

Da li ste za evropsku hladnu limunadu uz polisnu?



Piše: Branko Pavlović, predsednik Udruženja aktuara Srbije

■ **Rezultat koji je do sada postigla kompanija Lemonade nije impresivan u odnosu na rezultate tradicionalnih osiguravača, ali koncept koji je ponudila kompanija je doživeo veliku popularnost i rezultati imaju odličan trend. Zato su akcionari do sada u kompaniju uložili oko pola milijarde dolara**

Lemonade, čuveni američki startup koji je započeo svoje aktivnosti na tržištu osiguranja u septembru 2016. godine u samo jednom gradu, Njujorku, sredinom 2019. godine, proširio je svoje poslovanje u Evropsku uniju, tako što je registrovao svoju kompaniju u Holandiji i ponudio prve proizvode u Nemačkoj. Velika prednost tržišta osiguranja u Evropskoj uniji u odnosu na američko je da je potrebna licenca samo za jednu državu EU, a u ostalih 27 se može raditi preko podružnica. U SAD, za svaku od preko 50 saveznih država, potrebna je posebna licenca, tako da je Lemonade prisutan još uvek u manje od polovine američkih država.

Ova inovativna kompanija sa sedištem u Njujorku, koja se bavi neživotnim osiguranjem u SAD, prvenstveno različitim vrstama osiguranja kuća, stanova i stvari u njima, uvela je mnogo novih koncepata u industriju osiguranja. Ne koristi papir u interakciji s klijentima, tako da ne izdaju materijalne polise. Štete se prijavljuju isključivo kroz aplikaciju i to tako što se snima video klip sa objašnjenjem slučaja. Prodaja polisa i rešavanje šteta se vrši kroz sopstveni internet sajt (www.lemonade.com) i mobilnu aplikaciju za iOS i Android (Lemonade Insurance) pomoću chat-botova i mašinskog učenja. Ne koristi usluge brokera, prodaja je isključivo direktna. Plaćanje premije je u ovom trenutku moguće samo kreditnim i debitnim karticama. Vreme koje je potrebno da klijent kupi polisnu je manje od 5 minuta, dok se obrada i isplata šteta završavaju za manje od minut. Rekord su postigli 2016. godine, kada su isplatili štetu za ukradeni kaput za 3 sekunde. Naravno, veštačka inteligencija proverava veliki broj parametara koji ukazuju na eventualnu prevaru u osiguranju pre isplate štete. Profit koji ostane po pojedinačnoj polisi kao razlika tehničke premije, reosiguranja i isplacenih šteta, na kraju godine usmeravaju u dobrotvorne svrhe, organizaciji koju izabere ugovarač. Na ovaj način pokušava da uvede pravilo da osiguravajuća kompanija ne zaraduje od odbijanja šteta, jer će svedeno taj novac dati u dobrotvorne svrhe i tako izbegava konflikt interesa uprave kompanije. Profit za kompaniju je razlika između rezijskog dodatka koji je za sve polise 25% od premije i troškova

poslovanja kompanije. Obezbedila je veliku fleksibilnost tokom trajanja ugovora, tako što omogućava klijentima u svakom trenutku raskid polise, uz povraćaj srazmernog dela premije i povećanje ili smanjenje pokrivanja. I na kraju, uz sve navedene inovativne koncepte, tu je i jedna tradicionalna, ali vrlo efikasna alatka koju Lemonade primenjuje za privlačenje klijenata, niže cene osiguranja od drugih osiguravajućih kompanija.

Da bi se razumelo kolika opasnost od velikih promena pretili evropskom tržištu osiguranja, najbolje je pogledati rezultate rada te kompanije u prethodnoj godini. Pored velikog publiciteta koji je Lemonade imao i velikog početnog uspeha među milenijalcima zanimljivo je da je ukupna premija u 2018. godini dostigla tek 57 miliona američkih dolara, što je tržišno učešće u SAD koje se ne može izraziti ni u promilima. Ipak, to je izuzetan trend rasta u odnosu na 2017. godinu, kada je premija bila ispod 10 miliona dolara. Premija u IV kvartalu 2018. godine je pala za oko 10% u odnosu na III kvartal iste godine, kao posledica konsolidacije portfelja. Imali su preko 400.000 klijentata, od kojih je 70% mlade od 35 godine, što je veliki potencijal za budućnost. Kombinovani racio je u IV kvartalu 2018. godine iznosio 116,8% što ne izgleda dobro, ali je neverovatan napredak u odnosu na racio od 3.832,5% iz I kvartala 2017. godine ili 436,2% iz IV kvartala 2017. godine. Interesantno je da je bruto racio šteta bio prilično stabilan tokom 2018. godine, između 62% i 67%, neto racio šteta (posle odbijanja efekta reosiguranja) cele godine oko 62%, dok su uštede postignute u napretku racija troškova.

Rezultat koji je do sada postigla kompanija Lemonade nije impresivan u odnosu na rezultate tradicionalnih osiguravača, ali koncept koji je ponudila kompanija je doživeo veliku popularnost i rezultati imaju odličan trend. Zato su akcionari do sada u kompaniju uložili oko pola milijarde dolara. Takođe, pored akcionara, i jedna od najpoznatijih reosiguravajućih kompanija na svetu, Londonski Lojd je prihvatio da bude njihov reosiguravač. Očigledno je da Lemonade ima svetlu budućnost, ali će proći mnogo godina pre nego što napravi značajan rezultat na evropskom tržištu. ■

