

Luko lève 20 millions d'euros pour se lancer dans deux nouveaux pays

Luko vient de boucler un tour de table de 20 millions d'euros auprès des fonds Accel, Founders Fund et Speedinvest. De quoi permettre à la néo-assurance française de se déployer dans 2 nouveaux pays Européens en 2020.

1 an... et l'une des plus importantes série A de 2019 ! Luko aura fêté son premier anniversaire de la plus belle des manières en bouclant un tour de table de 20 millions d'euros, prouvant au passage que son assurance habitation responsable et transparente n'aura pas attiré que le grand public, mais aussi les investisseurs !

Celle-ci, dont la promesse clairement affichée est « 2 minutes pour s'assurer, 2h pour être remboursé, 2 jours pour réparer », lançait en effet fin mai 2018 (et en liste d'attente avant d'être ouverte à tous en septembre 2018) son assurance habitation « responsable et transparente » : 30% des cotisations servent à payer les équipes qui gèrent les sinistres. Tout le reste de l'argent sert à rembourser les accidents. À la fin de l'année, s'il reste de l'argent non utilisé, il est reversé à l'association choisie par le client. Les remboursements, eux, sont faits instantanément depuis Lydia.

À lire aussi

Pourquoi nous avons décidé de lancer notre produit en liste d'attente

Une offre qui lui aura permis de séduire 20 000 Français et de revendiquer un indice de satisfaction (NPS) de 72, contre 15 dans l'industrie en moyenne. La jeune pousse a également obtenu en juillet dernier la certification BCorp, qui vient récompenser les entreprises qui réconcilient performance économique et impact social.

Grâce à ce nouveau tour de table, Luko prévoit de lancer deux nouveaux pays en 2020, mais aussi d'investir davantage dans le développement de l'intelligence artificielle allouée à l'automatisation de la gestion des sinistres. La startup prévoit également d'investir en R&D dans les technologies de protection du foyer.

À lire aussi

Qui sont les pépites françaises de l'AssurTech ?

« L'assurance est un secteur qui est resté jusqu'alors trop traditionnel, avec seulement 8% de pénétration du secteur en ligne. Les assurés ont trop longtemps souffert d'un service client d'une autre époque et de contrats indéchiffrables. Luko construit une nouvelle démarche, centrée sur la prévention et la transparence. Avec une équipe ambitieuse, un produit moderne, une technologie de pointe et des assurés devenus ambassadeurs, nous sommes convaincus que Luko va bousculer le marché en Europe et replacer les clients au centre de l'équation », se réjouit Luca Bocchio, partner chez Accel.