

PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE  
Daily

Oltre 160 centri  
in tutta Italia.

Scopri quello  
più vicino a te!

www.glassdrive.it 800 01 06 06

GLASSDRIVE

● GIOVEDÌ 12 DICEMBRE 2019

N. 1662

PRIMO PIANO

## Weinstein, pagano gli assicuratori

Un patteggiamento extra-giudiziario da 25 milioni di dollari: così Harvey Weinstein e le sue accusatrici hanno raggiunto un accordo preliminare per risarcire le donne che hanno denunciato in sede civile l'ex patron della Miramax per molestie e stupro. L'intesa richiede il via libera del tribunale e la firma finale di tutte le parti.

Secondo quanto riferiscono fonti del New York Times, Weinstein non dovrebbe pagare nulla di tasca propria, né dovrebbe ammettere le aggressioni sessuali di cui è accusato. A pagare sarebbero le compagnie assicurative che rappresentano la Weinstein Company, l'ex studio di produzione di Weinstein finito in bancarotta. I 25 milioni per risarcire le accusatrici sarebbero una parte di un totale di 47 milioni di dollari con cui la società chiuderebbe i conti con i creditori.

Sul fronte penale, l'ex produttore è comparso ieri in tribunale camminando a fatica con l'ausilio di un deambulatore. Al termine dell'udienza il giudice James Burke ha aumentato la cauzione da uno a cinque milioni di dollari per aver violato le condizioni dei domiciliari usando in modo improprio il bracciale elettronico. Weinstein dovrebbe ripresentarsi di fronte alla corte ai primi di gennaio per rispondere alle accuse di due donne che sostengono di essere state aggredite sessualmente nel 2006 e nel 2013.

B.M.

INNOVAZIONE

## Tempi maturi per l'open finance

**Nel prossimo futuro l'industria finanziaria e assicurativa vedrà una forte ridefinizione dei confini della competizione, a causa dell'entrata in gioco di player non tradizionali. Se ne è parlato nel corso di un evento organizzato a Milano dall'Osservatorio Fintech & Insurtech, da cui è emersa la necessità, per gli operatori, di riscrivere le proprie strategie collaborando con attori diversi: in primis le start up**

C'è un vento nuovo che porta aria fresca in un settore per anni poco incline al cambiamento. L'innovazione digitale sta investendo in pieno le industry della finanza e dell'assicurazione, e gli attori tradizionali del settore hanno avviato un dialogo con nuove imprese innovative, iniziando a scrivere i primi capitoli dell'era dell'open finance, cioè l'innovazione aperta a tutte le componenti del mondo finanziario e non: big tech, retailer, automotive, utilities. Sulla capacità di essere orchestratori di questo dialogo si giocherà sempre di più la capacità di stare sul mercato. Da questi spunti ha preso il via Fintech & Insurtech: è tempo di alleanze, evento organizzato Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano, e svoltosi lo scorso 10 dicembre presso l'ateneo milanese. L'appuntamento è stata l'occasione per presentare i numeri aggiornati che fotografano l'attuale stato dell'arte. Al momento in Italia si contano 326 start up fintech e insurtech, capaci di raccogliere 654 milioni di euro di finanziamenti: in media fanno 2,6 milioni per azienda, non ancora capitali consistenti (con l'eccezione alcuni di casi limitatissimi come i 100 milioni di Prima Assicurazioni e gli oltre 70 di MoneyFarm).



Marco Giorgino, direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech

### GLI SFUMATI CONFINI DELLA COMPETIZIONE

I settori in cui operano sono eterogenei: dai servizi bancari (42%) ai servizi tecnologici orientati al mondo finanziario e assicurativo (25%). Secondo il direttore scientifico dell'osservatorio, **Marco Giorgino**, "assisteremo a una profonda trasformazione dell'industria, con una forte ridefinizione dei confini della competizione", ha spiegato, indicando tre direttrici su cui agire. "Innanzitutto – ha spiegato – gli operatori devono saper definire strategie di open innovation e collaborare con attori anche diversi, in primis fintech e insurtech, per sviluppare il cambiamento". Queste start up, inoltre, "devono saper dialogare con gli incumbent per scalare più velocemente e ottimizzare il rapporto tra i costi e i benefici della crescita". Infine, ha aggiunto Giorgino, "sarà necessario pensare a operazioni straordinarie per raggiungere quelle dimensioni coerenti con gli investimenti necessari alle economie di scala e di scopo del mercato digitale".

### LO STATO DELL'ARTE

Secondo i dati dell'osservatorio, il 55% delle start up italiane si rivolge solo al mercato italiano, il 26% anche a quello europeo e il 17% oltrepassa anche i confini continentali, mentre un esiguo 2% opera esclusivamente all'estero. La maggior parte delle fintech e insurtech è concentrata al nord Italia e, in particolare, in Lombardia. Per quanto riguarda la tipologia di clienti, mappata attraverso una rilevazione realizzata con **Nielsen Italia**, 12,7 milioni (pari al 29% della popolazione tra 18 e 74 anni) gli italiani che hanno utilizzato almeno un servizio nel 2019, mostrando un alto livello di soddisfazione. (continua a pag. 2)

PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



Oltre 160 centri  
in tutta Italia.

Scopri quello  
più vicino a te!

www.glassdrive.it

GLASSDRIVE

● GIOVEDÌ 12 DICEMBRE 2019

N. 1662

(continua da pag. 1)

Sono i giovani tra 18 e 24 anni a conoscere e utilizzare maggiormente questi servizi (l'89% ne conosce bene almeno uno e il 72% ne usa almeno uno). I servizi più utilizzati sono il mobile payment (14%) e i chatbot per comunicare con la banca (10%), mentre tra i meno utilizzati ci sono le assicurazioni istantanee/on demand (2%) e le assicurazioni con premi basati sul comportamento (1%).

Riguardo alle assicurazioni, solo il 14% degli utenti ha già acquistato una polizza completamente online (l'86% di questi una polizza auto, poche coperture per la casa e prodotti vita). La maggioranza dei consumatori (66%) non ha mai acquistato polizze in forma digitale e non intende farlo nel prossimo futuro, principalmente per mancanza di fiducia e perché soddisfatto del canale tradizionale. La condivisione dei dati è sempre più rilevante: già oggi il 12% della popolazione italiana condivide informazioni sullo stile di guida tramite black box e le preclusioni sono limitate, con il 65% che condividerebbe informazioni sullo stile di guida, il 66% sulla sicurezza della casa, il 62% sulla salute fisica.

Per quanto riguarda le Pmi, prodotti e servizi finanziari non sono completamente diffusi (il 36% delle imprese non ne ha mai fatto uso), ma i canali di utilizzo sono spesso digitali. Il 64% delle Pmi italiane usa prodotti e servizi finanziari, soprattutto anticipo fatture (62%), prestiti a medio-lungo termine (43%) e leasing (42%). Negli strumenti di pagamento prevalgono i bonifici (98%) e gli F24 (81%). Il canale digitale dell'*internet banking* prevale negli strumenti di pagamento, mentre nella fruizione dei prodotti finanziari vi è un forte equilibrio tra canale digitale e fisico. Nella scelta delle assicurazioni, le Pmi si rivolgono principalmente ad attori tradizionali, come compagnie assicurative (90%) e banche (36%), acquistando soprattutto con modalità tradizionali (il 78% delle Pmi opta per un canale completamente fisico), ma il 18% si affida a soluzioni ibride, dove il digitale supporta il processo.



## VERSO UNA SANDBOX NORMATIVA

Il convegno è stato anche l'occasione per fare il punto sul progetto di *sandbox* normativa italiana, un quadro di norme istituito da un regolatore del settore finanziario per consentire test su piccola scala e in tempo reale su innovazioni da parte di imprese private che operano in un ambiente vigilato e supervisionato, a prescindere dal rientrare o meno nel perimetro regolamentato di **Banca d'Italia**. Il progetto è attualmente affidato a un emendamento al dl Crescita, fermo in Parlamento. Intervenendo nel corso del convegno, **Riccardo Basso**, direttore del servizio regolamentazione e analisi macroprudenziale della Banca d'Italia, ha però invitato alla prudenza: "ci sono – ha detto – diversi aspetti poco chiari che rendono difficile l'attuazione di questa legge, e sui quali occorre lavorare". Dall'indagine dell'osservatorio è emerso inoltre che solo il 44% delle start up italiane sarebbe interessata ad avere un *regulatory sandbox* italiano, ma secondo Basso il motivo è dovuto al fatto che non tutte le *fintech* e *insurtech* si intersecano con i temi regolamentari.

Sempre restando in ambito normativo, **Monica Monaco**, founder e managing director di **Trust Eu Affairs**, ha ampliato lo sguardo al panorama europeo, segnalando alcuni temi caldi da monitorare nel prossimo futuro, tra cui l'aggiornamento *product liability directive* a un contesto digitalizzato, stabilendo i confini etici degli algoritmi.

## L'APPROCCIO CON LE START UP

Sotto la spinta della normativa *Psd2* che obbliga le banche ad aprire le proprie *application programming interface* (Api) e condividere i dati dei propri clienti con terze parti, si sta affermando l'*open banking*, il paradigma secondo cui le informazioni e le transazioni finanziarie possono essere fruite dai clienti liberamente. Più in là si sta spingendo l'*open finance*, cioè l'*open innovation* applicata al mondo finanziario, in cui si contano già 48 piattaforme attive in Europa che permettono lo scambio di dati, attivazione di servizi, ecosistemi di collaborazione e aggregazione di idee, mentre l'offerta di servizi finanziari si allarga anche ad altri settori. In questo contesto un ruolo particolare è giocato dalle start up. Il 54% delle 48 piattaforme citate è rappresentato da start up, il 46% da incumbent (istituti finanziari e technology provider).

"Le start up italiane – ha spiegato **Filippo Renga**, co-direttore dell'Osservatorio *Fintech & Insurtech* – stanno improntando il loro modello di business verso un'architettura open: il 73% ha avviato almeno una partnership con altri attori, che in metà dei casi non sono finanziari, e in particolare le più mature si mostrano molto attive nelle collaborazioni. Il principale asset nella partnership con le startup secondo le aziende è la possibilità di accedere a nuove tecnologie come Api, big data analytics e intelligenza artificiale".

Questi elementi sono stati sviluppati nel corso di una tavola rotonda in cui sono state illustrate anche le diverse strategie dei diversi player, e a cui hanno partecipato **Simone Ranucci Brandimarte**, co-fondatore e presidente di **Yolo**; **Giovanni Pesce**, ad di **Fugen Private Sim**; **Alberto Adorini**, head of strategy and business development di **Fabrick**; **Gian Franco Baldinotti**, chief marketing officer di **Vittoria Assicurazioni**; **Vincenzo Fiore**, ceo di **Auriga**; **Tomaso Mansutti**, ad di **Mansutti**; e **Alex Milani**, general manager Europe di **Kaleyra**.

(continua a pag. 3)

PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



(continua da pag. 2)

## LA COMPETIZIONE FINANZIARIA ALLARGATA

Secondo Giorgino, i servizi finanziari "ormai non sono esclusiva di attori del settore finanziario, ma si ritrovano ormai in almeno 12 settori diversi". L'analisi su quattro di questi (tech, automotive, utilities e retail) ha permesso all'osservatorio di censire ben 256 servizi finanziari offerti in Europa da 55 attori non finance, nella maggior parte dei casi servizi assicurativi (41%), prestiti e finanziamenti (31%) e pagamenti e trasferimenti (18%). Il 35% dei 55 attori non finanziari analizzati offre anche servizi finanziari non strettamente collegati al proprio core business e diretti a nuovi clienti, mentre il 18% offre ai propri clienti servizi finanziari scollegati dal prodotto core; una sola azienda offre un servizio legato al proprio core business, ma a nuovi clienti. Tra questi attori sono incluse le big tech, come **Amazon**, **Apple**, **Facebook** o **Google**, che oggi offrono una parte della propria offerta di servizi finanziari solo fuori dall'Europa, ma da cui, sostiene Giorgino, "è possibile aspettarsi a breve un'estensione anche al nostro continente".

Questi aspetti sono stati discussi in una tavola rotonda, incentrata sull'innovazione nell'offerta e nella domanda, a cui hanno partecipato **Alessio Castelli**, account manager di **Cbi**; **Gianluca Finistauri**, head of digital corporate banking di **Nexi**; **Paolo Gianturco**, senior partner e business operations & fintech leader di **Deloitte**; **Alessandro Leonardi**, responsabile open innovation di **Poste Italiane**; **Demetrio Migliorati**, director Innovation di **Banca Mediolanum**; **Cristina Petrali**, director at



Un momento della prima tavola rotonda

**PwC**; **Simone Suriano**, associate partner eFinance consulting di **Reply**. Alla tavola rotonda è seguito l'intervento in chiusura dei lavori, affidato a **Gian Maria Mossa**, ad e dg di **Banca Generali**, che ha presentato la case history della banca da lui guidata, spiegando in che modo è possibile fare innovazione nella gestione del risparmio.

Beniamino Musto

# ASSIMEDICI®

CONSULENZA ASSICURATIVA MEDICI

## ASSICURARE LE STRUTTURE SANITARIE

### SPEEDYQUOTATION

[www.sanitaassicurata.net](http://www.sanitaassicurata.net)

## Quotazione preliminare per le STRUTTURE SANITARIE

**PER INFORMAZIONI:**

**Cell. (+39) 392.90.42.265 - Tel. (+39) 02.91.98.33.94**

PARABREZZA  
ROTTO?

NON ASPETTARE



GLASSDRIVE  
Un marchio Saint-Gobain

INSURANCE  
Daily

● GIOVEDÌ 12 DICEMBRE 2019

N. 1662

Oltre 160 centri  
in tutta Italia.

Scopri quello  
più vicino a te!

www.glassdrive.it 800 01 06 06

GLASSDRIVE  
Un marchio Saint-Gobain

MERCATO

## Facile.it Partner Network vuole crescere

**Il progetto di Facile.it, come spiega il responsabile assicurazioni Diego Palano, punta a raddoppiare la raccolta premi nei prossimi tre anni**

Facile.it Partner Network è la rete di intermediari assicurativi di Facile.it. Lanciata nel 2012 e attiva in oltre 2.000 agenzie, la piattaforma Facile.it Partner Network permette di confrontare le offerte Rca del comparatore e proporre al cliente i preventivi di tutte le compagnie dirette, personalizzati in base alle esigenze dell'automobilista. Attualmente la raccolta premi annuale del progetto si aggira attorno ai 70 milioni di euro. E ora la società si prepara al grande salto.

"Nei prossimi tre anni puntiamo a raddoppiare il volume dei premi raccolti e raggiungere una crescita significativa", spiega in questa intervista **Diego Palano**, responsabile assicurazioni di Facile.it. "Nello specifico – prosegue – lavoreremo a una diffusione più capillare del servizio presso le agenzie, un allargamento dell'offerta assicurativa e la fornitura di nuovi strumenti per il miglioramento della produttività per agente".

### Oltre l'Rc auto

La piattaforma messa a disposizione dei collaboratori di Facile.it Partner Network consente agli intermediari di confrontare l'offerta assicurativa del comparatore, emettere polizze e gestire la fase di post-vendita; l'attuale focus del progetto è il segmento Rc auto e relative polizze accessorie connesse al mercato delle quattro ruote. La squadra di Facile.it è tuttavia pronta a un cambio di passo. "Grazie alla collaborazione con alcune delle principali compagnie assicurative tradizionali, siamo adesso al lavoro sui rami elementari", rivela Palano. Il proposito nasce dalla volontà di garantire alla clientela l'offerta più ampia possibile, includendo nel servizio soluzioni che possano andare anche oltre i tradizionali confini dell'Rc auto.

"L'allargamento dell'offerta riguarderà principalmente il ramo danni, ma ci saranno novità anche nel ramo vita", prosegue Palano. "In linea con la nostra mission di favorire il risparmio del cliente – aggiunge – punteremo soprattutto su prodotti di uso comune che presentano prezzi accessibili".

### Il mondo offline

Negli ultimi anni Facile.it è andata sempre più offline. Oltre a Facile.it Partner Network, il comparatore ha per esempio lanciato recentemente il progetto Facile.it Store, aprendo veri e propri negozi fisici in cui il cliente può associare la comparazione di tariffe alla consulenza offerta da professionisti del settore, non solo in ambito assicurativo, ma anche in quel-

lo della finanza personale e delle utenze domestiche. "Attualmente ci sono 15 store in tutta Italia", illustra Palano. "Il nostro proposito – prosegue – è quello di essere presenti nella maggior parte dei capoluoghi di provincia e di regione, per poter così offrire alla clientela non raggiungibile online un alto livello di consulenza e assistenza".

Nella strategia di Facile.it è prioritario creare sempre più sinergia tra il sito di comparazione e i canali fisici. "Vogliamo migliorare la sinergia fra i diversi canali: stiamo lavorando per indirizzare parte del traffico online verso gli store e le agenzie assicurative partner", spiega Palano. "Ci sono clienti – aggiunge – che preferiscono mantenere un legame con un consulente fisico al momento della sottoscrizione e nel post vendita: nei prossimi mesi saremo in grado di offrire a questo segmento diverse opzioni di sottoscrizione".

### Servizi per gli intermediari

La risposta del mercato è stata finora positiva. "Gli intermediari stanno apprezzando i nostri strumenti", osserva Palano. Flessibilità e velocità di gestione costituiscono, a detta del manager di Facile.it, i principali punti di forza del sistema di Facile.it Partner Network. "Gli intermediari che aderiscono al progetto hanno accesso all'offerta di tutte le compagnie partner di Facile.it e possono contare su una piattaforma digitale in grado, in pochi secondi, non solo di realizzare molti preventivi, ma anche di emettere direttamente la polizza, ottimizzare la raccolta dei documenti e gestire la fase post-vendita

Completano infine il servizio un contact center dedicato e la possibilità di richiedere l'assistenza di uno dei 50 account manager Facile.it a supporto della rete di collaboratori. "Facile Partner Network rappresenta sempre di più – conclude Palano – una valida alternativa ai tradizionali mandati di agenzia".



Diego Palano, responsabile assicurazioni di Facile.it

Giacomo Corvi

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 12 dicembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577