|  |  |
| --- | --- |
| **Pressekontakt Capgemini Norge:** | **Pressekontakt Efma:** |
| *Gunilla Resare* | *Anna Quinn* |
| *Tel. : + 47 450 025 42* | *Tel.: +33 1 47 42 6771* |
| *E-mail:* [*gunilla.resare@capgemini.com*](mailto:gunilla.resare@capgemini.com) | *E-mail : anna.quinn@efma.com* |

**World Insurance Report 2019:**

**Savner forsikringstjenester for et nytt risikobilde**

**Oslo, 14. mai 2019 – Mens markedet etterspør forsikringstjenester tilpasset makrotrender som cybertrusler og klimaendringer, henger mye av tilbudet fra forsikringsbransjen fortsatt igjen i det tradisjonelle verdensbildet. Det viser World Insurance Report utarbeidet av** [**Capgemini**](http://www.capgemini.com) **i samarbeid med [Efma](https://www.efma.com/), basert på undersøkelser blant forsikringsaktører og kunder i 28 markeder, inkludert det norske.**

2019-rapporten som nå offentliggjøres undersøker blant annet hvordan brukere av forsikringstjenester opplever at forsikringsproduktene svarer på deres behov. Her kommer det tydelig frem at markedet etterspør enda bedre dekning og sikkerhet knyttet til hendelser som skyldes et nytt trusselbilde. Rapporten avdekker hvordan endringene privatpersoner og næringslivet kjenner på kroppen ikke harmonerer med utviklingen av forsikringstjenestene som tilbys. Cybertrusler og fremtidig økonomi trekkes frem som særlig aktuelle områder hvor det er et avvik mellom kundens risikobilde og de tilgjengelige forsikringstjenestene.

- *Verden er i rask endring, deler av forsikringsbransjen agerer ikke raskt nok. Vi vet at mange norske forsikringsaktører jobber hardt for å levere mer innovative løsninger, men foreløpig har det ikke nådd helt ut til kundene. Posisjonen er ledig, og rapporten viser hvor verdifullt det kan være å ta denne posisjonen*, sier forsikringsekspert Cecilie Vatn i Capgemini Invent.

Opplevelsen som kommer til syne gjennom undersøkelsen er at forsikringstilbyderne ikke tilpasser sine produkter fort nok når omverden utvikler seg. Ifølge rapporten ønsker faktisk mer enn 55 prosent av kundene å utforske nye forsikringsmodeller, mens kun 26 prosent av forsikringsselskapene utforsker slike modeller i dag. Nye forsikringsmodeller er nye måter å levere forsikringsprodukter på, eksempler på slike modeller er blant annet brukerbasert forsikring og on-demand forsikring. Dessuten opplever markedet at forsikringsaktørene i for liten grad blir partnere og rådgivere i møte med de spesifikke truslene enkeltkunder står overfor.

Rapporten avdekker et signifikant gap mellom nye trusler knyttet til økonomi, cybersikkerhet og klimaendringer og forsikringstjenestene som tilbys. Ønsket fra markedet, som kommer tydelig frem i rapporten, er mer omfattende og dynamiske tjenester fra forsikringsbransjen enn det som er tilgjengelig.

*Den tradisjonelle forsikringsbransjen står overfor dramatiske endringer. Rapporten viser at deler av bransjen ikke er forberedt på disse endringene. Mer innovative selskaper som inntar rollen som partnere og rådgivere i møte med trusler kommer til å belønnes på bekostning av aktører som på tradisjonelt vis passivt venter på forsikringskrav*, sier Vatn.

Rapporten peker også på en forventning fra markedet om mer personlig tilpasning av produktene.

- *Kundene selv er i stor grad åpne for å dele persondata med sin forsikringspartner, for å gjøre forsikringstjenestene mer treffsikre for deres behov. Samtidig åpner det for at forsikringsselskapene kan innta en mer aktiv rolle som rådgiver overfor kundene sine. For eksempel hjelpe en virksomhet å redusere sårbarhet før cyberangrep, fremfor å passivt betale etter angrepene*, sier Vatn.

**- Treg respons på raske endringer**

Rapporten peker på fem makrotrender som fører til en fremvekst av ny risiko og nye behov for privatpersoner og virksomheter. Klimaendringer, teknologiutvikling, sosiale og demografiske endringer, nye bekymringer og muligheter i helsevesenet og raske endringer i forretningsverden. Det er evnen til å respondere på disse endringene markedet opplever er mangelfull når forsikringsbransjen evalueres.

Under 25 prosent av bedriftsmarkedet og under 15 prosent av privatmarkedet føler at de har tilstrekkelig forsikringsdekning i møte med én eller flere av disse trendene.

- *Vi ser med denne rapporten og vårt arbeid med aktører i forsikringsbransjen at forsikringsselskapene må bevege seg mer i retning av å bli aktive rådgivere som utdanner og hjelper kunder til å unngå risiko. De gammeldagse, passive selskapene kommer til å miste konkurransekraft* *Hovedårsaken er de nevnte endringene i trusselbildet og dessuten en tydelig forventning i markedet,* sier Vatn.

I følge rapporten gjør den teknologiske utviklingen at forsikringsbransjen må endre hele innstillingen til sin egen rolle. Den tradisjonelle rollen som en utbetaler må forkastes til fordel for rollen som en partner og rådgiver. Capgeminis innsikt i det norske markedet tilsier at flere aktører nå står klare for å innta en slik rolle.

- *Mange norske aktører har forstått dette og de forbereder seg offensivt på endringene. Men enn så lenge har ingen kommet tydelig ut i markedet med denne tilnærmingen. Forventninger fra kunder med stor betalingsvilje tilsier at det blir et stort konkurransefortrinn for de som klarer å gjennomføre transformasjonen,* sier Vatn.

**Om Capgemini**

Som en global leder innen konsulent- og teknologitjenester og digital transformasjon er Capgemini i forkant av innovasjon gjennom å hjelpe kundene å realisere muligheter innen skytjenester, digitalisering og plattformsløsninger. Med 50 års erfaring og dyp bransjeekspertise gjør Capgemini kundene i stand til å realisere sine ambisjoner innenfor et spekter av tjenester som spenner fra strategi til operasjonalisering. Capgemini er overbevist om at forretningsverdien av teknologi skapes av og gjennom mennesker. Capgemini er et multikulturelt selskap med over 200 000 ansatte i mer enn 40 land. I 2018 rapporterte konsernet en omsetning på 13,2 milliarder Euro.

Besøk oss på [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com/" \l "_blank). *People matter, results count.*

**Om Efma**

Efma er en global non-profit organisasjon, etablert I 1971 av banker og forsikringsselskap. Efma fasiliteter nettverksbygging mellom beslutningstakere og bidrar med innsikt for å hjelpe banker og forsikringsselskaper å ta bedre beslutninger for å fremme innovasjon og drive transformasjon. Over 3300 virksomheter i 130 land er medlemmer av Efma. Efma har hovedkontor I Paris og kontorer i London, Brussels, Barcelona, Stockholm, Bratislava, Dubai, Mumbai og Singapore. For mer informasjon, gå inn på [www.efma.com](http://www.efma.com).

**Metode**

World Insurance Report (WIR 2019) dekker alle tre segmenter innen forsikring – livsforsikring, ikke-livsforsikring, og helseforsikring. Årets rapport har samlet innsikt fra to primær kilder – 2019 Global Insurance Voice of the Customer Survey og 2019 Global Insurance Executive Interviews. Sammen dekker disse kildene følgende 28 markeder: Australia, Belgia, Brasil, Canada, Kina, Finland, Frankrike, Tyskland, Hellas, Hong Kong, India, Italia, Japan, Mexico, Nederland, Norge, Filipinene, Polen, Portugal, Singapore, Sør-Afrika, Spania, Sverige, Sveits, Tyrkia, De forente arabiske stater, Storbritannia, og USA. For mer informasjon se [www.worldinsurancereport.com](http://www.worldinsurancereport.com).