

QUAND L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE se met au service des assurances

Start-up spécialisée dans l'assurance, l'intelligence artificielle (IA) et le machine learning, Zelros aide les assureurs à optimiser deux processus stratégiques : l'aide à la vente et à la gestion des sinistres. **Rencontre avec Christophe Bourguignat, CEO de Zelros**, qui nous en dit plus.



Christophe Bourguignat

Comment est née Zelros ?

Zelros est le fruit de la rencontre de trois personnes : Fabien Vauchelles, qui est notre directeur technique (CTO) ; Damien Philippon notre COO, qui nous apporte sa connaissance sur toute la partie business, et moi-même expert en machine learning et en IA. Le succès de notre modèle repose notamment sur la complémentarité de nos profils et de nos compétences. Pendant trois ans, nous avons développé la société en auto-financement et nous avons étoffé, au fur et à mesure, notre portefeuille client, qui inclut aujourd'hui des acteurs comme la MAIF, CNP Assurances, Natixis Assurances. Aujourd'hui, nous avons plus d'une vingtaine de collaborateurs. Depuis le lancement de la société en 2016, nous avons doublé de taille et de chiffre d'affaires chaque année.

Sur le marché de l'assurance quel est le positionnement de votre start-up ?

Nous avons développé une solution dite d'assureur augmenté. Notre vision est que, demain, un assureur performant alliera à la fois l'expertise humaine, métier et technologique, notamment l'IA et le machine learning. En parallèle, nous pensons que les assureurs qui ne s'approprient pas ces technologies auront plus de mal à se réinventer, à être efficaces et performants sur le marché. Néanmoins, le recours à l'IA sans la dimension humaine n'est pas une approche viable et ne pourra également pas satisfaire le client final.

C'est de ce constat qu'est née l'idée d'un assureur augmenté qui alliera l'aspect humain à l'IA. À terme, dans le domaine de l'assurance, nous pensons aussi que 100 % des processus des assureurs seront automatisés et seront gérés par des systèmes cognitifs, tels que ceux que nous proposons.

En termes de solutions, comment cela se traduit-il ?

Nous avons fait le choix de nous positionner pour commencer sur deux axes. D'abord, l'aide à la vente. Nous avons déjà équipé plusieurs milliers d'employés. L'idée est de les aider à présenter le produit d'assurance de manière optimale afin de maximiser l'adéquation entre le produit proposé et le besoin du client, et par conséquent d'augmenter le niveau de satisfaction de ce dernier. La solution s'appuie sur le machine learning, c'est-à-dire que nous entraînons les machines, à partir de nos données sur les processus de vente, pour que les

recommandations faites au client soient le plus pertinentes possible. Cette approche est, d'ailleurs, en cohérence avec la Directive sur la Distribution de l'Assurance (DDA) qui impose aux acteurs de l'assurance de proposer à leurs clients des produits selon leurs besoins.

Le second axe tourne autour du processus de gestion des sinistres. Toujours en nous basant sur le machine learning, nous allons aider les gestionnaires de sinistres à prioriser les sinistres en fonction de leurs complexités. Notre objectif est de leur permettre d'avoir une gestion plus proactive des sinistres en attente de traitement. C'est aussi un moyen pour le gestionnaire d'avoir une visibilité sur les sinistres qui vont lui demander plus de temps dans leur traitement.

Plus particulièrement, quelle est votre approche de l'IA ? Comment la mettez-vous au service des assurances ?

Concrètement, nous entraînons les algorithmes sur des historiques de vente ou de gestion des sinistres. Parce que nous sommes spécialisés sur le domaine de l'assurance, que nous maîtrisons l'aspect technologique et que nous disposons des données à exploiter, nous pouvons réduire le déploiement de la solution à environ 2 à 3 mois, ce qui permet de gagner 4 fois plus de temps que si nous étions sur une approche traditionnelle de data science ou de machine learning.

À cette première partie qui est totalement invisible pour le collaborateur s'ajoute un volet visible qui est installé sur son poste de travail : un robot intelligent qui prend la forme d'une interface conversationnelle, similaire aux

applications de la vie quotidienne comme Messenger, WhatsApp.... Les technologies de traitement du langage vont permettre aux collaborateurs d'interagir avec l'assistant en langage naturel, de manière fluide pour un usage facilité et simplifié.

Actuellement, nos solutions ont été déployées en aide à la vente sur l'assurance habitation et en aide à la gestion des sinistres pour l'assurance emprunteur et l'assurance vie.

Quels sont vos principaux enjeux sur le moyen et long terme ?

2019 s'annonce déjà comme une année de transition, notamment dans le cadre de la levée de fonds que nous avons annoncée en fin d'année dernière. Il s'agit d'une levée de fonds de 4 millions d'euros qui va nous donner accès à des moyens supplémentaires pour développer, et doubler notre capacité en R&D. Nous prévoyons de recruter une quarantaine de personnes en 2019 tous métiers et spécialités confondus.

À cela s'ajoute l'enjeu du développement commercial. Dans ce cadre, nous allons nous doter d'une équipe commerciale qui va nous permettre d'accélérer notre développement en



France et de nous attaquer au marché européen, avec pour cible prioritaire l'Allemagne.

Nous sommes aussi très vigilants sur le côté éthique de nos solutions, parce que l'IA peut susciter certains fantasmes et des interrogations sans limites. Nous travaillons ainsi avec plusieurs groupes de travail en France et à une échelle européenne sur des sujets comme la transparence, l'éthique ou encore le caractère non biaisé des algorithmes.

Quelques mots sur votre récente levée de fonds ?

Nous sommes très satisfaits de cette levée de fonds et notamment des investisseurs qui ont fait le choix de nous accompagner. Hi Inov est le principal investisseur.

Il est aussi français. Il est spécialisé dans l'accompagnement de start-ups positionnées sur un modèle B2B et qui ont pour ambition de réinventer une industrie. Pour donner une dimension internationale à notre développement, notre second investisseur est allemand. Il s'agit de 42CAP. Enfin, parce que nous voulions aussi pouvoir nous appuyer sur un investisseur ultraspécialisé dans l'assurance et dans le domaine de la Fintech, notre cœur de métier, le troisième et dernier investisseur est Astorya.vc.

Et pour conclure ?

Au sein du collectif French Data, nous allons prendre part à l'organisation de la 3^e édition de l'événement DataScience Olympics (ex Meilleur Data Scientist de France), en mai prochain. Il s'agit du plus grand rassemblement d'experts de la donnée et en data science, qui sera en duplex entre Berlin et Paris. ×

