

Communiqué de presse

L'assurance vie à la croisée des chemins : les nouvelles technologies changeront la manière dont les assureurs opèrent et interagissent avec les consommateurs

- Les nouvelles technologies et les données numériques rendront la souscription en assurance vie plus efficace et amélioreront la sélection et la tarification des risques
- Par le biais de la technologie et des données numériques, les assureurs vie peuvent atteindre de nouveaux clients et mieux les fidéliser
- Les assureurs vie devront adapter leurs modèles d'affaires en investissant dans les nouvelles technologies et en actualisant leurs stratégies de gestion des talents
- Les avancées technologiques posent aussi des défis aux assureurs vie, liés notamment à la protection des données et à l'émergence d'acteurs non traditionnels sur le marché

Zurich, le 16 décembre 2015 — L'industrie de l'assurance vie se trouve à la croisée des chemins : les nouvelles technologies ouvrent la voie à une révolution dans la manière dont les assureurs souscrivent les risques, exploitent les données et interagissent avec les consommateurs. La dernière étude *sigma* de Swiss Re, intitulée *L'assurance vie à l'ère numérique : transformation radicale en perspective* se penche sur la façon dont les assureurs vie ont d'ores et déjà intégré certaines de ces avancées et s'interroge sur les prochaines étapes. Elle aborde des thèmes tels que l'utilisation des Big Data, l'informatique cognitive et la manière dont les données numériques peuvent aider les assureurs à élargir leur portée. L'étude s'intéresse aussi aux défis qui se profilent pour les assureurs vie : comment créer une expérience numérique positive pour les consommateurs, rester à la pointe des évolutions réglementaires, en matière de protection des données notamment, et comment envisager un possible partenariat, voire affronter la compétition avec des acteurs non traditionnels.

Les avantages du numérique sont déjà tangibles dans l'assurance vie. Les nouvelles sources de données et plateformes en ligne offrent de nouvelles possibilités de stockage et de fouille de données. L'automatisation de la souscription constitue une tendance croissante, facilitée par les Big Data et les nouveaux outils d'analyse. Les développements de l'informatique cognitive lui ouvriront de nouvelles perspectives, en apportant une plus grande cohérence au niveau des décisions de souscription et une amélioration de la rentabilité opérationnelle.

Media Relations, Zurich
Telephone +41 43 285 7171


Kurt Karl, Zurich
Telephone +41 43 285 3369

Clarence Wong, Hong Kong
Telefon +852 2582 5644

Milka Kirova, Armonk
Telephone +1 914 828 6503

Swiss Re Ltd
Mythenquai 50/60
P.O. Box
CH-8022 Zurich

Telephone +41 43 285 2121
Fax +41 43 285 2999

www.swissre.com
 @SwissRe

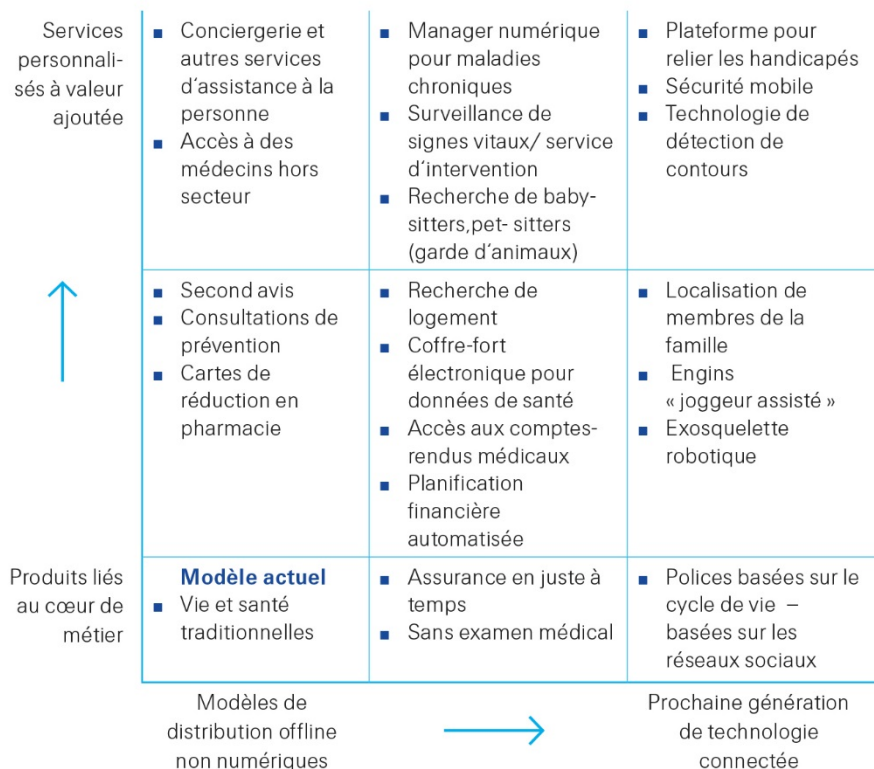
« Grâce aux capacités d'apprentissage des systèmes cognitifs, ainsi qu'à leurs algorithmes de reconnaissance vocale et de lecture de texte, il deviendra possible d'extraire les informations significatives de tout type de source, y compris de rapports médicaux non structurés. », précise Kurt Karl, économiste en chef de Swiss Re. « Parallèlement, l'utilisation encore naissante de la souscription prédictive en assurance vie progressera grâce aux Big Data et aux nouveaux outils d'analyse ».

En outre, les nouvelles technologies sont susceptibles d'améliorer l'état de santé des consommateurs et, en conséquence, la sélection des risques pour les assureurs. Par exemple, à ce jour, la plupart des médecins disposent de peu de moyens pour surveiller les paramètres d'état de santé de leurs patients après leur départ du cabinet ou leur sortie d'hôpital. A l'avenir, ils auront la possibilité de surveiller le rythme cardiaque de leurs patients à distance par le biais d'objets connectés à même le corps, améliorant ainsi la détection précoce du risque d'infarctus. Ces informations peuvent être utilisées pour ajuster et personnaliser les traitements médicamenteux, favorisant une évolution vers l'évaluation du risque en temps réel.

Susciter l'intérêt voir l'adhésion du consommateur

Côté consommateurs, l'étude examine comment les nouvelles technologies sont à même de réduire la longueur du processus de souscription d'une assurance et de le rendre moins invasif. Les nouvelles sources de données et les outils de modélisation prédictive ouvrent la voie à une identification plus granulaire des besoins des clients. Ce qui peut aider les assureurs vie à mieux susciter l'intérêt des consommateurs. Puis, les nouveaux formats de communication et de partage de l'information sont de bons vecteurs dont les assureurs peuvent se servir afin d'augmenter l'accessibilité et l'attractivité de leurs produits. Un exemple est l'utilisation de la gamification pour rendre le processus de souscription plus facile.

Figure 1: Offres de produits et de services technologiques potentiellement ouvertes aux assureurs



Source: Swiss Re Economic Research & Consulting.

Par ailleurs, la technologie peut favoriser de nouvelles façons, plus fréquentes, d'interagir avec les consommateurs, permettant d'améliorer la rétention des clients et de détecter des besoins nouveaux. Certains assureurs vie ont par exemple introduit des programmes qui récompensent les consommateurs pour leurs actions et choix en faveur d'un mode de vie saine, pratiquer une activité physique, se soumettre à des bilans de santé réguliers ou arrêter de fumer. Ces programmes peuvent avoir une influence positive à la fois sur la fidélité des clients et sur la santé et la sinistralité des assurés.

Les nouvelles technologies offrent aussi la possibilité d'atteindre de nouveaux segments de consommateurs. Cela a été le cas dans les marchés émergents, où la distribution d'assurance via les dispositifs mobiles a crû de manière exponentielle au cours de la dernière année, mettant l'assurance vie à la portée de nombreux ménages qui étaient jusqu'à présent soit sous-assurés soit entièrement privés de couverture.

Opportunités et défis

S'ils veulent exploiter pleinement les opportunités offertes par le numérique, les assureurs vie devront revoir et affiner leurs modèles d'affaires et leurs investissements dans les technologies, ainsi que repenser leurs stratégies de gestion des talents. Cela passe par la reconfiguration des systèmes informatiques traditionnels et leur remplacement par des plateformes d'innovation ouvertes ; c'est uniquement ainsi que les assureurs seront en mesure d'accéder aux nouvelles sources de données, d'obtenir une vue unifiée du consommateur et d'offrir une expérience cohérente pour tous les points de contact avec le consommateur.

Les assureurs vie vont devoir acquérir aussi des compétences adaptatives. Les services d'achat ont eu l'habitude de travailler avec une poignée de fournisseurs de renom, et ont peu d'expérience de la collaboration avec des start-up hautement spécialisées. Mais la situation est en train de changer. Certains assureurs vie ont commencé à explorer les partenariats avec des entreprises technologiques de plus petite taille afin de développer un savoir-faire propre dans le domaine de l'analyse des données. Les progrès technologiques pourraient pousser les assureurs existants à adopter de nouveaux modèles opérationnels, les amenant à proposer de nouveaux services au-delà de l'assurance traditionnelle.

Si les opportunités sont multiples, il reste aussi des défis à relever. Les assureurs vie devront mettre en place de nouvelles procédures de gestion des risques, notamment pour la protection des données des clients. L'essentiel sera de suivre les changements réglementaires relatifs à l'utilisation de données numériques et à leur analyse à des fins de souscription ainsi qu'aux ventes transfrontalières, et de s'y adapter. Les assureurs vie doivent aussi réagir à l'émergence d'acteurs non traditionnels. Les nouveaux entrants offrent des opportunités pour des partenariats mutuellement favorables, mais ils pourraient aussi finir par se transformer en concurrents directs.

Informations aux rédacteurs :**Swiss Re**

Le groupe Swiss Re est un prestataire global leader en matière de réassurance, d'assurance et d'autres formes de transfert de risque fondées sur l'assurance. Il opère directement ou par l'intermédiaire de courtiers. Sa base de clientèle mondiale se compose de compagnies d'assurance, de grandes et moyennes entreprises ainsi que de clients du secteur public. Grâce à sa solidité financière, son savoir-faire et sa force d'innovation, Swiss Re propose une gamme de solutions allant des produits standard aux couvertures sur mesure dans toutes les branches d'assurance, facilitant ainsi la prise de risque dont dépendent l'activité entrepreneuriale et le progrès dans la société. Fondé en 1863 à Zurich, en Suisse, Swiss Re offre ses services à ses clients en s'appuyant sur un réseau d'environ 70 représentations à travers le monde. Il est noté « AA- » par Standard & Poor's, « Aa3 » par Moody's et « A+ » par A.M. Best. Les actions enregistrées de la société holding du groupe Swiss Re, Swiss Re Ltd, sont cotées au International Reporting Standard de la SIX Swiss Exchange et négociées sous le symbole SREN. Pour plus d'informations sur le groupe Swiss Re, veuillez consulter www.swissre.com ou suivez-nous sur Twitter [@SwissRe](https://twitter.com/SwissRe)

Comment commander cette étude *sigma* ?

La version électronique de l'étude *sigma* n° 6/2015, *L'assurance vie à l'ère numérique : transformation radicale en perspective* est disponible en français, en anglais, en allemand et en espagnol sur le site Internet de Swiss Re : www.swissre.com/sigma. Les versions chinoise et japonaise paraîtront sous peu.

La version imprimée de l'étude *sigma* n° 6/2015 en français, en anglais, en allemand et en espagnol est disponible dès à présent. Les versions chinoise et japonaise suivront prochainement. Veuillez adresser toute commande, en mentionnant vos coordonnées complètes, à sigma@swissre.com

Comment obtenir une copie de ce communiqué *sigma* ?

La version électronique de ce communiqué de presse *sigma* est disponible en français, en anglais, en allemand, en espagnol et en portugais sur le site Internet de Swiss Re : www.swissre.com