

*Viaggio nelle polizze del futuro (e del presente), tra l'esplosione dell'Insurtech e la nascita di nuovi modelli distributivi* | di **Enrico Colombo**



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

# La trasformazione digitale in compagnia

**L**e nuove polizze? Sono instant, micro e pagabili secondo il modello del pay-per-use. E per di più saranno in buona parte distribuite nella forma della embedded insurance. Insomma, una giungla di anglicismi che insieme dà vita a un neologismo (ormai nemmeno tanto nuovo): l'Insurtech, ossia la fusione di assicu-

razioni e tecnologia. Un insieme composito che da qui al 2030 ridisegnerà completamente il settore, in ambito distributivo, di creazione dei prodotti assicurativi e persino nella gestione delle richieste di indennizzo. E che richiede quindi di fare chiarezza: le polizze instant, sono quelle on demand che si attiva-

no solo in un determinato momento, che coincide con l'acquisto della polizza stessa; le micro, sono ristrette a un periodo temporale ristretto o a un singolo evento; le pay-per-use, sono invece quelle pagabili sulla base del reale utilizzo. Come si diceva, tutte inclusive, ossia offerte congiuntamente a un prodotto o servizio venduto in

## Inchiesta

### L'innovazione del Leone

Quattro domande a Stefano Bison, Group Head of Business Development & Innovation di Generali

**Domanda. Perché una grande compagnia tradizionale collabora con le InsurTech e quali benefici ne può trarre?**

**Risposta.** Per innovare modelli di business, prodotti e servizi, ampliare la base clienti, attivare nuovi canali distributivi, e anche generare efficienza operativa.

Tutto coerentemente al nostro nuovo Piano strategico "Lifetime Partner 24: Driving Growth". In questo nostro approccio di innovazione "pragmatica", non cerchiamo necessariamente innovazioni con effetto tra -diciamo- 5 o 10 anni ma che altresì possono avere almeno un iniziale impatto nell'orizzonte di Piano. L'obiettivo ultimo è rispondere alle esigenze di un cliente che cambia, velocemente, portando progressivamente benefici su tutta la catena del valore assicurativo.

**D. Cosa fa Generali in ambito InsurTech?**

**R.** Principalmente cerchiamo leve di innovazione (operativa, di business, ...) che portino beneficio sul business tradizionale (auto, vita, salute, piccole imprese, ...) e/o che possono portare a creare nuovi prodotti e servizi, ad esempio. Poi ci sono le partnership: collaboriamo con le InsurTech e se vediamo che funziona eventualmente vi investiamo. Tutto ciò anche grazie ai nostri rapporti con acceleratori, incubatori e fondi che ci supportano nello scouting continuativo di opportunità. Abbiamo inoltre lanciato un nuovo fondo di Venture Capital da 250 milioni di € focalizzato proprio sull'InsurTech, con un perimetro globale.

Complessivamente, gli investimenti in tecnologia e digitalizzazione previsti dal Piano ammontano a 1,1 miliardi di € in 3 anni, con

modalità digitale.

Perché i fattori che contribuiranno a far crescere più velocemente il mercato entro il 2030 saranno proprio l'embedded insurance, ovvero le coperture assicurative offerte come servizio aggiuntivo assieme all'acquisto di un prodotto o servizio, i prodotti distribuiti in ottica B2B2C, ovvero in digital bancassurance, ma anche la distribuzione tramite società di telecomunicazione, utility, e-commerce e altri player non assicurativi che integreranno la propria offerta con prodotti assicurativi, con nuovi prodotti per nuovi bisogni, atti per esempio a soddisfare nuove esigenze come la micro mobilità o la sharing economy. Tutti terreni su cui anche in Italia stanno da alcuni anni muovendo i

un aumento del 60% rispetto all'ultimo ciclo strategico.

**D. Più nello specifico su quali progetti state lavorando?**

**R.** La pipeline di progetti è molto ampia e copre tutti i paesi del Gruppo e le linee di business. Solo a titolo esemplificativo, abbiamo in produzione una soluzione per l'automazione del riconoscimento sinistri auto denominata Smart Gallery: una IA che stima i danni e supporta i gestori dei sinistri con un'interfaccia user friendly; in Francia, assieme a Iznès, abbiamo implementato una piattaforma Blockchain per efficientare le transazioni su fondi unit-linked e, in Italia, con Yolo (di cui Generali è anche azionista) lavoriamo per innovare l'offerta dedicata ai canali distributivi non tradizionali (BancAssurance e B2B2C). Ma sono solo alcuni esempi di decine di progetti.

**D. Quali sono i trend futuri dell'industria?**

**R.** Proprio lo sviluppo di nuovi canali distributivi e, in particolare, la cosiddetta "embedded insurance" saranno, a mio avviso, i principali motori di innovazione di business e tecnologica del settore nei prossimi anni. Inoltre, ci aspettiamo molto su mobilità (bici elettriche, scooter, flotte), casa connessa, ma anche sul vita, dove si potranno automatizzare e migliorare grazie all'IA i processi di advisory ai clienti. Altre aree di sviluppo più "di frontiera" riguardano infine le soluzioni per le micro-imprese e per la gig economy, ma anche la cybersicurezza e l'assicurazione applicata al mondo delle crypto e della DeFi (Decentralized Finance - ndr).



loro passi diverse startup pioniere (riunite nella tabella di pagina 36) e sulle quali si affacciano con interesse e una discreta dotazione di capitali anche i campioni nazionali delle polizze tradizionali (Capital ha raccolto l'esperienza di due di loro nei box di queste pagine).

Ma non è ancora finita, perché grazie alla continua ricerca e all'aumento degli investimenti in tecnologie

quali l'Intelligenza Artificiale, il cloud computing e l'uso dell'apprendimento automatico si stanno sviluppando nuove soluzioni, come l'offerta di polizze ultra personalizzate e le assicurazioni sociali. L'utilizzo di nuovi flussi di dati da di-

spositivi abilitati a internet potrebbe inoltre consentire di valutare dinamicamente i premi.

#### Le proporzioni del fenomeno

La transizione digitale nel settore assicurativo sta accelerando: se a livello mondiale nel 2020 le polizze digitali (un universo composto dalle assicurazioni dirette, ossia quelle vendute da compagnie che operano solo onli- ►

## La nuova via di Intesa

Colloquio con Alessia Truini, Responsabile Digital Transformation, Innovation & Analytics di Intesa Sanpaolo Vita



**Domanda. Qual è il vantaggio principale di collaborare con le Insurtech per una compagnia tradizionale?**

**Risposta.** Le collaborazioni con il mondo insurtech promettono tecnologia facile da integrare (a condizione che i propri sistemi core system siano abilitati al mondo API) per la risoluzione veloce di necessità di business la cui risoluzione in azienda può essere molto costosa.

**D: Cosa fate in particolare in ambito insurtech?**

**R.** Abbiamo una strategia che prova a cogliere tutte le opportunità di volta in

volta più adatte, spaziando da un approccio "make", quando per esempio si tratta di algoritmi che proviamo a fare in casa grazie al contributo e al service dei nostri colleghi di capogruppo che operano nel "big data lab"; fino a un approccio "buy" in logica appunto di open innovation, con ad esempio l'ingresso nel capitale del primo digital broker italiano, Yolo, che ci ha aiutato nel pilota per la distribuzione di piccoli prodotti digitali senza ricreare internamente tutta la filiera.

E' il nostro modo per vedere da dentro cosa avviene nel settore e per capire se c'è un mercato. Non è quindi tanto un tema di revenues ma di collaborazione con startup e di fine tuning nella logica di ingaggio digitale con i clienti. Continueremo a considerare l'acquisizione di altre stake, di mera partecipazione o di maggioranza a seconda della strategicità del tema e del settore da presidiare.

**D: Quali prodotti avete sviluppato fin qui in collaborazione con le Insurtech?**

**R.** Per adesso due prodotti: le coperture sci e pet insurance, perché prodotti per i quali, in assenza del canale digitale, la sostenibilità tecnica era in dubbio. In questo caso la realizzazione è stata commissionata a un provider terzo. Sono polizze instant, che possono attivarsi ad esempio quando il cliente è nella vicinanza di un'area cani o quando fa una transazione presso un negozio specializzato nell'ambito pet, sempre nel rispetto della privacy che ci ha voluto concedere. Vengono offerte ai clienti del gruppo tramite l'app della banca.

**D: E per il futuro?**

**R.** Stiamo per rendere possibile l'effettuazione di azioni dispositive su tutto il catalogo, in modo che il cliente sia sempre più in grado di fare da sé, con una logica di espansione del business. Ad esempio chiedendo al cliente se vuole aumentare il massimale sulla sua polizza o proponendo piccoli prodotti di nicchia che completano la gamma. Una seconda linea strategica sarà costituita dai prodotti pensati per Isybank.

► ne, dalle polizze cosiddette phigital e dalle polizze operanti su piattaforme digitali, pur essendo prodotti tradizionali rappresentavano solo il 23% del totale si stima che nel 2030 arriveranno all'80% con una crescita media percentuale annua del valore del 22%. È quanto emerge dalla più

recente *Indagine sul mercato Insurtech* e la penetrazione delle polizze digitali al 2030, realizzato dall'**Italian Insurtech Association (IIA)**, l'Associazione che riunisce oltre 200 player del settore assicurativo Italiano, in accordo con Global Insurtech Alliance e che ha coinvolto 155 protagonisti

del settore in sei mercati europei oltre all'Italia. E anche Bain&Company indica che a livello mondiale il valore complessivo dei premi legati a polizze digitali raddoppierà entro il 2030, passando dai 5mila miliardi di dollari del 2020 a 10mila miliardi.

Non solo, secondo l'indagine a cura di **IIA**, l'aumento dei premi sarà accompagnato dall'entrata sul mercato di nuovi player, che copriranno il 20% del mercato, come nuove compagnie tecnologiche, startup e aziende terze, che al momento non vengono riconosciute dai regolatori assicurativi. Questi nuovi soggetti saranno in grado di realizzare volumi di premi per circa 1.900 miliardi di dollari.

Allo stesso tempo gli investimenti in tecnologie insurtech passeranno dai 9.400 miliardi di dollari nel 2020 ai 155 bilioni nel 2030, con una crescita percentuale media del 32,7%.

### Gli investimenti in Italia

Secondo l'Insurtech Investment Index elaborato dall'Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano, gli investimenti in startup Insurtech da parte delle compagnie assicurative e degli intermediari italiani nel 2021 hanno quasi toccato i 10 milioni di euro, rispetto ai 5,1 del 2020. Allo stesso tempo sono diminuite le sperimentazioni su progetti interni di Insurtech e le partnership. Infatti solo il 47% delle compagnie assicurative ha avviato progetti sviluppati internamente in campo Insurtech, contro il 63% del 2020. Allo stesso modo sono diminuite le collaborazioni esterne, passate dal 75% del 2020 al 53% del 2021.

Secondo la ricerca, durante il 2021, il 27% degli intervistati ha effettuato almeno un investimento in una startup Insurtech, contro il 19% del 2020, a conferma di un progressivo e continuo interesse verso il settore e la consapevolezza di dover accelerare su progetti innovativi e sullo sviluppo di nuovi servizi digitali, spesso realizzati dalle startup. A questi temi sono riconducibili 14 operazioni per un valore di 9,7 milioni di euro, e un capitale medio investito a circa 0,7 milioni. L'86% di questi investimenti è stato

## Inchiesta

diretto a startup con sede in Italia, mentre il 7% verso startup con sede in Europa e il 7% nel mondo.

Contestualmente all'aumento degli investimenti in startup Insurtech, la ricerca ha rilevato come l'81% dei ceo delle compagnie assicurative veda nell'Insurtech una priorità, contro il 26% del 2020.

### I servizi già usati dagli italiani

Alcuni servizi Insurtech vengono già utilizzati abitualmente dagli utenti, per esempio l'acquisto di polizze assicurative in digitale (utilizzate dal 31% del campione della ricerca e conosciute dal 49%) o la modifica delle coperture assicurative in digitale (utilizzate dal 18%). Altri servizi sono usati meno frequentemente, ma il fatto che

siano conosciuti è indicativo della velocità di trasmissione del fenomeno: il 30% conosce la possibilità di gestire i sinistri da smartphone (e il 15% lo usa), il 26% sa di polizze create su misura sulla base dei propri comportamenti e stili di vita (e il 13% ne usufruisce già), il 26% ha sentito parlare

## «Gli investimenti in startup Insurtech da parte delle compagnie assicurative e degli intermediari italiani nel 2021 hanno quasi toccato i 10 milioni di euro»

di servizi Insurtech di telemedicina (con un 11% che li utilizza); solo leggermente più bassa la percentuale relativa alle polizze on demand: il 9% le usa e quasi un quarto degli utenti le conosce.

### Il lato buono della disruption

Se da un lato il processo in corso porterà, come in ogni ambito della trasformazione digitale, una serie di sconvolgimenti all'interno dell'industria, non sono da sottovalutare gli aspetti positivi. E non solo quelli legati alla maggiore comodità e personalizzazione della proposta digitale.

A differenza di altri comparti, per il settore assicurativo la digitalizzazione non implica solo un trasferimento di valore dall'analogico al digitale ma un vero e proprio ampliamento del mercato grazie a una nuova offerta flessibile che permetterebbe di servire segmenti di clientela, che al momento sono esclusi o sottoassicurati. L'avvento del digitale andrebbe quindi a incidere ►►

## L'Insurtech che piace ai big verso la Borsa

In meno di cinque anni è diventata una delle startup Insurtech di maggior successo in Italia, raccogliendo anche la fiducia e l'interesse di compagnie assicurative di primo piano. Ora Yolo guarda alla borsa per raccogliere nuove risorse per la crescita, ma nel capitale sono già presenti Generali, Intesa Sanpaolo Assicura, ma anche compagnie spiccatamente digitali come NetInsurance, e operatori che guardano a 360 gradi all'innovazione come Crif e Be Shaping The Future.

Fondata da Gianluca de Cobelli e da **Simone Ranucci Brandimarte** (nella foto), presidente della startup, oltre che della **Italian Insurtech Association**, Yolo opera sia come broker digitale sia come abilitatore tecnologico. Da un lato quindi mette a disposizione delle compagnie tradizionali prodotti per i consumatori digitali, dall'altro abilita altre tipologie di distributori (come utility, telco, operatori di e-commerce e banche digitali) a integrare le polizze digitali nel loro processo di vendita.

«L'idea è nata nel 2018 perché l'industria assicurativa era appena entrata nella digitalizzazione ed era ancora sprovvista di figure tecniche», racconta **Ranucci Brandimarte**. «Noi abbiamo visto l'opportunità di ideare nuovi prodotti e di distribuirli in maniera diversa. Perché l'Insurtech ha una componente assicurativa e un'altra collegata alla conoscenza del cliente digitale, dove noi avevamo espe-

rienza. Il prodotto è sempre gestito dalla compagnia, che ne fa il pricing e che si occupa del risk management. Quindi Yolo si occupa della distribuzione e dell'ideazione del prodotto, la compagnia lo realizza. Siamo quindi di supporto alle compagnie, attraverso l'incrocio di tre competenze: tecnologia, customer engagement e conoscenza di come fare prodotti assicurativi digitali».

Oggi Yolo opera lungo due macro-filoni: i prodotti per il retail e quelli dedicati all'ambito corporate, predisponendo prodotti customizzati secondo le esigenze dei partner.

Nella prima categoria rientrano le polizze on demand, istantanee, micro e le pay per use, sostenibili dal punto di vista economico unicamente se distribuite online. Ma anche altre tipologie di polizze digitali di taglio più alto per casa, auto, salute. In ambito corporate invece le coperture vanno dalla cybersecurity alla tutela legale, fino alla Rc professionale. Guardando al futuro **Ranucci Brandimarte** spiega che «l'Italia è un mercato potenzialmente molto grande dal punto di vista assicurativo e la semplificazione connessa all'Insurtech permetterà di aumentare la penetrazione in un mercato tipicamente sottoassicurato. Oggi vediamo un'opportunità di mercato molto grande, anche paneuropea, e la Borsa è il veicolo ideale per supportare i piani di sviluppo delle pmi, anche tecnologiche».



## Inchiesta

### L'ECOSISTEMA DELLE STARTUP INSURTECH ITALIANE

#### Social insurance

##### Axieme Assicurazioni

Fondata nel 2016, distribuisce polizze in digitale ed è stata tra i primi esempi italiani di social insurance, un meccanismo ispirato alla mutualità che consente alla scadenza, in caso di assenza di sinistri, la restituzione di parte del premio versato.

#### Cyber-Insurtech

##### Cyberangels

È una startup cyber-Insurtech che offre protezione e assicurazione da attacchi informatici per i siti web aziendali, tutto in un'unica piattaforma. Si pone l'obiettivo di democratizzare l'accesso a soluzioni di protezione del business dal rischio cyber.

#### Marketplace

##### iArena

È il primo marketplace per intermediari assicurativi italiani per il piazzamento dei rischi in open market. Un luogo nel quale intermediari assicurativi, compagnie, agenti e brokers si danno supporto per soddisfare le esigenze dei clienti più esigenti.

#### Gestione sinistri

##### Insoore

È una piattaforma che connette le aziende assicurative e del fleet management con migliaia di rilevatori per ottimizzare il processo di gestione dei

sinistri attraverso ispezioni video-fotografiche e stime dei danni effettuate in tempo reale e su richiesta.

#### Broker

##### Lokky

Lanciato nel 2019, è il primo broker assicurativo digitale per micro-imprese, professionisti e freelance. La sua missione è proporre, attraverso la compilazione di un questionario online, una polizza 100% personalizzata e 100% digitale.

#### Broker e incubatore

##### Mansutti

È uno dei principali broker assicurativi italiani indipendenti. Ha creato il Mansutti Innovation Center, primo incubatore italiano di startup assicurative ed è proprietario di Upgrape, piattaforma Insurtech per polizze personalizzate e senza obbligo di durata.

#### Comparatore

##### MioAssicuratore.it

È un broker assicurativo totalmente digitale, che sfrutta gli algoritmi per proporre servizi personalizzati secondo le esigenze degli utenti. MioAssicuratore compara sia i premi che le garanzie di diverse compagnie e intermediari italiani.

#### Startup B2B2C

##### Neosurance

La tecnologia di Neosurance

sfrutta l'intelligenza artificiale e il machine learning per permettere alle compagnie partner di proporre micro polizze istantanee dove, quando e per quanto tempo serve al cliente. Il broker Mag ne ha recentemente acquisito la maggioranza.

#### Insurtech company

##### Net Insurance

Net Insurance è una Insurtech company che offre soluzioni di protezione dedicate alla persona, alla famiglia e alla piccola e media impresa. È caratterizzata da una forte attenzione allo sviluppo di nuove soluzioni digitali in partnership con player del settore.

#### App

##### Pinguando

È una app che connette consumatori e intermediari assicurativi. Dopo aver scattato una foto alla targa della sua vettura con lo smartphone, l'app entro 24 ore dalla richiesta troverà l'intermediario che assisterà l'utente nella formulazione del preventivo.

#### Instant insurance

##### Poleecy

È una startup lanciata nel 2018 che opera nell'ambito dell'Instant insurance, polizze assicurative temporanee e immediate sottoscrivibili tramite app. È sostenuta dalla collaborazione strategica

con European Brokers Assicurazioni.

#### Ex spac

##### Revo

È un veicolo che ha l'obiettivo di creare un operatore assicurativo nell'ambito delle specialty lines e dei rischi parametrici. Si proporrà come player all'avanguardia per ottimizzare la sottoscrizione dei rischi e la gestione dei sinistri, anche attraverso l'uso della blockchain.

#### Insurtech company

##### ViteSicure

È la prima Insurtech italiana dedicata al mercato Vita B2C. Con viteSicure la polizza si acquista completamente online, senza burocrazia e visite mediche. Prevede anche un customer service digitale evoluto accessibile via chat, Whatsapp e telefono.

#### Incubatore

##### Vittoria Hub

Il progetto nasce nel 2019, su iniziativa di Vittoria Assicurazioni per portare innovazione nel sistema di offerta nelle assicurazioni. Vittoria Hub è un Incubatore Insurtech che punta ad attrarre in un unico polo startup innovative, partners tecnologici e investitori.


#### Broker e abilitatore tech

##### Yolo

(si veda box a pag. 35)

► re su quella fetta di mercato ancora sottopenetrata dall'offerta assicurativa, offrendo così un nuovo potenziale. Grazie all'open insurance sarà dunque possibile allargare la base utenti

di polizze assicurative, intercettando anche quei consumatori ora esclusi dai canali tradizionali. Un tema particolarmente caldo in Italia, dove, secondo una ricerca elaborata da Crif,

non sarebbero solo i privati a essere sottoassicurati, ma persino il 40% circa delle pmi non avrebbe scritto alcuna copertura per la propria attività d'impresa. 

(©riproduzione riservata)