

# INSURTECH MADE IN ITALY

di GIACOMO CORVI

LA CARICA DELLE START UP ITALIANE: NON SI CONTANO PIÙ ORMAI LE REALTÀ APPRODATE NEGLI ULTIMI ANNI SUL MERCATO PER RINNOVARE IL MODELLO DI BUSINESS DEL SETTORE ASSICURATIVO. DA NUOVI SISTEMI DI EMISSIONE A STRUMENTI DI SUPPORTO AL LAVORO DI INTERMEDIARI, PASSANDO PER L'OFFERTA DESTINATA A NUOVE AREE DI BISOGNO: LA FOTOGRAFIA DI UN PANORAMA SEMPRE PIÙ VIVACE

Dici "insurtech" e pensi subito agli Stati Uniti. Magari a quella **Lemonade** che è diventata, nel corso degli ultimi anni, esempio e modello per le start up che si propongono di rivoluzionare il mercato assicurativo con innovativi modelli di business. La società, fondata nel 2015 da **Daniel Schreiber** e **Shai Wininger**, ha spiccato lo scorso luglio il grande balzo: quotazione a Wall Street e valori in rialzo del 139,34% nel primo giorno di contrattazioni. Il prezzo di partenza era fissato a 29 dollari per azione: adesso, intorno alla metà di febbraio, il titolo viaggia stabilmente sopra la soglia dei 150 dollari.

È normale pensare agli Stati Uniti quando si parla di insurtech. Troppo forte il richiamo che arriva da società come Lemonade. E troppo forte pure l'influenza sull'immaginario collettivo di quella culla di innovazione che, non dimentichiamolo, ha dato i natali a colossi del calibro di **Microsoft**, **Apple** e **Amazon**. Eppure, a volte, non serve andare così lontano con la fantasia. Già, perché anche l'Italia vanta ormai un florido e vivace settore delle insurtech. **Yolo**, tanto per citare un caso famoso, ha recentemente tracciato un bilancio dei risultati ottenuti nel 2020. L'intermediario digitale fondato nel 2017 da **Simone Ranucci Brandimarte** e **Gianluca De Cobelli**, lo scorso anno ha avviato le attività in Regno Unito e Irlanda, ha gestito l'emissione di circa 350mila polizze (+270%) e può contare oggi su un catalogo di oltre 50 prodotti e 40 accordi com-

merciali. Nel 2021 ha in programma l'avvio di un progetto nell'ambito dei data analytics con un operatore giapponese e l'introduzione di una soluzione contro i rischi cyber. Intanto, lo scorso luglio, ha concluso un round di finanziamento da tre milioni di euro, guidato da **Neva Finventures** e **Intesa Sanpaolo Vita**. Dall'inizio delle attività i fondi raccolti ammontano a dieci milioni di euro.

## DALL'ITALIA AL MONDO

Altro caso famoso è quello di **Neosurance**. Fondata a Milano da **Andrea Silvello** e **Dario Melpignano**, la società si è fatta conoscere alla fine del 2016 con quella che era stata ribattezzata "la polizza più piccola del mondo", una micro-polizza contro gli infortuni destinata alla community di modelle internazionali **Models Corner**: attivabile per brevi periodi di tempo a fronte di un premio molto contenuto, la soluzione viene offerta in modalità push direttamente sullo smartphone del cliente e prevede assistenza medica e diaria giornaliera in caso di sinistro. Un anno dopo ha trascinato **Axa Italia** nel settore della *instant insurance* con la presentazione di **Al Volo**, una soluzione viaggio pensata per la community di **Tiassisto24**. E nel 2018, dopo la partecipazione al programma di accelerazione del **Plug and Play Tech Center** di Sunnyvale (in California, praticamente nel cuore della Silicon Valley), la società ha annunciato l'ingresso nel mercato statuniten-



se. A testimonianza del fatto che non sempre le novità le importiamo dagli Usa: a volte fanno anche il giro inverso.

L'insurtech, guidata dal ceo **Pietro Menghi**, ha raccolto complessivamente nel corso degli anni circa tre milioni di euro. L'ultima infornata è arrivata lo scorso aprile, con un'iniezione di nuovi capitali per 1,1 milioni di euro a cui hanno partecipato **Net Insurance**, **Luiss Alumni 4 Growth** e un gruppo di investitori guidato da **Mezzetti Advisory Group**.

## L'INTERESSE DEGLI OPERATORI

Yolo e Neosurance sono forse gli esempi più noti del panorama italiano delle insurtech. Ma non certo gli unici. Tante, a decine secondo alcune stime, sono infatti le realtà che hanno fatto il loro ingresso nel mercato negli ultimi anni. Troppe per pensare di poterle passare in rassegna tutte quante in maniera precisa e puntuale. A riprova del fatto che anche in Italia esiste e fiorisce un vivace mercato delle insurtech.

Nel già citato settore della instant insurance c'è per esempio **Poleecy**, un'insurtech che ha lanciato una piattaforma digitale per l'offerta di micro-polizze. Grazie a tecnologie di geolocalizzazione, machine learning e blockchain, la società è in grado di offrire al cliente soluzioni che coprono rischi di breve durata: come si legge sul sito della società, le polizze sono attivabili "in quattro semplici click tramite il tuo smartphone per

proteggerti ovunque tu sia". Nel 2018 la società ha annunciato l'avvio di un sodalizio con **European Brokers Assicurazioni**, socio fondatore di **Global Broker Network**, che ha lanciato l'insurtech nel panorama internazionale. Poleecy non è l'unica realtà ad aver attirato l'interesse degli operatori tradizionali del settore. Nel 2019, tanto per citare un altro caso famoso, il broker **Bridge Insurance Services** ha lanciato **viteSicure**: sviluppata grazie all'investimento del fondo di venture capital **Aleph Finance**, la società si è presentata come la "prima insurtech italiana retail dedicata al ramo vita". All'inizio dell'anno l'incubatore **Digital Magics** ha annunciato il suo ingresso come azionista nel capitale di Bridge Insurance Services: l'iniziativa, come spiega una nota, "costituirà un supporto fondamentale per l'aumento di capitale che viteSicure prevede di fare nel corso del 2021".

## NUOVI MODELLI DI BUSINESS...

L'interesse degli operatori tradizionali è dettato soprattutto dalla capacità delle insurtech di elaborare nuovi modelli di business sfruttando innovative tecnologie digitali. **Profilo Assicurativo**, società entrata nel portafoglio di Digital Magics, ha per esempio sviluppato una piattaforma digitale per la commercializzazione di prodotti assicurativi. Il processo di vendita si basa su tre step. Si parte con la definizione di un'identità assicurativa, una sorta di avatar digitale che consente

di valutare l'esposizione al rischio del cliente. Si prosegue con una consulenza di primo livello che, attraverso una consolle di gestione, fornisce un'indicazione preliminare sulle attività che possono essere realizzate per limitare l'esposizione al rischio. E si finisce con un negozio assicurativo in cui l'avatar incontra soluzioni in linea con le proprie esigenze e con le proprie capacità di spesa. Sempre rivolto al cliente finale è l'innovativo modello operativo di **Lokky**, broker digitale che nel 2019 ha siglato una partnership commerciale con **Aviva**. L'insurtech, che lo scorso ottobre ha chiuso un round di finanziamento da circa un milione di euro, ha sviluppato una piattaforma di artificial intelligence e data analysis in grado di comprendere le esigenze assicurative di Pmi, micro-impresе e freelance e di offrire al cliente, sulla base delle evidenze emerse, un prodotto in linea con le necessità della clientela.

Non sempre però il modello di business guarda al cliente finale. **Crea**, conosciuta fino allo scorso novembre con il nome di **Coverholder**, si definisce "un'insurtech mga" e si propone di agevolare gli intermediari nel lavoro quotidiano di distribuzione e sottoscrizione delle polizze assicurative. Nello specifico, attraverso una piattaforma SaaS, la società offre la possibilità ad agenti e broker di ridurre in maniera considerevole il tempo necessario per catturare il profilo di rischio ed emettere il certificato di assicurazione. Alla fine di gennaio ha chiuso un round di finanziamento da oltre due milioni di euro: all'iniziativa ha partecipato anche **Step**, società specializzata in servizi per l'efficientamento della gestione di filiali e punti vendita, con cui è stato annunciato l'avvio di una partnership industriale.

### ... E NUOVE AREE DI BISOGNO

Altro elemento caratteristico delle insurtech è la capacità di sondare mercati poco esplorati dagli operatori tradizionali. Grande attenzione, negli ultimi anni, è stata per esempio rivolta al settore della salute. La start up **MiCuro**, nata lo scorso ottobre su iniziativa di **Maps Healthcare** e selezionata subito per partecipare al percorso dell'incubatore **Vittoria hub**, ha sviluppato una piattaforma tecnologica che offre la possibilità alle compagnie assicurative di promuovere i propri servizi sanitari e di offrire, nel corso del *patient journey*, tariffe esclusive alla clientela. Nello stesso ambito opera poi **VillageCare**, start up che ha realizzato il primo portale nazionale di orientamento e sostegno ai figli che si prendono cura di genitori anziani. La realtà na-



sce dunque come strumento di supporto ai cosiddetti *caregiver* e offre servizi di assistenza a famiglie e imprese: nello specifico, per quanto riguarda il settore assicurativo, la società si propone di arricchire la classica polizza con un servizio a valore aggiunto in grado di accompagnare la clientela in un momento delicato come l'assistenza ai propri genitori.

Altro settore di grande interesse è dato dalla sicurezza informatica. **CyberAngels**, in questo contesto, ha sviluppato un ecosistema insurtech in cui professionisti IT, chiamati appunto *cyber angels*, offrono servizi di consulenza informatica a piccole e micro imprese. Il percorso di assistenza parte dall'assessment dei rischi cibernetici e si conclude con la possibile sottoscrizione di una polizza assicurativa che copra le conseguenze di un eventuale sinistro.

## START UP PER IL BENESSERE

A volte il legame fra insurtech e assicurazioni è un po' come il trucco di un prestigiatore: c'è ma non si vede. O, almeno, non è così immediatamente evidente. È il caso delle tante start up che si propongono di migliorare il benessere delle persone. **Healthy Virtuoso**, in questo ambito, ha per esempio sviluppato una piattaforma che, attraverso la logica della *gamification*, incentiva gli utenti a mantenere uno stile di vita sano e salutare: sbarcata nel 2019 in Regno Unito, la start up si è fatta conoscere con una serie di *health challenge* promosse fra i dipendenti di società come **Telepass**, divenendo parte integrante dei piani di welfare aziendale. Nello stesso ambito è poi operativa **Dacadoo**, start up che realizza per le aziende clienti piattaforme destinate a promuovere il benessere degli utenti e in grado, sulla



base dei dati raccolti, di fornire indicazioni per effettuare un'attività di sottoscrizione assicurativa ancora più precisa e puntuale.

Il benessere non riguarda tuttavia soltanto gli utenti di una piattaforma, ma la società più generale. Ed è proprio quello che si propone di promuovere l'insurtech **Axieme**, attraverso un sistema di *giveback* sull'assicurazione non utilizzata che il cliente può decidere di incassare o di donare a un'associazione no profit: all'inizio dell'anno, in occasione del *Giveback Day*, la start up ha raccolto le donazioni dei possessori di *quixa smart dog & cat*, polizza animali di **Quixa Assicurazioni**, e le ha devolute al **Banco Italiano Zoologico Onlus**.