

Communiqué de presse : L'InsurTech Seraphin lève 2,2M€ et devient Yago

Après deux années d'hyper-croissance et un chiffre d'affaires multiplié par 8 en 2 ans, l'InsurTech belge lève 2,2 millions d'euros et change de nom pour devenir Yago. Leur objectif révolutionner l'expérience de l'assurance et des services financiers.

Bruxelles, le 14 mars 2022. L'InsurTech belge, Seraphin devient Yago. L'occasion pour elle d'annoncer une levée de fonds de 2,2 millions d'euros et de nouvelles ambitions. La digitalisation prend, en effet, de plus en plus d'envergure et le monde de l'assurance ne fait pas exception. La scale-up compte sur l'accélération de la digitalisation et la qualité de son expérience client pour réinventer l'expérience d'assurance en Belgique. Il ne lui a d'ailleurs fallu que 2 ans pour multiplier par 8 son chiffre d'affaires et doubler le nombre de clients. Yago compte aujourd'hui plus de 8 000 clients et 15 000 contrats d'assurance. Une croissance favorisée par une expérience de l'assurance digitale, simple, et humaine, comme le montre le taux de satisfaction de leurs services qui atteint les 70% NPS en 2021, contre 6% pour la moyenne de l'industrie d'assurances en Belgique selon une étude Accenture en 2018. Avec ce taux, ils se rapprochent d'Apple (72%) et dépassent Netflix (68%).

« Nous sommes fiers d'avoir réussi à obtenir d'aussi beaux résultats et heureux de la confiance de nos clients, et des investisseurs pour cette levée de fonds », déclare Tanguy Bocquet, co-CEO de Yago. « Nous sommes conscients qu'il peut y avoir, de la part des Belges, un manque de confiance vis-à-vis des assurances: entre la lourdeur et la complexité administrative, la peur de se faire "avoir", les belges peuvent se sentir perdus dans cet univers fait de petites lignes" ajoute-t-il. « Yago veut justement être un guide de confiance qui simplifie la souscription des contrats, en proposant en moins de 3 minutes la meilleure offre de nos partenaires. Nous proposons un service digital robuste conjointement avec une grande présence aux côtés de nos clients. Dans les 2 heures de la déclaration de sinistre en ligne, ils sont rappelés par nos juristes, guidés et conseillés; cette expertise est clé, outre le digital".

Yago

Ce nouveau nom assorti d'un nouveau site web et d'un nouvel univers visuel, permet de transcrire la volonté de l'Insurtech d'être encore plus proche de son ambition: améliorer radicalement l'expérience d'assurance et des services financiers. L'idée est d'avoir un nom simple et positif, qui se prononce de la même manière en français et en néerlandais. Avec l'arrivée de Yago en Flandre, il était aussi important de repenser une identité plus en adéquation avec l'ensemble de ses clients. Enfin, le choix d'un prénom vient aussi de la volonté de personifier l'entreprise. *"Avec Yago nous créons une marque forte et différenciatrice sur le marché", ajoute Tanguy Bocquet.*

Ce nouveau nom marque le début de nouvelles aventures pour l'InsurTech belge. Yago aspire à devenir le leader de la souscription digitale d'assurances et de services financiers

en Belgique. « Grâce à ce nouvel apport de fonds, nous voulons mettre en place un écosystème “embedded” pour la vente de contrat d’assurances et continuer notre déploiement en Flandre. Avec ces investissements, nous prévoyons de multiplier notre chiffre d’affaires par 10 sur les quatre prochaines années. », explique **Hugues Bocquet** Co-CEO de Yago. « Afin de réaliser au mieux nos objectifs, nous comptons engager 20 employés supplémentaires, en plus des 50 déjà présents. Yago se lance également dans l’intermédiation de crédit hypothécaire, avec la même intention : révolutionner l’expérience client ».

Covid et accélération de l’InsurTech

La Covid a largement favorisé la digitalisation des secteurs. On le voit avec l’augmentation du nombre de clients de Yago sur ces deux dernières années, mais également dans la manière dont ils souscrivent leurs contrats d’assurance. En effet, même si certains d’entre eux utilisent encore leur ordinateur, 2/3 des clients du courtier digital utilisent leurs smartphones.

« Nous voyons clairement que le Covid a favorisé la digitalisation de l’assurance. Les clients veulent avoir tout, littéralement, à portée de main, que ce soit intuitif et facile. Nous avons quitté l’ère du papier et des entretiens physiques pour un monde entièrement digital et accessible à tous », poursuit Hugues. « Notre but est de protéger au mieux les Belges dans leurs projets de vie, être leur allié, à leurs côtés dans les bons comme les mauvais moments.”

Le produit qui a la plus grande proportion de sinistre est l’assurance auto

D’un point de vue plus général, selon les chiffres de Yago, l’assurance auto est non seulement l’assurance la plus souscrite, mais également avec la plus grande proportion de sinistres. Nous retrouvons dans les causes de sinistre les plus courantes, selon les chiffres du secteur : 32% de heurt de véhicule à l’arrêt ou en stationnement, 23% de véhicules circulant dans le même sens et tamponné par l’arrière et 19% de manœuvre. D’ailleurs, les jeunes entre 18 et 20 ans ont jusqu’à 4x plus de sinistres que les conducteurs plus expérimentés de 50 à 60 ans et ce pour un cout du sinistre 2x plus élevé.

Dans ce contexte, Yago investit en recherche et développement pour améliorer la prise en charge de ses clients lors des sinistres auto, ainsi que les outils de prévention.