

Communiqué de presse

84 % des Français considèrent que la digitalisation du secteur de l'assurance va perdurer après la crise

Paris, 02 mars 2021 – Un an après le début de la crise sanitaire et économique, Sopra Steria publie une étude consacrée à l'évolution de la perception des Français vis-à-vis de leurs assureurs et des enjeux du secteur de l'assurance, en partenariat avec L'Argus de l'Assurance.

Force est de constater que la crise que nous traversons a mis les professionnels du secteur de l'assurance sur le devant de la scène, ces derniers ayant joué un rôle crucial tant auprès des entreprises que des particuliers. Face à cette situation, la perception des Français vis-à-vis des compagnies d'assurance ne cesse d'évoluer alors que de nouvelles tendances et de nouveaux besoins émergent tant du côté des assurés que de celui des assureurs.

La crise sanitaire a eu un impact sur l'image des assureurs

Si près de 8 Français sur 10 considèrent que la crise sanitaire n'a pas fait évoluer l'opinion qu'ils ont de leur assureur, l'image de l'ensemble du secteur de l'assurance a malgré tout été impactée. En effet, 16 % des assurés estiment que leur perception du secteur s'est dégradée depuis le début de la crise sanitaire contre seulement 4 % pour qui elle s'est améliorée.

Par ailleurs, la crise actuelle ayant eu de très fortes répercussions économiques, le manque de soutien aux professionnels constitue le premier motif de dégradation de l'image des assureurs pour 63 % des Français, suivi par le manque de soutien aux particuliers pour 47 % d'entre eux.

Dans un marché fortement concurrentiel et à faible croissance, 13 % des Français songent à changer d'assureur dans les 12 prochains mois ce qui représente un vrai risque de progression du taux d'attrition.

Les assurés attendent toujours plus de services digitalisés

Face à la crise sanitaire, un Français sur 5 déclare que ses attentes ont évolué vis-à-vis des assureurs. Les principaux leviers de satisfaction ou de choix d'un assureur pour les personnes interrogées sont désormais le prix (55 %), le niveau de réactivité (51 %) ou encore le niveau de couverture (48 %). Cette tendance renforce les comportements habituels des Français vis-à-vis du secteur de l'assurance, à savoir le besoin de se sentir correctement protégé face au risque tout en tenant compte du prix.

La génération des 18-34 ans est celle dont les attentes ont le plus fortement évolué (31 %) et qui est la plus sensible aux enjeux de digitalisation des services et de transition écologique.

De plus, l'adoption massive du digital a été renforcée avec le premier confinement et semble se poursuivre puisque 84 % des Français considèrent que la digitalisation du secteur de l'assurance va perdurer après la crise.

Par ailleurs, les Français attendent que cette digitalisation apporte de la valeur en matière d'accès simplifié à l'information (64 % des personnes interrogées), de facilité des opérations (43 %) mais également de conseil et de pédagogie (38 %).

Depuis la crise, les assureurs semblent avoir pris la mesure des attentes des clients

L'amélioration de l'efficacité opérationnelle est un objectif prioritaire pour 89 % des assureurs. De plus, l'accélération de la digitalisation est un enjeu majeur pour les assureurs puisque plus de 80 % d'entre eux estiment que la digitalisation des processus et des parcours est une priorité.

Les professionnels du secteur de l'assurance souhaitent également mieux comprendre les profils et les attentes des assurés afin d'adresser au mieux leurs besoins. En effet, 67 % des assureurs déclarent que le développement d'offres adaptées à des moments de vie est une priorité et 61 % d'entre eux considèrent que la réinvention de la segmentation client est un enjeu prioritaire.

En parallèle de l'accélération de la digitalisation, le développement de nouveaux services extra assuranciers sera également un enjeu prioritaire en 2021 pour 44 % des assureurs, alimentant ainsi la stratégie de plateformes de l'assurance.

Méthodologie de l'étude

Étude menée par L'Argus de l'Assurance et par Sopra Steria, en 2 phases :

- Phase 1 : étude sur la compréhension de la perception et des attentes des Français vis-à-vis de leurs assureurs, menée entre mi-septembre 2020 et mi-octobre 2020 auprès de 1 000 assurés.
- Phase 2 : étude sur la compréhension des orientations stratégiques majeures des acteurs professionnels de l'assurance, menée entre mi-octobre 2020 et mi-novembre 2020 auprès de 104 assureurs.

À propos de Sopra Steria

Sopra Steria, l'un des leaders européens du conseil, des services numériques et de l'édition de logiciels, aide ses clients à mener leur transformation digitale et à obtenir des bénéfices concrets et durables. Il apporte une réponse globale aux enjeux de compétitivité des grandes entreprises et organisations, combinant une connaissance approfondie des secteurs d'activité et des technologies innovantes à une approche résolument collaborative. Sopra Steria place l'humain au centre de son action et s'engage auprès de ses clients à tirer le meilleur parti du digital pour construire un avenir positif. Fort de 46 000 collaborateurs dans 25 pays, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 4,3 milliards d'euros en 2020.

The world is how we shape it.

Sopra Steria (SOP) est coté sur Euronext Paris (Compartiment A) - Code ISIN : FR0000050809

Pour plus d'informations, retrouvez-nous sur www.soprasteria.com

Contacts presse

Sopra Steria : Elsa Estager, Tel. : +33 (0)7 86 73 21 17 - elsa.estager@soprasteria.com

Agence BCW (Burson Cohn & Wolfe) :

Vincent Darricarrere, Tel. : +33 (0)6 76 05 95 63 – vincent.darricarrere@bcw-global.com

Tania Gay, Tel. : +33 (0)6 73 19 43 21– tania.gay@bcw-global.com