

SPECIALE

Insurtech

IL TRENO DELL'INNOVAZIONE AD ALTA VELOCITÀ

LE COMPAGNIE TRADIZIONALI SONO TRA I PRINCIPALI INVESTITORI IN START UP INSURTECH, MA L'ITALIA È ANCORA INDIETRO RISPETTO AI PRINCIPALI PAESI EUROPEI. LE ISTITUZIONI SPINGONO PER LO SVILUPPO, SENZA TRASCURARE I RISCHI, POTENZIALI E NASCOSTI, PER I CONSUMATORI. SONO TANTE LE INIZIATIVE IN CAMPO, MA SERVE UN CAMBIO DI PASSO

di FABRIZIO AURILIA

I prossimi 12 mesi saranno decisivi. Quante volte abbiamo sentito dire questa frase, in economia, come in riferimento al contesto pandemico. Anche nella grande rivoluzione dell'insurtech italiana vale questo discorso.



Scorrendo i dati presentati dal **Politecnico di Milano**, si scopre che, nonostante un'accelerazione nell'ultimo anno, lo stato dell'insurtech italiana è ancora embrionale. Con i nostri 60 milioni di euro investiti in insurtech nel primo semestre 2021, rappresentiamo una piccola fetta degli investimenti europei. Gran Bretagna, Germania e Francia, negli ultimi 18 mesi, hanno investito rispettivamente 2,8, 2,5 e 2,2 miliardi di euro: l'Italia solo 110 milioni (*Fonte. IIA e Politecnico di Milano*).

Serve correre, quindi, per colmare il gap. Per questo abbiamo chiesto a chi rappresenta le compagnie, l'**Ania**, e al regolatore, l'**Ivass**, di introdurci la loro visione dell'innovazione in Italia, di come start up e rivoluzioni tecnologica possono e potranno cambiare il settore.

L'INNOVAZIONE CHIAMA

Come non partire, quindi da **ANIAisCALLing!**, l'iniziativa nata per coinvolgere le nuove generazioni e proporre nuovi modelli di business. "L'iniziativa – ricorda **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di Ania – ha coinvolto oltre un milione di studenti universitari su tutto il territorio nazionale ma anche community di orientamento imprenditoriale di giovani innovatori. Dai lavori sono emersi spunti interessanti riguardanti soprattutto soluzioni per la micro-mobilità, sistemi di sicurezza, mobilità sostenibile e integrata e incentivazione verso comportamenti virtuosi. Il settore ha messo a disposizione dei giovani gli strumenti, i modelli e le competenze del mondo assicurativo e dell'innovazione per sviluppare al meglio le idee".

Le iniziative in ambito assicurativo sono molteplici, conferma Ivass: "particolare rilevanza – racconta

Piero Franchini, vice capo del *Servizio studi* di Ivass – hanno l'analisi dei big data, l'utilizzo dell'intelligenza artificiale e la blockchain per la gestione di smart contract". Ma l'Istituto sottolinea anche i rischi legati a questi nuovi strumenti: "in particolare – continua Franchini – aumenta la possibilità di attacchi cyber, mentre va garantita un'adeguata governance per rimuovere distorsioni ed errori che possono anche portare all'esclusione dal mercato di fasce di clientela più deboli".

Insomma innovare sì, investire anche, ma attenzione a non lasciare indietro nessuno.

GARANTIRE LA CULTURA DELL'INSURTECH

Tuttavia, il mercato chiede nuovi prodotti e servizi che possono essere abilitati soltanto attraverso un'innovazione che passa dalle insurtech. Da una recente indagine di PwC emerge che il 70% del mercato italiano ritiene fondamentale l'integrazione e la partnership con le insurtech. "L'Ania – spiega Guidoni – sta portando avanti iniziative per intercettare i trend innovativi e seguire gli sviluppi della rivoluzione tecnologica e digitale, includendo l'analisi degli ecosistemi adiacenti, come mobilità, sanità, home & property, agritech, cyber, catastrofi naturali, favorendo lo scambio di idee per generare una cultura dell'insurtech italiana, in linea con i principi di sostenibilità e smart living".

Ma non è sempre facile tenere insieme lo sviluppo di soluzioni innovative richieste dal mercato con il dovere di adeguata protezione dei clienti e il rispetto delle normative. "L'Ivass – interviene Franchini – sta lavorando, come indicato dal presidente Signorini a inizio

LE COMPAGNIE FACCIANO DI PIÙ

Uno dei principali volani per lo sviluppo delle insurtech è la quota d'investimento delle compagnie tradizionali. Dai dati dell'*Insurtech global outlook*, si scopre che tra il 2016 e il 2021, i fondi di venture capital statunitensi sono stati i principali investitori in start up insurtech, con 11,2 miliardi di dollari; seguono gli assicuratori con 8,3 miliardi (**Allianz, Axa, Zurich e Aviva** hanno il 75% della quota riferita alle compagnie). Nel nostro Paese le aziende assicurative sono effettivamente aperte alla collaborazione ma, sottolineano gli analisti della ricerca, prediligono ancora sviluppare internamente la maggior parte delle soluzioni. Solo il 22% delle compagnie ha effettuato almeno un investimento nei primi sei mesi del 2021 (19% a fine 2020); mentre il 66% ha avviato almeno un progetto interno (in linea con l'anno scorso) e l'80% ha realizzato almeno una partnership con start up o altri player dell'innovazione (75% nel 2020).

luglio, per semplificare le procedure senza indebolire la tutela dei consumatori, in modo da eliminare il superfluo e concentrarci sull'essenziale". Tra i processi sotto attenzione ci sono la firma e la definizione dei contratti in forma digitale, la diffusione della documentazione pre-contrattuale e la raccolta del consenso dalla clientela.

LA STRATEGIA EUROPEA SULLA FINANZA DIGITALE

Il tema della regolamentazione è centrale per l'evoluzione di un mercato insurtech che poi non si scopra, tra qualche anno, vulnerabile ai rischi di cui abbiamo parlato. Ania, pertanto, si dice "impegnata attivamente" a far crescere la diffusione equilibrata sia delle coperture tradizionali sia di quelle innovative, con iniziative di sensibilizzazione ed educazione al rischio. "Nell'ambito della strategia europea sulla finanza digitale – argomenta Guidoni – l'industria assicurativa italiana ha sottolineato l'importanza di garantire che il quadro normativo dei servizi finanziari sia favorevole all'innovazione e al digitale, tecnologicamente neutrale e sufficientemente future-proof per adattarsi all'era digitale, sottolineando fortemente l'esigenza di ri-

spettare il principio delle *stesse attività, stessi rischi, stesse regole* per garantire parità di condizioni tra i fornitori di servizi finanziari, promuovendo un'innovazione responsabile, in particolare per le start up, e attenuando i rischi potenziali per i clienti".

CHIARIRE LE RESPONSABILITÀ

In questo contesto, transnazionale e collaborativo, il ricorso alle piattaforme di prodotto e d'intermediazione è la strada scelta da molti per raggiungere nuove fette di mercato. Queste piattaforme consentono di "accelerare l'innovazione", come ricorda Franchini, mettendo a fattore comune tecnologie e competenze tra soggetti che interagiscono nell'ecosistema. Assumono particolare rilevanza i fornitori o gli aggregatori di tecnologia, spesso non soggetti a vigilanza e a specifiche regole di governance. "Queste terze parti – spiega – possono concentrare un elevato potere di mercato in ambito finanziario e assicurativo, ma più in generale nella distribuzione di prodotti e servizi o nella gestione di dati". Il rischio è che la molteplicità di soggetti che interagiscono può rendere, in futuro, più difficile l'identificazione delle responsabilità verso l'utente finale e dei centri in cui si decidono nella sostanza le strategie tecnologiche e di prodotto", conclude l'Ivass.

PIATTAFORME? SÌ, MA CON ORDINE

Il punto di vista di Ania si concentra sulle collaborazioni tra intermediari, che possono beneficiare di un salto di qualità dall'utilizzo delle piattaforme. Ma ovviamente anche questi strumenti devono rispettare i presidi normativi finalizzati a tutelare i consumatori: "formalizzazione dell'accordo di collaborazione tra gli intermediari, trasparenza dell'informativa relativa alle remunerazioni percepite, informazioni fornite alle imprese interessate su costi e oneri connessi all'attività distributiva, rispetto dei requisiti *Pog* in materia di governo e controllo dei prodotti offerti, fornitura al cliente delle informazioni di carattere pubblicitario in merito all'identità, sezione di appartenenza del registro e ruolo svolto dagli intermediari nell'ambito della forma di collaborazione adottata. Pertanto – conclude Guidoni – l'innovazione tecnologica deve imprescindibilmente interagire con tutti i presidi sopra citati, perché è prioritaria la tutela del consumatore". 