

Réflexion sur un nouveau contrat d'assurance I.A.R.D.

Rémi Moreau

Volume 47, Number 2, 1979

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1104024ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1104024ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal

ISSN

0004-6027 (print)

2817-3465 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Moreau, R. (1979). Réflexion sur un nouveau contrat d'assurance I.A.R.D. *Assurances*, 47(2), 112–117. <https://doi.org/10.7202/1104024ar>

Réflexion sur un nouveau contrat d'assurance I.A.R.D.

par

Me RÉMI MOREAU ¹

112

Il peut être nécessaire de dégager les éléments de changement possible de l'assurance en faisant une remise en question du contrat d'assurance actuel. L'avenir de l'assureur ne dépend pas seulement de sa capacité d'être à l'écoute des besoins du public, mais encore de l'aptitude qu'il aura à y répondre de façon satisfaisante.

Nous voulons faire état de quelques observations qui sont faites habituellement à propos du contrat d'assurance et réfléchir sur l'opportunité d'améliorer ce produit.

Le terme « police » est utilisé pour décrire le document qui constate le contrat d'assurance. Sa texture comprend généralement les parties suivantes :

- Conditions particulières
- Conditions générales (définitions, étendue de la garantie, exclusions)
- Dispositions générales.

De nos jours, la police est décrite tant par les spécialistes de la profession ou par les hommes de loi que par l'assuré, ce consommateur à qui est destiné le produit et qui en comprend difficilement le sens.

L'incompréhension des clauses techniques, encadrées par titres et sous-titres, la disproportion des caractères imprimés,

¹ Avocat, M. Moreau dirige le service de la recherche et du développement à la Société Gestas, Ltée du Groupe Sodarcac.

de l'infiniment gros à l'infiniment petit, le langage inintelligible, le contenu hermétique, les subtilités juridiques sont autant de fautes qu'on impute, à tort ou à raison, au document hérité de Lloyd's. Il fut un temps où, à cette enseigne, on avait le mérite d'être précis et court.

Actuellement, les assureurs rivalisent d'audace pour améliorer leur image, pour communiquer l'information et même, pour concevoir une nouvelle frontière en assurance, celle-ci étant la limite de l'inassurable qu'il ne faut pas franchir.

113

Mais, davantage que ces préoccupations d'ordre administratif, la rénovation du contrat d'assurance devrait être la réponse à ce besoin authentique de l'assuré qu'est la bonne compréhension du texte.

Quelles sont donc les causes, ou plutôt les ancrs, qui empêchent ce beau vaisseau d'avancer, qui fixent toute volonté d'agir ? Nous voudrions en indiquer et commenter brièvement trois, « non limitativement », comme on le dit.

1. La difficulté propre à l'élaboration d'un contrat nouveau

Faire un contrat d'assurance procède bien plus que le repérage et l'adaptation de la police d'un concurrent. Il faut d'abord avoir la structure voulue, à l'intérieur de la société, pour agir en toute crédibilité et, ensuite, la volonté d'en arriver à des fins.

Entre ces deux pôles, il existe toute une gamme d'enquêtes et de comités, à la direction, aux services du marketing et de production, sur le besoin de modifier le contrat en cours. Les réponses reçues, souvent négatives, sont empreintes d'un souci fort légitime de conserver les clauses sécurisantes, qui ont bien servi, jusque-là, et du danger d'en altérer le sens.

Dans ces circonstances, il peut paraître plus facile de créer un produit totalement nouveau que de transformer un texte ancien.

114 Il n'en est rien. Concevoir un nouveau contrat n'est pas chose simple, si on a le souci d'apporter un vrai changement, et qui soit profitable. Cela suppose que nous devons oublier l'idée même de l'ancienne empreinte, fossilisée dans les mœurs et que nous devons transformer notre vision. Or, nous sommes trop conditionnés à la syntaxe propre au langage juridique et à son mode d'expression. La réforme est à ce prix.

2. L'impact commercial du contrat nouveau

L'entrée d'un produit nouveau sur le marché peut causer quelque inquiétude à son promoteur. Même un contrat ancien, qu'on aura modifié ou redécoré, grâce à un design graphique qui rajeunit, peut ne plus trouver preneur chez la clientèle identifiée au produit.

Toutefois, ce motif doit être exclu, car l'assuré, seul ou assisté d'un consultant, doit acheter par l'intermédiaire d'un courtier d'assurance qui le conseille sur le choix des garanties offertes sur différents marchés.

Mais l'impact, s'il existe dans une optique de marketing, doit être, avant tout, positif et s'apprécier par les qualités essentielles du nouveau produit.

Ainsi donc, la transformation du nouveau contrat pourrait s'opérer en repensant les données suivantes :

- l'objet et la nature du contrat sont clairement exposés;
- les définitions, peu nombreuses, jouent un rôle supplé-
tif en précisant les termes déjà énoncés;
- les exclusions s'inscrivent dans la logique du risque
pour la catégorie d'assurés que l'on veut servir;

- les stipulations anachroniques, qui ne sont plus d'époque, sont enlevées;
- la lecture des phrases est facile et simple, sans qu'il soit trop nécessaire de recourir à un spécialiste;
- la terminologie est uniforme et les mots utilisés sont gardés en banque; la constitution d'un fichier terminologique est recommandable;
- la répétition successive de plusieurs mots de même nature est abolie.

Et l'impact sera d'autant plus positif si la rédaction du texte est faite dans une langue comprise par son utilisateur. Ainsi, la politique de la traduction ne doit relever de quelque siège social éloigné, mais du milieu où l'entreprise évolue. Le bon français ou le bon anglais qu'on retrouvera au contrat sera significatif de la mesure du respect qu'on accordera à l'assuré qui le lira.

3. La stabilité

La stabilité découle d'un principe juridique. Le droit, en effet, ne doit pas être trop mobile. La constance des lois assurent, en quelque sorte, leur crédibilité et leur respects.

Le droit suit ainsi, sans les devancer, les courants de pensée contemporains. Autrement, il risquerait de semer la confusion et l'incertitude.

La stabilité reste, dans l'esprit des assureurs, associée au droit écrit de l'assurance, dans le sens où la clause imprimée, immobile, sagement approfondie et répétée, même si incompréhensible, devient le meilleur garant devant l'arbitraire et l'insécurité.

En tenant compte de cela, il ne devrait pas être impossible de rendre le contrat plus concret dans la description limpide de la réalité que l'on veut couvrir et d'éliminer les doubles emplois et surtout les descriptions telles que:

- le moindre des montants suivants: ; (suit une énumération souvent complexe);
- 116 — sous réserve des conditions, le présent contrat exclut . . . sauf ce qui suit . . . (1) (2) (3). Le paragraphe (2) ne s'applique que . . . ;
- sauf indications contraires . . .

Heureusement que la majorité des décisions de jurisprudence rendues par les tribunaux en matière d'assurance s'appuient sur une recherche qui est, avant tout, équitable. En s'interrogeant sur la portée de la police, les juristes semblent accorder une primauté à l'esprit sur le texte. Dans les cas ambigus, la règle d'interprétation « *contra proferentem* » joue à l'encontre de ceux qui ont stipulé, soit en faveur de l'assuré.

À cet égard, les contrats sont aussi rarement bien rédigés qu'ils sont rarement mal interprétés.

Aux trois causes-obstacles que nous avons décrites, il pourrait y avoir, sans doute, une mosaïque de raisons à ne pas vouloir s'aventurer dans l'inconnu du renouveau contractuel en assurance, ne serait-ce que la rentabilité d'une répétition prolongée des formulations traditionnelles. Toutefois, ce motif doit être écarté, maintenant, avec l'apparition de l'informatique au service des assureurs qui permet de corriger rapidement un texte, sans devoir le reprendre en entier.

Nous croyons fermement, appuyés en cela par plusieurs sociétés d'assurances qui sont à l'écoute des revendications et qui sentent véritablement le besoin de créer un climat nouveau,

que la vulgarisation d'une police soit nécessaire et souhaitable et qu'elle puisse s'opérer dans les normes conceptuelles de l'assurance.

La résistance au changement appartient à l'ordre naturel des choses. Il ne faut pas s'en étonner. Elle pourrait plutôt nous servir de stimulant dans la recherche de solutions ordonnées à la vision et à l'élaboration d'un nouveau contrat d'assurance I.A.R.D.

L'étonnement d'être. Journal : 1939-1973, par Hervé Alphanand.
 Chez Fayard. Paris.

Un gros bouquin dans lequel M. Alphanand a réuni ses souvenirs d'une période à la fois troublée, difficile et, après la libération du territoire, pleine de problèmes et de solutions qui ont permis à la France d'être ce qu'elle est maintenant, après le régime de Gaulle. Les souvenirs de M. Alphanand sont intéressants, vivants, très près de la réalité, pas toujours favorables au Général, malgré la qualité de l'homme devant lequel il s'incline. Bref, un livre qui permet de mieux comprendre une longue période agitée et féconde, qui va de la guerre de 1939 jusqu'au moment où M. Alphanand quitte le service de l'Etat.

A mettre au niveau des livres, qui, depuis quelques années, rappellent les souvenirs des grands serviteurs de l'Etat.

Garantir, par Bernard Larguèze. À l'Argus, 2 rue de Châteaudun, 75009 Paris.

En quatre-vingt-trois formules d'assurances, l'auteur s'efforce « de rassembler, en un document unique, les renseignements de base nécessaires à la connaissance d'un risque en fonction des questions et problèmes posés par les clients. Ce n'est donc pas une « théorie », mais un manuel pratique permettant à quiconque s'intéresse à un problème d'assurance d'y trouver la base de compréhension ».

Il s'agit de la pratique française. Avec quelques différences, elle se rapproche tellement de la nôtre qu'il peut être intéressant pour un praticien de chez nous de consulter ces quatre-vingt-trois formules, quand il n'y trouverait que des textes facilement transposables dans notre langue technique.