

Document de travail

Responsabilité numérique et solidarité dans le domaine de l'assurance



Prendre ses responsabilités. Renforcer la solidarité.

L'équité, l'autonomie, la transparence et la protection de la personnalité sont des principes éthiques qui, au même titre que notre conception de la solidarité, sont touchés par la transformation numérique et doivent évoluer.

En mettant l'accent sur l'environnement de l'assurance, le présent document de travail souhaite contribuer au débat portant sur la responsabilité numérique en Suisse. Il formule des principes directeurs qui doivent animer les entreprises, l'État et les consommateurs à adopter une conduite tournée vers l'avenir à l'ère numérique.

Sommaire

Responsabilité numérique et solidarité
dans le domaine de l'assurance

- 05 Contexte
- 09 Principes régissant les
activités d'assurance dans
la société numérique
- 17 Responsabilité des
entreprises, des
consommateurs et
de l'État
- 31 Remarques finales

Contexte

La transformation numérique, qui n'épargne aucune sphère de la vie, affecte en profondeur notre société. Certains domaines relatifs à l'assurance, notamment la santé et la prévoyance vieillesse, sont particulièrement touchés – à différents degrés toutefois – par ces changements. L'automatisation croissante génère toujours plus de données à caractère personnel. Ces données relatives à la situation individuelle et à l'exposition potentielle à un risque permettent de créer des modèles d'assurance fortement personnalisés tout en jetant les bases d'une fixation des primes basée sur le comportement de la personne en question ou sur les risques. D'un autre côté, elles sont susceptibles de faire évoluer la manière dont la société et les milieux politiques appréhendent la notion de solidarité dans le secteur de l'assurance sociale.

Prenons un exemple pour illustrer notre propos: grâce à l'utilisation de plus en plus répandue d'outils destinés à surveiller la santé, les personnes soucieuses de leur santé ont, au fil du temps, davantage accepté, ou escomptent même une réduction de prime indexée sur leur comportement. Un changement de paradigme pourrait avoir des répercussions sur les futures attentes de la société à l'égard du principe de solidarité dans le domaine des assurances sociales. Dans l'assurance privée, il s'agit de se pencher sur la manière dont est gérée l'inégalité de traite-

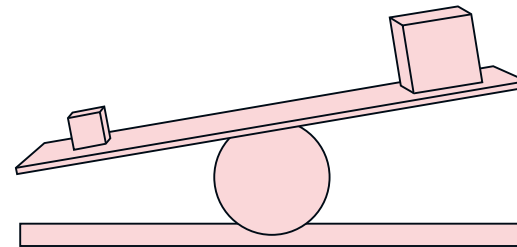
ment (différenciation nécessaire par opposition à la discrimination indésirable par l'État et la société). Car le processus basé sur les mégadonnées comporte des risques: l'utilisation d'algorithmes est susceptible de générer des discriminations socialement indésirables (p. ex. en fonction du sexe) alors que la caractéristique en question (le sexe, p. ex.) n'est pas directement utilisée pour le calcul de la prime. Mais les mégadonnées offrent également la possibilité d'empêcher ou, du moins, de réduire de façon ciblée les discriminations en faisant appel à des algorithmes particuliers.

Dans le même temps, les algorithmes sont incapables d'expliquer pourquoi certains types de différenciations au sein de la société sont considérés comme étant admis (en fonction de l'assurance: le lieu de domicile, l'âge ou encore le comportement à risques) ni de savoir où un consensus de non-discrimination a été trouvé (le sexe d'une personne, p. ex.). Pour y parvenir, il faut qu'un débat englobant également les questions éthiques ait lieu au sein de la société. Il convient de prêter une attention particulière à la manière dont les notions d'autodétermination et de solidarité évoluent dans l'environnement numérique. Ces questions sont en effet plus que jamais d'actualité à la lumière de la pandémie de Covid-19 qui nous frappe.

Ce document de travail présente la manière dont les entreprises, les consommateurs et l'État peuvent assumer leur responsabilité numérique dans le secteur de l'assurance tout en conservant une marge de manœuvre pour agir de manière prospective. Nous prenons délibérément en compte le point de vue des trois acteurs mentionnés auparavant – les entreprises, les consommateurs et l'État – afin de décrire le plus largement possible l'impact sur le principe de solidarité par exemple. Le présent document de travail entend également montrer que la responsabilité numérique ne peut être assumée qu'en trio, étant donné que ces acteurs ont différentes manières d'exercer leur influence. Il incombe donc aux entreprises, aux consommateurs et à l'État d'assumer conjointement leur responsabilité numérique afin que les répercussions sur la structure solidaire se révèlent être une chance au niveau social.

Principes régissant les activités d'assurance dans la société numérique

La responsabilité et le rôle des entreprises, des consommateurs et de l'État sont abordés sous l'angle de quatre principes: équité, autonomie, transparence et protection de la personnalité. Ces principes évoluent avec la transformation numérique. Ils sont également liés au concept de solidarité. Aussi est-il primordial d'en étudier régulièrement les éventuels effets sur la cohésion sociale.

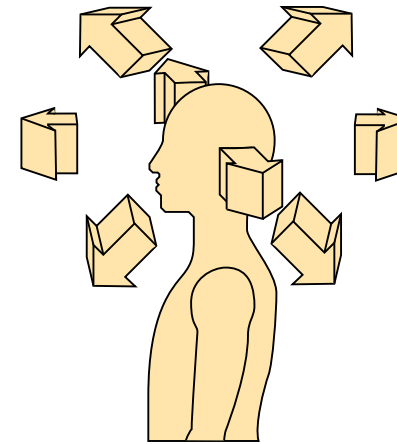


1. Équité

L'équité désigne le fait que les consommateurs peuvent avoir foi en l'intégrité des pratiques commerciales. Dans le domaine des assurances privées, l'équité est également associée à la notion de conformité au risque. Une différenciation des prix et des offres est liée au risque assuré et n'est pas avant tout axée sur la disposition des clients à payer. Dans l'assurance sociale, ce n'est pas la conformité au risque, mais le principe de solidarité qui est mis en avant. Cela concerne en premier lieu le mode de financement (p. ex. une prime par tête, calculée indépendamment du risque) et un accès garanti à un niveau de prestations d'assurance défini pour la société. Dans le contexte de l'assurance sociale, nous considérons donc

le financement solidaire comme équitable – notamment dans une communauté rassemblant personnes malades et individus en bonne santé, jeunes et personnes âgées, riches et pauvres.

Le numérique génère toujours plus de données à caractère personnel. Ce qui permet de déterminer encore plus précisément la situation individuelle tout en prévenant plus facilement toute forme de discrimination ou d'exclusion. Mais en définissant plus précisément le risque individuel et en créant des offres toujours plus personnalisées, le numérique offre également la possibilité d'opérer des différenciations socialement indésirables. Une estimation affinée des risques et des prévisions plus précises basées sur l'intelligence artificielle nous obligent donc à redéfinir la notion d'égalité de traitement afin de garantir le concept d'équité à l'avenir également. Il est du devoir de tous les acteurs impliqués de débattre ensemble de cette question. C'est d'ailleurs la condition sine qua non pour que le consensus social puisse évoluer, c'est-à-dire se muer en une solidarité et une différenciation appropriée, et définir plus précisément toute discrimination inacceptable sur le plan social.

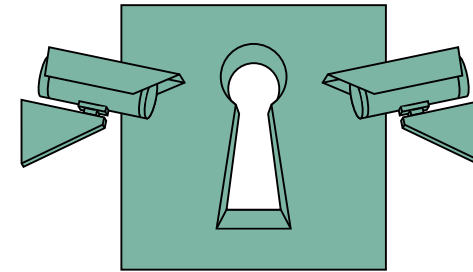
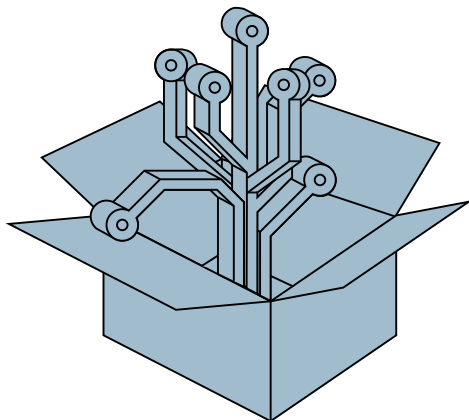


2. Autonomie

Dans le contexte des services basés sur les données, l'autonomie désigne le fait que les consommateurs sont à même de décider et d'agir par eux-mêmes. Pour ce faire, ils doivent avoir des possibilités de choix et disposer des compétences requises pour juger chacune d'elles. Les possibilités de choix se rapportent non seulement à diverses formules d'assurance ou prestations de service, mais aussi aux différents canaux de communication avec le prestataire. En outre, les consommateurs doivent être plus à même d'évaluer les effets des nouvelles formes d'utilisation des données.

3. Transparence

Les consommateurs ainsi que les clients institutionnels et potentiels doivent obtenir des informations compréhensibles sur l'enregistrement, l'utilisation et la transmission de leurs données. Il convient également de leur indiquer dans quelle mesure leurs données entrent en ligne de compte dans les décisions et les recommandations. Dans le contexte de l'assurance, cela concerne principalement les processus d'évaluation et de souscription d'une offre, tout comme les décisions portant sur les prestations assurées et/ou l'accès aux services pendant la durée du contrat. Dans certaines circonstances, il peut également être question, ici, de la période suivant la fin de l'assurance pendant laquelle les exigences légales continuent de s'appliquer.



4. Protection de la personnalité

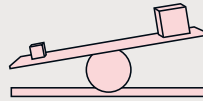
La vie privée est touchée lorsque les données ne sont pas traitées sous forme anonymisée. Se pose alors la question de l'autodétermination. Pour des raisons de protection des données, il est également important de connaître le contexte dans lequel elles sont collectées et utilisées. L'usage des données à caractère personnel doit donc être clairement indiqué.

Grâce au numérique, il est plus facile de collecter et de partager les données se rapportant à un individu, que ce soit les données personnelles, les données relatives à la santé ou au comportement. Il en résulte un grand volume de données méritant d'être protégées. Dans un environnement d'assurance toujours plus numérique, il faut veiller à la sécurité des données, c'est-à-dire protéger de toute manipulation, perte, transmission non autorisée et divulgation au public. Dans le même temps, les possibilités techniques de pirater les données sont devenues plus nombreuses, induisant un risque de cyberattaque plus élevé. Tous les acteurs doivent répondre de la sécurité des données.

Principes régissant les activités d'assurance dans la société numérique

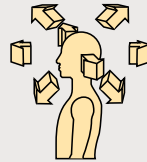
ÉQUITÉ

Pratiques commerciales intègres et conformité au risque dans le domaine de l'assurance privée, financement solidaire dans l'assurance sociale.



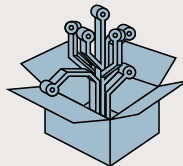
AUTONOMIE

Capacité des consommateurs à décider par eux-mêmes.



TRANSPARENCE

Informations sur l'enregistrement, l'utilisation et la transmission des données ainsi que le rôle qu'elles jouent dans la prise de décision et pour les recommandations.



PROTECTION DE LA PERSONNALITÉ

Protection des données à caractère personnel contre toute manipulation, perte, transmission non autorisée et divulgation au public.



Responsabilité des entreprises, de l'État et des consommateurs

Entreprises

Exploiter le potentiel du numérique pour créer de la valeur et proposer des offres individualisées tout en assumant une responsabilité numérique quant à d'éventuelles répercussions sociales.



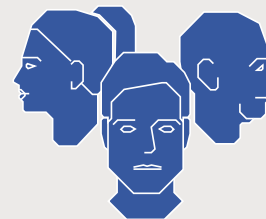
État

Garantir des conditions-cadres pour les entreprises et les consommateurs afin de soutenir la transformation numérique tout en évitant des discriminations indésirables au sein de la société.

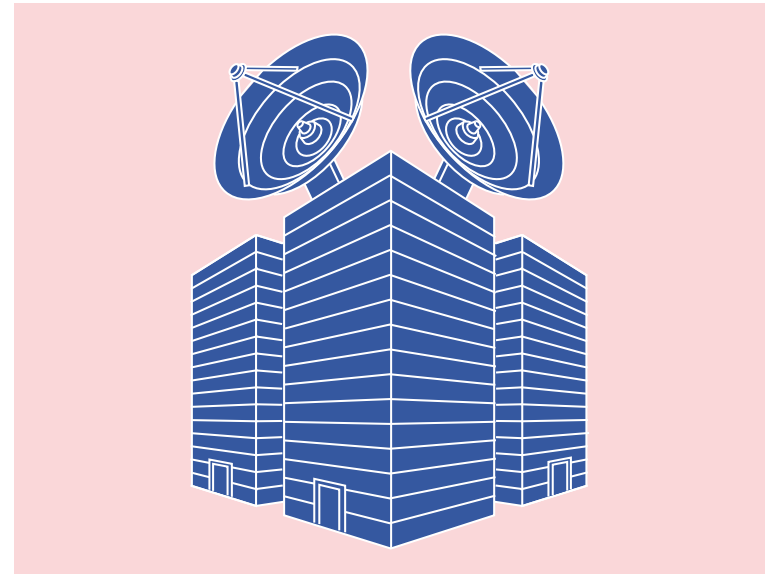


Consommateurs

Mettre à disposition les données de manière souveraine, au moyen de portails, en vue d'autoriser ou de limiter le traitement des données de manière autonome et à des fins spécifiques.

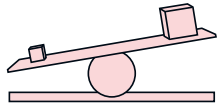


Responsabilité des entreprises, des consommateurs et de l'État



1. RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE: LE RÔLE DES ENTREPRISES

Le terme «entreprise» désigne ici les compagnies d'assurance. Nous étudions leur rôle à l'aune des quatre principes énoncés précédemment. Nous abordons également différents aspects, par exemple le numérique en tant que potentiel formidable d'amélioration et comment la responsabilité numérique peut être assumée conjointement sous l'angle d'éventuelles répercussions sociales.



1.1 Qu'est-ce qui favorise l'équité et la solidarité dans un environnement d'assurance toujours plus numérique?

Caractère intègre des pratiques commerciales: les entreprises s'engagent à user de pratiques commerciales intègres, y compris en ce qui concerne le traitement des informations basées sur les données dans le cadre de la relation d'assurance qui les lie à chacun de leurs clients.

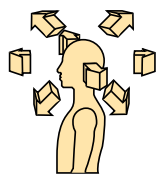
Différenciation des primes accentuée en fonction du risque individuel: la transformation numérique et la disponibilité croissante des données personnelles permettent, dans l'assurance privée, de différencier (plus fortement) les primes en fonction du risque individuel – et d'un comportement à risques. Il en va de la responsabilité de l'entreprise de développer un tel concept en suivant une approche claire et logique, et d'expliquer les différences entre les offres en vue de gagner, voire de renforcer, la confiance des clients. La formation de sous-collectifs les plus homogènes possible ne met pas en péril le principe de base d'une assurance, à savoir équilibrer les risques au sein du collectif et dans le temps. Le modèle

d'assurance ne nécessite pas de subventions croisées entre «low risk» et «high risk». Il convient néanmoins de garder à l'esprit que marginaliser les groupes présentant des risques élevés est susceptible d'entraîner un problème social que le secteur de l'assurance privée dans son ensemble peut également aider à résoudre.

Accès plus large aux offres: les consommateurs ayant des risques élevés doivent pouvoir étudier et choisir différentes options proposées par les contrats d'assurance (privée) – le cas échéant, moyennant des primes plus chères en fonction du risque (concept de primes individualisées).

Préserver la diversité des offres: dans un environnement toujours plus marqué par l'échange de données et le monitoring, les entreprises de l'assurance privée peuvent proposer, outre des offres personnalisées et basées sur les risques, des offres standardisées assorties de primes plus élevées et de mécanismes compensatoires plus solides. Ce faisant, elles peuvent également répondre aux besoins des clients plutôt sceptiques à l'égard du monitoring comportemental ou catégoriquement opposés à cette méthode.

Le numérique au service de processus efficaces: dans le secteur de l'assurance sociale, les entreprises ont notamment recours au numérique non seulement pour créer des processus à la fois plus efficaces et adaptés aux besoins, mais aussi pour mieux gérer les coûts.

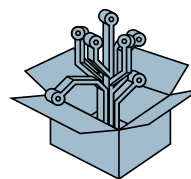


1.2 Quelles sont les mesures qui renforcent et préservent l'autonomie des consommateurs?

Accès aux nouveaux canaux numériques: les entreprises donnent accès aux consommateurs à une multiplicité d'offres d'assurance. Pendant la phase dite de transformation numérique, les entreprises encouragent notamment l'accès à de nouveaux canaux numériques et aident les consommateurs à les utiliser en toute autonomie.

Systemes d'incitation pour partager les données: les entreprises peuvent utiliser des systemes pour inciter les consommateurs à partager leurs données (par exemple, les données sur l'activité physique et celles sur l'attitude

au volant). Ce faisant, elles veillent à maintenir un rapport équilibré entre la collecte des données et la valeur ajoutée proposée aux consommateurs.



1.3 Comment garantir la transparence des processus de traitement aux consommateurs alors qu'il est toujours plus facile de disposer des données personnelles et de les utiliser?

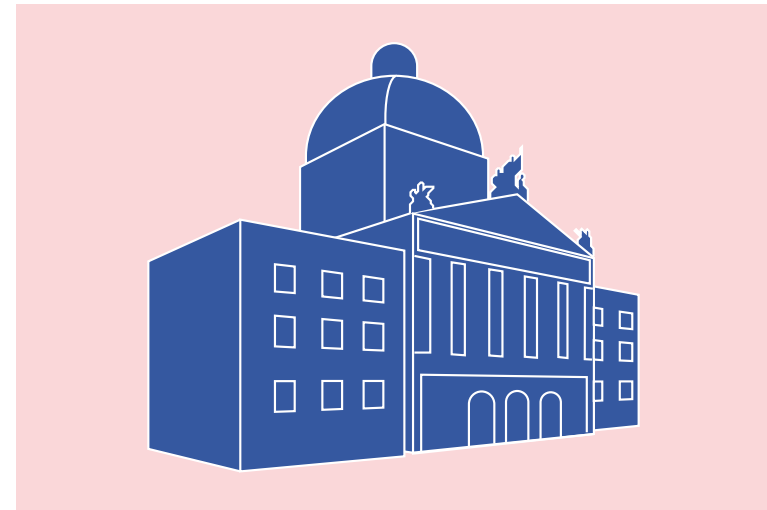
Traitement cohérent des informations sur les données: les informations relatives à l'utilisation, la sauvegarde et une éventuelle transmission des données doivent être fournies aux consommateurs de manière appropriée. Cela s'applique en particulier dans le cadre du traitement automatique des données.



1.4 Quelles précautions les entreprises prennent-elles pour protéger la personnalité des consommateurs?

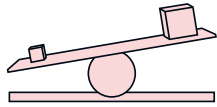
Fournir des explications sur l'emploi des données: les entreprises fournissent aux consommateurs des informations transparentes et claires sur le cadre juridique, leur indiquent dans quel but les données sont utilisées et dans quelle mesure elles peuvent être transmises à des tiers.

Protéger les données de toute utilisation abusive et de tout accès non autorisé: les entreprises protègent les données de leurs clients de toute utilisation abusive par des personnes ou des organisations non autorisées. Elles adoptent notamment des mesures préventives visant à déjouer les cybermenaces telles que la violation de la confidentialité, le vol ou la manipulation. Des mesures de sécurité supplémentaires peuvent également être prises dans le cadre du traitement de données à caractère personnel particulièrement sensibles et de l'utilisation de technologies novatrices.



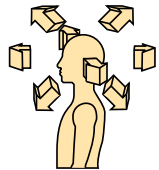
2. RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE: LE RÔLE DE L'ÉTAT

L'«État» désigne ici les autorités publiques et les institutions politiques en charge de définir les conditions-cadres de l'activité économique dans le secteur de l'assurance privée ou qui contribuent à les façonner. L'objectif est de présenter les prérequis à la définition des différents rôles des entreprises et des consommateurs afin d'accompagner au mieux la transformation numérique tout en prévenant les discriminations indésirables au sein de la société.



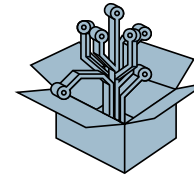
2.1. Qu'est-ce qui favorise l'équité et la solidarité dans un environnement d'assurance toujours plus numérique?

Tarification basée sur les données: les autorités publiques aident les consommateurs à comprendre les principes d'une tarification en fonction des risques. Elles encouragent les efforts visant à formuler les contrats dans un langage commun, à la portée de tous.



2.2 Quelles sont les mesures qui renforcent et préservent l'autonomie des consommateurs?

Des possibilités de choix et une disparité des prix justifiée: les organes étatiques compétents veillent à ce que les consommateurs disposent de possibilités de choix appropriées. Les différences de prix entre les paquets de prestations ou les canaux numériques et analogiques ne doivent pas être disproportionnées.



2.3 Comment garantir la transparence à l'égard des consommateurs si le volume de données personnalisées ne cesse d'augmenter et si leur utilisation s'intensifie?

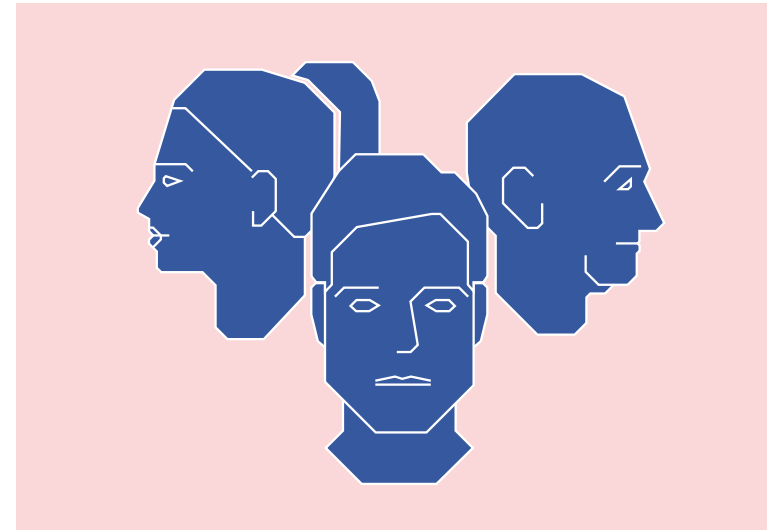
Formulation des conditions générales en phase avec notre époque: le régulateur encourage, sur le plan linguistique, la bonne lisibilité des conditions générales et des dispositions similaires (déclarations de protection des données, par exemple). Il facilite l'emploi de nouveaux moyens d'expression répondant aux exigences du monde numérique (utilisation de pictogrammes, par exemple).



2.4 S'agissant de la protection de la personnalité, comment l'État soutient-il les efforts des entreprises et des consommateurs?

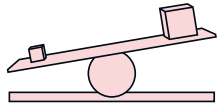
Offices de médiation comme points de contact pour les questions relevant de la vie privée: l'État encourage les services de conseil aux consommateurs – également lorsqu'il s'agit du numérique – par le biais des offices de médiation existants.

Développement de labels pour la sécurité des données: l'État peut favoriser le développement de labels attestant qu'une entreprise gère ses données en toute sécurité. Ces labels, qui pourraient guider les consommateurs, devraient rester facultatifs pour les entreprises et les organisations.



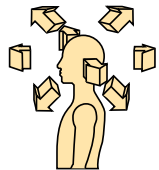
3. RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE: LE RÔLE DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs désignent les clients susceptibles de souscrire ou ayant souscrit des formules d'assurance et des services s'y rapportant. Les consommateurs agissent sous leur seule responsabilité lorsqu'ils mettent leurs données à disposition. En contrepartie, ils en escomptent un bénéfice.



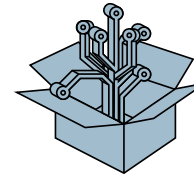
3.1 Qu'est-ce qui favorise l'équité et la solidarité dans un environnement d'assurance toujours plus numérique?

Contribution de solidarité volontaire: dans un environnement de plus en plus individualisé par le numérique, les consommateurs peuvent manifester davantage leur solidarité avec autrui en versant de leur plein gré une contribution de solidarité à un fonds.



3.2 Comment les consommateurs peuvent-ils préserver, voire renforcer, leur autonomie?

Portails de données: si nécessaire, les consommateurs utilisent les portails de données de tiers pour y gérer leurs données. Ils disposent ainsi d'une vue d'ensemble des données qu'ils mettent ou ont mis à disposition, à qui et dans quel but, et agissent en toute souveraineté en la matière.



3.3 Comment les consommateurs peuvent-ils garantir la transparence alors que le volume de données personnalisées mis à disposition ne cesse d'augmenter et que leur utilisation s'intensifie?

Responsabilisation dans le domaine des données: les consommateurs gèrent leurs données en toute souveraineté. Le cas échéant, ils se font aider par d'autres acteurs. Ils décident eux-mêmes des données qu'ils souhaitent partager et dans quel but. Ils exercent leurs droits, si nécessaire, pour limiter par exemple le traitement des données, s'y opposer ou encore faire corriger ou supprimer les données à caractère personnel.

Remarques finales

Le présent document entend enrichir les réflexions des acteurs concernés et faire émerger un débat sociopolitique sur les questions se rapportant à la responsabilité numérique et au sens de la solidarité dans le domaine de l'assurance. Il ne prétend pas livrer une description exhaustive de l'évolution de la transformation numérique ni de ses conséquences dans le domaine de l'assurance. Il a pour vocation de stimuler un débat public tout en incitant les acteurs impliqués à nourrir leur réflexion sur les futures activités qui pourraient voir le jour dans ce domaine.

Ce document de travail est le fruit d'un groupe de travail composé de plusieurs parties prenantes défendant des points de vue différents. Des représentants du secteur de l'assurance, des hautes écoles, d'associations, de la protection des consommateurs et des données et de groupes de réflexion y ont participé. Les organisations ci-après y ont collaboré:



À PROPOS DU GROUPE DE TRAVAIL «RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE ET SOLIDARITÉ»

Le dialogue transversal «Responsabilité numérique et solidarité dans l'assurance» a été lancé par la fondation Sanitas au premier semestre 2018 sous forme de forum de discussion ouvert à différents acteurs des milieux économique, scientifique et social. Ce groupe à la composition hétéroclite étudie l'impact du numérique dans le domaine de l'assurance. Il aborde sous différents angles les conditions-cadres requises pour la responsabilité numérique et la solidarité dans un environnement toujours plus axé sur les données.

Pendant deux années et demie, des représentants de l'assurance, des hautes écoles, d'associations, de la protection des consommateurs et des données ainsi que des groupes de réflexion se sont retrouvés tous les trois mois. Lors de ces rencontres, ils se sont penchés sur ce thème en tenant compte de l'avis d'experts œuvrant dans différentes disciplines. Le groupe a défini quatre piliers pour charpenter la discussion: équité, autonomie, transparence et protection de la personnalité. Les postulats des différents acteurs sont venus nourrir les échanges autour de ces piliers. Les différents points de vue et intérêts dé-

fendus ont nécessité la mise en place d'un processus itératif afin de pouvoir se mettre d'accord sur un ensemble cohérent de propositions. Le présent document de travail a été élaboré en ce sens, afin de stimuler le débat sur les questions se rapportant à la responsabilité numérique et à la portée de la solidarité dans le domaine de l'assurance. Ce document de travail vient clôturer ce processus, et entend être le point de départ d'autres initiatives et de discussions sociopolitiques.

MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL

Thomas Bähler, Directeur x-tention Informationstechnologie AG

Bruno Baeriswyl, Expert en protection des données

Nicole Bertsch, Déléguée à la protection des données Zurich Suisse

Tobias Caluori, Responsable Corporate Development Sanitas Assurance Maladie

Felix Gutzwiller, Président du Conseil de fondation Sanitas Assurance Maladie

Pirmin Meyer, Responsable des Affaires Publiques Zurich Suisse

Stefan Pabst, Chef de projet senior W.I.R.E.

Raphael Rollier, Responsable Innovation et Gestion de Produits, swisstopo

Hato Schmeiser, Directeur général de l'Institut de l'industrie des assurances de l'Université de St-Gall

Babette Sigg, Forum des consommateurs Suisse kf, Présidente-Directrice générale

Lutz Wilhelmy, Risk & Regulation Advisor Swiss Re

IMPRESSUM

Responsabilité globale du contenu: Fondation Sanitas Assurance Maladie

Concept et maquette: W.I.R.E.

Illustration de couverture: Tim Enthoven

Imprimé par: Neidhart + Schön Print AG

Édition: janvier 2021

Fondation
sanitas