

DOVE CRESCONO LE START UP

di BENIAMINO MUSTO

PER LE GIOVANI REALTÀ INNOVATIVE È FONDAMENTALE TROVARE DEGLI INTERLOCUTORI CHE SCOMMETTANO SU DI LORO E LE ACCOMPAGNINO ALLA MATURITÀ. ECCO UNO SGUARDO SULLE MODALITÀ CON CUI, IN ITALIA, SI LAVORA PER FAVORIRE LA CRESCITA DELLE INSURTECH

Per restare sintonizzati sul futuro è necessario che le idee brillanti possano trovare i finanziamenti e il giusto ambiente per crescere, soprattutto se le idee innovative riguardano un business complesso come quello assicurativo. Per l'insurtech il 2020 è stato un anno da record, con 7 miliardi di dollari investiti nel settore a livello globale. Tuttavia, "solo l'1% di questi è stato però destinato all'Italia, molto meno rispetto a Francia, Germania e Regno Unito", spiega **Alessandro Raschi**, business analyst di **Fintech District**, secondo cui negli ultimi cinque anni il nostro Paese ha assorbito meno del 5% del totale investito in Europa: "appare quindi evidente – avverte – come sia necessario un cambio di passo per evitare un gap tecnologico nel settore a danno dei nostri player". In questo senso Fintech District, community internazionale di riferimento per l'ecosistema del fintech in Italia, agisce con l'obiettivo di creare le migliori condizioni affinché tutti gli stakeholder (realità fintech, istituzioni finanziarie, corporate, professionisti, istituzioni, investitori) possano operare in sinergia e trovare opportunità di crescita. La community conta oggi 170 fintech (di queste 16 operano in ambito insurtech) e 15 corporate member tra cui **Axa**. "La cooperazione fra incumbent e start up – osserva Raschi – può rappresentare uno stimolo per la crescita del settore". I player tradizionali più lungimiranti si stanno aprendo a un modello di open insurance, "ne è un esempio concreto Axa che ha aderito in qualità

di corporate member per sviluppare progetti di open innovation con le realtà fintech, sposando l'approccio collaborativo promosso".

COME UNA BOTTEGA NEO RINASCIMENTALE

Una forma ancora più stretta di collaborazione tra incumbent e start up è quella intrapresa da **Vittoria Assicurazioni**, che nel 2019 ha dato vita al progetto **Vittoria hub** per supportare e favorire l'innovazione nel sistema di offerta delle assicurazioni, sotto forma di nuove value propositions, nuovi modelli distributivi, nuove modalità di gestione della relazione con i clienti e, infine, nuove *revenue stream*. "Grazie al nostro programma di accelerazione **VIA²** – spiega **Gian Franco Baldinotti**, cmo di Vittoria Assicurazioni e ceo di Vittoria hub – vogliamo accompagnare le imprese innovative di recente fondazione nel loro percorso di crescita. A tal fine, l'incubatore offre loro libero accesso a conoscenza, capitali, spazi fisici e servizi per sostenerle e promuoverle nel mercato assicurativo e dei servizi". Essendo il primo incubatore insurtech in Italia votato all'open innovation, l'hub presenta due compiti ben precisi: "da una parte attrarre in un unico polo start up innovative, partner tecnologici e investitori per facilitare un dinamico scambio di idee, risorse e competenze e, dall'altra, accelerare le start up nel loro percorso dall'idea alla maturità industriale". Un



modello che, spiegano da Vittoria hub, trae ispirazione dal Rinascimento Italiano, laddove Vittoria Assicurazioni è il mecenate e Vittoria hub la bottega: un luogo dedicato all'incontro e al confronto, dove i nuovi progetti imprenditoriali vengono incubati e accompagnati velocemente alla maturità.

UN SUPPORTO DALL'IDEAZIONE ALL'IPO

Un'altra realtà che costruisce e sviluppa business digitali, affiancandosi ai fondatori delle start up e fornendo servizi di accelerazione è **Digital Magics**. La società, insieme a **Talent Garden** e **Tamburi Investment Partners** ha creato un hub nazionale di innovazione per il digital made in Italy, offrendo alle start up innovative un supporto dall'ideazione all'Ipo. Quotata all'Aim di **Borsa Italiana**, Digital Magics è anche partner delle imprese con i propri servizi di open innovation. "Da circa tre anni – spiega **Michele Novelli**, senior partner di Digital Magics – stiamo guardando in maniera importante al mondo insurtech. Abbiamo investito in quattro start up, ma abbiamo avuto modo di entrare in contatto con la maggioranza di quelle che operano in questo settore in Italia. Crediamo che sia un ambito destinato a essere rivoluzionato dalla tecnologia nei prossimi anni e per questo vogliamo concentrarci e continuare a crescere in questo settore". Il business incubator desidera consolidare ancora di più la propria posizione nei prossimi anni, investendo, in particola-

re, in start up che attraverso la tecnologia propongano soluzioni per migliorare la valutazione del rischio, il rapporto con il cliente e la gestione del claim. Fra le realtà in cui Digital Magics ha investito ci sono: **Crea Assicurazioni**, managing general agent digitale il cui processo di sottoscrizione ed erogazione delle polizze avviene tramite il machine learning; la piattaforma digitale **Plurima**, prima rete italiana di agenti di assicurazione indipendenti; la start up **Axieme Group**, che si occupa di distribuzione di polizze giveback; e **viteSicure**, dedicata alla vendita online di polizze vita.

ATTIVARE ECOSISTEMI DI BUSINESS

L'insurtech e l'open insurance sono al centro dell'operatività di **G2 Start ups**, come acceleratore e abilitatore di innovazione, con un ruolo di partner sia degli *incumbent*, sia delle start up. Come spiega **Francesco Zaini**, partner e open finance director, l'ambizione di G2 è di affiancare compagnie e insurtech nel costruire le risposte alle minacce e alle opportunità dello scenario, già molto in movimento anche prima del Covid. "La storia del settore e il suo modello distributivo – afferma Zaini – non hanno finora consentito alle compagnie di stabilire un rapporto diretto e continuativo con i clienti. La situazione, che fino a pochi anni fa è stata di *equilibrio sottoperformante*, ora si sta rivelando pericolosa, alla luce non solo di disastri naturali e pandemie, ma anche dell'ingresso delle Bigtech in campo finanziario e assicurativo". La combinazione di tecnologia e centralità del cliente che stanno abbattendo i confini di settore e che consentono alle Bigtech di appropriarsi di volumi e margini in altri ambiti, può essere usata dalle compagnie per riacquistare frequentazione e familiarità con il cliente. "Attivando o partecipando a ecosistemi di business centrati su bisogni fondamentali dei clienti come *mobilità*, abitazione e salute, le compagnie hanno una chance di rilancio e sviluppo". È in questi ambiti che si sta muovendo G2, da un lato con lo sviluppo di un hub di open innovation dedicato alla digital health, attraverso una società dedicata (G-Gravity), dall'altro con la costituzione dell'Italy working group di **Opin** (Open insurance initiative) a cui verrà successivamente associato un playground tecnologico per lo sviluppo e il testing di Api standard applicabili a casi d'uso dei principali ecosistemi. 1