

L'AssurTech Seyna s'apprête à croquer des parts de marché dans la santé

Seyna annonce ce mercredi 8 février 2022 une série A de 33 millions d'euros. L'AssurTech entend conquérir de nouveaux marchés et s'attèle à un gros morceau : la santé. Elle doit également ouvrir sa plateforme aux assureurs, au-delà des courtiers, avant d'envisager un déploiement hors de France. Un chantier qu'épauleront ses deux nouveaux investisseurs.

L'actu

Sa levée de fonds en amorçage fin 2019, à hauteur de 14 millions d'euros, lui avait permis de se mettre sur de bons rails malgré l'arrivée de la crise sanitaire liée au Covid-19. Seyna annonce, mercredi 9 février 2022, avoir bouclé une série A de 33 millions d'euros auprès de White Star Capital et d'Elaia Partners, et ses investisseurs historiques Global Founders Capital, Allianz et Financière St James. L'AssurTech, à l'origine d'une plateforme de création, gestion et distribution d'assurance, entend poursuivre sa démarche consistant à « *fournir*

une bonne couverture, tout comme une expérience client » irréprochable à ses clients courtiers et assureurs. Son directeur général et co-fondateur, Stephen Leguillon, indique à Maddyness que « la force de Seyna est de porter du risque [la startup a obtenu en décembre 2019 l'agrément de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR) lui conférant le statut d'assureur, N.D.L.R.], tout en misant sur la technologie » pour devenir « un guichet unique pour les courtiers, habitués à faire appel à différents prestataires » pour chaque aspect de leur activité - assureur pour risque, gestionnaire pour le suivi, etc.

À lire aussi

[Comment Alan compte s'y prendre pour répondre au mal-être des salariés](#)

Le techno

Derrière Seyna se trouve la volonté de « restaurer l'utilité originelle » de l'assurance. « Dès le XVIIe siècle, il s'agissait d'aider l'humanité à prendre des risques grâce au confort d'une couverture. Le caractère obligatoire de l'assurance s'impose, aujourd'hui, davantage aux entreprises que son rôle de catalyseur de progrès » , relève Stephen Leguillon. C'est sur la base de ce constat que la jeune pousse a souhaité mettre sur pied une suite logicielle qui permet aux courtiers, qui commercialisent des produits d'assurance, de piloter l'ensemble de leur activité - mise en place du tunnel d'achat (un site web, par exemple), gestion des contrats et sinistres, comptabilité, etc. Soit « tout ce qu'il faut pour opérer et distribuer une assurance » selon le directeur général, qui voit dans son action « un mouvement similaire à ce que des entreprises telles que Shopify ont pu réaliser dans l'e-commerce ». Seyna veut « outiller les courtiers » autant que faire se peut. C'est dans cette optique que sa palette de services ne cesse de s'étoffer.

L'ambition de cette série A

Ce nouveau tour de table porte le financement total de Seyna à 47 millions d'euros. Il vise à permettre à l'AssurTech d'étendre ses activités. « Plutôt par verticale que par géographie, dans un premier temps » , indique Stephen Leguillon. La startup, qui assure directement ou indirectement 200 000 personnes, ambitionne de lancer une offre sur un premier marché de masse

(mass market) : la santé. « *Nous avons historiquement fait le choix de démarrer par six verticales de niche [animaux, panne ou bien annulation, N.D.L.R.] pour que nous puissions faire nos preuves* », explique ainsi le dirigeant, qui avance que « *les courtiers déjà clients seront les premiers à se positionner sur la santé* » lorsque le produit sera disponible. La startup reconnaît que ce segment est « *bien plus compétitif* », mais elle affirme qu'il offre aussi « *davantage d'opportunités* » : « *Ce marché est estimé à 13 à 15 milliards d'euros par an en France* », rappelle Stephen Leguillon, louant la vision de sa future concurrente Alan, « *dont l'expérience client finale est très réussie, mais dont l'approche go-to-market diffère* ».

À lire aussi

Descartes Underwriting part à la conquête de l'Amérique latine et de l'Asie

Cette stratégie d'ouverture progressive semble jusqu'ici réussir à Seyna, qui affirme avoir multiplié par 10 le nombre de personnes couvertes par ses produits en l'espace d'un an et enregistré une hausse de 700 % de son chiffre d'affaires sur 2021. La startup prévoit d'« *investir la moitié des 33 millions d'euros levés dans [sa] plateforme technologique* ». Ce qui passera par un triplement de ses effectifs, d'une trentaine à une centaine de salariés d'ici à fin 2022. Ce n'est qu'alors que l'internationalisation de la jeune pousse s'amorcera. « *Notre agrément d'assureur français nous permet d'opérer dans l'Union européenne. Nous imaginons d'abord ouvrir notre solution aux portefeuilles européens des courtiers français, avant d'enfin donner cette possibilité aux courtiers issus d'autres pays européens.* » C'est pour mener à bien ces deux chantiers, sur les plans commercial et technologique, que Seyna s'est adjoint le soutien de fonds respectivement experts de ces problématiques : White Star Capital et Elaia Partners.