



COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Fintech & Insurtech

IL DIGITALE RIVOLUZIONA FINANZA E ASSICURAZIONI, 11 MILIONI DI ITALIANI USANO GIA' SERVIZI FINTECH E INSURTECH

I servizi più diffusi sono mobile payment, gestione del budget personale e trasferimenti di denaro fra privati, con alto livello di soddisfazione. Il 55% delle PMI usa APP mobile per interagire con gli istituti finanziari.

147 piattaforme di Robo Advisor a livello internazionale. 275 servizi Blockchain di istituti finanziari
1.210 startup fintech & insurtech nel mondo, con 43,7 miliardi di investimenti raccolti.

Milano, 11 dicembre 2018 - L'innovazione digitale sta rivoluzionando il sistema finanziario e assicurativo italiano. Continua a crescere l'utilizzo di servizi Fintech & Insurtech: in Italia sono ormai 11 milioni gli utenti che ne hanno provato almeno uno, pari al 25% della popolazione italiana fra i 18 e i 74 anni, in forte crescita rispetto a quanto registrato un anno fa (+54%), quando la percentuale si attestava sul 16% (indagine condotta dall'Osservatorio Fintech & Insurtech con Nielsen Italia). Gli utenti internet utilizzano principalmente Mobile Payment (16%), servizi per gestire il proprio budget personale o familiare (15%) o per trasferimenti istantanei di denaro tra privati (12%). Tutti i servizi Fintech & Insurtech sono molto apprezzati, ad esempio: la possibilità di gestire i sinistri da smartphone (voto medio 9,6 su 10), l'attivazione di assicurazione istantanee (8,9) e l'accesso a un finanziamento da smartphone o Pc (8,9).

Oltre metà delle PMI italiane (il 55%) interagisce già con gli istituti finanziari tramite un'APP per Smartphone, il 92% lo fa tramite PC. Le Pmi acquistano però coperture assicurative ancora prevalentemente con modalità tradizionali: solo il 15% delle PMI ha comprato una copertura online in totale autonomia, ma l'80% potrebbe già gestire tutti i servizi assicurativi di base con sistemi digitali. In media solo il 5% delle PMI ha già utilizzato metodi di finanziamento alternativi come Minibond, P2P lending, Crowdfunding, soluzioni di Supply Chain Finance.

Nel 2018 si contano 1.210 startup Fintech & Insurtech a livello globale con almeno 1 milione di dollari di finanziamento, in forte aumento (+66%) rispetto a due anni fa, capaci di raccogliere 43,7 miliardi di dollari, contro i 25,7 del 2017 (+70%), e con le startup cinesi, indiane e australiane che crescono rispettivamente del 233%, del 184% e del 227% nella raccolta di investimenti (contro un -11% delle statunitensi). Un numero importante e sempre maggiore di startup (24%) ha come obiettivo la collaborazione con banche e assicurazioni.

Le banche hanno compreso l'importanza delle tecnologie Blockchain e Distributed Ledger: 275 servizi basati su queste tecnologie (di cui 40% annunci) sono stati promossi da istituti finanziari nel mondo negli ultimi 3 anni.

E se gli utenti italiani affiderebbero principalmente a banche e operatori postali i loro risparmi (65% e 56%), cresce chi si affiderebbe alle startup (12%), dove sono già oltre 140 i Robo Advisor censiti a livello mondiale, piattaforme di investimento automatizzate che quest'ultimo anno però danno maggiore rilevanza alla presenza umana.

Sono i risultati della ricerca dell'Osservatorio Fintech & Insurtech della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net)*, presentata oggi al convegno "Fintech & Insurtech: l'Italia spiega le vele", che ha analizzato le principali spinte digitali che stanno modificando gli istituti finanziari, bancari e assicurativi.

"Il digitale sta rivoluzionando l'ecosistema finanziario italiano, favorendo la nascita di attori innovativi, facendo emergere nuove esigenze della clientela e nuove forme di relazione tra utenti, imprese, istituti

finanziari e assicurativi - afferma **Marco Giorgino**, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech -. Resta la fiducia negli attori tradizionali: la maggioranza degli italiani si rivolgerebbe a banche (65%) e operatori postali (56%) per affidare i propri risparmi, con tuttavia una differenza generazionale: nel caso dei giovani di età compresa tra 16 e 24 anni le preferenze sono il 53% e il 52% mentre il 67% e 59% nel caso degli over 55. Ma cresce il numero di coloro che hanno provato almeno un servizio Fintech o Insurtech e, soprattutto fra i più giovani, di coloro che si affidano anche ad altri attori oltre a banche e assicurazioni. L'ecosistema finanziario deve accelerare il processo di trasformazione digitale per non farsi trovare impreparato: è necessario approfittare delle opportunità offerte da nuove tecnologie come la blockchain o le piattaforme di Robo Advisor, per proporre nuovi servizi di valore. Banche e assicurazioni possono rispondere alle sfide della trasformazione digitale mettendo l'innovazione al centro delle strategie e puntando sulla costante collaborazione con altri attori”.

Nel settore Finance si amplia la competizione tra istituti finanziari, bancari e assicurativi con startup, attori corporate, digital, tecnologici e di telecomunicazioni, autorità di regolamentazione e più in generale nuovi potenziali entranti: nel 2018 sono nate nuove collaborazioni mentre gli attori “non tradizionali” stanno iniziando a riscuotere consenso tra gli italiani. Per questo l'Osservatorio Fintech & Insurtech ha proposto e avviato l'*Open Finance Journey*: un percorso per stimolare, incoraggiare e supportare le pratiche con cui le aziende del mondo finanziario, bancario e assicurativo possono abbracciare l'innovazione digitale.

LA RICERCA

Gli italiani e i servizi Fintech - Nel 2018 11 milioni di italiani hanno utilizzato almeno un servizio Fintech o Insurtech, il 25% della popolazione fra i 18 e i 74 anni, con un balzo del 54% rispetto al 2017 (16%), con un elevato livello di gradimento. Lo rivela la ricerca dell'Osservatorio realizzata in collaborazione con Nielsen Italia su un panel di 1.515 persone rappresentativo della popolazione attiva su internet. I servizi più apprezzati sono la possibilità di gestire i sinistri da smartphone (voto medio 9,6 su 10), l'attivazione di assicurazione istantanee (8,9) e l'accesso a un finanziamento da smartphone o Pc (8,9); più tiepido l'entusiasmo per social lending (7,6), crowdfunding e chatbot (entrambi a 7,7). I servizi più utilizzati sono Mobile Payment (16%), servizi per gestire il proprio budget personale o familiare (15%, in crescita di 10 punti percentuali rispetto al 2017) e i servizi per trasferimenti istantanei di denaro tra privati (12%, in crescita di otto punti rispetto al 2017).

Gli italiani continuano a nutrire fiducia negli istituti finanziari, che raccolgono le preferenze del 73% degli utenti per i finanziamenti e del 65% per la gestione del risparmio. Una fiducia destinata a durare, come evidenzia il 73% che ha intenzione di affidarsi per un finanziamento agli istituti finanziari anche in futuro, in aumento rispetto alle altre categorie (produttori di Smartphone e Tablet, siti di eCommerce, OTT, catene di supermercati, operatori di telefonia, associazioni di categoria, startup) che mostrano fiducia stabile o in calo. I giovani sono meno affezionati della media agli istituti finanziari (il 65% si affiderebbe a loro in futuro) e più interessati alle assicurazioni (25%, contro l'11% del campione complessivo).

“Nonostante chi ha utilizzato i servizi Fintech e Insurtech li promuova a pieni voti, dagli utenti arrivano anche chiare richieste di miglioramento dell'offerta di servizi finanziari - rileva **Marco Giorgino** -: per il 67% sono fondamentali servizi di base gratuiti, circa metà chiedono trasparenza negli investimenti, velocità nelle operazioni o la possibilità di incontri di persona nei casi più complessi.”

Per l'offerta assicurativa via internet, le funzioni più importanti indicate dagli utenti sono la segnalazione della scadenza della polizza (51%), la possibilità di controllare le informazioni relative alle coperture (44%) e la gestione degli eventuali sinistri (39%). Per i prodotti assicurativi la preferenza degli italiani è netta: ben il 78% si affiderebbe e società assicurative per il ramo salute. Ma tra i giovani, il 14% sceglierebbe le banche, il 13% le associazioni di categoria, il 9% i servizi postali o le Big Tech o le startup, il 5% gli operatori di telefonia, il 4% i siti di eCommerce e l'1% i produttori di smartphone o le catene di supermercati.

Le Pmi - Nelle interazioni con gli istituti finanziari, oltre la metà delle PMI (il 55%) sfrutta uno

Smartphone e quasi tutte ritengono di poter usare facilmente il canale Mobile (96%). L'utilizzo del Pc è più diffuso (92%) anche se ancora l'8% delle PMI non lo usa. Complessivamente però, il canale preferito dalle PMI rimane la relazione personale (filiale o consulente) per la richiesta di tutti i prodotti finanziari, dall'anticipo fatture (54% di chi utilizza) agli strumenti di previsione dei flussi di cassa (78% di chi utilizza). I prodotti finanziari più utilizzati dalle PMI sono l'anticipo fatture (71%) e le soluzioni di leasing (66%), mentre sono poco sfruttati gli strumenti di previsione dei flussi di cassa (18%) e i prestiti con durata inferiore a un anno (32%). I metodi di finanziamento alternativi sono ancora poco conosciuti: i Minibond sono noti solamente al 33% del campione, il P2P lending al 24%, il Crowdfunding al 20% e le soluzioni di Supply Chain Finance al 12%. Molto limitato anche il loro impiego, con solo il 5% del campione che ha impiegato almeno uno di questi servizi. La principale difficoltà registrata dalle piccole e medie imprese è l'accesso alle informazioni e alla consulenza, indicata dal 36% delle aziende intervistate, mentre la maggioranza non riscontra problematiche nell'accesso ai finanziamenti (non critico per il 92% delle imprese), nei ritardi nei pagamenti (90%), nell'accesso ai mercati internazionali (89%) e nelle previsioni finanziarie ed economiche (86%).

L'acquisto delle coperture assicurative avviene spesso con modalità tradizionali (nel 50% dei casi non vi è ricorso a dispositivi connessi) e gli strumenti digitali sono impiegati principalmente come supporto alla forza vendita (solo il 15% delle PMI ha comprato una copertura online in totale autonomia), mentre il restante 35% acquista con una modalità solo parzialmente digitale, rivolgendosi a un agente ma con un incontro da remoto o utilizzando documenti digitali. Tuttavia, la maggioranza delle PMI (80%) dichiara che la propria compagnia assicurativa garantisce la possibilità di gestire digitalmente la verifica della polizza (91%), l'aggiunta di coperture (91%) e la gestione dei sinistri tramite sistemi digitali (81%).

Quasi tre PMI su quattro gestiscono i rapporti con gli istituti finanziari e assicurativi attraverso la segreteria o l'amministrazione (74%) e in un caso su cinque (20%) è direttamente l'amministratore delegato a occuparsene, mentre è marginale il ricorso a un direttore finanziario (3%) o a un professionista di fiducia (3%). Nella scelta della banca o della compagnia assicurativa, le caratteristiche più importanti sono la convenienza dell'offerta e la capacità di adattarsi alle esigenze aziendali.

Le startup - Sono 1.210 le startup Fintech & Insurtech censite dall'Osservatorio nate dopo il 2013 e che hanno ricevuto almeno un milione di dollari di finanziamenti nel periodo 2016-2018, per un totale di 43,7 miliardi di dollari raccolti. Rispetto alla rilevazione del 2016, la crescita è notevole sia numericamente (+66%) che per investimenti generati (+70%). Gli Stati Uniti sono a l'area che raccoglie più investimenti (13,9 miliardi di dollari), seguiti dalla Cina con 13,4 miliardi di finanziamenti, sede di quattro delle prime cinque startup al mondo per finanziamenti ricevuti e con il tasso di crescita più elevato (+233%). Gli altri Paesi le cui startup hanno superato il miliardo di dollari di finanziamento sono Regno Unito, con 5,1 miliardi (+163% rispetto a quanto registrato due anni fa), Australia e India, con 1,2 miliardi ciascuna (rispettivamente +227% e +184%). L'Italia è lontana da queste realtà, ma in crescita: 8 startup hanno superato la soglia del milione di dollari di finanziamenti ricevuti, per 44 milioni di dollari complessivi (contro i 20 del censimento precedente). "Non ci aspettavamo una crescita ancora così importante - spiega **Filippo Renga**, Direttore dell'Osservatorio Fintech & Insurtech -. Inoltre, non solo stiamo assistendo a una sempre maggiore collaborazione tra attori consolidati e Startup, ma anche a un sempre più rilevante desiderio di trovare nuovi modelli di business innovativi e integrati".

Oltre metà delle startup (51%) offre servizi di banking, una su quattro (23%) di investment service, il 17% si divide fra soluzioni di marketing, big data, security e altri, il 9% propone servizi assicurativi. Quest'ultima categoria, denominata solitamente Insurtech, comprende 107 startup e mostra il tasso di crescita più elevato (+174%). Il 72% dei finanziamenti ricevuti va ai servizi bancari, in particolare startup di lending & financing, di payment e bank account. Il 24% delle nuove imprese adotta un modello di business collaborativo che mira ad aiutare le banche nella trasformazione digitale o vede gli attori tradizionali come intermediari attraverso cui offrire i propri servizi (8%). La maggior parte delle startup, però, punta a sostituirsi a banche e assicurazioni, ponendosi come concorrente su un numero ristretto di servizi (70%) o addirittura offrendo un pacchetto completo di servizi bancari e assicurativi (6%).

Robo Advisor e Digital Asset Management - Gli utenti internet italiani affiderebbero i loro risparmi principalmente a operatori tradizionali come banche (65%) e operatori postali (56%). Lo rivela

l'indagine condotta dall'Osservatorio in collaborazione con Nielsen Italia, da cui emerge una preferenza molto diffusa soprattutto fra gli over 55 (67% e 59%) e decisamente meno marcata nella fascia 16-24 anni (53% e 52%). Cresce però il numero di utenti che, oltre a rivolgersi a banche e operatori postali, si affiderebbe oggi ad associazioni di categoria (14%), startup (12%), siti di eCommerce, catene di supermercati e aziende internet (10%), produttori di smartphone e operatori di telefonia (8%).

Sono 147 le piattaforme di Robo Advisor censite dall'Osservatorio a livello mondiale, sia di startup che dei principali operatori di asset e wealth management, attori che offrono una soluzione digitale per servire un nuovo segmento di clientela, offrire nuovi prodotti, diversificare il canale commerciale oppure per recuperare marginalità, potendo efficientare processi a minor valore aggiunto.

“Nell'ultimo anno nei Robo Advisor si sta invertendo il trend che prevedeva piattaforme completamente automatizzate, mentre aumenta la presenza di un referente umano a guida o controllo dell'automazione - rileva **Laura Grassi**, Vice Direttore dell'Osservatorio Fintech & Insurtech -. Per il cliente è importante sapere che i sistemi non siano semplici black box, ma supervisionati da un gestore esperto, in un patto di fiducia che passa dalla chiara identificazione di una controparte umana. Inoltre, una volta compreso che il sistema viene sorvegliato accuratamente, poi la richiesta di contatto con il gestore non avviene in maniera frequente”.

La Blockchain - Le banche e gli attori finanziari hanno ormai compreso l'importanza delle tecnologie Blockchain e Distributed Ledger: sono 275 i servizi basati su queste tecnologie censiti dall'Osservatorio (di cui 167 progetti e 108 annunci) promossi da istituti finanziari nel mondo negli ultimi 3 anni. Le principali applicazioni delle tecnologie Blockchain e Distributed Ledger riguardano la gestione dei pagamenti (41%), del mercato dei capitali (27%) e dei dati e dei documenti finanziari (10%). Seguono soluzioni di supporto al Supply Chain Finance (8%), per la gestione dell'identificazione dei clienti (7%), della tracciabilità degli assegni (5%) e delle votazioni da remoto nelle assemblee degli azionisti (2%).

“Il mercato è più maturo e consapevole, con un maggior numero e qualità dei progetti - analizza **Valeria Portale**, Direttore dell'Osservatorio Blockchain & Distributed Ledger -. Anche gli istituti finanziari e le compagnie assicurative italiane stanno iniziando a investire nelle tecnologie Blockchain e Distributed Ledger, sia partecipando a soluzioni di sistema, che con progettualità individuali. Esistono ancora attori 'scettici' sui vantaggi, ma sono meno numerosi dei 'pragmatici' che investono nelle aree già riconosciute a maggiore opportunità e dei 'leader' che aumentano costantemente gli sforzi e gli investimenti per approfittare dei benefici della Blockchain”.

*L'edizione 2018 dell'Osservatorio Fintech & Insurtech è realizzata con il supporto di Accenture, Artesys Orion, Fabrick, Mediobanca, Intesa Sanpaolo, Kaleyra, Nexi, Nielsen, PoliHub, PwC, Reply, Unione Fiduciaria, Yolo, Banca di Sassari, Banca Popolare di Sondrio, Cegeka, Deloitte, Euclideia, Everis, Fintastico, Helvetia, ING, Microdata, Sia, Supernovaelabs, Ubi Banca; in collaborazione con Assiom Forex, Assofintech, Fintech District e IAI - Istituto Affari Internazionali.

Ufficio stampa Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano

Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9578
email barbara.balabio@osservatori.net
Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/name/barbara.balabio)
www.osservatori.net

d'I Comunicazione:

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

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

La School of Management del Politecnico di Milano, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo dell'economia, del management e dell'industrial engineering che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili. La Scuola ha ricevuto, nel 2007, il prestigioso accreditamento EQUIS. Nel 2009 è entrata per la prima volta nel ranking del Financial Times delle migliori Business School europee. Nel 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA. Dal 2015, la Scuola è membro di AACSB International. La Scuola è presente inoltre nei QS World University Rankings. Nel 2017, la School of Management è la prima business school italiana a vedere riconosciuta la qualità dei propri corsi erogati in digital learning nei master Executive MBA attraverso la certificazione EOCCS. La Scuola è membro PRME, Cladea e QTEM. Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e il MIP Graduate School of Business che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master. Le attività della School of Management legate all'Innovazione Digitale si

articolano in Osservatori Digital Innovation, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale, e Formazione executive e programmi Master, erogati dal MIP. 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 30 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data Analytics & Business Intelligence, Blockchain & Distributed Ledger, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, eCommerce B2c, eGovernment, Export, Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gestione Progettazione e PLM (GeCo), Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nell'Industria dello Sport, Internet Media, Internet of Things, Kids & Toys, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Tech Company - Innovazione nel Canale ICT.