

Le Metaverse dans le secteur de l'Assurance : Enjeux et défis ECL #128

En octobre 2021, Mark Zuckerberg, fondateur de « Facebook », annonçait le changement de nom de son entreprise en « Meta » faisant référence à son lancement dans le monde virtuel appelé Metaverse.

Étymologiquement, Metaverse, de l'anglais, est la combinaison de « meta » racine grec signifiant "aller au-delà" et de « univers » qui renvoie à la notion d'un monde régi par ses propres lois.

Le Metaverse est un terme utilisé pour décrire un **monde virtuel immersif et interactif**, similaire au monde réel. Il peut faire référence à une

variété de différents types de mondes virtuels, y compris les environnements de réalité virtuelle et de réalité augmentée ainsi que les communautés sociales ou encore les jeux en ligne.

Aujourd'hui, le Metaverse est au centre des débats auprès des plus grandes multinationales, des géants d'Internet, des entreprises technologiques et des acteurs de l'assurance.

Quelles sont les opportunités dans le Metaverse pour les assureurs ?

Le Metaverse offre de nouvelles opportunités pour les assureurs de se connecter avec les clients et de proposer de nouveaux types d'assurance, tels que l'assurance des actifs virtuels ou l'assurance contextuelle. Ces nouveaux types d'assurance pourraient compléter les formes traditionnelles en proposant une protection plus précise et plus adaptée aux besoins des utilisateurs.

De plus, l'utilisation de la technologie dans le Metaverse, comme les données en temps réel et l'intelligence artificielle, pourrait permettre aux assureurs de mieux comprendre les risques et d'adapter les tarifs d'assurance en conséquence. Il représente aussi un levier d'animation des équipes au travers d'un environnement attractif ainsi qu'un levier de recrutement en matière d'intégration des candidats.

Ainsi, il offre des opportunités aux assureurs de proposer des produits et des services innovants qui complètent les formes traditionnelles d'assurance. De plus, il permet aussi de développer une nouvelle forme de relation d'entrée en relation avec des candidats et d'animation de réseau de collaborateurs ou partenaires.

Les enjeux du Metaverse :

Il est important de surveiller les enjeux liés au Metaverse, de les comprendre et de les aborder de manière responsable pour pouvoir tirer pleinement partie des opportunités offertes. Les principaux sont :

- **Economique** : Le marché est actuellement en croissance et pourrait, selon certains, générer des milliards de dollars de revenus pour les entreprises qui y participent. Les organismes d'assurance pourraient utiliser le Metaverse pour vendre des produits et des services, pour la publicité et pour la création de contenu.



- **Social** : Le Metaverse offre de nouvelles opportunités pour les utilisateurs de se connecter et de communiquer entre eux, quel que soit leur emplacement. Cela peut également avoir des conséquences pour la vie privée et la sécurité.
- **Technologique** : Il repose sur des technologies avancées telles que la réalité virtuelle et la réalité augmentée, qui nécessitent des investissements importants pour être développées et mises en place.
- **Juridique** : Il y a des questions juridiques non résolues liées à la propriété des actifs virtuels, à la responsabilité en cas de dommages causés dans le Metaverse, à la réglementation de la vie privée et de la sécurité.
- **Ethique** : Le Metaverse soulève des questions éthiques sur la réalité virtuelle, la vie privée, la sécurité et la manipulation de l'expérience utilisateur.

Des enjeux accompagnés de défis /

Les assureurs devront relever des défis importants pour réussir dans le Metaverse, notamment en termes de compréhension des risques, de développement de produits adaptés, de conformité Réglementaire, de lutte contre la fraude et de protection de la vie privée en mettant en place des processus visant à :

Comprendre les risques

- Evaluer les risques et offrir des produits d'assurance adaptés.
- Comprendre que les actifs virtuels tels que les avatars, les objets virtuels et les espaces virtuels peuvent être volés, détruits ou endommagés engageant des risques liés à la cybersécurité (Phishing, Ransomware, Hacking...).

Développer des produits d'assurance adaptés

- Développer l'assurance des actifs virtuels, l'assurance contextuelle, et les produits d'assurance liés à la cybersécurité.

Respecter les réglementations

- Prendre conscience pour les assureurs des lois et réglementations en vigueur pour éviter les litiges et les poursuites judiciaires.

Prévenir de la fraude

- Mettre en place des stratégies pour prévenir et détecter la fraude dans le Metaverse, comme la vente de contrefaçons, les escroqueries et les activités illégales qui peuvent causer des dommages financiers aux utilisateurs et aux organismes d'assurance.

Protéger la vie privée

- S'assurer de respecter les normes de protection des données et de la vie privée pour protéger les utilisateurs contre les risques liés à la vie privée.

S'adapter aux nouvelles technologies

- S'adapter aux technologies émergentes pour pouvoir offrir des produits d'assurance innovants qui répondent aux besoins des utilisateurs.

En somme, la collecte des données est un véritable enjeu dans le Metaverse et met au défi la réglementation RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données). En effet, le Metaverse prévoit la création d'avatar afin de représenter son « soi » dans le monde virtuel qui aura la même personnalité que l'individu lui-même échangeant des informations. Une vigilance renforcée sera recommandée à l'exploitation des données car il n'y a pas encore de loi ou de juridiction légale. Ainsi, les utilisateurs courent un risque de surexploitation des données. Toutefois, le Metaverse présente des opportunités d'affaires comme les NFT (No Fongible Token) par exemple ou encore le développement des cryptomonnaies.