

Ce qu'Alan a appris de sa levée de 12 millions d'euros

Lever des fonds, c'est bien. Avoir des clients, c'est mieux. Un an après, où en sont les startups qui ont bouclé un tour de table ? Développement, recrutement, financement, Maddyness fait le bilan. Jean-Charles Samuelian, fondateur d'Alan, partage son expérience, un an après avoir levé 12 millions d'euros.

En octobre 2016, Alan, assurance santé 100% en ligne, annonçait avoir bouclé un impressionnant tour de seed de 12 millions d'euros auprès de plusieurs acteurs majeurs de l'industrie, des entrepreneurs de la tech, mais également de fonds de VC dont CNP Assurances via OpenCNP, Power Financial of Canada et Partech Ventures.

À quoi ont servi les fonds levés ?

Nous avons pu lever un seed très important, très tôt dans l'histoire d'Alan. Cela nous a permis plusieurs choses. Tout d'abord, de consolider notre bilan pour devenir le premier assureur indépendant à avoir un agrément de l'ACPR depuis 1986. Cela nous a aussi servi à construire une équipe de talents assez incroyables (15 personnes aujourd'hui) en pouvant proposer des packages compétitifs. Nous aurions pu recruter beaucoup plus, mais nous avons mis une barre extrêmement haute.

On a beaucoup investi sur notre produit car, à nos yeux, c'est sur la qualité de notre produit et de notre service client que se fonde notre succès. On a d'excellents retours utilisateurs. On arrive à lancer très régulièrement de nouveaux produits : on a sorti notre offre santé pour les indépendants en février, notre offre prévoyance en juillet, on a lancé nos apps début septembre et on a refait tout notre site en octobre en deux semaines seulement.

Nous avons donc travaillé très dur sur le produit et lancé une grande campagne d'acquisition. Ces deux derniers mois, on a fait notre première grande campagne dans le métro et online. Avec la campagne dans le métro, une semaine en septembre, et une semaine en octobre, il y a vraiment eu un effet de notoriété fort. Nous avons une belle traction sur les entreprises de moins de 200 personnes et ça commence à aller très vite auprès des indépendants. Il y a un vrai besoin chez les freelances et les professions libérales qui ont du mal à trouver une bonne mutuelle santé à un prix raisonnable.

Qu'est-ce que la levée de l'année dernière a changé pour Alan ?

Nous sommes une assurance indépendante, pas un courtier. Nous avons besoin de fonds propres importants car nous couvrons le risque, même si nous sommes aussi un peu ré-assurés par les plus grands acteurs du marché. La levée, c'était donc une première étape vitale pour nous.

Cette levée de 12 millions d'euros a été l'un des plus importants tours seed en France, ce qui nous a offert une visibilité dans l'écosystème et une reconnaissance de nos pairs. Nous avons ainsi pu créer de beaux partenariats avec Station F ou The Family, et bien d'autres !

Comment avez-vous appréhendé les relations avec les nouveaux investisseurs ?

Nos investisseurs principaux sont Open CNP et Partech. Ils sont de vrais partenaires pour nous. Ils ont très bien compris notre méthode de fonctionnement : beaucoup de liberté de management, énormément de transparence et on aime être challengés. C'était important et nous avons beaucoup échangé sur la gouvernance avant l'investissement.

Avec CNP, nous avons construit l'offre prévoyance from scratch en 2 mois. Nous avons mis en place un système de communication hyper transparent avec nos investisseurs. Ils savent où on en est, ce qui marche, ce qui ne marche pas. Cette transparence vis-à-vis de nos utilisateurs, avec nos investisseurs ou dans l'équipe est un des fondamentaux de la culture d'Alan.

Si c'était à refaire, y a-t-il quelque chose que vous changeriez ?

On a eu la chance de pouvoir lever très vite, très tôt, dans de bonnes conditions de valorisation et de gouvernance. On a pu faire de bonnes *due*

diligences sur nos investisseurs, ce qui paie beaucoup dans la qualité des relations. Ce n'était pas ma première levée de fonds, donc on avait déjà des bonnes pratiques. Une des choses qu'on aurait pu améliorer, c'est le timing, on a signé beaucoup de choses avant l'été, mais on s'est retrouvé à faire quelques *due diligences* en août... et c'était un peu galère. Nous, on était là mais pas nos interlocuteurs et on aime bien closer les choses vites.

Quel conseil ou leçon gardez-vous en tête pour la prochaine levée ?

Les conseils qui me semblent très importants :

- être très bien préparé : quelles vont être les objections / questions que je vais recevoir
- ne pas être naïf sur ce qu'attendent les VCs ou investisseurs (quel TRI, quel objectif, est-ce que c'est aligné avec ce que je veux construire)
- avoir un timing clair en tête et aligner tous les actionnaires dessus.
- avoir des réponses rapidement : il vaut mieux un "non" rapide (et il y en aura) que faire traîner le process
- bien réfléchir au montant que je lève et les implications

Quels sont les axes de développement d'Alan pour les prochains mois ?

Au 1er janvier 2018, nous aurons beaucoup plus d'utilisateurs car les mutuelles et les assureurs classiques fonctionnent sur des contrats d'un an, par année civile et beaucoup d'entreprises viennent de résilier pour nous rejoindre dans quelques mois. On construit plein d'outils pour continuer à automatiser et offrir le même niveau de qualité avec des volumes en très forte croissance. Aujourd'hui, nous avons des *feedbacks* incroyables (merci beaucoup !) et nous voulons conserver ça. Nous allons aussi continuer à améliorer le produit, ajouter des services supplémentaires pour faire en sorte de devenir la référence incontestable dans la santé. Il y a encore beaucoup beaucoup de choses très excitantes à venir.

Nous sommes dans une phase intense de recrutement : ingénieurs, *customer success*, design, développement commercial. Il faut qu'on continue à faire grandir l'équipe tout en maintenant notre culture.