

Assurance de dommages

Les assureurs de dommages commencent à récolter les fruits de leur transformation numérique. Ainsi, en 2021, 27 % des dirigeants ont affirmé que leurs stratégies de transformation numérique généraient des résultats, comparativement à seulement 19 % en 2020. Dans l'ensemble, 59 % des dirigeants du secteur de l'assurance de dommages disposent maintenant de stratégies « en œuvre » ou « qui produisent des résultats », une amélioration marquée par rapport aux années précédentes. Ce ne sont là que quelques-unes des observations des dirigeants qui ont participé à notre sondage annuel La voix de nos clients.

Poursuivez votre lecture pour en savoir plus sur les principales tendances chez les dirigeants, leurs priorités et nos principales recommandations pour accélérer la transformation numérique, l'innovation et l'agilité dans le secteur de l'assurance de dommages.



La transformation numérique et l'innovation pour répondre aux nouvelles attentes des clients

Les répercussions de la pandémie et l'évolution rapide des attentes des clients ont accéléré la nécessité pour les dirigeants du secteur de l'assurance de dommages de faire preuve d'innovation et d'améliorer l'agilité organisationnelle au moyen de nouvelles applications et infrastructures. Plus de la moitié des dirigeants modernisent leurs applications et migrent vers le nuage.

Certains ont également mis l'accent sur l'amélioration de l'expérience client au moyen de données et de nouvelles méthodes d'interaction. Des dirigeants estiment qu'il s'agit d'une priorité sur le plan des affaires et des TI pour 2021.

La nécessité de la transformation numérique et de l'innovation s'observe aussi dans les trois principaux domaines d'investissement pour 2021. L'analyse de données arrive en tête de liste (93 %), suivie de la transformation numérique (90 %) et de l'innovation en matière de produits, de services et d'expérience client (90 %).

Chaque année, nous rencontrons des hauts dirigeants d'entreprises clientes du monde entier pour connaître leur point de vue sur les tendances qui ont une incidence sur leur organisation et leur secteur d'activité. Grâce à La voix de nos clients CGI, nous analysons ces résultats pour fournir des perspectives exploitables par secteur d'activité afin de comparer les meilleures pratiques, y compris les attributs des leaders du numérique. Le présent rapport résume les tendances et les priorités qui sont ressorties de nos conversations dans le cadre de La voix de nos clients 2021 avec 66 dirigeants du secteur de l'assurance de dommages, ainsi que des recommandations à l'intention des organisations pour accélérer leur virage numérique.

À propos des perspectives

En 2021, nous avons rencontré 1 695 dirigeants des fonctions d'affaires et informatiques (TI). Ce sommaire présente des perspectives tirées d'entrevues menées auprès de 66 dirigeants du secteur de l'assurance de dommages en Europe et en Amérique du Nord.

Données démographiques issues des entrevues

38 % dirigeants des fonctions d'affaires

62 % dirigeants des fonctions informatiques (TI)

76 % direction

Au cours des six dernières années, dans le cadre de La voix de nos clients CGI, nous avons mené 7 470 conversations avec des clients et recueilli un million de données au sein des secteurs et des marchés géographiques où nous exerçons nos activités. Nos données de référence anonymes reflètent les perspectives de 5 500 organisations clientes situées dans des pays représentant 68 % des dépenses mondiales en TI, tous secteurs d'activité confondus.

Principales tendances et priorités

L'évolution rapide des attentes en matière de produits destinés aux clients et de services numériques demeure la tendance dominante pour 2021, tandis que les principales priorités d'entreprise et TI sont axées sur l'expérience client et les données.

Principales tendances

- 1 Évolution rapide des attentes en matière de produits destinés aux clients et de services numériques
- 2 Gestion des coûts pour maintenir/améliorer le ratio combiné d'exploitation
- 3 Respect et optimisation de la conformité réglementaire

Principales priorités d'entreprise

- 1 Favoriser une expérience numérique cohérente et différenciée
- 2 Soutenir continuellement l'automatisation de bout en bout des processus, en interne et en externe et à l'échelle de la chaîne de valeur
- 3 Tirer de la valeur des données pour améliorer la souscription et la satisfaction des clients

Principales priorités en TI

- 1 Continuer à utiliser des renseignements issus des données pour soutenir les activités
- 2 Rationaliser, simplifier et moderniser les applications et l'infrastructure
- 3 Innover en matière de produits et d'expérience client



10 principales perspectives pour le secteur de l'assurance de dommages

1

La production de données exploitables gagne en importance et devient l'ultime priorité en TI.

Après s'être classée quatrième en 2019 et 2020, la production de données exploitables pour soutenir l'entreprise se hisse au sommet des priorités en TI des dirigeants en 2021. Les données recueillies permettent la mise au point de nouveaux produits personnalisés, le lancement de nouveaux canaux de distribution et de services stratégiques, et l'optimisation de l'expérience client. L'utilisation des données pour améliorer la souscription et l'évaluation des clients constitue également une priorité d'entreprise.

2

Les attentes des clients poussent les entreprises à entamer leur transformation numérique et à innover.

Pour la troisième année consécutive, les dirigeants mentionnent les nouvelles attentes en matière de produits destinés aux clients et de services numériques comme tendance principale. De plus, 63 % des dirigeants affirment que les attentes des clients ont une incidence sur leurs stratégies numériques, un bond de 5 % par rapport à 2020. En réponse à ces attentes, 91 % indiquent que la numérisation de l'expérience client comme principale initiative numérique pour 2021, ce qui peut être attribuable à l'évolution des habitudes de consommation et à l'émergence des plateformes d'assurance.

3

Les stratégies numériques évoluent.

Le pourcentage de dirigeants observant les résultats de leurs stratégies de transformation numérique est passé de 19 % à 27 % en une année. Près de 60 % des dirigeants disposent maintenant de stratégies « en œuvre » ou « qui produisent des résultats ». Toutefois, le pourcentage de dirigeants dont les stratégies sont en cours d'élaboration ou de lancement a chuté de 53 % en 2020 à 41 % en 2021. Cela est probablement attribuable aux stratégies bien établies et à la nécessité de modifier temporairement les priorités en raison de la pandémie. Nous avons bien hâte de suivre l'évolution de cette tendance dans notre sondage de 2022.

10 principales perspectives pour le secteur de l'assurance de dommages

4

Près de la moitié des dirigeants prévoient avoir recours à des services en mode délégué au cours des trois prochaines années.

Près de la moitié des dirigeants prévoient avoir recours à des fournisseurs de services en mode délégué dans une mesure considérable au cours des trois prochaines années. Cette tendance dénote que les dirigeants cherchent à transférer les services de base à des fournisseurs afin que leurs propres ressources se concentrent sur la mise au point de nouveaux services numériques à valeur ajoutée dans le cadre de leurs stratégies de numérisation et d'innovation.

5

Les chaînes d'approvisionnement technologiques sont peu agiles et très complexes.

Seulement 25 % des dirigeants estiment que l'agilité de leur chaîne d'approvisionnement technologique est très élevée, mais ce pourcentage est tout de même supérieur à la moyenne de tous les secteurs d'activité que nous servons (23 %). De plus, 30 % affirment que la complexité de leur chaîne d'approvisionnement apporte son lot de difficultés. Cela laisse supposer que la transformation numérique du secteur de l'assurance de dommages et les changements connexes continuent d'être laborieux et que la transition de systèmes existants plus complexes risque de ralentir la cadence.

6

Plus de la moitié des organisations modernisent leurs applications et les intègrent au nuage.

Au cours des deux prochaines années, 61 % des dirigeants prévoient moderniser les applications de leur organisation, et 58 % prévoient les migrer vers le nuage. Les dirigeants sont de plus en plus nombreux à privilégier les environnements en nuage publics et hybrides tant pour leur organisation que pour les clients. À titre d'exemple, 70 % des dirigeants sondés préfèrent un modèle en nuage public, et seulement 48 % choisissent un modèle privé.

7

Les investissements futurs en TI s'alignent étroitement aux principales tendances et priorités.

Les trois principaux secteurs d'investissement des dirigeants pour 2021 sont étroitement liés aux nouvelles attentes des clients, qui les poussent à innover et à numériser leurs processus. L'analyse de données arrive en tête de liste (93 %), suivie de la transformation numérique (90 %) et de l'innovation en matière de produits, de services et d'expérience client (90 %).



10 principales perspectives pour le secteur de l'assurance de dommages

8

Dans un contexte de travail à distance, la formation des employés est essentielle à la cybersécurité.

En raison de la poursuite du travail à distance et de la vulnérabilité accrue aux attaques que cela entraîne, 89 % des dirigeants considèrent la formation et la sensibilisation des employés comme un élément essentiel de leurs programmes de cybersécurité. Le recensement des actifs fondamentaux est aussi important et demeure difficile en temps de pandémie compte tenu de la complexité des grands projets de modernisation. Le principal facteur essentiel à la réussite mentionné est la mise à l'essai et la vérification des capacités d'intervention (91 %).

9

L'importance de la conformité réglementaire diminue.

Bien que la conformité réglementaire demeure l'une des cinq grandes tendances, son importance a diminué maintenant que certains textes législatifs, dont le Règlement général sur la protection des données et la directive Solvabilité II, sont appliqués couramment. En fait, la proportion déclarée du budget de TI affectée à la conformité réglementaire est étonnamment faible cette année : 35 % des dirigeants y consacrent moins de 10 % de leur budget (comparativement à 24 % dans le secteur des services financiers).

10

Le développement durable est moins important que dans d'autres secteurs.

Seulement 34 % des dirigeants du secteur de l'assurance de dommages considèrent le développement durable comme un élément essentiel de la capacité de leur organisation à continuer de créer de la valeur pour les clients, malgré l'incidence des changements climatiques sur la volatilité des risques. Ce pourcentage est nettement inférieur à celui de leurs homologues du secteur de l'assurance vie et des régimes de retraite (51 %), ainsi que des services financiers (54 %).

Leaders du numérique du secteur de l'assurance de dommages

En 2021, plus de dirigeants du secteur de l'assurance de dommages déclarent les résultats de leurs stratégies numériques (27 %) que de dirigeants de l'ensemble des secteurs d'activité que nous servons (20 %). Ils sont de plus en plus nombreux (63 %) à observer aussi l'incidence des attentes des clients sur leurs stratégies numériques, ce qui représente une hausse de 5 % par rapport à l'an dernier.

Le tableau suivant compare les réponses aux questions des leaders du numérique à celles des dirigeants dont les organisations sont actuellement en train d'élaborer ou de lancer des stratégies numériques.

Attributs communs des leaders du numérique	Dirigeants obtenant des résultats de leurs stratégies numériques	Dirigeants élaborant ou lançant des stratégies numériques
Collaborent plus efficacement	50 %	17 %
Sont plus en mesure de concilier les priorités d'entreprise et TI	67 %	50 %
Ont davantage recours aux services en mode délégué et aux partenaires	87 %	80 %
Sont convaincus que le développement durable est essentiel pour créer de la valeur pour les clients	60 %	27 %

En 2021, 89 % des dirigeants affirment avoir une stratégie numérique définie, et 40 % que leur stratégie s'étend à leurs partenaires et fournisseurs (comparativement à une moyenne de 27 % pour l'ensemble des secteurs d'activité). Cela indique que les leaders du numérique privilégient des modèles d'affaires plus ouverts et des chaînes d'approvisionnement élargies. Toutefois, les systèmes existants continuent de nuire à la mise en œuvre des stratégies numériques (70 % des dirigeants attribuent à ce problème un score entre 6 et 10, 10 étant très difficile).

5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

1 Continuer à lancer et à mettre en œuvre des stratégies de transformation numérique pour tirer parti des nouvelles occasions créées par la pandémie, des nouvelles attentes des clients et des nouvelles méthodes de travail. Les dirigeants qui avaient une stratégie numérique définie au début de la pandémie ont su exploiter ces occasions et générer des résultats positifs grâce à cette stratégie. Le pourcentage de dirigeants lançant des stratégies numériques en 2021 a toutefois reculé, ce qui pourrait servir de signal d'alarme pour certains. La capacité de stimuler l'innovation et de lancer rapidement de nouveaux produits et services tout en améliorant l'expérience client est essentielle pour tirer parti des demandes en constante évolution.

2 Migrer les environnements existants vers le nuage pour accroître l'agilité commerciale, améliorer l'efficacité opérationnelle, réduire les coûts et favoriser une nouvelle croissance. Les dirigeants comprennent que les environnements existants complexes et coûteux nuisent à l'agilité, tandis que les solutions en nuage modernes leur permettent d'atteindre leurs objectifs d'affaires plus rapidement et de libérer des ressources afin qu'elles puissent se concentrer sur la mise au point de nouveaux services numériques. Cette année, les dirigeants s'intéressent beaucoup à la migration vers le nuage. Une majorité importante d'entre eux prévoient d'ailleurs migrer plus de 20 % de leurs applications vers le nuage au cours des deux prochaines années, mais certains hésitent toujours entre des services en nuage publics et privés.

3 Mettre davantage l'accent sur les clients et les nouvelles façons d'interagir avec eux pour rester à l'affût des nouvelles habitudes de consommation. Pour cela, il faut évaluer la façon dont vous créez et publiez l'information (de la tarification à la souscription), trouver des solutions pour mettre au point et à l'essai vos produits et les distribuer plus rapidement, et apprendre à connaître vos clients afin de pouvoir interagir avec eux en fonction de leurs habitudes de consommation en constante évolution.

L'atteinte de ces objectifs nécessite une évaluation des plateformes actuelles, une utilisation efficace de sources de données existantes et nouvelles, et une stratégie complète de gestion de données. Cette année, les budgets des TI visent de nouvelles applications et infrastructures, et la création de valeur à partir de données exploitables constitue une priorité d'entreprise et TI. Ces investissements sont essentiels pour générer les produits, les propositions et les prix nécessaires pour attirer davantage de clients.

5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

4

Aborder les aspects techniques et humains de la cybersécurité pour élaborer une stratégie de cybersécurité robuste et efficace. Par le passé, l'accent a été mis sur le renforcement de l'environnement technologique, et bien que cela demeure une priorité, une plus grande attention est accordée aux vulnérabilités humaines. Les atteintes au pare-feu sont maintenant moins courantes que les attaques d'hameçonnage lancées par des pirates informatiques, par exemple.

Un programme complet de cybersécurité regroupe la formation des employés et des simulations d'hameçonnage, ainsi que des solutions techniques, comme des tests d'intrusion et le renforcement des infrastructures. La sensibilisation aux attaques humaines est également essentielle, et cette année, les dirigeants mentionnent la sensibilisation des employés comme leur principal besoin en matière de cybersécurité.

5

Se préparer à l'intensification de l'examen des facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) découlant de la conformité réglementaire active et passive — active pour ce qui est de la réglementation qui régit les transactions et les comportements (p. ex. double tarification) et passive en ce qui concerne les nouvelles obligations en matière de développement durable (p. ex. nouvelles tendances et nouveaux mandats ESG). Certains assureurs continuent d'utiliser certains outils, comme des feuilles de calcul, dans des domaines clés comme la tarification, et cela nuit à la vérification et à la traçabilité. Et puisque les organismes de réglementation se penchent là-dessus, l'optimisation de la conformité est l'une des principales tendances de l'année. Les dirigeants se voient aussi dans l'obligation de contribuer au développement durable. De nouvelles sources de données, comme les données d'observation de la Terre et les données d'immeubles intelligents, permettent aux assureurs de mieux surveiller les actifs — des usines aux serres en passant par les fermes d'aquaculture — pour s'assurer qu'ils sont gérés de manière durable, tout en réduisant le profil de risque de ces types de biens.



À propos de CGI

Allier savoir et faire

Fondée en 1976, CGI est l'une des plus importantes entreprises de services-conseils en technologie de l'information (TI) et en management au monde.

Nous sommes guidés par les faits et axés sur les résultats afin d'accélérer le rendement de vos investissements. Pour nos 21 secteurs d'activité cibles et à partir de plus de 400 sites à l'échelle mondiale, nos 80 000 professionnels offrent des services-conseils complets, adaptables et durables en TI et en management. Ces services s'appuient sur des analyses mondiales et sont mis en œuvre à l'échelle locale.

Pour obtenir un ensemble complet des perspectives sectorielles
La voix de nos clients CGI et consulter l'un de nos experts, visitez le site cgi.com/fr/voix-de-nos-clients ou communiquez avec nous : info@cgi.com.

