

DE NOUVELLES TECHNOLOGIES FONT RÉGULIÈREMENT LEUR APPARITION DANS NOS SOCIÉTÉS. APRÈS LA DÉMOCRATISATION DE LA TÉLÉVISION ET DE L'AUTOMOBILE, IL FAUT AUJOURD'HUI S'ADAPTER À L'ARRIVÉE DU *BIG DATA* (DONNÉES MASSIVES), DES OBJETS CONNECTÉS ET AUTRES TECHNOLOGIES QUI ENVAHISSENT LA SPHÈRE SOCIALE. QUELS SONT LES ENJEUX POUR L'INDUSTRIE DE L'ASSURANCE DE DOMMAGES ? COMMENT S'Y PRÉPARER ?



NOUVELLES TECHNOLOGIES

À QUOI S'ATTENDRE ?

Les technologies influencent les modes de vie

L'arrivée, à la fin des années 1970, des premiers ordinateurs personnels a créé une véritable révolution technologique. Quarante ans plus tard, cette technologie est à l'origine de la plupart des prochaines tendances, selon le dernier Consumer Electronics Show¹. Par exemple, la réalité augmentée, l'impression en trois dimensions ainsi que les objets connectés dans nos autos, nos maisons et autour de nos poignets en découlent. C'est pourquoi « il est difficile de prévoir ce que seront les technologies de demain », lance Jonathan Pollender, vice-président, Marketing et développement des affaires chez Promutuel Assurance. « Pour se préparer, ajoute-t-il, il faut garder les yeux ouverts et se tenir informés de ce qui se fait ici et ailleurs. Il ne faut pas croire que cela ne pourrait jamais s'appliquer à notre industrie. »

Que se dessine-t-il à l'horizon ? « C'est sûr que la télématique a été un premier pas, poursuit M. Pollender. Les objets connectés vont très certainement être de plus en plus présents. » Par exemple, lors du Congrès mondial de la téléphonie mobile tenu à Barcelone au printemps 2015, l'entreprise américaine AT&T a présenté une vidéo² sur « la vie connectée » : on y voit une maison qui réagit aux allées et venues des occupants en ajustant automatiquement la température ou l'éclairage, active son propre système de sécurité, rappelle les rendez-vous importants grâce à une communication avec les agendas électroniques et communique même avec les automobiles « intelligentes ». On peut entrevoir les incidences possibles sur les protections requises, compte tenu de l'exposition accrue au cyber-risque, par exemple.

Du côté automobile, plusieurs modèles 2016 proposeront une « conduite connectée » grâce à l'intégration des technologies mobiles³. De son côté, Google poursuit les tests de conduite de ses véhicules autonomes (sans conducteur) sur route ouverte. Toutes ces nouveautés auront nécessairement une influence « partielle ou totale sur la tarification et la nature des produits d'assurance automobile », soutient M. Pollender.

L'apparition de nouveaux métiers

Ces technologies génèrent et utilisent une grande quantité des fameuses données massives. Benoît Descary, blogueur, conférencier et spécialiste du Web 2.0, des médias sociaux et des technologies mobiles, affirmait d'ailleurs en mai dernier, lors du Forum de la ChAD, que « 90 % des données dans le monde ont été créées dans les deux dernières années », citant une donnée de la firme IBM et illustrant l'importance qu'occupent les données massives. En fait, selon IBM, ce sont près de 2,5 trillions (2,5 millions de billions) d'octets de données qui sont générés chaque jour. Ces données proviennent non seulement des objets connectés et des cellulaires, mais également des échanges quotidiens sur les réseaux sociaux (y compris les fichiers image et vidéo), de divers capteurs d'analyse de l'air ou de l'humidité, des systèmes de localisations GPS ou encore de lecteurs RFID⁴.



¹ C'est lors de cet événement, présenté depuis 1967, que plusieurs des plus récentes innovations technologiques populaires ont été révélées, dont le magnétoscope, le lecteur CD, le lecteur DVD et la télé HD. Pour en savoir plus : www.cesweb.org/about-us.

² « The Connected Life », AT&T, disponible sur YouTube à <https://www.youtube.com/watch?v=XOCUPCIWAek>.

³ Chevrolet a par exemple dévoilé l'intégration des technologies CarPlay d'Apple et Android Auto à bord de 14 modèles 2016 : http://media.gm.com/media/ca/fr/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/ca/fr/2015/May/0527_Phone-Integration.html.

⁴ La RFID, ou radio-identification, permet de mémoriser et de récupérer des données à distance grâce à des micro-puces ou à des radio-étiquettes. Cette technologie est utilisée pour payer « sans contact », mais également pour marquer les objets et les animaux.



L'industrie de l'assurance de dommages n'aura pas d'autre choix que de s'adapter à ces montagnes de données générées au quotidien. Si la révolution n'est pas tant la quantité d'informations produites, mais les possibilités qu'elles offrent⁵, il faudra créer « de nouveaux métiers dans l'industrie afin d'analyser et de traiter ces données non structurées, explique M. Pollender. Les actuaire se spécialiseront sans doute davantage pour être en mesure de les assimiler. La modélisation sera différente et l'on devra voir l'assurance autrement. » En plus d'accroître la capacité de l'industrie de proposer aux clients des produits fondés sur l'analyse de leurs comportements et de leur profil, ces données changeront la manière de concevoir les produits.

Dans leur livre *Big Data: une révolution qui va transformer notre façon de vivre, de travailler et penser*, Viktor Mayer-Schönberger et Kenneth Cukier prédisent par exemple la naissance des « algorithmistes », des spécialistes capables de comprendre les données pour contrôler les entreprises de l'extérieur comme de l'intérieur. Il semblerait d'ailleurs qu'en 2050, « 65 % des écoliers d'aujourd'hui pratiqueront, une fois diplômés, des métiers qui n'ont même pas encore été inventés⁶ ». Autant dire que les profils de main-d'œuvre recherchés en assurance de dommages n'ont pas fini d'évoluer.

⁵ Selon l'article « Why "Big Data" Is a Big Deal », harvardmagazine.com/2014/03/why-big-data-is-a-big-deal.

⁶ Cité au www.franceinfo.fr/emission/question-d-education/2013-2014/65-des-metiers-de-demain-n-existent-pas-l-ecole-est-elle-prete-12-02-2013-13-45.

Suivre le rythme

Les travailleurs actuels doivent d'ores et déjà suivre ces développements afin de se tenir à jour. À titre d'exemple, l'évolution des médias sociaux et de l'Internet mobile influence la relation qu'entretiennent les représentants avec leur clientèle. Pour Stéphanie Gosselin, courtier en assurance de dommages, coordonnatrice aux communications et développement des affaires chez Assurancia, les représentants doivent « prendre le virage des médias sociaux et de la technologie afin de pouvoir communiquer avec la clientèle. Nous devons nous adapter au besoin de flexibilité des clients, surtout les plus jeunes ». Ceux qu'on appelle les natifs numériques sont les clients de demain.

« Pour rejoindre ces clients et les garder longtemps, on doit répondre à leurs besoins, poursuit M^{me} Gosselin. Ces clients veulent pouvoir communiquer avec leurs fournisseurs en dehors des heures normales de bureau. Pour eux, un message numérique est moins agressant qu'un appel téléphonique. » Il faut repenser le service à la clientèle afin de tirer profit de ces outils. « Aujourd'hui, l'adresse courriel est aussi importante à prendre en note dans les dossiers-clients que la date de naissance, affirme M^{me} Gosselin. De plus, le fait de faciliter les communications permet de créer une certaine forme de proximité. L'objectif est de maintenir un contact simple et rapide avec le client, pour le retenir. La croissance d'un cabinet est certes importante, mais la fidélisation de sa clientèle l'est tout autant. »

Actionnaires de cabinets recherchés

- ✗ Devenez courtier autonome et propriétaire de votre propre cabinet.
- ✗ Ayez accès à une diversité d'assureurs.
- ✗ Profitez d'un mode de rémunération innovateur reconnaissant vos efforts.

JOIGNEZ NOTRE ÉQUIPE D'EXPÉRIENCE pour un appui à vos ambitions et une formation complète.



Un choix de confiance assuré
DEPUIS 30 ANS



Faites parvenir votre CV **1 877 835-1150** poste 8111
jpicaard@groupeafl.com



L'innovation appelle la collaboration

L'industrie, à tous les niveaux, devra inévitablement s'adapter. Grâce aux données, « les produits pourront être bâtis sur mesure pour répondre aux nouveaux besoins des clients », explique M. Pollender. Or, pour développer ces produits pointus et flexibles, « les entreprises en assurance de dommages devront établir des partenariats », prévient-il. Qui plus est, la vente en ligne de produits d'assurance favorisera l'arrivée de concurrents provenant de l'étranger. « L'industrie devra s'adapter rapidement pour résister à ces nouveaux joueurs qui bénéficieront de la structure plus légère qui leur est offerte. » M^{me} Gosselin croit pour sa part que « s'ils veulent rester performants, les plus petits joueurs devront conclure des partenariats externes pour bénéficier d'équipes solides, capables de les accompagner et de les conseiller ». La structure du marché devrait également s'en trouver bouleversée.

La réglementation devra aussi être repensée afin d'encadrer les situations problématiques émergentes. Ainsi, si l'on discute d'ores et déjà dans l'industrie des adaptations à faire pour permettre la vente en ligne d'assurance de dommages, d'autres ajustements seront nécessaires concernant l'utilisation des « données massives ». Certains consommateurs ont déjà exprimé leurs craintes à l'égard du manque de transparence dans l'utilisation de ces données.

De son côté, le Comité de déontologie et de règles de pratique de la ChAD s'est penché sur la télématique. Entre autres préoccupations déontologiques, il a été recommandé que les représentants mettent en garde les consommateurs quant à l'utilisation possible des données (notamment à d'autres fins que la tarification), au droit de propriété ou au transfert de ces données et à la protection des renseignements personnels. L'Autorité des marchés financiers a également exprimé ses attentes quant aux données collectées grâce à la télématique⁷. La Commission d'accès à l'information du Québec se penche aussi sur cette question et devrait formuler un avis sous peu.

Ce ne sont pourtant que les premières étapes, et des ajustements seront à prévoir afin que la protection du public demeure une priorité dans le contexte de cette nouvelle révolution technologique. ■

⁷ Avis de l'Autorité des marchés financiers relatif à l'offre de produits d'assurance automobile s'appuyant sur l'utilisation de données liées à la télématique, avril 2015.

DRONES ET LOGICIELS EN RÉGLEMENT DE SINISTRES

L'expertise en règlement de sinistres devrait également connaître sa révolution technologique. L'utilisation des drones pourrait par exemple se répandre. Ces appareils télécommandés sont déjà employés pour l'évaluation de toitures ou de travaux de maçonnerie en hauteur, le survol de zones inondées, des opérations de sauvetage ou de collecte de renseignements ainsi que la photographie et la vidéo aériennes. Il est facile d'entrevoir l'usage que pourraient en faire les experts en sinistre.

Avec le développement des technologies mobiles – cellulaires « intelligents », tablettes et autres –, les experts en sinistre pourraient aussi voir arriver des logiciels dédiés. Aux États-Unis, des applications de ce type ont déjà fait leur apparition. Grâce à un appareil iPhone ou Android doté du programme approprié, il est possible de prendre des photos et de collecter des données directement sur le lieu d'un sinistre. Il est à noter que les utilisateurs de ce programme ne sont ni le sinistré ni un expert en sinistre. Les « rapporteurs », présents dans la plupart des États américains, sont en fait des personnes de tout horizon qui se sont portées volontaires, selon un principe qui s'apparente au service de « taxi » Uber. L'entreprise qui a créé cette application précise néanmoins sur son site que les antécédents des « rapporteurs » ont été vérifiés avant qu'ils aient été autorisés à agir. Si elle amène des questions en matière de conformité dans sa forme actuelle, cette application ouvre néanmoins la porte à des éventualités dont il faudra peut-être tenir compte dans un futur proche.

Selon certaines études⁸, une trentaine d'objets connectés seront en permanence autour de nous en 2020, promettant de « faciliter » nos vies du lever au coucher. Puisqu'aucune machine n'est infaillible, qu'advient-il en cas de sinistre ? À qui incombera la responsabilité : au fabricant, à l'installateur, à l'utilisateur ? La question a déjà été soulevée avec l'annonce de l'arrivée prochaine des voitures autonomes, mais elle méritera également d'être approfondie avec le développement de la domotique.

⁸ Une étude de l'Institut GfK citée dans « Les assistants élargissent leur domaine d'intervention », *Argus de l'assurance*, 13 mai 2015.