



L'ECLAIRAGE DU MARDI

par



Le Crowdsourcing

Mardi 12 juin 2018

De nombreux acteurs publics, sociaux et économiques ont recours aux connaissances et aux compétences de ressources externes à leur structure afin de générer de la valeur : ce phénomène est appelé le **Crowdsourcing**. En français, de nombreuses traductions sont admises : *La production participative* ou encore *l'externalisation ouverte*.

Dans tous les cas, il s'agit d'une seule réalité, à savoir, l'utilisation de **la créativité**, de **l'intelligence** et **du savoir-faire** d'un grand nombre de personnes, en sous-traitance, pour réaliser certaines tâches traditionnellement effectuées en interne ou confiées à un prestataire identifié. Le Crowdsourcing fait aussi appel à la contribution des interlocuteurs de l'entreprise afin de les solliciter sur un problème particulier ou de mieux comprendre leurs attentes.

Résolution de problèmes ou interaction avec une communauté

On peut distinguer deux formes de Crowdsourcing :

- **La résolution de problèmes spécifiques** sous la forme d'appels d'offre en R&D ou par des challenges compétitifs¹. Ces challenges peuvent être accessibles à des professionnels qui n'auraient pas été contactés autrement, soit parce qu'ils débutent, soit parce qu'ils ne sont pas assez connus² ;
- **L'appel à une communauté** de salariés, de clients ou plus généralement d'utilisateurs, de manière à exploiter leur capacité créative et leur situation naturellement la plus proche du terrain. Une forme de récompense, financière ou non, peut être proposée à cette contribution.

¹ Souvent sur des plateformes spécialisées ou même sur les réseaux sociaux pro. Les intervenants peuvent être de tout type : freelances, centres de recherche, et même concurrents, lorsqu'il s'agit de développer une filière.

² Chef d'entreprise, « Faites appel à la créativité de votre communauté avec le crowdsourcing », mars 2015



Crowdsourcing et Assurance

Dans le cadre de l'entreprise d'assurance, le Crowdsourcing permet d'anticiper l'interaction de plus en plus forte entre l'entreprise et ses clients: les assurés participent directement à la création de nouveaux produits ou à l'amélioration de ses services.

AXA, avec le site « MonAssuranceCitoyenne.com », créé en 2016, a eu pour ambition d'ouvrir la discussion avec l'ensemble des Français autour de grands thèmes liés à l'assurance : la prévention, la santé, l'avenir de ses proches...³ Avec deux objectifs :

- Présenter des nouveaux produits ou services, et les améliorer en continu en fonction des réactions ;
- Créer un espace d'échange autour d'un sujet particulier, de façon à faire ressortir les différentes attentes des contributeurs.



Le Crédit Agricole d'Ile de France (CADIF), en partenariat la start-up Braineet, a lancé en 2017 une plateforme d'échange qui permet d'interagir avec les clients :

- En complément du travail fait en interne sur les besoins des assurés, les échanges visaient à préciser l'application concrète des services qui pourraient être proposés ;
- Ou encore à l'inverse, des défis ouverts étaient régulièrement lancés sur la plateforme, par exemple : « Trouver un service inédit » ou « Les besoins des étudiants partant à l'étranger ».

Le Crowdsourcing se situe dans une **démarche d'open innovation** de l'intelligence collective⁴. Étroitement lié au concept d'**innovation**, le phénomène a acquis une nouvelle dimension avec l'**essor des NTIC**, et des nouveaux outils collaboratifs et participatifs qui rendent cette approche plus accessible et aisée.

Il permet aux assureurs de transformer leur portefeuille de clients individuels en **Communauté**, ce qui se traduira par **un engagement plus fort** et **une fidélité plus longue** de ces derniers.

Rendez-vous prochainement pour un nouvel éclairage

³ Le Parisien, « Quand le Crowdsourcing fait changer l'assurance », décembre 2017

⁴ Le développement Open source (logiciels en libre accès et modification) procède de la même démarche. De manière plus lointaine, les méthodes agiles s'en inspirent également (Éclairage #49)

