

Qiti, pour s'assurer EN TOUTE QUIÉTUDE

L'insurtech niçoise résout le problème de l'assurance santé et des assurances de prêts des personnes vivant hors de leur pays d'origine.

La promesse de Qiti ? Aider en quelques clics seulement les 66 millions de personnes vivant hors de leur pays d'origine à s'assurer. À commencer par les 2,5 millions de Français résidant à l'étranger. Trouver une assurance santé internationale ou une assurance de prêts répondant à ses besoins peut vite virer au cauchemar. D'autant que désormais, seuls 10 % des expatriés sont envoyés à l'étranger par leur employeur ; les 90 % restants doivent se débrouiller par eux-mêmes dans des pays dont la logique assurantielle diffère de la France. Il en va de même pour les assurances de prêts ; les banques se montrant parfois frileuses.

C'est à ce problème que s'attaque Christophe Brémard, assureur à Nice depuis vingt-cinq ans. Avec Claudie Croizet – dirigeante de l'agence de communication Mouvement Com et présidente du réseau Initiative Nice Côte d'Azur –

et un troisième associé expert en intelligence artificielle, il crée Qiti à Nice en avril dernier et le site vient tout juste d'être mis en ligne.

Comme en France

L'objectif de l'insurtech qui a établi des partenariats avec de nombreuses compagnies d'assurances de par le monde est de fournir à l'expatrié, au non résident et à leur famille le contrat qui correspond à leurs besoins et qui leur offre la meilleure garantie. « En se connectant sur le site, ils peuvent s'assurer comme s'ils étaient résidents en France », expliquent Claudie Croizet et Christophe Brémard. Le tout en répondant à quatre questions posées par l'assistant virtuel intelligent de Qiti qui a fait l'objet d'un brevet à l'INPI. « On propose très rapidement, généralement dans l'heure, trois contrats au client » qui n'a plus qu'à faire son choix.

Derrière cette apparente simplicité, une intelligence artificielle

qui se met progressivement en place. Elle analyse et compare les contrats selon les spécificités géographiques, la situation politique et surtout les met à jour régulièrement. « Dans les pays en guerre et/ou fragiles politiquement, les conditions d'assurances évoluent et c'est le devoir du courtier que d'offrir du conseil », insistent les deux dirigeants.

Forte croissance

Qiti dont le modèle d'affaires est basé sur une commission de 10 % a déjà des clients « vingt rien qu'au mois d'août, du bouche-à-oreille, alors que le site n'était pas encore lancé », sourit Christophe Brémard qui en prévoit cent à fin décembre puis de multiplier le chiffre par dix chaque année pendant trois ans. « Nous visons un chiffre d'affaires de 4,5 M€ à la fin 2024. » Si le président de la startup niçoise se mon-



Qiti ? Un nom qui inspire la quiétude, précisent Claudie Croizet et Christophe Brémard, respectivement DG en charge de la communication et marketing, et président.
(Photo K.W.)

tre aussi confiant, c'est à cause du « fort développement des étudiants, très mobiles, et des travailleurs nomades qui partent travailler six mois ou un an à l'étranger ». Ce qui lui permet d'envisager une levée de fonds d'environ 1,5 M€ en 2022. Pour l'heure, Qiti entend se développer aux États-Unis, Royaume-Uni, Espagne et Allemagne avant de viser la Suisse, le Japon, la Hollande, Belgique et le Mexique. « 80 % des expatriés français sont concentrés dans vingt pays. »

Pour un monde meilleur

Qiti ne se cantonne pas à rendre meilleure la vie de ses clients ex-

pats'. Très impliqués dans la vie associative, les trois fondateurs ont décidé de redistribuer 5 % du montant de la première cotisation d'un client à des actions humanitaires (dont la Fondation Lenval qui accompagne les enfants malades, Musicamada qui construit des écoles à Madagascar et Captain Darwin qui sensibilise les populations aux dérèglements climatiques) ou à des associations de son choix. Claudie Croizet et Christophe Brémard de préciser : « Une contribution qui évoluera au gré de notre croissance. » En toute quiétude.

KARINE WENGER
kwenger@nicematin.fr

<https://qiti.eu/>