

## Quel avenir pour l'assurance automobile au comportement ?

**Allianz, Axa, puis Groupama... Certains assureurs auto importants se sont lancés dans l'aventure de l'assurance au comportement, ou *Pay how you drive* (Payd). Pour quel bilan ?**

Allianz a proposé une offre dès décembre 2014, Direct Assurance en avril 2015 et Amaguiz en décembre de la même année. Et début 2016, Société Générale Insurance a franchi une première étape avec le lancement d'une application sur smartphone qui qualifie la conduite de celui qui la télécharge.

Voir récompenser sa bonne conduite en obtenant des réductions sur sa prime d'assurance, c'est en substance la promesse alléchante faite par les offres de *Pay how you drive*. Pourtant, depuis un an, le paysage évolue lentement : pas de nouveaux entrants, et les premiers arrivés ne fanfaronnent pas en annonçant des adhésions massives. Il importe au passage de noter que parmi les trois pionniers, deux ont choisi de commercialiser leur offre à travers leur filiale d'assurance directe (Axa avec Direct Assurance et Groupama Gan avec Amaguiz), et pas sous leur marque phare.

Direct Assurance ne communique pas le nombre de clients de YouDrive mais aurait une base d'assurés comparable à celle d'Allianz qui affirmait fin 2016 avoir plus de 16.000 contrats en portefeuille. Les deux assureurs communiquent plus volontiers sur les dizaines de millions de kilomètres de données collectées, c'est plus impressionnant.

**Combien de critères pour reconnaître une « bonne conduite » ?**

Ensuite, depuis la fin 2015, il y a plus d'un an, aucun autre assureur n'a annoncé de lancement. Y compris de la part de la Société Générale.

L'explication ? C'est en fait assez compliqué de mettre en place une offre pertinente, où la sinistralité du conducteur est effectivement prise en compte. Une application sur smartphone qui qua-

lifie la conduite, c'est bien. Ensuite, il faut passer à l'étape suivante, avec un boîtier branché sur le véhicule. Premier écueil : l'argent. Les assureurs qui se sont lancés ont décidé d'offrir le boîtier, qui risque de présenter des signes d'obsolescence au bout de deux ou trois ans, et dont le coût avoisine la centaine d'euros. Mais cette décision obère évidemment la rentabilité de l'opération.

Ensuite, il faut trouver comment reconnaître la bonne conduite, ou plutôt trouver comment prédire la sinistralité en fonction de la conduite. Au passage, il faut souligner que le boîtier ne qualifie pas la conduite d'un conducteur mais la manière dont un véhicule est conduit. Ce qui n'est pas forcément la même chose. Chez Allianz, on estime que quatre critères suffisent à jauger la conduite, même si, pour le moment, les réductions de primes accordées par l'assureur ne sont pas reliées à une sinistralité observée. « Il n'est pas encore possible de savoir si la conduite telle qu'on la qualifie avec le *pay how you drive* a effectivement un effet sur la sinistralité », confirme Coralie Le Plat, actuaire consultante chez Optimind Winter.

D'autres estiment que cela ne suffit pas, et que le risque d'erreur d'appréciation n'est pas très loin. « Ne retenir que quatre données sur la conduite, comme c'est le plus souvent le cas, ne suffit pas. L'expérience sur d'autres marchés montre que jusqu'à un conducteur sur trois censé avoir une conduite à risque selon ces seuls critères n'a en fait pas plus d'accident que ceux qui ont une 'bonne' conduite. Pour tous ces conducteurs-là, les propositions actuelles de *Pay how you drive* n'ont aucun intérêt car ils devraient trouver un meilleur tarif ailleurs », estime ainsi Stéphane Chapellier, associé chez RPC France, cabinet de conseil en actuariat.

**En attendant la voiture autonome**

« En France, la prime auto n'est en moyenne pas très élevée et rend donc une réduction de prime moins attrac-

tive », ajoute Nicolas Le Berrigaud, expert data science pour DataSquare, filiale du cabinet Optimind Winter.

« Pour que le *Pay how you drive* se développe, il faut que de nombreux conducteurs soient enclins à installer un boîtier sur son véhicule, nonobstant le fait que certains assimilent cet équipement à un mouchard. Du côté des assureurs, l'offre pourrait être enrichie avec des propositions de services inédits, allant au-delà de l'indemnisation des sinistres ou d'une réduction de prime », souligne Coralie Le Plat.

Enfin, les contrats visent en priorité les jeunes conducteurs. L'enjeu est en effet de séduire ces automobilistes, habitués aux primes auto élevées, avec l'appât d'un tarif plus modeste, pour les fidéliser et les équiper avec d'autres contrats. « Le *Pay how you drive* présente un intérêt tarifaire pour les conducteurs les plus jeunes et les plus âgés, qui représentent les cibles pour lesquelles la volatilité est la plus élevée. Les assureurs s'intéressent déjà aux plus jeunes. Pas sûr que l'approche pour les plus âgés se fera par le prix plutôt que par la prévention. Pour la tranche d'âge entre 22 et 65 ans, ce mode de tarification présente surtout l'avantage d'instaurer des contacts plus fréquents entre l'assureur et l'assuré », explique Stéphane Chapellier.

Pour Nicolas Le Berrigaud, l'offre d'auto connectée n'est qu'une offre de transition, qui amènera à la voiture autonome. À terme, l'offre d'assurance traditionnelle et l'offre connectée devraient disparaître, au profit de l'assurance des véhicules autonomes.

En attendant, avec le *Pay how you drive*, les assureurs visent d'abord les plus jeunes conducteurs, censés être sensibles à l'argument du prix. Le hic ? Ces jeunes conducteurs sont aussi les plus enclins à adopter les nouveaux usages de l'automobile, pour lesquels le contrat d'assurance mériterait déjà d'être redessiné.