



Sébastien Fredeau, directeur général d'Alan en Belgique, et Mario De Vry, membre du comité exécutif de Belfius en charge des clients entreprises.

## Soutenu par Belfius, le néo-assureur santé Alan vise le million d'affiliés belges en 2030

Un an après l'entrée de Belfius à son capital, Alan dépasse les 150.000 affiliés en Belgique et séduit plus de 200 entreprises grâce à sa super app santé axée sur la prévention.

**XANDER VLASSEN BROECK**

«L'année 2025 a été une année exceptionnelle pour Alan en Belgique. Nous avons réalisé notre meilleure performance depuis notre lancement ici il y a cinq ans.» Sébastien Fredeau, directeur général d'Alan en Belgique, n'est pas peu fier des performances de l'année écoulée, qui a vu s'enchaîner les succès. «Nous avons franchi la barre des 150.000 affiliés et nous avons plus que doublé de taille.» Rien que ça. Il faut dire que 2025 a marqué un tournant pour cette pépite de la French Tech, qui fête cette année ses dix ans d'existence. Alors qu'il s'était initialement lancé en solo sur le marché belge, le néo-assureur a annoncé en septembre 2024 s'allier à Belfius pour la distribution de son produit d'assurance santé collective pour les entreprises. Dans le même temps, le bancassureur belge avait participé comme principal investisseur à la levée de fonds de 173 millions d'euros d'Alan, alors valorisée quatre milliards d'euros, réalisant pour

l'occasion le plus gros investissement de son histoire.

**Entrée remarquée sur le secteur public**

Pour Belfius, cette opération cadrerait dans son ambition d'occuper une part plus grande du marché des entreprises, comme le rappelle Mario De Vry, membre du comité exécutif de la banque en charge des clients business et corporate et public, en leur offrant des services complets dépassant les produits classiques de bancassurance, y compris dans le segment compétitif des avantages pour employés. Alan y propose une offre complète, avec une clinique numérique dans une application pour smartphone, mettant l'accent sur la prévention, les remboursements rapides, ou encore les challenges comme le nombre de pas (Alan Play) aux côtés des services classiques d'assurance hospitalisation ou ambulatoire. Un an plus tard, les résultats sont au beau fixe, tant pour Alan que pour Belfius, qui représente plus de la moitié de la croissance de l'assureur (plus de 200 entreprises et 50.000 nouveaux affiliés via Belfius en un

an). Il a d'ailleurs décidé de ne plus distribuer que son produit sur le segment de l'assurance-santé pour les entreprises, et de l'adopter pour son propre personnel et leurs familles (plus de 15.000 personnes). Ceux-ci sont ainsi devenus par la force des choses des ambassadeurs d'Alan auprès de leurs clients, explique Mario De Vry. «Ils sont souvent bluffés eux-mêmes par le produit. C'est notre meilleur argument de vente.» «Grâce à ce partenariat avec Belfius, qui amène de la confiance dès le départ à nos clients, nous avons signé des contrats majeurs avec Lotus Bakeries, Plopsa, Icare, et bien d'autres», pointe de son côté Sébastien Fredeau.

**«Non seulement le remboursement est hyper efficace, mais aussi l'association avec les médecins, la concentration sur les maladies mentales, sur les maux de dos...»**

**LAURENT GOUEMANT**  
MEMBRE DU COMITÉ DE DIRECTION  
DE BELFIUS INSURANCE ET RESPONSABLE  
VIE ET PENSION

«Nous avons aussi fait une entrée remarquée sur le secteur public où nous avons remporté des appels d'offres pour plus de 20.000 affiliés, face aux acteurs historiques, avec des clients comme la confédération des syndicats chrétiens (CSC), la province d'Anvers et une quinzaine de communes, dont les villes de Hal et Ostende.» Pour rappel, en France, Alan a aussi convaincu les services du Premier ministre, et même le ministère de l'Économie et ses plus de 130.000 agents.

**«Ce que fait Alan, personne ne le fait»**

Qu'est-ce qui convainc tous ces clients de migrer vers Alan, dans un marché de l'assurance-santé marqué par une forte inertie et de longs contrats? Pour Laurent Goudemant, membre du comité de direction de Belfius Insurance et responsable vie et pension, c'est tout simplement parce que «ce que fait Alan, personne ne le fait». «Non seulement le remboursement est hyper efficace, mais aussi l'association avec les médecins, la concentration sur les maladies mentales, sur les maux de dos... Personne ne fait cela sur le marché.»

Force est de constater que ses concurrents belges sont en effet loin d'être à niveau. Si des poids lourds comme AG Insurance ou DKV proposent des remboursements rapides via une application ou d'autres services proches d'Alan, aucun ne dispose d'une offre intégrée sur le plan numérique et en matière de prévention. Alan se montre dès lors très ambitieux pour les années à venir. «Nous avons une dynamique très forte avec un pipeline conséquent grâce aux clients de Belfius. Dans un marché où les cycles de décision sont habituellement longs, convaincre aussi vite valide clairement la pertinence de notre approche», admet Sébastien Fredeau. «Maintenant, nous allons consolider pour aller beaucoup plus loin. Il y a une vraie opportunité dans la santé, même si c'est un sujet sensible et que nous avons une approche disruptive.» Le néo-assureur, qui totalise un million d'affiliés sur ses quatre marchés (France, Belgique, Espagne et Canada) et 750 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel récurrent, espère ainsi atteindre le million d'affiliés en Belgique d'ici à 2030 (soit près de 20% de ce marché). Rendez-vous pris.

**«Grâce à ce partenariat avec Belfius (...) nous avons signé des contrats majeurs avec Lotus Bakeries, Plopsa, Icare...»**

**SÉBASTIEN FREDEAU**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ALAN EN BELGIQUE