

RICERCA OSSERVATORIO FINTECH E INSURTECH POLIMI 2020 con il Patrocinio di AITI e partecipazione della Commissione Fintech

Il Covid accelera la digitalizzazione di banche e assicurazioni Un nuovo ecosistema dalla collaborazione con le startup

In lockdown il 51% dei clienti ha interagito con la banca, il 39% con l'assicurazione: soddisfatti, ma chiedono una migliore user experience. Cresce l'utilizzo dei servizi Fintech & Insurtech: boom di identità digitale, telemedicina e Robo Advisoring

I consumatori confermano la fiducia a banche e assicurazioni, ma sono più aperti ad attori meno tradizionali come produttori di smartphone, siti eCommerce, startup. Vorrebbero nuovi servizi nell'App della banca, ad esempio il 47% la possibilità di pagare le bollette

2.541 startup Fintech e Insurtech internazionali, capaci di raccogliere fondi per 55,3 miliardi di dollari. Più della metà collabora con imprese non finanziarie

Quante sono le Fintech e le Insurtech in Italia? Secondo l'**Osservatorio Fintech & Insurtech della School of Management del Politecnico di Milano** l'ecosistema nel 2020 è composto da 564 realtà: più della metà (52%) è costituito da realtà strettamente Fintech, Insurtech o Regtech, che offrono servizi assicurativi (31% dei casi), di pagamento (28%), prestiti e finanziamenti (24%) e di asset management (18%).

A queste si aggiungono le TechFin (26%), realtà che offrono tecnologie pensate per gli attori del settore finanziario e assicurativo, mentre il restante 22% non offre servizi finanziari né soluzioni tecnologiche, ma abilita l'accesso di attori finanziari a dati, clientela e competenze.

Fintech & Insurtech in Italia: la Ricerca dell'Osservatorio Fintech & Insurtech

Milano, 2 dicembre 2020 – L'emergenza Covid19 ha accelerato la digitalizzazione del settore finanziario e assicurativo, cambiando esigenze e abitudini di clienti e PMI nell'interazione con le banche e le assicurazioni, spingendo gli operatori tradizionali ad aprirsi a collaborazioni con un ecosistema di startup e attori non finanziari, mentre sono nate nuove opportunità di business per le nuove imprese innovative Fintech e Insurtech.

Nel lockdown il 51% dei clienti italiani ha avuto necessità di interagire con la sua banca e il 73% di questi si dice soddisfatto del servizio ricevuto grazie a strumenti digitali, in particolare della possibilità di eseguire facilmente bonifici e pagamenti online, di interagire con il personale e di firmare documenti in digitale. Sono meno, il 39%, i clienti che hanno interagito con la compagnia assicurativa e di questi il 77% si dice soddisfatto, soprattutto per la facilità di interazione con l'agente e la semplicità del rinnovo della polizza, anche se il 23% degli insoddisfatti si lamenta per le difficoltà di comunicazione.

Nel mese di aprile, i **clienti online** delle banche sono aumentati in media del 17% rispetto allo stesso periodo 2019, le **transazioni digitali** sono cresciute del 32% e i nuovi clienti acquisiti digitalmente sono saliti del 75%. Nell'emergenza è cresciuto l'uso di servizi Fintech e Insurtech, in particolare quelli di identità digitale (utilizzata dal 48% dei consumatori), di telemedicina inclusi nella polizza (6%) e di Robo Advisoring (6%), anche

se per alcuni l'effetto potrebbe essere di breve periodo, legato alle necessità contingenti. I consumatori italiani confermano la fiducia nelle istituzioni tradizionali: tra i consumatori che si rivolgerebbero ad almeno un attore per i vari servizi, il 72% affiderebbe la gestione dei risparmi e il 65% la richiesta di un finanziamento alla propria banca, l'83% assicurerebbe la salute con una compagnia assicurativa. Ma sono sempre più propensi a sperimentare anche attori meno tradizionali: per piccoli finanziamenti, il 53% si affiderebbe anche ad attori innovativi, fra cui produttori di smartphone come Apple e Samsung (21%), startup (19%), siti eCommerce come Amazon (19%) e aziende internet come Google e Facebook (17%).

E attorno alle società finanziarie emerge un ecosistema pronto a intercettare le richieste di user experience di qualità, velocità di risposta, trasparenza e sostenibilità. Sono oltre 300 le startup Fintech e Insurtech italiane nel 2020, capaci di dimostrare una notevole capacità di adattamento alla crisi: il 54% non ha subito un impatto negativo dopo il primo lockdown e il 19% nell'emergenza ha colto nuove opportunità di business. Anche guardando alle startup a livello globale, si aprono nuove opportunità di collaborazione: oltre metà delle 2.541 startup Fintech & Insurtech censite a livello mondiale collabora con imprese non finanziarie (54%), il 32% con realtà del settore finanziario, il 30% con altre startup.

"Il Covid ha impresso una decisa accelerazione alla digitalizzazione del settore finanziario e assicurativo italiano, sia dal punto di vista della domanda che dell'offerta di servizi: se il Fintech è sempre stato considerato un'opportunità, ora è diventato anche una grande necessità che non potrà che rendere più efficiente il sistema - afferma **Marco Giorgino, Direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech** -. Ma al di là dell'emergenza, in Italia si evidenzia un ecosistema che si muove con decisione, tra accordi e collaborazioni, per garantire al cliente un'esperienza d'uso di qualità ai consumatori, sempre più esigenti su velocità di risposta, facilità di interazione, servizi integrati e personalizzati. Per banche e assicurazioni, startup e nuovi attori innovativi non rappresentano solo competitor, ma soggetti con cui creare importanti sinergie".

Collaborazione tra Finance e realtà innovative

Il Fintech index italiano, calcolato sulle attività di investimento e collaborazione degli incumbent operanti in Italia con startup e PMI innovative Fintech, si ferma al di sotto della sufficienza (5,7 punti su 10). Il 69% degli incumbent ha comunque già collaborato in qualche forma con startup o PMI Fintech e la spesa complessiva in collaborazioni nel 2020 è di 263,8 milioni di euro.

«Anche a seguito della pandemia, l'innovazione digitale è diventata una necessità e un'opportunità per tutti gli attori del settore finanziario e assicurativo e il digitale ha permesso di dare vita a nuove relazioni in un ecosistema in fermento – afferma **Marco Giorgino, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech**. Nel Fintech e Insurtech si assiste sempre più alla volontà di collaborazione, più che di competizione, tra attori che traggono sinergie dalle proprie differenze in termini di accesso alla tecnologia, di base clienti, e di nuove modalità distributive. È però evidente che gli sforzi maggiori di collaborazione siano stati compiuti spesso solamente da una cerchia ristretta di attori: la spinta innovativa si traduce ancora poco in progetti concreti ed ora, più che mai, è, invece, il momento di intensificare questa convergenza».

User experience e desideri dei consumatori

Pensando alla **banca** del futuro i consumatori italiani desiderano innanzitutto velocità nell'eseguire operazioni e maggiore trasparenza degli investimenti, orari di apertura e disponibilità flessibili fino alla possibilità di eseguire qualsiasi attività da mobile. Desideri analoghi per la **compagnia assicurativa** del futuro: i consumatori vogliono velocità da parte della compagnia nel risolvere i problemi e liquidare i sinistri, semplicità e trasparenza nella sottoscrizione di polizze e nel rispondere ai reclami, ma anche disponibilità 24/7 e possibilità di fare tutto da mobile. Il 29% ha acquistato almeno una volta una polizza in modalità completamente digitale e un ulteriore 35% intende valutarne la possibilità nel corso dell'anno, alla ricerca di maggior semplicità nell'acquisto o un modo più veloce per confrontare polizze diverse.

Per garantire una **user experience** adeguata servono i **dati dei clienti**, i quali però spesso non sono disponibili a condividerli se questo, come allo stato attuale, non viene adeguatamente valorizzato: oggi solo l'11% condivide già con la banca dati su viaggi e spostamenti, il 9% con l'assicurazione; il 15% comunica alla banca informazioni sulla famiglia, il 10% all'assicurazione. Il 27% dichiara che al momento non intende condividere nessuna informazione con la banca, il 26% con l'assicurazione, il 17% con nessuna delle due. Sei clienti su dieci non vogliono condividere informazioni provenienti dai social, tema poco chiaro, proprio per l'apertura allo scambio tipica dei social.

Emerge l'interesse nel disporre nell'**app** della propria banca di altre informazioni oltre a saldi, movimenti e operatività del conto corrente: il 47% dei consumatori vorrebbe poter **visualizzare e pagare le bollette**, il 38% **servizi per l'identità digitale**, il 36% **servizi per la telefonia mobile**, il 34% servizi **per la mobilità**, un altro 34% **carte fedeltà**. Gli under 35 in particolare richiedono servizi per gestire e accrescere le proprie risorse, come **budgeting** (31%, contro il 19% tra gli over 55) e **opzioni di investimento personalizzate** (30%, contro 21% tra gli over 55).

"L'emergenza sanitaria ha scosso e innovato le abitudini ed esigenze dei consumatori che, abituati all'interazione digitale con attori di eCommerce o social network, richiedono la medesima immediatezza ed efficacia ai servizi di banche e assicurazioni – dice **Laura Grassi, Direttore dell'Osservatorio Fintech & Insurtech** -. Anche in ambito finanziario, emerge la richiesta di una user experience di qualità: velocità di risposta e trasparenza sono ormai caratteristiche imprescindibili, ma da sottolineare come cresca l'attenzione alla sostenibilità. L'esperienza richiesta dai consumatori a banche e assicurazioni può essere garantita solamente attraverso la collaborazione con altri attori e startup".

Le PMI

La pandemia ha influenzato significativamente le attese, i bisogni e le attività delle PMI che si rivolgono a **banche e assicurazioni**. Il lockdown ha spinto il 51% di queste a ridurre gli incontri di persona con il consulente bancario e il 45% a diminuire l'accesso alle filiali. Il 13% ha compensato la minore interazione fisica dialogando con i consulenti in videoconferenza, il 20% ha aumentato il ricorso all'home banking, il 7% ha sostituito l'anticipo fatture tradizionale con soluzioni online e il 5% ha sottoscritto prestiti in rete. Solo una minoranza delle PMI è insoddisfatta dei servizi digitali della propria banca (3%), una su tre li ha apprezzati (34%) e il 63% neutrale. Non sono però mancati i problemi: il 19% delle PMI ha segnalato l'indisponibilità di alcune soluzioni digitali necessarie, il 17% problemi con le soluzioni digitali offerte.

L'impatto è evidente anche sul mondo assicurativo. Il 32% delle PMI ha diminuito le interazioni di persona con il proprio agente e il 39% ha ridotto la frequenza con cui si recava nella filiale. In particolare, il 9% delle PMI ha sostituito l'incontro di persona con videoconferenze e il 10% è passato a soluzioni online. Anche la modalità di gestione delle polizze ha subito importanti cambiamenti: il 24% delle PMI ha aumentato la sottoscrizione tramite internet, il 29% la gestione online.

Anche fra le PMI, banche e assicurazioni sono ancora gli attori più fidati, ma avanza la tendenza a valutare anche altri **operatori non tradizionali**. Il 33% delle PMI ha una propensione medio-alta a chiedere un prestito a breve termine o un finanziamento del capitale circolante a un attore innovativo, come supermercati (23%) e utility (16%). Il 29% si affiderebbe ad un soggetto tradizionale non finanziario come la propria associazione di categoria. Per i servizi assicurativi, il 69% delle PMI si affida a compagnie assicurative, il 50% alle banche, il 31% valuterebbe anche un attore innovativo come un'azienda internet (19%), utility (18%), comparatori online (24%).

Le aziende sotto i 10 dipendenti preferiscono rivolgersi ai player tradizionali quando devono richiedere servizi finanziari e assicurativi. Per il 72% delle microimprese le banche sono attori di riferimento per la richiesta di anticipo fatture e prestiti, mentre per il 64% delle microimprese le compagnie assicurative hanno un ruolo rilevante per richiedere le polizze assicurative.

Bassa la fiducia, quindi, verso i player non tradizionali: solo il 7% delle microimprese ripone fiducia negli operatori innovativi per i servizi finanziari e il 12% per quelli assicurativi.

D'altronde, per le microimprese la vicinanza territoriale di una filiale è ancora un elemento fondamentale (27% del campione), insieme all'offerta di servizi (15%). Nel caso della scelta della compagnia assicurativa, invece, è la convenienza economica dei prodotti il criterio di scelta più diffuso (37% del campione).

Finanziamento ancora in banca

Nell'ambito della richiesta di piccoli finanziamenti, le banche sono ancora il punto di riferimento principale, con il 61% degli italiani che si rivolgerebbe a questi attori. Ma emerge la competizione di nuovi attori: il 23% sarebbe pronto a prendere in considerazione i finanziamenti legati a casa automobilistiche (+9%), il 32% quelli collegati a fornitori di gas e luce (+ 11%). Sebbene la posizione di vantaggio degli attori tradizionali (banche, compagnie assicurative, servizi postali e Sgr) sembri confermata, questi mostrano tuttavia un calo dei consumatori che li vedrebbero come riferimento esclusivo (-13 p.p. rispetto al 2020). Molto più ampio il distacco nelle assicurazioni sulla salute, dove le compagnie assicurative restano l'attore dominante, riferimento per il 75% dei consumatori. Solo il 26% prenderebbe in considerazione polizze collegate ad associazioni di categorie, mentre il 22% quelle legate ai servizi postali. Anche in questo ambito, però, diminuisce (del 16%) il numero dei consumatori che si affiderebbero esclusivamente alle compagnie assicurative.

Le startup: investimenti e tecnologie più diffuse

Sono 2.541 le startup Fintech & Insurtech a livello internazionale censite dall'Osservatorio nel 2020, per un totale di 55,3 miliardi di dollari di fondi raccolti, in media 22 milioni di dollari a startup. Il 45% ha sede nel continente americano, con gli **USA** primo paese per numero di nuove imprese innovative (39%) e investimenti (21,4 miliardi); il 30% in Europa, in particolare **Regno Unito** con 296 startup e 5,3 miliardi; il 22% in Asia con il 31% dei finanziamenti, soprattutto grazie alla **Cina**, che ospita 175 startup per 8,5 miliardi di dollari. Il 60% delle startup opera nei servizi bancari, il 35% negli investimenti e il 15% nelle assicurazioni. Le Insurtech sono più finanziate, con una media di 28 milioni di euro raccolti. Numerose le startup che offrono tecnologie accanto ad un servizio bancario o assicurativo, il 54%, e le RegTech, startup attente al mondo della regolamentazione (17%). Quasi due terzi si rivolgono ai consumatori retail (63%), il 39% al settore finanziario, il 50% a imprese di altri settori e il 12% alla PA.

Le start-up italiane hanno raccolto complessivamente 2 miliardi di euro, ma i fondi sono molto concentrati e l'accesso ai capitali per crescere è limitato: oltre il 50% delle realtà non ha raccolto alcun capitale, infatti. Analizzando il solo ambito Insurtech, dove l'Osservatorio ha censito 130 realtà innovative suddivise tra Insurtech pure (64% del totale) e Tech Insurance (36%), i finanziamenti raccolti ammontano a 120 milioni di euro, pari al 6% dell'ammontare complessivo. Nel complesso, gli investimenti sono guidati ancora da pochi attori, quelli storicamente più attivi, con il rischio di vedere nel prossimo futuro un sistema a due velocità.

«Il valore di capitali raccolti è certamente significativo, ma si può e deve fare di più, soprattutto alla luce della rilevante concentrazione della raccolta in poche realtà: è evidente infatti come l'accesso ai fondi delle Fintech e Insurtech sia ancora limitato e la provenienza dei capitali sia prevalentemente locale – spiega **Laura Grassi, Direttrice dell'Osservatorio Fintech & Insurtech** –, segno che Venture Capital e fondi esteri non hanno ancora riconosciuto alto potenziale in queste realtà o trovato il modo per intercettarle. Inoltre, si evidenzia un'alta concentrazione delle quote azionarie in posizioni di controllo: per le nuove sfide della crescita è importante avere compagni di viaggio imprenditoriale che possano apportare conoscenze e competenze, al di là dei capitali».

Le **tecnologie** più utilizzate dalle startup sono l'**intelligenza artificiale** (37%), le **API** (36%) e la **Blockchain** (24%). Oltre metà delle startup mondiali collabora con imprese non finanziarie (54%), il 32% con realtà del settore finanziario, il 30% con altre startup. Le nuove imprese innovative necessitano di supporto: centri universitari, acceleratori e incubatori hanno affiancato il 36% delle startup e l'8% ha interagito con le autorità regolatrici, partecipando a programmi Sandbox (la sperimentazione di un'attività disciplinata dalla normativa del settore bancario, finanziario, assicurativo).

"L'ecosistema delle startup Fintech & Insurtech è florido e capace di offrire servizi innovativi a tutto il sistema economico, finalmente anche in Italia e con Milano capofila – afferma **Filippo Renga, Direttore dell'Osservatorio Fintech & Insurtech** -. Il numero delle startup è cresciuto ancora, nonostante la pandemia, con peculiarità e dinamiche diverse tra i continenti. Cresce in particolare l'Europa del Fintech. +158% di finanziamenti nell'ultimo biennio, con oltre 768 startup finanziate sopra 1 milione di €. Un settore dinamico, come dimostra l'evoluzione dei modelli di business delle startup, che si aprono sempre più a forme di collaborazione e partnership stabili con incumbent finanziari, aziende industriali e altre startup. In questo senso sono significative le partnership sulla

strada dell'Open Finance che abbiamo visto nel 2020 nell'ecosistema italiano. E ne vedremo molte altre nel 2021".

Sostenibilità e Fintech

Anche fra le startup cresce l'attenzione alla **sostenibilità**: il 27% è attento ad almeno un obiettivo di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU, e questo interesse è premiato da investitori, che mediamente finanziano le nuove imprese sostenibili con 25,5 milioni di dollari (contro i 20,4 milioni delle altre), e regolatori, con il 10% che ha preso parte a un programma Sandbox (contro il 7% delle non sostenibili). Le startup sostenibili si concentrano soprattutto su temi sociali (10% delle startup), come la riduzione delle disuguaglianze, e ambientali (4%), come la lotta al cambiamento climatico.

Secondo i consumatori italiani, il settore finanziario è tra i più importanti per perseguire obiettivi di sostenibilità sociale (come la riduzione della povertà o l'accesso universale alle cure), posizionandosi è al terzo posto tra 11 settori considerati per potenziale contributo al sociale, appena dopo quello dell'"Università e istruzione" e quello delle "Coltivazioni". Diversamente, i consumatori non ritengono che il settore finanziario possa contribuire alla sostenibilità ambientale, posizionandolo al penultimo posto in classifica, davanti solo all'arredamento. Tuttavia, gli attori finanziari ed assicurativi da tempo offrono investimenti ESG o Green Bond attenti alla sostenibilità, e più recentemente sono nate soluzioni Fintech e Insurtech orientate alla sostenibilità.

Delle 2541 startup Fintech & Insurtech attive a livello mondiale, il 14% offre almeno una soluzione di Sustainable Fintech, capace di contribuire a uno dei Sustainable Development Goals identificati dall'ONU, tramite soluzioni di "micro Fintech" e "micro Insurtech", fino ad app per investire direttamente in progetti sostenibili.