



Wilfrid Kamtoh démarre sa carrière professionnelle dans la gestion de portefeuilles obligataires. Il rejoint les Nations Unies pour travailler au développement de l'entrepreneuriat pour les jeunes à travers la promotion du Micro-Crédit. Aujourd'hui, Wilfrid est responsable du développement l'offre assurance vie et efficacité opérationnelle chez Périclès Group, ainsi que de l'animation du Club Partenaires Vie. Soucieux de la place de l'humain au travail, Wilfrid prend en charge la mise en place du Management 3.0 chez Périclès Group. Diplômé en Mathématiques et Ingénierie Financière, Wilfrid est également certifié Black Belt en Lean Six Sigma et Facilitateur en Lego Serious Play.



Patrick Petitjean : Après des fonctions de Directeur Général chez April en 2011, puis de Président Directeur Général des pôles Santé-Prévoyance et Mobilité-Assistance de 2012 jusqu'en 2014, Patrick Petitjean fonde UtWin, convaincu par le potentiel de développement de l'assurance emprunteur et l'opportunité créée par un contexte réglementaire très positif et l'avènement du digital. Fort de son expertise accumulée au cours d'un très beau parcours professionnel et de sa ténacité, Patrick Petitjean a mis en œuvre après huit mois de développement une offre globale et full digital de courtier grossiste en assurance emprunteur.

Wilfrid Kamtoh – Bonjour et merci d'être venu jusqu'à nous pour cet entretien One Week One Tech. En quelques mots, en quoi consiste votre offre ?

Patrick Petitjean – C'est très simple. Si vous ne l'êtes pas déjà, vous serez un jour confronté à la situation d'emprunter, et vous serez soumis à l'obligation de souscrire une assurance de prêt, souvent auprès de la banque auprès de laquelle vous envisagez de contracter votre emprunt, souvent sous la pression de la banque.

Nous avons pensé que nous pouvions aujourd'hui apporter de nouvelles réponses qui amèneraient un client qui emprunte à aller chercher son assurance ailleurs, en le faisant de la manière la plus simple et la plus rapide qui soit.

Nous nous positionnons donc sur une offre alternative en assurance emprunteur, à souscrire soit avec un conseiller commercial, soit de chez soi, seul, car les outils sur lesquels nous avons implanté cette offre le permettent.

Wilfrid – Quelles sont les motivations qui vous ont entraîné dans ce projet ?

Patrick – Dans ma vie professionnelle, j'avais eu à développer spécifiquement ce marché, dans un groupe de courtage que je dirigeais. En étant sorti, je me suis interrogé sur le marché qui présentait le plus grand potentiel en matière d'assurance. Il était évident pour moi que l'assurance emprunteur, dont la part de délégation lorsqu'il s'agit d'une assurance externe à un contrat groupe est encore

One Week, One Tech *by Périclès*

Utwin, Patrick Petitjean

relativement faible, et dans un contexte réglementaire très positif, pouvait être le meilleur choix possible.

Wilfrid – Comment qualifieriez-vous l'innovation présente dans votre offre ? Technique ? En termes de services ? En termes de canal de distribution ? Marketing ?

Patrick – Il s'agit avant tout d'une offre technologique. Elle repose sur un processus que nous avons travaillé en cherchant à le digitaliser entièrement. En assurance emprunteur, vous avez deux grands processus : le processus de souscription en premier lieu, qui comprend les procédures ayant trait aux questionnaires et analyses médicaux ; un processus de gestion en second lieu. Nous avons choisi de globaliser l'ensemble du processus en le digitalisant totalement. La digitalisation nous permet le zéro papier, et au-delà, du zéro délai, c'est-à-dire être en capacité de proposer de manière immédiate à quelqu'un qui souhaitait s'assurer, même s'il déclarait un risque médical, de le faire quasi instantanément.

Il était également important de produire des tarifs ultra compétitifs, parce que c'est une donnée extrêmement importante. En général, un client ne prend pas l'assurance de sa banque pour des questions tarifaires. Il était important pour nous de travailler fondamentalement notre pacte opérationnel et la digitalisation nous a permis de générer une compétitivité accrue sur notre offre.

Wilfrid – En quoi votre offre se distingue-t-elle d'autres offres que l'on peut observer sur le marché, qui proposent la digitalisation y compris sur le questionnaire médical ?

Patrick – Le questionnaire médical n'est qu'un aspect des choses. C'est un aspect très important parce que le parcours de souscription en assurance emprunteur est long, semé d'embûches. La première étant le questionnaire médical, où il faut pouvoir le recevoir, l'administrer, le renvoyer, ce qui allonge beaucoup les temps de traitement. Nous avons digitalisé tout cela, c'est-à-dire que nous avons directement intégré dans notre outil de souscription plus de 1200 arborescences médicales complexes. Nous avons travaillé avec des médecins, avec des réassureurs, pour intégrer totalement ces arborescences. Aujourd'hui, à travers un smartphone, nous avons la capacité d'administrer un questionnaire médical de manière très dynamique, et donc très rapide. Dans 95% des cas, même si vous répondez oui à une question, nous serons en mesure de vous faire une proposition commerciale.

Ensuite, au-delà de la digitalisation du questionnaire médical, il faut digitaliser toute la phase de souscription technique, puisque quand vous empruntez vous prévoyez d'emprunter à telle date, souvent, cela se décale dans le temps, souvent le montant de l'emprunt se modifie également, le taux peut se modifier également. Il est donc important de pouvoir malgré toutes ces modifications être en capacité d'émettre instantanément le contrat ainsi que son avenant.

Je pense qu'aujourd'hui, sur la partie médicale, d'autres acteurs sont rentrés, sur la partie digitalisation du processus, beaucoup moins, et nous sommes allés jusqu'à digitaliser le cycle de gestion des contrats, pour générer du zéro papier, ce même sur les avenants « vie de contrat ». Nous sommes capables de produire de manière instantanée et donc de casser les coûts de production, ce que nous sommes les seuls aujourd'hui à réaliser sur le marché.

Notre différence aujourd'hui, c'est vraiment la globalisation du processus dans une approche digitale, et pas une segmentation du process avec une partie digitalisée, et une partie qui ne l'est pas.

One Week, One Tech *by Périclès*

Utwin, Patrick Petitjean

Wilfrid – Est-ce que Utwin s'appuie sur des partenaires identifiés pour proposer son offre ? Où votre offre peut-elle s'assimiler à une solution logicielle ?

Patrick – Notre offre ne peut pas se réduire à une solution logicielle, nous ne sommes pas une SSI. Nous avons conçu un outil digital que l'on met à disposition de distributeurs. C'est une aide, pour des conseillers commerciaux, quel que soit leur statut, pour leur permettre de parfaitement servir leurs clients dans les délais les plus courts. L'innovation chez nous est dans la partie technologique, mais aussi dans le fait que nous modularisons et personnalisons le produit. D'ailleurs, le conseiller commercial va identifier ce dont a besoin le client, et nous allons lui pousser de manière automatique des garanties qui vont venir se compléter les unes les autres, qui seront différentes selon le type de client.

Ce n'est donc pas une solution SSI, ce n'est pas une solution que nous mettons à disposition de grands partenaires sans que nous soyons derrière, à appuyer la souscription et la gestion du contrat. En d'autres termes, nous sommes un courtier grossiste, et nous nous situons donc entre un assureur et un conseiller de proximité, et nous apportons une solution globale, l'outil, les compétences, et donc la capacité à accompagner la souscription et la gestion du contrat.

Wilfrid – Qui est le porteur de risque ?

Patrick – Nous nous sommes lancés il y a un an à peine. Nous avons conçu notre solution « from scratch », ce qui est également très important : aujourd'hui ce qui freine les acteurs dans la digitalisation de leurs processus, c'est le poids de l'existant et ses contraintes. Nous avons donc pris huit mois pour tout développer. Notre premier partenaire assureur, après appel d'offres, est Malakoff Mederic. Nous avons aussi besoin d'un réassureur ; nous sommes allés le chercher en Amérique du Nord pour sa spécialisation sur les questions de tarification médicale, il nous a aidés à implémenter toutes les arborescences médicales. L'offre est donc « Malakoff // RGA », en appui sur un concept technologique qui donne de la modularité et de la rapidité, et des compétences que nous avons déployées pour accompagner les réseaux, aider les clients, et les conseiller eux-mêmes.

Wilfrid – A qui vous adressez-vous, quelle est votre cible ?

Patrick – Nos clients sont nos distributeurs. Ce sont des courtiers, des agents généraux, des conseillers en gestion de patrimoine, notamment. Nous prenons en charge les clients qui souhaitent équiper avec nous. De fait, les clients de nos distributeurs deviennent nos clients. Notre positionnement nous rend compétitifs sur quasiment toutes les cibles du marché. Nous ne réalisons pas une segmentation dirigée vers les plus jeunes en évitant les moins jeunes. Nous essayons d'apporter une solution globale à des conseillers pour qu'ils puissent équiper tous les clients qui se présentent. C'est la clef de notre positionnement B to B aujourd'hui.

Après des débuts réalisés avec des conseillers de proximité, nous nous sommes présentés à des appels d'offres organisés par de très grands opérateurs de marché ; nous avons eu le plaisir d'être retenus par Harmonie Mutuelle, et sommes à présent providers de son offre d'assurance emprunteur ; nous avons également été retenus par le groupe AESIO (n°2 du marché santé) ; nous avons également été retenus par la plateforme de vente en ligne Cdiscount qui souhaite proposer une offre simple et bien positionnée pour des jeunes primo-accédants ; nous sommes également partenaires de Banque Casino ; nous sommes enfin référencés par APICIL. Nous sommes bien sur le B to B, en nous disant également que ce que nous pouvions apporter à des conseillers de proximité, nous sommes à présent capables de l'apporter à de grandes marques / de grands opérateurs. Nous jouons aujourd'hui sous notre marque et sous la marque de nos clients.

One Week, One Tech *by Périclès*

Utwin, Patrick Petitjean

Wilfrid – Comment appréciez-vous aujourd’hui le potentiel de votre marché ?

Patrick – C’est un marché gigantesque. La part de marché détenue par la délégation individuelle est estimée à 12 / 15 %. Beaucoup de clients choisissent encore l’option banque. Une première évolution réglementaire importante, la loi Hamon, permet au consommateur de changer d’assureur dans la première année. Une seconde évolution, la loi Sapin II, permettra aux emprunteurs, à partir du 1^{er} janvier 2018, de résilier leur assurance emprunteur quand ils le souhaitent. Tous les stocks de contrats sont concernés, pas seulement les primo-accédants.

Wilfrid – N’y a-t-il pas un conservatisme des souscripteurs à anticiper, qui ne changeront pas parce qu’ils n’ont pas encore l’habitude ?

Patrick – Vous avez raison, à leur grand tort. Aujourd’hui, la charge d’assurance sur un prêt de 15 ans est supérieure à la charge d’intérêts. On voit aujourd’hui des gens pousser la porte de cabinets de courtage en crédit, afin de négocier un pouillème de taux, et qui ne remettent pas en cause leur assurance emprunteur. La différence de prix entre une assurance de groupe et une assurance individuelle est de 3 à 4 fois. Il y a sans doute une question de communication au marché. Il y a également le fait qu’on souhaite son prêt, donc on se résout à ce que veut le banquier ; c’est la raison de l’intervention du législateur, qui a constaté la pression commerciale du conseiller sur son client, qui pouvait mettre en jeu soit le prêt, soit le taux qui était proposé.

Wilfrid – Qui sont vos concurrents ?

Patrick – C’est un marché potentiellement énorme, donc tous les acteurs cherchent à s’y positionner ; historiquement, on pouvait trouver des courtiers grossistes et quelques compagnies d’assurance ; de nouveaux entrants sont arrivés, dont nous faisons partie en apportant des solutions très différentes ; d’autres s’y sont engagés un peu avant nous, certains s’y engagent aujourd’hui ; des barrières d’entrée existent, qui peuvent concerner les technologies, mais au-delà, on parle de savoir-faire ; c’est un métier dans lequel il y a beaucoup d’ingénierie et d’agilité ; enfin, depuis quelques temps, on note de grands opérateurs de marché, comme la mutualité, les institutions de prévoyance, jusqu’aux plateformes de vente en ligne et les opérateurs de grande distribution.

Wilfrid – Mais tous ne sont pas vos concurrents ?

Patrick – La grande mutuelle est nécessairement concurrente des courtiers de proximité. Elle se place dans une logique de multi-équipements de portefeuilles très importants et attaqués par la concurrence. Le discours est de faire gagner de l’argent aux adhérents (environ 40 % du portefeuille couvert par Harmonie, par exemple, peut avoir un emprunt). Ces grands opérateurs, qui se positionnent auprès leurs assurés historiques, privent les conseillers de proximité, les courtiers, de potentiel.

De ce fait, le marché va probablement se répartir différemment. C’est la raison pour laquelle il était important pour nous de sortir de ce pré carré du courtage de proximité, pour aller sur ces grands appels d’offres.

Wilfrid – Donc, en termes de développement ... ?

Patrick – Nous sommes tout neufs, nous avons un an ; nous sommes complètement dans notre plan de marche, et nous allons le dépasser ; nous avons fait une très belle première année, que nous achevons à 20 000 clients, ce qui est tout à fait correct pour nous. Et puis surtout, nous avons des perspectives qui sont considérables.

One Week, One Tech *by Périclès*

Utwin, Patrick Petitjean

Wilfrid – Et quels sont les appuis à votre développement, quelles sont vos aides ?

Patrick – Nous n'avons pas créé cette société tous seuls. Nous avons cherché de l'argent et un partenaire industriel. Nous avons fait d'une pierre deux coups puisque je me suis associé avec un courtier digital spécialisé dans l'assurance IARD, AssurOne, qui venait d'être racheté par un fonds anglais, ANACAP FINANCIAL PARTNERS, et nous avons signé un pacte d'actionnaires tous ensemble. Nous sommes une filiale abritée au sein du groupe AssurOne, le groupe nous apportant toutes les compétences techniques sur la partie outils. Ensuite, nous avons considéré très rapidement que ce que nous faisons pouvait intéresser le pôle Finance Innovation. Nous avons donc candidaté, au titre du projet FinTech. Nous avons eu le plaisir d'être labellisés fin décembre 2016. Le pôle nous a beaucoup aidé. Si nous avons gagné les référencements, c'est aussi grâce à ce label. Nous avons été audités par des experts, défendu notre projet. C'est aussi bien une caution qui est donnée à nos partenaires que la sanction de la qualité de ce que nous avons entrepris.

Wilfrid - UtWin représente combien de personnes, aujourd'hui ?

Patrick – C'est tout petit. Nous sommes 13. C'est très représentatif de ce que je vous indiquais tout à l'heure. Le digital nous permet des gains de productivité considérables. Pour faire le même travail, aujourd'hui, il nous faut dix fois moins de personnes que les grands opérateurs traditionnels n'en utilisent.

Wilfrid – Et quelle est votre ambition ?

Patrick – Notre ambition, c'est de devenir premiers (rires), de devenir les acteurs de référence sur le marché de l'assurance individuelle, et d'être effectivement parmi les premiers opérateurs. Je pense que nous sommes en chemin pour le faire, et que ces grands comptes avec lesquels nous allons travailler nous ouvrent des marchés que nous n'imaginions pas, avec une puissance commerciale qui est extraordinaire de leur part. Nous avons fait les bons choix à ce jour.

Wilfrid – Pour une start-up comme vous, avec vous atouts en expertise, également en solution, quelles sont les opportunités et les menaces qui vous guettent dans votre plan de marche ?

Patrick – Pour l'instant je ne vois que des opportunités. Il y a certainement des menaces, il y a de l'intelligence partout... il y a certainement des équipes qui travaillent à nouveau à disrupter ce que nous avons fait ; notre sujet premier, c'est de continuer à avoir cette longueur d'avance et donc à faire évoluer nos processus et notre offre, à nous ouvrir à d'autres porteurs d'offres complémentaires ; sur des segments de clients complémentaires, ou sur des natures d'assurances un peu différentes ; la principale menace pour moi ce serait de nous endormir, de considérer que lorsqu'on a gagné trois ou quatre grands comptes, tout est derrière nous. Tout mon sujet est d'amener nos équipes à remettre en question ce que nous venons de produire. Nous avons une offre qui a moins d'un mois, il faut que nous sachions la disrupter. C'est ce à quoi nous nous attelons.

Wilfrid – et peut-on imaginer que ce sera un savoir-faire qui sera un jour exportable ? L'international peut-il avoir un sens pour vous ?

Patrick – Oui, bien sûr. Je ne sais pas positionner quand, nous avons besoin de faire les choses dans le bon ordre. Mais nous sommes déjà sollicités pour partir à l'étranger. C'est à présent une question de rythme, savoir si une entrée sur un marché international, cela a ou non du sens, en complémentarité et business. Ce que nous faisons est clairement exportable.

One Week, One Tech *by Périclès*

Utwin, Patrick Petitjean

Wilfrid – *Merci beaucoup pour cet entretien, et rendez-vous la semaine prochaine pour la suite de One Week One Tech.*

Patrick – Merci à vous.

Le regard de Périclès

Time to Market ★★★★★

Qualifier l'adéquation entre l'innovation et la maturité du marché

Avec l'avènement de la Loi Sapin II en janvier 2018 qui viendra renforcer la libéraliser du marché de l'emprunteur, le marché de la délégation individuelle connaîtra très probablement une augmentation significative de sa part de marché.

Pour faire face à l'augmentation de la demande d'assurance individuelle, les conseillers auront de plus en plus besoin d'une offre full digital et globale de souscription permettant de répondre rapidement et à un coût compétitif aux attentes des clients désireux de mettre fin à l'assurance de leur banque.

Nature de l'innovation : ★★★★★

Qualifier le niveau d'ingéniosité de l'innovation proposée

Une innovation technologique : UtWin permet de digitaliser entièrement le processus de souscription : administration du questionnaire médical full digital dans 95% des cas.

Innovation en termes de service : Plus qu'un simple progiciel, UtWin propose la digitalisation de la phase de souscription technique et de tout cycle de gestion du contrat : émission instantanée du contrat et des avenants de vie du contrat.

UtWin est une véritable offre de courtier grossiste dotée d'une solution globale, d'un outil et des compétences métier.

Maturité de l'innovation : ★★★★★

Qualifier l'état d'avancement du projet (outils marketing, outils informatiques, capacité à se déployer...)

L'offre de UtWin est déjà opérationnelle. Plusieurs partenariats sont déjà passés avec des acteurs majeurs : Harmonie Muelle, AESIO, Cdiscount...

Positionnement à l'international : ★★★

Qualifier le positionnement actuel et potentiel à l'international

L'offre de UtWin n'est pas à ce jour diffusée à l'international.

Néanmoins des sollicitations existent déjà et l'offre est clairement exportable.

Pour autant la démarche de UtWin est de procéder par étape et de commencer par le marché français