

# LARGO ALLE INSURTECH

di GIACOMO CORVI

UNO SGUARDO ALL'UNIVERSO DELLE START UP CHE STANNO RIVOLUZIONANDO IL SETTORE ASSICURATIVO: FRA INNOVAZIONE E NUOVE TECNOLOGIE, SOLUZIONI LEGGERE E DISRUPTIVE, IL SETTORE STA CRESCENDO. UNA NOVITÀ CHE HA ORMAI ACCESO L'INTERESSE DELLE COMPAGNIE TRADIZIONALI



Definire le *insurtech* è impresa ardua. Volendo trovare un tratto comune a tutte queste realtà, si potrebbe concordare con la soluzione proposta da **Andreas Moser**, ceo per l'Italia di **Munich Re**, nel corso del suo intervento al FinTech Stage. “Le insurtech sono società che applicano le nuove tecnologie al contesto assicurativo”, ha spiegato durante la due giorni di confronto e dibattito che si è tenuta a Milano, agli inizi di maggio, negli spazi del Talent Garden Calabiana. Non sempre, tuttavia, la definizione più semplice è anche la più corretta. E ciò appare ancor più evidente nel caso delle insurtech. Universo puntiforme di elementi diversi, il settore annovera al suo interno piccole società e grandi aziende, start up emergenti e realtà strutturate, in cui le differenze sembrano superare i punti di contatto. Anche parlare di un vero e proprio mercato, con i suoi

confini e le sue peculiarità, può apparire improprio. “Condivido la definizione di Andreas e penso che nel futuro tutti i player assicurativi saranno in quest’ottica delle insurtech: ne ho discusso nell’ultimo anno in più di quindici differenti Paesi. Il settore presenta diversi gradi di maturità”, osserva **Matteo Carbone**, esperto di insurtech che ha collaborato alla realizzazione dell’evento, portando a Milano più di venti esperti provenienti da tutto il mondo. “Accanto a segmenti più strutturati, come la telematica nel settore motor – aggiunge – ci sono aree che risultano ancora in fase di sviluppo e consolidamento, e le specificità geografiche sono infinite”. Non stupisce pertanto che, parlando di insurtech, le definizioni possano essere numerose. E tutte ugualmente valide.

## UN SETTORE IN CRESCITA

Tuttavia, in un contesto così fluido e variegato, almeno una certezza c'è: il settore sta crescendo. "Le insurtech lavorano per migliorare i processi nell'industry assicurativa", ha osservato Moser. E dato che "tutto si può migliorare", la crescita non sembra stupire gli addetti ai lavori. "Nel corso degli ultimi anni – rivela Carbone – le insurtech hanno complessivamente raccolto finanziamenti per più di 18 miliardi di dollari". Secondo le serie storiche di **Venture Scanner**, l'anno d'oro per le start up del settore assicurativo è stato il 2014, con una raccolta di oltre 6 miliardi di dollari. Negli anni successivi, com'è naturale, la curva si è appiattita su livelli più bassi: i volumi, tuttavia, sono rimasti decisamente consistenti, con un tasso di crescita annuo del 36% fra il 2011 e il 2016. Nei primi tre mesi del 2017, le insurtech hanno raccolto 417 milioni di dollari in finanziamenti. La parte del leone è stata ricoperta da **Trade Plus 24**, società svizzera specializzata nelle coperture al credito, che è riuscita a raccogliere finanziamenti per 100 milioni di dollari con operazioni di *debt financing*.

## LAVORARE CON LE COMPAGNIE

Anche le compagnie tradizionali sembrano aver compreso il valore delle nuove tecnologie. "Le potenzialità del settore sono chiare, quello che manca è l'*execution*", ha commentato sibillino Moser. Una lacuna che le compagnie stanno cercando di colmare. Anche perché, come ha spiegato **Thomas Braune**, chief executive life

## TEMPO E GRADUALITÀ DI SVILUPPO

Secondo **Florian Grailot**, senior associate di **Axa Strategic Ventures**, il contesto appare favorevole per un'ulteriore crescita delle insurtech. E ciò, quasi paradossalmente, anche in ragione dell'elevata regolamentazione che caratterizza il settore assicurativo. Non c'è dubbio che simili barriere d'ingresso possano costituire un serio ostacolo sul cammino delle insurtech. Eppure, è proprio la loro presenza che sta impedendo (o almeno rallentando) l'entrata nel mercato di colossi del mondo digitale come **Google**, **Facebook** e **Amazon**: senza player in chiara posizione di supremazia, il settore ha la possibilità di svilupparsi in maniera graduale e diffusa, lasciando alle insurtech il tempo e lo spazio di manovra per raccogliere finanziamenti e sviluppare nuove soluzioni.

reinsurance di Munich Re, "i consumatori hanno bisogni nuovi". E, per soddisfarli, "sono necessarie competenze che non sempre sono a disposizione delle compagnie". Secondo **Andrea Pezzi**, direttore innovation & new business solution di **UnipolSai**, "per arrivare a un servizio migliore, è necessario andare oltre i confini del proprio settore". Soltanto in quest'ottica si spiega il rapporto di collaborazione che si sta instaurando fra insurtech e compagnie. "C'è un mutuo interesse a cercare una collaborazione", spiega Carbone. "L'insurtech – continua – è oggi nell'agenda dell'innovazione di tutte le compagnie". E le strade percorribili, per portare la novità all'interno delle realtà più tradizionali, possono essere tante. Munich Re, per esempio, ha lanciato **Mundi Lab**, un incubatore per la ricerca e lo sviluppo di nuove soluzioni tecnologiche. **OctoTelematics**, una delle prime e più famose realtà della *connected insurance*, ha invece costruito la propria fortuna attraverso accordi commerciali con le compagnie. I casi di M&A e finanziamenti attraverso fondi di venture capital si fanno sempre più numerosi. E resta, inoltre, sempre aperta la porta della piena acquisizione. Secondo **Venture Scanner**, nei primi tre mesi del 2017 ci sono stati sette casi di acquisizioni: la più redditizia è quella che ha riguardato **Mobileye**, società israeliana specializzata in dispositivi **Adas**, che è passata a **Intel** per una cifra colossale: oltre 15 miliardi di dollari.



Fonte: Venture Scanner



Fonte: Venture Scanner

## DISINTERMEDIARE...

La distribuzione resta una questione aperta. E sono tanti, soprattutto fra gli intermediari, quelli che vedono nell'insurtech una minaccia al modello agenziale. Secondo **Orazio Rossi**, country president per l'Italia del gruppo **Chubb**, l'intermediazione può arrivare a costituire una barriera per lo sviluppo di nuove tecnologie. "In un mercato soft - ha affermato - la concorrenza si limita al prezzo, ignorando la qualità di servizi che potrebbero portare benefici a tutti". Il nodo è ancora da sciogliere. "È innegabile che l'obiettivo di alcune realtà sia proprio quello di superare l'intermediazione". I comparatori sono un esempio da manuale, ma tante sono le soluzioni che si stanno muovendo in questa direzione. È il caso di **Neosurance**, start up italiana che punta a creare momenti di incontro per l'acquisto di micro-polizze in maniera digitale. "Il nostro obiettivo è offrire la cliente la polizza giusta al momento di giusto, a distanza di un clic", ha commentato il ceo **Pietro Menghi**. "L'agente - ha aggiunto - può essere utile per la fornitura di prodotti più complessi".

## ...O MIGLIORARE LA DISTRIBUZIONE?

L'altra metà del cielo è fatta invece di insurtech che, nelle parole di **Federico Carturan**, fondatore di **RiskApp**, puntano a "sfruttare le nuove tecnologie per agevolare, e rendere più efficiente, il lavoro degli agenti". Secondo Carbone, i margini di miglioramento sono tanti. **Denim**, per esempio, è una start up americana che consente agli agenti di gestire la pubblicità sui so-



## UNA SU TRENTA CE LA FA

“Tutti hanno un piano, almeno finché non ricevono un pugno in faccia”, diceva Mike Tyson. Vale per tutto, anche per le insurtech. Tante sono, infatti, le difficoltà che può incontrare sul suo cammino una start up del settore assicurativo. La scarsa conoscenza del mercato e la mancanza di un adeguato modello di business costituiscono le principali cause di fallimento. Non secondario è, tuttavia, lo scoglio dell'elevata concorrenza che caratterizza il settore. "Pensaci due volte: questo è il primo consiglio che darei a un giovane che volesse lanciare un'insurtech", ha commentato ironicamente Dennis Westerhuis, managing director di Kroodle. "Per ogni idea che possiate avere - ha aggiunto - ci sono almeno trenta società che stanno lavorando a un progetto del tutto analogo al vostro". Il mercato, insomma, fa selezione: solo poche riescono. Le altre sono destinate a fermarsi sul sentiero delle buone intenzioni.

## ARRIVANO GLI INSURTECH TOP 9

Osservare il presente e condividere riflessioni, per scoprire cosa ci riserverà il futuro. Nasce così *InsurTech Top 9*, nuovo gruppo di lavoro e confronto che riunisce nove *influencer* del settore. L'annuncio è arrivato sul palco del Fintech Stage, dalle parole di Florian Grailot, senior associate di Axa Strategic Ventures. "Discutiamo tra noi da tempo di insurtech, abbiamo voluto dare maggior concretezza a questa nostra attività", commenta Matteo Carbone, uno dei membri del gruppo. "Vogliamo contribuire alla promozione della cultura dell'insurtech, stimolando il confronto su queste realtà", aggiunge Carbone. L'obiettivo del gruppo è quello di fornire spazi e momenti di riflessione sull'argomento, attraverso riunioni periodiche del gruppo.

cial network, rispettando le linee guida delle compagnie. "È uno strumento che tutela le peculiarità della realtà locale e, allo stesso tempo, garantisce che i contenuti siano in linea con quanto stabilito dalle società", spiega Carbone.

### CONSIGLI PER ASPIRANTI STARTUPPER

Nessuno si può improvvisare startupper. E ciò vale ancor di più nel contesto delle assicurazioni, settore dalle molteplici peculiarità e dall'elevato contenuto tecnico. La preparazione, in questo senso, è fondamentale. "Avere una conoscenza approfondita delle basi del mestiere è importante per la sopravvivenza di qualsiasi progetto", avverte Carbone. "La mancanza di queste competenze – aggiunge – ha limitato le possibilità di sviluppo di molte delle prime esperienze del settore". Un altro consiglio arriva da Andrea Pezzi, che torna sul tema della collaborazione, e invita le start up a "selezionare un partner che possa aiutarvi al momento del bisogno, lasciandovi tuttavia la possibilità di lavorare e sperimentare in completa autonomia". **Dennis Westerhuis**, managing director di **Kroodle**, punta invece alla dimensione globale raggiunta dal mercato. "La capacità di esportare il proprio modello – ha spiegato



Fonte: Venture Scanner

– è uno dei tasselli fondamentali per lo sviluppo della propria idea: bisogna assumere un'ottica globale".

### IL FUTURO, OLTRE IL FUTURO

È difficile prevedere il futuro delle insurtech: di fatto, significa bypassare completamente l'orizzonte visivo delle compagnie tradizionali. Non sorprende, quindi, che le ipotesi possibili possano essere tante. Nel solo nel campo della *connected insurance*, per esempio, le previsioni spaziano dall'*home insurance* al settore della sanità, fino ad arrivare all'agricoltura. Secondo Carbone, tuttavia, alcuni trend sono ben visibili. "Focalizzate inizialmente sul solo segmento delle *personal lines* – osserva – le insurtech stanno mostrando un crescente interesse verso il mondo delle piccole imprese: prevedo che il passo successivo siano i rischi *corporate*". Anche sulla classica distinzione fra danni e vita, il settore sta cambiando. "Per quanto soggetto inizialmente a un minor interesse – osserva Carbone – le soluzioni vita stanno aumentando. Lo si capisce, per esempio, osservando il mercato americano: in un contesto dove il mercato del vita *puro rischo* ha una magnitudo rilevante e un elevato livello di maturità, anche le insurtech stanno crescendo".