

**Contact Presse Capgemini :**

Florence Lièvre

Tél. : +33 (0)1 47 54 50 71

E-mail : florence.lievre@capgemini.com

Contact Presse Efma :

Anna Quinn

Tél. : +33 (0) 1 47 42 6771

E-mail : anna.quinn@efma.com

World InsurTech Report 2020 : la Covid-19 accélère la digitalisation dans le secteur de l'assurance

Pour répondre aux besoins croissants des entreprises et des clients, il sera crucial d'adopter un nouvel état d'esprit, de tirer parti des processus intelligents et de travailler en collaboration avec un écosystème de partenaires.

Paris, 15 septembre 2020 – Selon le [World InsurTech Report 2020 \(WITR\)](#), publié par [Capgemini](#) et [Efma](#), les assureurs doivent envisager de nouveaux moyens pour mettre en place des fonctionnalités capables de répondre aux besoins digitaux des clients, à l'heure où les BigTechs¹ et acteurs non traditionnels font leur entrée dans le secteur de l'assurance.

Selon le *World InsurTech Report 2020*, alors que la Covid-19 renforce l'engagement et les attentes des clients, et que les assureurs mettent l'accent sur leurs efforts de digitalisation, de nouvelles opportunités émergent pour les InsurTechs. Tandis que la présence des BigTechs se fait ressentir dans le secteur de l'assurance, les frontières entre les compagnies d'assurance, les InsurTechs, les BigTechs et leurs partenaires technologiques deviennent plus floues. Pour rester compétitifs, les assureurs doivent s'améliorer dans les domaines à fort impact, notamment l'orientation client, des processus intelligents, un écosystème ouvert, et une gestion de produits agile.

« Les assureurs doivent réaliser que leur concurrence ne se limite pas aux autres compagnies et doivent prendre en compte les BigTechs et autres acteurs non traditionnels qui offrent souvent une expérience client supérieure », explique Anirban Bose, directeur général des Services financiers de Capgemini et membre du Comité de Direction générale du Groupe. « Faire évoluer leurs relations avec les InsurTechs aidera les assureurs à déployer leur digitalisation plus rapidement et plus efficacement, et contribuera à renforcer les relations avec leurs clients et à résister face à ces nouveaux arrivants. »

« Les assureurs doivent se concentrer davantage sur les clients dans toutes leurs activités », affirme John Berry, PDG d'Efma. « La maturité des InsurTechs et leur volonté de collaborer pour apporter aux assureurs de nouvelles solutions technologiques ne cessent d'augmenter, ce qui permet aux assureurs de répondre aux besoins accrus des clients. »

L'influence de la Covid-19 sur des catégories d'assurance spécifiques

La Covid-19 a diversement touché les différents types d'assurance : une hausse des demandes d'indemnisation a été constatée dans les domaines des assurances vie et santé, alors qu'elles sont en baisse pour les voyages et l'automobile. Néanmoins, tous les assureurs ont observé des

¹ Le rapport définit les BigTechs comme les grandes multinationales spécialisées dans les technologies. Parmi elles : Google, Amazon, Facebook, Apple, Alibaba et Tencent.

changements dans leurs interactions avec leurs clients. Même si plus de 90% des entreprises ont pu pleinement poursuivre leurs activités à distance, elles estiment que la pandémie de Covid-19 a eu un impact sur l'acquisition et la fidélisation des clients. En juillet, 61% des assureurs - contre 57% en avril - sont convaincus que la Covid-19 a eu un impact sur l'acquisition de nouveaux clients, et 42% d'entre eux - contre 29% en avril - sur la fidélisation des clients.

Les BigTechs axées sur le client sont les stars du digital

La Covid-19 n'est pas la seule menace dans l'acquisition et la fidélisation des clients. Les BigTechs ont relevé la barre en matière d'expérience client et de confiance pendant la pandémie avec des processus résistants aux crises, des réponses en temps réel et un service client intuitif. L'intention des assurés de souscrire des assurances auprès de BigTechs est passée de 17% en 2016 à 36 % en janvier 2020, pour atteindre 44% en avril 2020. Afin de pouvoir rivaliser avec les BigTechs, les assureurs doivent se concentrer sur les priorités les plus importantes, notamment offrir une expérience client de premier ordre (94% des assureurs interrogés disent que c'est très important), des processus résistants aux crises (90%), des réponses en temps réel (87%), adopter une approche bienveillante (86%) et proposer l'assurance en tant que service (70%). Et si l'utilisation du Cloud et d'API² ouvertes est essentielle, les assureurs traditionnels ne sont pas au rendez-vous. Seuls 19% des assureurs représentés dans le rapport confient disposer de processus sans contact, 29% de méthodes de conception centrées sur l'être humain et de systèmes prêts pour le digital, 38% ont mis en œuvre des API ouvertes et 48% ont une entreprise *Cloud-native*.

Quand compétition rime avec collaboration

Le rapport fait ressortir qu'en vue d'améliorer leurs capacités, les assureurs doivent soit créer ou acheter des technologies, soit miser sur la collaboration, après avoir soigneusement pesé le pour et le contre parmi quatre facteurs : le temps, les investissements, l'autonomie et la différenciation. La collaboration au moyen de partenariats est la manière la plus efficace d'accéder aux technologies nécessaires pour rester compétitifs sur la place de marché. Les partenariats avec des spécialistes, via un accès partagé, permettent aux acteurs du secteur de l'assurance de se concentrer sur leur cœur d'activités et d'offrir plus de valeur, tout en étant rentables. La volonté de collaborer est en hausse parmi les acteurs du secteur de l'assurance. Selon le World InsurTech Report 2020 :

- 67% des assureurs souhaitent collaborer avec les InsurTechs
- 85% des InsurTechs cherchent à s'associer avec des fournisseurs de technologies, tandis que 83% veulent collaborer avec des assureurs
- Plus de 60% des assureurs et des InsurTechs sont intéressés à la perspective de collaborer avec les BigTechs

Les compagnies d'assurance traditionnelles devront adopter un nouvel état d'esprit et désormais accorder la priorité à un accès partagé aux données et capacités plutôt qu'à leur propriété afin de favoriser l'efficacité et encourager les partenariats avec des spécialistes. Cela leur permettra également de se concentrer sur leur cœur d'activités et de proposer plus de valeur au moyen de l'hyperpersonnalisation et de la co-innovation continue.

Méthodologie du rapport

Le *World InsurTech Report (WITR) 2020* porte sur les trois principaux segments du secteur de l'assurance : assurances vie, dommages et santé. Le rapport s'appuie sur des données de recherche issues de deux principales sources : les enquêtes et les interviews auprès de compagnies

² API : interface de programmation applicative



d'assurance traditionnelles et d'InsurTechs. Les informations ont été collectées auprès de plus de 175 cadres dirigeants dans 26 marchés : Afrique du Sud, Allemagne, Argentine, Australie, Autriche, Belgique, Brésil, Bulgarie, Canada, Croatie, Emirats arabes unis, Espagne, Etats-Unis, France, Hong Kong, Inde, Israël, Italie, Japon, Mexique, Pays-Bas, Royaume-Uni, Singapour, Suède, Suisse et Turquie.

À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, de la transformation numérique, des services technologiques et d'ingénierie. 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 plus 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 aujourd'hui 270 000 collaborateurs présents dans près de 50 pays. Avec Altran, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires combiné de 17 milliards d'euros en 2019.

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, Milan, Stockholm, Bratislava, Varsovie, Moscou, Istanbul, Beyrouth, Dubaï, Tokyo, Singapour, Sydney, Montréal et en Andorre.

Pour en savoir plus : www.efma.com