



ENQUÊTE

Le Big Data n'explose pas encore dans l'assurance

Une enquête menée auprès de 48 sociétés distinctes montre que, si le Big Data commence à être plutôt bien connu et identifié, les opérateurs ne l'ont pas intégré dans leur l'activité et manquent de repères. Selon ce sondage d'Optimind Winter, jusqu'à 31% des répondants ne savent pas comment se situer sur le sujet par rapport aux concurrents. « *Cela semble signifier soit qu'ils n'ont pas démarré, soit qu'ils ne font pas de veille concurrentielle, soit encore que l'absence de mesure claire sur l'adoption du Big Data ne leur permet pas de se positionner aisément* », interprète la société d'actuariat et de gestion des risques. Et lorsqu'ils se comparent au reste du marché, 35% s'estiment en retard. En tout, deux-tiers des déclarants décrochent avec le sujet. Toutefois, 31% des personnes interro-

gées indiquent que leurs sociétés ont des travaux en cours. Pour ceux qui ne manifestent qu'un intérêt modéré pour le Big Data, il est frappant de constater que les raisons concrètes (manque de moyen techniques ou financiers ou de compétences internes) comptent autant que... l'absence de raison. 29% ne savent pas pourquoi leur entreprise n'est pas plus impliquée et 6% ne se sentent pas concernés.

Pour l'heure, le Big Data sert à l'amélioration de l'offre, « *naturellement en première position dans un contexte de crise* », relève Optimind et pour la recherche de marge et d'un avantage concurrentiel. Mais, « *les sujets d'anticipation et de détection de bruits faibles, intérêt essentiel du Big Data selon nous, sont peu identifiés* », note le cabinet d'actuaire.

TV