

**Relations Presse Capgemini :**

Florence Lièvre

Tél. : +33 1 47 54 50 71

E-mail : florence.lievre@capgemini.com

Relations Presse Efma :

Anna Quinn

Tél. : +33 1 47 42 67 71

E-mail : Anna.quinn@efma.com

World InsurTech Report 2018 : les collaborations entre compagnies d'assurance traditionnelles et InsurTech se multiplient

Dans un contexte de concurrence et d'investissement technologique accru, la collaboration entre les acteurs du secteur est essentielle pour améliorer l'expérience client

Paris, le 2 octobre 2018 – Selon la première édition du [World InsurTech Report](#) publiée par [Capgemini](#) et [l'Efma](#), les start-ups de l'assurance (InsurTech) sont en plein essor et ouvrent la voie à une nouvelle ère de collaboration avec les assureurs traditionnels.

Selon le rapport, les dirigeants des compagnies d'assurance estiment que les InsurTech joueront un rôle majeur pour réinventer l'expérience client, améliorer l'efficacité opérationnelle à grande échelle et créer de nouveaux *business models*. Les acteurs traditionnels du secteur de l'assurance s'attendent également à des bouleversements et une nouvelle concurrence liés à l'arrivée des BigTech¹ et d'industriels sur le marché. Ceci intervient dans le sillage d'une très forte progression du niveau d'investissement des InsurTech, à un rythme de 36,5% par an entre 2014 et 2017².

Un secteur en pleine mutation

Tous les répondants s'accordent à dire que les InsurTech transforment le secteur. Interrogés sur l'impact actuel et potentiel des InsurTech, 67,1% des assureurs traditionnels ont répondu que celles-ci pourraient « redéfinir l'expérience client » (91,7% chez les dirigeants d'InsurTech), 37% estiment qu'elles pourraient « créer de nouveaux *business models* » et 35,4% pensent qu'elles pourraient venir « apporter de nouvelles compétences aux compagnies d'assurances traditionnelles » (respectivement 58,3% et 33,3% chez les dirigeants d'InsurTech).

La collaboration, une priorité

Près de 96% des assureurs traditionnels souhaitent collaborer avec des InsurTech privilégiant les partenariats ou les modèles de type « Solution-as-a-Service » (SaaS). L'approche préférée par la grande majorité d'entre eux (77,9%) est d'établir des « *partenariats pour développer une nouvelle solution* ». Ils sont tout aussi nombreux (75,8%) à souhaiter une approche Solution-as-a-Service. En revanche, seul un tiers d'entre eux (32,6%) envisagent des acquisitions.

Les répondants estiment que les bénéfices d'une collaboration sont : « *une meilleure capacité à améliorer l'expérience client* » (77,2%), « *un délai de mise sur le marché plus rapide* » (59,5%), « *de nouvelles capacités digitales* » (46,8%) et un « *avantage concurrentiel* » (40,5%). Les

¹ Les BigTech sont les grandes multinationales spécialisées dans les technologies et possédant une vaste clientèle. Parmi elles : Google, Amazon, Facebook, Apple et Alibaba.

² CB Insights, *Quarterly InsurTech Briefing*, 1^{er} trimestre 2018



InsurTech avec lesquelles les compagnies d'assurances envisagent d'établir des partenariats à court ou moyen terme sont celles spécialisées dans les données (62%), dans les solutions de gestion des sinistres (51,9%) et de front-office (51,9%) ainsi que dans les technologies (55,7%).

« Dans un écosystème en constante évolution, la collaboration est un modèle que les assureurs et InsurTech perçoivent comme la clé de la réussite pour réinventer l'expérience client, enjeu prioritaire pour l'ensemble des acteurs du secteur. Les leaders de demain devront trouver le bon mode de collaboration pour rester agiles sur le long terme », affirme Anirban Bose, directeur général de la Strategic Business Unit Services financiers de Capgemini et membre du Comité de Direction générale du Groupe.

Parallèlement à la montée en puissance des InsurTech, les compagnies d'assurances traditionnelles pensent qu'elles pourraient faire face à une nouvelle vague de concurrence de la part des industriels et des BigTech. Pour 81% des compagnies interrogées, Amazon représente leur principal concurrent potentiel, tandis que les autres BigTech (Alibaba, par exemple) et les industriels sont chacun désignés par 59,5% des répondants.

« Avec l'arrivée de nouveaux concurrents, les compagnies d'assurances traditionnelles doivent faire preuve d'agilité et d'innovation. Trouver le bon partenaire InsurTech sera un atout clé pour s'imposer dans un secteur en constante évolution », conclut Vincent Bastid, Secrétaire général de l'Efma.

Méthodologie

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 140 dirigeants sur 33 marchés.

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 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 12,8 milliards d'euros en 2017.

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

A 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, Mumbai et Singapour.

Site : www.efma.com