

**Relations Presse Capgemini :**

Florence Lièvre

Tél. : +33 (0)1 47 54 50 71

E-mail : florence.lievre@capgemini.com

Relations Presse Efma :

Anna Quinn

Tél. : +33 (0) 1 47 42 6771

E-mail : anna.quinn@efma.com

World InsurTech Report 2019 : le métier de l'assureur doit évoluer alors que les InsurTech s'imposent dans l'expérience client digitale

La collaboration entre assureurs et InsurTech est essentielle pour répondre aux attentes des clients en matière de services complémentaires, de personnalisation et de flexibilité des offres

Paris, le 7 octobre 2019 – Selon le [World InsurTech Report \(WITR\)](#) publié par [Capgemini](#) et [l'Efma](#), les assureurs doivent aujourd'hui repenser leur approche et collaborer avec les InsurTech pour pouvoir répondre aux attentes croissantes de leurs clients dans un secteur en plein bouleversement.

« Avec l'évolution du marché de l'assurance, les acteurs du secteur vont progressivement étendre leurs rôles et leurs services : les organismes payeurs d'hier se transformeront en véritables partenaires capables d'identifier et d'anticiper les risques, et de répondre aux besoins de leurs clients en matière d'assurance mais également de services ne se rapportant pas à l'assurance, explique Anirban Bose, directeur général des Services financiers de Capgemini et membre du Comité de Direction générale du Groupe. Pour renforcer la relation avec leurs clients, les assureurs devront davantage collaborer avec les InsurTech qui proposent déjà des expériences client optimales grâce aux dernières technologies ainsi qu'à l'exploitation des données. »

« Face à la multiplication des acteurs sur ce marché, les assureurs traditionnels ont tout intérêt à s'allier avec des InsurTech, ajoute Vincent Bastid, secrétaire général de l'Efma. Et comme l'indique notre rapport, assureurs et InsurTech aspirent à cette collaboration qui permettra de proposer aux clients des produits et services plus sophistiqués. »

Le *World InsurTech Report* trace les contours d'un nouvel écosystème de l'assurance, avec un marché ouvert, basé sur le développement de nouvelles expériences client, une sélection structurée d'InsurTech et un processus de commercialisation collaboratif. Voici les principaux résultats du rapport :

Quatre changements fondamentaux transforment le secteur

Le rapport montre que le secteur de l'assurance subit actuellement quatre grandes transformations :

- L'expérience client, et non plus le produit, comme nouvelle priorité : 70% des assureurs et des InsurTech affirment qu'il est essentiel de prioriser les solutions holistiques de gestion du risque pour établir un nouveau marché de l'assurance.
- Les données deviennent un actif stratégique : plus de 70% des assureurs et des InsurTech estiment que les capacités avancées de gestion des données revêtent une importance critique.
- De la propriété vers une économie partagée : plus de 35% des assureurs et des InsurTech affirment déjà qu'il est essentiel de partager la propriété des actifs.

- S'associer à des spécialistes au lieu d'acheter ou de développer des solutions : 90% des InsurTech et 70% des acteurs traditionnels interrogés souhaiteraient travailler ensemble. Ils sont également ouverts aux partenariats avec d'autres acteurs comme les professionnels de la santé et du tourisme (voyage, transport et hôtellerie).

La maturité digitale reste une priorité pour les assureurs, mais la réalité est encore loin des attentes

Si les assureurs sont pleinement conscients de l'importance de ces changements, le rapport met en lumière un important décalage entre leurs attentes et leur maturité digitale réelle. Par exemple, 79% des assureurs affirment qu'il est important pour eux de bénéficier de capacités avancées de gestion des données, mais 37% seulement disposent actuellement d'une stratégie digitale concrète. De même, 37% estiment qu'il est vital de partager la propriété des actifs, mais seuls 11% s'appuient sur des architectures ouvertes pour collaborer avec d'autres acteurs.

La collaboration et les partenariats doivent devenir la nouvelle priorité

68% des assureurs disent que les partenariats sont essentiels, mais 32% seulement collaborent avec des partenaires de leur écosystème pour proposer de nouveaux services à valeur ajoutée. Et c'est précisément grâce à ces écosystèmes digitaux intégrés que les assureurs pourront offrir aux clients les expériences sur mesure et en temps réel qu'ils demandent. L'intégration digitale des assureurs s'imposera donc comme un enjeu clé, à l'heure où les utilisateurs souhaitent bénéficier de services toujours plus fluides et pratiques. Les partenariats représentent certes un premier pas dans la bonne direction, mais un long chemin reste à parcourir. Moins de 40% des assureurs traditionnels sont enclins à mettre en place une infrastructure technologique ouverte pour collaborer avec les InsurTech, alors que 60% de ces dernières se disent prêtes à accompagner les assureurs dans le développement de ce socle technologique.

La réussite appartiendra aux assureurs les plus innovants

Les résultats du rapport montrent que la réussite sur ce futur marché de l'assurance reposera principalement sur les capacités d'innovation des acteurs traditionnels. Pour cela, ils devront améliorer leur maturité digitale et gagner en agilité, puis rejoindre un écosystème ouvert pour développer des offres digitales pensées pour l'expérience utilisateur, en collaboration avec les InsurTech. Les assureurs les plus innovants parviendront à tirer parti des plateformes ouvertes pour rester concentrés sur les besoins de leurs clients, dans toutes leurs activités.

Méthodologie du rapport

Le World InsurTech Report (WITR) 2018 couvre les trois principaux segments du secteur des assurances : assurances vie, non-vie et santé. Ce rapport présente les résultats d'une enquête et d'une série d'entretiens menées auprès d'assureurs traditionnels et d'InsurTech. Cette étude rassemble les témoignages de plus de 75 dirigeants sur 20 marchés : Australie, Belgique, Brésil, Chine, Danemark, France, Allemagne, Inde, Israël, Italie, Japon, Singapour, Afrique du Sud, Espagne, Suède, Suisse, Pays-Bas, Turquie, Royaume-Uni et Etats-Unis.



À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte plus de 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 13,2 milliards d'euros en 2018.

Plus d'informations sur www.capgemini.com. *People matter, results count.*

À propos de l'Efma

Fondée en 1971 par des sociétés d'assurance et des institutions bancaires, l'Efma est une organisation internationale à but non lucratif ayant pour mission de faciliter les échanges entre les décideurs. Elle fournit aux banques et aux compagnies d'assurance les informations de qualité dont elles ont besoin pour stimuler l'innovation et la transformation. L'Efma compte aujourd'hui plus de 3 300 marques membres réparties dans 130 pays.

Son siège est situé à Paris. L'Efma dispose également de bureaux à Londres, Bruxelles, Barcelone, Stockholm, Bratislava, Dubaï, Milan, Montreal, Istanbul, Pékin, Tokyo et Singapour.

Site : www.efma.com