

LA COMMUNICATION DES ASSUREURS FACE A LA CRISE DU COVID-19

La crise sanitaire actuelle bouleverse l'intégralité des secteurs économiques, l'activité des assureurs, des mutuelles et des institutions de prévoyance ne fait pas exception. Le marché de l'assurance est pleinement mobilisé et le communique à ses clients.

Quelle est la nature de cette communication ? Quelles sont les mesures mises en avant ? Tous les acteurs communiquent-ils de la même manière ?

Afin de répondre à ces questions, Talan Consulting a mené une étude sur un panel composé de 18 acteurs dont 7 organismes d'assurance, 9 groupes mutualistes et 2 Institutions de Prévoyance, qui représentent 75% du marché de l'assurance en 2019.

Principaux impacts

Le secteur de l'assurance est confronté, à cause de cette crise sanitaire, à plusieurs types d'impacts :

- Une demande d'**accompagnement des assurés personnes physiques directement touchés par l'épidémie**,
- Une très forte **sollicitation pour l'indemnisation des pertes d'exploitation ou des annulations d'évènements**,
- Une sérieuse problématique d'image **puisque la crise sanitaire ne fait pas**, sauf exception, **partie des risques couverts par les garanties souscrites par les entreprises** et même les premières assignations en justice,
- Une **augmentation des prestations en Prévoyance notamment au niveau des accidents du travail**,
- Une **diminution très significative des prestations en santé et des sinistres en IARD** (automobile en particulier),
- L'**accompagnement des clients en télétravail** et plus largement en confinement,
- La nécessité de mettre en place pour leurs propres collaborateurs des **modalités de travail et de télétravail permettant la continuité de services**.

Tendances du marché

Dans le but de rassurer leurs clients, mais également de leur communiquer les différents dispositifs mis en œuvre pour les accompagner, les acteurs étudiés activent plusieurs **canaux de communication** :

- **Le mail**
- **Leur site internet**
- **La presse généraliste et spécialiste**

100% du panel étudié communiquent via leur site internet. Parmi eux, 80% communiquent sur leur page d'accueil tandis que 20% ont développé des pages spécifiques sur le sujet de la pandémie.

Par ailleurs, 80% des acteurs étudiés ont effectué une campagne de mail spécifique.

La nature des messages

Si la nature des messages communiqués varie, **trois tendances ressortent en priorité** :

1. La mise en place d'un **plan de continuité d'activité** (pour 70% des acteurs),
2. L'incitation à **privilégier l'espace client au téléphone** pour éviter la surcharge téléphonique des conseillers (60% des acteurs),
3. Un **allongement des délais de traitement** malgré une activité continue (45% des acteurs).

Au-delà de ces principales tendances, d'autres messages sont communiqués :

- 44% des acteurs proposent **des solutions d'accompagnement lors du confinement**,

Acteurs	Exemples de solutions proposées
MAIF	Solutions éducatives et plateforme de solidarité (Sharentraid).
MACIF	Conseils nutritifs (mise en relation avec un nutritionniste).
Groupe VYV	Plateforme « Ensemble contre le Covid-19 » (informations médicales et conseils pour surmonter le confinement).
ALLIANZ	Plateforme d'autodiagnostic du Covid-19 (questionnaire approuvé par le ministère de la Santé).

- 33% des acteurs proposent ou rappellent les **solutions de téléconsultation** (dont le volume a été multiplié par 10 dès la deuxième semaine de confinement),
- 28% des acteurs fournissent **un numéro vert de soutien psychologique**,
- Enfin, 28% des acteurs étudiés mettent à disposition des **attestations de compatibilité du logement avec le télétravail** en cas de demande de l'employeur.

La **MACSF**, la Mutuelle d'Assurance du Corps de Santé Français, quant à elle, met à disposition des logements en résidences étudiantes pour les professionnels de santé.

Elan de solidarité

67% des acteurs **mettent en avant des mesures de solidarité** dans leur communication. La plupart des initiatives sont financières, pour aider et accompagner la recherche médicale, les hôpitaux, le personnel de santé, mais aussi les assurés entreprises et professionnels.

Plusieurs grandes annonces ont été faites par la profession dans la presse nationale :

- La contribution des compagnies d'assurance à hauteur de 400 millions d'euros au Fonds national de solidarité en faveur des petites entreprises et des indépendants,
- Une investissement d'1,5 mds dans les PME et ETI, pour soutenir la reprise d'activité notamment via les fonds Novo, Nova, Novi.

Certains acteurs communiquent sur des actions spécifiques de solidarité pour le monde de la santé, par exemple :

- **Covéa** : Mise en place de congés de solidarité. En effet, les salariés sont invités à poser cinq jours de « congés solidarité Covéa – Covid-19 » qui seront abondés chacun de 10 euros au profit des personnels médicaux, de la recherche et d'actions sociales ;
- **Allianz** : Don de 1,5 million d'euros au GIP RESAH (Réseau des acheteurs hospitaliers) pour lui permettre d'acquérir 112 échographes ultra-portables et des sondes associées ;
- **MAIF** : Reversement de 100 millions d'euros aux sociétaires du fait de la baisse des accidents de la route, tout en leur proposant de donner cet argent à des associations de soutien aux personnels soignants ;
- **MACIF** : Don de 1,2 million d'euros à l'APHP ;
- **MACSF** : Création d'un fonds de solidarité doté d'1 million d'euros, destiné à couvrir les indemnités journalières des praticiens libéraux en arrêt de travail.

Pour les entreprises et pour les professionnels, des actions de solidarité sont mises en œuvre. Ci-dessous quelques exemples :

- 39% des acteurs communiquent sur le **maintien ou l'extension des garanties** malgré de potentielles difficultés de paiement des cotisations (Groupe Vyv, AXA, Groupama, AESIO, Malakoff, Crédit Agricole Assurance, MACSF),
- 28% des acteurs communiquent sur un **étalement ou un report du paiement des cotisations** (Groupe Vyv, AXA, Groupama, AG2R, Crédit Agricole Assurance),
- 28% communiquent également sur les **arrêts de procédures contentieuses** (Groupe Vyv, AXA, AG2R, Covéa, AESIO).

Enseignements du benchmark

Les acteurs du marché de l'assurance sont mobilisés :

- Ils continuent à **assurer leurs engagements au regard des contrats d'assurance, même si les délais de traitements sont allongés** ;
- Concernant, la **garantie perte d'exploitation, un groupe de travail assureurs, Etat et parlement** se met en place pour travailler sur un régime catastrophe sanitaire. Rappelons que si la garantie perte d'exploitation était mise en œuvre pour le COVID-19, ce sont près de 60 milliards qui devraient être déboursés ;
- Ils activent des **solutions d'assistance ad hoc pour les personnes confinées** ;
- Ils mettent en place des **dispositifs pour reporter les charges dues au titre des cotisations pour les professionnels et les entreprises** ;
- Enfin, ils **contribuent de manière commune et, pour certains, de manière individuelle à l'effort de financement de l'économie et en particulier des services de santé.**

L'enjeu est stratégique pour la profession qui doit démontrer son efficacité en matière d'accompagnement de ses clients et sa forte contribution à la solidarité nationale.

CONTACTS

Amandine FRANCO, Consultante
amandine.franco@talan.com

Charles PICOT, Consultant
charles.picot@talan.com

Franck COUAILLIER, Directeur
franck.couaillier@talan.com