



Mai 2021

Positionner une FinTech française dans l'écosystème des licornes asiatiques : l'ambition partagée de Business France et Caarea

Quelles opportunités présente le marché asiatique pour une FinTech française ? Pour le savoir, Caarea s'est embarquée dans un tour des grands marchés asiatiques, aux côtés de Business France. Un « FinTech Tour Asean » qui démontre, comme l'explique Maxime de Braquilanges, International Trade Advisor chez Business France, que les FinTech françaises comme Caarea ont une place à prendre aux côtés des licornes locales.



Le FinTech Tour a couvert Singapour, la Malaisie et l'Indonésie. Des marchés qui comptent déjà de nombreuses licornes et FinTech mondiales. Y a-t-il de la place pour celles françaises ?

Maxime de Braquilanges : Singapour est souvent considéré, à tort, comme l'unique hub FinTech de la région du sud-est asiatique.

Le dynamisme en matière de solutions FinTech est plus global. Plus de la moitié des licornes de la région ont vu le jour en Indonésie et la startup bénéficiant de la plus haute valorisation boursière fut créée dans les rues de Kuala Lumpur, en Malaisie. Alors Singapour est certes le principal marché, mais non l'unique.

Le principal, car il est soutenu par plus de 150 *venture capital*, prêts à investir dans les quelques 600 FinTech innovantes, mais également par ses deux fonds souverains (GIC et Temasek) qui gèrent à eux deux plus de 320 milliards de dollars d'actifs. En général, les startups ne choisissent pas Singapour pour son marché intérieur de seulement 5,5 millions d'habitants, mais davantage pour sa facilité à faire des affaires. Pour rappel, la Cité-Etat figure au 2^{ème} rang mondial du classement *Doing Business 2020* et cela s'illustre par la rapidité à enregistrer une société (moins de 10 jours en moyenne), le faible taux d'imposition ou encore l'excellence de son système bancaire. Une entreprises FinTech pourra donc aisément développer son produit dans un environnement d'affaires stimulant et fiscalement avantageux, mais devra rapidement intégrer l'export de sa solution dans les pays avoisinants. Cette stratégie se lit par exemple au travers des nombreux *headquarters* présents à Singapour.

Face au marché singapourien, considéré par certains comme saturé, la Malaisie peut figurer comme une véritable alternative pour les acteurs de la FinTech. Distante de seulement 4h en voiture de Singapour, la capitale Kuala Lumpur offre de nombreux avantages : un marché intérieur plus large (32,5 millions d'habitants) ; une facilité à faire des affaires (12^{ème} rang mondial) et une forte bancarisation de sa population (92%), qui affiche également le 2nd PIB/habitant le plus élevé de la zone (11 500 USD/habitant en 2020). Alternative à Singapour et pays-frère de l'Indonésie - la majorité de sa population est également de confession musulmane et le dialecte malais est proche de l'indonésien-, la Malaisie est définitivement le choix du compromis.

Enfin, le géant indonésien s'impose comme la première économie de la zone. Soutenue par une puissante demande intérieure (267 millions d'habitants en 2020), essentiellement concentrée sur l'île de Java (60% du PIB indonésien), le pays archipel profite d'une reconnaissance de sa scène tech. Cette dernière s'incarne par les succès de licornes telles que Gojek, Tokopedia, Bukalapak, Traveloka, OVO, ou encore la dernière J&T Express. Avec pas moins de 400 entreprises FinTech référencées, l'Indonésie tire profit des acteurs agiles œuvrant pour l'un des défis majeurs de son temps : l'inclusion financière de sa population. Une entreprise FinTech trouvera donc son public, ainsi qu'un sponsor en local appuyant son produit. Mais elle peut se heurter à une difficulté à développer ses affaires, freinée par la lourdeur de la bureaucratie indonésienne.

Business France a organisé le Virtual FinTech Tour ASEAN 2021 dans l'optique de mettre en lumière ces deux marchés, malaisien et indonésien, souvent considérés comme secondaires. L'opportunité fut donnée d'informer, conseiller et connecter les entreprises françaises de la FinTech auprès de leurs partenaires locaux. Ainsi, l'InsurTech Caarea, à l'image de Shift Technology, Ledger ou encore Younited Credit avant elle, a pu mettre en avant son savoir-faire technologique et confirmer son intérêt pour ces marchés à haut potentiel.

Quels sont les atouts de Caarea pour s'imposer sur ces marchés, en quoi son offre apporte une valeur ajoutée ?

Ces trois marchés sont différents, au même titre que l'ASEAN l'est de manière générale. On ne pratique pas les affaires de la manière en Indonésie qu'à Singapour. Caarea l'a bien saisi en offrant un produit qui s'adapte parfaitement aux spécificités culturelles des différents marchés abordés, sa stratégie fut ainsi bien différente en Thaïlande, en Corée du Sud ou en Chine. Cette adaptabilité de son produit est une force et ses références clients dans cette zone géographique jouent en sa faveur.

Ensuite, Caarea profite - notamment en Indonésie et en Malaisie - d'un marché en pleine explosion : le marché des véhicules d'occasion. Cette tendance s'explique par (1) le manque d'attractivité prix des véhicules neufs et (2) l'usage croissant des services VTC proposés par les licornes Grab ou Gojek. Ce marché reste sous-exploité par les acteurs de l'assurance, qui privilégient la couverture de véhicules neufs, car plus rentables. De plus, un bon nombre d'incidents mécaniques reste résolu à l'amiable.

Enfin, Caarea peut s'appuyer sur des outils de veille réglementaire lui permettant de rester informé de l'évolution de l'industrie automobile et de son cadre réglementaire, notamment dans la production et la vente de véhicules électriques. Par exemple, le Président Indonésien Joko Widodo compte bien tirer profit de son potentiel en nickel (21 millions de tonnes métriques, soit le plus grand producteur mondial), afin de faire du pays-archipel le hub mondial de la voiture électrique d'ici 2030. Ce potentiel sera pleinement exploité si la demande intérieure en véhicules électriques se développe et c'est là tout l'enjeu des partenariats stratégiques signés avec les licornes. Ainsi, Grab Indonesia a lancé en janvier 2021 "*GrabCar Elektrik*", en partenariat avec Hyundai, tandis que Gojek travaille avec l'entreprise d'Etat Pertamina pour le développement d'un projet pilote dans le Grand Jakarta.

Ainsi, l'adaptabilité de l'offre de Caarea, sa capacité à répondre à une offre grandissante et sa mise en place d'une veille réglementaire sont autant d'atouts qui lui permettent de se positionner durablement sur ces trois marchés. L'agilité de l'InsurTech Caarea est un argument à mettre en avant, notamment auprès des licornes qui peuvent se révéler être des clients, mais également des intermédiaire d'affaires.



CAAREA