climatiques et cyber, et renforcement des contraintes réglementaires en termes de responsabilité sociétale.

En France, les assureurs font également face à de nouvelles tendances sociales et comportementales, avec le développement des mobilités douces et de l'économie circulaire, mais également l'accélération de la digitalisation des canaux d'achat et de communication.

“

Comment les assureurs français se préparent-ils à ces transformations ?

Quels ajustements apportent-ils à leurs offres d'assurance aux particuliers ?

Quelles propositions de valeur et arguments marketing innovants mettent-ils en avant ?

Comment les assuretechs se positionnent-ils face aux assureurs traditionnels ou les mutuelles ?

”

Nous apportons des éléments de réponse à ces questions à travers cette étude des offres d'assurance Auto et Habitation auprès des particuliers. Sans être exhaustive, elle propose un état des lieux étendu à partir d'un panel de 22 assureurs dominants ou émergents sur le marché français.

Cette « photographie » réalisée à l'aube de transformations majeures constituera sans nul doute un point de repère précieux qui permettra d'analyser les voies empruntées par les assureurs pour progresser dans ce contexte qui s'annonce éprouvant.

UNE ÉTUDE CENTRÉE SUR LE CONTENU DES OFFRES AUTO ET MRH, À PARTIR D'UN PANEL D'ASSUREURS ÉTENDU ET VARIÉ

2 gammes IARD étudiées : l'assurance Auto et la multirisque Habitation



C'est dans le scope

- Offres aux particuliers résidant en France
- Offres actuellement commercialisées
- Offres Habitation pour propriétaires ou locataires occupants
- Contenu de l'offre (garanties, franchises, services...), arguments, parcours



C'est hors périmètre

- Offres adressées aux entreprises ou associations, ou relatives à une activité professionnelle
- Offres non commercialisées mais toujours en vigueur
- Offres Habitation pour les résidences secondaires ou les propriétaires bailleurs
- Tarifs et positionnement tarifaire

Notre panel d'assureurs :

Traditionnels	Bancassureurs	Mutuelles	Vente directe	Assurtechs

*Les offres de Banque Populaire Assurance et Caisse d'Épargne Assurance étant identiques, nous avons pris le parti de les regrouper sous la bannière BPCE

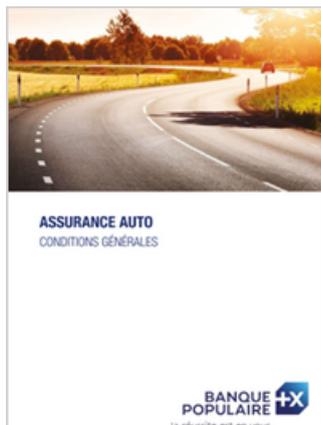
UNE ÉTUDE BASÉE SUR LES DOCUMENTS CONTRACTUELS ET LES « VITRINES DIGITALES » DES ASSUREURS

Notre étude se concentre sur le contenu des offres Auto et Habitation, ainsi que sur les arguments que les assureurs mettent en avant pour séduire leurs prospects.

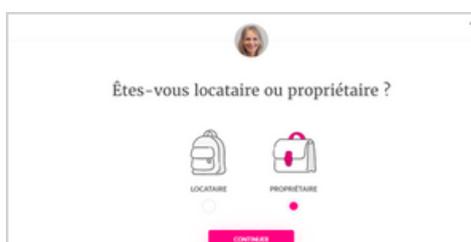
Nos sources d'informations ont donc été très majoritairement les documents contractuels et les sites internet (pages de présentation des offres et parcours de devis).

Nous n'avons pas réalisé de campagne d'appel des assureurs pour obtenir les informations présentées dans ce document.

Exemples de conditions générales et IPID (document d'information) :



Exemples de présentation des offres et parcours de devis en ligne :



NOS PRINCIPALES OBSERVATIONS

Offres

- Nous observons une forte modularité des offres pour les **mutuelles** et les **assureurs traditionnels**, tandis que les **assurtechs** cherchent plutôt la simplicité.
- Les sujets qui font l'actualité sont globalement peu intégrés ou valorisés dans les offres : les risques climatiques, la RSE...
- En revanche, la plupart des assureurs se positionnent sur les nouveaux usages de la mobilité : vélos, trottinettes électriques, assurance à l'usage, véhicules propres, leasing...
- Enfin, nous constatons peu de différenciation sur les services annexes à l'assurance, surtout en Habitation.

Arguments marketing

- Les **mutuelles** se démarquent par la mise en avant d'arguments tarifaires ou l'évocation de leur qualité de service.
- Les autres assureurs préfèrent se donner une image moderne en vantant leurs parcours digitaux et leur proposition de valeur éco-responsable.
- Une majorité d'assureurs cherchent à démontrer leur capacité d'innovation, dans leurs offres comme dans leurs expériences clients, mais ils sont très peu à se démarquer véritablement dans ce domaine.

NOS PRINCIPALES OBSERVATIONS



Assureurs traditionnels

Une offre fortement personnalisable grâce à de nombreuses options. Des arguments sur les vélos et trottinettes ainsi que sur les risques climatiques, mais peu de services annexes.

Bancassureurs

Peu d'éléments différenciants entre eux et vis-à-vis des autres catégories d'assureurs, en dehors d'une présence notable sur les sujets environnementaux.

Mutuelles

Des offres très modulaires avec de nombreuses formules. Une bonne couverture des vélos et trottinettes, et une offre importante de services annexes.

Assurtechs

Des offres simples qui se concentrent sur l'essentiel : peu de services annexes, peu d'arguments sur les vélos et trottinettes, peu d'arguments RSE.

Ils se démarquent !



Generali se démarque par une offre mono-formule mais avec de nombreuses options, ainsi qu'une présence forte sur la prévention des risques climatiques



Contrairement à ses concurrents bancassureurs, ACM propose un grand choix de services annexes (travaux, déménagement, service à la personne...)



MAIF met en avant ses solutions éco-responsables



Matmut propose une offre très modulaire avec 8 formules et 13 options possibles

Lemonade

Un parcours utilisateur inédit et simplifié à l'extrême !

NOS PRINCIPALES OBSERVATIONS



Assureurs traditionnels

Des offres qui se différencient peu de leurs concurrents. Bien présents sur l'assurance à l'usage mais très peu d'arguments sur les véhicules propres ou les jeunes conducteurs.

Bancassureurs

Ils valorisent leurs arguments RSE, et sont bien présents sur les véhicules propres et la prévention routière. Ils sont également bien positionnés sur les garanties corporelles.

Mutuelles

Des offres généralement modulaires avec de nombreuses options et/ou niveaux de franchise. Une bonne présence sur l'assurance à l'usage et les véhicules propres.

Assurtechs

Une proposition de valeur plus faible que leurs concurrents sur l'assurance à l'usage, les jeunes conducteurs, les véhicules propres, le corporel. Bien positionnés sur le leasing.

Ils se démarquent !



Allianz est globalement mieux positionné que ses 2 concurrents sur la modularité de son offre (8 options), l'assurance à l'usage (3 formules), les véhicules propres (1 mois offert), le leasing et les services annexes.



Sur la couverture corporelle, Pacifica affiche un plafond très élevé à 3 M€ et surtout une absence de franchise AIPP.



MACIF propose une couverture corporelle via un contrat dédié, et une application innovante pour les jeunes conducteurs.



MMA dispose d'une proposition très complète d'assurance à l'usage.



L'offre d'Acheel est particulièrement simplifiée (3 formules, aucune option).

LES OFFRES HABITATION

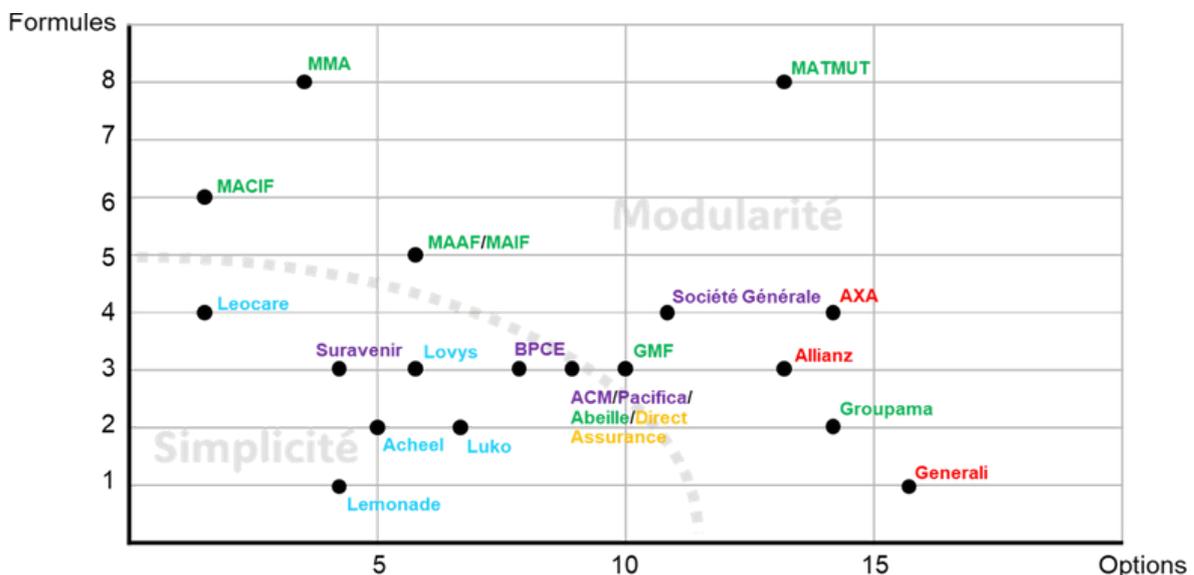
*MODULARITÉ DES OFFRES
RISQUES CLIMATIQUES
VÉLOS ET EDPM
SERVICES ANNEXES
RSE*

STRUCTURE ET MODULARITÉ DES OFFRES

Des structures d'offre très variables selon le type d'assureur

Nous observons divers niveaux de personnalisation des offres Habitation, avec quelques tendances fortes selon le type d'assureur :

- Les **assurtechs** se concentrent sur des offres simples, peu modulables, avec soit très peu d'options (**Leocare**), soit très peu de formules (**Lemonade**, **Acheel**, **Luko**). Cette structure d'offre leur permet de simplifier leur parcours de souscription généralement 100% digital.
- La plupart des **mutuelles** se démarquent par un nombre important de formules, favorisant la lisibilité de leur offre.
- Les **acteurs traditionnels** proposent de leur côté un grand nombre d'options, démontrant ainsi leur capacité à couvrir un grand nombre de situations.



Le dilemme « simplicité vs modularité » impacte fortement les parcours et sites internet des assureurs : les offres épurées des **assurtechs** découlent d'une volonté de simplifier au maximum le parcours de devis/souscription. Tandis que chez les **mutuelles** ou les **acteurs traditionnels**, c'est la structure très modulaire de l'offre qui impose des parcours digitaux plus complexes.



La proposition différenciante

Lemonade

Aucune présentation des garanties avant d'avoir finalisé le parcours de devis !

LES OFFRES AUTO

MODULARITÉ DES OFFRES
ASSURANCE À L'USAGE
VÉHICULES « PROPRES »
MOBILITÉ PARTAGÉE
GARANTIES CORPORELLES
JEUNES CONDUCTEURS
LEASING
SERVICES ANNEXES
RSE



VÉHICULES « PROPRES »

Des réductions tarifaires comme principal argument

De nombreux assureurs mettent en avant des réductions de cotisation pour les véhicules électriques et/ou hybrides :

	100% électrique	Hybrides	< 100g CO2/km
Allianz	1 mois de cotisation offert les 2 premières années		
BPCE	-10% pour les véhicules < 50g de CO2/km		
CMB	Tarif préférentiel (non précisé)		
GMF	-10%		-5%
MAAF	-100€ la 1 ^{ère} année		
MAIF	-10%		
MMA	-10%		
Société Générale	-15%		
Pacifica	-100€ la 1 ^{ère} année		

Aucune offre tarifaire identifiée

AXA, Generali

ACM

**Abeille, Groupama, MACIF,
Matmut**

Direct Assurance

Acheel, Leocare, Lovys

Autres propositions de valeur mises en avant par les assureurs pour les véhicules électriques :

- La couverture des équipements spécifiques (câble de recharge et batterie). A noter : **Lovys** propose une indemnisation complète des batteries en location en cas de destruction totale.
- L'assistance en cas de panne de batterie

La proposition différenciante



-15% sur la cotisation annuelle pour les véhicules émettant moins de 100 gCO2/km.



LE POSITIONNEMENT DES ASSUREURS

ARGUMENTS MARKETING
INNOVATION
PARCOURS



Vous souhaitez accéder au benchmark dans son intégralité ?

Contactez-nous !



François FONTAINE

Associé

Téléphone : 06 02 12 90 94

E-mail : ffontaine@exeisconseil.com

Antoine MOYON

Manager

Téléphone : 06 58 35 24 14

E-mail : amoyon@exeisconseil.com



CRÉÉ EN 2009, EXEIS CONSEIL EST UN CABINET DE CONSEIL OPÉRATIONNEL, INDÉPENDANT ET RÉGIONAL

Agir au cœur des transformations est notre positionnement au sein d'EXEIS Conseil. Notre engagement, accompagner les organisations dans la maîtrise et la réussite de leurs transformations. Nous pouvons le garantir grâce au Facteur X® de nos consultants.

Parce qu'il n'y a pas de bonne stratégie si elle n'est pas bien exécutée, nous avons construit une offre autour du cadrage et du pilotage de toutes les natures de programmes et de projets.

Nous affirmons que "Vous x Nous, c'est mieux" car nous savons que nous multiplions les chances de réussir votre transformation en contribuant, au quotidien, à la bonne exécution de votre stratégie.

EXEIS CONSEIL, EN CHIFFRES



15

ANNÉES
D'EXISTENCE

110

CONSULTANTS &
COLLABORATEURS

+ de

260

COMPTES
CLIENTS

+ de

900

MISSIONS
RÉALISÉES

15 M€

DE CHIFFRE
D'AFFAIRES
EN 2023

97%

DE CLIENTS
SATISFAITS

VOS BESOINS, NOTRE OFFRE

DISTRIBUTION

INDUSTRIE

ASSURANCE

BANQUE

SERVICES

Notre offre de services repose sur 6 grandes thématiques pour être en phase avec vos besoins réels. Ensemble, nous allons faire face à ces obligations de changement des organisations, de mutation des économies et de transformation des secteurs sur lesquels nous intervenons.



METTRE EN ŒUVRE VOTRE STRATÉGIE

Une bonne exécution sera la clé de la performance de votre stratégie, nous accompagnons la définition, la planification et le suivi des actions à mener.



ALIGNER VOTRE ORGANISATION

Une organisation adaptée facilitera la transformation de votre entreprise, nous allons la préparer à affronter les défis liés à sa nécessaire évolution.



ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

Tous les changements sont redoutés, nous allons faciliter leur déploiement au sein de votre entreprise par une démarche pédagogique, constructive et partagée.



AMÉLIORER LA PERFORMANCE

Performer n'est pas une option pour votre entreprise, nous allons traquer les indicateurs clés et en faire des outils de pilotage précis et pertinents.



FAIRE DES CHOIX ET LES ACTIVER

Choisir c'est impacter, nous allons nous assurer que vos décisions soient optimales pour que vos projets aboutissent.



DIGITALISER LES PARCOURS

Les attentes et les technologies ont changé les usages, nous allons permettre à votre entreprise de bénéficier de ces évolutions.

exeiscONSEIL

02 44 76 03 60



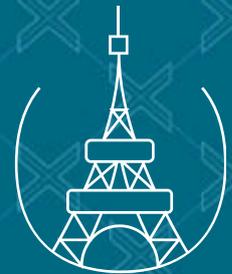
10 Rue Magdeleine, 44200 **NANTES**



LYON 69003 , 3 Quai Jean Moulin



5 place Rouaix, 31000 **TOULOUSE**



PARIS 75 002, 12 rue Vivienne