

SPECIALE

Open innovation

IL SENSO DEGLI ECOSISTEMI APERTI

LE NOVITÀ EMERGONO DALLA COLLABORAZIONE E DAL DIALOGO TRA PIÙ SOGGETTI. L'OBIETTIVO È LA CREAZIONE DI UN NUOVO SISTEMA DA CUI FAR EMERGERE UNA COSIDDETTA IDEA DISRUPTIVE.

NEL SETTORE ASSICURATIVO, LENTAMENTE, QUESTO NUOVO PARADIGMA STA FUNZIONANDO

di FABRIZIO AURILIA

Anche l'innovazione è un ecosistema. Sono sempre più rari i casi, in Italia e all'estero, in cui un singolo operatore inventa qualcosa di talmente nuovo da stabilire uno standard inedito, da cambiare il modello di business del proprio settore.



È invece sempre più frequente che le novità emergano da un lavoro che si sedimenta, dalla collaborazione, dal dialogo tra più soggetti che si contaminano, modellando un nuovo sistema di relazioni da cui emerge una cosiddetta idea disruptive. È questo il caso dell'*open innovation*, un metodo, un modello, un paradigma che nel settore assicurativo sta funzionando e da cui stanno nascendo i migliori esempi di innovazione nel comparto dei rischi.

Parliamo soprattutto di collaborazioni tra grandi player e start up dell'*insurtech*, finanziate da investitori istituzionali e non. Idee, modelli, che raccolgono anche grandi finanziamenti: “i grandi player stanno investendo in open innovation e nuove iniziative: lo fanno tutti, da **Generali** a **Unipol** per citare le due principali compagnie italiane”, conferma **Giancarlo Di Vona**, director di **KT&Partners**, la società di consulenza finanziaria, guidata da **Alfredo Scotti**.

IL CASO NET INSURANCE

Ma l'*open innovation* non è solo appannaggio delle grandi compagnie: “un caso che conosciamo bene – continua Di Vona – è quello di **Net Insurance**. L'iniziativa è nata dall'idea di **Andrea Battista** che ha fondato la Spac assicurativa **Archimede** allo scopo di acquisire una società già quotata, come appunto **Net Insurance**,

e utilizzare la piattaforma della compagnia per ampliare il portafoglio prodotti, consolidare la bancassicurazione e la parte d'*insurtech*, così da avviare un ecosistema con molte delle *insurtech* italiane”.

Un percorso importante a livello sia di partnership sia d'investimento. L'obiettivo del management di **Net Insurance** era duplice: introdurre competenze tecnologiche per permettere di ottimizzare la gestione dei sinistri, il pricing e l'operation; ma anche ampliare il canale distributivo, attraverso l'uso dell'*instant insurance* o delle polizze super personalizzate. “**Net Insurance** – ricorda Di Vona – ha investito in **Yolo**, mentre con **Neosurance** ha una partnership, come con società di IoT, per esempio **Kippy**, una start up italiana molto interessante nell'ambito dei geolocalizzatori per animali domestici. Altre realtà con cui la compagnia collabora sono **Tech Engines**, **Motions Cloud**, in cui **Net Insurance** ha anche investimenti diretti”. Secondo **KT&Partners**, il lavoro fatto dall'impresa è un caso di scuola per capire come si sta muovendo il settore assicurativo in questo campo.

IL MERCATO SI MUOVE

Nel 2019, secondo un report di **FT&Partners**, le *insurtech* a livello globale hanno raccolto capitali per oltre sette miliardi di euro e di questi il 48% proviene da

I NUMERI IN ITALIA

Secondo l'Osservatorio *Fintech & Insurtech* della **School of Management** del **Politecnico di Milano** sarebbero oltre 320 le start up fintech e insurtech in Italia. Le stesse hanno raccolto 654 milioni di euro di finanziamenti nel 2019, mentre sono 48 le piattaforme di *open finance* attive in Europa e che offrono ecosistemi di collaborazione e aggregazione.

Del resto, specifica sempre l'Osservatorio, sono ben 12,7 milioni gli italiani che utilizzano già almeno un servizio fintech o insurtech: parliamo principalmente di mobile payment e chatbot, soprattutto nel settore bancario. Il 20% degli italiani dialoga con la propria banca da smartphone o tablet, mentre sono oltre 20mila i sottoscrittori che si avvalgono di roboadvisor e 250mila sono gli utenti di salvadanai digitali.

grandi assicurazioni o operatori del settore. Ma l'anno scorso è stato anche un buon anno per l'M&A, così come potranno esserlo il 2020 e il 2021, sia in Italia sia all'estero: anni che si prevedono di forte consolidamento. È di poche settimane fa, del resto, la notizia della fusione tra **Aon** e **Willis Towers Watson**, cioè il primo passo della grande integrazione tra i due colossi del brokeraggio assicurativo: "tra i vari obiettivi della fusione – spiega Di Vona – è mettere a fattor comune una piattaforma di innovazione e sviluppo".

C'è anche un tema di come sta procedendo l'innovazione nei mondi assicurativo e finanziario, settori che hanno alte barriere d'ingresso, a partire da un capitale significativo, per arrivare agli ostacoli normativi. "L'innovazione – continua Di Vona – finora è stata utilizzata per il miglioramento della performance, l'efficientamento dei processi, la riduzione dei costi e l'ampiamiento dei canali distributivi".

Il comparto assicurativo resterà un mercato non facile

da attaccare dall'esterno. "Se però vogliamo vederla in prospettiva – sottolinea l'analista – l'utilizzo delle piattaforme aperte di *open banking*, che sta interessando il mondo della bancassurance, potrebbe essere un nuovo punto di svolta per le compagnie nella convergenza con il mondo digitale".

PRIMA ASSICURAZIONI, UN ROUND DA 100 MILIONI

Guardando specificatamente all'Italia, e ai modi in cui le insurtech e le start up più innovative riescono a finanziarsi, Yolo è un altro esempio interessante, argomenta Di Vona: la società ha annunciato un aumento di capitale da 20 milioni di euro, dopo averne già raccolti cinque. Nel suo capitale sono presenti broker importanti, c'è, come abbiamo visto, Net Insurance e il gruppo **Intesa Sanpaolo**.

"Un caso emblematico in Italia nel settore insurtech – ha aggiunto Di Vona – è quello di **Prima Assicurazioni**, che a fine 2018 ha concluso un round di finanziamento da 100 milioni di euro, uno dei principali round nel settore insurtech a livello europeo, a dimostrazione che anche in Italia si può eccellere in questo campo con il giusto team, le giuste condizioni e il giusto business





© Funtap - iStock

“UN ABISSO CULTURALE”

“La tecnologia è sempre stata parte integrante del settore, ma la differenza oggi è la proliferazione di fornitori altamente specializzati”. Lo sostiene la società di consulenza e ricerca **Oxbow Partners**, particolarmente attenta alle evoluzioni dell'insurtech in Europa e nel mondo, secondo cui l'offerta di insurtech sta diventando davvero sterminata. Gli analisti di Oxbow Partners, nel report 2020 sul mondo dell'insurtech, sostengono che le aziende che usciranno vincitrici nel 2030 saranno quelle che hanno già oggi una visione chiara delle fonti di vantaggio competitivo e che comprendono come la tecnologia può amplificarle. “La tecnologia - si legge nello studio - è raramente una fonte di vantaggio competitivo in sé e questo pone delle grandi sfide per le aziende tradizionali in cui il cambiamento operativo, le risorse umane e la tecnologia sono spesso silos separati che si uniscono solo una volta che informazioni hanno raggiunto il livello del top management. L'abisso culturale tra i fornitori di tecnologia *agile* e gli assicuratori tradizionali - concludono da Oxbow Partners - rimane grande”.

model. In Prima hanno investito soprattutto player istituzionali”. Prima Assicurazioni sta facendo bene anche a livello di raccolta, segnale da non sottovalutare. Poi ci sono realtà più piccole e comunque molto promettenti come la già citata Tech Engines, che ha importanti investitori alle spalle, mentre a livello europeo c'è **Wefox** che sta andando molto bene.

Per quanto riguarda la distribuzione, da quello che si vede nel mercato, stanno cambiando le modalità di contatto con il cliente e c'è una maggiore competizione in termini di pricing. Ma il presidio dei canali fisici è ancora saldo; il canale digitale resta al palo, escludendo i prodotti nativi digitali, come l'instant insurance, che per definizione non può che essere digitale.

COSA CAMBIERÀ SE ARRIVANO GOOGLE E AMAZON

E quindi, quale futuro per il mercato italiano dei prossimi anni? “Dal punto di vista teorico - spiega Di Vona - l'Italia resta un Paese sottoassicurato, sia a livello di persone fisiche, sia a livello *corporate*, quindi se lo guardiamo con l'ottica internazionale, il settore danni dovrebbe crescere a cifre importanti. Però finora questo non è successo, anche se la tendenza potrebbe invertirsi. Restando così le cose, noi prevediamo una sostanziale stabilità e un andamento simile alle serie storiche: l'assicurazione - precisa - è acquistata perché obbligatoria o semi-obbligatoria e spesso non c'è la percezione di una reale utilità da parte dei clienti finali”.

Più in generale, le società che raccolgono molti dati personali dei consumatori saranno agevolate nel creare prodotti e tecniche di selezione del rischio e pricing. “**Amazon**, per esempio, potrebbe diventare una grandissima banca, mentre **Google** potrebbe entrare convintamente nel settore finanziario”, sottolinea Di Vona. Google sicuramente è tra i soggetti con la maggior disponibilità di dati, utili anche per il settore assicurativo: Mountain View si trova già un passo avanti, avendo la possibilità d'accesso ai dati di spostamento e a quelli che riguardano la salute.