

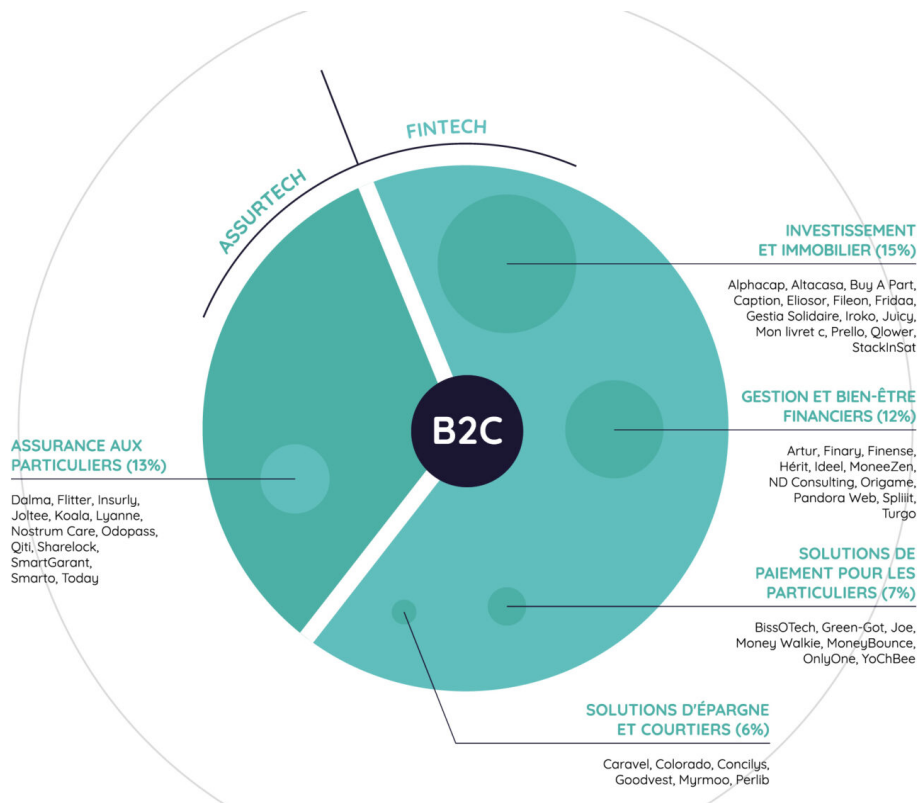
Dans le sillage des licornes, une nouvelle génération Fintech et Assurtech prête à relever d'autres défis

Pour faire aussi bien que leurs aînées tout en se démarquant, la nouvelle génération de Fintechs et Assurtechs en amorçage misent sur des produits futés et des solutions hautement technologiques pour proposer une expérience utilisateur optimale. Mais aussi sur des modèles économiques solides, des stratégies commerciales éprouvées et des valeurs d'engagement citoyen.

Temps de lecture : minute

15 février 2022

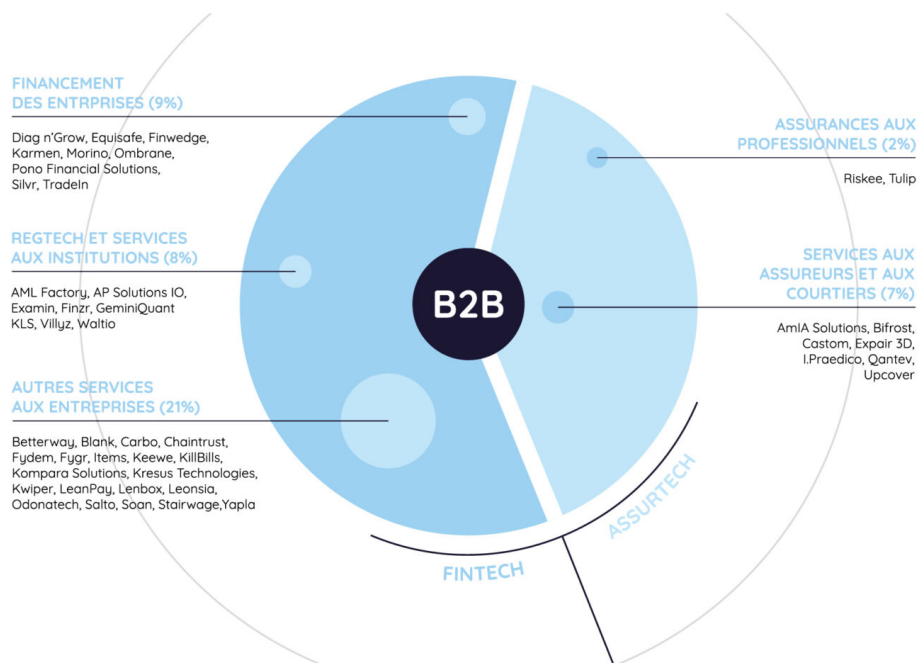
2021 a été une année faste pour les secteurs de la Fintech et de l'Assurtech : pas moins de quatre licornes - ces entreprises valorisées 1 milliard de dollars sans être cotées en Bourse - ont émergé (Alan, Lydia, Shift Technology et Swile) à la faveur de méga-tours de table. Derrière ces (vieilles) startups, devenues des emblèmes d'un secteur bouillonnant, se cache une nouvelle génération d'entreprises tricolores. 97, pour être exact, qui ont moins de trois ans et ont levé moins de 3,5 millions d'euros. C'est 11 % de plus que l'an dernier et 15 % de plus qu'en 2020.



Janvier 2022 - 3ème édition

PANORAMA EARLY-STAGE FINTECH-ASSURTECH

Startups de moins de 3 ans, qui ont levé 3,5 millions d'euros maximum



FINTECH & ASSURTECH - Early Stage

Alors que les solutions de paiement avaient encore la cote en 2021, portées par les réussites de Lydia et Swile, leur part s'est effondrée de moitié pour ne plus représenter que 7 % des startups en amorçage. En revanche, les solutions dédiées à l'épargne, l'investissement et au bien-être financier, qui représentaient déjà 30% du panel en 2021, ont encore essaimé, au point que nous avons dû, cette année, les répartir en trois catégories : les solutions d'épargne et les courtiers (6 %), celles de gestion et de bien-être financiers (11 %) et le segment ultra-dynamique des solutions d'investissement, y compris immobilier (14 %), qui a notamment bénéficié de la crise.

"Les Français ont épargné 142 milliards d'euros supplémentaires pendant la pandémie, rappelle Alexandre Giros, directeur de l'innovation, du digital et de la data de La Banque Postale. En plus de ce volume d'investissement disponible, cette pandémie a créé plusieurs milliers de nouveaux investisseurs sur le marché ayant davantage de temps." Si les établissements bancaires ont longtemps été les interlocuteurs privilégiés des épargnants et investisseurs sur ces questions, les Fintechs se font de plus en plus une place au soleil. "Ces startups misent sur la simplicité de leurs solutions, avec une ergonomie plus fluide ce qui est normal pour des produits avec des fonctionnalités plus restreintes. Elles définissent de nouveaux standards de marché."

Du côté des Assurtechs, qui sont davantage représentées cette année par rapport aux Fintechs (23 %, contre 20 % l'an dernier), les assurances aux professionnels connaissent un trou d'air (2 %, contre 5 % en 2021) alors que celles destinées aux particuliers regagnent des couleurs (13 %, contre 8 % l'an dernier). Les nouveaux produits d'assurance se concentrent sur des niches de marché, telles que les animaux de compagnie (Dalma), les dispositifs de mobilité (Flitter, Sharelock) ou le voyage (Koala, Qiti). Ce qui ne devrait pas les empêcher, à terme, de diversifier leurs offres, une fois leur marché initial consolidé.

Comme l'année dernière, les solutions B2C restent légèrement majoritaires (53 %). De plus en plus de startups présentant une solution à destination des particuliers développent également une offre pour les entreprises : plus d'une startup sur deux (51 %) s'adresse désormais aux entreprises. A contrario, les établissements bancaires sont devenus moins bankable pour les startups en amorçage, à peine plus d'un quart (28 %) choisissant de s'adresser à eux - contre 31% l'année précédente.

Des startups plus performantes et plus attractives aux yeux des investisseurs

Une stratégie payante, si l'on en croit les indicateurs financiers déclarés par les startups du panorama. Près des deux tiers (62 %) des entreprises indiquent ainsi un taux de croissance annuel de leur chiffre d'affaires supérieur à 300 %. Rien de très surprenant pour des entités très jeunes, qui présentent un chiffre d'affaires très faible - 81 % le situent sous la centaine de milliers d'euros et 94 % sous les 300 000 euros. Une seule a dépassé le million d'euros de chiffre d'affaires en 2020.

La surprise provient davantage du fait que près d'une startup sur cinq (19 %) déclare dégager un bénéfice. Faible, là aussi, puisque l'ensemble des rares entreprises ayant accepté d'entrer dans les détails (à peine 10 % de l'échantillon) le chiffrent sous les 100 000 euros en 2020. Mais c'est de bon augure pour des startups si jeunes. Grâce aux économies d'échelle, elles espèrent rapidement prospérer.

D'autant qu'elles sont de plus en plus nombreuses à passer par la case levée de fonds, y compris auprès de fonds d'investissement, dès la phase d'amorçage. 57 % des startups ont eu recours à une levée de fonds dilutive, presque autant que celles qui ont réalisé des opérations non dilutives (64 %).

Pourtant, le manque de capitaux disponibles est cité par un tiers des

startups comme un frein à leur développement. Si la Fintech est l'un des écosystèmes les plus dynamiques de la tech - le secteur est le deuxième à avoir levé le plus de capitaux en 2021 - l'amorçage reste compliqué pour les entreprises les plus jeunes qui n'ont pas à leur tête un serial entrepreneur capable de lever des capitaux sur son seul nom. Le fait qu'il n'existe pas de statut fiscal de business angel freine le fléchage de l'épargne vers l'économie réelle et les entreprises innovantes, plus risquées que d'autres investissements. Les jeunes Fintechs et Assurtechs peuvent compter sur la mobilisation des entrepreneurs à la tête des premières success stories qui réinvestissent leurs gains mais cela n'est pas suffisant pour nourrir un secteur à l'appétit colossal.

L'impact, *fake it until you make it* ?

Parmi les autres problématiques auxquelles sont confrontées les jeunes startups de la Fintech et l'Assurtech : une régulation jugée trop contraignante par 44 % d'entre elles, de loin le premier frein qu'elles identifient. Pour autant, *"c'est dans la contrainte qu'on trouve les forces de penser différemment et d'être innovant"*, tempère Alexandre Giros. *"Pour les startups, c'est l'occasion de casser les codes et de transformer le secteur. Cela leur permet d'asseoir leur légitimité dans un marché sain et ce rapidement afin de pouvoir être vues comme des entreprises de confiance."*

Pour gagner en légitimité, les startups utilisent également un autre levier, presque aussi scruté par leurs partenaires et clients que les certifications : leur engagement social et écologique. Et en la matière, elles ont encore du travail à faire : si 88 % des startups du panorama estiment que leur activité a un impact citoyen et 37 % d'entre elles disent avoir mis en place des dispositifs en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), après étude détaillée des réponses, ces proportions s'effondrent respectivement à 29 % et 28 %. Pour faire aussi bien que leurs aînées, la nouvelle génération de Fintechs et Assurtechs devront

s'efforcer d'être aussi rigoureuses en matière d'engagement qu'en matière de conformité à la réglementation...

Que sont devenues les startups du panorama 2021 ?

Si en 2020, la crise avait profité aux startups Fintechs et Assurtechs, y compris en amorçage, grâce à la démocratisation des usages numériques, 2021 a été une année moins clémente pour elles. Sur les 86 startups early stage que comptait notre précédente édition du panorama, 45 % ne se retrouvent pas dans celui de cette année. Leur âge trop avancé reste de loin la première cause de sortie (85 %) mais notons que trois d'entre elles (Aria, Assurly et Fintecture) auraient également pu sortir pour cause de levée de fonds trop importante. Moins glorieuse, la deuxième cause de sortie est la fermeture (13 %) : trois startups ont été liquidées (PIM, Trésoria et Yoonix) et deux ont tout simplement fermé (Money Angel et Qlay).

[Consultez le livre blanc 2022](#)

Article écrit par Maddyness, avec La Banque Postale