

31.08.2006 - 11:00 Uhr

Etude KPMG: Les assureurs envisagent de revoir leurs modèles économiques globaux

Zurich (ots) -

- Indication: L'étude "Globalizing the Risk Business" (en langue anglaise) peut être téléchargée en format pdf sous:
<http://www.presseportal.ch/fr/story.htx?firmaid=100001147> -

La consolidation, la régulation, les nouveaux canaux de distribution et les nouvelles demandes des clients ne sont que quelques unes des principales forces de changement qui modèlent le secteur de l'assurance, indique une nouvelle enquête menée par KPMG International et Economist Intelligence Unit auprès des assurances.

L'enquête globale, menée auprès de 148 cadres supérieurs en juin 2006, a montré que 52 pour-cent des personnes interrogées envisagent de pénétrer un nouveau marché à travers une acquisition, sachant que les catastrophes, les événements comme les attaques terroristes du 11 septembre 2001 ou les inondations consécutives aux ouragans montrent bien combien les risques concernent l'ensemble du secteur de l'assurance.

L'enquête pose un certain nombre de questions: dans quelle mesure le secteur de l'assurance répond-il à cette nouvelle donne? Que fait ce secteur pour adapter ses modèles économiques à ce nouvel environnement et cela est-il suffisant? Elle prend en compte également les parties importantes de la chaîne de valeur d'une compagnie d'assurance et les plans que le secteur est en mesure de proposer dans ces domaines.

Swen Wyssbrod, Associé, Financial Services chez KPMG Suisse, déclare: "A la lumière de la mondialisation et des récents changements sur le marché de l'assurance, les compagnies d'assurance suisses doivent revoir leur stratégie et leur modèle économique afin de mieux cerner leurs forces et leurs faiblesses".

On a demandé aux personnes interrogées de classer les différentes activités d'une compagnie d'assurance par rapport à leur impact global sur leur position concurrentielle. En tout premier lieu sont arrivés les clients. Les services à la clientèle, la stratégie de marque et les ventes & marketing ont été classés comme les trois activités les plus importantes d'une compagnie d'assurance, suivies de très près par le développement de produits.

En ce qui concerne les services à la clientèle, les personnes interrogées ont identifié le besoin d'améliorer les procédures de déclaration de sinistre (37 pour-cent), de perfectionner les centres d'appels téléphoniques (35 pour-cent) et de développer les procédures de mise en liaison avec les conseillers dans le but d'accroître l'expérience des clients (35 pour-cent). Dans les domaines de la vente & marketing et de la marque, les entreprises se concentrent sur le développement d'une marque globale commune (64 pour-cent) tout en adaptant sur mesure davantage de produits aux besoins nationaux et locaux (55 pour-cent).

Comme on pouvait le prévoir, 61 pour-cent des personnes interrogées ont déclaré que la gestion du risque jouait un rôle important dans la façon de gérer leur position concurrentielle. Mais l'un des plus gros défis qui se pose aux assureurs réside dans la façon de gérer leur risque global dans le but de combattre le phénomène des concentrations de risques, tels l'ouragan Katrina.

Trois quarts des personnes interrogées ont cité ce point comme le facteur individuel le plus important dans la gestion effective de leur risque. Le concept consistant à affecter du capital aux risques encourus par une unité commerciale individuelle, ce qui facilite l'adéquation entre risque et profit, tout en rendant les unités commerciales plus responsables, est partagé par 56 pour-cent des personnes interrogées. Celles-ci ont déclaré que d'ici trois ans, elles mettraient au point un système de performance à risques pondérés sur le capital économique dans le cadre de leurs procédures de rapport de gestion.

De façon peut-être plus surprenante, la délocalisation ne semble pas constituer une option prisée par le secteur, puisque moins de 8 pour-cent des cadres ont indiqué leur intention de délocaliser leurs processus au cours des trois prochaines années. La préférence semble être donnée aux centres de services communs, même si une personne interrogée sur cinq seulement envisage d'utiliser ces derniers pour gérer les fonctions IT, finance et comptabilité dans trois ans.

L'informatique est considérée comme une source importante d'avantages concurrentiels, et cette vision est partagée par 55 pour-cent des personnes interrogées qui citent l'amélioration de la productivité (45 pour-cent), l'accélération du développement de nouveaux produits (38 pour-cent) et l'amélioration de la qualité (37 pour-cent) comme les principaux facteurs à l'origine du besoin de développer leurs stratégies informatiques. Cependant, seulement 21 pour-cent ont indiqué qu'elles envisageaient de centraliser leurs opérations IT sur un modèle global au cours des trois prochaines années. Cela démontre ainsi que même s'ils souhaitent étendre et développer leurs opérations en standardisant leurs systèmes et opérations informatiques, de nombreux assureurs ont encore fort à faire avant de réaliser leur objectif.

Swen Wyssbrod conclut: "Les assureurs sont entrés dans une toute nouvelle ère où le risque et la globalisation accrue forceront le secteur à repenser ses modèles économiques. Même si des progrès ont été réalisés dans la façon de recentrer les stratégies par rapport à la clientèle autour de la marque, du marketing et du développement produits, il reste beaucoup à faire dans les domaines de la gestion du risque, de la délocalisation des processus et tout particulièrement de l'informatique".

Les résultats détaillés de l'enquête intitulée "Globalizing the Risk Business" (en anglais) peuvent être téléchargés sur www.kpmg.ch.

KPMG International est un leader des services de révision comptable, de conseil fiscal, juridique et financier. A l'échelle mondiale, KPMG emploie près de 104 000 collaborateurs dans 144 pays. Les activités de KPMG Suisse sont intégrées à KPMG Holding (le membre suisse de KPMG International). Sous ce toit, KPMG emploie en Suisse près de 1 470 personnes réparties dans treize sites. Dans l'exercice 2005, KPMG Suisse a réalisé un chiffre d'affaires de 367 millions de francs.

Vous trouverez de plus amples informations sur www.kpmg.ch.

Contact:

Sandra Ehrensperger
Corporate Communications
Tél. +41/44/249'27'97
Mobile +41/79/746'46'69
E-Mail: kpmgmedia@kpmg.ch