

# Le *big data* peut-il vraiment fixer les prix de l'assurance ?

LE MONDE ECONOMIE | 22.11.2016 à 06h43

Par Sylvestre Frézal (fondateur et codirecteur de la chaire *Programme sur l'appréhension des risques et des incertitudes* (PARI), Sciences Po/ENSAE)

*Avec l'avènement du big data, les tarifs d'assurance sont de plus en plus personnalisés. L'enjeu ? (faire) payer le « juste prix ». Il s'agit d'une chimère aveugle, et délétère.*

Les femmes boivent moins que les hommes. Donc, statistiquement, elles vivent plus longtemps ; Mme Michu doit-elle donc, uniquement parce qu'elle est femme, cotiser davantage pour sa retraite que Mr Dupont ? Et, statistiquement, elles conduisent mieux ; Françoise peut-elle donc, juste parce qu'elle est femme, payer moins cher son assurance auto que François ? Europe et Etats-Unis apportent ici des réponses diamétralement opposées.

Aux Etats-Unis, le « juste prix » est un prix aligné sur le coût : si vous avez moins de chances d'avoir un cancer que votre voisin, vous coûtez statistiquement moins cher à l'assureur et devriez donc payer moins cher. Les régulateurs américains commencent ainsi à interdire à leurs assureurs de s'éloigner de ces estimations statistiques, estimant qu'il serait injuste de prendre en compte d'autres critères, par exemple d'augmenter les tarifs pour les clients peu réactifs au prix. A l'inverse, l'Europe oblige parfois les assureurs à s'éloigner du coût statistique, par exemple en contraignant les assureurs à proposer un même prix pour les femmes et pour les hommes.

La contradiction frontale entre responsabilisation individuelle et lutte contre les discriminations trouve aujourd'hui un nouveau souffle à l'heure du *big data*. En Afrique du Sud par exemple, des assureurs interfacés avec des cartes de fidélité et des bracelets connectés ajustent désormais leurs tarifs en permanence, selon que vous venez d'acheter au supermarché des fruits ou de la bière, selon que vous venez de faire un footing ou d'aller au cinéma.

Les mœurs évoluent et les possibilités techniques s'accroissent, portées par le flot des objets connectés ou les progrès de la médecine. Le droit court derrière ces enjeux, inéluctablement en retard. Pour ne pas nous laisser déposséder du débat, il importe d'en clarifier les termes : quand on parle de juste prix, y a-t-il une justesse technique ? Conduirait-elle à une justice morale ?

Le juste prix (justesse) n'existe pas

Il dépend de la probabilité d'accident ou de maladie, probabilité que le *big data* doit nous permettre de déterminer précisément... mais concrètement, si vous prenez une autolib, quelle est votre

probabilité d'accident ? Celle du conducteur moyen homme de 45 ans ayant 12 points et conduisant comme aujourd'hui à 9h du matin un jour de vacances scolaires où il y a peu de trafic, sur le trajet Montparnasse-Opéra, avec une bruine légère, conducteur dont le timbre de voix enroué traduit un rhume susceptible de ralentir ses réflexes, et qui a envoyé un mail la veille à minuit 13 pour répondre à un dossier après un dîner d'affaire dont on peut présumer qu'il doit penser aux suites à donner...

Où s'arrêter ? Ce « juste prix » dépend inévitablement des informations que nous prenons en compte. Or le nombre de variables est illimité. Hier théoriquement illimité, mais demain pratiquement illimité : toutes les informations que nous avons évoquées dans cet exemple sont déjà disponibles sur un smartphone. Cette course à la précision détruit le principe même de statistiques et rend absurde le concept de prix personnalisé : comment calculer une moyenne quand vous êtes seul dans votre catégorie ?

Il faudra donc faire un choix : abandonner certains paramètres pour ne fonder la mesure que sur les autres. Alors pourquoi retenir l'âge du conducteur plutôt que la météo ? Ou que l'âge de ses enfants qui le perturberont en chahutant davantage à l'arrière s'ils ont 5 ans que 15 ? Comment peut-on parler de justesse puisque cette estimation du coût, ce « juste prix », dépend de choix inévitablement subjectifs ?

Et le juste prix (justice) n'existe pas non plus !

Nous ne voulons pas payer pour autrui, nous voulons payer « le prix de notre risque » : payer à l'assureur plus que ce qu'on lui coûte serait inéquitable. Mais pourquoi donc, en tant qu'individu, voudrais-je que le prix que je paye corresponde au coût pour l'assureur ? Quand j'achète du lait ou lorsque je prends le train, ces produits et services sont subventionnés et le prix est inférieur au coût. A l'inverse, quand j'achète un parfum, la marge est considérable, et le prix est dix fois, cent fois supérieur au coût. Dans un cas comme dans l'autre, seul le prix et l'envie (ou le besoin) m'importent. Non le coût de production. De même, quand j'achète une assurance, l'important à mes yeux n'est pas le coût pour l'assureur, mais son prix et le besoin que j'en ai. Ce besoin éventuel correspond au fait d'être indemnisé le jour où j'aurai besoin de trois aides-soignants H24 pendant 20 ans après être devenu hémiparalysé ainsi que de *mon* ressenti, *binair*e, de cet événement comme envisageable ou irréaliste. Cela n'a guère de lien avec le coût pour l'assureur : il n'y a aucune inéquité dans le fait de payer un prix éloigné des statistiques.

Rien n'interdit donc, moralement, de réguler le marché en autorisant ou interdisant la prise en compte de telle information, par exemple le sexe et non l'obésité, et ce d'autant plus que, techniquement, la justesse n'existe pas. Vouloir payer le prix le plus faible possible est une revendication légitime. Ce prix le plus faible possible est celui résultant de la concurrence entre des assureurs jouant au sein d'un cadre déterminé socialement. Vouloir payer le prix de « mon » risque serait en revanche une revendication absurde.