

Comunicato stampa

Osservatorio Fintech & Insurtech

**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

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 Advising (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.

Sono i risultati della ricerca dell'**Osservatorio Fintech & Insurtech** della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net)* presentata oggi al convegno online "*Fintech & Insurtech: la spinta COVID verso un nuovo ecosistema*".

"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".

I 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 confrontate 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 startup - 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 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”.

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.

**L'edizione 2020 dell'Osservatorio Fintech & Insurtech è realizzata in collaborazione con Alleanza Assicurazioni, Armundia Group, Banca Mediolanum, BVA Doxa, CBI, Credem Banca, Doorway, Data Reply - e*finance consulting Reply, Enel, EY, Fabrick, Kaleyra, Mansutti, Mediobanca, PwC, Tink, Vittoria hub, Yolo; Altilia, Amundi, Auriga, Banca Agricola Popolare di Ragusa, Banca Progetto, Banca Widiba, BPER Banca, Deloitte, finleap connect, Fintastico, G2 Startups, GFT Italia, illimity, Lokky, Microdata Group, modefinance, Monte Titoli - London Stock Exchange Group, Poste Italiane, SIA, UBI Banca, UnipolSai, Volkswagen Financial Services; e con il patrocinio di AITI - Associazione Italiana Tesorieri d'Impresa, ASSIOM FOREX, AssoFintech, Gepafin, Istituto Affari Internazionali, Italian Insurtech Association e SIAT - Società Italiana Analisi Tecnica.*

Ufficio stampa School of Management del Politecnico di Milano

Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9545
email barbara.balabio@osservatori.net
Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/people/barbara.balabio)
www.osservatori.net

d'I Comunicazione:

Piero Orlando
po@dicomunicazione.it
Mob.: 335 1753472

Marco Puelli
mp@dicomunicazione.it
Mob.: 320 1144691

Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale. Oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La mission è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di Innovazione Digitale in Italia. Le attività sono svolte da un team di quasi 100 tra professori, ricercatori e analisti impegnati su oltre 40 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: 5G & Beyond, Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data & Business Analytics, Blockchain & Distributed Ledger, Business Travel, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics "Gino Marchet", Cybersecurity & Data Protection, Digital B2b, Digital Content, Digital Identity, Design Thinking for Business, Digital Transformation Academy, Droni, eCommerce B2c, eGovernment, Export Digitale, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Innovative Payments, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nelle PMI, Internet Media, Internet of Things, Mobile B2c Strategy, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart & Connected Car, Smart AgriFood, Smart Working, Space Economy, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Tech Company - Innovazione del Canale ICT.