

SOMMAIRE

- P2 Assurances : Promouvoir l'investissement responsable et l'ESG
- P3 Comment lutter contre les biais des IA ?
- P4 Le CEDP siffle la fin de la récréation : « consentir ou payer » !
- P5 La finance climatique : un pilier de la COP29



Promouvoir l'investissement responsable et l'ESG

Le secteur assurantiel est confronté à plusieurs enjeux majeurs qui façonneront son avenir et influenceront la manière dont les compagnies d'assurance opèrent.



Actualités

L'ONG ShareAction, spécialiste de l'ESG et de l'investissement responsable, a récemment publié son étude sur les stratégies des 65 premiers assureurs gestionnaires d'actifs mondiaux. Selon le rapport, la plupart des sociétés de gestion ne considèrent pas suffisamment la biodiversité dans leurs politiques d'investissement et leurs décisions.

Evolutions

ShareAction appelle ces acteurs à accroître leur engagement, notamment en intégrant des critères spécifiques dans leurs processus d'investissement. Les assureurs jouent un rôle clé dans l'économie mondiale en assumant des risques financiers et en contribuant à la gestion des crises et des événements catastrophiques. Par conséquent, leur engagement envers des pratiques responsables revêt une importance significative.

Enjeux de demain

L'intégration des critères ESG dans la stratégie du secteur assurantiel est devenue essentielle pour atténuer les risques, renforcer la compétitivité et saisir les opportunités de croissance dans un contexte économique et réglementaire en évolution vers plus de durabilité et de responsabilité sociale et environnementale.

Intelligence Artificielle



Comment lutter contre les biais des IA ?

La caractérisation des préjugés sociaux générés par les modèles d'IA générative est essentielle pour prévenir la discrimination. La récente controverse entourant Gemini souligne l'importance de développer de nouvelles méthodes pour contrôler la génération de contenu.



Actualités

Lutter contre les biais des IA devient un enjeu majeur pour ne pas freiner leur utilisation. Google a instauré des mesures lors du développement de Gemini pour éviter la création d'images inappropriées, mais ces efforts ont échoué en négligeant les cas où la diversité n'était pas pertinente. De plus, Gemini est devenu trop prudent, refusant de répondre à des questions anodines qu'il percevait à tort comme sensibles.

Evolutions

Les modèles de génération d'images deviennent de plus en plus sophistiqués et difficiles à détecter. Il est crucial de développer de nouvelles méthodes pour comprendre leurs comportements et mesurer leurs biais, tout en fournissant des outils accessibles au grand public pour évaluer ces modèles. Des moyens humains et techniques peuvent être mis en place, pour assurer une utilisation de l'IA la plus inclusive et éthique possible.

Enjeux de demain

Débiaiser les modèles est de plus en plus complexe avec leur sophistication croissante. La mise en place des mécanismes de contournement ou de contrôle des biais devra se faire dès la programmation des algorithmes et en amont de l'utilisation. La formation et la sensibilisation à l'éthique et à la diversité des usages seront nécessaires afin de garder un esprit critique. Enfin, intégrer des garde-fous pour monitorer et contrôler des résultats produits permettra de remonter les alertes et y remédier.

Réglementaire



Le CEDP siffle la fin de la récréation : « consentir ou payer » !

Le Comité Européen de la Protection des Données (CEPD) a adopté le 17 avril dernier, un avis sur la manière dont les Éditeurs Media Digitaux recueillent le consentement des utilisateurs : un véritable choix doit leur être proposé.



Actualités

Le RGPD puis l'ePrivacy sont venus renforcer le droit des utilisateurs, notamment en incluant des dispositions concernant l'utilisation des cookies et autres technologies de suivi. Face à cela, nombre d'éditeurs ont mis en place un nouveau modèle économique : payer ou consentir. Consentir pour que les données personnelles des utilisateurs soient utilisées à des fins de publicité comportementale.

Evolutions

Le CEPD demande à ces Éditeurs Media de sortir de ce modèle dans lequel les utilisateurs n'ont finalement pas le choix. Il rappelle la nécessité de donner une véritable alternative aux utilisateurs. Il faut sortir du « consentir ou payer » pour s'orienter vers une option plus respectueuse du droit des utilisateurs. En passant de la publicité comportementale à la publicité contextuelle, la publicité sera moins intrusive et intégrée de manière plus naturelle.

Enjeux de demain

Dans cet avis, le CEDP énonce les critères à considérer pour obtenir un consentement libre et équitable des utilisateurs à donner leur accord et rappelle que ces traitements doivent être conforme à l'article 5 du RGPD :

« que les données à caractère personnel doivent être traitées de manière licite, loyale et transparente au regard de la personne concernée (licéité, loyauté, transparence). »

Aux Editeurs d'appliquer ces préceptes à l'avenir.

Finance & Climat



La finance climatique : un pilier de la COP29

La finance climatique sera un « pilier » de la 29ème édition de la Conférence des Parties, qui se déroulera du 11 au 24 novembre 2024 en Azerbaïdjan, un pays pétro-gazier.



Actualités

En ouverture du Petersberg Climate dialogue qui a eu lieu à Berlin fin avril, le président azerbaïdjanais a rappelé l'importance de la finance climatique lors des négociations annuelles de l'ONU en exprimant son souhait d'accélérer l'investissement de capitaux dans la transition afin de renforcer l'objectif de maintenir le réchauffement climatique à 1,5°C. Cependant, pour l'instant, aucune piste concrète n'a été présentée.

Evolutions

Le montant futur de l'aide financière que doivent les pays développés au reste du monde est en cours de négociation et doit être approuvé à la COP29. Pour rappel, cette aide est fixée à 100Mds \$ par an jusqu'en 2025.

Tous les pays signataires doivent également présenter une révision ambitieuse de leurs plans de réduction des émissions (NDC) d'ici un an, afin d'intensifier leurs engagements.

Enjeux de demain

Selon l'ONU, les engagements existants conduiraient à un réchauffement de 2,5°C à 2,9°C au cours du siècle, bien au-delà de l'objectif d'1,5°C fixé par l'accord de Paris et les besoins des pays en développement seraient de 2.400 Mds \$ par an d'ici 2030 pour y parvenir. Il est donc essentiel de convenir d'un nouvel objectif de financement réalisable pour lutter contre le changement climatique..



OLEASTER

Contacts



Cédric BENOTEAU

Associé

cedric.benoteau@oleasterconsulting.com



Aymeric DE GORDON

Associé

aymeric.de-gordon@oleasterconsulting.com

A propos d'Oleaster

OLEASTER, cabinet de conseil indépendant dédié à la transformation, aide les organisations à s'adapter aux mutations économiques, numériques et sociétales.

Nos équipes réparties en 3 bureaux (Paris, Nantes et Bordeaux) rassemblent des passionnés de la transformation autour d'une même vision du conseil marquée par :

- Une approche collaborative et définitivement centrée-client ;
- La volonté de trouver le meilleur équilibre entre innovation et pragmatisme ;
- L'assurance de donner du sens aux réponses apportées ;
- Beaucoup d'humilité, d'écoute et d'énergie.

OLEASTER vous accompagne sur l'ensemble du cycle de vie de la transformation, mais aussi à travers des expertises spécifiques : création de valeur, Data, conformité et protection des données, RSE.