

L'assurance, si nécessaire et si incomprise

L'expansion et la multiplication des risques soulignent combien l'assurance est plus que jamais indispensable. Néanmoins, elle reste perçue comme un mal nécessaire avec une offre peu lisible, ce qui la rend critiquable à merci.

PREMIER POINT Réflexion à mener sur les risques climatiques et cyber

L'avenir de l'assurance est l'affaire de tous : il ne faut pas le confisquer. Activité essentielle à l'économie et à la protection des citoyens, l'assurance souffre d'un réel déficit d'image. Ce n'est pas nouveau, mais au cours de ces dernières années, cela n'a cessé de croître. Le Covid et la répétition des catastrophes naturelles ont exacerbé les tensions. Le jeu incompréhensible sinon contre-productif des pouvoirs publics perturbe encore un peu plus l'exercice de ce métier et freine la formulation de propositions d'assurances capables de susciter de l'intérêt, puis de l'adhésion.

Heureusement, la situation financière du secteur est bonne. Les organismes d'assurance sont bien gérés, leur solvabilité très convenable, même si quelques-unes de leurs activités rencontrent des difficultés persistantes. Ces dernières, du fait de leur sinistralité, questionnent les limites de l'assurabilité et devraient faire partie du débat public.

Cette situation devrait favoriser une réflexion de fond pour imaginer des solutions face au risque climatique, au risque cyber, au vieillissement des populations ou encore

pour répondre aux attentes des consommateurs et aux mutations des marchés. Cela ne semble pas être le cas. En effet, si certains y travaillent, cela reste confidentiel. Or, les enjeux sont tels que ce ne sont pas quelques aménagements du modèle d'affaires ni même l'intégration d'innovations incrémentales qui seront à la hauteur. Les événements récents montrent bien que notre environnement change d'état, les citoyens oscillent entre inquiétude et exaspération. Les distributeurs sont éloignés des centres de réflexion et encore plus de décision.

Il leur est donc bien difficile de faire partager les grands enjeux et la manière dont ils décryptent les marchés n'est guère écoutée.

SECOND POINT Impliquer les pouvoirs publics

La puissance publique, pour des raisons évidentes, doit être partie prenante des réflexions, ne serait-ce que pour qu'elle soit bien imprégnée de la profondeur des questions à résoudre et qu'elle ne s'égare pas sur des chemins impraticables, comme le propose la mission d'information du Sénat sur le coût des complémentaires santé.

Les organismes d'assurance doivent également dépasser leur vision souvent court-termiste. Personne ne se sauvera seul, la

LA FONCTION DU MEDI

Le Monitoring european distribution of insurance (Medi), est un observatoire spécialiste des systèmes de distribution de l'assurance et de l'épargne. Analyste de l'évolution des parts de marché, il mesure les performances des acteurs de la distribution (modèles économiques), étudie les comportements des distributeurs (attentes, besoins, clés de succès), mesure leur efficacité à travers l'impact de leurs activités dans les résultats des compagnies, et élabore des outils pour soutenir le professionnalisme des intermédiaires en assurance. Henri Debruyne, à l'origine de sa création en 2010, en est le président.

dimension collective est incontournable. Sans osmose avec la société qu'elle sert, l'assurance court sans cesse après des chimères. Son ambition devrait être de rendre attrayantes ses prestations et d'être le mieux possible au cœur des besoins et de leurs évolutions. Aujourd'hui, elle est largement perçue comme un dispositif contraint, obscur dans ses mécanismes et intransigeant dans ses procédures sans que l'on comprenne pourquoi. Aussi est-elle perpétuellement sur la défensive, comme ce fut le cas dans l'épisode malheureux des pertes d'exploitation ou bien dans ce débat quasi idéologique sur les complémentaires santé ou encore dans celui de l'évolution du risque climatique.

Jamais l'assurance n'aura été si nécessaire ni si incomprise. Elle est une industrie dont l'utilité est évidente et dont l'offre présente de réels avantages, indispensables pour affronter les risques de la vie. Elle ne devrait susciter que de l'adhésion. Un objectif long, mais qui débute forcément par une vision claire et partagée de ce qu'elle propose. Faute de quoi, elle pourrait se diluer dans des prestations plus larges dont elle ne deviendrait qu'un complément. C'est ce dont rêvent les Gafam (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) et autres méga prédateurs. ●