Web FRA

L'ARGUS de l'assurance.com

www.argusdelassurance.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **171493**
Sujet du média : **Banques-Finance**

19 Novembre 2024
Journalistes : **Gwendal Perrin**
Nombre de mots : **856**

Visualiser l'article

Alan et le courtage, nouvel épisode de tension

Un post LinkedIn largement diffusé montre une nouvelle fois les différences de points de vue sur le fonctionnement de l'assurance complémentaire santé entre le néo-assureur Alan, agissant sans intermédiaires, et le monde du courtage. Petite différence par rapport aux épisodes précédents : deux de ses concurrents sont directement visés.

© Gundula Vogel / Pixabay

C'est un message qui n'est pas passé inaperçu, malgré les vacances de la Toussaint.

En pleine période de renouvellement des contrats en santé collective (et par conséquent des tarifs), un post LinkedIn du PDG d'Alan **Jean-Charles Samuelian** s'est de nouveau attiré des critiques de plusieurs personnalités du monde du courtage d'assurance. Ce point n'est pas nouveau : **Alan** , dont le modèle repose justement sur l'absence d'intermédiaires, a l'habitude de ces remarques.

Une nouveauté toutefois : l'attaque frontale contre deux de ces acteurs, à savoir **Benefiz** et **SideCare** . La deuxième start-up avait déjà eu maille à partir avec le néo-assureur sur une histoire de référencement , mais pour la première... c'est une première.

« Quand Alan propose un prix, c'est un prix d'équilibre. Quand un néo-courtier vous propose un prix beaucoup plus bas, c'est qu'ils ont trouvé un assureur assez peu discipliné pour vendre à perte » , estime notamment Jean-Charles Samuelian dans son message, soulignant récupérer de nombreux clients passés auparavant chez ces deux acteurs.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Des interrogations sur le fond... et sur la forme

« Je ne comprends pas, ni sur la forme ni sur le fond, pourquoi Alan attaque d'autres acteurs publiquement sur les réseaux. Notre modèle a toujours été de conseiller le client à choisir la meilleure offre et nos augmentations sont deux fois inférieures à celle du marché » , se questionne auprès de *l'Argus* la cofondatrice de Sidecare (ex-Hoggo) , **Anna Rossin** . Tant SideCare que Benefiz, d'ailleurs, réfutent le fait d'être cantonnés au terme de simples "néo-courtiers" : *« la proposition de valeur que nous proposons va bien au-delà de l'assurance et c'est là notre différenciation : Benefiz est un benefits manager, à savoir une plateforme RH complète 100% digitale au service des TPE et PME »* , ajoute auprès de *l'Argus* **Christophe Triquet** , le fondateur de Benefiz.

Ce dernier est attaqué par Alan sur les **redressements tarifaires** opérés et, *« dans certains cas, |l'amène] à résilier les contrats de manière unilatérale parce que l'assureur veut arrêter les pertes »* . Des propos *« complètement infondés sur la récurrence de ces déséquilibres techniques »,* assure Christophe Triquet, notant toutefois qu' *« il est évident qu'il y ait des déséquilibres exceptionnels sur certains portefeuilles et cela fait partie du métier des assureurs depuis toujours ».*

Il en est de même sur le sujet des **résiliations** : Benefiz met de son côté en avant un taux de *churn* de moins de 4% sur ses trois années d'existence là où, du côté de SideCare, « *plus de 20% de nos prospects sont des clients Alan qui ne peuvent plus absorber leurs tarifs mais souhaitent conserver une expérience client digitale* », précise Anna Rossin. Et d'ajouter : « *Quand un client nous quitte, nous creusons les raisons de son départ pour adapter rapidement nos standards ; cela nous a permis de conserver plus de 95% de notre base client chaque année depuis notre création en 2018* ».

Le sujet de la rentabilité attire toujours les regards

Benefiz et SideCare partagent trois autres réserves. Premièrement, en défendant un fonctionnement autre que celui d'Alan (Benefiz sur les avantages RH , SideCare sur les services santé et l'accompagnement pro) : *« Alan est une belle success story française, mais avec un modèle bien différent du nôtre »* , tranche Christophe Triquet.

Deuxième point : les deux sociétés se disent **proches de leur seuil de rentabilité** , d'ici la fin de l'année 2024 pour SideCare (lancé en 2018), en 2025 pour Benefiz (lancé en 2020). « *L'ensemble de nos partenaires assureurs est rentable* », répond Christophe Triquet au fait que ces derniers vendraient à perte en s'associant avec sa société. Une année 2025 mise aussi régulièrement en avant par Alan afin d'être rentable sur ses activités en France, là où ses pertes s'élèvent encore à 44,6 millions d'euros depuis le début de l'année 2024 (équivalent en 2023). *« Quelques acteurs du marché adorent casser du sucre sur le dos d'Alan pour se rassurer mais malheureusement pour eux, on gère très bien notre trajectoire financière depuis le début de la société (en ligne avec notre plan) »* , a d'ailleurs répondu Jean-Charles Samuelian au DG de CPMS Éric Dana sur le post LinkedIn en question.

Le dernier argument rassure, presque paradoxalement, les deux acteurs visés. « *Ce post tombe en pleine période de renouvellement des contrats, donc chacun tente à sa manière de tirer son épingle du jeu. Il me semble qu'au travers de ces attaques, il nous ait identifiés comme un vrai challenger* », note Christophe Triquet. « *Je perçois cette critique comme une posture défensive qui met en avant leurs craintes face à des concurrents eux aussi digitaux, mais avec un modèle différent. Pourquoi s'acharner sur SideCare et Benefiz alors que le marché est encore clairement tenu par les gros courtiers traditionnels ?* », conclut Anna Rossin.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.