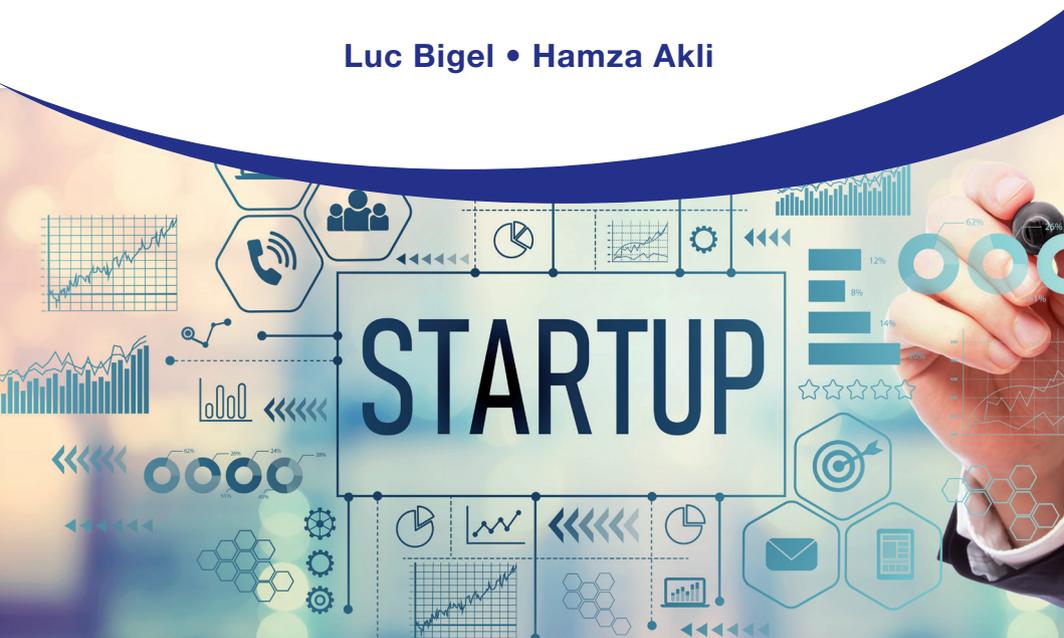


 **Les  
Essentiels Plus**

# Comprendre et intégrer la révolution assurtech

Luc Bigel • Hamza Akli



**L'ARGUS** EDITIONS  
de l'assurance

# Analyse juridique de l'assurtech

## 1. Analyse de l'intelligence artificielle au point de vue de la distribution

Ainsi qu'indiqué ci-dessus, l'IA recouvre une multitude de solutions qui vont prendre une part de plus en plus prégnante dans le monde de l'assurance.

À titre d'exemple, en matière d'assurance multirisque habitation, certains acteurs proposent à leurs assurés non seulement la vente d'une telle assurance mais également l'ajout de technologies de prévention comprenant des capteurs connectés pour détecter les technologies de prévention des sinistres électriques, les effractions mais également les dégâts des eaux. Par conséquent, l'IA peut avoir pour corollaire le développement d'une offre commerciale qui ne se limite pas à la stricte vente d'assurance mais à des services commerciaux additionnels.

Si cette problématique est assez récurrente en matière de domotique, elle a vocation également à se retrouver dans d'autres secteurs comme en matière de téléphones portables, d'assurance automobile mais également en matière de drones ou de GPS. Elle est également présente en matière d'assurance santé où le développement de « *wearable* » se développe. Sous ce terme, se définit une technologie comme des « *fitness trackers* » mais également des « *smart watches* » que l'assuré porterait pour évaluer son état de santé.

Dans le cadre du renouveau des offres qui seront produites par les assureurs se posera pour certains produits la question de la capacité pour les assureurs

à fournir outre le produit d'assurance (classique) mais également un service d'intelligence artificielle complémentaire.

La problématique juridique concerne donc non seulement la capacité de l'assureur de fournir des services complémentaires mais également les conditions dans lesquelles peuvent être distribués ces offres complétées auprès des consommateurs.

Plusieurs schémas peuvent être envisagés.

Le principal sujet qu'il conviendra de respecter consiste dans le principe de spécialité de l'assurance lequel postule par définition qu'une société d'assurance doit réaliser des opérations d'assurance.

Pour mémoire, il convient de rappeler que selon les termes de l'article 18 § 1.a. de la Directive 2009/138 (Solvabilité 2), les entreprises d'assurance ne peuvent avoir qu'une activité cantonnée à l'assurance et aux activités qui en découlent directement, cette disposition précisant même qu'est exclue toute autre activité commerciale.

Ce principe est affirmé en droit français aux articles L. 322-2-2 et R. 322-2 du Code des assurances réservant néanmoins aux entreprises d'assurance la possibilité de pratiquer des « activités accessoires » limitées.

Ainsi, l'article R. 322-2 du Code des assurances précise que les entreprises d'assurances « ne peuvent avoir d'autre objet que celui de pratiquer les opérations mentionnées à l'article R. 321-1 [du Code des assurances], ainsi que celles qui en découlent directement, à l'exclusion de toute autre activité commerciale ».

Quant à l'article L. 322-2-2 du Code des assurances précité, ce dernier dispose que : « Les opérations autres que celles qui sont mentionnées aux articles L. 310-1 et L. 310-1-1 du présent code et à l'article L. 341-1 du code monétaire et financier ne peuvent être effectuées par les entreprises mentionnées aux articles L. 310-1 et L. 310-1-1 du présent code que si elles demeurent d'importance limitée par rapport à l'ensemble des activités de l'entreprise. Un décret en Conseil d'État fixe les modalités d'application du présent article ».

Dès lors que ce principe est respecté, la seconde étape à prendre en considération sera celle de la vente effective du produit d'assurance avec éventuellement un service d'intelligence artificielle : c'est le sujet de la vente croisée.

À titre liminaire sur ce point, il convient de rappeler que préalablement à l'introduction en droit français de la notion de « vente croisée », existait en droit interne, le principe de l'interdiction des ventes dites liées.

Si les notions de vente croisée et de vente liée ne sont pas similaires, elles reposent néanmoins sur une mécanique juridique relativement proche.

Par conséquent, il sera utile d'effectuer un bref rappel sur les dispositions applicables en matière de vente liée, permettant ainsi d'aborder le nouveau concept de vente croisée introduit par la Directive distribution d'assurance au sein du Code des assurances.

L'article L. 121-11 du Code de la consommation prévoit de façon générale l'interdiction de la vente liée qui consiste vis-à-vis d'un consommateur, à subordonner la prestation d'un service à celle d'un autre service : « Est également interdit le fait de subordonner la vente d'un produit à l'achat d'une quantité imposée ou à l'achat concomitant d'un autre produit ou d'un autre service ainsi que de subordonner la prestation d'un service à celle d'un autre service ou à l'achat d'un produit dès lors que cette subordination constitue une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L. 121-1. »

Le concept de vente liée est applicable en matière de vente de produits d'assurance : à titre d'illustration, on relèvera un arrêt de la Cour d'appel de Paris du 17 décembre 1993 rendu à l'encontre d'une compagnie d'assurance sur le fondement de l'interdiction des ventes liées. La Cour d'appel de Paris ayant considéré dans cette espèce que subordonner l'octroi d'une garantie de responsabilité civile à la souscription d'une garantie protection juridique constituait une infraction à l'article L. 121-11 du Code de la consommation.

Selon cette réglementation, étaient concernées par cette interdiction, les ventes de garanties dites en inclusion (c'est-à-dire la vente d'un ensemble de produits et/ou services différents proposés en un seul lot et à un prix unique), étant précisé que cette interdiction s'applique y compris si l'assurance est couplée à un produit ou une prestation d'assurance de nature différente.

Il convient de préciser toutefois que l'inclusion n'est pas en elle-même constitutive d'une infraction. Une telle infraction étant caractérisée dès lors que le consommateur est contraint d'acheter un ensemble/un lot.

Le nouveau *corpus* réglementaire relatif à la « vente croisée » sous le régime de la DDA est articulé autour de trois règles principales régissant :

- la vente d'une assurance à titre principal à laquelle est proposée concomitamment un bien ou service (qui n'est pas une assurance), et pour laquelle existe des exigences d'informations spécifiques pesant sur le distributeur.
- la première règle régit ainsi la situation dans laquelle la vente en lot d'un produit d'assurance en tant que produit principal est proposée avec un service accessoire (qui n'est pas une assurance).

Dans un tel cas, il est fait obligation au distributeur :

- d’indiquer au client s’il est possible d’acheter séparément les diverses composantes du lot et, le cas échéant,
- de fournir une « description adéquate de chacune des composantes de l’accord ou du lot, ainsi que des justificatifs séparés des coûts et des frais liés à chaque composante ».
- la vente d’une assurance à titre accessoire à un bien ou service (qui n’est pas une assurance) et pour laquelle pèse une obligation de permettre la vente séparée de ce service (hors exceptions).
- Dans un tel cas, le distributeur des produits d’assurance doit donner au client la possibilité d’acheter le bien ou le service en question séparément de l’assurance.
- une règle générale de devoir de conseil dans ces deux hypothèses cités ci-dessus de vente pesant sur le distributeur.

## 2. Nouer des partenariats et le régime de l’externalisation

Le développement des offres d’assurtech et nécessitera pour les assureurs la mise en place de partenariats pour permettre leur développement opérationnel.

Au plan juridique, cela signifie que les assureurs contractualiseront leurs rapports avec certaines assurtech spécialisées de manière à faire assumer à ces dernières la réalisation de nouvelles prestations en raison de leur maîtrise technique.

Les assureurs concluront des partenariat aux fins de gestion des sinistres via les logiciels intelligents (analysant les photos de sinistre). Les assureurs pourront aussi renforcer leur fonction clef actuarielle avec l’utilisation d’IA pour l’exploitation de Data. Enfin, les assureurs se rapprocheront d’entreprises tierces pour leur faire assumer le back-office spécialisé comme en matière de marketing ou encore de détection des fraudes.

Un tel rapprochement s’inscrit dans la logique selon laquelle l’IA pourrait améliorer la performance de la gestion des risques et de la conformité en automatisant certains processus. En ce sens l’IA a un rôle fondamental à jouer dans le cadre de la gestion des risques et de la conformité.

Dans le cadre de ses missions de contrôle, l’ACPR a pu observer que des méthodes d’apprentissage automatique sont employées dans les modèles internes pour pallier l’incapacité des méthodes actuarielles classiques à

# Comprendre et intégrer la révolution assurtech

## Luc Bigel

Avocat aux Barreaux de Paris et du Québec au sein du cabinet DLA Piper. Spécialiste en droit de l'assurance, de la réassurance et de la distribution, il accompagne les professionnels du secteur tant en conseil qu'en contentieux. Il intervient également dans le cadre de la structuration de produits assurantiels à dimension financière. Il enseigne le droit des assurances à l'Université Paris I Sorbonne et contribue régulièrement à des publications juridiques en France et à l'étranger.

## Hamza Akli

Diplômé en droit des Universités Paris II Panthéon-Assas et Queen Mary of London, spécialisé en droit des assurances, il est inscrit au Barreau de Paris et exerce au sein du cabinet DLA Piper. Il conseille les entreprises et les intermédiaires d'assurance en matières réglementaire et prudentielle ainsi que dans les domaines relatifs à la distribution des produits d'assurance (conseil et contentieux). Il enseigne le droit des assurances à l'Université Paris I Sorbonne et publie des articles dans des revues spécialisées.

Les acteurs du monde assurantiel sont actuellement confrontés à un défi majeur : la révolution assurtech. La croissance de ce marché profondément disruptif oblige ses acteurs (assureurs, intermédiaires et, dans une moindre mesure, les réassureurs) à passer en mode « agile » afin de prendre part à ce nouvel élan et d'intégrer les principaux enjeux de cette seconde révolution numérique.

L'objet du présent ouvrage est de constituer un guide pratique permettant à tous les professionnels du secteur de l'assurance de comprendre cette révolution assurtech. Il présente les descriptions de plusieurs typologies d'assurtech que sont le Big Data, l'intelligence artificielle et ses différentes déclinaisons dont les robots advisors, le phénomène Blockchain mais également l'assurance cyber. Il s'efforce de mettre en exergue les sujets juridiques majeurs que provoquent ces phénomènes pour permettre aux acteurs de s'approprier ce mouvement majeur.

ISBN 978 2 35474 334 5



9 782354 743345

 **Les  
Essentiels Plus**