Insurtech / Distribution et marketing des produits d'assurance

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Partie Insurtech

1. Part I – InsurTech transforming the insurance value chain

1.1 Data = Insurance DNA
Rôle central des données dans l'assurance moderne, nouvelles sources de données et intégration de l'IA dans la tarification, la segmentation et la prévention.

1.2 Products and Underwriting
Évolution des produits (usage-based, paramétrique, embedded insurance) et transformation des processus de souscription grâce à l'automatisation et aux modèles prédictifs.

1.3 Distribution
Digitalisation de la distribution, plateformes et API, nouveaux modèles d'intermédiation et développement de l'embedded insurance.

1.4 Insurance Administration & Claims Handling
Modernisation des opérations : automatisation du back-office, digitalisation du parcours sinistre, outils IA pour l'évaluation et la gestion des sinistres.

2. Practical Component – Start-up Pitch (résumé)

Les étudiants, en groupes, conçoivent une start-up InsurTech, préparent un pitch deck, présentent leur projet devant un panel d'investisseurs et évaluent les projets des autres équipes.

Partie Distribution et marketing des produits d'assurance

Séance 1 : Grands enjeux du marketing assurance en France

- Définition du marketing, notions de marketing stratégique et opérationnel, etc.
- Spécificités du marketing dans le secteur de l'assurance
- Rôle du marketing dans une société d'assurance
- Liens avec la distribution

Séance 2 : Grands enjeux de la distribution des produits d'assurance en France

- Panorama des formes de distribution et de leur évolution en France
- La notion d'intermédiaire d'assurance, les différents statuts juridiques (agent, courtier, mandataire d'assurance, mandataire d'intermédiaire) et les exceptions
- Les conditions d'enregistrement à l'ORIAS
- La supervision en France : ACPR et DGCCRF

Séance 3 : Le métier d'agent général en 2025

- Un métier de généraliste, professionnel et libéral
- Le statut
- Exclusivité professionnelle
- Le contrat d'agence : exécution et cessation
- Un métier d'avenir ?

Séances 4 et 5 : La DDA et les enjeux de protection de la clientèle en assurance, la notion de "value for money" en assurance

- Présentation de la directive
- Les grands enjeux de la DDA pour la distribution
- Value for money : grandes orientations pour 2025

Compétence à acquérir :

Partie Insurtech

À l’issue du cours, les étudiant·e·s seront capables de :

Compétences conceptuelles

- Comprendre les fondements de l’InsurTech et les dynamiques de transformation du secteur de l’assurance.
- Analyser les différentes étapes de la chaîne de valeur assurantielle (données, produits, underwriting, distribution, gestion des sinistres) et identifier les leviers d’innovation technologique.
- Situer le rôle des nouvelles technologies (IA, données, API, digitalisation) dans l’évolution des modèles assurantiels.

Compétences analytiques

- Évaluer de manière critique une innovation InsurTech : pertinence, impact opérationnel, création de valeur, risques.
- Comprendre les logiques d’investissement appliquées aux start-up InsurTech (marché, traction, scalabilité, modèle économique).
- Développer une vision structurée sur l’évolution future du marché assurantiel.

Compétences pratiques

- Concevoir et structurer un pitch de start-up InsurTech destiné à des investisseurs.
- Présenter oralement un projet entrepreneurial et défendre sa proposition de valeur.
- Analyser les projets des autres équipes en endossant le rôle d’investisseur (due diligence simplifiée, analyse de marché).
- Travailler en groupe, organiser un projet d’innovation et répartir les responsabilités.

Partie Distribution et marketing des produits d'assurance

- Méthodes et concepts marketing assurance
- Méthodes et concepts distribution assurance

Mode de contrôle des connaissances :

Partie Insurtech

QCM (50%) + Dossier de travail en équipe a présenter en classe (50%)

Partie Distribution et marketing des produits d'assurance

Examen final (75%)

Cas pratique (25%) : participation orale et cas pratiques

Bibliographie, lectures recommandées :

Partie Insurtech

1. **Ouvrages académiques et professionnel**

- D. G. P. Arnold & D. Dixon, The INSURTECH Book: The Insurance Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and FinTech Visionaries, Wiley, 2018.
- R. Harimurti, Insurance 2030: The Impact of AI on the Future of Insurance, O'Reilly, 2020.
- Bernardo Nicoletti, Insurance 4.0: Benefits and Challenges of Digital Transformation, Palgrave Macmillan, 2020.
- Michael Naylor, InsurTech: Funding and Valuation, Springer, 2022.
- R. Phillips & C. Case, Analytics for Insurance: The Real Business of Big Data, Pearson, 2016.

2. **Rapports sectoriels (références incontournables)**

- McKinsey & Company, Global Insurance Report (annuel) — transformation digitale, tendances marché, productivité opérationnelle.
- Swiss Re Institute, Sigma Reports — analyses globales sur les marchés de l’assurance et innovations technologiques.
- Deloitte, InsurTech Trends Report — panorama des start-up, technologies émergentes et modèles économiques.
- EY, Global Insurance Outlook — transformation digitale, distribution, data & IA.
- PwC, Insurance 2025 and Beyond — prospective sur les évolutions technologiques et réglementaires.
- CB Insights, InsurTech State of the Market — cartographie des start-up, volumes d’investissement, tendances VC.
- Capgemini & Efma, World Insurance Report — expérience client, digitalisation des opérations, open insurance.

Partie Distribution et marketing des produits d'assurance

- Les grands principes du marketing de l’assurance, éditions Argus, 4ème édition (2023) par C. PARMENTIER, A. RISPAL et M. HUYGUES-BEAUFOND
- Distribution et gouvernance des produits d’assurance, éditions Argus, Édition 2020 par L. LAFAILLE et A. VIGNERON
- La distribution en assurance, banque et finance, éditions Argus, Édition 2019 par I. MONIN LAFIN, G. DUPONT et J. SPERONI