

# Insurtech ed Ecosistemi

Gian Franco Baldinotti

Milano, 28 Novembre 2019

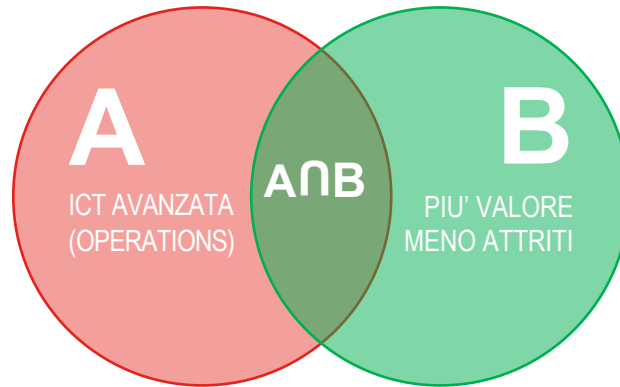


**Insurtech.**  
**Together we grow.**

## Il punto di partenza

Ogni azienda è una azienda software. Dovete iniziare a pensare ed agire come una azienda digitale.

*Satya Nadella (CEO - Microsoft)*



**A∩B** La competizione si può vincere solo con prodotti e servizi eccellenti gestiti con processi eccellenti

# Insurtech

**Insurtech** refers to the use of technology innovations designed to squeeze out savings and efficiency from the current insurance industry model

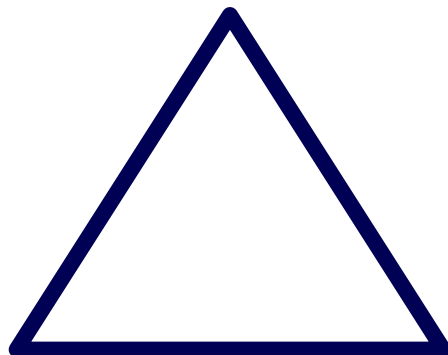
**IPROBIA!**

*investopedia*

**Insurtech** è la tecnologia che giace dietro l'evoluzione della ideazione, della distribuzione e della gestione del business assicurativo.

*Vittoria Assicurazioni*

PIU' VALORE & MENO ATTRITI



NUOVI MODELLI DISTRIBUTIVI

ESPERIENZE MEMORABILI

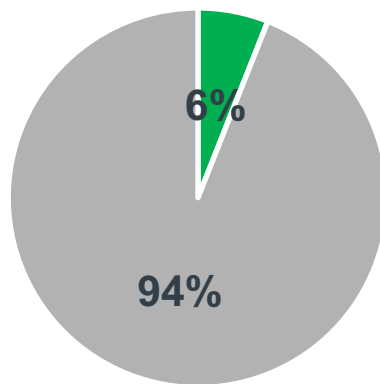
## Quali linee di innovazione?

Oggi le persone **acquistano esperienze, non prodotti.**  
Il prodotto non è più la discriminante.

*Shantanu Narayen, Adobe's CEO*

Problema: solo i clienti che hanno avuto un sinistro, hanno avuto una esperienza assicurativa.

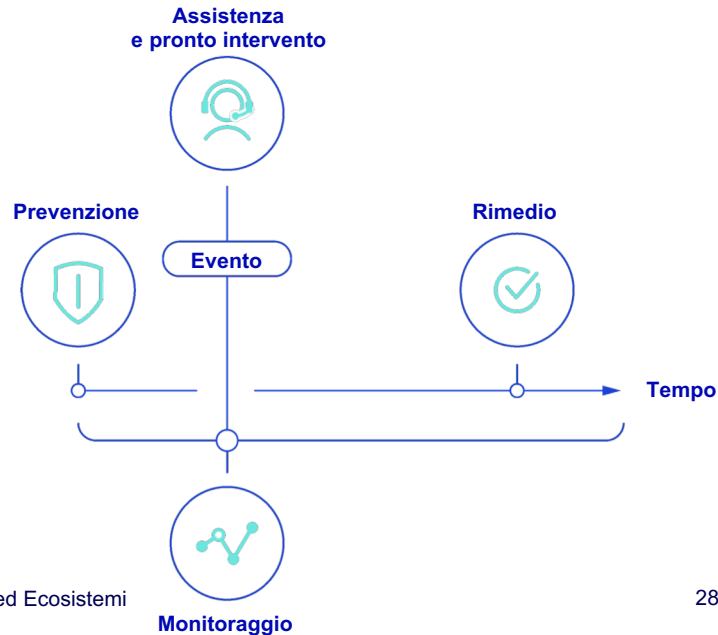
### esperienza d'uso



- Almeno una esperienza in un anno
- NESSUNA esperienza in un anno

# Ecosistema insurtech secondo Vittoria

Perché possa esistere una assicurazione, deve esistere un oggetto identificato, soggetto ad un evento con una probabilità nota... ..tuttavia l'oggetto e l'evento probabile esistono a prescindere dall'assicurazione.



Un **ecosistema Insurtech** è l'insieme armonizzato e ben orchestrato di questi servizi, abbinati a forme di assicurazione tradizionali o innovative (es. *instant insurance, insurance on demand, pay per event/use, subscription insurance, peer2peer/social insurance*), che consenta al cliente di entrare partendo da qualunque servizio e di evolvere e uscire senza barriere, secondo le proprie esigenze.

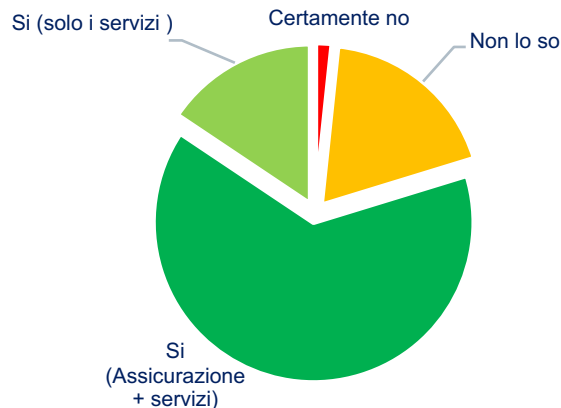


## Esiste un mercato per gli ecosistemi?

Survey ecosistemi – CAWI – Novembre 2019

Abbiamo chiesto ad un panel di consumatori Italiani, non clienti, di rispondere ad alcune domande sul tema degli ecosistemi, al fine di comprendere se sono interessati, se sarebbero disponibili ad acquistarli ed eventualmente da chi, e se sarebbero disponibili a pagare per averli.

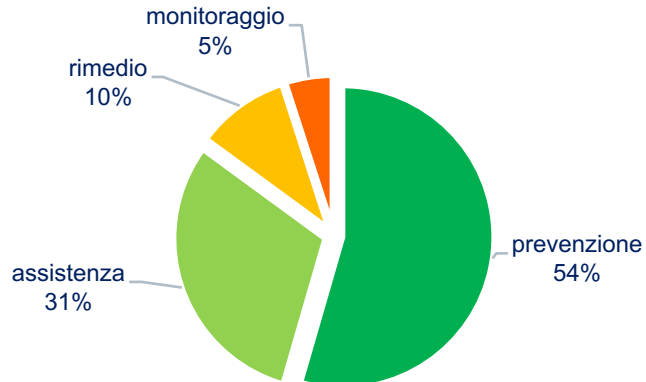
Se ci fosse la possibilità per lei e/o i suoi cari di costruire il proprio pacchetto di servizi "su misura", da abbinare ad un contratto di assicurazione, selezionando tra i servizi di prevenzione, assistenza, rimedio e monitoraggio, così come definiti so



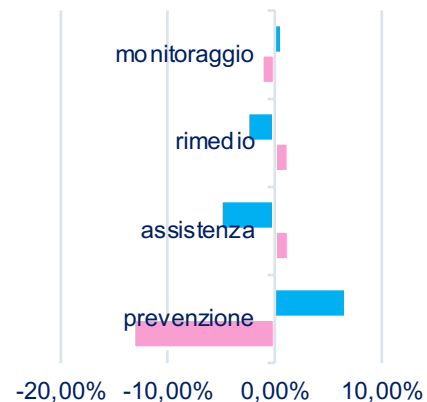
Il 64% degli intervistati acquisterebbe i servizi di ecosistema abbinati all'assicurazione, il 16% acquisterebbe solo i servizi, solo il 2% dichiara di non essere interessato, non vi sono apprezzabili differenze per classe di età o sesso.

# Preferenza

Metta in graduatoria dal più importante al meno importante le seguenti tipologie di servizi assicurativi secondo la sua ATTUALE sensibilità e le sue attuali esigenze (somma di prime scelte)



Metta in graduatoria dal più importante al meno importante le seguenti tipologie di servizi assicurativi secondo la sua ATTUALE sensibilità e le sue attuali esigenze (somma di prime scelte)

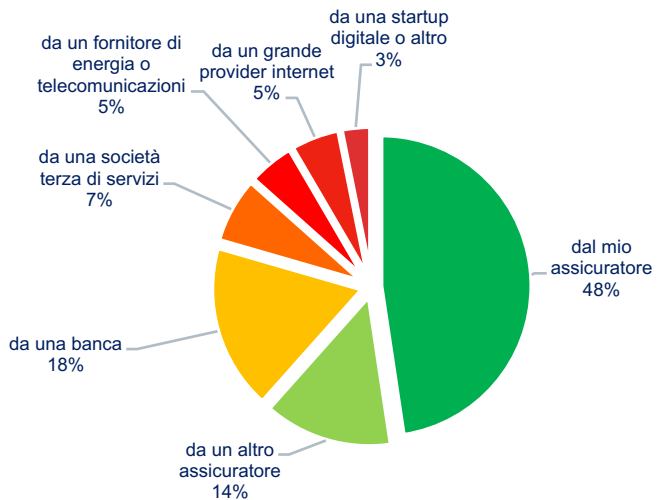


I servizi di prevenzione sono quelli preferiti da tutti i cluster di utenti

Uomini e donne esprimono gradimenti diversi per i servizi di prevenzione e di assistenza

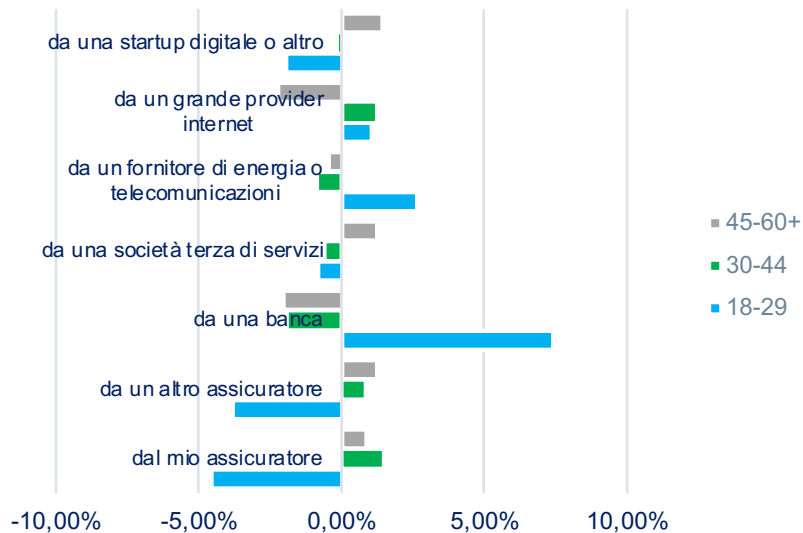
# Canale di distribuzione

Nel caso da chi acquisterebbe più volentieri questi servizi?



Acquisterebbero i servizi dal loro assicuratore, ma se l'assicuratore non li offrisse, da una banca o da un altro assicuratore, non sembra vi sia spazio per le startup per andare sul mercato in maniera diretta

Nel caso da chi acquisterebbe più volentieri questi servizi?

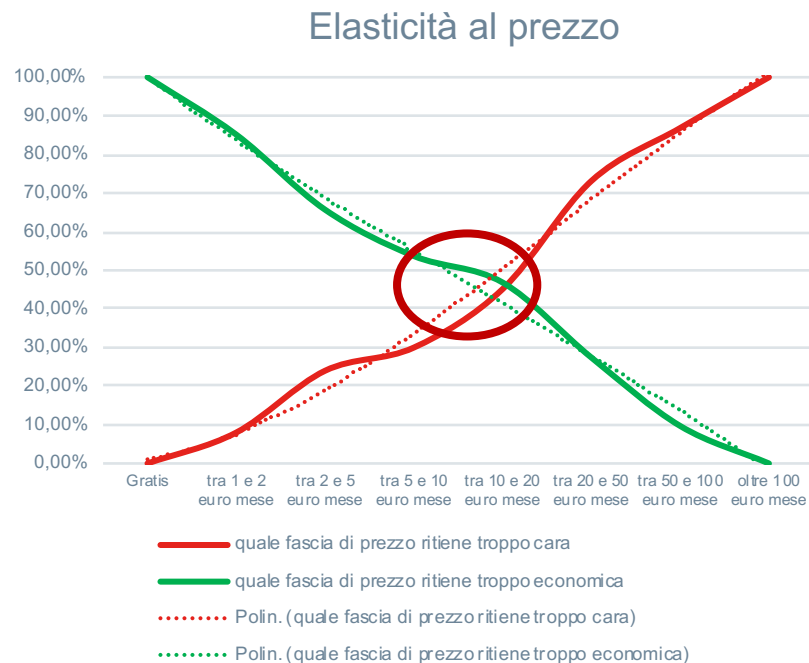


I Millennials prenderebbero più in considerazione il canale bancario rispetto ai Generazione X e ai Boomers



# Elasticità al prezzo

L'analisi di elasticità al prezzo evidenzia la disponibilità dei clienti a spendere, per questi servizi, su base mensile, una cifra dello stesso ordine di grandezza di quelle a cui sono già abituati per altri servizi subscription (es. Netflix)



## La sfida

# Il processo order to delivery, il ciclo attivo, le operations dei servizi sono totalmente diverse da quelle assicurative

### Assicurazione

- Prestazione frazione del numero di clienti
- Quietanzamento
- Billing: max 1 al mese  
prepagato
- Rischio credito: nullo
- Mercato regolato
- Imposte assicurative

### Servizi

- Prestazione multiplo del numero dei clienti
- Fatturazione
- Billing: per use, per event, prepagato a consumo, postpagato e qualunque mix di questi
- Rischio credito: alto
- Mercato non regolato
- IVA

## La soluzione: Vittoria hub

Vittoria hub è **Incubatore Insurtech**, votato alla **Open Innovation**, con l'obiettivo di favorire la circolazione di idee, la collaborazione tra start-up e realtà riconosciute nel mercato di servizi e la crescita di nuovi modelli di business assicurativi.

La nostra mission

Accompagnare nuove imprese innovative nella loro crescita, offrendo accesso a conoscenza, capitali e servizi, al fine di sostenerle e promuoverle nel mercato assicurativo e dei servizi.

La nostra vision

Sviluppare e nutrire uno spazio di incontro e crescita di idee innovative, dove promuovere la co-creazione tra più realtà professionali e coltivare lo sviluppo di queste idee per farle diventare le nuove imprese innovative di domani.

I nostri valori

### INNOVAZIONE

Sosteniamo i processi di Open Innovation al fine di creare valore all'interno del settore assicurativo.

### CO-CREAZIONE

Crediamo nella generazione di nuove soluzioni e nello sviluppo di nuovi servizi tramite condivisione e collaborazione.

### ECCELLENZA

Attraiamo start-up ed imprese innovative che – guidate dalla ricerca dell'eccellenza – puntano a creare soluzioni nuove a bisogni reali.

# Thank you.

**Vittoria Hub s.r.l.**

Via Ignazio Gardella 2

Milano (MI) - Italy

[info@vittoriahub.com](mailto:info@vittoriahub.com)



**Insurtech.  
Together we grow.**