

Kelassur et Courtanet étendent respectivement leurs activités

Après son site Internet grand public www.kelassur.com (ou www.devismutuelle.com pour l'assurance santé), le comparateur d'assurances Kelassur se positionne désormais sur le B to B via www.kelassur-partenaire.fr (voir encadré). Pour l'instant, seule l'assurance santé est proposée sur le comparateur. L'assurance auto-moto, l'assurance emprunteur et la MRH seront intégrées avant l'été 2009.

Pour développer ce nouveau site B to B, une société dédiée Kelassur Partenaire (SA au capital de 10.000 €), filiale de Kelassur, a été créée. Pour utiliser ce comparateur, le courtier indique quelques données sur la personne à assurer (sexe, date de naissance, type d'activité professionnelle exercée, régime d'affiliation, département, autres assurés), puis il sélectionne à l'aide d'un curseur le niveau de garantie souhaité pour les quatre postes de soins principaux (soins de ville, hospitalisation, optique, dentaire). Il accède ensuite à la sélection d'assurances des différents partenaires.

Kelassur et Courtanet étendent respectivement leurs activités

Pour faciliter les comparaisons des offres et éviter que les courtiers ne saisissent les mêmes données plusieurs fois dans les Extranet des compagnies, Kelassur et Courtanet ont développé des solutions spécifiques.

Différents documents notamment notice d'informations, voire bulletin d'adhésion,... sont proposés. Le site Internet est gratuit pour les compagnies et les courtiers. Il est entièrement financé par de la publicité.

que nous interrogeons automatiquement leurs serveurs informatiques. Une minorité de partenaires rentrent eux-mêmes leurs tarifs à partir de codes d'accès», détaille la société.

Des coûts mutualisés entre les sites de Kelassur

Concernant le coût de ce site B to B, Kelassur Partenaire précise : «*Le coût n'est pas identifiable car en grande partie les process sont repris de la partie grand public et sont donc déjà amortis.*

La société n'a pas enregistré de résistances particulières de la part des compagnies pour figurer dans le comparateur. «*Les majors de l'assurance santé sont présents tels que April, Swiss Life. Une marque secondaire se prive alors de visibilité en ne figurant pas sur notre site Internet*», ajoute la société. Pour faire connaître son nouveau site, Kelassur prévoit de recourir à de la publicité dans la presse spécialisée. Une newsletter devrait également contribuer à la promotion du site.

350 licences pour Courtanet

Autre type de concept pour que les courtiers comparent aisément les offres des compagnies, le logiciel Bénéfit de la société Courtanet. Il permet aux courtiers d'interroger plusieurs compagnies simul-



Jehan de Castet,
Courtanet

Quid de l'intégration des évolutions tarifaires des offres ? «*Techniquement, la plupart de nos partenaires tels que April, Swiss Life, sont «web services», c'est-à-dire*

Kelassur et Courtanet étendent respectivement leurs activités

tanément à partir d'une saisie unique, en assurance auto, MRH et santé.

Ce logiciel dont l'abonnement est à partir de 150 € par mois, jusqu'à environ 20.000 € pour des solutions sur-mesure (la version standard est gratuite), s'est enrichi. Ainsi, il intègre une version «pro» permettant l'interfaçage avec les progiciels de gestion depuis début 2008 et une version grand public, Benefit Web pour les offres auto et santé, depuis fin 2008. Près d'une centaine de cabinets sont équipés de cette version. «Benefit Web permet au courtier de s'approprier Internet, de sélectionner les assurances qu'il veut proposer sur son site Internet, d'afficher les tarifs et d'aller jusqu'à la souscription en ligne s'il le sou-

haite», indique Jehan de Castet, président et fondateur de Courtanet. Cette option de souscription en ligne reste très peu souscrite. «Bénéfit Web permet de réduire considérablement les tâches administratives des affaires nouvelles des particuliers car c'est l'internaute qui remplit lui-même les informations», ajoute la société.

«Plus de 1.500 cabinets de courtage sont équipés de Benefit dont 350 en licence payante, poursuit Jehan de Castet. Nous comptons une quinzaine de compagnies référencées tous secteurs confondus dont 9 en assurance automobile.» Parmi les partenaires, AGF, April, Autofirst, Axa, Covéa Risks, Gan, Generali, Solly Azar. L'actionnariat de Courtanet est réparti entre

le management (65%), le groupe Verspiere (25%) et des investisseurs privés (10%).

Un site grand public pour Courtanet

Courtanet étend son activité avec un site Internet destiné au grand public, www.assuremieux.com, en assurance auto, santé et habitation. Dans la version actuelle, ce site permet à l'internaute de connaître les coordonnées d'un courtier proche de son domicile. Certains courtiers proposent une fonctionnalité de devis en ligne avec la possibilité pour l'internaute d'obtenir une sélection de plusieurs offres et de les comparer à partir du prix et des principaux niveaux de garanties. Les fonctionnalités sont amenées à évoluer et une version plus complète sera proposée d'ici l'été 2009. Jehan de Castet explique ce qui a conduit à la mise en place de ce site : «De plus en plus de courtiers achètent des fichiers de prospects internautes. Aujourd'hui, ils ne sont pas satisfaits de ce service. Plusieurs motifs d'insatisfaction ressortent tels que les lourdeurs administratives, les nombreuses ressaisies de données, le manque d'exclusivité des fichiers achetés d'où le lancement de ce site.» Un comité de pilotage constitué d'une vingtaine de cabinets de courtage, contribuera aux orientations du site. «Nous avons vocation à devenir l'un des sites Internet leader en assurance en France, conclut Jehan de Castet. Nous visons 300.000 visiteurs uniques par mois à partir de fin 2009-début 2010». ■

Nathalie FOULON

Trois questions à

Thierry Boisbouvier, président de Kelassur et de Kelassur Partenaire

- Qu'est-ce qui vous a conduit à proposer ce site Internet B to B ?

L'idée est d'offrir un service intégré aux courtiers et de leur permettre ainsi de répondre à leur obligation légale d'être multimarque. Beaucoup de courtiers utilisaient déjà notre site Internet Kelassur. Autant, alors mettre en place un service à part qui leur est adapté.

Ce tarifificateur permet aux courtiers de gagner du temps, en diminuant la durée de saisies des données concernant le prospect. En effet, le courtier ne renseigne ces données qu'une seule fois, et non plus pour chaque compagnie. Par ailleurs, le prix doit être rapproché d'une qualité de services.

Sur le site Kelassur.fr, nous attribuons une note pour chaque offre. Pour les professionnels, nous ne proposons pas de notation, nous réfléchissons pour un système de scoring personnalisable en fonction du courtier.

- Combien de partenaires comptez-vous pour ce site ?

Nous avons déjà une quarantaine de marques partenaires via le site B to C Kelassur. Il est alors facile de transposer ces offres du site B to C vers celui B to B, même si toutes ne sont pas déclinables sur le nouveau site. Parmi les 40 partenaires du site Kelassur, plus d'une dizaine sont déjà en ligne sur le site www.kelassur-partenaire.fr. Nous pensons atteindre une vingtaine dans les trois-quatre prochains mois, puis nous étendrons le nombre d'offres proposées à partir de la recherche de nouveaux partenaires.

- Quels sont les retours commerciaux et les derniers développements de votre site grand public Kelassur ?

Nous réalisons actuellement une refonte de notre système informatique qui sera achevée en juin 2009 et qui permettra de proposer des services plus intégrés. Nous attendons que cette refonte soit finalisée pour réfléchir à proposer de nouvelles offres telles que la prévoyance, des assurances chiens chats. Concernant l'évolution de notre activité, nous avons enregistré une légère augmentation de notre trafic et de notre chiffre d'affaires (CA 2008 de près de 4,2 M€). Nous enregistrons en moyenne près de 45.000 demandes de devis par mois principalement en santé.

Un contrat spécifique pour Kelassur

Parmi les offres santé proposées via les comparateurs www.kelassur.com et kelassur-partenaire.fr, le contrat Callys Santé, créé spécifiquement par la mutuelle SMIP pour Kelassur (rattaché à la marque commerciale Callys Assurances, créée par Kelassur Gestion), une complémentaire santé «low cost». Ce contrat qui comporte une franchise annuelle de 50 € par bénéficiaire, est axé sur les garanties hospitalisation. Plusieurs postes tels que les dépenses optiques, les prothèses dentaires ainsi que la pharmacie à 35% ne sont pas couverts par cette complémentaire santé.