



SPÉCIAL RENDEZ-VOUS DE LYON

TECH

April accélère sa transformation digitale

Le premier courtier grossiste français adopte une stratégie plurielle pour poursuivre sa mue en acteur de l'assurance référent sur la digitalisation. Son directeur de la distribution et du digital, Sébastien Limousin, en dresse les grandes lignes.

La transformation digitale du secteur de l'assurance est un sujet majeur pour tous ses acteurs depuis de nombreuses années, mais ce chantier est encore bien loin d'être terminé. « L'assurance est un secteur qui a pris du retard sur le sujet du digital, retard qu'il faut rattraper. Avant d'être des clients d'April, nos assurés sont des clients d'Amazon, de Netflix... Ils ont donc de nouvelles exigences en termes d'usages », illustre Sébastien Limousin, le directeur distribution et digital du premier courtier grossiste hexagonal. C'est pourquoi ce dernier a décidé d'accélérer sa mutation, sur la période 2020-2023 de son plan stratégique actuel, dénommé Spring. Des efforts qui se matérialisent de manière à la fois différente et complémentaire.

Un hub dédié...

Un budget d'investissement spécifique de 40 M€ est d'abord utilisé en interne, sur cette période, pour développer de nouvelles solu-

Des innovations issues d'April X

En deux ans, le hub April X a déjà concrétisé un certain nombre d'outils digitaux, le plus souvent en lien avec des start-up spécialisées. L'un des premiers à voir le jour dès juin 2020 était son Wallet (coconçu avec la start-up Captain Wallet), permettant aux assurés en santé d'accéder directement à leur carte de tiers payant depuis leurs portefeuilles électroniques mobiles – que ce soit Apple Wallet ou Google Pay. Une démarche équivalente avec la start-up BioSerenity a de son côté permis à April d'améliorer son service de télé-médecine afin de simplifier les formalités médicales liées à la prévoyance professionnelle et à l'assurance emprunteur.

tions : « Nous voulions associer nos partenaires courtiers pour construire de nouveaux outils avec eux », ajoute Sébastien Limousin. Certains de ces nouveaux outils ont ainsi vu le jour au sein d'April X, le hub qu'a lancé le courtier mi-2020 au sein de son siège lyonnais en partenariat avec la société spécialiste de transformation des organisations Onepoint (lire ci-dessus). « April X est notre carrefour de l'expérience client : il regroupe actuellement 200 personnes, essentiellement à Lyon, où se retrouvent à la

fois des équipes liées au digital, à l'innovation, à l'animation des réseaux de courtage..., auxquelles se greffent régulièrement des acteurs externes », détaille Sébastien Limousin, qui est aussi à la tête de ce hub.

... et des participations

L'autre principale voie pour accélérer sa mutation digitale est de s'associer avec des start-up : à ce titre, April adopte une stratégie originale et plurielle. Le courtier a ainsi pris des participations majoritaires dans deux assurtech spécialisées, Comparadise



(ex-Mutuelle Conseil, sur la comparaison d'assurances) et Eloa sur l'immobilier : ces acquisitions font partie d'une enveloppe budgétaire différente de celle dédiée à l'IT en interne. Mais ces rachats n'empêchent nullement ces deux sociétés de continuer à travailler avec la concurrence, bien au contraire : Comparadise, par exemple, est passé de 150 à 200 clients assureurs partenaires depuis son changement d'actionnaire majoritaire en 2020 (voir L'Argus n° 7746). « C'est voulu : ces sociétés travaillent avec certains de nos concurrents et c'est justement cette émulation dans un écosystème ouvert qui leur permet de nourrir et





“ Avant d’être des clients d’April, nos assurés sont des clients d’Amazon, de Netflix... Ils ont donc de nouvelles exigences en termes d’usages. ”

SÉBASTIEN LIMOUSIN
DIRECTEUR DISTRIBUTION
ET DIGITAL D’APRIL

d’améliorer leurs plateformes respectives», justifie Sébastien Limousin.

Ces deux exemples sont également à inscrire dans le plan stratégique Spring, qui prévoit aussi de se développer sur de nouveaux marchés – l’emprunteur, et plus généralement le monde de l’immobilier concernant Eloa, l’e-commerce pour Comparadise. « *Il existe une logique d’écosystème dans nos décisions. Exemple avec l’immobilier : nous avons investi dès 2018 dans la Centrale de financement, puis avons intégré Eloa en 2021. L’ambition, c’est d’être en capacité de proposer une solution unique totalement digitalisée, incluant le crédit,*

l’assurance emprunteur et la MRH, ce que permet justement de faire la plateforme d’Eloa», résume Sébastien Limousin sur ce premier univers. Sur le second, « *notre volonté de développement sur l’e-commerce s’est également traduite par notre prise de participation dans Comparadise, qui permet d’acquérir des leads pour nous et nos courtiers de manière optimale face à un marché de comparateurs qui reste, en France, encore peu ouvert»,* poursuit-il.

Créer un écosystème de jeunes pousses

Ce mode de fonctionnement est répliqué pour les trois pôles du groupe que sont l’assurance de personnes, l’assurance dommages et la santé internationale : pour chaque projet de digitalisation, April adopte une démarche « pragmatique » qui peut passer par des prises de participation (majoritaires ou pas) ou des acquisitions complètes. Pour ce faire, le courtier a tenu à « *nourrir son écosystème de start-up : elles nous aident à développer de nouvelles solutions bien plus vite que si nous le faisons seuls»,* ajoute Sébastien Limousin. Il a ainsi conclu divers partenariats avec des associations comme Finance Innovation et France Fintech, ou avec des sociétés spécialisées comme Klein Blue. Autant de pistes de réflexion et d’action qui doivent permettre à April de mener à bien l’ambition principale de son plan Spring : « *Être, à horizon fin 2023, le meneur de jeu de son secteur – notamment en matière de digitalisation.»*

● GWENDAL PERRIN

BERTRAND GAUDILLERE / ITEM

