25 YEARS | sollers CEO Voices

L'IA et l'impact humain

Table des matières

3 **Michał Trochimczuk et Marcin Pluta**
Préface

4 **Introduction**
L'IA et l'impact humain

6 **Professor Dr. Frank Walthes I VKB**
Il est impératif de continuer à investir dans l'innovation numérique

8 **Andrew Horton I QBE**
Les outils basés sur l'IA améliorent déjà la rapidité et la précision en matière de souscription

10 **Simon Wilson I Markel Insurance**
C'est seulement lorsque nous combinons une compréhensio approfondie des produits avec la technologie que nous pouvons avoir un impact réel

12 **Jean-Daniel Laffely I Vaudoise**
L'IoT permettra la collecte de données en temps réel pour une gestion proactive des risques

14 **Ken Norgrove I Intact UK&I**
Le pouvoir transformateur des données et de l'IA est indéniable

16 **Marcus Ryu I Battery Venture**
L'IA comble les différences entre les langues, les formats de données et les systèmes

18 **Isabelle Le Bot I La France Mutualiste**
Les plateformes en ligne et les signatures électroniques ont rendu l'investissement plus accessible

20 **Agnès Paquin I CNP Assurances**
L'IA nous mènera vers davantage d'automatisation et fera évoluer la nature des métiers

22 **Andrej Slapar I Triglav**
L'informatique quantique a le potentiel de révolutionner la modélisation des risques

24 **Dr. Jürg Schiltknecht I Helvetia Allemagne**
Le Web a considérablement réduit l'asymétrie d'information entre assureurs et clients

26 **Brenda Gibson I Red River Mutual**
Le défi sera d'intégrer ces technologies de façon complémentaire à l'expertise humaine

28 **Mentions légales**

Préface

Au début des années 2000, nous avons fondé notre entreprise sur la base d'une idée simple mais ambitieuse : accompagner la transformation continue du secteur de l'assurance.

Nous avons eu le privilège d'assister à l'évolution de ce secteur à un rythme qui a dépassé toutes les prévisions – depuis les premières étapes de la numérisation et la mondialisation des services jusqu'à l'ère actuelle du cloud, de la donnée, de l'automatisation et de l'intelligence artificielle.

Notre 25e anniversaire fut non seulement un moment de célébration, mais aussi l'occasion de prendre du recul et d'observer l'industrie sous un angle plus large. Plutôt que de parler uniquement en notre nom, nous avons choisi de donner la parole à ceux qui façonnent quotidiennement l'orientation du secteur : des dirigeants de compagnies d'assurance du monde entier. Nous leur avons demandé de partager leurs réflexions et perspectives sur le passé, le présent et l'avenir de l'industrie.

Les entretiens présentés dans ce rapport sont le reflet de ces conversations inspirantes. Outre la pluralité des opinions exprimées, cela témoigne de notre responsabilité commune dans l'avenir d'un secteur qui joue un rôle clé dans la stabilité économique, sociale et sociétale. Chaque échange – présenté ici dans une version abrégée – révèle une pièce différente du puzzle.

En tant qu'entreprise qui accompagne les assureurs dans leurs décisions quotidiennes et leurs stratégies à long terme depuis plus de 25 ans, nous sommes profondément reconnaissants de la confiance que nos partenaires nous accordent.
Ce rapport est notre manière d'exprimer cette gratitude : un hommage aux personnes qui façonnent l'avenir de l'assurance et une invitation à poursuivre cette aventure ensemble.

Nous espérons que la lecture de ces entretiens vous inspirera autant que les conversations elles-mêmes nous ont inspirés.

Merci de faire partie de cette histoire !

Michał Trochimczuk & Marcin Pluta

Fondateurs de Sollers Consulting

L'IA et l'impact humain

11 PDG du secteur de l'assurance parlent des humains et de la technologie

Les PDG d'assurances considèrent l'IA comme la technologie la plus influente, et beaucoup sont convaincus de sa force disruptive. L'IA affectera toutes les activités de la chaîne de valeur assurantielle. Si son intégration est réussie elle permettra aux assureurs d'améliorer la communication en face à face. Les assureurs qui réussiront demain seront ceux capables de combiner efficacement technologie et capital humain.

À l'occasion de son 25e anniversaire, Sollers Consulting a lancé une série d'entretiens avec des PDG de grandes compagnies d'assurance à travers le monde. Sollers CEO Voices comprend également Markus Ryu, fondateur et ancien PDG de Guidewire et entrepreneur. Michał Trochimczuk, Marcin Pluta et Martin Seibold ont échangé avec eux sur l'évolution technologique du secteur de l'assurance au cours des 25 dernières années ainsi que sur les perspectives des 25 prochaines. Quels changements auront le plus grand impact sur l'assurance ? Onze PDG actuels ou anciens ont partagé leurs points de vue sur des sujets tels que l'intelligence artificielle (IA), l'Internet des objets (IoT), le cloud et les systèmes cœur d'assurance. Ils ont exploré la manière dont ces technologies influencent les opérations et les relations clients.

Au cours du dernier quart de siècle, la technologie a profondément remodelé le secteur de l'assurance. De la première numérisation aux avancées actuelles en IA, les dirigeants s'accordent sur un point : la technologie est passée d'un simple moteur d'efficacité back-office à un levier central de transformation. Les PDG décrivent une trajectoire marquée par la digitalisation, la modernisation et la montée en puissance de la donnée. Le professeur Frank Walthes, PDG de l'assureur allemand Versicherungskammer, se souvient du début des années 2000 comme d'un moment clé : La bulle Internet… a marqué un tournant dans la digitalisation des processus d'assurance. Depuis, les assureurs ont massivement investi dans l'automatisation, de nouveaux systèmes centraux et une transformation culturelle.

La force disruptive de l'IA

La disponibilité croissante des données et l'analytique ont également transformé la souscription. Simon Wilson, PDG du groupe américain Markel, explique : *Nous disposons désormais d'outils bien plus sophistiqués… qui permettent de prendre de meilleures décisions, plus rapidement.* L'assurance maritime, autrefois très traditionnelle, utilise désormais des données en temps réel sur les navires ainsi que des analyses avancées. Pour l'assureur suisse Vaudoise, comme le souligne son PDG Jean-Daniel Laffely, la digitalisation a réduit les coûts et permis un accès continu aux services, même si les clients suisses privilégient encore des parcours d'achat hybrides. Les dirigeants du secteur considèrent aujourd'hui l'IA comme la technologie la plus influente, suivie par l'IoT, les systèmes cœur et le cloud.

Plusieurs PDG soulignent le potentiel fortement disruptif de l'IA.

Ce sont la data et l'IA qui nous transforment beaucoup en ce moment et continueront de bouleverser nos modèles historiques, souligne Agnès Paquin, PDG de CNP Assurances IARD. *L'IA va entraîner des changements disruptifs dans le secteur. Beaucoup cherchent encore des cas d'usage bénéfiques pour toutes les parties. Cependant, je suis convaincu qu'ils émergeront rapidement. À l'avenir, l'IA provoquera des changements disruptifs*, insiste Dr Jürg Schiltknecht, PDG de Helvetia Allemagne. *Beaucoup cherchent encore les cas d'usage réellement utiles, mais je suis convaincu qu'ils émergeront rapidement.* L'une des forces motrices de l'adoption de l'IA est la rapidité croissante de l'innovation, ajoute Isabelle Le Bot, PDG de La France Mutualiste : L'accélération technologique avec l'intelligence artificielle devrait bouleverser les modèles traditionnels.

Tous les domaines de l'assurance seront concernés

Un message ressort de tous les entretiens : l'IA touchera tous les domaines de l'assurance. *L'intelligence artificielle — notamment l'IA générative — sera profondément intégrée dans tous les aspects de l'assurance, de la souscription et de la tarification à la gestion des sinistres et au service client*, affirme Andrej Slapar, président du directoire de Triglav (Slovénie). *L'IA constitue une avancée majeure, avec des applications concrètes en gestion de sinistres et en tarification, souligne Laffely.*

l'IA pourra déployer tout son potentiel dans de multiples domaines de l'assurance – moteurs de tarification, offres produits, simplification de la relation client et gestion des sinistres.

Les PDG diffèrent quant à l'avancement réel de cette transformation. Simon Wilson décrit Markel comme un pionnier : *Nous avons été la première compagnie d'assurance au monde à déployer Microsoft 365 Copilot auprès de de l'ensemble de nos collaborateurs… Le véritable bénéfice réside dans le fait que nos équipes se familiarisent avec l'IA et commencent à comprendre comment elle peut transformer nos activités.*

Ken Norgrove, d'Intact, insiste sur la valeur déjà prouvée de l'IA : *Depuis plus de dix ans, nos collègues canadiens utilisent les données et l'IA prédictive pour accroître notre avantage concurrentiel en matière de tarification et de segmentation, ce qui explique en grande partie la surperformance de notre rendement des capitaux przopres (ROE).* De même, Slapar (Triglav) met en avant le rôle croissant de l'IA générative dans l'automatisation, la tarification en temps réel et le service client.

Impact humain et technologie

Pour d'autres, les gains importants restent à venir. *L'IA est une technologie clé pour accroître l'efficacité de nos processus., déclare Schiltknecht.* Paquin ajoute : *L'IA va nous permettre d'apporter de la rapidité dans le traitement des demandes des clients, des réponses de meilleure qualité à leurs questions, plus précises et adaptées à leur situation.* Les PDG considèrent l'IA comme un outil renforçant l'empathie et la personnalisation. Marcus Ryu, cofondateur de Guidewire, estime que l'IA réduit les frictions dans les échanges et dans les données : *L'IA comble les écarts entre les langues, les formats de données et les systèmes… permettant une expérience client bien supérieure.*

Au-delà des fonctions cœur de gestion des sinistres et de tarification/souscription, les dirigeants soulignent aussi l'impact technologique sur la gestion des risques. *L'un des progrès majeurs a été la manière dont nous quantifions et évaluons le risque*, insiste Wilson. Norgrove ajoute : *Le secteur de l'assurance a connu une profonde transformation, sous l'impulsion des innovations technologiques … Ces évolutions ont remodelé la manière dont les assureurs opèrent, interagissent avec leurs clients, évaluent les risques.* Brenda Gibson, PDG de Red River Mutual (Canada), met en avant l'impact humain : *Le défi sera d'intégrer ces technologies de façon complémentaire à l'expertise humaine. Le succès reposera sur l'alliance entre technologie, intelligence humaine et collaboration, afin de répondre aux besoins des clients, gérer les risques et préserver les valeurs durables du modèle mutualiste.*

Des solutions face à la pénurie de main-d'œuvre

Les PDG expliquent l'interdépendance entre innovation technologique et effectifs. Pour les assureurs allemands, il est crucial de se préparer dès maintenant à une diminution de la main-d'œuvre. *Avec le départ à la retraite de la génération baby-boomer, nous ne sommes pas en mesure de remplacer cette main-d'œuvre à l'identique. Il est donc essentiel de tirer parti des avancées technologiques sur le lieu de travail grâce à la digitalisation*, explique le Prof. Dr. Frank Walthes.

Agnès Paquin rappelle que la technologie ne réduit pas nécessairement les effectifs : *Les emplois dans l'assurance n'ont pas diminué, au contraire, passant d'emplois opérationnels à des emplois plus technologiques et régaliens.*

Selon Ken Norgrove, la technologie permet même d'augmenter et d'améliorer les interactions en face à face : *Les assureurs qui s'imposeront à l'avenir sont ceux qui sauront combiner efficacement la technologie et les ressources humaines.* Brenda Gibson partage cet avis : *Le défi sera d'intégrer ces technologies de façon complémentaire à l'expertise humaine.*

Professeur Frank Walthes

PDG de VKB (Allemagne)

Depuis 2012, le professeur Dr Frank Walthes est président du conseil d'administration du groupe Versicherungskammer. Il est également professeur honoraire pour la transformation stratégique des services financiers à l'université des forces armées fédérales de Munich. En outre, il est président du conseil d'administration du centre allemand de formation professionnelle pour le secteur de l'assurance à Munich depuis 2016.

Entretien entre le Dr Martin Seibold, associé chez Sollers Consulting, et le Professeur Dr Frank Walthes, président du conseil d'administration du groupe Versicherungskammer.

Il est impératif que nous continuions à investir dans l'innovation numérique

Dr Martin Seibold : Professeur Walthes, quels ont été les développements technologiques les plus significatifs dans le secteur de l'assurance au cours des 25 dernières années, et comment ont-ils influencé les activités du groupe Versicherungskammer ?

Professeur Dr Frank Walthes : Au cours du dernier quart de siècle, la transformation numérique a profondément remodelé le secteur de l'assurance, y compris nos activités au sein du groupe Versicherungskammer. Je me souviens de la bulle internet du début des années 2000 [1], qui a marqué un tournant dans la digitalisation des processus d'assurance. Depuis lors, nous avons adopté une approche transversale, interdisciplinaire et interhiérarchique à tous les niveaux de l'organisation, en mettant l'accent sur les applications, les processus et l'optimisation structurelle. En 2014, nous avons lancé un vaste programme de digitalisation visant à améliorer les processus internes et à accroître l'efficacité dans tous les domaines d'activité. Dès le départ, l'une des principales priorités a été d'améliorer la gestion de la relation client. Par exemple, il y a dix ans déjà, nous utilisions IBM Watson pour détecter les signaux émotionnels dans les correspondances avec les clients.

Une autre étape importante a été la création de notre Campus de l'Innovation en 2018. Grâce à un processus de présentation interne, nous pouvons évaluer rapidement et mettre en œuvre des idées innovantes émanant de nos services spécialisés et de nos collaborateurs. Parallèlement, notre laboratoire de recherche interne développe des concepts et les fait progresser jusqu'au stade de prototype ou de produit minimum viable (MVP). Aujourd'hui, sous l'égide de notre initiative d'entreprise « go.Innovation » for all, nous avons cultivé une solide culture de l'innovation qui soutient nos efforts de transformation.

Un exemple notable de progrès technologique est notre moteur de tarification basé sur le cloud, qui a considérablement amélioré l'élaboration des tarifs, en particulier dans le marché de l'assurance automobile, et nous permet de réagir plus rapidement aux dynamiques du marché. Nous avons également réalisé des avancées significatives dans la gestion des sinistres grâce au déploiement de technologies telles que les drones dans l'assurance habitation et d'outils numériques dans le secteur agricole.

MS : Pourquoi l'investissement dans la numérisation est-il plus crucial aujourd'hui que jamais ?

FW : Ludwig Erhard [2] a un jour identifié le progrès technologique, stimulé par la créativité humaine et la diversité des idées, comme un facteur déterminant de la réussite économique. Ce point de vue reste plus que jamais d'actualité aujourd'hui. Pour rester compétitifs et élaborer des solutions durables et tournées vers l'avenir, il est impératif que nous continuions à investir dans l'innovation numérique, à la fois pour répondre à l'évolution des attentes des clients mais aussi pour garantir la viabilité économique. L'évolution démographique que nous connaissons actuellement souligne encore davantage l'urgence de cet investissement. Avec le départ à la retraite de la génération baby-boomer, nous ne sommes pas en mesure de remplacer cette main-d'œuvre à l'identique. Il est donc essentiel de tirer parti des avancées technologiques sur le lieu de travail grâce à la digitalisation. Dans ce contexte, l'utilisation et le partage des connaissances tacites et explicites grâce à de nouveaux modèles de travail collaboratif, communément appelés « travail intelligent », deviennent de plus en plus importants.

Notre engagement en faveur de l'innovation dépasse les frontières de notre organisation. Depuis que nous avons cofondé l'InsurTech Hub Munich en 2017, nous avons activement contribué à façonner la transformation numérique du secteur de l'assurance dans la région. Grâce à une collaboration étroite avec des entreprises technologiques, des start-ups, des institutions académiques et des investisseurs, nous visons à favoriser une innovation efficace et à assurer la résilience à long terme de notre industrie.

[1] Au début des années 2000, à la suite du boom d'Internet marqué par d'importants investissements dans les sociétés dites « dot-com », les marchés financiers ont connu un effondrement massif.

[2] Ludwig Erhard était un homme politique et économiste allemand, actif en Allemagne de l'Ouest dans les années 1950 et 1960.

La numérisation a profondément transformé Versicherungskammer grâce aux progrès de gestion de la relation client (CRM), de tarification dans le cloud, de l'utilisation de drones et de création d'un Campus de l'innovation. Le professeur Walthes insiste sur la nécessité de poursuivre les investissements dans les technologies numériques de manière à surtout rester compétitif. Cela permet également de répondre aux besoins des clients, de pallier à la pénurie de main-d'œuvre et de stimuler l'innovation à l'échelle du secteur.

Andrew Horton

PDG du groupe QBE (Australie)

Depuis son arrivée chez QBE en septembre 2021, Andrew Horton a accéléré la modernisation organisationnelle et infrastructurelle de l'organisation. Fort de plus de 30 ans d'expérience dans l'assurance et la banque – notamment chez Beazley, Lloyds Bank, ING et NatWest – il est reconnu pour son leadership collaboratif et sa vision stratégique axée sur le risque, la culture et les relations.

Interview de Michał Trochimczuk, président et co-fondateur de Sollers Consulting, avec Andrew Horton, PDG du groupe QBE.

Les outils alimentés par l'IA améliorent déjà la rapidité et la précision en matière de souscription

Michał Trochimczuk : Les 25 dernières années - Quels ont été les développements technologiques majeurs ayant transformé le secteur de l'assurance, et quel impact ont-ils eu sur les activités de QBE ?

Andrew Horton : L'assurance s'est construite sur des connaissances approfondies, en comprenant le monde qui nous entoure et les défis auxquels nos clients sont confrontés. L'assurance a traditionnellement joué le rôle de dernier rempart contre les événements imprévus. Cependant, l'explosion des données, les avancées de l'intelligence artificielle, en particulier de l'IA générative, ainsi que la puissance croissante du cloud, remodèlent fondamentalement à la fois le secteur et QBE. Ces technologies, bien mises en œuvre, nous permettent de répondre aux besoins des clients et courtiers avec davantage de rapidité et de précision. Elles renforcent nos capacités en souscription, optimisent la gestion des risques et améliorent notre la performance globale. Les plateformes de cycle de vie de l'assurance opérées dans le cloud, qui couvrent la gestion des contrats d'assurance et des sinistres, ont réduit les coûts opérationnels, diminué la dépendance aux technologies

héritées et permis à des organisations comme QBE de rester connectées aux nouvelles capacités sans le fardeau de maintenir une infrastructure sur site. Pour QBE, l'importance de ces avancées inclut une flexibilité accrue, des cycles d'innovation plus rapides et une efficacité à long terme.

MT : Quels sont les principaux domaines d'innovation, technologiques ou autres, sur lesquels QBE concentre actuellement ses efforts ? Quel rôle joueront les avancées technologiques telles que l'intelligence artificielle, l'Internet des objets, l'informatique quantique, etc. ?

AH : QBE continue d'investir dans les technologies numériques, le cloud et l'intelligence artificielle afin de moderniser ses activités principales, tout en explorant de manière ciblée de nouveaux axes de croissance. Nous mettons l'accent sur l'exploitation de l'IA et de l'analytique avancée pour améliorer l'évaluation des risques, la souscription, la performance des portefeuilles, ainsi que les résultats en matière de gestion des sinistres et de services aux clients. Nous renforçons également nos modèles de risque afin de garantir que nos produits restent à la pointe du marché.

Les outils alimentés par l'IA améliorent déjà la rapidité et la précision des décisions de souscription, notamment avec le premier déploiement à grande échelle de QBE dans le domaine de la souscription cyber, qui a été salué par le secteur. L'Internet des objets et les solutions basées sur des capteurs offrent aux clients les moyens d'agir en prévention, notamment face aux risques humains. L'informatique quantique reste à un stade exploratoire, mais elle offre un potentiel révolutionnaire en matière d'analyse des risques et pourrait mieux accompagner les clients dans des moments critiques, notamment en matière de protection des données à haut risque.

L'intelligence artificielle, le cloud computing et les nouvelles capacités en matière de données transforment QBE en améliorant la précision de la souscription, la rapidité et l'efficacité opérationnelle. QBE investit dans des outils numériques, cloud et d'intelligence artificielle afin d'améliorer l'évaluation des risques et les résultats pour les clients. L'entreprise voit également un potentiel futur dans l'Internet des objets (IoT) pour la prévention des sinistres et dans l'informatique quantique pour l'analyse avancée des risques.

Simon Wilson

PDG de Markel Insurance (États-Unis)

Simon Wilson a été nommé PDG de Markel Insurance en mars 2025. Il a rejoint Markel en 2010 pour piloter le développement international du groupe d'assurance, après avoir travaillé pendant sept ans chez Lloyd's. Grâce à sa vision internationale, il est devenu l'un des principaux artisans de l'expansion de Markel International, développant les opérations en Europe, au Canada et en Asie. Wilson est conscient de la diversité des normes culturelles et des profils de risque d'un marché à l'autre, mais il reste fidèle à une approche constante du succès dans le secteur de l'assurance : « Comprendre les besoins de vos clients et dépasser leurs attentes », affirme-t-il. En tant que PDG de Markel Insurance, il entend simplifier le mode de fonctionnement de l'assureur. En janvier 2020, Wilson a été nommé directeur exécutif de la stratégie globale pour Markel, puis est devenu président de Markel International en 2021. Avant de rejoindre le groupe, il dirigeait la plateforme Lloyd's Asia à Singapour.

Questions de Michał Trochimczuk, président et co-fondateur de Sollers Consulting, à Simon Wilson, PDG de Markel Insurance.

Ce n'est que lorsque nous combinerons cette compréhension approfondie de la culture Produit avec la maîtrise des technologies que nous pourrons développer des solutions à fort impact

Michał Trochimczuk : Quels ont été les développements technologiques les plus importants pour le secteur de l'assurance au cours des 25 dernières années et quelle importance ont-ils eu pour les activités de Markel ?

Simon Wilson : L'un des progrès majeurs a été la manière dont nous quantifions et évaluons le risque. Grâce aux techniques actuarielles de tarification et de gestion de portefeuille, aux modèles de catastrophe, ainsi qu'aux nouvelles sources de données, notamment l'Internet des objets (IoT), nous disposons aujourd'hui d'outils beaucoup plus sophistiqués à la disposition des souscripteurs.

En conséquence, nous sommes en mesure de prendre de meilleures décisions, plus rapidement. Un excellent exemple se trouve dans l'assurance maritime, qui était autrefois une branche du marché très traditionnellement souscrite. Désormais, nous avons accès à des données retraçant le parcours de chaque

navire assuré, ainsi qu'à des analyses de plus en plus avancées qui aident les souscripteurs à formuler leurs décisions en s'appuyant sur ces données.

MT : Les 25 prochaines années : quels changements auront le plus grand impact sur le secteur de l'assurance à l'avenir ? Quelles sont vos attentes pour l'activité de Markel ? Quel rôle joueront les avancées technologiques telles que l'intelligence artificielle, l'Internet des objets, les ordinateurs quantiques, etc. ?

SW : Je pense qu'il est encore tôt pour mesurer pleinement l'impact que l'intelligence artificielle aura sur le secteur de l'assurance. Chez Markel, nous avons pris la décision consciente de nous engager tôt dans cette technologie. Nous avons été la première compagnie d'assurance au monde à déployer Microsoft 365 Co-pilot auprès de l'ensemble de nos collaborateurs, avec un taux d'adoption remarquable : plus de 60 % l'utilisent activement.

Nous commençons à observer des gains de productivité, mais le véritable bénéfice réside dans le fait que nos équipes se familiarisent avec l'IA et commencent à comprendre comment elle peut transformer nos activités. Ce n'est que lorsque nous combinerons cette compréhension approfondie que nos équipes ont de leurs produits et processus avec la maîtrise des technologies que nous pourrons développer des solutions à fort impact.

Grâce à l'autonomisation de nos collaborateurs, nous constatons que les solutions émergent de toutes les divisions de l'entreprise, plutôt que de grands projets IT centralisés. Par exemple, un membre de notre programme de jeunes diplômés à Leeds construit un chatbot pour les lignes directrices de souscription, tandis qu'un étudiant en stage à Toronto développe des modèles de tri des soumissions. Je ne pense pas qu'il s'agira d'un changement radical unique, mais plutôt d'une transformation progressive. À mesure que davantage de collaborateurs appliqueront ces technologies aux problèmes spécifiques qu'ils rencontrent, je suis convaincu que l'industrie de l'assurance connaîtra une véritable révolution au cours des 25 prochaines années.

L'évaluation des risques a progressé grâce aux datas, à l'Internet des objets (IoT) et à l'analyse de données, ce qui a permis d'améliorer la souscription chez Markel. Simon Wilson considère que l'intelligence artificielle (IA) est un facteur de transformation lorsqu'elle est associée à une expertise approfondie des produits. Son adoption précoce a permis au personnel de mettre au point des solutions concrètes, ce qui va entraîner une évolution progressive mais généralisée du secteur au cours des 25 prochaines années.

Jean-Daniel Laffely

CEO du Groupe Vaudoise Assurances (Suisse)

Jean-Daniel Laffely a été nommé CEO du Groupe Vaudoise Assurances en mai 2020, après plus de dix ans passés à des postes de direction au sein de l'entreprise. Il a rejoint la Vaudoise en 2006 comme Chief Risk Officer, avant d'occuper la fonction de Chief Financial Officer de 2009 à 2020, puis de prendre la direction générale. Sous sa conduite, la Vaudoise a lancé une transformation digitale de grande ampleur, axée sur l'automatisation, la personnalisation du service client et l'intelligence artificielle. En parallèle, son prédécesseur et lui-même ont renforcé le modèle coopératif de solidarité et de proximité de l'entreprise, avec plus de 400 millions de francs suisses redistribués aux assurés depuis 2012. Son ambition est claire : « Devenir l'assureur préféré de Suisse. »

Questions de Michał Trochimczuk, président et co-fondateur de Sollers Consulting, à Jean-Daniel Laffely, CEO du Groupe Vaudoise Assurances.

l'Internet des Objets permettra la collecte de données en temps réel pour une gestion proactive des risques

Michał Trochimczuk : Quels ont été les développements technologiques les plus importants pour le secteur de l'assurance au cours des 25 dernières années, et quelle a été leur importance pour les activités de la Vaudoise ?

Jean-Daniel Laffely : Au cours des 25 dernières années, la Vaudoise a progressivement intégré les avancées technologiques pour développer ses activités et améliorer l'expérience client. La digitalisation et l'automatisation nous ont permis de réduire les coûts et d'optimiser l'efficacité de nos processus. Un exemple est la dématérialisation des documents, que nous pratiquons depuis plus de dix ans. Par ailleurs, les services en ligne et les offres digitales nous permettent d'être accessibles et de proposer des solutions à tout moment. Toutefois, la pénétration directe de ce marché reste marginale en Suisse à ce jour, les clients privilégiant le modèle ROPO (Research Online, Purchase Offline).

En tant qu'assureur, il faut aussi relever les avancées technologiques dans les véhicules et leur électrification, qui tendent à réduire le risque de responsabilité civile mais augmentent le coût des assurances casco en raison des technologies embarquées. L'avenir s'annonce à la fois passionnant et exigeant. L'avènement de l'intelligence artificielle (IA), en particulier de l'IA générative, constitue une avancée majeure, avec des applications concrètes en gestion de sinistres et en tarification. Il ne fait aucun doute que cela deviendra encore plus prépondérant à l'avenir. Toutes ces innovations nous permettent de rester compétitifs et de répondre aux attentes croissantes de nos clients en matière de rapidité, de personnalisation et de sécurité.

MT : Les 25 prochaines années : quels changements auront le plus grand impact sur le secteur de l'assurance dans le futur ? Qu'envisagez-vous pour les activités de la Vaudoise ? Quel rôle joueront les avancées technologiques telles que l'IA, l'IoT et l'informatique quantique ?

JDL : Le secteur de l'assurance sera indéniablement transformé par ces avancées technologiques majeures. Dans un premier temps, ces transformations doivent s'appuyer sur des fondations technologiques robustes et des données/métadonnées bien structurées. Si ces prérequis sont réunis, l'IA pourra déployer tout son potentiel dans de multiples domaines de l'assurance – moteurs de tarification, offres produits, simplification de la relation client et gestion des sinistres. Elle s'appuiera aussi sur l'Internet des Objets (IoT), permettant la collecte de données en temps réel pour une gestion proactive des risques. L'informatique quantique, bien qu'encore en développement, promet une puissance de calcul sans précédent, ouvrant la voie à des modèles prédictifs et tarifaires plus précis – même si cela reste aujourd'hui très abstrait.

De plus, les véhicules autonomes de niveau 4 pourraient profondément remodeler le rôle des assureurs. Nous en discutons depuis plus d'une décennie. Comme le suggère la loi d'Amara [1], l'impact a été surestimé à court terme mais sera probablement sous-estimé à long terme. Nous pensons que ces technologies offriront des opportunités uniques pour améliorer l'efficacité opérationnelle, renforcer la satisfaction client et développer des solutions d'assurance innovantes. Nous devons rester à la pointe de ces avancées pour répondre aux besoins évolutifs de nos clients et maintenir notre position de leader. Dans le même temps, nous devons élargir et diversifier nos sources de revenus pour éviter une surexposition aux disruptions potentielles du marché dans des segments clés comme l'assurance automobile.

[1] La loi d'Amara stipule que « nous avons tendance à surestimer l'effet d'une technologie à court terme et à le sous-estimer à long terme », mettant en évidence l'erreur fréquente dans la prévision des impacts technologiques. La loi d'Amara a été formulée par Roy Amara, un scientifique et futurologue américain, qui a identifié un schéma récurrent dans la manière dont les gens perçoivent les nouvelles technologies.
Source : https://thevirtulab.com/what-is-amaras-law/

La Vaudoise a misé sur la numérisation, l'automatisation et l'intelligence artificielle pour rationaliser ses processus et améliorer l'expérience client. Jean-Daniel Laffely estime que l'intelligence artificielle, l'Internet des objets et, à terme, l'informatique quantique favoriseront une gestion proactive des risques et une plus grande efficacité. Les véhicules autonomes pourraient bien transformer le secteur de l'assurance, ce qui exigera des innovations et des adaptations.

Ken Norgrove

PDG d'Intact Insurance UK&I (Royaume-Uni)

Ken Norgrove est PDG d'Intact Insurance (anciennement RSA) depuis 2022, après avoir dirigé les opérations de RSA en Irlande (2014-2019) et en Scandinavie (2019-2021). En tant que leader dans le domaine de l'assurance, il met l'accent sur la transformation des activités et le changement culturel, et remodèle les modèles opérationnels. Pour M. Norgrove, investir dans les ressources humaines et la technologie est une nécessité stratégique pour assurer une croissance rentable et renforcer les performances financières à long terme. « Les assureurs qui réussiront à l'avenir sont ceux qui sauront combiner efficacement la technologie et les ressources humaines », affirme-t-il.

Questions de Michał Trochimczuk, président et co-fondateur de Sollers Consulting, à Ken Norgrove, directeur général (CEO) d'Intact Insurance UK&I.

Le pouvoir transformatif de l'IA est indéniable

Michał Trochimczuk : Quels ont été les développements technologiques les plus importants pour le secteur de l'assurance au cours des 25 dernières années et quelle a été leur importance pour les activités d'Intact ?

Ken Norgrove : À mesure que les consommateurs et les entreprises ont adopté la technologie, le volume de données générées, stockées et traitées a explosé au cours des 15 dernières années. Pendant cette période, le secteur de l'assurance a connu une profonde transformation, sous l'impulsion des innovations technologiques dans des domaines tels que l'IA et l'apprentissage automatique, le cloud computing, la cybersécurité et les capacités de leadership numérique. Ces évolutions ont remodelé la manière dont les assureurs opèrent, interagissent avec leurs clients, évaluent les risques et fournissent leurs services.

Nous investissons massivement dans la technologie – environ 600 millions de livres sterling depuis l'acquisition de RSA par Intact – afin de garantir que nos collaborateurs soient en mesure de servir les courtiers en présentiel et avec rapidité.

Si nous ne sommes pas en mesure d'offrir un service rapide, il est difficile de prétendre être le meilleur assureur commercial, et si nous ne facilitons pas les relations commerciales, nous ne pouvons pas nous-humaine développer. Nous avons réalisé des progrès significatifs dans la modernisation de nos infrastructures informatiques, en mettant hors service les anciens systèmes et en en mettant en place des nouvelles étapes essentielles pour nous permettre de surpasser nos concurrents. Les changements que nous avons mis en œuvre jetteront les bases d'améliorations similaires dans les années à venir et nous continuerons à investir dans la technologie à un rythme de plus de 150 millions de livres sterling par an.

MT : Les 25 prochaines années : quels changements auront le plus grand impact sur le secteur de l'assurance à l'avenir ? Quelles sont vos attentes pour les activités d'Intact au Royaume-Uni et en Irlande ? Quel rôle joueront les développements technologiques tels que l'IA, l'IoT, les ordinateurs quantiques, etc. ?

KN : Nous sommes un assureur spécialisé dans les lignes commerciales et spécialisées qui protège les entreprises, des PME aux plus grandes multinationales. Les entreprises ne peuvent prospérer et se développer sans prendre de risques et auront donc toujours besoin d'un mécanisme pour transférer ces risques.

Les assureurs qui s'imposeront à l'avenir sont ceux qui sauront combiner efficacement la technologie et les ressources humaines. Intact a été l'un des premiers à adopter les données et l'IA, et leur pouvoir de transformation est indéniable. Depuis plus de dix ans, nos collègues canadiens utilisent les données et l'IA prédictive pour accroître notre avantage concurrentiel en matière de tarification et de segmentation, ce qui explique en grande partie la surperformance de notre rendement des capitaux propres (ROE). Depuis l'acquisition, nous avons adopté les meilleures pratiques de tarification et de souscription de nos collègues canadiens. À mesure que nous élargissons l'utilisation de nos propres ensembles de données et que nous tirons parti des atouts de l'IA prédictive et générative, nous sommes bien placés pour accroître notre avantage concurrentiel. Nous avons un nombre important de cas métiers qui examinent les capacités de l'IA générative, et beaucoup d'entre eux se concentrent sur les services/la défense des intérêts des courtiers et l'efficacité. Nous essayons de créer davantage d'espace pour que nos employés puissent passer plus de temps en face à face avec les courtiers et se libérer des tâches administratives.

Intact UK considère les données, l'IA, le cloud et la cybersécurité comme les principaux moteurs de la transformation du secteur. Ken Norgrove évoque d'importants investissements technologiques visant à moderniser les systèmes et à améliorer les services proposés aux courtiers. Il estime que les acteurs qui s'imposeront à l'avenir seront ceux qui sauront allier technologie et expertise humaine, tout en utilisant l'IA prédictive et générative pour optimiser la tarification, la souscription et l'efficacité.

Marcus Ryu

Cofondateur et ancien PDG de Guidewire Software (États-Unis)

Marcus Ryu est un entrepreneur expérimenté dans le secteur technologique, un investisseur en capital-risque et un administrateur qui compte plus de vingt ans d'expérience dans la création et le conseil auprès d'entreprises de logiciels à forte croissance. Il est surtout connu comme cofondateur et ancien PDG de Guidewire Software, qu'il a cofondée en 2001 et dirigée jusqu'à son introduction en bourse en 2012, avant de devenir un leader mondial avec un chiffre d'affaires dépassant le milliard de dollars et une valeur marchande maximale de 20 milliards de dollars.

Actuellement, Marcus est associé commandité chez Battery Ventures, où il dirige les investissements dans les logiciels d'entreprise, le SaaS/IA vertical et la fintech/insurtech. Il siège également au conseil d'administration de sociétés telles que Checkr, Bloomreach, Bestow, hyperexponential, Coram AI, Liberate et Guidewire, et conseille des startups innovantes telles que Vesta Technologies et KAV.

Questions de Michał Trochimczuk, président et co-fondateur de Sollers Consulting, à Marcus Ryu, cofondateur et ancien PDG de Guidewire Software.

L'IA comble les différences entre les langues, les formats de données et les systèmes

Michał Trochimczuk : Quelles ont été les évolutions technologiques les plus importantes pour le secteur de l'assurance au cours des 25 dernières années et quelle a été leur importance pour vos projets ?

Marcus Ryu : L'un des développements majeurs a été l'évolution des langages de programmation, en particulier dans la manière dont la logique métier est définie. Même sans agents de codage IA, la programmation est aujourd'hui beaucoup plus facile qu'il y a quelques années avec Assembler. Les applications sont devenues beaucoup plus compréhensibles et faciles à maintenir. L'apprentissage automatique est également devenu incroyablement puissant, grâce à des capacités de calcul immenses, bien au-delà de ce que l'on pouvait imaginer il y a 25 ans. Cela est particulièrement vrai pour le secteur de l'assurance, qui repose fondamentalement sur la prévision des pertes. L'intelligence artificielle n'est qu'un aspect de cette transformation plus large.

Une autre évolution clé est la connectivité machine-à-machine, qui permet de transférer des données entre des systèmes à un coût très faible.

Si cela semble aujourd'hui aller de soi, il y a 25 ans, c'était plus un rêve qu'une réalité. Les appareils mobiles ont également fait leur apparition, mais leur impact sur le secteur de l'assurance a été relativement limité par rapport à d'autres secteurs.

MT : Impact de l'IA générative : l'IA et les technologies génératives progressent rapidement. Quel sera selon vous leur impact sur la souscription, les sinistres et le service client ? Comment les assureurs devraient-ils hiérarchiser leur adoption ?

MR : L'IA réduit déjà les frictions dans des domaines qui reposaient traditionnellement fortement sur les personnes et les processus manuels. Sa principale force réside dans la traduction. Ma mère était traductrice coréen-anglais, et aujourd'hui, ce type de services est gratuit. L'IA comble les différences entre les langues, les formats de données et les systèmes, réduisant ainsi les obstacles sémantiques de nombreux types. Alors que les assureurs avaient autrefois du mal à gérer les données non structurées, l'IA peut désormais les structurer, permettant aux systèmes de communiquer grâce à une traduction médiatisée par l'homme.

Je ne pense pas que l'IA résoudra des problèmes tels que le cancer, du moins pas directement, mais dans le domaine de l'assurance, sa valeur est très réelle.

La moitié des efforts liés à la mise en œuvre de Guidewire, par exemple, provient de l'intégration des systèmes, et l'IA a le potentiel de les simplifier. Elle permet aux assureurs de comprendre les besoins des clients en temps réel et de relier ces besoins directement aux systèmes backend. Cela améliore non seulement l'efficacité, mais crée également une expérience client bien supérieure, qui pourrait même devenir empathique au fil du temps. En fin de compte, l'IA ouvre la voie à un véritable engagement omnicanal, ce à quoi les assureurs aspirent depuis longtemps, mais qu'ils ont du mal à réaliser. C'est là que je vois son impact le plus immédiat et le plus transformateur.

Marcus Ryu souligne que les progrès réalisés dans les domaines de la programmation, de l'apprentissage automatique et de la connectivité des systèmes constituent des catalyseurs essentiels pour les assureurs. Selon lui, c'est dans la transition entre les langues, les formats de données et les systèmes que l'IA a le plus d'impact. Elle réduit les frictions, simplifie les intégrations et permet d'offrir des expériences client en temps réel, empathiques et omnicanales.

Isabelle Le Bot

CEO de la France Mutualiste (France)

Isabelle Le Bot est une dirigeante expérimentée du secteur de l'assurance. Elle occupe actuellement le poste de directrice générale de La France Mutualiste, directrice de l'épargne du groupe Malakoff Humanis et présidente du conseil de surveillance de Unofi. Reconnue pour sa capacité à conduire des transformations profondes et à instaurer une culture de responsabilité au sein des équipes, elle allie une réflexion stratégique à une compréhension fine de l'évolution des comportements des clients, notamment dans le domaine de l'expérience utilisateur (UX). Experte des aspects opérationnels de l'assurance, de la numérisation et du marketing, elle contribue activement à l'élaboration de modèles économiques modernes, conciliant performance, innovation et responsabilité sociale et environnementale.

Questions de Marcin Pluta, président et co-fondateur de Sollers Consulting, à Isabelle Le Bot - CEO de la France Mutualiste.

Les plateformes en ligne et la signature électronique ont simplifié la souscription et la gestion des contrats

Marcin Pluta : Quels ont été les développements technologiques les plus importants pour le secteur de l'assurance au cours des 25 dernières années et quelle importance ont-ils eu pour les activités de la France Mutualiste ?

Isabelle Le Bot : Depuis le début des années 2000, la digitalisation a profondément transformé le secteur de l'assurance et notamment en ce qui concerne l'épargne. Les plateformes en ligne et la signature électronique ont simplifié la souscription et la gestion des contrats, rendant l'investissement plus accessible. C'est une excellente nouvelle pour l'épargnant qui devient plus autonome et surtout plus au fait des stratégies d'investissement. Il peut désormais suivre les performances de ses contrats et arbitrer ses placements en temps réel. Cette révolution numérique a fait émerger de nouveaux acteurs 100 % digitaux et incit les assureurs traditionnels à repenser leur relation client vers plus de transparence et d'agilité. Les outils digitaux, couplés à l'analyse de données, permettent aussi d'avoir des conseils personnalisés et une meilleure compréhension des profils investisseurs.

Dans ce contexte, à La France Mutualiste, nous avons développé un parcours omnicanal pour offrir une expérience personnalisée et fluide à tous nos prospects, quel que soit le canal de communication utilisé. Les prospects peuvent passer en souplesse et sans perte d'information d'un canal à l'autre : full digital, rendez-vous physiques et téléphoniques. Nous nous inscrivons dans une volonté de moderniser et renforcer notre démarche commerciale. En complément de l'offre 100% digitale, des conseillers restent disponibles pour accompagner tous les adhérents et prospects par téléphone en cas de difficultés avec les outils digitaux, et ce, sans exigence d'investissement préalable. Le modèle est purement égalitaire et unique sur le marché.

MP : Les 25 prochaines années : Quels sont les changements qui auront le plus d'impact sur le secteur de l'assurance à l'avenir ? À quoi vous attendez-vous pour les activités de la France Mutualiste ? Quel rôle joueront les évolutions technologiques telles que l'IA, l'IdO, les ordinateurs quantiques, etc.

ILB : Je vois deux dynamiques majeurs qui vont redéfinir le secteur de l'assurance et spécifiquement de l'épargne dans les 25 prochaines années. D'abord, l'accélération technologique avec l'intelligence artificielle devrait bouleverser les modèles traditionnels. Ces avancées s'accompagnent toutefois de risques éthiques, notamment liés aux biais algorithmiques, qui pourraient engendrer des discriminations dans la sélection ou la tarification. Le défi sera d'assurer une IA responsable et transparente car si elle est correctement maîtrisée, elle peut apporter une réelle valeur ajoutée pour nos adhérents et ce, notamment dans la gestion avec une relation clients plus fluide grâce à des conseillers augmentés.

Un mot également sur le transfert de richesse massif à venir. D'ici 2040, 9 000 milliards d'euros de patrimoine seront transmis en France, conséquence du vieillissement / décès des baby-boomers. L'éducation financière m'apparaît alors comme un enjeu primordial pour ceux qui bénéficieront de cette manne afin de prendre les bonnes décisions financières. Les Français ont encore trop de lacunes en la matière et c'est notre rôle en tant qu'acteur mutualiste de faire preuve de pédagogie financière. L'objectif est de faire croître l'épargne des Français tout en la dirigeant vers des placements durables.

[1] L'Accord de Paris est un traité mondial adopté en 2015 qui vise à limiter le changement climatique en réduisant les émissions de gaz à effet de serre et en maintenant le réchauffement climatique bien en dessous de 2 °C, idéalement en dessous de 1,5 °C.

La numérisation a facilité l'investissement grâce aux plateformes en ligne et aux signatures électroniques. Isabelle Le Bot estime que l'intelligence artificielle va transformer l'épargne, mais met en garde contre les risques éthiques. Elle souligne le transfert de richesse à venir en France et insiste sur la nécessité d'une éducation financière couplée à des technologies responsables et transparentes pour orienter l'investissement durable.

Agnès Paquin

CEO de CNP Assurances IARD (France)

Agnès Paquin est Directrice générale de CNP Assurances IARD depuis 2022. Elle a rejoint le groupe CNP Assurances en 2019 en tant que Directrice technique de la branche assurances de La Banque Postale, où elle était en charge de la tarification, des provisions et de la réassurance. Diplômée de l'ENSAE et actuaire certifiée, elle a auparavant passé plus de 20 ans chez Aviva (aujourd'hui Abeille Assurances), occupant de nombreux postes de direction dans les domaines de l'assurance vie, de la protection des personnes, de l'assurance dommages et de la gestion d'actifs. Elle y a notamment exercé les fonctions de Directrice technique et de la souscription, Directrice finance/actuariat, Responsable des services clients Vie et Protection des personnes, ainsi que Directrice du développement chez Aviva Investors. Plus tôt dans sa carrière, elle a travaillé comme actuaire chez GAN, en charge du suivi des filiales anglophones du groupe.

Questions de Marcin Pluta, président et co-fondateur de Sollers Consulting à Agnès Paquin, CEO de CNP Assurances IARD.

L'IA nous fait travailler différemment et va avoir des impacts sur la nature des emplois

Marcin Pluta: Quels ont été les développements technologiques les plus importants pour le secteur de l'assurance au cours des 25 dernières années et quelle importance ont-ils eu pour les activités de CNP Assurances ?

Agnès Paquin : Depuis les années 2000, nous avons connu des révolutions qui ont complètement transformé la manière dont nous opérons et la vitesse à laquelle nous le faisons. On souscrit, on signe, on paye ses primes à distance, en temps réel, là où on fonctionnait de manière désynchronisée. Des quantités phénoménales de données sont stockées et partagées. Dans la pratique, cela a accéléré considérablement la gestion administrative des contrats d'assurance, en impliquant plus fortement les clients. Ces mouvements nous ont poussé à proposer des parcours clients compréhensibles et performants au travers du digital. L'assurance a dû se simplifier, devenir plus accessible. De nouveaux acteurs, experts des parcours ont émergé et bousculé les modes de distribution.

La capacité à tracer les échanges avec les clients, à les identifier, a contribué à renforcer les exigences réglementaires en matière de connaissance clients, de protection de la clientèle, de devoir de conseil, car elles sont technologiquement possibles. Les emplois dans l'assurance n'ont pas diminué, au contraire, passant d'emplois opérationnels à des emplois plus technologiques et régaliens.

MP : Les 25 prochaines années : Quels sont les changements qui auront le plus d'impact sur le secteur de l'assurance à l'avenir ? À quoi vous attendez-vous pour les activités de CNP Assurances ? Quel rôle joueront les évolutions technologiques telles que l'IA, l'IdO, les ordinateurs quantiques, etc.

AP : Ce sont la data et l'IA (qui sont très liés) qui nous transforment beaucoup en ce moment et continueront de bouleverser nos modèles historiques. L'IA nous fait travailler différemment et va nous pousser à le faire encore plus. L'assurance IARD est encore très consommatrice d'intervention humaine avec différents niveaux de qualification. Je pense que l'IA va nous emmener vers plus d'automatisation, de systématisation et va avoir des impacts sur la nature des emplois.

En ce qui concerne la proposition de valeur, je ne pense pas qu'elle change drastiquement pour les produits grand public, en revanche, elle va nous permettre d'apporter de la rapidité dans le traitement des demandes des clients, des réponses de meilleure qualité à leurs questions, plus précises et adaptées à leur situation. Lorsque le dédommagement est financier, le règlement sera plus rapide, en revanche, lorsqu'il y a nécessité d'une réparation, il faudra toujours attendre que le garage ait de la place ou qu'un artisan vienne repeindre votre mur.

Le sujet de l'internet des objets, c'est essentiellement l'Auto et les données détenues par les constructeurs automobiles qui pourraient en faire des assureurs à long terme. Il y a toutefois de gros sujets à résoudre pour allier compétitivité et modèle économique viable pour le constructeur (dont les marges sur les pièces détachées contribuent une source très conséquente de profits).

Agnes Paquin souligne que la numérisation a accéléré les processus, renforcé l'implication des clients et orienté les emplois vers les domaines technologiques et stratégiques. Elle s'attend à ce que l'IA favorise davantage l'automatisation et redéfinisse les rôles, améliorant ainsi la rapidité et la personnalisation. L'Internet des objets pourrait avoir un impact sur l'assurance automobile, même si les contraintes économiques et logistiques constituent toujours un obstacle.

Andrej Slapar

Président du Conseil d'Administration de Triglav (Slovenia)

Andrej Slapar est le Président du Conseil d'Administration de Zavarovalnica Triglav. Il est responsable du développement et de la mise en œuvre de la stratégie du Groupe Triglav. Sous sa direction, le Groupe ambitionne d'être une organisation d'assurance et de service financier moderne, innovante et centrée sur le client, qui inspire confiance et sécurité à l'ensemble de ses parties prenantes. Il représente Zavarovalnica Triglav au sein du Conseil de l'Association slovène des assureurs. M. Slapar est également Président du Conseil de Surveillance de Jedrski pool GIZ.

Questions de Michał Trochimczuk, président et co-fondateur de Sollers Consulting à Andrej Slapar, Président du Conseil d'Administration de Triglav.

L'informatique quantique pourrait révolutionner la modélisation des risques

Michał Trochimczuk : Dix dernières années : Quelles ont été les principales évolutions technologiques pour l'assurance au cours de la dernière décennie et quel a été leur impact pour Triglav ?

Andrej Slapar : Au cours des dix dernières années, le secteur de l'assurance a connu une transformation numérique profonde. La généralisation des technologies Internet a permis le passage de processus papier et en présentiel vers des canaux en ligne, rendant la souscription et la gestion des sinistres plus transparentes et efficaces. L'essor de l'analytique prédictive et de la science des données a permis d'intégrer d'immenses volumes de données — des historiques de crédit aux images satellites — dans les modèles de risque, offrant une précision sans précédent. Le cloud a modernisé les systèmes centraux, améliorant l'évolutivité et la rapidité. L'automatisation robotisée et l'IA ont rationalisé des tâches comme les renouvellements de contrats ou le tri des sinistres.

L'Internet des objets (IoT) a introduit des données en temps réel dans les modèles de risque, ouvrant la voie à l'assurance à l'usage et à la prévention proactive.

Pour Triglav, ces évolutions se traduisent par une montée en puissance des services digitaux et par des solutions innovantes comme l'application i.triglav, qui permet de gérer ses polices et d'évaluer les risques liés aux catastrophes naturelles. Nous avons également automatisé certains parcours sinistres, accélérant l'indemnisation et améliorant l'expérience client. La transformation digitale est un pilier clé de notre stratégie.

MT : Prochaines dix années : Quelles tendances et évolutions technologiques majeures (IA, IoT, informatique quantique...) auront le plus grand impact sur l'assurance dans la prochaine décennie ? Comment voyez-vous l'activité de Triglav évoluer en conséquence ?

AS : À l'avenir, l'intelligence artificielle — notamment l'IA générative — sera profondément intégrée dans tous les aspects de l'assurance, de la souscription et de la tarification à la gestion des sinistres et au service client. L'apprentissage automatique permettra des ajustements de contrats en temps réel basés sur les données comportementales et des capteurs, tandis que les processus de sinistres seront de plus en plus automatisés grâce à la reconnaissance d'images et aux chatbots pilotés par IA. Les dispositifs IoT pourraient se multiplier, fournissant un flux continu de données permettant une gestion proactive des risques et des couvertures personnalisées.

L'informatique quantique, bien que naissante, pourrait révolutionner la modélisation des risques et l'optimisation des portefeuilles grâce à des simulations ultra-complexes. Ces avancées technologiques imposeront aux assureurs de relever des défis liés à la protection des données, à la transparence des algorithmes et à la cybersécurité.

Chez Triglav, nous exploitons déjà l'IA et l'automatisation dans nos opérations et nos communications clients, et continuerons d'explorer des applications créant une valeur réelle tout en respectant les normes éthiques et légales. Notre stratégie est de rester agile et innovant, en intégrant les nouvelles technologies alignées sur nos objectifs stratégiques, tout en garantissant résilience et pertinence dans un secteur en évolution rapide.

Andrej Slapar revient sur une décennie marquée par la numérisation, la science des données, le cloud et l'automatisation, qui ont transformé les opérations et l'expérience client de Triglav. Il s'attend à ce que l'IA, l'IoT et, à terme, l'informatique quantique redéfinissent la souscription, la tarification et le traitement des sinistres, tout en soulevant des questions relatives à la confidentialité et à la transparence.

Dr Jürg Schiltknecht

Président d'Helvetia Allemagne

Le Dr Jürg Schiltknecht est un expert reconnu en transformation et en restructuration d'entreprises. Depuis dix ans, il dirige Helvetia Allemagne en tant que président, après y avoir exercé pendant deux ans les fonctions de CFO. Sous sa direction, l'entreprise a mené l'un des programmes de modernisation les plus complets du marché allemand. Il est convaincu que le succès repose sur l'engagement des collaborateurs et sur de solides partenariats commerciaux. Juriste de formation, il travaille dans le secteur de l'assurance depuis 1996. Avant de rejoindre Helvetia, il a exercé chez Zurich et PwC.

Questions de Michał Trochimczuk, président et co-fondateur de Sollers Consulting, au Dr Jürg Schiltknecht, président d'Helvetia Allemagne.

Le World Wide Web a réduit l'asymétrie d'information entre assureurs et clients finaux

Michał Trochimczuk : Quels ont été les développements technologiques les plus importants au cours des 25 dernières années et quelle a été leur importance pour les activités d'Helvetia Allemagne ?

Dr Jürg Schiltknecht : L'an née 2000 a été marquée par l'éclatement de la bulle Internet. Parallèlement, Internet s'est popularisé et la digitalisation est entrée dans le quotidien. Le World Wide Web (www) a profondément transformé le secteur des services financiers. Les comparateurs sont largement utilisés, les informations et conseils accessibles en ligne. Les intermédiaires intègrent aussi ces offres numériques dans leur conseil, réduisant nettement l'asymétrie d'information entre assureurs et clients finaux. Le smartphone a également modifié les comportements de consommation.

Depuis 2000, les assureurs ont aussi repensé leurs systèmes centraux : on privilégie désormais des fournisseurs spécialisés plutôt que des développements internes. Chez Helvetia, nous avons choisi Guidewire en assurance non-vie pour remplacer un ancien système interne.

DR JÜRG SCHILTKNECHT

Ces dernières années, les InsurTech ont été perçues comme une nouvelle révolution, mais l'euphorie initiale s'est atténuée. Elles ont toutefois eu un impact positif sur la rapidité et l'orientation client des applications IT. À l'avenir, l'IA provoquera des changements disruptifs. Beaucoup cherchent encore les cas d'usage réellement utiles, mais je suis convaincu qu'ils émergeront rapidement.

MT : La Helvetia a été l'une des premières en Suisse à utiliser des assistants vocaux basés sur l'IA. Dans quels autres domaines l'IA pourra-t-elle être appliquée ? Permettra-t-elle de compenser la baisse prévue des effectifs ?

JS : Nous voyons un potentiel considérable dans l'utilisation de l'IA. La fusion entre Helvetia et Baloise nous permet de mobiliser plus efficacement le savoir-faire et les compétences des collaborateurs des deux entités. Nous développons des cas d'usage prometteurs dans le service et l'excellence technique. Dans la détection des fraudes, l'IA a déjà produit des résultats nettement supérieurs. Dans la gestion des prospects également, la qualité des outils d'IA s'est sensiblement améliorée. De manière générale, l'IA est une technologie clé pour accroître l'efficacité de nos processus.

Elle permet à nos collaborateurs de se concentrer sur l'essentiel : accompagner nos partenaires et clients au plus près de leurs besoins. Notre ambition est claire : faire en sorte que cette transformation profite à tous – équipes, partenaires et clients.
v

Selon le Dr Schiltknecht, Internet et les portails de comparaison ont réduit l'asymétrie d'information et modifié le comportement des clients. La Helvetia a modernisé ses systèmes cœur de métier et voit un fort potentiel dans l'intelligence artificielle, pierre angulaire de la détection des fraudes et de la gestion des prospects. L'IA renforcera l'efficacité laissant au personnel le soin de se concentrer davantage sur les partenaires et les clients.

Brenda Gibson

Présidente de Red River Mutual (Canada)

Brenda Gibson est une dirigeante reconnue du secteur canadien de l'assurance. Elle est présidente-directrice générale de Red River Mutual et possède plus de 20 ans d'expérience diversifiée dans l'assurance, incluant des postes de direction en finance et en assurance des particuliers. Reconnue pour sa vision stratégique et son engagement envers le modèle mutualiste, elle conjugue expertise opérationnelle et compréhension approfondie des partenariats avec les courtiers, des besoins des clients et de l'assurance axée sur la communauté. Brenda joue un rôle clé dans l'orientation de la croissance, de la diversification et de l'adaptation de Red River Mutual à l'évolution du marché et des attentes des clients. Elle est titulaire d'un baccalauréat en commerce (avec spécialisation) de l'Université du Manitoba et détient les titres de Comptable professionnelle agréée (CPA, CA) et de Professionnelle d'assurance agréée (CIP).

Questions de Michał Trochimczuk, président et co-fondateur de Sollers Consulting, à Brenda Gibson, présidente de Red River Mutual.

Le défi sera d'intégrer ces technologies de façon complémentaire à l'expertise humaine

Michał Trochimczuk : Après 150 ans d'activité, quels sont les principes de croissance d'une compagnie d'assurance qui sont demeurés constants au fil du temps ?

Brenda Gibson : La célébration de notre 150e anniversaire nous a permis de réfléchir à ce qui a soutenu Red River Mutual pendant un siècle et demi. Au cœur de cette longévité se trouvent les principes du modèle mutualiste — placer les assurés en priorité. Les assurés sont propriétaires de l'organisation, et leurs besoins orientent chacune de nos décisions. Cet engagement envers la confiance et la communauté constitue notre boussole et favorise une fidélité qui permet aux mutuelles de prospérer à travers les générations.

Mettre les assurés au premier plan ne signifie pas négliger la rentabilité. La viabilité financière est essentielle, mais dans une mutuelle, le profit s'équilibre avec la mission. Les décisions s'inscrivent dans une perspective à long terme, afin de garantir notre capacité à servir les assurés lorsqu'ils en ont besoin. Même lorsque des réclamations sont refusées, nous mesurons notre succès à la qualité du soutien et de la communication offerts aux assurés.

C'est cette combinaison d'engagement communautaire, de vision à long terme et de discipline financière qui a permis à Red River Mutual de croître durablement depuis 150 ans — et qui continuera de guider notre avenir.

MT : Les 25 prochaines années : quels changements auront le plus grand impact sur le secteur de l'assurance à l'avenir ? Quelles sont vos attentes pour l'activité de Red River Mutual ? Quel rôle joueront les avancées technologiques telles que l'IA, l'IoT, les ordinateurs quantiques, etc. ?

BG : L'intelligence artificielle sera probablement la technologie la plus transformative des prochaines décennies. Après avoir modernisé nos systèmes et renforcé les liens avec les courtiers, la prochaine étape consistera à approfondir les relations avec les courtiers et les clients, au-delà des frontières traditionnelles, afin d'offrir des expériences fluides et intégrées de bout en bout.

L'IA peut optimiser les processus internes et libérer nos équipes pour se concentrer sur des interactions où l'empathie et le jugement humain sont essentiels — notamment dans la gestion des sinistres ou les décisions complexes en matière de souscription.

Le défi sera d'intégrer ces technologies de façon complémentaire à l'expertise humaine. Le succès reposera sur l'alliance entre technologie, intelligence humaine et collaboration, afin de répondre aux besoins des clients, gérer les risques et préserver les valeurs durables du modèle mutualiste.

Selon Brenda Gibson, la modernisation des systèmes cœur de métier a transformé les opérations et la connectivité de Red River Mutual. À l'avenir, l'intelligence artificielle sera le principal facteur de disruption : elle permettra d'optimiser les processus tout en libérant le personnel pour qu'il puisse se consacrer à des interactions empathiques et à forte valeur ajoutée. Elle souligne que l'intelligence artificielle doit venir en soutien – et non en remplacement – de l'expertise humaine afin de renforcer les relations entre les courtiers et les clients.

À propos de Sollers

Imprint

Sollers Consulting aide les assureurs à développer des processus métier de pointe. L'équipe internationale, composée de 42 nationalités d'experts en business et en informatique, travaille depuis seize bureaux répartis en Europe, en Amérique du Nord et dans la région Asie-Pacifique. Depuis sa fondation en 2000, Sollers a collaboré avec plus de 150 entreprises à travers le monde, mettant en œuvre des systèmes cœur de métier et front-end. Sollers a travaillé avec des entreprises renommées telles que Admiral, Amica, Aviva, AXA, Helvetia, Beazley, FMNE, Insurance Australia Group (IAG), Liberty, MS&AD, QBE, Red River Mutual, Sompo, Texas Mutual, Tokio Marine, VHV et Zurich.

Fort de son expertise locale en matière d'assurance, Sollers assiste les assureurs dans l'adaptation des solutions technologiques à leurs besoins spécifiques. Parmi les partenariats de l'entreprise figurent de grands fournisseurs de systèmes cœur de métier comme Guidewire et Salesforce, des fournisseurs de solutions de données modernes comme Snowflake et Databricks, tous les grands fournisseurs de cloud (AWS, GCP et Azure), des plateformes d'automatisation des processus comme Appian et Camunda, ainsi que des solutions spécifiques à l'assurance dans des domaines comme la tarification et la souscription de SEND et Hyperexponential.

Sollers Consulting a été reconnu par Great Place To Work® comme l'un des employeurs les plus respectés en Pologne.

Sollers Consulting Sp. z o. o.
Koszykowa 54
00-675 Warszawa
Pologne

Sollers Consulting GmbH
Cäcilienstraße 30
50667 Köln
Allemagne

Sollers Consulting K.K. - Tokyo
Kanda Square 13F, 2-2-1 Kanda-Nishikicho
Chiyoda-ku
Tokyo 101-0054
Japon

Sollers Consulting
Information Technology S.L
Gran Via de les Corts Catalanes 645
08010, Barcelona
Espagne

Sollers Consulting
Information Technology Limited
14 Cullum Street
EC3M 7JJ London
Royaume Uni

Sollers Consulting LLC
220 N Green Street
Chicago, IL 60607
État-Unis

Sollers Consulting Sdn.
Bhd. – Kuala Lumpur (Malaysia)
Unit 37-2, Level 37,
Q Sentral, No. 2A
Jalan Stesen Sentral 2
Kuala Lumpur Sentral 50470
Malaisie

Équipe éditoriale :

concept, texte	Christoph Baltzer
concept, texte	Magdalena Kirska-Okuniewska
concept, texte	Sean McDonnell
concept	Małgorzata Mioduszewska
texte	Paul Corbery

Design: Adam Wojtas

contact@sollers.com

Pour plus d'informations, visitez :

sollers.com

25
YEARS
sollers