

KOWO LANCE SON SERVICE, AVEC L'APPUI D'AXA

AXA POURSUIT SA LUNE DE MIEL AVEC LES START-UP DU COVOITURAGE

Après son partenariat international avec BlaBlaCar, l'assureur continue de s'intéresser au secteur du covoiturage européen en soutenant le lancement du service belge Kowo. Axa garantit, en effet, aux utilisateurs de ce service B to B, qu'ils arriveront à l'heure au travail.



Pour annoncer le démarrage de son produit de covoiturage, la jeune start-up bruxelloise Kowo, issue du start-up studio Barefoot, a mis les petits plats dans les grands. Un événement presse organisé autour d'un débat regroupant quelques grands noms de la mobilité en Belgique: le ministre bruxellois de la Mobilité Pascal Smet, le ministre fédéral de la Mobilité et des Transports François Bellot ainsi que des représentants de l'IBSR ou... d'Axa. L'assureur compte, en effet, parmi les partenaires privilégiés de la jeune pousse. Et pour cause, il assure le service de covoiturage B to B mis en place par Kowo.

Le concept est le suivant: la start-up propose aux entreprises belges de met-

tre en place (et de financer) un système de covoiturage à disposition de leurs employés pour venir au travail. Pour faire voler en éclats les freins liés à la flexibilité et la fiabilité du covoiturage avec un collègue, Kowo (qui n'a pas encore officiellement signé avec des gros clients) a réussi à convaincre Axa de construire une police sur mesure pour son produit. «Nous nous sommes demandé de quelle manière, en tant qu'assureur, nous pouvions intervenir pour remédier aux freins qui limitent le développement des pratiques de covoiturage, soutient Christiaan Serty, *partnerships development manager* chez Axa Belgium. Les deux grandes questions des utilisateurs sont, d'une part, la ponctualité et la fiabilité du conducteur par rapport à l'heure d'arrivée au

travail et, d'autre part, la marge de manœuvre de l'employé qui devrait retourner chez lui en cas d'urgence au cours de la journée.» Résultat: si le collègue chauffeur ne se présente pas au rendez-vous de covoiturage, Axa assure aux employés d'arriver au bureau. Soit l'assureur paie un ticket de train ou un trajet en taxi, soit il offre 15 euros à l'employé bloqué qui bénéficie de la possibilité de travailler de chez lui.

Assurance et assistance

Le modèle derrière ce partenariat est très simple. Les employés des entreprises qui mettent Kowo à disposition de leur personnel ne paient absolument rien. C'est la société qui finance le service et qui paie Kowo au nombre de kilomètres parcour-

us par les utilisateurs du service. Au niveau de l'assurance, Kowo devient le preneur d'assurance auprès d'Axa, et l'utilisateur final devient le bénéficiaire. Et de son côté, l'assureur (qui ne dévoile pas les détails exacts et financiers du deal) s'appuie sur Axa Assistance qui fait figure de sous-traitant. Il faut dire que la plateforme d'Axa Assistance dispose d'un *call center*, d'un réseau de dépanneurs ou encore de multiples contrats avec les entreprises de taxis. Bref, autant d'atouts qui peuvent être activés en cas de problème lors d'un trajet Kowo.

En s'associant à Kowo, Axa ne part pas à la recherche de chiffre d'affaires. Dans les 100 milliards d'euros que génère annuellement le groupe au niveau international, le deal Kowo ne devrait pas peser bien lourd (dans un premier temps). «Notre démarche ne vise pas des revenus supplémentaires substantiels, insiste Gunter Uytterhoeven, directeur marketing d'Axa Belgium. Par contre, cela nous permet de nous positionner comme partenaire global des solutions de mobilité.» Une belle opération marketing qui, in fine, doit permettre au groupe d'afficher sa présence auprès du public à d'autres moments que celui des sinistres. «Axa Belgium a un double rôle à jouer en termes de mobilité, intervient Jef Van In, CEO d'Axa Belgium. C'est en soutenant des initiatives telles que Kowo que nous voulons contribuer à offrir des solutions de

covoiturage agiles et sécurisées aux milliers de navetteurs qui se déplacent chaque matin sur nos routes. De payeur en cas de pépin, l'assureur devient désormais un partenaire au quotidien.»

Accès à la donnée

Surtout, avec la jeune pousse belge, l'assureur met un pied supplémentaire dans des services numériques de mobilité. C'est l'occasion, pour lui, d'appréhender les nouveaux usages qui se développent et d'en devenir l'un des partenaires. Au niveau européen, Axa s'est, en effet, déjà associé à BlaBlaCar dont il est devenu l'assureur et pour qui il a notamment développé une assurance «prêt de volant» assez inédite. «Axa réalise une grosse partie de son activité dans le domaine de l'automobile, analyse Frédéric Valluet, *EMEA solutions director* chez MarkLogic, spécialiste des bases de données. Or, il est probable que dans quelques années, la voiture autonome s'impose. Du coup, Axa,

«De payeur en cas de pépin, l'assureur devient désormais un partenaire au quotidien.»

Jef Van In,
CEO d'Axa Belgium



comme toutes les grandes compagnies, se lie à des start-up pour trouver de nouvelles lignes de produits pour l'avenir. Cela permet, par ailleurs, aux assureurs de se frotter à l'innovation numérique et d'avoir accès à la donnée. Les start-up sont le plus souvent des spécialistes de la donnée et cela intéresse les assureurs.» Pour exemple, rien qu'en Belgique, BlaBlaCar annonce pas moins d'un million de places offertes dans les voitures de ses utilisateurs. Soit un nombre important de trajets sur lesquels Axa peut tirer des enseignements. Jusque-là, l'assureur ne disposait d'aucune base chiffrée pour connaître le nombre d'accidents, de kilomètres parcourus, de personnes dans un véhicule partagé ou encore le nombre de chauffeurs qui ne se présenteraient pas au lieu de rendez-vous pour du covoiturage. Ni même comment les propriétaires de voitures embrassent, eux aussi, le phénomène du covoiturage. Pourtant, cette évolution peut avoir un impact sur le risque automobile.

De manière plus globale encore, face à l'arrivée de «barbares du numérique» qui menacent de jouer sur leurs plateformes, les compagnies d'assurances sont bien conscientes qu'elles doivent miser sur l'innovation et le numérique. Faute de quoi elles pourraient être court-circuitées par des jeunes pousses agiles qui s'insinueront dans des maillons de leur chaîne de valeur. «Or, les assureurs ne sont pas réputés pour leur innovation numérique, juge Frédéric Valluet. Aussi, ils sont poussés à développer de nouvelles initiatives pour ne pas passer à côté de cette évolution. La collaboration avec les start-up constitue un axe de développement, mais certains développent des bourses voire carrément des fonds d'investissements dans les start-up.» C'est notamment le cas d'Axa qui, en marge de ses lunes de miel avec des acteurs comme BlaBlaCar ou Kowo (entre autres), dispose de structures d'investissement dédiées aux jeunes pousses. Fondé voici un peu plus de deux ans, Axa Strategic Ventures a déjà pris une vingtaine de participations dans des start-up liées au monde de l'assurance aux Etats-Unis, en Israël, en France, etc. Mais pas encore en Belgique pour le moment, même si un investissement dans une «plateforme belge» est, semble-t-il, à l'étude.

© CHRISTOPHE CHARLOT