

Jean-Charles Samuelian-Werve (Alan) : « Le statut de licorne ne nous excite pas »

Alan a présenté sa stratégie à moyen terme début 2021. Il lui manquait alors l'opération financière pour lui permettre de concrétiser cette dernière. C'est chose faite : l'assurance santé boucle une levée de fonds de 185 millions d'euros. Maddyness s'est entretenu avec son président et co-fondateur, Jean-Charles Samuelian-Werve, à cette occasion.

Temps de lecture : minute

19 avril 2021

Elle est arrivée bien plus vite qu'envisagé. La série D d'Alan, dont le co-fondateur indiquait en janvier 2021 qu'elle interviendrait "d'ici au début de l'année 2022", a été bouclée en un temps record. L'AssurTech, qui dépasse en montant le tour de table mené par PayFit à la mi-mars - jusqu'ici le plus gros de l'année -, a levé 185 millions d'euros auprès de Coatue Management, Dragoneer et Exor, ainsi que ses investisseurs historiques Index Ventures, Ribbit Capital et Temasek. Une somme qui doit permettre à la scaleup de traduire la vision stratégique à moyen terme qu'elle avait présentée en début d'année, largement axée sur le lancement de nouveaux services et le développement sur le Vieux continent - en Belgique et Espagne, où elle est déjà présente. Alan prévoit de *"recruter 400 personnes supplémentaires dans toute l'Europe, notamment pour ses équipes internationales dont l'effectif passera de 30 à 140, et de couvrir 1 million de personnes d'ici à 2023"* - contre 140 000 à la mi-janvier 2021. Maddyness revient avec Jean-Charles Samuelian-Werve, PDG et co-fondateur d'Alan avec Charles Gorintin, sur les ambitions de l'entreprise et sa perception de l'écosystème tech.

Alan lève donc 185 millions d'euros. Cette somme doit permettre de traduire la vision annoncée début 2021 dans les faits. À quoi servira-t-elle exactement ?

Jean-Charles Samuelian-Werve : Nous voulons devenir un guide en matière de santé, auquel pourrait se référer chaque membre. C'est le sens de ce que nous avons déjà mis en place jusqu'ici et cette ambition est amenée à être renforcée au travers de l'arrivée de nouveaux services. Nous prévoyons ainsi de déployer, d'ici à la fin de l'année 2021, une conciergerie médicale qui permettra à chacun de nos assurés de communiquer avec une équipe de médecins et infirmiers. Dès leur arrivée chez Alan, ils pourront s'ils le souhaitent réaliser un dépistage de leur état de santé. Ce qui permettra de trouver les médecins les plus adaptés à leur situation, ainsi que d'autres membres de la communauté qui font état de problématiques similaires. J'aime à dire que le chef de l'État est constamment surveillé en matière de santé. Je veux que nos assurés puissent bénéficier de cette même qualité.

Nous allons développer diverses applications tierces à l'image d'Alan Baby [qui dispense des conseils aux jeunes parents, N.D.L.R.], et particulièrement autour de la santé mentale. Si nous avons conquis de nouveaux segments ces derniers mois, tels que l'industrie ou le secteur des soins à la personne, nous nous attelons à la tâche pour amplifier les services rendus aux premières entreprises qui nous ont fait confiance. Nous développons des API pour répondre à leurs sujets ou encore mieux prendre en compte les arrêts de travail. Le déploiement en Espagne et en Belgique doit également se poursuivre. Finalement, il est surtout question de savoir quel budget allouer à chaque chantier. Il faut établir le bon mix.



À lire aussi

"Alan n'est plus l'assurance des seules boîtes tech"

Vous employez les termes "automatisation" et "personnalisation" de manière régulière. À l'image de FinTech telles que Lydia, vous mettez aussi en avant celui de "super-app". Expliquez-nous en quoi ces notions sont structurantes.

J.-C. S.-W. : Une super-app, c'est l'endroit où gérer l'ensemble des questions de santé. Cela va de la recherche d'informations fiables aux demandes de remboursement. C'est un outil qui permet de lier numérisation de la santé et monde physique. Pour ce qui relève de l'automatisation, il s'agit de rendre le service le plus efficace possible. Aujourd'hui, nous répondons à 85 % des remboursements qui nous parviennent en moins d'une heure. Un modèle très difficile à industrialiser au départ, quand nous remplissions tout à la main. Les outils déployés permettant aux médecins de correspondre avec les assurés s'inscrivent dans cette démarche. L'automatisation a le double-avantage de réduire les tarifs pour les clients, tout en leur offrant l'instantanéité. La

personnalisation, elle, est stratégique si l'on veut être efficace en matière de prévention. Ce sont les deux faces d'une même pièce.

"Le sujet d'une introduction en Bourse pourrait être mis sur la table dans 5 ou 10 ans"

À travers cette levée, Alan franchit le cap du milliard d'euros de valorisation et devient une licorne. Vous aviez interpellé le président de la République il y a quelques mois quant au fait que ce statut importait finalement peu. Qu'entendiez-vous là ?

J.-C. S.-W. : Ce que je voulais dire lors de cette prise de parole, visant à appuyer les propos tenus par Alexandre Yazdi [fondateur de l'éditeur de jeu vidéo Voodoo, N.D.L.R.], c'est qu'il ne faut pas optimiser dans le but unique de devenir une licorne. Pour atteindre la souveraineté économique, il nous faut des entreprises valorisées à plusieurs centaines de milliards d'euros. Un enjeu d'autant plus important en matière de santé, un secteur dans lequel nous devons faire en sorte de ne pas dépendre des États-Unis ou bien de la Chine.

C'est la raison pour laquelle le statut de licorne ne nous excite pas plus que ça en interne. Nous nous savons soutenus par des investisseurs géniaux, et cette somme consolidera notre approche B2B. En cela qu'il vient consolider notre message, le statut de licorne est davantage assimilable à une rampe de lancement qu'à la fin du chemin.

À mesure que l'entreprise grandit se renforce l'hypothèse d'une introduction en Bourse. Est-ce une option que vous considérez à ce stade ?

J.-C. S.-W. : Ce n'est pas quelque chose que l'on envisage à court terme.

Mais pour que l'entreprise demeure indépendante et conserve sa mission à impact, il nous faudra être en mesure de générer des liquidités. Donc le sujet d'une introduction en Bourse pourrait être mis sur la table dans 5 ou 10 ans. Ce n'est cependant pas l'aspect le plus important en soi, l'essentiel restant de se doter des meilleurs moyens pour soutenir le développement.



À lire aussi

Covid-19 : la vaccination en entreprise reste possible mais "pose question"

Cette nouvelle opération conforte la place d'Alan dans le paysage français des assurances. Auriez-vous imaginé, lors de sa création, lever une telle somme ? Comment votre rôle de directeur général a-t-il évolué au fil de la progression ?

J.-C. S.-W. : Dès le départ, la vision était extrêmement ambitieuse. Dans notre premier pitch deck, nous évoquions notre volonté de rendre possible l'inscription en cinq minutes, de renforcer la prévention en matière de santé ou de nous étendre en Europe. Les chiffres que nous avons donnés à horizon deux ans n'ont pas été atteints, mais cela a bien

été le cas à trois ans. Il y a une part de chance, même si notre modélisation s'est avérée être la bonne. On n'a jamais su quel chemin on emprunterait finalement, d'où l'intérêt d'itérer en permanence. C'est cette notion d'apprentissage continu qu'il faut intégrer en entreprenant.

"C'est la nécessité de lier le présent et le futur qui définit mon rôle de directeur général"

Quant à mon rôle de directeur général, il consiste à imaginer la manière d'appliquer notre plan de développement et à veiller que les équipes avancent dans le bon sens. Bien sûr, il n'est plus question de gérer l'ensemble de l'opérationnel, bien que je continue à regarder certains points de près. Je fais confiance à mes équipes pour déléguer ce qui doit l'être. Il est important que je supervise la bonne implémentation de la culture d'entreprise et garde la main sur la communication. Je continue également de superviser la vision stratégique : en somme, qu'est-ce qui doit être vrai et palpable aujourd'hui pour que l'on atteigne notre objectif à trois ans ? C'est la nécessité de lier le présent et le futur qui définit mon rôle. Au fil du temps, les horizons s'allongent. Et il faut constamment remettre en question sa place dans l'entreprise : suis-je toujours la meilleure personne pour diriger cette entreprise ?

La bienveillance dont vous faites preuve et l'importance que vous donnez à la diversité sont régulièrement prises comme modèle. Quelle est votre analyse quant à la libération de la parole au sein de l'écosystème startups français ?

J.-C. S.-W. : La diversité est très importante, ne serait-ce que pour être à l'image des personnes que l'on sert. Il y a une dimension symbolique en matière sociétale. Alan fait en sorte d'arriver à la représentativité de chacun. Il existe des outils pour créer l'égalité dans les entreprises : nous

assurons la transparence sur les salaires et modifions le processus de recrutement. Le congé parental est également un sujet. Toujours est-il qu'il est parfois compliqué de trouver l'équilibre entre le désir de préserver la diversité et celui de répondre à des enjeux stratégiques, tels que le besoin de recruter. Tant que les femmes seront, qui plus est, minoritaires dans les formations d'ingénieurs, il sera illusoire d'espérer qu'elles représentent la moitié des effectifs en entreprise. Mais je suis plutôt optimiste pour l'avenir.

On constate quand même qu'il y a beaucoup de bonnes intentions dans l'écosystème. Si Alan peut aider à faire bouger les lignes en communiquant sur ces sujets, tant mieux. Il ne s'agit pas de dire 'Faites comme nous', mais 'Voilà comment on fait'. Il ne faut pas être dans l'injonction. Les entreprises doivent surtout prendre conscience qu'il y a un intérêt à diversifier les profils et que cela peut contribuer à leur succès. Donner des exemples à voir est important en matière d'entrepreneuriat. Voilà notre contribution, même si l'entreprise a été créée par deux hommes blancs issus de grandes écoles. Les efforts se poursuivront. Cette série D a, d'ailleurs, été l'opportunité pour celles et ceux qui sont employés par Alan depuis plus de deux ans de devenir actionnaires. 150 millions d'euros viennent soutenir la croissance et 35 millions ont été investis par des anges et des salariés. Pour ces derniers, c'est une récompense pour le travail effectué : les liquidités qu'ils percevront leur permettront de réaliser des travaux ou de partir en vacances.