

Qui sont les pépites françaises de l'AssurTech ?

De la gestion des données pour calculer le prix des offres aux services proposés aux assurés, les startups de l'AssurTech sont nombreuses et déterminées à faire bouger les lignes d'un secteur trop longtemps figé. Une aubaine pour les consommateurs qui voient se développer des offres à moindre coût tout en gagnant en facilité d'utilisation.

Temps de lecture : minute

8 octobre 2019

[Edit : article initialement publié en juillet 2017 et réactualisé]

L'AssurTech, toujours plus haut, toujours plus vite, toujours plus loin ? C'est ce que laisse penser le baromètre réalisé par le cabinet de conseil en innovation Klein Blue Partners, en partenariat avec Finance Innovation. Les acteurs sont toujours plus nombreux : de 42 acteurs français en 2017, l'écosystème est passé à 106 l'année dernière et affiche cette année pas moins de 187 startups ! En outre, les investissements restent conséquents, comme en témoigne le tour de table bouclé en février dernier par le porte-drapeau du secteur, Alan. Mais que recouvre exactement le terme d'AssurTech (ou InsurTech, à l'anglaise) ? Revue de détail.



Légende : les acteurs labellisés par Finance Innovation sont identifiés sur le panorama par un point bleu

Alan rejoint par Seyna sur le créneau de l'assurance généraliste

Premier constat : Alan n'est (enfin !) plus seul en matière d'assurance généraliste. Restons toutefois prudent : Seyna, la startup qui l'a rejoint, n'a pour l'instant qu'annoncé son intention de se lancer. Alan reste donc, à ce jour, le seul néo-assureur ayant reçu l'agrément de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR). Elle est la seule entreprise à l'avoir obtenu depuis 1986 et donc *a fortiori* la seule startup. Créée en 2016, la jeune pousse a pourtant depuis longtemps dépassé le stade de la "petite entreprise qui monte" pour devenir un véritable porte-drapeau de l'Assurtech française.



À lire aussi

Avec près de 200% de croissance annuelle en France, Alan s'ouvre à l'international

Alan mise d'abord sur l'optimisation du parcours client : l'inscription ne requiert aucun papier à remplir, seulement un formulaire en ligne, et peut être bouclée en cinq minutes, promet l'entreprise. Ensuite, la jeune pousse mise sur des offres de couverture santé à bas prix (à partir de 55 euros par mois pour un adulte et 40 euros pour un enfant) et ouvertes à la fois aux entreprises et aux indépendants et freelances. L'exemple parfait de ce que les startups de l'Assurtech B2C souhaitent apporter au consommateur : davantage de facilité et de flexibilité tout en leur garantissant une qualité de service optimale.

Des assurances sur-mesure

L'assurance collaborative va à l'encontre de tous les critères sur lesquels les assureurs traditionnels fondent leurs offres : un profil individualisé de l'assuré prenant davantage en compte son patrimoine ou son historique

que ses habitudes de vie. D'Otherwise à WeCover, les startups de l'assurance collaborative proposent, elles, des offres santé ou automobile calibrées à partir de l'usage et des habitudes des individus. Avec la promesse d'un cercle vertueux : si peu de sinistres sont déclarés, l'assuré récupère une partie de ses cotisations à la fin de l'année.

L'assurance à la demande fait elle aussi partie des nouvelles tendances qui montent. Nombreuses sont les jeunes pousses à s'être engouffrées dans la brèche, sur des verticales spécifiques : l'assurance de smartphone pour Lovys, l'assurance habitation pour Luko ou l'assurance automobile pour Wilov. Toutes proposent une souscription expresse en ligne et la plupart sont modulables, pour certaines à partir d'une journée - pour une location, par exemple. En 2018, on active ou désactive son assurance aussi rapidement qu'on allume et éteint un plafonnier chez soi !

Le courtage d'assurances en plein essor

Pour aider les consommateurs à s'y retrouver dans cette pléthore d'offres, rien d'étonnant à ce que le courtage en assurances (santé, automobile mais aussi assurance-vie ou assurance emprunteur) se soit autant développé : on compte pas moins de 67 acteurs sur le segment de la distribution ! Non seulement ces plateformes comparent les offres proposées par les assureurs traditionnels et les nouveaux acteurs pour permettre aux assurés de trouver celle qui leur correspond le mieux mais elles négocient les tarifs directement avec les entreprises du secteur pour faire bénéficier leurs clients des meilleurs prix.

Et comme pour le produit, qui a vu apparaître des acteurs ciblant des communautés particulière, à l'instar de Wemind pour les freelances, les courtiers nouvelle génération ont eux aussi flairé le bon filon. Plusieurs se sont développés uniquement à destination des expatriés ou sur le créneau du B2B.

Le boom des services aux assurances

Cette ultra-personnalisation des services d'assurance fait des données la véritable mine d'or... pour qui sait les exploiter. C'est notamment ce qui explique le bourgeonnement de nombreuses startups Assurtech B2B de services aux assurances et courtiers. De la gestion de ces fameuses données (comme le propose [Shift Technology](#), autre poids lourd français du secteur) à des plateformes qui permettent de gérer tous ses contrats d'assurance sur une seule plateforme, ce sont près d'une centaine d'acteurs (99, pour être exact) qui se sont positionnés sur le créneau, contre une soixataine l'an dernier et seulement une douzaine recensés en 2017.

C'est aussi l'occasion pour des startups servicielles de se poser en intermédiaire entre des compagnies d'assurance et les consommateurs. C'est le créneau qu'ont par exemple choisi [Oocar](#) ou [Drust](#), qui collectent et analysent les données sur les habitudes de conduite d'un assuré et le conseillent au mieux en fonction de son profil. De quoi lui garantir une couverture optimale mais surtout optimisée, adaptée à ses besoins.

Rapidement et sûrement, l'Assurtech se développe pour devenir un secteur à part entière, qui ne se contente plus d'être un ersatz de la Fintech. L'assurance revisitée devient ultra-personnalisée, modulable à souhait et hyper optimisée. Les consommateurs, de leur côté, répondent positivement à cette pléiade d'offres. Ce qui explique que les jeunes pousses du secteur soient de plus en plus nombreuses.