

LA RISPOSTA A UNA DOMANDA DI MERCATO

di BENIAMINO MUSTO

SECONDO LUIGI ONORATO, PARTNER DI MONITOR DELOITTE, L'INSURTECH HA UN TREND POSITIVO PERCHÈ È IN GRADO DI OFFRIRE DELLE SOLUZIONI CHE AIUTANO LE SOCIETÀ ASSICURATIVE A EVOLVERE IL PROPRIO MODELLO DI BUSINESS COERENTEMENTE CON QUELLA CHE È LA DOMANDA DEL MERCATO, E PUÒ AVERE DUE RUOLI: QUELLO DI ESSERE ABILITATORE DEL CAMBIAMENTO DI PROCESSI CORE, O QUELLO DI INNOVARE I MODELLI DISTRIBUTIVI

Nonostante la battuta d'arresto del 2020, le prospettive di crescita dell'insurtech a livello globale sono stimate tra il 12 e il 13% nei prossimi cinque anni, per un settore che attualmente muove circa 6 miliardi di dollari. Sono numeri che mostrano quanto fermento ci sia in questo momento attorno a questo mondo. Un interesse assolutamente giustificato, come spiega **Luigi Onorato**, partner di **Monitor Deloitte**, secondo il quale l'importanza dell'insurtech nasce dal fatto che è una risposta a una domanda di mercato. "Oggi – osserva Onorato – le compagnie che vogliono andare incontro all'evoluzione del mercato guidata dalle nuove necessità di protezione e di risparmio dei clienti, devono rivedere le proprie logiche di offerta, devono cambiare o potenziare le logiche distributive, e ricalibrare i propri modelli operativi. Tutto questo si realizza se si è in grado di utilizzare la tecnologia in maniera efficace. E l'insurtech è una risposta a un utilizzo veloce e intelligente delle tecnologie".

Il cliente, anche in conseguenza del confinamento dovuto alla pandemia, "ha fatto grandi passi avanti in termini di capacità di utilizzo della tecnologia, ma questo non lo ha trasformato in un cliente digitale, semmai ha confermato la tendenza ibrida". Per rispondere alle sue nuove esigenze molti settori industriali, non

solo quello assicurativo, cercano di muoversi in una logica di ecosistema. "Ecosistema – precisa Onorato – significa associare ai propri prodotti una serie di servizi dedicati che vanno oltre il proprio core business. Ma questo rende necessario far evolvere il proprio modello, il che significa avere a disposizione efficaci soluzioni tecnologiche, visto che la tecnologia abbassa le barriere di entrata in settori che non sono i propri business tradizionali. Ed è a questo punto che entra in gioco l'insurtech, che è in grado di aiutare le aziende a fare questo passo in avanti, ad attuare tutta una serie di cambiamenti".

ABILITATORI O DISTRIBUTORI

Quindi l'insurtech è la risposta concreta alle necessità di riposizionamento strategico di un settore assicurativo che deve adattarsi alle evoluzioni nel comportamento della clientela, e che si muove in uno scenario di competizione non più limitato ai soli operatori tradizionali, in un contesto in cui la tecnologia permette di ripensare i servizi in funzione della semplicità. Secondo Onorato l'insurtech può avere due ruoli chiave: quello di abilitatore, cioè di rendere possibile il cambiamento necessario a modificare alcuni processi core (come ad esempio l'underwriting o il processo di

UN'ACCELERAZIONE NEGLI INVESTIMENTI

Le società insurtech e le bigtech stanno investendo significative quantità di capitale per incrementare lo sviluppo di nuove tecnologie e per promuovere l'innovazione, e lo stanno facendo mettendo sempre più sotto pressione gli operatori tradizionali. È questo, in estrema sintesi, lo scenario che emerge dall'edizione 2021 del *World insurtech report*, lo studio annuale sul tema realizzato da **Capgemini** ed **Efma**. Secondo l'indagine, i player digitali di nuova generazione stanno offrendo servizi sempre più personalizzati e con una migliore customer experience, incrementando così il loro grado di maturità e la customer adoption. Le compagnie assicurative tradizionali rispondono rafforzando le loro competenze in ambito tecnologico, stringendo partnership o acquisendo aziende insurtech, per passare da *fare digital* a *essere digital*.

Tra il 2018 e il 2020, le cinque maggiori aziende tecnologiche e una famosa casa automobilistica che offre servizi assicurativi hanno superato di quasi 2,5 volte la capitalizzazione di mercato totale delle 30 maggiori compagnie assicurative a livello globale del 2020. Al termine dello scorso anno, inoltre, la capitalizzazione di mercato totale delle insurtech quotate ha superato i 22 miliardi di dollari. Secondo Capgemini ed Efma, le insurtech stanno infatti diventando l'investimento del momento, con una serie di investitori che sostengono e abilitano questo afflusso di capitale: i venture capitalist e i partner di private equity utilizzano capitale early-stage, mentre i riassicuratori abilitano le insurtech attraverso gli investimenti e offrendo una capacità di sottoscrizione essenziale.

La pandemia di Covid-19, secondo la ricerca, è stata un catalizzatore per quanto riguarda la propensione dei clienti a sottoscrivere una polizza assicurativa (+7%), sempre più spesso rivolgendosi a compagnie che offrono un customer journey con il migliore approccio *Care* (convenience, advice, reach: praticità, consulenza e prossimità). "Oggi - si legge in una nota di sintesi dello studio - i clienti del comparto assicurativo non sono più titubanti quando si tratta di abbandonare una compagnia per rivolgersi a un fornitore di soluzioni *Care* più adatto": anzi, per la prima volta, il 50% dei clienti si è detto disposto a prendere in considerazione la possibilità di stipulare una polizza assicurativa presso un operatore di nuova generazione.



Luigi Onorato, partner di Monitor Deloitte

gestione sinistri), oppure quello di essere distributore, in una logica end-to-end o in collaborazione con altri soggetti.

Nel ruolo di abilitatore, Onorato porta come esempio quello dell'ambito underwriting, dove ormai si superano le barriere tra vita, danni auto e danni non auto, "e questo grazie allo sviluppo esponenziale dei dati. La tecnologia è uno strumento che si poggia su una quantità di dati enorme, e che ha anche nature diverse. Oggi nel momento in cui viene fatto il pricing di un prodotto si possono mettere insieme anche informazioni di natura comportamentale con un aggiornamento quotidiano".

L'altro ambito in cui l'insurtech ha un ruolo chiave, si diceva, è il mondo della distribuzione. "Il mondo degli ecosistemi a cui prima accennavo - riflette Onorato - richiede che qualcuno riesca a parlare al cliente. E qui l'insurtech si posiziona sfruttando la tecnologia per arrivare al cliente in maniera semplificata. In questo senso un'iniziativa insurtech si può porre con un posizionamento a 360 gradi, dallo sviluppo del prodotto alla vendita alla gestione. Oppure l'insurtech può mettersi a supporto di operatori tradizionali che hanno la necessità di diversificare il proprio modello distributivo, quindi andandosi a collocare come distributore partner. In questo secondo caso uno dei modelli più significativi che stiamo osservando - conclude Onorato - è quello Mga, dove si ha un'agenzia generale che utilizzando un processo di vendita molto snello su determinate categorie di prodotto permette di offrire un'esperienza più semplificata".