



Bruno Labuzan

L'assurance affinitaire automobile, le pouvoir aux constructeurs !

Nouvelles technologies, globalisation de la concurrence, évolution des besoins des automobilistes : les constructeurs automobiles sont aujourd'hui soumis à tout un ensemble de défis. Alors que la baisse des ventes pousse le secteur à repenser son offre, une question se pose : comment résoudre ces trois problématiques et séduire les acheteurs ?

Pour répondre à cette interrogation, nous sommes partis à la rencontre de CAAREA, société d'assurances affinitaires automobiles digitalisées et acteur incontournable de l'Insurtech. Son objectif : permettre aux constructeurs automobiles de construire en temps réel, de façon plus innovante, rapide et économique, leur propre stratégie de services et d'assurances autour de la voiture. Pour cela, CAAREA crée et développe une nouvelle génération de solutions affinitaires automobiles.

« Le marché automobile connaît une profonde mutation sous l'effet de plusieurs défis. Cela nous conduit à avoir un nouveau regard sur notre marché », observe Bruno Labuzan, CEO et fondateur de CAAREA. Premier de ces défis, la montée en puissance des véhicules propres. Près de 17% de véhicules électriques et à hydrogène ont été ainsi vendus en Europe l'an dernier. « Les automobilistes s'interrogent encore sur l'utilisation, la fiabilité et la revente des véhicules électriques ou à hydrogène,

poursuit Bruno Labuzan. Il est nécessaire de les rassurer, nécessaire aussi d'accompagner les constructeurs dans la gestion du remplacement d'un parc automobile vieillissant. »

Le second défi est d'ordre commercial et tient à la baisse des ventes, face à la banalisation des offres. « L'année dernière, en Europe, le nombre de ventes de véhicules neufs est tombé au même niveau qu'il y a 35 ans », précise-t-il. Une première qui ne s'explique pas seulement par la pénurie des semi-conducteurs. « Les constructeurs européens font aussi face à une concurrence accrue de la part d'acteurs asiatiques et de nouveaux entrants issus de la révolution technologique, comme Tesla et Waymo, ou de marchés à très forte croissance comme la Chine, avec BYD et NIO. Ces sociétés représentent les 1ère, 4ème et 7ème capitalisations mondiales devant BMW, Stellantis, Honda ou Hyundai. »

« A ces évolutions de marché se conjuguent enfin les nouveaux besoins des automobilistes, qui privilégient les

solutions packagées de multimobilité par abonnement », complète Guilhem Marijon, COO de CAAREA.

Répondre à un marché fragmenté

Autant de défis globalisés, qui concernent l'Europe, l'Asie et l'Amérique. La réponse, en revanche, ne l'est pas encore et les constructeurs doivent composer avec des dizaines de providers pour assurer leur offre de services sur un même continent.

« Près de 90% de ces providers se concentrent sur une réponse technologique dédiée à un problème spécifique, telle la digitalisation de l'acte de vente ou la gestion de la fraude en assurance. Il existe de plus un problème d'intégration : cela exige des process et outils spécifiques et n'apporte pas une réponse globale à l'ensemble de la chaîne de valeur de l'automobile : le constructeur, son réseau, les sociétés de financement, les assureurs et les gestionnaires », souligne le président de CAAREA. Résultat, les solutions de ces providers externes nécessitent parfois 3 à 6 mois de travail pour implémenter les programmes, une



Bertrand Begouin





Guilhem Marijon

mise en œuvre chronophage pour des acteurs industriels.

Face à ces failles, CAAREA a donc décidé de transférer ses compétences assurantielles et technologiques aux constructeurs, afin de leur apporter une nouvelle génération de solutions affinitaires automobiles. « Nous mettons à leur disposition la capacité de choisir et construire leur propre stratégie de services et d'assurances en quelques clics, avec tous les moyens technologiques pour leur mise en œuvre dans leur réseau de distribution, au profit d'une protection globale de leur client. Et cela tant en France qu'à l'international, avec des programmes consolidés. Nos solutions affinitaires peuvent se résumer ainsi : un véhicule - un prix ; une plaque - une offre », complète Bruno Labuzan. Une offre qui ne peut fonctionner qu'à condition de donner aux constructeurs et aux réseaux les moyens de mettre en œuvre ces nouveaux services. « Entre l'innovation et la mise en œuvre, il y a un gap que seule la technologie peut combler. Cela nous a conduit à construire un écosystème digital dédié, entièrement Cloud et basé sur des API. »

Les pleins pouvoirs aux constructeurs !

« Il faut donner aux constructeurs et aux réseaux ce que leur client automobiliste veut, analyse Bruno Labuzan. Or ce qu'il veut, c'est une voiture et des services, ou des services pour sa voiture. Notre réponse à cela consiste en une protection matérielle et financière, couplée à une facilité d'utilisation. » L'offre de CAAREA s'articule donc autour de deux axes. Le premier est d'offrir une protection globale, comprenant la protection du véhicule - permettant d'avoir un véhicule toujours en bon état, comme neuf et bien entretenu ; la protection du capital que ce véhicule représente - c'est-à-dire pas de dépenses imprévues pendant toute la durée de détention et enfin la protection de la mobilité des personnes. Des événements que l'assurance auto ne couvre pas. Le deuxième axe consiste à proposer des

produits spécifiques pour accompagner les constructeurs dans la promotion de leurs véhicules. « Nous avons par exemple choisi d'aider à lever les doutes des automobilistes sur la qualité à long terme des batteries électriques, en leur assurant, pendant dix ans, une batterie en parfaite capacité de charge », illustre Guilhem Marijon. CAAREA, c'est aussi le soutien technique et financier des plus grands noms de la réassurance internationale, Scor, SwissRe et MunichRe depuis bientôt 20 ans. Une sécurité financière unique pour les constructeurs au profit de leur stratégie de services.

De la technologie et du digital

« Savez-vous que seules 10% des Insurtechs couvrent 100% de la chaîne des valeurs d'assurance ? CAAREA fait partie de ces 10%, et remet en cause les modèles traditionnels d'assurance affinitaires automobiles », détaille un peu plus son président. L'entreprise a en effet créé un écosystème digital dédié à tout le cycle de vie d'un produit affinitaire et vient ainsi répondre au problème de fragmentation des offres et des solutions technologiques entre différents providers.

« Nous avons mis en œuvre une plateforme capable de fédérer à la fois acteurs et produits », explicite Bertrand Bégouin, CTO ext CAAREA Solutions. Une démarche guidée par la volonté de conserver les valeurs classiques de la Tech : immédiateté, simplicité, automatisation et personnalisation. Un ADN qui transparaît dans les applications de CAAREA. « Grâce à notre technologie, nous pouvons créer un programme en 1/4 d'heure ! Choisir, assembler, simuler, combiner les offres standalone ou packagés constitue le socle de nos applications et permet d'aboutir à la création du programme affinitaire décidé en collaboration avec le constructeur. Grâce à nos API, nous sommes en mesure de diffuser ce programme dans le réseau de vente, en

temps réel », explique Bertrand Bégouin.

A la clé pour le client automobiliste, un service immédiat et, pour la marque, un service digitalisé en toutes circonstances. Ce à quoi s'ajoutent une automatisation de la gestion des événements ou des sinistres, afin de proposer une indemnisation en temps réel, le tout chapeauté par CAAREA monitoring. Cette plateforme propose une vue en temps réel de la performance d'un programme. Une application intelligente, technique, financière et commerciale, dédiée au suivi des programmes affinitaires du constructeur.

Acteur indépendant, aux compétences assurantielles et technologiques, CAAREA apporte des réponses aux défis des constructeurs automobiles, des nouveaux usages des automobilistes et des évolutions technologiques. Des réponses assurantielles et technologiques internationales, au profit de la stratégie des constructeurs et de leurs captives si nécessaire. « Notre équipe, notre culture, notre ambition et le soutien de nos réassureurs nous permettent d'être un assureur affinitaire automobile de nouvelle génération. Face à une concurrence mondiale accrue, notre mission et notre objectif sont de booster les ventes automobiles de nos clients. C'est cette stratégie globale de services que devront déployer les assureurs », conclut Bruno Labuzan.

CAAREA en quelques chiffres

- 1 000 000 de véhicules assurés
- 500 M€ de primes en cours
- Paris - HQ
- Bordeaux - IT
- Seoul - Caarea Korea
- Madrid - RO
- Partnerships : 10 sur 3 continents