

# Communiqué de presse

## Dernier *sigma* : La digitalisation transforme l'assurance pour les consommateurs comme pour les fournisseurs

- Les connaissances reposant sur les données (*data-driven*) ouvrent la voie aux transactions d'assurance en temps réel et à des services de prévention et d'atténuation des risques à valeur ajoutée tout au long de la vie des clients
- Les connaissances des comportements des clients gagnant en granularité, le rôle de l'assurance évolue, de l'indemnisation des sinistres à une offre de services de conseil plus large en matière de prévention et d'atténuation des risques
- Les marchés émergents montrent le chemin, avec des offres mobiles et multi-canal qui augmentent la portée de l'assurance

Zurich, le 29 janvier 2020 – La transformation digitale amène les consommateurs à acquérir un niveau d'information et d'autonomie jamais atteint auparavant et les assureurs à se doter d'outils leur permettant de répondre aux besoins actuels et futurs des consommateurs. Cet état de faits conduit à l'éclosion de nouveaux modèles économiques reposant sur les données (*data-driven*), avec un impact sur l'ensemble de la chaîne de valeur de l'assurance, d'après le dernier *sigma* « Data-driven insurance: ready for the next frontier? ». Alors que les points de contact entre le consommateur et le fournisseur seront désormais principalement numériques, l'interaction humaine continuera à jouer un rôle : en s'appuyant sur les avis exprimés par les consommateurs et leur analyse, les assureurs seront en mesure d'identifier les cas de figure où l'intervention humaine se révèle la plus efficace. A ce jour, les assureurs dans les marchés émergents sont à l'avant-garde en matière d'optimisation du potentiel offert par la digitalisation. En effet, dans bon nombre de ces marchés, les assureurs passent directement au digital alors que leurs pairs des marchés développés opèrent progressivement leur mue digitale.

La disponibilité des dispositifs numériques et de la connectivité universelle a modifié les comportements et les attentes des consommateurs, des plus jeunes en particulier. Plus autonomes que jamais grâce aux informations disponibles sur internet, les consommateurs attendent un accès rapide à l'information, un haut niveau de transparence et des expériences d'achat davantage personnalisées conformes à leur mode de vie.

La diffusion rapide des dispositifs numériques et de la connectivité universelle a modifié les comportements et les attentes des consommateurs, des plus jeunes en particulier. Plus autonomes que jamais grâce aux informations disponibles sur internet, les consommateurs attendent un accès rapide à

Media Relations, Zurich  
Telephone +41 43 285 7171


Evangelos Avramakis, Zurich  
Telephone +41 43 285 4973

Thomas Holzheu, Armonk  
Telephone +1 914 828 6502

Jonathan Anchen, Bangalore  
Telephone +91 80 4616 7601

Swiss Re Ltd  
Mythenquai 50/60  
CH-8022 Zurich

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

[www.swissre.com](http://www.swissre.com)  
 @SwissRe

l'information, un haut niveau de transparence et des expériences d'achat davantage personnalisées conformes à leur mode de vie.

### **Associer de manière ciblée digital et contact humain**

Vu que les connaissances des comportements des clients gagnent en granularité, le rôle de l'assurance évolue, de l'indemnisation des sinistres à une offre de services de conseil plus large en matière de prévention et d'atténuation des risques couvrant les besoins évolutifs dans le temps des clients, qu'ils soient particuliers ou professionnels. Par exemple, les sources de données numériques signalent des changements dans les conditions de vie des individus tels qu'un mariage, un nouveau logement ou emploi. Les assureurs peuvent, en réponse, adresser des conseils personnalisés au client concernant les actions d'atténuation des risques à engager, que ce soit sur un mode prédictif ou prescriptif.

La relation directe avec les clients évoluera encore au fur et à mesure que les nouveaux points de contact et canaux deviennent monnaie courante, et que les processus de back-office, tels que le marketing/ventes, la souscription et la gestion des sinistres, s'automatisent davantage. Au-delà des efficiences induites par la digitalisation, les assureurs pourront faire le meilleur usage des connaissances acquises et réserver l'intervention humaine aux moments où les consommateurs ont besoin d'accompagnement et d'empathie, en cas de survenance d'un événement de santé majeur ou d'un décès dans la famille par exemple. Le contact humain dans les moments délicats promouvra une assurance à visage humain.

### **De nouveaux modèles économiques dits *data-driven***

Les assureurs opéreront de manière croissante dans un environnement où ils disposent d'un accès permanent à diverses sources de données, générées par les objets connectés et les fournisseurs de plateformes notamment, ainsi qu'aux connaissances comportementales extraites des données consommateurs et environnementales. De nouveaux modèles économiques dits *data-driven* verront le jour, qui vont au-delà de la chaîne de valeur existante des assureurs. A cet égard, ce sont les partenariats avec des fournisseurs de données majeurs qui créeront un vrai effet de levier.

« L'innovation continuera de transformer l'industrie de l'assurance, » affirme Thierry Léger, Chief Executive Officer de Swiss Re Life Capital. « L'évolution des environnements de risques, les changements des comportements des clients et l'accélération des avancées technologiques seront les facteurs clés dans les années à venir. Nous devons exploiter les connaissances tirées de nos données et partenariats pour faire évoluer nos pratiques commerciales. »

### **Les marchés émergents montrent le chemin**

A ce jour, les assureurs dans les marchés émergents sont à l'avant-garde en matière d'optimisation du potentiel que représentent l'accès à diverses sources de données et les points de contact avec les consommateurs. Ils collaborent avec des plateformes et des écosystèmes numériques établis afin de combiner les fonctionnalités habituellement offertes par des entreprises

existantes possédant leur propre entité juridique au sein d'un point de service unique. Les assureurs apportent leur expertise de la souscription. Les plateformes et les écosystèmes offrent, pour leur part, un accès aux clients grâce à leur capacité à cibler des segments spécifiques et à explorer les comportements des utilisateurs ; ils proposent par ailleurs de multiples points de contact censés attirer l'attention des utilisateurs.

La réglementation jouera un rôle important pour favoriser l'intégration des nouvelles technologies et données à l'activité d'assurance à travers les différentes juridictions. En cherchant à monétiser le potentiel de la digitalisation, les assureurs devront tenir compte des exigences locales en matière de protection et de confidentialité des données. Les assureurs qui tireront leur épingle du jeu à long terme seront ceux qui sauront exploiter les connaissances tirées de leurs investissements et de leurs partenariats dans le domaine des data et de l'analyse des données, et qui développeront des solutions de protection contre les risques convaincantes en adéquation avec l'évolution de la réglementation.

#### Informations aux rédacteurs

##### Swiss Re

Le groupe Swiss Re est l'un des premiers fournisseurs mondiaux de réassurance, d'assurance et d'autres formes de transfert de risque fondées sur l'assurance et s'emploie à rendre le monde plus résilient. Il anticipe et gère les risques, des catastrophes naturelles au changement climatique et du vieillissement démographique à la cybercriminalité. Le groupe Swiss Re a pour but de favoriser l'épanouissement de la société et le progrès en créant de nouvelles opportunités et solutions pour ses clients. Son siège se trouve à Zurich, en Suisse, où il a été fondé en 1863. Le groupe Swiss Re opère dans le monde au travers d'un réseau d'environ 80 représentations. Il se compose de trois unités commerciales. Chacune poursuit sa stratégie distincte et un ensemble d'objectifs, contribuant ainsi à la mission globale du Groupe.

##### Comment commander cette étude *sigma*

La version anglaise du *sigma* N° 1/2020, « Data-driven insurance: ready for the next frontier? » est disponible aux formats imprimé et numérique. Vous pouvez télécharger la version électronique ou commander la version imprimée sur le site internet du Swiss Re Institute: <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2020-01.html>