

L'assurance dans l'après-COVID-19 : la population française de plus en plus consciente de l'importance de s'assurer contre les cybermenaces

Guidewire Software, Inc. (NYSE : GWRE), plateforme à laquelle les assureurs IARD font confiance pour communiquer, innover et se développer efficacement, annonce [les résultats d'une enquête réalisée auprès de consommateurs français](#), qui apporte un éclairage sur l'impact de la crise du COVID-19 sur leur attitude vis-à-vis de l'assurance et des assureurs.

Alors que la vie professionnelle et la vie privée dépendent de plus en plus des services numériques, l'étude fait ressortir des contradictions entre ce que la population juge essentiel de protéger et ce qu'elle est prête à payer pour cela. Par exemple, tandis que la quasi-totalité des Français sondés (88%) déclarent que la protection de leur identité numérique revêt plus d'importance à leurs yeux que celle de leurs vêtements (58 %) ou de leurs bijoux (40 %), seuls 9 % d'entre eux ont effectivement souscrit une assurance couvrant leur identité numérique.

De plus, l'expérience des mesures de confinement a manifestement modifié le comportement des consommateurs. Près de la moitié d'entre eux (49 %) indiquent qu'à la suite de la crise du COVID-19, ils seront plus attentifs afin de s'assurer qu'ils comprennent bien la couverture que leur procure leur assurance. Certaines catégories d'assurance, qui peinaient à décoller jusqu'ici, pourraient également être impactées dans un futur proche. En effet, les Français sont désormais presque deux fois plus enclins à s'assurer contre la perte de revenus ou à se couvrir contre le vol d'identité en ligne, après avoir été durement frappés par la crise en y étant mal préparés. En parallèle, de nouvelles préoccupations semblent émerger, comme l'importance de l'assurance annulation voyage ou encore celle de la protection des paiements, citées respectivement par 33% et 26% des répondants.

Pourtant, un autre élément significatif mis en lumière par cette étude pourrait venir freiner toute potentielle montée de la demande de ces produits : les consommateurs ne sont pas convaincus que les assureurs les aient suffisamment protégés pendant la crise.

En France, ils sont ainsi près de deux fois plus nombreux (28 %) à penser que les assureurs n'ont pas fait assez pour aider les personnes dans le besoin face au COVID-19 que ceux ayant une opinion plus positive au sujet du soutien apporté par le secteur (12 %) durant la pandémie. Ce chiffre vient s'ajouter à la proportion de près d'un assuré sur cinq (18 %) ayant déjà une image négative des assureurs avant la crise.

« Les tensions de ces derniers mois ont clairement conduit de nombreux consommateurs à s'intéresser de près à leur relation avec leur assureur et à la couverture dont ils ont besoin, » commente Keith Stonell, Directeur général EMEA de Guidewire Software. « Bien que les consommateurs affirment maîtriser leurs assurances, l'intérêt nettement grandissant pour une protection contre le vol d'identité en ligne et la perte

d'emploi indique que la pandémie a fait prendre conscience à la population des nouveaux risques auxquels elle est exposée. »

« Les assureurs sont sensibles à la situation actuelle et doivent prendre la mesure des changements opérés et à venir dans ce contexte de nouvelle norme. Ils vont devoir s'adapter à cette nouvelle norme et aux répercussions qu'elle aura sur la gestion de leur activité et leur interaction avec leurs clients et partenaires, » conclut Ratiba Lafer, Product Marketing Manager EMEA.

À propos de Guidewire

Guidewire est la plateforme à laquelle les assureurs IARD font confiance pour communiquer, innover et se développer efficacement. Nous associons le numérique, les systèmes cœur de métier, l'analytique et l'IA dans notre plateforme sous forme de service cloud. À la fin de notre exercice 2019, plus de 380 assureurs, des jeunes de petite envergure aux entreprises les plus grandes et complexes dans le monde, utilisent Guidewire.

En tant que partenaire de nos clients, nous sommes en constante évolution pour assurer leur réussite. Nous sommes fiers de nos résultats inégalés en matière d'implémentations, avec à notre actif plus de 1 000 projets réalisés avec succès et bénéficiant du soutien de la plus grande équipe de R&D, et l'écosystème de partenaires le plus vaste du secteur. Notre marketplace compte des centaines d'applications qui accélèrent l'intégration, la localisation et l'innovation.

Pour plus de renseignements, veuillez consulter notre site www.guidewire.fr. Suivez-nous sur Twitter: [@Guidewire_PandC](https://twitter.com/Guidewire_PandC)

N.B.: Pour en savoir plus sur les marques déposées de Guidewire, veuillez consulter la page : <https://www.guidewire.com/legal-notices>



Consultez la version source sur businesswire.com : <https://www.businesswire.com/news/home/20200713005288/fr/>