



Les marchés de l'assistance en France à l'horizon 2011 (automobile, voyage, santé, domicile) Opportunités de développement et stratégies de différenciation

Dans un contexte assurantiel sous pression (arrivée à maturité des marchés automobile et MRH, fortes tensions sur les prix, concurrence exacerbée entre assureurs, mutuelles, banques, etc.), le marché de l'assistance représente une opportunité de diversification pour les acteurs du secteur. Certes le chiffre d'affaires généré par les prestations d'assistance demeure aujourd'hui marginal dans l'activité des banques et assureurs, mais avec un taux de croissance annuel moyen supérieur à 10% entre 2004 et 2008, ce marché dispose d'un potentiel de développement encore important. Il constitue en outre un vecteur d'image essentiel pour les opérateurs. La crise sans précédent que traverse la France actuellement a par ailleurs accéléré les changements de comportements des consommateurs de solutions d'assistance. En effet, contraints par un pouvoir d'achat en baisse et de plus en plus exigeants, ils sont autant attentifs aux compensations en nature qu'aux indemnités financières classiques.

Pour autant, les défis sont nombreux pour s'imposer dans les marchés de l'assistance. Les évolutions structurelles de la société et les mutations de l'environnement macro-économique (globalisation, mobilité des personnes, vieillissement de la population, etc.) ont d'ailleurs déjà progressivement conduit les assistants à repenser leur métier. De la gestion de l'urgence, les opérateurs ont ainsi peu à peu pris pied dans le quotidien de leurs clients professionnels (BtoB) et particuliers (BtoC). L'analyse **Precepta** révèle que ce revirement stratégique impose aux opérateurs de se concentrer sur trois axes majeurs :

- 1. dans les marchés historiques, adopter et déployer une stratégie de différenciation cohérente** en termes de gammes de prestations, de portefeuille-clients, de marque, de politique de distribution et de prescription, etc. Ces sources d'avantages concurrentiels seront en effet déterminantes dans des secteurs matures et fortement concentrés comme l'assistance automobile ou voyage. En complément de la différenciation, l'optimisation des coûts apparaît également cruciale dans ces deux domaines. Dans cette optique, la maîtrise des nouvelles technologies est indéniablement un facteur clé de succès (géolocalisation, Internet, etc.), tant pour les assistants voyage, à l'instar du leader Mondial Assistance, que pour les assistants automobiles, tels que IMA ou le spécialiste ACTA Assistance.

2. dans les « nouveaux » marchés, croître et atteindre la taille critique, afin de réaliser des économies d'échelle, structurellement élevées dans les métiers de l'assistance. Dans les secteurs de l'assistance santé et habitation, la majorité des opérateurs peut d'ailleurs s'inspirer des segments traditionnels de l'automobile et du voyage, en termes de mutualisation des coûts et des synergies instaurées au niveau de la logistique et des outils informatiques. Ces marchés disposent d'un fort potentiel de développement compte tenu de l'explosion démographique et du vieillissement de la population. Les assistants devront donc multiplier les efforts pour clarifier l'offre et saisir les opportunités contextuelles liées notamment à la dépendance des personnes âgées (téléassistance, télésurveillance, domotique, assistance à domicile, etc.).

3. poursuivre l'évangélisation du marché des services à la personne et y structurer les offres. Dotés d'une légitimité certaine, les assistants ont pénétré ce segment afin de renforcer leur proximité et leur implication dans le quotidien de leurs clients finaux. Pour autant, les services à la personne sont loin d'être l'Eldorado tant espéré : le marché est encore balbutiant et les modèles économiques compétitifs tardent à émerger. Un choix s'impose aux opérateurs en place. Le positionnement comme simple intermédiaire entre les clients et les fournisseurs est la solution actée par le plus grand nombre (à l'image du pionnier dans ce domaine, Mutuaide Assistance *via* « Fourmi Verte »). Une minorité d'acteurs, comme AXA Assistance ou Filassistance, ont opté pour un modèle intégré permettant de maîtriser la qualité de la prestation à domicile en plus de la mise en relation.

Au-delà de ces enjeux sectoriels, les assistants doivent relever d'autres défis stratégiques liés aux fondamentaux du business, comme la constitution et l'animation de réseaux de prestataires, l'organisation de call centers, le recrutement et la gestion de ressources humaines compétentes, le développement d'une marque forte, etc. Compte tenu de la dimension internationale du métier d'assistant, le principal enjeu est alors de marier « global » et « local ». Une gageure qui pourrait conduire de plus en plus d'opérateurs français à nouer des alliances au niveau européen, à l'image de Fidélia Assistance.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, PRECEPTA met à la disposition des dirigeants du secteur un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler la réflexion et préparer les décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

Frank Benedic
Directeur de Precepta

Les marchés de l'assistance en France à l'horizon 2011 (automobile, voyage, santé, domicile) Opportunités de développement et stratégies de différenciation

Edition Octobre 2009

- **Le décryptage des facteurs de mutations du métier d'assistant par segment de marché** (automobile, voyage, santé, habitation et services à la personne)
- **Les perspectives des marchés de l'assistance et de l'assurance à l'horizon 2011**
- **L'identification des enjeux stratégiques spécifiques à chaque segment de marché**
- **Les principaux défis à relever par l'ensemble de la profession**
- **Les stratégies de croissance des opérateurs**

UNE ETUDE INDISPENSABLE

L'étude la plus complète pour comprendre le marché de l'assurance et de l'assistance, les enjeux et les perspectives ainsi que le contexte concurrentiel spécifiques à ces secteurs d'activité. Les travaux de recueils d'informations, d'enquête et d'analyse ont été coordonnés par Alexia Dassi, chef de projets au sein de Precepta, sous la direction de Thomas Roux, responsable du pôle Services au sein de Precepta.

Ce document exceptionnel de 200 pages comprend trois niveaux d'information :

1. une « synthèse exécutive » qui tire tous les enseignements de 3 mois d'enquêtes ;
2. une analyse et un décryptage des stratégies des opérateurs ;
3. une somme exceptionnelle d'informations sur les marchés de l'assistance en France.

PRECEPTA, STIMULATEUR DE STRATEGIES

Les études de Precepta sont publiées à sa seule initiative. Elles sont réalisées avec la plus grande rigueur professionnelle et une indépendance d'esprit totale. Elles ont pour but d'offrir une représentation vivante des évolutions décisives d'un marché et de la concurrence sectorielle. Elles mettent à disposition des décideurs une analyse pertinente des positionnements et des performances des entreprises. Les études s'inscrivent dans une méthodologie rigoureuse et éprouvée.

Precepta a accumulé plus de 20 ans d'expérience dans l'analyse des stratégies d'entreprise et de leur environnement concurrentiel. Son intégration dans le groupe Xerfi en 2004 lui a permis de renforcer ses moyens d'investigation et d'accéder aux meilleures sources de données. Chaque étude Precepta est ainsi l'outil de référence indispensable pour stimuler la réflexion et préparer les décisions.

Retrouver le catalogue complet des études Precepta sur les sites precepta.fr ou xerfi.com.

Les marchés de l'assistance en France à l'horizon 2011

Opportunités de développement et stratégies de différenciation

1. SYNTHÈSE EXECUTIVE

Destiné aux décideurs, ce document est volontairement concis, et met en relief les principaux enseignements à tirer de l'étude. Il a été conçu comme un document de travail pour stimuler la réflexion et préparer la prise de décision.

2. COMPRENDRE L'ACTIVITÉ

2.1. Intégrer les fondamentaux du business

- 2.1.1. Le fonctionnement de l'assistance (articulation par rapport à l'assurance, champs d'intervention, etc.)
- 2.1.2. Les principaux chiffres clés en 2008

2.2. Répertoire des forces en présence

- 2.2.1. Positionner les 10 principaux opérateurs : contrôle financier, chiffres d'affaires et parts de marché en 2008, champ d'intervention (catégories de services et couverture géographique)

3. RELEVÉ LES DÉFIS MAJEURS DE LA PROFESSION

3.1. Décrypter les stratégies de croissance et de différenciation des opérateurs

- 3.1.1. Optimiser et mutualiser les coûts : la constitution et l'animation des réseaux de prestataires, des call-centers, le développement à l'international, etc.
- 3.1.2. Arbitrer entre diversification des compétences et spécialisation sectorielle
- 3.1.3. Communiquer et déployer une marque forte

4. L'ASSISTANCE AUTOMOBILE

4.1. Prendre en compte l'environnement macro-économique et ses évolutions

- 4.1.1. Le parc automobile en France à l'horizon 2010
- 4.1.2. Les immatriculations de véhicules à l'horizon 2010
- 4.1.3. La sinistralité automobile en 2008

4.2. Evaluer la situation des assistants-automobile en France

- 4.2.1. L'analyse PESTEL : quels impacts du contexte environnemental ?
- 4.2.2. Scénario prévisionnel à l'horizon 2011

4.3. Identifier les principaux enjeux stratégiques dans l'assistance automobile

- 4.3.1. L'intégration du SAV et le contrôle de la chaîne de valeur
- 4.3.2. Le déploiement à l'international et la préemption des zones à fort potentiel (pays émergents)
- 4.3.3. L'enjeu de la taille critique face aux constructeurs automobiles

5. L'ASSISTANCE VOYAGE

5.1. Prendre en compte l'environnement macro-économique et ses évolutions

- 5.1.1. Le tourisme mondial en 2009
- 5.1.2. Les déplacements touristiques des Français
- 5.1.3. Le tourisme d'affaires en 2009

5.2. Evaluer la situation des assistants-voyage en France

- 5.2.1. L'analyse PESTEL : quels impacts du contexte environnemental ?
- 5.2.2. Scénario prévisionnel à l'horizon 2011

5.3. Identifier les principaux enjeux stratégiques dans l'assistance voyage

- 5.3.1. Le boom de l'e-tourisme et l'enjeu du déploiement en BtoC via Internet
- 5.3.2. Le couplage de l'assurance annulation-voyage et de l'assistance-voyage

6. L'ASSISTANCE SANTÉ

6.1. Prendre en compte l'environnement macro-économique et ses évolutions

- 6.1.1. Les évolutions démographiques à l'horizon 2040
- 6.1.2. La population dépendante et l'état des lieux de la prise en charge de la dépendance en 2008

6.2. Evaluer la situation des assistants-santé en France

- 6.2.1. L'analyse PESTEL : quels impacts du contexte environnemental ?
- 6.2.2. Scénario prévisionnel à l'horizon 2011

6.3. Identifier les principaux enjeux stratégiques dans l'assistance santé

- 6.3.1. Le chantier du 5^{ème} risque et la compréhension des enjeux autour de la dépendance
- 6.3.2. L'intégration de la domotique et le développement de la téléassistance

7. L'ASSISTANCE A DOMICILE (HABITATION & SERVICES A LA PERSONNE)

7.1. Prendre en compte l'environnement macro-économique et ses évolutions

- 7.1.1. Les arbitrages de consommation
- 7.1.2. Le cadre législatif des plans Borloo et Wauquiez
- 7.1.3. Les chiffres-clés des services à la personne

7.2. Evaluer la situation des assistants-domicile en France

- 7.2.1. L'analyse PESTEL : quels impacts du contexte environnemental ?
- 7.2.2. Scénario prévisionnel à l'horizon 2011

7.3. Identifier les principaux enjeux stratégiques dans l'assistance à domicile

- 7.3.1. Evaluer le contexte concurrentiel et mesurer le réel potentiel du marché des services à la personne
- 7.3.2. Convaincre les clients finaux de la création de la valeur dans le cadre de l'intermédiation
- 7.3.3. Passer d'un statut d'enseigne de services à la personne à celui d'entreprise de services

8. ANALYSER LES OPERATEURS

Les monographies présentent les principaux intervenants dans le marché de l'assistance en France : positionnement, chiffres clés, principaux axes de développement...

8.1. Les filiales d'assureurs

- 8.1.1. Mondial Assistance (Allianz)
- 8.1.2. Europ Assistance (Generali)
- 8.1.3. AXA Assistance (AXA)
- 8.1.4. Filassistance (CNP Assurances)

8.2. Les filiales de mutuelles

- 8.2.1. Inter Mutuelles Assistance (MACIF, MAIF, etc.)
- 8.2.2. Fidélia (Covéa)
- 8.2.3. Mutuaide Assistance (Groupama)

8.3. La filiale de constructeurs automobiles

- 8.3.1. ACTA Assistance (Automobile Clubs Européens)

Tableaux et matrices : la source d'information la plus complète sur les marchés de l'assistance en France

1. Les fondamentaux du business

| | |
|-----|---|
| T1 | La logique d'articulation entre les métiers de l'assistance vs assurance |
| T2 | Le développement historique de l'assistance en France depuis les années 60 |
| T3 | Les champs d'intervention en assistance et leur part de marché en 2008 |
| T4 | Les perspectives d'évolution : les secteurs les plus prometteurs dans l'assistance à court terme |
| T5 | Les problématiques des assistants par segment de marché |
| T6 | Les principaux distributeurs de solutions d'assistance en France et leur part de marché en 2007 |
| T7 | L'évolution du chiffre d'affaires des assistants membres du SNSA (2004-2008) |
| T8 | La ventilation de l'activité des assistants membres du SNSA par segment en 2008 |
| T9 | L'évolution des activités des assistants membres du SNSA par segment en 2008 |
| T10 | L'évolution du chiffre d'affaires réalisé en France par les assistants membres du SNSA (2004-2008) |
| T11 | L'évolution du chiffre d'affaires réalisé à l'international par les assistants membres du SNSA (2004-2008) |
| T12 | Le classement des forces en présence en fonction du chiffre d'affaires réalisé en 2008 et du contrôle financier |
| T13 | Le classement des forces en présence en termes de largeur de gamme de services et de couverture géographique |

2. L'assistance automobile

| | |
|-----|--|
| T14 | Le parc automobile français à l'horizon 2010 |
| T15 | L'évolution de l'âge moyen des véhicules en circulation en France (1990-2009) |
| T16 | L'évolution de la structure du marché automobile français (1990-2008) |
| T17 | L'évolution des immatriculations de voitures neuves (2002-2010) |
| T18 | L'évolution des immatriculations de voitures neuves et d'occasion (1990-2008) |
| T19 | L'évolution mensuelle du cours du baril (Brent Rotterdam) (1990-2010) |
| T20 | L'évolution du kilométrage moyen (2001-2008) |
| T21 | L'évolution du nombre d'accidents corporels en France métropolitaine (1988-2008) |
| T22 | L'impact des conditions environnementales sur le secteur de l'assistance automobile (PESTEL) |
| T23 | Le scénario prévisionnel à l'horizon 2011 |
| T24 | Les avantages et inconvénients à l'intégration totale du service après-vente |
| T25 | Le marché automobile mondial en 2008 |
| T26 | La répartition des ventes de voitures particulières et de véhicules utilitaires légers par constructeur en Europe de l'Ouest en 2008 |

3. L'assistance voyage

| | |
|-----|---|
| T27 | La fréquentation touristique mondiale (2005-2009) |
| T28 | L'évolution du nombre de voyages pour motif personnel réalisés par les Français (2007-2008) |
| T29 | Le nombre de voyages pour motif personnel en fonction du mode de transport utilisé en 2008 |
| T30 | Le marché du tourisme d'affaires (2000-2009) |
| T31 | L'impact des conditions environnementales sur le secteur de l'assistance-voyage (PESTEL) |
| T32 | Le scénario prévisionnel à l'horizon 2011 |
| T33 | Les déterminants du segment de l'assurance-annulation voyage |
| T34 | La part des Français souscrivant une assurance-voyage en 2007 |
| T35 | Le chiffre d'affaires du e-commerce (2001-2010) |
| T36 | Les catégories de produits achetés en ligne en 2008 |
| T37 | Le marché de l'e-tourisme (2001-2008) |
| T38 | La chaîne de valeur de la distribution de produits touristiques (schéma simplifié) |
| T39 | Le top 5 des agences de voyages en ligne au 1 ^{er} semestre 2009 |
| T40 | Le tableau de contrôle financier des principaux tour-opérateurs en 2008 |

4. L'assistance santé

| | |
|-----|---|
| T41 | L'évolution de la population de la France métropolitaine à l'horizon 2050 (1950-2050) |
| T42 | La structure de la population métropolitaine par groupe d'âge (1950-2050) |
| T43 | L'évolution de l'espérance de vie à 60 ans en France métropolitaine (1946-2008) |
| T44 | Le nombre de personnes âgées dépendantes à l'horizon 2040 (2007-2040) |
| T45 | Les défis dans le domaine de la prise en charge de la dépendance |
| T46 | Les établissements d'accueil pour les personnes âgées (1999-2007) |
| T47 | Les dépenses de soins de longue durée (SLD) aux personnes âgées (2006-2008) |
| T48 | Les principales caractéristiques des services de soins infirmiers à domicile (SSIAD) |
| T49 | L'évolution des soins des infirmiers aux personnes âgées à domicile (2002-2008) |
| T50 | L'hospitalisation à domicile (HAD) : une solution alternative |
| T51 | L'impact des conditions environnementales sur le secteur de l'assistance-santé (PESTEL) |
| T52 | Le scénario prévisionnel à l'horizon 2011 |
| T53 | Les champs d'application de la domotique en 2009 |
| T54 | Les principales motivations à l'achat de produits domotiques |
| T55 | La structure du revenu des seniors par âge en 2003 |
| T56 | Le niveau de vie moyen et le patrimoine médian des retraités à l'horizon 2020 (2000-2020) |

5. L'assistance à domicile (habitation & services à la personne)

| | |
|-----|--|
| T57 | Le parc de logements français (2000-2008) |
| T58 | La consommation des ménages français en électroménager et en produits bruns (2001-2007) |
| T59 | L'évolution des faits constatés de cambriolages (2003-2008) |
| T60 | Le chiffre d'affaires des entreprises de télésurveillance (2003-2007) |
| T61 | Les activités liées aux systèmes de sécurité (2003-2007) |
| T62 | Le taux de souscription des extensions de garantie et prix moyens constatés en 2007 |
| T63 | L'impact des conditions environnementales sur le secteur de l'assistance habitation (PESTEL) |
| T64 | Le scénario prévisionnel à l'horizon 2011 |
| T65 | Les chiffres-clés des services à la personne (SP) en France en 2008 |
| T66 | Les secteurs des SP jugés les plus prometteurs par les assistants en 2008 |
| T67 | Les éléments favorables et les 10 principaux freins au développement des SP |
| T68 | Les sociétés d'assistance opérant dans les SP |
| T69 | L'environnement concurrentiel proche et élargi des assistants et des assureurs à travers leur enseigne de SP |
| T70 | Les arbitrages de consommation en matière de SP |
| T71 | Le cycle de valeur du SP et les actions à mettre en place par les assistants |
| T72 | Les modes de développement des assistants dans les SP |

6. Annexes – Panorama des marchés de l'assurance

| | |
|-----|---|
| T73 | L'évolution des cotisations en assurance automobile (1995-2008) |
| T74 | L'évolution annuelle des prix en assurance automobile (1999-2008) |
| T75 | Les prévisions de croissance de l'assurance automobile (1995-2010) |
| T76 | L'évolution des cotisations en assurance MRH (1995-2008) |
| T77 | L'évolution annuelle des prix en assurance MRH (1999-2008) |
| T78 | Les prévisions de croissance de l'assurance MRH (1995-2010) |
| T79 | L'évolution des cotisations sur les marchés de niche de l'assurance (2001-2008) |
| T80 | Les prévisions de croissance des marchés de niches (2001-2012) |
| T81 | L'évolution des cotisations en assurance-vie et capitalisation (1988-2008) |
| T82 | Les prévisions de croissance de l'assurance-vie (1998-2010) |
| T83 | L'évolution des cotisations en assurances maladie, décès, accident corporel (1995-2010) |

Principaux opérateurs dont les comptes sont cités et analysés dans l'étude (*)

| Les 8 opérateurs analysés dans l'étude | Principaux opérateurs cités dans l'étude (*) | SWISS LIFE | MERCEDES | MSC CROISIERES | Les associations et autres organismes professionnels |
|--|--|--|--|--|--|
| ACTA ASSISTANCE | <u>Les maisons-mères des opérateurs</u> | <u>Les acteurs du monde de l'assurance et de la banque</u> | NISSAN | SAS - SCANDINAVIAN AIRLINES | AFRATA (Association Française de Téléassistance) |
| AXA ASSISTANCE | ALLIANZ | BNP PARIBAS | PSA | SNCF | SNSA (Syndicat National des Sociétés d'Assistance) |
| EUROP ASSISTANCE | AUTOMOBILE CLUBS EUROPEENS | CAISSE D'EPARGNE | RENAULT | VISA | UNA (Union Nationale de l'Aide, des Soins et des Services aux Domiciles) |
| FIDELIA ASSISTANCE | AXA | DEXIA | TOYOTA | VOYAGES KUONI | |
| FIL ASSISTANCE | CNP ASSURANCES | LA BANQUE POSTALE | VOLKSWAGEN | <u>Les enseignes de services à la personne</u> | |
| INTER MUTUELLES ASSISTANCE (IMA) | COVEA (GMF, MMA, MAAF) | MALAKOFF-MEDERIC | <u>Les opérateurs liés à l'assistance voyage</u> | A+ | |
| MONDIAL ASSISTANCE | GENERALI | SOCIETE GENERALE | ACCOR | ASSISTEO | |
| MUTUAIDE ASSISTANCE | GROUPAMA | <u>Les opérateurs liés à l'assistance automobile</u> | AIR FRANCE | BIEN-ETRE ASSISTANCE | |
| <u>Autres assistants cités</u> | GROUPE MONCEAU | BMW | AMERICAN EXPRESS | CNP SERVICES A LA PERSONNE | |
| GARANTIE ASSISTANCE | MACIF | DAIMLER | CLUB MED | DOMISERVE | |
| INTERNATIONAL SOS | MAIF | FORD | EASY JET | FOURMI VERTE | |
| | MASCF | GENERAL MOTORS | FRAM | SERENA | |
| | | | GROUPE MARMARA | BNP-SERVISSIMES | |
| | | | THOMAS COOK | | |
| | | | MASTERCARD | | |

(*) Liste non exhaustive