

Alan éponge ses pertes et entrevoit la rentabilité

Avec un chiffre d'affaires en hausse et des pertes en baisse, tous les indicateurs sont au vert pour Alan. La licorne tricolore dispose en plus d'une solide trésorerie pour réaliser des investissements, même si elle n'en fait pas une priorité.

Temps de lecture : minute

14 février 2024

Alan poursuit sa route malgré les soubresauts de la tech française. La priorité étant désormais donnée à la rentabilité dans l'écosystème, la licorne tricolore a fait un pas décisif dans ce sens en 2023. En effet, la société, qui a débarqué sur le marché en 2016 pour dépoussiérer l'assurance complémentaire santé, annonce avoir concédé des pertes moins élevées l'an passé, à hauteur de 59 millions d'euros, contre 72 millions en 2022.

Avec des investissements maîtrisés pour maintenir sa dynamique de croissance et des coûts qui sont restés quasiment stables (solutions techniques, appui de l'IA pour améliorer la productivité...), Alan a notamment élargi sa marge brute, qui est passée de 8 % à 10 %. L'entreprise a aussi augmenté ses prix de 6 % en 2023, contre 8,1 % en moyenne sur le marché, dans le même temps. A l'arrivée, la scaleup parisienne indique avoir réalisé un chiffre d'affaires de 350 millions d'euros durant l'année écoulée, contre 258 millions en 2022.

20 % de revenus à l'international

En 2023, Alan affirme avoir grignoté 20 % de parts de marché face aux

autres assureurs du secteur qui ont globalement connu une année morose. La société explique cette progression par une percée significative auprès des entreprises comptant 1 000 à 10 000 salariés, et une extension sur de nouveaux segments de marché, comme la grande distribution, la restauration ou encore l'industrie.

Au total, Alan assure avoir conquis 5 000 clients supplémentaires l'an passé et revendique désormais 500 000 salariés couverts dans les trois pays où la licorne opère (France, Espagne et Belgique). Le volet international a représenté 20 % de la croissance des revenus, avec 23 000 membres gagnés en 2023 au-delà de l'Hexagone. Sur le marché espagnol, Alan a notamment séduit la néobanque allemande N26 et la billetterie en ligne Eventbrite.

«Nous n'avons pas besoin de réaliser des acquisitions ou de lever des fonds pour exécuter notre plan»

A l'issue de l'année écoulée, où la société française a, certes, réalisé 59 millions d'euros d'investissements, mais elle est ressortie avec une trésorerie encore conséquente de 190 millions d'euros. Il faut dire que la scaleup basée près du canal Saint-Martin, à Paris, s'était mise à l'abri dès 2022, avec un tour de table en série E de 183 millions d'euros, lui permettant de doubler sa valorisation, à 2,7 milliards d'euros.

Si elle dispose de ressources financières non négligeables pour accélérer son développement, l'entreprise n'entend pas pour autant faire des folies dans les années à venir. *«Nous n'avons pas besoin de réaliser des acquisitions ou de lever des fonds pour exécuter notre plan à l'heure actuelle, mais on n'exclut rien»*, indique Jean-Charles Samuelian-Werve, le patron d'Alan. Et quid d'une introduction à plus long terme : *«Nous sommes flexibles sur nos options dans le futur. Une IPO dans 5 à 6 ans,*

c'est une option sur la table.» Le co-fondateur de la scaleup n'exclut pas également de déployer ses services dans un nouveau pays à moyen terme. A fortiori, ce sera plutôt en Europe qu'aux États-Unis, où le système de santé ne se prête pas franchement à un développement optimal d'Alan.

La rentabilité en France attendue en 2025

Avant de songer à entrer en Bourse, la société se fixe d'abord pour objectif d'atteindre la rentabilité en France dès 2025 puis au global en 2026. Pour convaincre davantage d'entreprises de s'attacher ses services, Alan va continuer à étoffer son offre, après avoir lancé 50 nouveaux produits et services l'an passé. *«Cette année, nous allons essayer d'aller encore plus vite qu'en 2023»*, promet Jean-Charles Samuelian-Werve.

Dans cette optique, la société entend mettre l'accent sur les problématiques de santé au travail (burn-out, mal de dos...) et les gains de productivité pour les équipes RH. Dans ce cadre, l'application mobile a été retravaillée et propose désormais 8 nouveaux espaces thématiques (sommeil, nutrition, bébé, santé mentale...) pour s'adapter aux besoins de ses membres, tandis qu'une solution logicielle a été développée à destination des médecins et thérapeutes pour faciliter leur quotidien.

«C'est une sorte de copilote qui les accompagne pour fournir la meilleure expérience à nos membres», estime le co-fondateur d'Alan. Avant de conclure : *«On rentre dans un nouveau chapitre sur notre vision de la révolution de la santé en Europe.»* Avec son approche, la licorne vise une croissance de 40 % de ses revenus en 2024 et une trentaine de recrutements pour continuer à monter en puissance, notamment au travers d'appels d'offres dans la fonction publique, quelques mois après être devenu l'assureur santé des collaborateurs de l'Assemblée nationale et de leurs familles.



À lire aussi

Jean-Charles Samuelian-Werve (Alan) : « On ne veut pas arrêter d'investir pour être profitable »



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabron