

INSURTECH, PICCOLE E INNOVATIVE

di GIACOMO CORVI

UN MERCATO IN CRESCITA, FRA NUOVE TECNOLOGIE E POSSIBILI ACCORDI CON COMPAGNIE TRADIZIONALI. LA FORZA DELLE START UP, SECONDO CRISTIANO MASTRANTONI, RESEARCH MANAGER DI CETIF, RISIEME NELLA CAPACITÀ DI APPLICARE VALORE AL SETTORE ASSICURATIVO

L'innovazione nel settore assicurativo trova la sua massima espressione nelle *insurtech*, start up che sfruttano le potenzialità delle nuove tecnologie per rinnovare i tradizionali flussi di lavoro. Uno dei casi più famosi è quello di **Lemonade**, definita anche “la **Uber** delle assicurazioni”, player che offre soluzioni assicurative secondo le logiche del crowdfunding e del *peer to peer*. E tante sono le realtà che sono fiorite nel settore negli ultimi anni. “Se ne registrano oltre 1.100, in più di 54 Paesi, capaci di raccogliere finanziamenti per 17 miliardi di dollari”, spiega **Cristiano Mastrantoni**, research manager di **Cetif**.

TECNOLOGIE A SERVIZIO DEL BUSINESS

A ben vedere, le *insurtech* “non hanno inventato nulla di nuovo”. La loro cassetta degli attrezzi è fatta di *advanced analytics* e *machine learning*, di IoT e *smart advisor*: tutte tecnologie disponibili ormai da qualche anno, già ampiamente sperimentate e sfruttate da colossi del web come **Amazon** e **Google**. Le *insurtech* hanno semplicemente applicato questi strumenti al contesto assicurativo. E, così facendo, sono riuscite a rinnovare “l'intera catena del valore: dallo sviluppo di nuovi prodotti assicurativi alla gestione del sinistro, passando per l'attività di customer service”. Gli esempi possibili sono tanti: **Friendsurance**, giusto per citare un caso, è una start up che applica la sharing economy per abbattere il prezzo delle polizze, attraverso la condivisione dei costi e delle responsabilità dei sinistri.

DIVERSE E COMPLEMENTARI

Al momento, *insurtech* e compagnie tradizionali sembrano vivere in due mondi diversi. Lo dimostra una survey condotta da **Cetif** per verificare quali fossero i fattori giudicati distintivi nell'offerta di servizi finanziari da parte di queste due realtà. La differenza è evidente: se per le *insurtech* contano la velocità di in-



Cristiano Mastrantoni, research manager di **Cetif**

novazione e la customer experience, per le istituzioni finanziarie tradizionali il valore è dato dalla base utenti e dalla capacità di dare sicurezza al cliente. “Sono paradigmi opposti”, spiega Mastrantoni. “E – aggiunge – proprio per questo complementari”.

SE NON PUOI BATTERLE, UNISCITI A LORO

Esiste uno spazio per l'incontro fra queste realtà. **Cetif** arriva a contare sei diversi modelli: iniziative in-house, investimenti attraverso *capital firm*, sostegno a incubatori e acceleratori, partnership su alcuni mercati, acquisizione diretta e operazioni attraverso controllate della compagnia. “Se non puoi sconfiggere il tuo nemico, fattelo amico”, conclude Mastrantoni recuperando una massima di Giulio Cesare. Un sentiero che le compagnie hanno ormai deciso di percorrere: nel 2016 si sono contati 173 accordi fra compagnie e *insurtech* (+42% rispetto al 2015), che hanno generato una raccolta complessiva di 1,69 miliardi di dollari.