

Six ans après sa création, Leocare travaille maintenant à atteindre la rentabilité

En 2017, quand Leocare voit le jour, le secteur de l'assurance n'est pas encore connecté. La startup a fait le pari du changement. En quelques années à peine, la relation aux biens et la notion de propriété ont effectivement évolué.

Temps de lecture : minute

5 mars 2024

« *L'assurance à bout de pouce.* » Comme le résume Christophe Dandois, cofondateur et CEO de Leocare, après la musique ou la banque, le secteur de l'assurance a lui aussi changé. « *On répond aux nouveaux comportements des consommateurs. La relation aux biens à changé dans une société de flexibilité.* » Comme pour de nombreux services, les usagers veulent adapter leur assurance en fonction de leurs besoins et selon leurs moments de vie. Une voiture qui reste au garage plusieurs semaines n'a pas besoin d'être assurée de la même façon que quand elle circule quotidiennement.

De ce constat, le Rennais Christophe Dandois et son associé Nouredine Bekrar ont fondé Insurlytech et sa marque Leocare en 2017. « *Le secteur n'était pas digitalisé. Nous avons fait le pari d'un changement profond dans l'usage et les comportements vis-à-vis de ses biens.* » Après le premier client signé en 2018, la crise sanitaire a accéléré le développement de la startup et de ses assurances auto et habitation 100% mobile, à la demande et sans engagement.

Leocare en constante évolution

La digitalisation de l'assurance, l'ouverture des données n'étaient pas au cœur des préoccupations en 2017 mais en 2024, le consommateur comme les pouvoirs publics se sont saisis du sujet. Avec son application téléchargée 900 000 fois et ses 52 millions d'euros de portefeuille clients, Leocare assure qu'il existe un engouement pour la solution auprès d'une clientèle de digital actifs urbains. « *L'assurance n'est pas un sujet de jeunes. A 25 ans, on est peu confronté à ce sujet, on suit plutôt les habitudes des parents. Nous avons commencé par une clientèle plutôt orientée vers les technologies mais nous touchons désormais une clientèle plus large.* »

Christophe Dandois se félicite d'ailleurs que Leocare ait été dès 2021 le premier assureur de voitures Tesla grâce à son image connectée. A l'heure où la carte verte s'apprête à disparaître, le 1^{er} avril 2024, la digitalisation de l'assurance devient une réalité et une interrogation pour de nombreux automobilistes. « *Les clients Leocare ne se posent aucune question car ils ont déjà tout en version numérique.* » Aujourd'hui, la startup aux 134 salariés couvre non seulement la voiture, l'habitation pour les propriétaires, les locataires ainsi que les non-occupants, mais aussi tous les types de deux roues et, logiquement, les smartphones.

Ça roule pour Leocare

Pour le dirigeant, la promesse ultime de l'assurance consiste en un contrat unique pour tous les biens du foyer. « *Au printemps, nous proposerons Leocare for the planet pour assurer sa voiture et son vélo en simplifiant la dimension administrative autour d'un contrat mobilité unique.* » Pour aller plus loin, Leocare planche également sur la question de la présence dans le foyer, avec un contrat intégrant cette donnée et qui tend à réduire le nombre de cambriolage. Moins il y a de sinistres,

plus l'assureur gagne de l'argent, surtout quand le sinistre concerne des véhicules de plus en plus équipés et connectés sur lesquels les réparations coûtent toujours plus chères.

Dans cet esprit, l'assureur a également mis en place Take Care, un service gratuit qui récupère les coordonnées GPS des accidents corporels sur le territoire français. Associées à d'autres flux d'information comme la météo ou le trafic, la solution alerte ses clients sur l'état des risques. *« L'assurance ne doit plus seulement gérer les sinistres mais couvrir un volet prévention qui contribue à réduire les coûts. »*

Rassurer les fonds

Les fonds gardent un œil sur l'insurtech. *« Le message qu'envoie les venture capital c'est qu'après avoir montré une capacité de croissance et d'acquisition, il faut montrer sa viabilité. En 2023, on a travaillé à prendre ce virage dans nos investissements, notre optimisation, notre rentabilité et le cash burn. Nous avons une trajectoire de rentabilité avec un coût d'acquisition inférieur à un revenu annuel client. »*

Premier acteur de l'assurance dans le monde de la mobilité électrique, Leocare engage actuellement des partenariats avec des acteurs majeurs du secteur pour conforter sa position et convaincre de sa pérennité. *« Nous nous positionnons comme un partenaire des constructeurs automobiles. Ils veulent être des acteurs de la mobilité avec une notion de service forte et affichent un changement dans leur stratégie à laquelle nous pouvons participer. »* Leocare n'exclue pas de franchir une nouvelle étape à plus ou moins long terme en proposant également ses services aux professionnels. *« On a l'outil pour le faire ! »*



À lire aussi

Luko : fin de la saga avec la reprise de la startup par Allianz



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Nadege Hubert

