

Jean-Charles Samuelian (Alan) : "L'enjeu pour l'écosystème sera de traverser la tempête du financement"

Deux mois après avoir annoncé une levée de 183 millions d'euros, le co-fondateur et directeur général d'Alan, Jean-Charles Samuelian, livre à Maddyness le détail des chantiers de l'assureur et son regard sur les défis auxquels l'écosystème tech fait face.

Temps de lecture : minute

20 juillet 2022

Alan a bouclé une série E de 183 millions d'euros en mai. Pourquoi réalisez-vous une levée de fonds chaque année depuis 2018 ? Quels chantiers allez-vous lancer ?

Jean-Charles Samuelian : Nous avons encore beaucoup de cash en réserve, mais nous sentions que les marchés allaient se retourner. Nous avons levé pour garantir une certaine sérénité dans notre développement ces prochains mois. Cet argent permettra d'accélérer la commercialisation de nos offres d'assurance santé sur nos marchés actuels et de signer avec davantage de très grandes entreprises. Depuis le mois de mai, nous avons travaillé sur des aspects techniques pour faciliter l'affiliation de nombreux salariés ou la déclaration d'arrêts de travail.

300 000 personnes sont aujourd'hui couvertes par Alan, qui dégage un revenu récurrent annuel de 200 millions d'euros. L'objectif reste de grandir, en ouvrant un nouveau pays d'ici à 2025 et en offrant un service efficace. Ces derniers mois, le taux de contact des utilisateurs avec nos

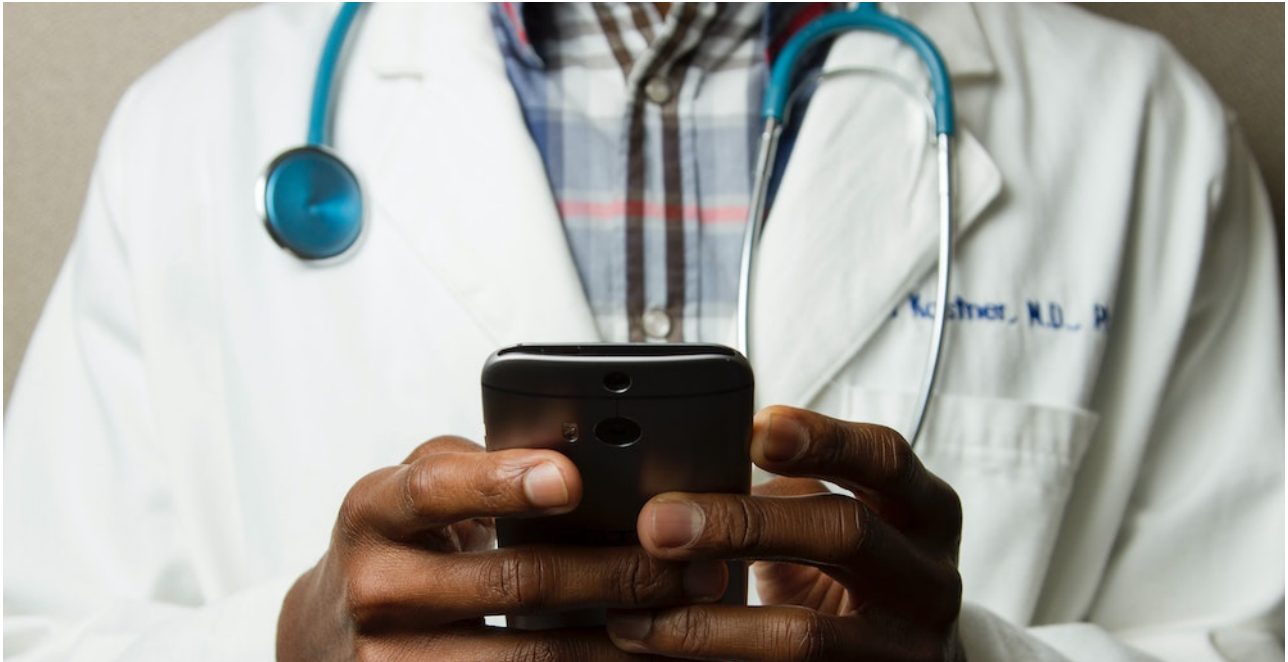
équipes relation client a baissé de 30 %. C'est bon signe.

Lors d'un précédent entretien, vous indiquiez vouloir mettre sur pied une galaxie de services. Alors que vous aviez lancé début 2021 une application pour accompagner les jeunes parents, Alan Baby, vous y avez renoncé un an plus tard. Pourquoi ?

J.-C. S. : Nous avons aussi lancé Alan Mind, en septembre 2021. Or il était impossible de tout mener de front, nous avons tranché. Au vu de la demande actuelle pour les services dédiés à la santé mentale, nous avons choisi de réallouer environ 95 % des effectifs qui travaillaient sur Alan Baby à Alan Mind. L'application compte quelque 11 000 utilisateurs à date, en France comme en Belgique et en Espagne. Syndrome de l'imposteur, gestion du stress et des conflits... Nous injectons beaucoup d'argent dans les contenus, qui doivent nous permettre de devenir la référence européenne sur ce sujet. Cette stratégie porte ses fruits : des utilisateurs viennent de services concurrents, sans même être assurés chez nous. Dans le prolongement du service grand public, nous planchons sur une plateforme visant à aider les RH à savoir quelles actions prendre quand c'est nécessaire.

La clinique numérique proposée dans l'application principale est-elle un succès ?

J.-C. S. : Tout à fait. Des spécialistes répondent directement aux questions posées par un grand nombre d'assurés, dont la moitié dit ne plus avoir besoin de prendre rendez-vous chez leur médecin après avoir obtenu une réponse sur notre application. Nous élargissons peu à peu les domaines couverts, avec ces derniers mois la dermatologie, la nutrition ou la sexologie. De plus, nous venons de lancer le service Alan Clear permettant de réaliser des tests de vision et commander une paire de lunettes directement depuis l'application.



À lire aussi

Comment les thérapies numériques cherchent à remplacer les médicaments

Une étude publiée en juin 2022 par l'agence de notation Cyrating salue les efforts déployés par Alan et neuf autres scaleups françaises en matière de cybersécurité. Comment intégrez-vous cette problématique dans votre gestion opérationnelle ?

J.-C. S. : Nous réalisons des tests d'intrusion sur une base régulière. Cela passe aussi, bien sûr, par la formation des équipes : l'erreur humaine est à l'origine de la plupart des risques, pas la technique. Nous réalisons des audits internes afin de nous assurer que les bonnes pratiques sont en place. C'est, dans les faits, un investissement continu et à long terme. 5 à 10 % de nos ingénieurs se consacrent exclusivement à cette problématique. Ce qui ne veut pas dire que nous sommes à l'abri de toute attaque. Ce travail n'est jamais fini.

On assiste à un ralentissement des plans de recrutement dans l'écosystème tech. Est-ce également le cas d'Alan ? Comment expliquez-vous ce phénomène ?

J.-C. S. : Certaines entreprises ont besoin de rentabilité à très court terme. Limiter les recrutements est un moyen d'atteindre cet objectif. Dans notre cas, nous maintenons le plan de recrutement massif que nous avons confirmé à l'occasion de notre dernière levée de fonds : 1 000 recrutements d'ici à 2025. Je crois que le sujet qui émerge dans la tech a davantage à voir avec la rétention des talents. Même si nous ne sommes pas confrontés à de grosses difficultés à ce niveau-là, il faut rester humble, soigner sa culture d'entreprise et le sentiment d'appartenance. C'est une des raisons pour lesquelles nous privilégions le fait de faire grandir des profils en interne, même si nous ne nous interdisons pas de faire venir des travailleurs très qualifiés sur des postes précis. Il faut toujours maintenir le lien.

Believe, OVHcloud et Deezer se sont introduites en Bourse ces derniers mois, avec plus ou moins de succès. Ces cotations révèlent-elles une tendance de fond au sein de la French Tech, désormais mature ? Est-ce une ambition pour Alan également ?

J.-C. S. : Je pense que beaucoup d'entreprises vont attendre avant de se lancer, au vu de l'état des marchés. On peut s'attendre à une reprise en 2023, voire en 2024. Se coter est un processus fait de facteurs complexes. Ce qui est sûr, c'est que le retour d'expérience de dirigeants l'ayant vécu sera précieux. J'en ai échangé il y a peu avec Michel Paulin [le directeur général d'OVHcloud, N.D.L.R.]. Pour notre part, un tel projet va encore attendre un peu. L'objectif est d'être davantage profitable au moment d'enclencher le processus, ce qui prendra quelques années. Il est, de toute manière, inutile de suivre le bruit du marché.

De manière générale, avant même les introductions en Bourse, l'enjeu pour l'ensemble de l'écosystème sera de traverser la tempête du financement. Un peu de casse est à prévoir. Les Cassandre diront à coup sûr : "*Je vous l'avais bien dit*", quand un certain nombre de startups disparaîtront. Pour autant, il s'agira toujours de prendre ces échecs

positivement : ceux qui ratent aujourd'hui seront probablement ceux qui connaîtront le succès demain. Et leurs entreprises bénéficieront de la maturité et l'expérience de celles qui leur ont précédé.

Article écrit par Arthur Le Denn