



**Conseil Économique  
et Social**

Distr.  
GÉNÉRALE

TRADE/2001/15  
6 juin 2001

ANGLAIS ET FRANÇAIS SEULEMENT

**COMMISSION ÉCONOMIQUE POUR L'EUROPE**

COMITÉ POUR LE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE,  
DE L'INDUSTRIE ET DE L'ENTERPRISE  
Cinquième session, 13-15 juin 2001  
Point 4 de l'ordre du jour provisoire

**Importance économique de l'assurance en Europe centrale et orientale et  
impact de la mondialisation et de l'e-business**

Auteurs : Esther Baur, Ulrike Birkmaier, Marco Rüstmann  
Swiss Re, Economic Research & Consulting, Zurich<sup>1</sup>

1. Introduction .....	2
2. L'importance de l'assurance d'un point de vue économique .....	3 - 9
2.1. Le rôle de l'assurance dans le développement économique .....	3 - 4
2.2. Les dépenses d'assurance en Europe centrale et orientale .....	4 - 9
3. Le rôle des assureurs étrangers .....	10 - 14
3.1. Libéralisation des marchés émergents : opportunités et défis .....	10 - 12
3.2. Etat d'avancement de la libéralisation de l'accès aux marchés en Europe centrale et orientale .....	12
3.3. La présence d'assureurs étrangers en Europe centrale et orientale .....	12 - 14
4. L'impact de l'e-business .....	14 - 22
4.1. L'e-business et l'assurance .....	15 - 17
4.2. Quels modèles commerciaux faisant appel à l' <i>e-business</i> seront voués au succès ? .....	17 - 20
4.3. Comment l' <i>e-business</i> influe-t-il sur la concurrence ? .....	20 - 21
4.4. L'e-business en Europe centrale et orientale : perspectives .....	21 - 22
5. Conclusion .....	22 - 23
6. Bibliographie .....	23 - 24

<sup>1</sup> Ce document a été préparé à la demande du secrétariat et se fonde sur diverses études publiées dans la série *sigma* de Swiss Re : *sigma* n° 1/2001 : « Les marchés de l'assurance en Europe centrale et orientale – évolution actuelle et état des préparatifs en vue de l'adhésion à l'UE » ; *sigma* n° 5/2000 : « E-business et assurance : l'obligation de s'adapter – l'opportunité de se renouveler » ; *sigma* n° 4/2000 : « Marchés émergents : le secteur de l'assurance à l'heure de la mondialisation ».

Le présent document est reproduit sous la forme dans laquelle nous l'avons reçu des auteurs. Il n'a pas subi la moindre modification formelle de la part du secrétariat CEE/ONU.

## 1. Introduction

### 1.1. Thématique et structure de l'étude

Pour que les pays en transition d'Europe centrale et orientale réussissent leur intégration dans l'économie mondiale et atteignent une croissance économique solide et durable, il est important qu'ils disposent de marchés assurantiels efficaces. Forts de leurs capacités, de leur assise financière et de leur savoir-faire, les assureurs d'envergure internationale jouent un rôle majeur dans la mise sur pied d'un secteur de l'assurance efficient. Portés par le mouvement de concentration mondiale, les avancées technologiques et le potentiel que recèle l'e-business marquent le début d'une véritable révolution dans le secteur de l'assurance : nous sommes entrés dans l'ère de l'efficacité.

Dans un premier temps, la présente étude se penche sur le rôle que joue l'assurance dans la croissance économique ainsi que sur le stade de développement auquel se trouve actuellement le secteur de l'assurance en Europe centrale et orientale. Dans un deuxième temps, elle fournit un aperçu des discussions animées qui ont lieu sur le potentiel de la libéralisation de l'accès au marché et les défis que celle-ci représente, avant d'analyser l'importance de la présence de compagnies d'assurance étrangères dans les différents pays. L'étude s'intéresse également à l'impact de l'e-business sur le secteur de l'assurance.

### 1.2. Regroupements de pays

Les régions suivantes ont été déterminées sur la base de critères géographiques et économiques<sup>2</sup> :

- Europe du Centre-Est (CEE5) : Pologne, Slovaquie, Slovénie, République tchèque, Hongrie
- Etats baltes : Estonie, Lettonie, Lituanie
- Europe du Sud-Est (SETE7) : Albanie, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Yougoslavie, Croatie, Ex-République yougoslave de Macédoine, Roumanie
- Etats de la CEI : Arménie, Azerbaïdjan, Kazakhstan, Kirghizistan, République de Moldova, Fédération de Russie, Tadjikistan, Turkménistan, Ukraine, Ouzbékistan, Bélarus

Les 10 candidats à l'adhésion à l'UE incluent les Etats de la CEE5 et les Etats baltes, ainsi que la Bulgarie et la Roumanie.

### 1.3. Données

Les données relatives au volume des primes dans les différents pays ont essentiellement été fournies par les autorités nationales de surveillance des assurances, parfois également par les associations d'assureurs et par la presse spécialisée. La différenciation entre assurance vie et assurance non-vie est conforme à la définition de l'OCDE. Ainsi, l'assurance santé a été affectée à l'assurance non-vie chaque fois que cela était possible.

Les taux de croissance ont été calculés sur la base des primes exprimées en monnaie nationale et corrigées de l'inflation au moyen de l'indice des prix à la consommation du pays concerné. Afin de pouvoir comparer les primes des différents pays, elles ont été converties en USD au taux de change moyen de l'année.

---

2 Cette classification des pays d'Europe centrale et orientale est également utilisée par l'ONU et le WIIW.

## **2. L'importance de l'assurance d'un point de vue économique**

### **2.1. Le rôle de l'assurance dans le développement économique**

#### *2.1.1. Le transfert des risques*

L'un des rôles fondamentaux de l'assurance consiste à préserver la santé financière des petites et moyennes entreprises. Quant aux individus, il est important qu'ils puissent compter sur une couverture d'assurance privée qui, en complément de la protection offerte par les systèmes de sécurité sociale, leur permettra de s'assurer contre l'incapacité de travail, d'épargner en vue de leur retraite ou encore de se protéger contre des pertes financières. L'assurance devient alors un moyen clé de garantir le développement sain des PME, un élément essentiel pour la stabilité politique d'un pays.

Un secteur assurantiel bien développé stimulera aussi la production nationale, l'innovation et le commerce. L'assurance permet en outre de réduire le risque d'investissement qu'encourent les sociétés et l'Etat. Pour de nombreuses sociétés, contracter un prêt sans se procurer la couverture d'assurance adéquate serait bien trop coûteux, voire impossible. L'assurance permet en effet à une société de réduire les coûts liés à l'emprunt des capitaux dont elle a besoin. Ce facteur est particulièrement crucial sur les marchés émergents, étant donné que le manque de capital y constitue l'un des éléments les plus dissuasifs pour l'investissement. En réduisant le risque d'investissement, l'assurance favorise aussi la réflexion à long terme au sein des entreprises et leur permet d'accroître leur tolérance au risque. Aussi nombre d'investissements dans de nouveaux centres de production et des jeunes sociétés ne seraient-ils jamais réalisés si l'on exigeait des sociétés qu'elles disposent des moyens financiers nécessaires pour compenser toute perte envisageable. Il ne semble donc pas exagéré d'avancer que l'accès à l'assurance est parfois considéré comme un facteur de production en soi, une affirmation qui peut certes être débattue.

Le même principe s'applique aux investissements d'infrastructure : en l'absence de l'assurance, de nombreux projets – tels que centrales électriques, chemins de fer ou aéroports – ne pourraient jamais être réalisés. En effet, faute de fonds suffisants leur permettant de reprendre les opérations à la suite d'un sinistre et en l'absence d'une couverture d'assurance, ces projets seraient réduits à néant.

#### *2.1.2. Le rôle informatif de l'assurance*

L'assurance joue également un autre rôle dans le milieu économique : elle fournit des informations. En effet, le volume des primes livre une indication sur les risques existants et sur la probabilité de survenance d'un sinistre. Ces renseignements permettent aux sociétés d'effectuer une comparaison des profils risques/rendements afférents aux projets, garantissant ainsi la meilleure affectation possible des ressources disponibles. Les compagnies d'assurance proposent aussi des services de conseil, par exemple sur les possibilités d'améliorer les normes de sécurité et la qualité d'un produit.

#### *2.1.3. Le rôle de l'assurance sur les marchés des capitaux*

Outre la stabilité financière qu'elles offrent aux particuliers, aux sociétés et à l'Etat (dans leur rôle d'investisseurs institutionnels), les compagnies d'assurance, grâce aux énormes montants d'actifs qu'elles investissent, contribuent au développement de marchés des capitaux efficaces. En effet, les compagnies d'assurance perçoivent des primes qu'elles mettront de côté sous la forme de provisions destinées au règlement des sinistres futurs. Elles ont commencé à investir ces montants sur les marchés des capitaux, une pratique qui font d'elles des investisseurs de taille. D'un point de vue macroéconomique, le marché de l'assurance pourrait aider à mobiliser l'épargne nationale et à réduire le fossé qui sépare les pays développés des pays émergents en matière d'investissement. Sur les marchés émergents, l'épargne nationale n'a pas été mobilisée complètement en dépit des énormes besoins de financement nés, par

exemple, de projets d'infrastructure. En leur qualité de grands investisseurs institutionnels à long terme, et par conséquent d'intermédiaires financiers, les assureurs offrent une plate-forme de rencontre aux épargnants et aux emprunteurs. L'assurance vie, en particulier, permet de rendre l'épargne disponible – même si les assureurs vie sont eux-mêmes tributaires du bon fonctionnement des marchés des capitaux s'ils veulent être à la hauteur dans le domaine du transfert des risques.

## **2.2. Les dépenses d'assurance en Europe centrale et orientale**

En 1999, les 27 pays en transition d'Europe centrale et orientale, y compris la CEI, ont généré un volume des primes de 15,2 milliards USD<sup>3</sup>, les sept plus grands pays en terme d'encaissement (CEE5, Fédération de Russie et Croatie) ayant réalisé 89 % de ce montant.

### *2.2.1. Une faible pénétration de l'assurance*

Dans les pays d'Europe centrale et orientale, la part du revenu consacrée à l'assurance (ou pénétration de l'assurance) est encore nettement plus petite qu'en Europe occidentale. Dans le secteur non-vie, la moyenne des primes exprimées en pourcentage du PIB est de 1,7 %, soit quelque 55 % du niveau enregistré en Europe occidentale (3,0 %) ; dans le secteur vie, elle n'est que de 0,7 %, soit 14 % du niveau de l'Europe occidentale (5,0 %). Avec 2,0 % dans le secteur non-vie et 1,0 % dans le secteur vie, les 10 candidats à l'adhésion à l'UE affichent la pénétration la plus élevée.

Malgré le boom récemment observé, l'assurance vie connaît encore un faible niveau de développement dans tous les pays d'Europe centrale et orientale, une situation qui se reflète dans la faible part du revenu consacrée à l'achat d'assurances vie. Seuls les pays de la CCE5 et la Fédération de Russie ont atteint des taux de pénétration supérieurs à 0,5 % (ils dépassent 1 % du PIB en Hongrie, dans la République tchèque et dans la Slovaquie). En Croatie, les dépenses d'assurance sont tout juste inférieures à 0,5 % du PIB, alors que dans les autres pays d'Europe centrale et orientale, le secteur de l'assurance commence seulement à se développer.

Dans le secteur non-vie, les différences ne sont pas aussi marquées. Outre les Etats de la CEE5 et la Fédération de Russie, certains Etats d'Europe du Sud-Est, de même que l'Estonie et la Lettonie, enregistrent également des valeurs supérieures à 1,0 %. Aussi certains Etats d'Europe centrale et orientale affichent-ils déjà un taux de pénétration supérieur à celui enregistré dans certains Etats membres méditerranéens de l'UE (cf. graphique n° 1). En revanche, les anciennes républiques soviétiques (à l'exception de la Fédération de Russie), ainsi que la Roumanie et la Lituanie<sup>4</sup>, affichent une pénétration de l'assurance plus faible (inférieure à 1,0 %). Dans le Caucase et dans les petites républiques d'Asie centrale, le secteur de l'assurance en est encore à un stade extrêmement rudimentaire.

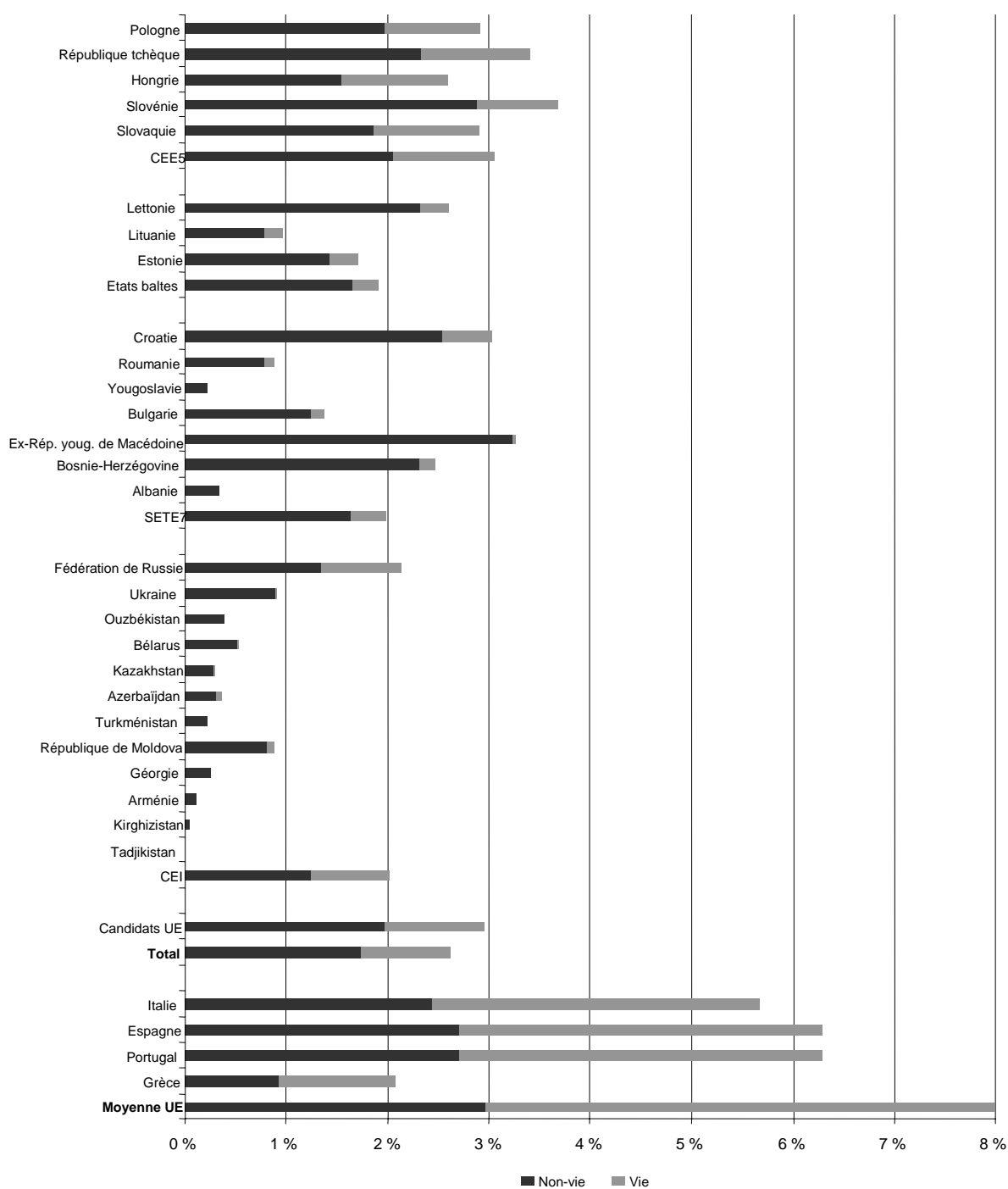
Ces dernières années, la pénétration de l'assurance a constamment progressé dans presque tous les pays. En particulier, la croissance réelle élevée de l'assurance vie se reflète dans la progression rapide de la pénétration de l'assurance. Dans le secteur non-vie, la progression a par contre été plus lente. La Croatie et la Slovénie sont les seuls pays où le secteur de l'assurance a progressé plus faiblement que l'ensemble de l'économie depuis 1995, provoquant un recul de la pénétration de l'assurance.

---

3 L'encaissement total correspond approximativement à celui de la Belgique ou du Brésil.

4 Le faible taux de pénétration en Lituanie s'explique par l'absence d'une assurance responsabilité automobile obligatoire.

**Graphique n° 1**  
**Pénétration de l'assurance en Europe centrale et orientale en 1999**  
**(primes en pourcentage du PIB)**



Source : Swiss Re, *sigma* n° 1/2001

### 2.2.2. Croissance fulgurante du volume des primes

Depuis que les pays d'Europe centrale et orientale sont sortis de la crise dans laquelle ils avaient plongé au début des années 1990 à l'époque de la transformation, le secteur de l'assurance y a connu une croissance fulgurante. Parti d'un niveau très bas, le secteur vie a progressé de 17,4 % en données corrigées de l'inflation, soit un taux de croissance annuel presque deux fois supérieur au taux affiché par les pays membres de l'UE. Le secteur non-vie, qui a connu une croissance moyenne de 7,6 % par an, s'est démarqué de manière encore plus nette de l'évolution enregistrée dans les pays de l'UE. Ce sont les avantages fiscaux destinés à promouvoir la prévoyance individuelle qui ont profité à l'assurance vie, alors que les affaires non-vie ont surtout bénéficié de l'introduction et de l'expansion de l'assurance responsabilité automobile obligatoire ainsi que de la demande soutenue d'assurances santé et accidents individuelles. Favorisée par les bonnes perspectives macroéconomiques, cette tendance devrait se poursuivre.

Dans certains pays, les affaires vie ont affiché une croissance extrêmement volatile. Le marché russe, en particulier, a initialement connu une grande instabilité en raison des modifications apportées à la législation fiscale<sup>5</sup>. Jusqu'en 1996, les Etats baltes ont enregistré un fort recul du volume des primes réel. Ce n'est qu'ensuite que le secteur a progressé pour retrouver, en 1999, son niveau de 1993. Les Etats de la CEE5 ont, en revanche, enregistré une croissance relativement constante et élevée pendant les années 1990.

Dans le secteur non-vie, la meilleure performance a été réalisée par les Etats baltes, qui enregistrent une croissance moyenne supérieure à 21,5 % par an. Les Etats de la CEE5 et de la CEI ont connu une évolution quasiment homogène, affichant des taux de croissance moyens de respectivement 8,4 % et 7,4 %. Seuls l'Europe du Sud-Est et les Etats de la CEI ont enregistré un bref recul du volume des primes réel, en 1994 et 1998, à la suite de crises politiques et économiques.

---

5 D'après une estimation réalisée par Axco en novembre 2000, seuls 5 % environ du volume des affaires vie en Russie sont conformes aux normes internationales, tandis que 95 % servent exclusivement à l'évasion fiscale systématique.

**Tableau n° 1**  
**Volume des primes en Europe centrale et orientale**

	Assurance vie				Assurance non-vie			
	millions USD 1999	Croissance réelle par rapport à l'année précédente			millions USD 1999	Croissance réelle par rapport à l'année précédente		
		93-99	98	99		93-99	98	99
Pologne	1484	16,4 %	18,2 %	21,6 %	3041	11,5 %	6,5 %	7,9 %
République tchèque	576	10,2 %	7,4 %	29,3 %	1231	9,6 %	3,6 %	4,1 %
Hongrie	507	16,0%	22,6 %	21,6 %	748	1,5 %	3,3 %	4,6 %
Slovénie	159	26,2%	8,7 %	12,1 %	567	5,1 %	4,7 %	0,1 %
Slovaquie	207	17,5%	28,8 %	19,3 %	366	7,0 %	13,3 %	-7,5 %
CEE5	2933	15,6 %	16,9 %	22,3 %	5952	8,4 %	5,8 %	4,9 %
Lettonie	18	-1,2 %	-6,1 %	34,6 %	145	24,1 %	30,0 %	3,3 %
Lituanie	18	-5,5 %	9,9 %	9,7 %	84	24,5 %	61,0 %	0,5 %
Estonie	15	14,7 %	48,7 %	2,0 %	74	15,1 %	1,5 %	2,4 %
Etats baltes	52	1,8 %	13,6 %	14,6 %	302	21,5 %	28,2 %	2,3 %
Croatie	96	22,5 %	36,2 %	12,0 %	513	-3,7 %	5,6 %	1,1 %
Roumanie	34	8,4 %	55,2 %	77,1 %	246	14,8 %	6,7 %	29,7 %
Yougoslavie	1	-7,2 %	-25,7 %	-20,3 %	199	3,9 %	0,9 %	-9,0 %
Bulgarie	15	-19,4 %	17,1 %	6,8 %	154	4,3 %	15,3 %	35,7 %
Ex-Rép. youg. de Macédoine	1	2,9 %	5,7 %	-8,8 %	111	-0,6 %	-1,3 %	1,5 %
Bosnie-Herzégovine	7	-	-	-	102	41,9 %	22,1 %	27,9 %
Albanie	0.03	-65,5 %	-95,5 %	60,6 %	12,5	-7,3 %	8,7 %	19,8 %
SETE7	155	9,6 %	32,5 %	24,5 %	1378	3,5 %	5,3 %	8,2 %
Fédération de Russie	1440	16,5 %	20,3 %	54,3 %	2476	7,1 %	-18,6 %	11,2 %
Ukraine	6	-51,0 %	-37,5 %	-51,5 %	276	8,8 %	80,4 %	21,3 %
Bélarus	1	-29,1 %	-32,5 %	-31,0 %	56	22,7 %	17,8 %	61,3 %
Kazakhstan	5	2,2 %	-25,2 %	24,4 %	44	75,9 %	28,5 %	24,4 %
République de Moldova	1	-39,4 %	-86,2 %	-48,8 %	9	6,1 %	21,1 %	-24,7 %
Autres Etats CEI	3	n.d.	n.d.	n.d.	58	n.d.	n.d.	n.d.
CEI	1456	13,9 %	16,3 %	53,5 %	2919	7,4 %	-14,9 %	12,7 %
Candidats UE	3034	15,9 %	17,4 %	22,9 %	6654	10,0 %	7,2 %	6,5 %
Tous pays	4596	17,4 %	17,2 %	32,1 %	10 551	7,6 %	-0,3 %	7,4 %
Italie	37 942	23,0 %	37,6 %	31,0 %	28 707	2,9 %	7,1 %	5,2 %
Espagne	17 907	15,4 %	6,8 %	31,7 %	16 138	3,9 %	5,4 %	9,1 %
Portugal	3 807	24,0 %	14,9 %	32,0 %	2 936	5,3 %	4,9 %	5,8 %
Grèce	1 426	9,9 %	11,5 %	28,3 %	1 167	5,6 %	3,6 %	13,2 %
UE-15	434 065	9,6 %	5,8 %	17,7 %	268 666	1,6 %	-0,3 %	1,7 %

Source : Swiss Re Economic Research & Consulting

### 2.2.3. *Le segment le plus important : l'assurance automobile*

Etant donné sa faible pénétration, l'assurance vie ne contribue que pour environ un tiers aux primes totales encaissées en Europe centrale et orientale, un résultat nettement plus bas que dans les pays de l'OCDE ou de l'UE, où la part qu'elle représente est de 60 % en moyenne.

Dans les pays de la CEE5, la part élevée du revenu consacrée à l'assurance non-vie est principalement le fruit de l'assurance automobile ; celle-ci représente entre 50 % (Slovénie) et 64 % (Pologne) des primes non-vie encaissées. D'autres types d'assurance non-vie bien développés dans les pays de la CEE5 sont les branches dommages, accidents et santé ; les branches RC, crédit et caution n'ont par contre pas encore réussi à percer.

Au cours de ces dernières années, l'assurance automobile a subi de profonds changements. Dans les pays de la CEE5, le nombre de voitures pour 1000 habitants est en train de se rapprocher à grands pas des niveaux de l'UE ; les prix des véhicules neufs et des pièces détachées (indicateurs importants pour les taux de prime) reflètent les normes internationales et non le coût de la vie local, ces biens étant généralement importés. Dans les années 1990, les couvertures minimales de l'assurance RC prescrites par la loi ont été revues à la hausse, ce qui a entraîné une augmentation des primes. La démonopolisation et la déréglementation de l'assurance responsabilité automobile obligatoire a permis à l'assurance automobile de poursuivre son développement rapide. Depuis le démantèlement, en janvier 2000, du monopole détenu par Ceska Pojistovna dans le segment de l'assurance responsabilité automobile obligatoire, la Slovaquie est le dernier pays où l'assurance automobile est encore soumise à un monopole. Le gouvernement slovaque a annoncé que celui-ci serait dissout à dater de janvier 2002. Sauf en Pologne, où les tarifs de l'assurance responsabilité automobile obligatoire ont déjà fait l'objet d'une déréglementation complète, certaines formes de réglementation tarifaire subsistent souvent pour des raisons sociales, le but étant de contenir les hausses de prix. Cela n'a pas empêché les tarifs d'assurance de grimper en flèche dans la plupart des pays au cours de ces dernières années.

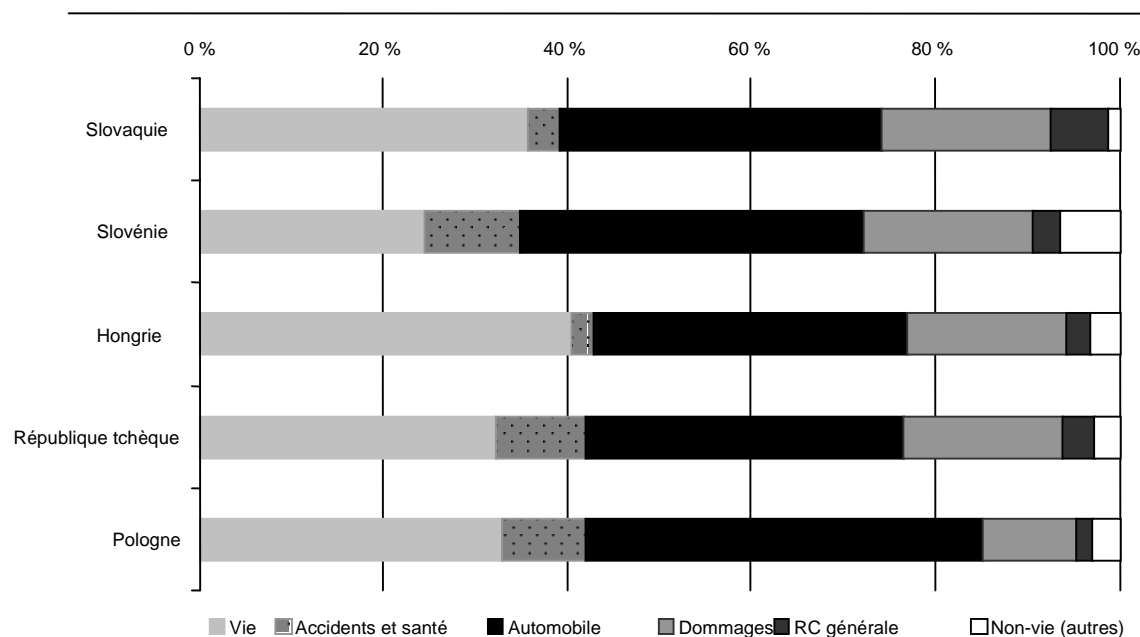
Le tableau est tout autre dans la Fédération de Russie, où l'assurance responsabilité automobile obligatoire n'a pas encore été introduite. En novembre 2000, Axco<sup>6</sup> estimait que seul quelque 1,8 % des 25 millions de voitures en circulation dans la Fédération de Russie possédait une quelconque couverture d'assurance, la plupart d'entre elles ayant été conclues, d'une façon ou d'une autre, par le biais de l'employeur. Dans les autres Etats de la CEI, à l'exception de l'Arménie, l'assurance responsabilité automobile obligatoire a déjà été instaurée, sa mise en œuvre restant toutefois limitée. En Azerbaïdjan, seuls 39 % des véhicules étaient assurés en 1999 ; pour l'Ukraine, les estimations varient entre 10 % et 20 %. Ici comme dans la Fédération de Russie, l'assurance multirisque automobile en est encore à ses débuts, la plupart des clients étant des entreprises commerciales qui se procurent des couvertures pour leur parc de véhicules.

---

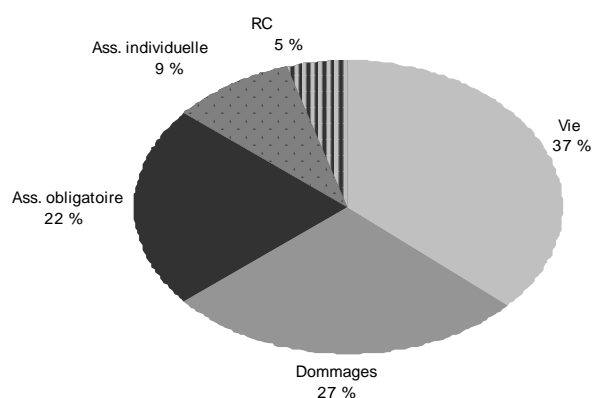
6 Axco, novembre 2000



**Graphique n° 2**  
**Volume des primes par branche d'assurance dans les pays de la CEE5 (1999)**



**Graphique n° 3**  
**Volume des primes par type d'assurance dans la Fédération de Russie (1999)**



Source : Swiss Re Economic Research & Consulting, sur la base de données fournies par les autorités de surveillance nationales.

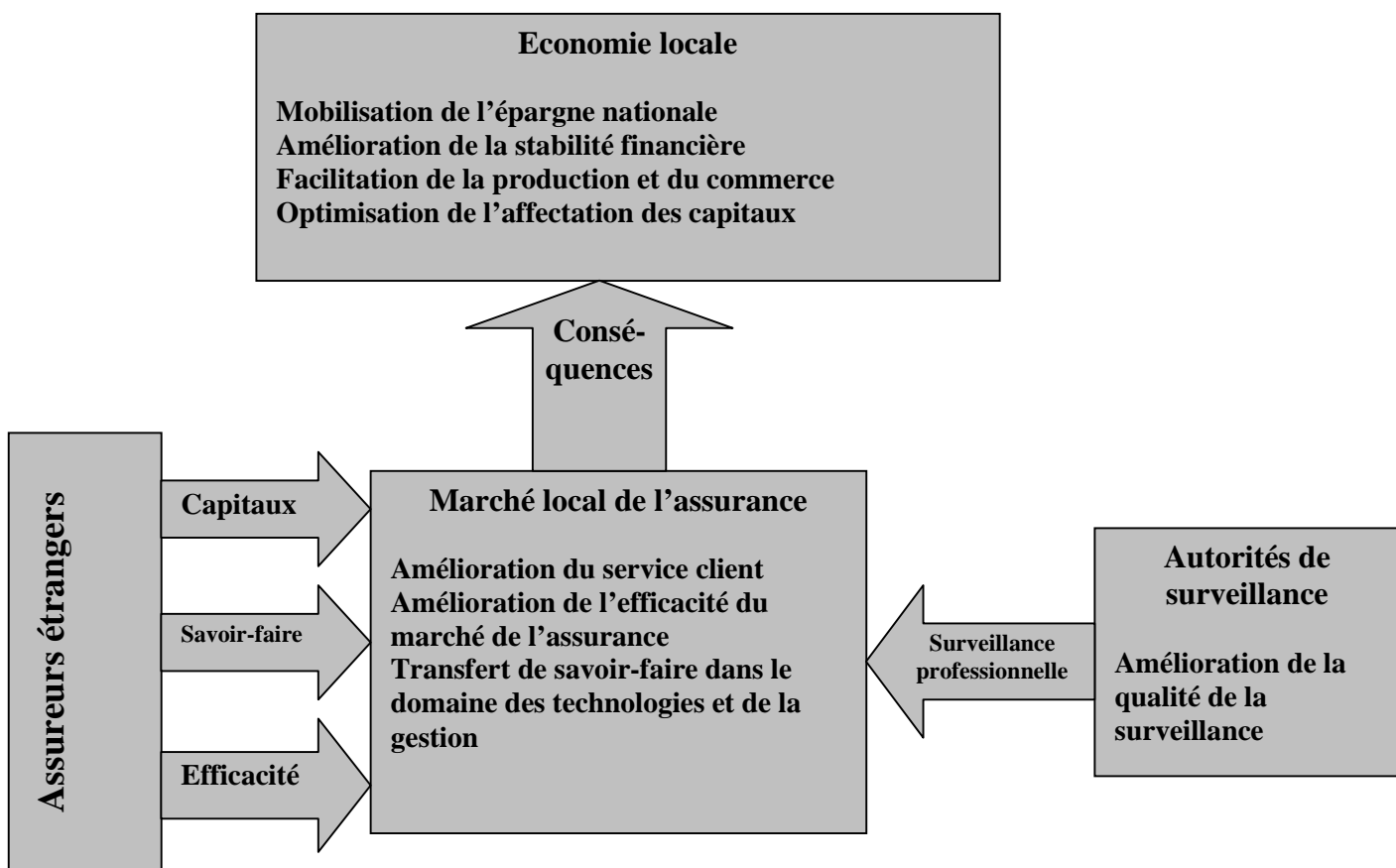
### 3. Le rôle des assureurs étrangers

#### 3.1. Libéralisation des marchés émergents : opportunités et défis

Dans les pays émergents, l'ouverture des marchés d'assurance aux prestataires étrangers fait toujours couler beaucoup d'encre. De nombreux arguments, comme les répercussions sur la balance des paiements ou la nécessité de protéger les secteurs industriels récents, sont censés justifier les mesures limitant la concurrence étrangère. Il s'agit bien souvent de trouver l'équilibre entre stabilité du marché et défense des intérêts des consommateurs.

##### 3.1.1. La libéralisation optimise l'efficacité du marché local de l'assurance

**Graphique n° 4**  
**L'intérêt de la libéralisation pour les économies émergentes**



Source : Swiss Re *sigma* n° 4/2000

La libéralisation de l'économie présente un intérêt à divers égards<sup>7</sup>. Les compagnies d'assurance étrangères peuvent contribuer à optimiser l'efficacité du marché local de l'assurance en proposant de meilleurs services aux clients, en introduisant de nouveaux produits et en transmettant leur savoir-faire dans le domaine des technologies et du management. La libéralisation intensifie la concurrence et incite à se spécialiser selon le principe des avantages comparés<sup>8</sup>.

En raison de leur plus grande puissance financière et de leur capacité à diversifier les risques, les assureurs étrangers se distinguent souvent par une meilleure capacité de paiement en cas de sinistre. Celle-ci peut contribuer à stabiliser la situation financière des individus, des ménages et des entreprises dans les pays émergents.

Une présence étrangère sur un marché ne profite toutefois pas uniquement à la stabilité financière, elle contribue aussi de façon déterminante au développement de la production et du commerce sur les marchés émergents. Un secteur assurantiel solide est considéré comme l'une des conditions sine qua non pour attirer les investissements directs étrangers. Les sociétés industrielles et les prestataires de services jouissant d'une présence internationale s'attendent à ce que leurs assureurs leur emboîtent le pas et les assistent dans le monde entier.

La présence d'assureurs étrangers peut également optimiser l'affectation des capitaux dans les pays émergents. Les décisions des assureurs étrangers relatives à la tarification et aux investissements, qui reposent sur une expérience internationale et sur les bonnes pratiques, pourraient attester d'une affectation efficace des ressources. L'existence de tels signaux joue un rôle important dans l'amélioration de la productivité du capital, notamment sur des marchés où les crédits ne sont pas exclusivement attribués selon des critères économiques.

Ces aspects positifs ont été profitables au processus de libéralisation sur les marchés émergents. Les marchés s'ouvrent toutefois à un rythme qui est loin d'être régulier, car il existe toujours des réserves quant aux dangers potentiels induits par le renforcement de la présence étrangère sur les marchés<sup>9</sup>.

### 3.1.2. *L'autonomie nationale, un souci majeur*

Des craintes subsistent, concernant notamment certaines catégories de clients qui pourraient être négligés si les assureurs lançaient des campagnes de marketing sélectives. Les prestataires étrangers, qui sont généralement plus intéressés par le segment des clients fortunés, pourraient en effet être tentés de refuser leur couverture à des clients au revenu modeste.

Un autre argument en faveur de la limitation de la concurrence étrangère suggère que le marché local serait déjà bien couvert par les entreprises nationales et qu'une plus grande concurrence menacerait la stabilité financière des entreprises établies. Il est toutefois possible d'apporter une réponse adéquate à ce problème potentiel au travers de dispositions appropriées en matière de solvabilité et de liquidation, afin de faire disparaître, comme il se doit, les assureurs non viables<sup>10</sup>.

La sortie de devises représente un autre danger potentiel de la libéralisation. Certains craignent que la présence d'assureurs étrangers entraîne la sortie croissante de capitaux à long terme, sous la forme de rapatriement de bénéfices et de la conclusion de contrats de réassurance à l'étranger. Cette situation devrait toutefois être considérée dans un contexte élargi : l'effet immédiat sur la balance des capitaux sera positif, car les assureurs étrangers doivent capitaliser leurs nouvelles opérations et investir dans des

---

7 Cette réflexion sur les avantages et les inquiétudes relatifs à la participation à un marché étranger repose essentiellement sur des considérations théoriques, en particulier sur l'ouvrage de Harold D. Skipper : Foreign insurers in emerging markets: Issues and concerns, document occasionnel de l'IIF, n° 1, 1997.

8 Cf. Kono, 1997.

9 Cf. Skipper, 1997.

10 Cf. Kono, 1997.

locaux et équipements de bureaux. De plus, la sortie de capitaux à long terme résultant du rapatriement de bénéficiaires devrait être compensée par d'autres apports. Les investissements directs étrangers profiteront par exemple de la meilleure qualité du marché national de l'assurance. L'accroissement de la compétitivité des exportations nationales, qui devrait découler de l'amélioration des échanges induite par l'assurance, pourrait également se traduire par une augmentation des entrées de capitaux. Ainsi, l'effet net sur la balance des capitaux devrait être positif.

Pour les législateurs des pays émergents, le danger d'une dépendance excessive par rapport aux capacités d'assurance étrangères représente sans doute le problème essentiel. Ils craignent un retrait soudain des assureurs étrangers et de leurs capacités en période de crise, ce qui paralyserait le commerce local et les affaires. Bien que ce problème puisse être résolu par des stratégies de diversification appropriées, l'argument de la dépendance a été avancé à maintes reprises, afin de justifier une réglementation plus restrictive de la présence étrangère. Par conséquent, les réserves politiques quant à l'indépendance nationale pourraient inciter certains gouvernements à limiter la concurrence étrangère, indépendamment des avantages économiques potentiels.

Néanmoins, les avantages économiques globaux que les marchés émergents tirent de l'ouverture de leur secteur assurantiel devraient plus que compenser les effets négatifs qu'ils craignent. A condition que la libéralisation s'appuie sur des dispositions solides en matière de surveillance, de protection des consommateurs, de concurrence et de transparence, l'ouverture des marchés assurantiers devrait bénéficier aux pays émergents sur le long terme.

### **3.2. Etat d'avancement de la libéralisation de l'accès aux marchés en Europe centrale et orientale**

Au cours de ces dix dernières années, les réformes entreprises dans le secteur de l'assurance en Europe centrale et orientale ont principalement porté sur l'abolition des monopoles d'Etat, sur la libéralisation de l'accès au marché pour les assureurs étrangers et sur la mise en place d'une structure de surveillance efficace.

Dans les dix pays candidats à l'adhésion à l'UE – la Bulgarie, la République tchèque, l'Estonie, la Hongrie, la Lettonie, la Lituanie, la Pologne, la Slovaquie, la Slovénie et la Roumanie – les investisseurs étrangers sont désormais libres de prendre des participations majoritaires dans les compagnies d'assurance locales ; ils peuvent aussi y ouvrir leurs propres filiales. Ils ne sont toutefois pas encore autorisés à vendre des polices d'assurance par l'intermédiaire de succursales dans tous ces pays. Les pays d'Europe centrale et orientale n'offrent pas encore la liberté de prestation de services contenue dans la deuxième directive – en l'occurrence la possibilité de vendre des polices d'assurance au-delà des frontières nationales sans qu'il y ait de succursale dans le pays concerné – sauf pour les affaires transports et de réassurance.

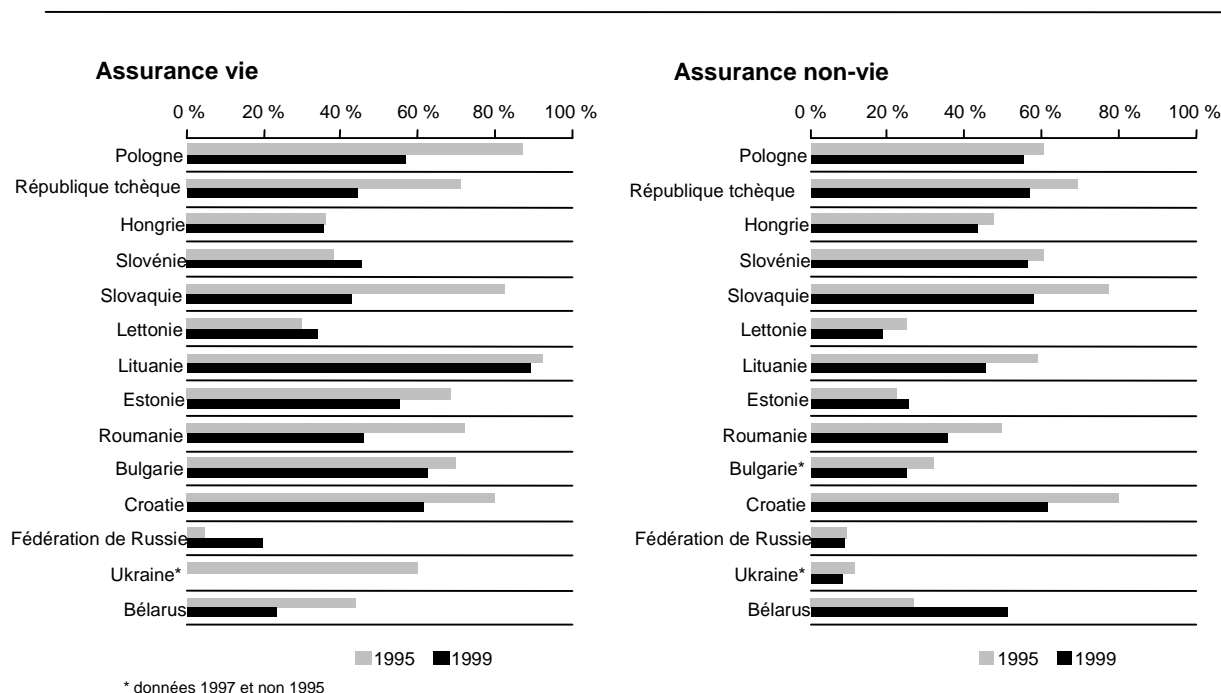
Les pays de la CEI, à l'exception de la République de Moldova, soumettent encore les assureurs étrangers à des restrictions en matière de propriété. Dans la Fédération de Russie, les conditions générales applicables aux assureurs étrangers ont changé en décembre 1999 ; ils sont désormais autorisés à prendre des participations majoritaires dans des compagnies russes. Les compagnies financées au moyen de fonds étrangers voient toutefois leurs activités limitées à certaines branches non-vie et, de manière générale, sont soumises à un quota portant sur la participation étrangère admise dans le capital total de toutes les compagnies d'assurance présentes sur le marché.

### **3.3. La présence d'assureurs étrangers en Europe centrale et orientale**

Après la suppression, en 1999, du dernier véritable monopole de l'assurance en Europe centrale et orientale, INSIG en Albanie, tous les marchés sont à présent ouverts à la concurrence. Les anciens monopoles n'ont cessé de perdre des parts de marché au cours de ces dernières années, mais n'en

demeurent pas moins les leaders dans les segments vie et non-vie dans presque tous les pays<sup>11</sup>. De manière générale, la part de marché des leaders du marché est passée sous la barre des 60 % dans le secteur vie et sous celle des 50 % dans le secteur non-vie. Dans la Fédération de Russie, et dans une certaine mesure dans les Etats baltes, le nombre de compagnies d'assurance enregistrées a récemment connu une nette diminution, en raison, d'une part, des exigences plus rigoureuses en matière de capital et, d'autre part, des fusions et acquisitions.

**Graphique n° 5**  
**Part de marché de la plus grande société de chaque segment**



Source : Swiss Re Economic Research & Consulting

Au cours de ces dernières années, les assureurs étrangers ont considérablement accru leur part de marché en Europe centrale et orientale, tirant parti des opportunités offertes par la libéralisation de l'accès au marché et par la privatisation des anciens monopoles d'Etat. Etant donné que ces derniers génèrent encore plus de la moitié du volume des primes dans la plupart des pays, la part de marché des assureurs étrangers dépend fortement de la privatisation des anciens monopoles ou de leur vente à des investisseurs étrangers.

A ce jour, la Hongrie est le seul pays qui ait privatisé entièrement ses anciens monopoles, Allianz et Aegon ayant acquis les compagnies concernées. La participation de 30 % dans le groupe polonais PZU qu'ont prise en commun Eureka et la Banque BIG en 1999 fait aujourd'hui l'objet d'un litige judiciaire entre les investisseurs étrangers et le ministère des Finances polonais, principal actionnaire. Dans la République tchèque, l'Etat détient une participation minoritaire de 30 % dans Ceska Pojistovna, dont le fonds de placement privé PPF est l'actionnaire majoritaire. Plusieurs assureurs étrangers ont annoncé leur

11 Les affaires vie en Hongrie constituent une exception ; une filiale d'ING est à présent la principale compagnie sur ce marché.

désir de prendre une participation dans cette compagnie. La situation est semblable dans la Slovaquie, où la compagnie Slovenska Pojistovna est encore entre les mains de l'Etat. En Slovénie, les cinq compagnies étatiques (Triglav, Adriatic, Tilia, Maribor et Sava) encaissent encore plus de 80 % des primes, une situation qui devrait bientôt changer, étant donné que le Parlement slovène a adopté une loi en mars 2000 prévoyant la privatisation de ces cinq compagnies. Soucieuses d'accroître leur compétitivité, Tilia et Adriatic ont fusionné l'année dernière, la première avec Maribor et la seconde avec l'assureur local privé Slovenica.

En Hongrie et en Pologne, les assureurs dans lesquels des sociétés étrangères détiennent une forte participation<sup>12</sup> contrôlent déjà quelque 90 % du marché, tandis que dans les Républiques tchèque et slovaque, leur part de marché oscille entre 30 % et 50 %. A côté des anciens monopoles d'Etat encore présents dans ces deux pays et en Slovénie, seules quelques petites compagnies d'assurance locales subsistent en Europe centrale et orientale. Les groupes mondiaux Allianz et Generali, et dans une moindre mesure AIG, ont mis sur pied de vastes réseaux d'assurance vie et non-vie. Par ailleurs, les assureurs autrichiens Wiener Staedtische et UNIQA sont devenus des acteurs centraux de l'assurance en Europe centrale et orientale. Bien établi dans le secteur vie, ING figure parmi le top trois sur tous les marchés, hormis la Slovénie où il n'a pas développé d'opérations. La Bulgarie et la Roumanie, longtemps marquées par un manque de stabilité économique et politique ainsi que par l'absence d'un cadre réglementaire fiable, ont à ce jour attiré moins de capitaux étrangers. Ces deux pays ont toutefois réalisé d'énormes progrès ces derniers temps et réussi à attirer sur leur marché les premiers assureurs étrangers.

Dans les Etats de la CEI, à l'exception de la République de Moldova, les investisseurs étrangers ne disposent jusqu'à présent que de possibilités d'accès au marché limitées ou jugent trop risqué ou trop peu rentable un engagement plus poussé<sup>13</sup>.

#### **4. L'impact de l'e-business sur le secteur de l'assurance**

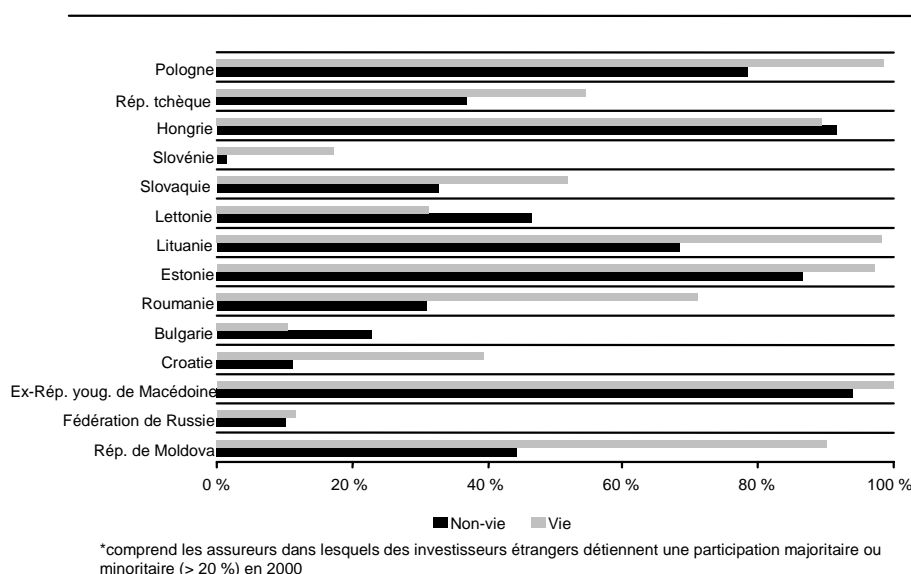
Les avancées réalisées dans le domaine informatique marquent l'avènement d'une véritable révolution au niveau de l'efficacité des marchés de l'assurance. Si, dans le secteur de l'assurance, les effets de l'*e-business* font actuellement l'objet de discussions très vives, l'utilisation du média électronique y est encore à l'état embryonnaire. De nombreux assureurs testent néanmoins des modèles commerciaux inédits, exploitant les toutes dernières modalités technologiques. Les nouvelles compagnies d'assurance qui débute en Europe centrale et orientale ont un avantage par rapport aux assureurs établis de longue date, dans la mesure où elles peuvent introduire de nouveaux modèles commerciaux sans être entravées par les modèles existants.

---

12 Participation étrangère supérieure à 20 %.

13 La République de Moldova constitue une exception ; le Groupe australien QBE a repris le principal assureur local en 1999.

### Graphique n° 6 Compagnies d'assurance dans lesquelles des investisseurs étrangers ont une participation de taille



Source : Swiss Re Economic Research & Consulting

#### 4.1. L'e-business et l'assurance

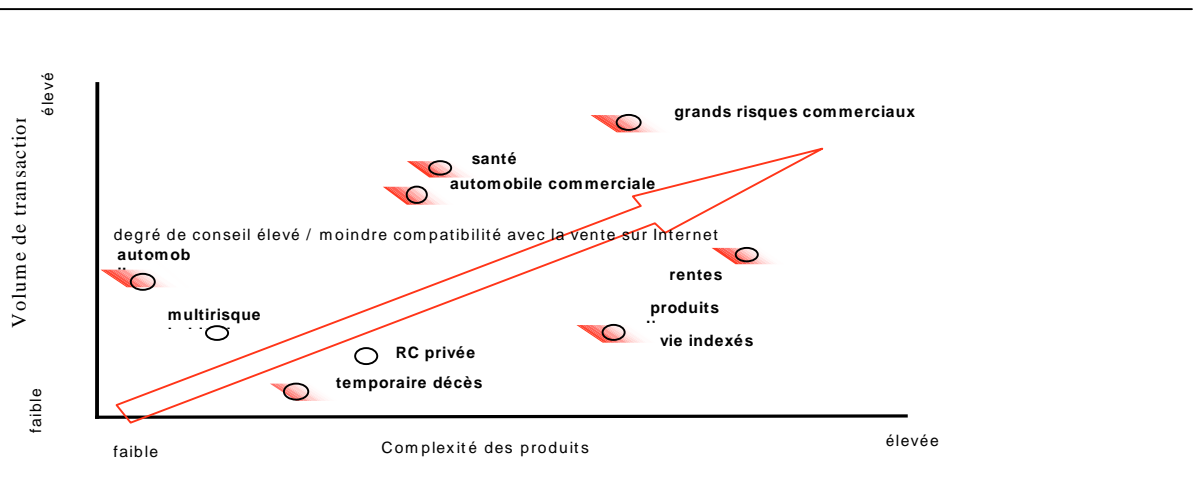
##### 4.1.1. La distribution en ligne de polices d'assurance est promise à un bel avenir

Par rapport à la vente en ligne de livres, de CD, de voyages, de logiciels et matériel informatique, de jouets et ou encore par rapport au négoce d'actions ou aux activités bancaires en ligne, le développement d'Internet dans le secteur mondial de l'assurance est quelque peu balbutiant. Toute une série de facteurs spécifiques à l'assurance freinent en effet la distribution en ligne de produits d'assurance :

- les produits d'assurance sont moins standardisés,
- ils peuvent être relativement complexes,
- ils sont achetés moins régulièrement,
- et sont soumis à des obstacles d'ordre réglementaire.

Tous les produits d'assurance ne conviennent pas à la commercialisation sur Internet. Leur compatibilité avec le commerce électronique dépend essentiellement du degré de conseil qu'ils nécessitent. Plus les produits sont complexes, et plus leur portée financière (le volume de transaction) est importante, plus les clients sont disposés à payer pour se faire conseiller (cf. graphique n° 7). Sont adaptés à la vente sur Internet les produits qu'il est possible de décrire et de tarifer sur la base de quelques paramètres, tels que les assurances automobile, RC privée, multirisque habitation, multirisque contenu et temporaire décès.

**Graphique n° 7**  
**Facteurs déterminant la compatibilité des produits d'assurance avec la vente sur Internet : volume de transaction / complexité**



Source : Swiss Re, *sigma* n° 5/2000

Malgré les obstacles évoqués, les cyber-assureurs devraient gagner des parts de marché, notamment dans le segment des assurances de personnes mentionnées ci-dessus, celles-ci représentant quelque 25 % de l'encaissement total en Europe. En 1999, seuls 15 % des Européens étaient connectés à Internet. Toutefois, seul 1 % des clients utilisait Internet pour obtenir des informations sur des services financiers ou pour en acheter, et moins de 0,1 % des primes étaient acquises via Internet. D'ici à 2005, environ la moitié des Européens seront connectés à Internet et la proportion des clients qui auront recours aux services assurantiels et financiers en ligne (à des fins d'information ou d'acquisition) pourrait bien passer à 20 %. Les primes générées sur Internet en Europe pourraient donc atteindre un volume de 4 à 7 milliards USD, soit une part de marché moyenne de l'ordre de 3 % à 5 %.

*4.1.2. Internet : bien plus qu'un canal de distribution supplémentaire*

Dans le secteur assurantiel, les technologies Internet ne s'appliquent pas uniquement à la vente, mais influent profondément sur presque tous les domaines impliqués par cette activité. L'e-business permet d'améliorer considérablement la qualité et les services entourant les produits qui, a priori, ne sont pas les mieux adaptés à la vente sur Internet.

- Si les clients disposent de connaissances suffisantes sur le produit et les risques, il est possible, en dépit de la complexité de la couverture proposée et du volume de transaction, d'utiliser Internet comme aide à la souscription. Par exemple, le processus de conseil et de négociation pourrait être étayé par des *Team Rooms* Internet.
- Une assistance en ligne est offerte pour la gestion ou le règlement des sinistres : par exemple, il est probable qu'un client sollicite un entretien conseil lorsqu'il doit choisir son assureur santé privé, mais aussi qu'il ait recours à l'assistance en ligne pour le traitement des factures de son médecin.
- Les intermédiaires peuvent gérer, à l'aide de solutions *e-business*, les besoins d'un plus grand nombre de clients et transmettre les données correspondantes à l'assureur.



- Les technologies de communication modernes permettent d'obtenir des produits encore mieux adaptés aux besoins spécifiques des consommateurs, un temps de réponse réduit, une plus grande flexibilité des couvertures d'assurance et une meilleure assistance dans la gestion des risques.

#### 4.2. E-business : les modèles

Plusieurs nouveaux modèles d'e-business ont été développés à travers le monde sur la base des changements survenus dans les technologies. Même si la plupart de ces modèles concernent la vente d'assurances sur Internet, d'autres modèles commerciaux novateurs portant sur l'ensemble de la chaîne de création de valeurs sont en phase de développement. Au vu du grand nombre d'entreprises et de concepts commerciaux qui voient le jour à l'heure actuelle, ce tour d'horizon ne prétend pas être exhaustif<sup>14</sup>.

##### 4.2.1. Développement de différents modèles commerciaux pour la vente sur Internet

**Tableau n° 2**  
**Modèles commerciaux pour la vente sur Internet**

Type de modèle	Prestations	Exemples
Sites Internet d'assureurs	Vente en ligne de produits traditionnels	renins.com GeneraLife.com WebInsurance.com Progressive.com
Portails financiers	Portails d'accès à des services financiers et/ou d'assurance	Wingspan.com Ilife.com eBanka.com (prévu)
Portails points de vente	Sites en relation avec des événements particuliers	AutoByTel.com BabyCenter.com
Infomédiaires	Etudes de prix comparatives, réalisées de manière indépendante	InsWeb.com Quicken.com Quotesmith.com QuickQuote.com LowestPremium.com EHealthInsurance.com Einsurance.de
Marchés des risques en ligne	Marchés en ligne pour l'échange de risques ou de portefeuilles de risques	GRX.com CATEX.com CreditEx.com TradeWeather.com
Enchères inversées ( <i>reverse auctions</i> )	Les preneurs d'assurance font un appel d'offre pour couvrir leur besoin d'assurance.	insureXL.de

Source : Swiss Re Economic Research & Consulting

<sup>14</sup> Les modèles commerciaux d'e-business dans le secteur assurantiel sont également décrits dans « Internet Insurance Distribution », Conning & Company, 2000 et « The Internet and Financial Services », Morgan Stanley Dean Witter, 31 janvier 2000.

La majorité des assureurs disposent désormais d'un site Internet qui fournit des informations sur l'entreprise, ses produits et les possibilités de la contacter. Des compagnies d'assurance telles que la Winterthur, avec WebInsurance en Europe ou Progressive aux Etats-Unis, vont cependant plus loin : elles offrent la possibilité de conclure des assurances en ligne. Progressive propose même des comparaisons avec des produits de la concurrence.

Pour les clients, les achats sur Internet peuvent se révéler d'autant moins attrayants qu'il leur faut prendre le temps de se familiariser avec chaque page Internet. Certains portails multi-services profitent des visites régulières que les internautes effectuent sur leur site pour offrir des produits financiers et/ou assurantiels sur des sites standard. L'idée est la suivante : développer une marque en vue d'en faire la référence par excellence pour la distribution de ce type de produits sur Internet. Il serait alors possible de générer un rythme de visite régulier. Ainsi, les clients effectuant leurs opérations bancaires sur un tel site pourraient, en passant, souscrire une assurance pour combler un éventuel besoin de couverture.

Outre la possibilité de vendre des produits d'assurance en complément d'autres services financiers, certains sites Internet possèdent des liens vers des événements pour lesquels une couverture d'assurance est nécessaire. Ces portails points de vente essaient d'éveiller l'intérêt de clients potentiels à un moment de leur vie où un besoin d'assurance pourrait se faire sentir. A titre d'exemple, citons les marchés automobiles et immobiliers en ligne ou encore des sites portant sur des thèmes tels que le début des études, le changement d'emploi, le mariage, la naissance ou le départ à la retraite. Ces portails points de vente offrent aux assureurs l'opportunité de présenter, de façon ciblée, leurs produits à des prospects. Ils reposent en même temps sur le principe admis selon lequel les produits d'assurance sont vendus plutôt qu'achetés.

Les modèles commerciaux cités précédemment présentent tous le même inconvénient : en général, le cyber-client n'a pas la possibilité de comparer facilement les tarifs de différents prestataires. Des « infomédiaires » (ou pages supermarchés, galeries commerciales), se sont donc spécialisés dans les comparaisons en ligne des tarifs de diverses compagnies d'assurance. Bien souvent, ils complètent leurs services en fournissant des informations générales sur les produits assurantiels. Les premières expériences réalisées selon le modèle commercial de l'infomédiaire remontent déjà à quatre ou cinq ans, pour des entreprises telles qu'InsWeb, Quicken Insurance, Quotesmith et eHealthInsurance.

D'autres modèles commerciaux voient actuellement le jour dans le domaine du B2B : les marchés du risque en ligne. Les prestataires concernés font fonction d'intermédiaires entre des partenaires commerciaux, principalement des assureurs, des réassureurs et de grosses entreprises, qui souhaitent échanger des grands risques ou des portefeuilles de risques entiers. A titre d'exemple, citons Global Risk Market Place ainsi qu'INREON (réassurance) et CATEX (risques catastrophiques), deux prestataires relativement jeunes.

Grâce à Internet, des preneurs d'assurance ont désormais la possibilité de placer eux-mêmes un grand risque. Ces « enchères inversées » conviennent bien aux gros clients industriels, qui peuvent lancer un appel d'offres pour couvrir leur besoin d'assurance, de manière à sélectionner la proposition la plus avantageuse. Un groupe pourrait également utiliser ce système, par exemple, un club automobile à la recherche des meilleurs tarifs pour ses adhérents.

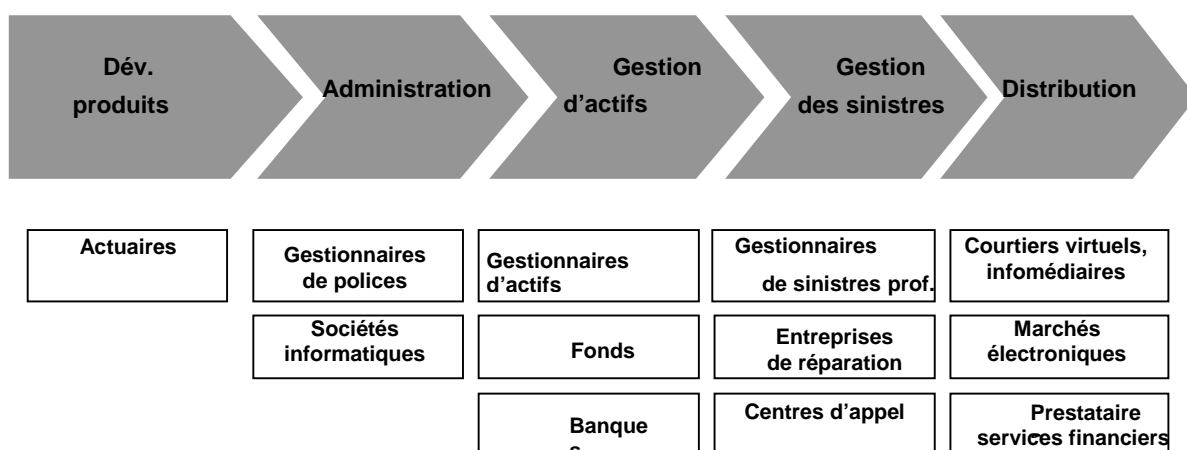
#### *4.2.2. L'e-business permet de rompre la chaîne de création de valeur traditionnelle*

Les assureurs conventionnels créent eux-mêmes de la valeur à chaque étape ou presque de ce processus : souscription, distribution, gestion, règlement des sinistres, gestion d'actifs. Les entreprises conventionnelles seront contraintes, en raison du renforcement de la pression sur les coûts, de revoir leur modèle de gestion entièrement intégré. Les nouvelles technologies de l'information et de la

communication permettent aux assureurs de briser plus facilement la chaîne de création de valeur et d'externaliser certaines tâches à des prestataires spécialisés. Ce procédé permet aux assureurs de se concentrer sur les étapes de création de valeur pour lesquelles ils possèdent un avantage comparatif par rapport à leurs concurrents. Cette externalisation tient de moins en moins compte des frontières : les tâches à fort coefficient de main d'œuvre peuvent donc être effectuées dans des pays à bas salaires.

De nombreux prestataires spécialisés sont soit déjà présents soit en train de s'installer dans la plupart des pays. Par ailleurs, des sociétés telles qu'AnnuityNet ont adopté une stratégie Internet pure et dure et offrent des produits développés spécialement pour le commerce électronique ; dans le cas présent, il s'agit principalement d'assurances de rente indexées. Outre l'assistance qu'elles apportent à leur clients dans le choix des fonds les plus appropriés, ces sociétés leur offrent également la possibilité de passer d'un fonds à un autre pendant la durée du contrat. Les polices proposées sont donc caractérisées par une grande souplesse. De plus, les changements opérés peuvent être gérés directement via Internet. Dans ce genre de modèle commercial, le client peut donc directement influencer sur sa police d'assurance, pendant toute la durée du contrat. Via Internet, il peut procéder lui-même à un changement d'adresse, modifier sa franchise ou d'autres données relatives aux risques.

**Graphique n° 8**  
**Des prestataires spécialisés pour presque tous les maillons de la chaîne de création de valeur**



Source : Swiss Re Economic Research & Consulting

Des modèles commerciaux qui simplifient la gestion des polices d'assurance ont vu le jour, dans le segment B2B en particulier. Winterthur-Columna, par exemple, a développé un système qui permet aux entreprises de taille moyenne de gérer elles-mêmes leurs contrats de caisse de pension, tandis que l'assureur se charge d'adapter automatiquement les primes et les prestations. Outre cette facilité et cette flexibilité en matière de gestion des polices, Internet permet aussi aux compagnies d'assurance d'envisager une externalisation complète de tout le processus administratif. L'entreprise américaine Mynd, par exemple, offre divers services de *back-office* aux assureurs.

Les assureurs peuvent aussi proposer à leurs clients le reporting des sinistres via Internet, ce qui permet à ces derniers de suivre en ligne l'évolution du règlement de leurs sinistres. A côté de ces sites consacrés aux assurances, diverses sociétés spécialisées proposent aussi ce genre de services. Par exemple, Dekra, un spécialiste allemand du contrôle de la sécurité technique des voitures, propose aux assureurs de gérer leurs sinistres automobiles en ligne. Ce site fournit aux assureurs, aux garages, aux clients de même qu'aux avocats des informations sur l'état d'avancement du règlement de leurs sinistres et leur propose aussi de gérer leurs sinistres. Autre exemple, Cybersettle, une entreprise américaine, qui, en cas de différend opposant des avocats à des entreprises d'assurance sur le montant de dommages-intérêts, tente d'obtenir un compromis<sup>15</sup>. Les avocats et les personnes chargées du traitement des sinistres peuvent envoyer par Internet, de façon confidentielle, leur estimation du montant du sinistre. Cybersettle compare alors les deux montants. S'ils s'inscrivent tous deux à l'intérieur d'une fourchette définie, le système calcule une valeur moyenne et obtient de la sorte un compromis. Les participants se sont préalablement déclarés prêts à accepter un compromis calculé au moyen de cet algorithme.

Diverses start-up telles qu'Ineas en Europe et GeneraLife aux Etats-Unis connaissent un développement intéressant : elles commercialisent des produits d'assurance traditionnels via Internet, mais utilisent aussi cette technologie dans le cadre d'une stratégie d'externalisation systématique. Toutes deux opèrent avec un petit nombre de salariés. Elles se concentrent sur leurs compétences clés : conception et développement des produits et exploitation d'une plate-forme de vente sur Internet. Toutes les autres tâches sont confiées à des partenaires spécialisés. Le double objectif de ces entreprises est de gagner en productivité et d'offrir à leurs clients une meilleure qualité de service. Bien qu'elles n'aient pas conquis de parts de marché significatives jusqu'à présent, elles concurrencent néanmoins les assureurs établis, en raison de leur avantage potentiel en termes de coûts.

### **4.3. Comment l'e-business influe-t-il sur la concurrence ?**

#### *4.3.1. L'e-business permet de surmonter les obstacles à l'entrée sur le marché*

Par le passé, la constitution d'un réseau de distribution composé d'agents et de courtiers était très onéreux. Les assureurs établis bénéficiaient donc d'une bonne protection contre tout concurrent en puissance. Désormais, avec Internet, les nouveaux prestataires accèdent rapidement au marché à un coût tout à fait abordable. Les nouveaux prestataires ont l'avantage de pouvoir utiliser, dès leur création, les technologies les plus modernes, sans être encombrés par d'anciens systèmes de gestion. Ils serviront donc de référence au secteur tout entier en matière de bonnes pratiques. Par ailleurs, la transparence augmente, dès lors qu'Internet permet de comparer plus rapidement et simplement produits et tarifs. La conjonction de ces deux facteurs a conduit à une intensification de la concurrence, ainsi qu'à un recul tendanciel des prix.

Même si l'e-business permet de surmonter les obstacles à l'entrée sur le marché, les start-up doivent encore gagner une certaine reconnaissance et la confiance des clients. Pour les nouveaux assureurs, tout reste à faire, ce qui, en règle générale, est synonyme de dépenses élevées en publicité et marketing. Les assureurs à la réputation bien établie détiennent là un avantage concurrentiel, puisqu'ils jouissent a priori d'une plus grande confiance de la part des consommateurs. Les entreprises issues d'autres secteurs ou étrangères et dont la réputation n'est plus à faire peuvent percer sur le marché domestique de l'assurance par le biais d'Internet. Ces sociétés pourraient développer des modèles commerciaux inédits et efficaces misant sur le tout électronique, sans devoir prendre en compte des systèmes existants, ni gérer des conflits avec d'autres canaux de distribution.

---

15 Environ 99 % des sinistres RC aux Etats-Unis sont réglés par la voie d'un compromis. Cette procédure occasionne en moyenne des coûts représentant 13 % du volume des primes ou 20 % du montant des sinistres.

#### *4.3.2. Internet permet des économies à tous les niveaux du processus commercial*

Dans le secteur non-vie, environ deux tiers des primes encaissées servent à régler des sinistres. L'autre tiers permet à l'assureur de couvrir ses dépenses. En moyenne, le tiers voire la moitié de ces dépenses sont occasionnées par la distribution. La gestion des polices et le règlement des sinistres représentent chacun un quart à un tiers des dépenses encourues par un assureur. Grâce à Internet, l'assureur peut réduire tous ces frais. En vendant des polices en ligne, il pourra par exemple éviter de verser des commissions aux agents et courtiers. En matière de gestion des polices, il pourra réaliser des économies en ayant recours à l'e-business pour automatiser les processus commerciaux. Une meilleure analyse des données lui permettra d'optimiser la sélection des risques, tandis que la détection des cas de fraude à l'assurance et un renforcement du contrôle effectué par les sociétés partenaires contribueront à diminuer la charge des sinistres et les frais de règlement des sinistres.

#### *4.3.3. Les assureurs traditionnels vont subir une pression considérable sur les marges.*

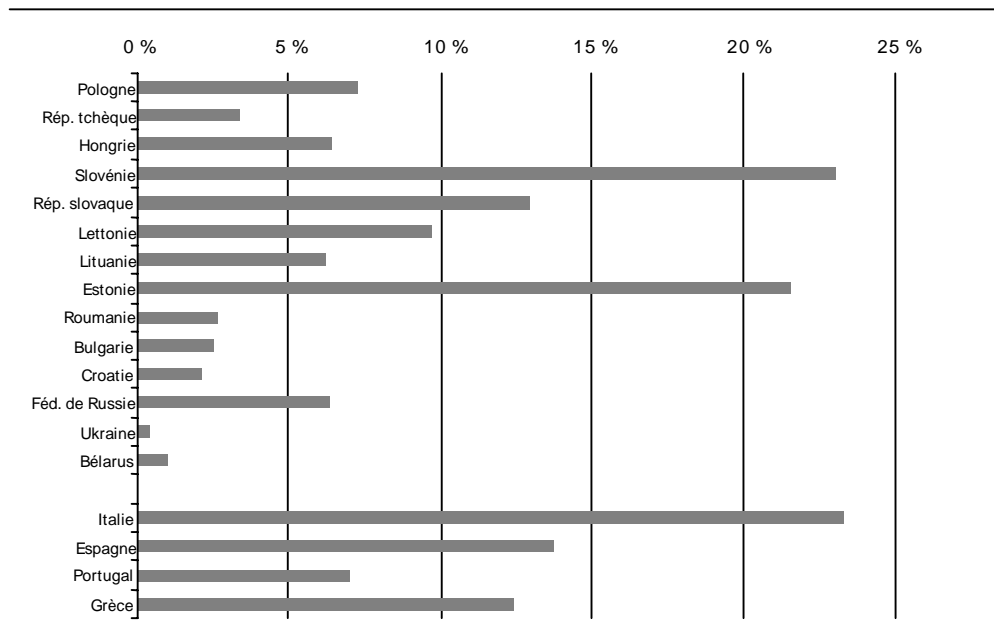
Le cyber-assureur étant grevé de moins de frais, il pourra proposer des couvertures meilleur marché. Les prestataires traditionnels sont donc contraints de réagir et de réduire eux aussi leurs tarifs. Toutefois, une réduction des primes, sans modification corrélative de la structure des coûts, entraîne une hausse du ratio combiné. Un recul du résultat technique serait synonyme d'un recul des bénéfécies. La pression sur les marges contraint donc les assureurs traditionnels à prendre des mesures drastiques pour diminuer leurs coûts.

#### **4.4. L'e-business en Europe centrale et orientale : perspectives**

En Europe centrale et orientale, les assurances de personnes sont principalement vendues par l'intermédiaire de succursales et d'agents exclusifs. Quant aux affaires industrielles, elles sont l'apanage des courtiers en Hongrie ainsi que dans les Républiques tchèque et slovaque. La bancassurance se développe peu à peu, mais, à ce jour, ne s'est vraiment imposée que dans la République tchèque. L'e-commerce pourrait être une option intéressante pour les nouvelles entreprises qui ne veulent pas supporter elles-mêmes les frais élevés liés à l'établissement d'une succursale importante ou d'un réseau d'agents.

En Europe centrale et orientale, les activités d'e-business des assureurs sont encore à l'état embryonnaire, même si certaines compagnies se sont déjà lancées dans cette voie. La filiale hongroise d'Allianz, Hungaria, a par exemple commencé à vendre des couvertures d'assurance automobile, vie et multirisque habitation via Internet en novembre 2000, ne tardant pas à réagir à un amendement de la loi adopté en octobre 2000 et autorisant la signature électronique pour les contrats d'assurance. Hungaria a l'intention de proposer des fonds de pension obligatoires et des plans d'épargne vieillesse facultatifs en ligne. Dans la République tchèque, la banque sur Internet eBanka lançait ses opérations en 1998 avant d'être reprise par Ceska Pojistovna, le principal assureur tchèque, en 1999. La banque en ligne veut proposer les produits d'assurance de sa maison mère, mais jusqu'à présent la législation tchèque interdit la conclusion électronique de contrats. Dans la Fédération de Russie, la compagnie Renaissance a investi dans les ressources et les mesures de marketing nécessaires à la vente sur Internet, dans laquelle elle voit un important potentiel. En août 1999, la Fédération de Russie comptait déjà 3,1 millions d'internautes actifs, principalement parmi la population la plus fortunée et la mieux éduquée qui peut financièrement se permettre d'acheter des couvertures d'assurance complémentaires. C'est en Slovénie et en Estonie que l'accès à Internet est le plus répandu. La pénétration d'Internet, qui atteint 21,6 % dans ces deux pays, est plus proche des taux enregistrés en Allemagne ou en Italie que dans les autres pays d'Europe de l'Est. En Estonie, les sociétés voient dans Internet un instrument de vente efficace, en particulier pour les assurances de personnes. Les assureurs y proposent des produits d'assurance automobile obligatoire, d'assurance multirisque, d'assurance voyages et d'assurance accidents sur leurs sites.

**Graphique n° 9**  
**Part de la population qui est connectée à Internet (milieu de l'année 2000)**



Source : NUA, ITU, RIS

## 5. Conclusion

Pour que les pays en transition d'Europe centrale et orientale réussissent leur intégration dans l'économie mondiale et atteignent une croissance économique solide et durable, il est important qu'ils disposent de marchés assurantiels efficaces. Par rapport à la place qu'il occupe dans les pays d'Europe occidentale, le secteur de l'assurance peut être qualifié de sous-développé en Europe centrale et orientale. Dans ces pays, la part du revenu consacrée aux assurances non-vie est de 1,7 %, soit 55 % du niveau enregistré en Europe occidentale ; les dépenses d'assurance vie n'atteignent pas 1 % du revenu en moyenne, soit 15 % du niveau de l'Europe occidentale. Dans les Etats de la CEI et la plupart des pays de l'Europe du Sud-Est surtout, le secteur de l'assurance est encore à l'état embryonnaire.

La pénétration de l'assurance commence lentement à se raffermir. Le secteur de l'assurance connaît en effet une croissance fulgurante depuis qu'il est sorti de la crise dans laquelle il avait plongé au début des années 1990, à l'époque de la transformation. Dans les 10 pays avec lesquels l'UE a entamé des négociations d'adhésion (la Bulgarie, la République tchèque, l'Estonie, la Hongrie, la Lettonie, la Lituanie, la Pologne, la Roumanie, la Slovaquie et la Slovénie), le secteur de l'assurance se développe sur des bases réglementaires et macroéconomiques de plus en plus solides. La réforme des structures de surveillance y répond aux normes de l'UE, la Hongrie et la Pologne étant les deux pays où les réformes sont les plus avancées. Par contre, dans les Etats de la CEI et dans certains pays d'Europe du Sud-Est, la mise sur pied d'un secteur assurantiel efficace se révèle plus difficile. Tant les conditions réglementaires que l'environnement financier doivent encore fortement s'améliorer. Les principales réformes nécessaires portent sur l'introduction et l'expansion de l'assurance responsabilité automobile obligatoire, sur le renforcement des exigences minimales en matière de capital, sur la surveillance effective des compagnies d'assurance ainsi que sur la libéralisation de l'accès au marché pour les investisseurs étrangers.

Forts de leurs capacités, de leur importante assise financière et de leur savoir-faire, les assureurs d'envergure internationale jouent un rôle majeur dans la mise sur pied d'un secteur assurantiel efficace. Malgré les avantages économiques de la libéralisation du marché, l'ouverture des marchés de l'assurance fait souvent couler beaucoup d'encre. Tandis que les pays candidats à l'adhésion à l'UE ont déjà fortement libéralisé l'accès au marché pour les investisseurs étrangers, les Etats de la CEI imposent encore des restrictions. Tirant profit des opportunités offertes par la libéralisation de l'accès au marché et la privatisation des anciens monopoles étatiques, les assureurs étrangers ont rapidement étendu leurs activités en Europe centrale et orientale. En Pologne et en Hongrie par exemple, ainsi que dans les Etats baltes, les assureurs dans lesquels des sociétés étrangères détiennent une importante participation contrôlent déjà plus de la moitié du marché de l'assurance. Par contre, les assureurs locaux dominent toujours le marché dans les Etats de la CEI et dans la plupart des pays d'Europe du Sud-Est. Cette situation s'explique surtout par les restrictions d'accès au marché ainsi que par le risque d'investissement plus élevé que présentent ces marchés.

Dans la ligne droite de la mondialisation, les progrès réalisés dans le domaine informatique sont l'un des principaux moteurs des changements structurels intervenus dans le secteur de l'assurance, car ils permettent d'optimiser l'efficacité du transfert des risques. L'e-business crée de nouveaux moyens de réduire les coûts tout en surmontant les obstacles à l'entrée sur le marché et en permettant de rompre la chaîne de création de valeur traditionnelle. Les clients bénéficieront d'une transparence accrue, de prix plus avantageux et de services de meilleure qualité, non seulement au niveau de la vente, mais aussi dans la gestion de leurs sinistres. De nouvelles opportunités commerciales existent pour les sociétés spécialisées dans une branche ou un créneau, même pour celles opérant à la base dans un autre secteur. En Europe centrale et orientale, quelques compagnies se sont déjà lancées dans l'e-business. Après la rapide transformation qu'a connue le secteur de l'assurance au cours de ces dix dernières années, la qualité de gestion et la sophistication des systèmes informatiques dont disposent les compagnies de ces pays sont comparables à celles des assureurs d'Europe occidentale. Comme cela est le cas en Europe occidentale, les assureurs traditionnels devront de plus en plus composer avec la concurrence des prestataires de solutions alternatives qui sauront exploiter les opportunités offertes par les nouvelles technologies pour proposer en ligne des produits d'assurance meilleur marché.

## 6. Bibliographie

Axco : « Insurance market report on Russia », novembre 2000

Best Review : « The Web They Weave », mai 2000, p. 28-52

Conning : « Internet Insurance Distribution » *Strategic Study Series*, Hartford 2000.

Donaldson, Lufkin & Jenrette : « Insurance: The Impact of the Internet on the European Insurance Industry », mars 2000.

Fox-Pitt, Kelton : « Dreams and Realities: European Insurers and the Internet », mai 2000.

Goldman Sachs : « United States: E-insurance: If You Build It, Will They Come? », septembre 1999.

Kono M. et al. : « Opening markets in financial services and the role of the GATS », études spéciales de l'OMC, septembre 1997.

Morgan Stanley Dean Witter : « The Internet and Financial Services », 31 janvier 2000.

Skipper, H.D. : « Foreign insurers in emerging markets: Issues and concerns », document occasionnel de l'IIF, n° 1, 1997.

Stephens Inc. : « Online Sales of Insurance – Which Business Models Make Sense and Which Don't », février 2000.

Swiss Re : « Les marchés de l'assurance en Europe centrale et orientale – évolution actuelle et état des préparatifs en vue de l'adhésion à l'UE », *sigma* n° 1/2001.

Swiss Re : « E-business et assurance : l'obligation de s'adapter – l'opportunité de se renouveler », *sigma*  
n° 5/2000.

Swiss Re : « Marchés émergents : le secteur de l'assurance à l'heure de la mondialisation », *sigma*  
n° 4/2000.

Varian, H.R. : « Effect of the Internet on Financial Markets », document de travail, septembre 1998.

\* \* \* \* \*