

Héloïse Bridault

Good vibrations

Après des expériences chez Allianz et Wakam, Héloïse Bridault s'est lancée en solo avec la création d'Okoa, une InsurTech qui veut mettre à l'honneur le service dans la gestion des sinistres.

Par Louis-Christian de Baudus

Sinistre : adjectif synonyme de triste et ennuyeux. » Si le dictionnaire consentait à passer quelques minutes avec la pétillante Héloïse Bridault, nul doute qu'il changerait d'avis. Car avec Okoa, la start-up qu'elle a lancée en septembre 2024, cette ancienne d'Allianz et de Wakam n'ambitionne rien d'autre que de « réenchanter la gestion de sinistres ». Du pain sur la planche ? Pour cette passionnée de surf, ce n'est pas un problème. *Fun fact* : c'est d'ailleurs de son sport de prédilection qu'elle tire le nom Okoa. « Il signifie "différente" en hawaïen. Je trouvais ça chouette d'injecter les valeurs d'empathie et les "good vibes" venues du surf dans l'assurance », explique-t-elle. Mais aimer la mer n'empêche pas d'avoir les pieds sur terre. Héloïse Bridault s'appuie en effet sur douze ans d'expériences aussi solides que diverses dans l'assurance.

FRUSTRATION

Quand on remonte le fil de l'eau, c'est l'obtention d'un master 2 en droit des assurances, obtenu en 2012 après un master 2 en droit maritime, qui lui ouvre les portes du secteur et du groupe Allianz. D'abord par le prisme des grands risques et d'Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS), puis par celui de l'audit interne chez Allianz France. Une aventure qui prend fin en 2018. « Avec l'audit, je constatais ce qui n'allait pas, mais j'étais frustrée de ne pas pouvoir mettre en œuvre ce qu'il aurait fallu faire », avoue-t-elle. Elle se dirige alors vers le conseil et Leed Consulting. Mais l'épanouissement n'est pas total. « C'était parfois frustrant d'être externe et de ne pas pouvoir suivre la vie des projets de l'intérieur. Et puis, quand je n'étais pas d'accord avec la décision des internes, mes boss me disaient "ce n'est pas grave, tu factures quand même". Et ça ne me convenait pas du tout comme mentalité », livre-t-elle. En 2020, Héloïse Bridault prend alors le chemin de Wakam, qui lui propose de monter le département des opérations. Une expérience décisive. « Je suis partie d'une page blanche dans une société où, à l'époque, tout était possible. Il suffisait d'avoir une bonne

PARCOURS

- **2012-2014** : rotation au sein des départements indemnisation, souscription et réassurance d'Allianz Global Corporate & Specialty à Paris, Munich et Londres dans le graduate program du groupe.
- **2014** : chef de projet international et juriste aviation chez Allianz Global Corporate & Specialty
- **2016** : auditrice interne senior chez Allianz France
- **2018** : consultante senior puis manager chez Leed Consulting
- **2020** : Operations Team Leader puis Head of Operations and Partnerships Audit chez Wakam
- **2024** : fondatrice d'Okoa



« Sans mes années chez Wakam, je n'aurais probablement jamais créé mon entreprise. »

idée pour pouvoir la mettre en pratique et l'exécuter. C'était vraiment extraordinaire et c'est ce qui m'a donné les armes pour me lancer. Sans ces années chez Wakam, je n'aurais probablement jamais créé mon entreprise », confie-t-elle. Dans son périmètre de directrice des opérations, elle se frotte à la satisfaction client, aux réclamations et aux avis Google. Et constate les dégâts d'image qu'un sinistre mal géré peut occasionner auprès des clients et des assurés. « Les gestionnaires de sinistres sont des techniciens. On ne peut pas leur demander de faire du service, parce que ce n'est pas du tout le même métier. Je me suis dit que le service, justement, manquait dans la chaîne », raconte-t-elle en évoquant la genèse d'Okoa. Destiné aux compagnies d'assurance, courtiers et agents généraux sur tout le spectre IARD des particuliers et des professionnels, le principe est simple : « Nous intervenons comme le secrétaire privé de l'assuré pour l'aider à déclarer le sinistre, aller chercher une vieille facture auprès d'un fournisseur, décrypter le jargon de l'assurance ou gérer et coordonner les relations avec les tiers », résume Héloïse Bridault. Un service à valeur ajoutée pour l'assureur qui ambitionne aussi d'œuvrer pour l'image de marque du secteur. « J'ai voulu créer quelque chose qui soit positif pour tout le monde. Pour l'assuré qui en bénéficie, mais aussi pour l'assureur qui va améliorer la satisfaction et donc la rétention. Et, avec un bon marketing sur le produit, l'acquisition client », boucle-t-elle. Les débuts sont prometteurs : Héloïse Bridault indique être déjà partenaire du réseau des agents généraux Generali et avoir signé un pilote avec une importante compagnie d'assistance. Et promet de surfer la vague jusqu'au bout de son ambition pour faire d'Okoa « un service incontournable dans la chaîne de l'assurance ». ■