

Fintech vision 2016-2020

INDICE

1. INFORMAZIONI BASE

- 1.1 IL CONTESTO
- 1.2 I NUMERI DEL FINTECH
- 1.3 GLI ELEMENTI TECNOLOGICI ALLA BASE DEL FINTECH

2. ANALISI DI SCENARIO

- 2.1 PAYMENTS & BLOCKCHAIN
- 2.2 PERSONAL FINANCE, TRADING E CREDITO
- 2.3 IOT & CONNECTED DEVICE
- 2.4 USER EXPERIENCE & CUSTOMER VALUE

3. SETTORE FINANZIARIO E FINTECH, FRA SINERGIE E COMPETIZIONE

- 3.1 IL SETTORE BANCARIO
- 3.2 IL SETTORE ASSICURATIVO

4. I MIGLIORI ECOSISTEMI FINTECH NEL MONDO

- 4.1 DOVE CONVIENE FARE FINTECH

1. INFORMAZIONI BASE

1.1 IL CONTESTO

La “rivoluzione” lanciata dalle startup preannuncia un forte rimodellamento dell’ecosistema finanziario.

Da quando i clienti hanno acquisito maggiore capacità e confidenza nell’uso quotidiano di supporti digitali, grazie ai servizi offerti da società come **Google, Amazon o Apple**, hanno anche iniziato ad aspettarsi una analoga *customer experience* da parte delle istituzioni finanziarie¹. I servizi di **pagamento via mobile**, le piattaforme per i **prestiti tra privati** (*p2p lending*), i **robo-advisor** e le valute virtuali come i **Bitcoin** sono perciò in sempre più rapida crescita, forti del loro design *user friendly*, della loro semplicità ed economicità e del loro approccio focalizzato sulla **customer centricity**.

Dall’altro lato, a causa dei numerosi **vincoli normativi** e alla necessità di **infrastrutture fisiche**, quali sportelli automatici e filiali, per molto tempo le banche sono state al riparo dalle evoluzioni tecnologiche che hanno rimodellato gli altri settori. Senza gravi minacce all’orizzonte, la maggior parte delle istituzioni finanziarie si sono concentrate sul **consolidamento** e sulla **riduzione dei costi**, non considerando i bisogni del cliente come centrali. Tutto questo sta cambiando, il cliente di oggi risulta essere sempre più esigente e critico. La convenienza non è più avere tutto in *one stop shop*, bensì avere accesso diretto ai servizi desiderati in qualsiasi momento, abbattendo le distanze fisiche e le complicazioni della burocrazia.

Le banche continuano a dominare lo scenario dei servizi finanziari, esercitando le funzioni di deposito e di credito, ma ad oggi non sono più gli unici player nel mercato. **Il settore fintech sta guadagnando la fiducia di consumatori** e di imprese, che vedono nelle nuove soluzioni tecnologiche offerte una valida, e spesso preferibile, alternativa ai servizi offerti dalle banche. Le implicazioni per il settore bancario sono immense. Gli sviluppi nel settore fintech hanno il potenziale di erodere il valore di mercato dei player tradizionali, rendendo sempre più difficile per le istituzioni mantenere la fedeltà dei propri clienti.

Questo macro-trend è anche confermato dalle analisi di mercato, che mettono in evidenza che ben l’83% delle imprese dell’industria dei servizi finanziari tradizionali teme che parte del business possa finire in mano alle nuove imprese tecnologiche².

Le fintech hanno saputo quindi interpretare sin da subito le nuove e crescenti esigenze del mercato attraverso l’offerta di soluzioni che permettono una migliore accessibilità ai più svariati servizi finanziari. In questo contesto, la ricerca di una sempre migliore *customer centricity* è diventata la principale priorità per soddisfare i nuovi clienti “digitali” e loro esigenze.

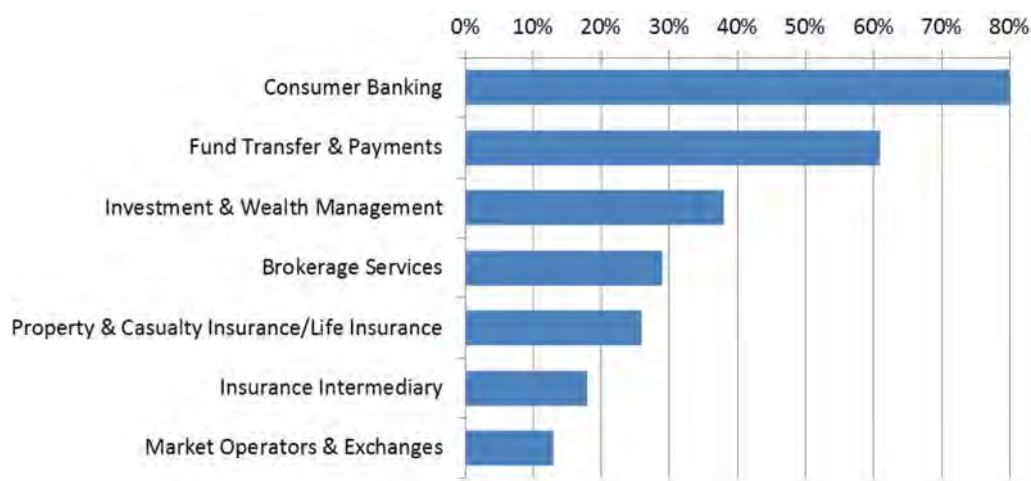
Questo processo ha già iniziato ad incidere anche profondamente sul settore finanziario, tanto che diversi settori tradizionali, quali quello dei prestiti commerciali e al consumo o come quello dei pagamenti, sono ormai invasi dall’emergere di piattaforme digitali che permettono agli individui di prestare o ricevere denaro, disintermediando di fatto gli istituti di credito (si veda figura 1). Anche le piattaforme di lending costituiscono un metodo alternativo di credito che sfrutta conoscenze e analisi quantitative di una vasta mole di dati fino ad oggi inutilizzati, che permettono oltre ad una più affidabile analisi del rischio anche una forte riduzione dei costi operativi.

Altri settori stanno solo ora iniziando a subire la concorrenza delle fintech, come quelli della consulenza finanziaria, che si trovano di fronte ad innovativi robo-advisor, o gli intermediari assicurativi, per i quali l’esplosione del mondo insurtech non può che richiedere una forte attenzione.

¹ *The FinTech Revolution, a Wave of Startups is changing finance – for the Better*, The Economist, 9 Maggio 2015

² *Global fintech report*, PwC, Marzo 2016.

Figura 1 – I business finanziari che verranno disintermediati dalle fintech nei prossimi 5 anni



Fonte: CeTIF – Rielaborazione PwC Global FinTech Survey - 2016

1.2 I NUMERI DEL FINTECH

L'attività delle fintech a livello globale è cresciuta sensibilmente negli ultimi anni, tanto che Goldman Sachs prevede che nei prossimi anni **quasi 660 miliardi di dollari in investimenti** potrebbero migrare dai tradizionali servizi alle nuove proposte di servizi finanziari operati attraverso piattaforme digitali innovative³. Ad oggi, le startup fintech nel mondo sono oltre 1300, distribuite in 54 paesi e dal 2010 al 2015 nel settore sono stati investiti oltre 40 miliardi di dollari. New York, Londra, Singapore e Tel Aviv sono gli hub più importanti al mondo ma la nazione leader sono gli Stati Uniti in cui fino ad ora sono stati investiti ben 32,3 miliardi di dollari (**figura 2**). A seguire si trovano il Regno Unito con oltre 5,4 miliardi di dollari investiti e l'Europa con 4,5. Seguono poi la Cina (3,5) e l'India (2,2). Vi sono anche piccole e piccolissime nazioni come Israele o Singapore che rispettivamente investono 453 e 160 milioni di dollari nel settore.

Negli Stati Uniti inoltre hanno sede alcuni tra gli incubatori più importanti a livello mondiale quali 500starups e Y Combinator. Ovviamente anche lo stesso settore finanziario si è mosso in tal senso; infatti tra gli acceleratori più importanti compaiono molte tra le più grandi banche a livello mondiale, come CityGroup, Wells Fargo o Banco Santander.

Il Regno Unito (ed in particolare Londra) detiene il primato di nazione con il governo più attento alla crescita dell'ecosistema favorevole alle startup grazie ad una alta propensione agli investimenti e soprattutto alla elevata attenzione alla formazione. Il settore genera nel paese revenue per circa 20 miliardi di dollari l'anno⁴. Fino ai primi sei mesi del 2015, gli investimenti nel settore sono stati 5,4 miliardi, più di quanto sia riuscito a mettere insieme il resto d'Europa, fermo a 4,5 miliardi. Evidenziando le percentuali, dal 2008 a oggi la Gran Bretagna ha aumentato gli investimenti del 74% l'anno, laddove la media mondiale si ferma al 27% e la Silicon Valley al 13% per cento.

Anche in Italia è possibile rilevare un trend crescente di investimenti, seppur in misura decisamente inferiore⁵. Lo scorso anno infatti sono stati investiti circa 33 milioni di euro, cifra ovviamente meno impressionante di quella mondiale, ma è opportuno ricordare che gli investimenti totali nel nostro Paese sono quadruplicati rispetto al 2014. In Italia sono presenti 36 investitori istituzionali, 100 incubatori con 38 parchi scientifici.

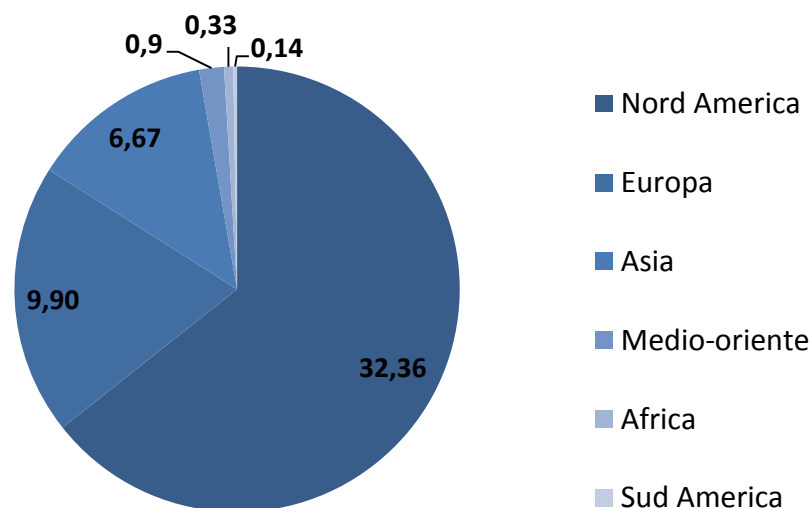
Interessanti sono i dati relativi alla distribuzione geografica: delle 115 startup attive in Italia nel mondo fintech il 77% si concentra nel Nord soprattutto in Lombardia (42), seguita dall'Emilia Romagna (13) e dal Piemonte (7). Segue il Sud, con il 12% delle startup principalmente in Campania (7). Chiude il Centro, con l'11% delle startup, prevalentemente nel Lazio (12).

³ *The Future of Finance Part 3: the Socialization of finance*, Goldman Sachs Global Investment Research, 13 marzo 2015.

⁴ *Landscaping UK Fintech – commissioned by UK Trade & Investment*, EY.

⁵ *StartupItalia – maggio 2016*

Figura 2 – Gli investimenti nel fintech 2010-2015 – \$ mld



Fonte: William Garrity Associates - 2015

Più in generale le startup innovative in Italia dimostrano grande dinamismo. A settembre 2016, infatti, il numero di quelle iscritte al registro delle imprese ha fatto segnare un +7,07% attestandosi a quota 6.363. Anche in questo caso la Lombardia si conferma la regione più popolosa con 1.382 startup innovative, pari al 21,7% del totale nazionale. Seguono l'Emilia-Romagna con 782 (12,3%), il Lazio con 625 (9,8%), il Veneto con 492 (7,7%) e la Campania, con 404 startup innovative (6,35%)⁶.

Sempre in Italia, il background delle persone che decidono di costituire startup è omogeneo se si guarda la provenienza accademica: ben **il 92% è laureato** e due su tre hanno una formazione manageriale, mentre l'altro terzo dispone di un background tecnico. Vi è invece assoluta disomogeneità e un po' di sorpresa se si guarda l'età: al contrario di quanto si potrebbe pensare, **il 43% di chi costituisce startup è over 40**, uno su quattro ha meno di trent'anni mentre il 31% ha fra i 30 e i 40 anni. Questo dimostra che chi fa startup in Italia è un professionista con anni di esperienza alle spalle, spesso un ex dipendente che vuole mettere a frutto le proprie conoscenze, e non risponde allo standard del giovane con conoscenze tecnologiche avanzate⁷.

1.3 GLI ELEMENTI TECNOLOGICI ALLA BASE DEL FINTECH

L'innovazione alla base della digitalizzazione dei servizi finanziari sviluppata dalle fintech di tutto il mondo si basa su tecnologie ormai consolidate, che hanno consentito, consentono e consentiranno di cambiare le regole del mercato. Di seguito, una lista delle tecnologie e delle piattaforme grazie alle quali le fintech operano nel mercato e dispongono di un vantaggio competitivo.

- **Blockchain:** una base di dati distribuita, alla base di sistemi di pagamento come **Bitcoin**. Essa mantiene in modo continuo una lista crescente di record, i quali fanno riferimento a record precedenti presenti nella lista stessa ed è resistente a manomissioni. Il nome deriva dalla sua natura distribuita: ogni nodo del network svolge un ruolo nella verifica delle informazioni, inviandole al successivo in una catena composta da blocchi. La prima e più conosciuta applicazione della tecnologia blockchain è la visione pubblica delle transazioni per i Bitcoin, che è stata ispirazione per altre criptovalute e progetti di database distribuiti.

⁶ Rapporto trimestrale delle startup innovative, Ministero dello Sviluppo Economico-InfoCamere-UnionCamere, ottobre 2016

⁷ The Italian Startup Ecosystem: Who's Who, Italia startup 2015

- **Cloud: con Cloud** si indica un paradigma di erogazione di risorse informatiche, come l'archiviazione, l'elaborazione o la trasmissione di dati, caratterizzato dalla disponibilità on-demand a partire da un insieme di risorse preesistenti e configurabili («Software as a Service», «Infrastructure as a Service», «Platform as a Service»).
- **Cognitive Computing:** con Cognitive Computing si intende l'applicazione pratica dell'Intelligenza Artificiale in cui il computer non si limita a rispondere a quello che sa o a ciò per cui è stato programmato, ma introduce un fattore non prevedibile di risposta derivato dall'autoapprendimento del sistema. L'obiettivo del Cognitive Computing è quello di simulare processi di pensiero umani in un modello computerizzato, permettendo alla macchina di interagire direttamente con l'essere umano e rispondere alle sue domande.
- **IoT - Internet of things:** con IoT (*Internet delle Cose*) si può indicare un insieme di tecnologie che permettono di **collegare a Internet qualunque tipo di device**. L'interconnessione di apparati di varia natura (wearable, beacon, black-box...) permette loro di raccogliere e/o comunicare dati, tramite software e sensori, per poi svolgere azioni conseguenti.
- **Machine-learning:** una area di studio nell'ambito **dell'intelligenza artificiale** che si occupa di programmare macchine che "imparino" a **riconoscere** automaticamente modelli complessi e **prendere decisioni intelligenti** basate su dati. Nel campo finanziario possono essere utilizzati per la previsione del credito dei clienti, per la costruzione di modelli di rischio di credito, nel customer service...
- **Marketplace:** piattaforma che viene utilizzata nel settore di commercio per sfruttare in modo più efficace i siti internet al fine di intermediare la compravendita di un bene o un servizio. Sono di fatto **mercati online in cui sono raggruppati i prodotti** di molteplici venditori o diversi siti web. L'esempio più noto di marketplace è eBay.
- **Peer-to-peer (P2P):** è una tecnologia che indica un modello di architettura logica di rete informatica in cui i nodi sono gerarchizzati sotto forma di nodi paritari (in inglese peer) che possono quindi fungere sia da cliente che da servente verso gli altri nodi terminali (host) della rete, senza che vi sia un'unità di controllo specifica come server. Essa dunque è un caso particolare dell'architettura logica di rete client-server.
- **Robo-advisor:** è una soluzione tecnologica che permette, tramite la strutturazione di algoritmi automatici come *Modern Portfolio Theory*, di fornire **consulenza finanziaria** o portfolio management online **con un minimo intervento umano**, minimizzando i costi legati alla consulenza finanziaria tradizionale, lasciando **interagire i clienti con un bot** opportunamente predisposto.
- **Social Network:** i Social Network sono sempre più utilizzati come piattaforma tecnologica non solo per promuovere le idee più innovative, ma anche per raccogliere investimenti (**Crowdfunding, social lendings**), effettuare pagamenti e usufruire di altri servizi tipicamente bancari.

2. ANALISI DI SCENARIO

La rivoluzione digitale che sta trasformando ovunque il modo di fare business sta colpendo anche l'industria dei servizi finanziari. Le nuove fintech trasformano le modalità attraverso le quali i clienti accedono ai prodotti e servizi finanziari, rimodellando lo status-quo del settore. Il fenomeno sta accelerando il ritmo dei cambiamenti portando ad una costante penetrazione delle applicazioni basate sulla tecnologia in quasi ogni segmento dei Financial Services.

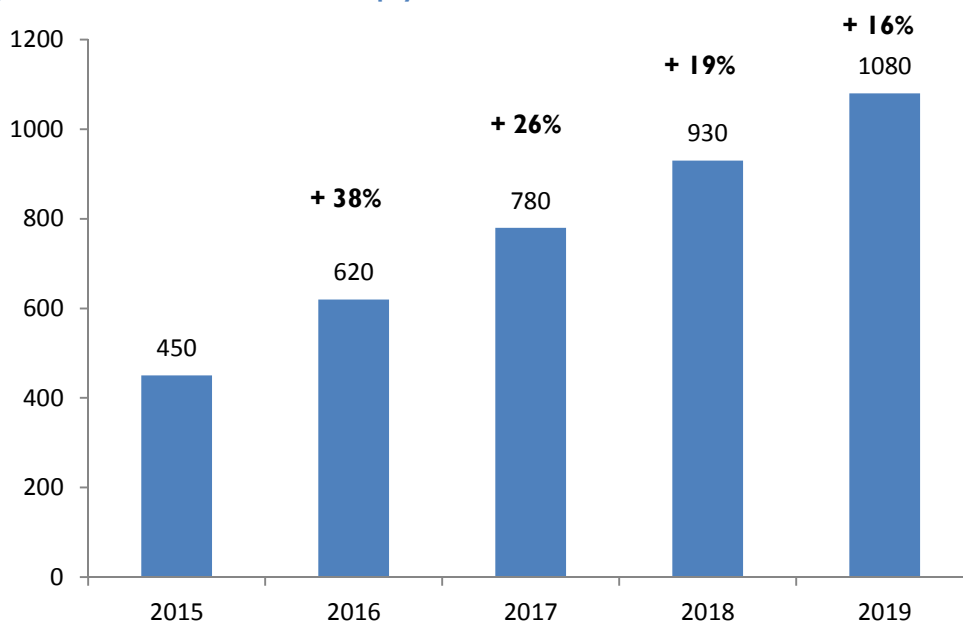
All'interno della ricerca, sono state tratteggiate 4 diverse macro-categorie di fintech considerate decisive nell'ecosistema odierno, ovvero **Payments & Blockchain; Personal Finance, Trading & Credito; IoT & Connected Device; User Experience**. Benché in ogni caso è rilevabile come le innovazioni colpiscano in modo trasversale i quattro settori, generando una presenza massiccia di fintech "ibride" che possono soddisfare al meglio le esigenze dei clienti, in questa sezione abbiamo analizzato i principali trend dello scenario italiano e mondiale su questi ambiti.

2.1 PAYMENTS & BLOCKCHAIN

Nell'ambito dei pagamenti è stato raggiunto il **punto di non ritorno**: la loro gestione non è più solo monopolio delle banche, che si trovano anzi a concorrere con un sottobosco di fintech operante con mezzi sempre più innovativi e sempre meno con bancomat e conti correnti. Già ad oggi, scambiare denaro tramite applicazioni e piattaforme online, senza passare dalla banca, sta diventando sempre più semplice, tanto che si stima che il volume totale annuo dei mobile payment supererà i mille miliardi di dollari entro il 2019 (**figura 3**).

A livello mondiale USA e Cina dominano il settore payments del fintech e generano già centinaia di miliardi di dollari all'anno. Negli Stati Uniti i fondi stanziati per le società fintech ammontavano nel 2015 a 7,39 miliardi di dollari con 351 trattazioni, mentre l'Europa ha raccolto 1,48 miliardi di dollari in 125 trattazioni. In Cina Alipay, il sistema di pagamenti del gruppo Alibaba simile a PayPal, nel 2015 è riuscito a processare un volume di pagamenti pari a tre volte il volume processato da PayPal, con un valore stimato pari a 900 miliardi di dollari⁸.

Figura 3 – Volume totale dei mobile payments in miliardi di dollari



Fonte: TrendForce – febbraio 2016

⁸ Digital Disruption Report – Citibank, marzo 2016

Questo forza del settore dal lato pagamenti risulta confermata dalla classifica delle 100 fintech più innovative del 2016 a livello mondiale⁹ H2 Ventures e KPMG, nella quale figurano fintech provenienti da 22 Paesi del mondo (nessuna dall'Italia) e specializzate in diversi ambiti. Di queste, ben 18 sono dedicate al settore Payments (tra le quali Ant Financial, Klarna, Square, Adyen, Nubank, IZettle, Stripe) e 5 operano nell'area delle Digital Currencies (Bluzelle, ConsenSys, Digital Asset Holdings, I/O Digital, Identitii).

L'uso della tecnologia distribuita e decentrata di **blockchain** migliora le operazioni di pagamento, di compensazione e di regolamento, di revisione o gestione dei dati di ogni attività. Vi è anche la possibilità di creare un cosiddetto **smart contract** con tecnologia blockchain, ovvero un contratto che si traduce in un programma per elaboratore e, come tale, ha la capacità di essere auto-eseguito (es: Xapo).

L'Europa, con l'esclusione del Regno Unito, sono in una fase di sviluppo più embrionale, in questo ambito fintech. Differentemente dalla grande enfasi che questo settore ha all'estero, in Italia il settore pagamenti attira solo **il 12% degli investimenti complessivi (figura 4)**. Nonostante l'Italia risulti molto indietro nello sviluppo della finanza alternativa, e anzi proprio per questo, **il potenziale di crescita è enorme**.

Figura 4 – Percentuale degli investimenti per settore in Italia



Fonte: StartupItalia – maggio 2016

2.2 PERSONAL FINANCE, TRADING E CREDITO

Personal Finance, Trading e Credito è un ambito estremamente vivace dell'ecosistema fintech. Il successo è guidato dalla possibilità di utilizzare le nuove tecnologie per migliorare **l'esperienza del cliente**, soddisfacendo le sue mutate esigenze e intercettando, grazie a **semplicità, immediatezza e bassi costi operativi**, fasce di clientela tradizionalmente più lontane da questi servizi, come i millennials.

Fra i trend principali rientrano i **prestiti P2P** ed il **crowdfunding** grazie alle tecnologie moderne che hanno facilitato e ampliato le concessioni di prestiti e finanziamenti senza intermediari (ad es. Spotcap, Welab, Lending Club). Il **crowdfunding** sta mantenendo livelli di crescita altissimi a livello mondiale, tanto che nel 2015 è arrivato a toccare quota 34 miliardi di dollari di *fundraising* complessivo, crescendo di oltre il 100% rispetto all'anno precedente, con il segmento del **marketplace lending/ P2P** che ha da solo raggiunto la cifra di 25 miliardi di dollari di finanziamento¹⁰.

9 Fintech100 - H2 Ventures & KPMG, ottobre 2016

¹⁰ *Crowdfunding Industry Report*, Massolution 2015

La creazione di luoghi di scambi virtuali rappresenta ormai **una valida alternativa** agli strumenti tradizionali bancari. L'efficienza e l'efficacia di queste piattaforme permettono innanzitutto una importante **riduzione dei costi** sia in termini monetari (il *lender* consegue rendimenti più alti dovuti al minor impiego risorse, il cliente utilizzando la piattaforma digitale ottiene una riduzione dei tassi d'interesse) che di tempo necessario per l'adempimento delle pratiche sottostanti alla contrattazione.

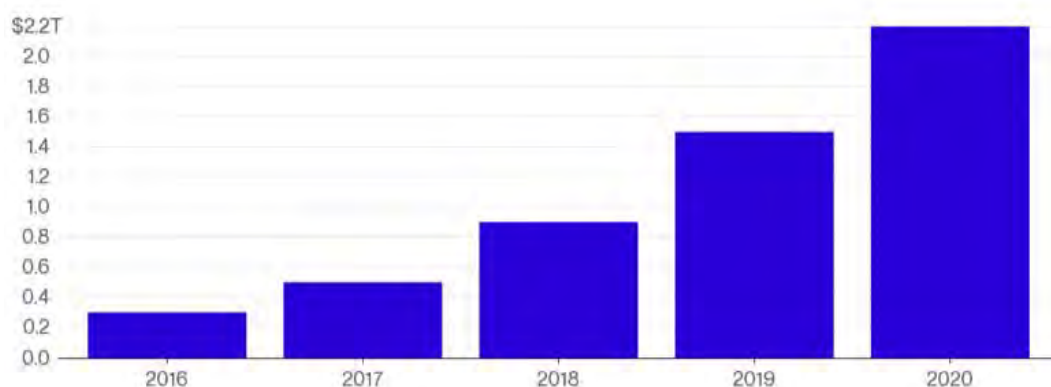
Di rilievo è anche la valorizzazione, nel processo decisionale della concessione del credito, dell'**analisi di dati destrutturati e più granulari**, tramite software di elaborazione evoluti, che consentono alle istituzioni finanziarie di attuare un processo di **valutazione più rapido ed accurato del rischio di credito** (ad es. Lendingkart, Kreditech).

Nell'ultimo periodo stanno anche emergendo strumenti in grado di **aumentare l'autonomia del cliente** nello svolgimento di ogni servizio, diminuendo l'interazione umana e dunque tagliando radicalmente i costi, in modo da fungere da aiuto nella **gestione delle finanze personali** (es., Sofi, credit-karma).

Nell'ambito **Trading**, le fintech stanno manifestando tutta la loro portata disruptive, tramite gli ormai noti **robo-advisor**. Sotto questo nome ricadono diverse tipologie di piattaforme online che, sulla base di algoritmi come *Management Portfolio Theory*, offrono ai risparmiatori **soluzioni di investimento più o meno personalizzate** secondo le loro personali esigenze, che possono essere acquistate direttamente online. Il robo-advisor è dunque una sorta di **consulente finanziario virtuale** che offre servizi di consulenza finanziaria a un costo estremamente competitivo grazie alla sua totale (o quasi) automazione, puntando sulla **semplicità** e sulla qualità della **customer experience**.

I bassi costi consentono ai clienti di investire quantità di denaro accessibili anche a giovani alle prime esperienze – tanto che alcune fintech, come Betterment, non hanno alcuna soglia minima di investimento – andando così a catturare fasce di clientela prima completamente tralasciate dal mercato. Anche se oggi i volumi gestiti dai robo-advisor sono solo **una piccolissima frazione di quelli gestiti dai canali tradizionali**, **il valore del mercato dovrebbe crescere esponenzialmente nel breve periodo, superando i 2.000 miliardi di dollari nel 2020** (figura 5).

Figura 5 – Volume totale atteso gestito dai robo-advisor (migliaia di miliardi di dollari)



Fonte: A.T. Kearney –2016

Nel contesto Italiano, **le prospettive risultano essere incoraggianti**, in virtù di un aumento delle risorse globali intorno alle fintech operanti in questi settori dovute ad un maggior interesse anche da parte di fondi di investimento internazionali come Santander Inno Ventures e SBT Capital. Svariate sono le fintech con un potenziale di sviluppo anche internazionale, ed un esempio è **Moneyfarm**,

che rientra proprio nell'ambito robo-advisor. Moneyfarm, visti i forti investimenti anche internazionali (ha ottenuto ben 16 milioni di euro da Cabot Square Capital, nel 2015) rappresenta senza dubbio la startup italiana di maggior successo, e certamente ben descrive il trend positivo nella gestione patrimoniale digitale che sta ormai cambiando il mercato del risparmio gestito.

In Italia si contano attualmente 82 piattaforme di crowdfunding. Sebbene **al di sotto della media di altri Paesi sviluppati**, il mercato nazionale sta vivendo un buon momento di crescita, con il proliferare di piattaforme e un rinnovato interesse di grandi aziende e istituzioni. Facendo riferimento alla **figura 4** (pagina 11), possiamo notare quanto forte sia in percentuale (45%) il flusso di investimenti in questo settore. Il valore complessivo dei progetti finanziati attraverso le piattaforme pari **a quasi 56,8 milioni di euro**, con un aumento dell'85% rispetto ai 30,6 milioni di euro rilevati a maggio 2014. Nonostante questo, le campagne di natura imprenditoriale si fermano al 20% del totale¹¹.

2.3 IOT & CONNECTED DEVICE

L'Internet of Things è in una fase di **fortissima espansione**, tanto che alcuni parlano di una vera e propria "terza rivoluzione industriale". Questa paventata rivoluzione solitamente viene associata a scenari di **grandi sconvolgimenti** per le industrie della vendita al dettaglio, della produzione, del trasporto e dell'energia, mentre i servizi finanziari **non sempre vengono considerati**.

Tuttavia, dal momento che il valore sottostante le tecnologie IoT è **il trasferimento dei dati**, e il settore finanziario si basa fortemente sulla raccolta e sull'analisi dei dati, è impensabile immaginare che l'IoT non intacchi anche questo settore. Le istituzioni finanziarie hanno investito e stanno investendo a livello mondiale una quantità crescente di risorse per sviluppare sia la loro infrastruttura interna sia la modalità con cui i clienti si interfacciano con la tecnologia, e a tal proposito, l'industria dei servizi finanziari è **una delle prime dieci per investimenti** in sensori per potenziali innovazioni.

Pagare con i wearable o con altri device connessi è una realtà che i retailer, le fintech e le banche più innovative stanno già portando sul mercato. **Sensori Beacon** che riconoscono il cliente e **offerte contestuali** abbinata ad una continua **geo-localizzazione** sono solo alcuni esempi di una trasformazione che vede l'Internet of Things accreditarsi come una vera e propria nuova porta di accesso ai servizi bancari, capace di rinnovare le customer experience dalle fondamenta.

Tuttavia, nell'attuale panorama italiano, le tecnologie IoT rimangono perlopiù concentrate nel settore dell'Health Care e dell'Insurance. In Italia nell'ambito assicurativo l'IoT, in primo luogo tramite **black box** e in seguito con **white box, smart home, e wearable**, è entrato da tempo nell'operatività delle Compagnie, anche da prima dell'esplosione dell'insurtech, tanto che proprio per numero di installazioni di **black box**, introdotte nel nostro paese per la prima volta nel 2004, l'Italia è primatista mondiale¹².

Oggi, modalità di **analisi predittiva basate sui Big Data e oggetti smart interconnessi** stanno trovando possibilità di crescita nell'ambito della sicurezza, dal singolo utente all'intera area urbana (Smart City) e nell'ambito della salute personale. Esiste inoltre qualche sperimentazione di grande interesse nell'ambito del *proximity marketing*, che fa ampio uso dei sensori Beacon.

11 Crowdfunding report, Università Cattolica del Sacro Cuore 2015

12 Dossier Scatole Nere – ANIA, 2014

2.4 USER EXPERIENCE & CUSTOMER VALUE

Nel mondo innovativo delle startup in molti casi la customer centricity **non** rappresenta **unicamente un approccio** alla produzione di un servizio, **ma il cuore del servizio** stesso. Una *user experience* immersiva ed innovativa pone il cliente non solo nella condizione di **avere un servizio migliore** ma anche di godere di **una nuova centralità** nella catena di produzione del valore.

Proprio in questa ottica, oltre al contributo delle fintech propriamente dette, il business delle istituzioni finanziarie può anche essere innovato sfruttando nuove tecnologie portate da startup che operano in ambiti differenti da quello strettamente finanziario. Modalità di *engagement* innovative, provenienti da App che sfruttano per esempio tecniche di *gamification*, possono aiutare banche e assicurazioni ad attrarre nuovi clienti o ad entrare in possesso di nuovi dati su quelli esistenti. Per queste startup, che generano sinergie con le fintech più propriamente dette, è stato coniato l'apposito termine di **finergic**.

In questo segmento sono state anche inserite le Fintech attive nell'ambito del **marketplace**. Il modello di business dell'online marketplace, prevede che la piattaforma fornisca gestisca le transazioni ed eventualmente altri servizi accessori (come la consegna), mentre i prodotti e servizi fondamentali vengono forniti da terze parti. Normalmente, questo consente di proporre ai clienti una selezione di prodotti più vasta ad **un costo più contenuto** rispetto agli store online dedicati a fasce di prodotti specifici. I marketplace godono ormai di una fama globale, con **Amazon** ed **eBay** che insieme hanno gestito complessivamente circa 200 miliardi di dollari di beni scambiati e il gigante cinese **Alibaba** che da solo ne ha gestiti quasi 500 miliardi.

Le transazioni e gli acquisti sul marketplace danno la possibilità, ai gestori delle piattaforme di entrare in possesso di una mole di informazioni sui comportamenti e le preferenze dei clienti, che possono essere di grande valore nella profilazione e segmentazione della clientela finalizzata alla strutturazione di proposte commerciali evolute.

Il marketplace bancario in Italia ha preso avvio grazie al "progetto i-Faber" di UniCredit, con la collaborazione e l'impegno di alcune grandi aziende. Questo progetto ha consentito di sfruttare economie di prezzo e di processo e ha reso più trasparenti i processi di negoziazione e di integrazione della propria base fornitori. E' da questa iniziativa e dalla sempre più stringente esigenza della realtà italiana di coprire le aree di inefficienza del proprio sistema che il mondo bancario ha rivolto la propria attenzione al settore delle imprese fintech per la creazione di **nuovi mercati digitali** di scambio dei prodotti bancari e di bancassurance.

Nell'ambito di servizi a valore aggiunto che si focalizzano sulla **user experience**, così come nel merito del *finergic* appena descritto, è difficile dare valutazioni quantitative di contesto. Quello che è possibile affermare è che il vivace panorama internazionale **si ripropone**, con le dovute proporzioni, **anche nel nostro paese**, come rappresentato dalle startup di varia natura che sono state analizzate.

3. SETTORE FINANZIARIO E FINTECH TRA SINERGIE E COMPETIZIONE

3.1 IL SETTORE BANCARIO

Come già si ha avuto modo di evidenziare, l'avvento delle fintech sta avendo una portata del tutto disruptive nel mondo delle istituzioni finanziarie. Di fronte a queste innovazioni, potenzialmente in grado anche di disintermediare business da loro tradizionalmente presidiati, la reazione delle banche è **in bilico** fra il **timore** per un nuovo pericoloso competitor e **la volontà** di sfruttare le sinergie per rinnovarsi. A tal proposito, Roberto Ferrari, Direttore Generale di “Che Banca!”, ha spiegato: *“Le banche italiane erano terrorizzate dalle fintech, ora c’è un approccio diverso. Il primo impatto era ovviamente di paura, però, o si affronta la situazione che evolve e la si riesce a portare a proprio vantaggio o si muore. A lungo termine il fintech potrebbe dare una mano alle banche piccole più che a quelle grandi. La concorrenza si evolve, quindi devi evolverti anche tu”*.

Da un lato dunque, le istituzioni, e in modo particolare le banche, percepiscono le nuove venute come pericolose competitor, da parte dalle quali rischiano di essere disintermedate, tanto più che i settori maggiormente a rischio di disintermediazione entro il 2020, come già mostrato in **figura I** (pagina 6), sono il *retail banking* ed il settore dei pagamenti. È indubbio che **le fintech rappresentino una grossa sfida**, considerando come si stiano specializzando su specifici “pezzi” della catena del valore delle banche, con la promessa di essere più semplici, economiche e trasparenti per i clienti, rispetto a singoli prodotti e servizi.

Tutto ciò, ovviamente, rappresenta una grande **fonte di attrazione** per il cliente, il quale potrebbe migrare verso le fintech per ottenere prodotti e servizi a valore aggiunto. Questi timori sono confermati dai numeri: il **95%** degli operanti nel settore bancario pensa che parte del proprio business rischi di **andare perso**, e quasi un terzo pensa che le fintech andranno a **conquistare il mercato** in termini di market share posseduta¹³.

Dall'altro lato, le banche percepiscono anche che **una partnership o una collaborazione** con le fintech – il business model della quale deve essere oggetto di attente valutazioni – potrebbe essere una strategia molto conveniente e procurare vantaggi rilevanti. Infatti, c’è chi vede nella **simbiosi** e nelle **sinergie** con le fintech, in una cosiddetta **Fintegration**, una soluzione eccellente tanto per rispondere ad uno stimolo esterno quanto per innovare il proprio business. Affinché questo scenario possa compiersi, la simbiosi deve generare vantaggi per entrambe le parti, secondo una logica *win-win*: le banche possono diventare più adatte all’ecosistema digitale odierno, più innovative e più **focalizzate sui bisogni** della clientela, mentre le fintech possono avere accesso alla grande mole di dati sui clienti custodita nei database delle banche.

In questo scenario di cooptation tra fintech e istituzioni, è assolutamente impossibile evitare lo scontro e trincerarsi dietro le proprie peculiarità. Per le banche le fintech possono rappresentare un modello da emulare per semplificare e razionalizzare prodotti, servizi e processi in modo smart e soprattutto per incidere sulla cultura aziendale-finanziaria.

¹³ “The Disruption of Banking” – The Economist-Intelligence Unit – report 2015

Venire a contatto con una fintech potrebbe inoltre rilanciare l'innovazione, ad esempio apprendendo nuovi modelli di business, nuove modalità di lavoro e nuove *skills*, che saranno cruciali per operare in modo ottimale nel settore finanziario del futuro e che magari non sono reperibili internamente all'istituzione.

Ciò che potrebbe rendere **complessa** una reale collaborazione tra le banche e le fintech risiede in quello che oggi rappresenta la maggiore fragilità delle banche tradizionali. Esse sono appesantite dagli enormi **costi di gestione** tipici di un modello di business che oggi rischia di sembrare antiquato: hanno migliaia di dipendenti e presentano modalità di gestione ancora vincolate a lunghe pratiche burocratiche.

Le nuove startup sono al contrario **prive** di tutti quei costi fissi che caratterizzano le banche e sono in grado di offrire **maggiore rapidità** nell'esecuzione dei servizi offerti. Il modello di servizio delle fintech è dunque estremamente più snello, agile ed economico, caratterizzato da una versatilità perfetta per adattarsi ai cambiamenti repentini del mercato e da un approccio focalizzato fortemente sulla **customer centricity** e quindi sulla comprensione dei bisogni e delle aspettative del cliente.

In ogni caso, le fintech hanno **molto da imparare** e molto da attingere dalle banche. Oltre all'ampia *customer base* già citata, importanti differenze a favore di quest'ultime sono la loro **reputazione consolidata**, la loro esperienza rispetto al complesso sistema di **normative**, le **competenze tecniche** in materia di Risk Management e l'ampia disponibilità di capitali e di considerevoli asset. Dunque, come si può facilmente desumere, entrambe le parti hanno svariati benefici dalla cooperazione, per condividere i propri punti di forza, in modo da creare valore aggiunto per il cliente e quindi una migliore e più soddisfacente *customer experience*.

Il vero punto critico della sfida della *Fintegration* consiste, allora, nel fatto che occorre **preservare l'agilità e l'innovazione** della fintech acquisita, ma allo stesso **tempo cercare di integrarla** in quello che è il mondo della banca. Solo in questo modo sarà possibile andare verso un rapporto di collaborazione proficuo per entrambe le parti, facendo così in modo che la disruption digitale non comporti l'estinzione delle istituzioni finanziarie, ma la loro prosperità.

La banca del futuro potrebbe essere un posto per depositare non solo il proprio denaro, ma altre informazioni di grande valore, come per esempio, la propria cartella clinica, o i dati biometrici utilizzati per accendere l'auto.

3.2 IL SETTORE ASSICURATIVO

Anche se l'arrivo delle fintech sembra investire in primo luogo il settore delle Banche, anche il settore assicurativo non potrà che esserne **coinvolto**. In questo contesto le Compagnie di assicurazione sono impegnate in un ripensamento della sostenibilità del proprio modello di business: se da una parte i **cambiamenti tecnologici** stanno determinando una revisione dei propri **canali distributivi**, dall'altro la portata disruptive delle fintech/insurtech può rappresentare una spinta per garantire maggiore efficienza e, allo stesso tempo, maggior convenienza per il cliente.

Le innovazioni dell'ambito insurtech, inoltre, potranno in futuro cambiare il concetto stesso di assicurazione, **trasformando radicalmente** il business delle Compagnie. Se ad oggi l'attività principale delle Compagnie assicurative consiste nel **risarcire** il cliente in seguito ad un danno subito o al verificarsi di determinate condizioni, le innovazioni delle insurtech permetteranno alle assicurazioni di fornire servizi in grado di **prevenire** il verificarsi dell'evento. Fino ad oggi infatti, il ruolo di una Compagnia è quello, una volta verificatosi un determinato evento, di risarcire l'assicurato pecuniariamente. La prospettiva futura è invece quella di una Compagnia che, grazie a specifici sensori per la casa o per l'automobile, è in grado di prevenire l'evento stesso, per esempio avvisando in anticipo di una condizione di usura di una componente dell'automobile. È indubbio che lo scenario appena descritto rappresenti un **grande salto in avanti** per il business assicurativo nel suo complesso.

Prevedere con certezza quali cambiamenti porterà l'innovazione nel settore assicurativo non è semplice; tuttavia, già ad oggi sono presenti delle applicazioni rilevanti delle tecnologie digitali. Possiamo trovare, ad esempio, forme di **relazione online** con la clientela, dispositivi mobile che raccolgono informazioni sugli assicurati grazie all'Internet of Things, come *black* e *white box*, o rilevatori di attività fisica che aiutano le Compagnie a **profilare** meglio i clienti migliorando la tariffazione e anche a disegnare coperture più attraenti per determinati clienti.

Altra fondamentale applicazione delle nuove tecnologie, strettamente connessa con la diffusione del sopracitato IoT, deriva dall'utilizzo dei **Big Data**, poiché l'analisi di una enorme mole di informazioni rappresenta **una fonte di valore** per coloro che sono in grado di accedervi e riuscire in questo modo ad intercettare i bisogni e le tendenze del pubblico. In questo caso, diventa necessario **dotarsi di competenze e strumenti di analisi** che possano far fruttare i Big Data, e anche in questo senso le *skill* necessarie potrebbero venire proprio da un mondo giovane ed estremamente **knowledge intensive** come quello delle fintech, che già lavorano da tempo a questo tipo di soluzioni.

Anche l'Autorità di Vigilanza sta presidiando con attenzione il fenomeno fintech. Nel 2014 il presidente **IVASS** Salvatore Rossi, alla domanda se le Assicurazioni, così come le Banche, si trovasse su un terreno accidentato rispondeva in questo modo¹⁴: *“Anche nel mondo assicurativo, come in quello bancario, il nuovo ecosistema digitale in cui siamo tutti immersi mette a rischio i modi tradizionali, ad alta intensità di lavoro, di svolgere il core business, assimilandolo a una commodity la cui produzione andrebbe automatizzata perché sia efficiente e redditizia. Il punto chiave, per le assicurazioni come per le banche, è la conoscenza del cliente; quella conoscenza che il mondo digitale, popolato di social media, rende secondo alcuni meglio acquisibile con procedure automatiche che attraverso la relazione umana funzionario-cliente.”*

In seguito, nel 2015 ha confermato tale previsione fatta in precedenza¹⁵: “Accennavo nelle mie considerazioni dello scorso anno ad analisi e discussioni crescenti intorno alle opportunità, ma anche ai rischi, che l'intera industria finanziaria si attende dalle tecnologie più recenti e dall'utilizzo dei big data, la cosiddetta Fintech. Il fenomeno sembra ora estendersi anche alle imprese di assicurazione, per il cui caso specifico è stata coniata la sigla Instech.”

¹⁴ Relazione sull'attività svolta dall'Istituto (IVASS) nell'anno 2014, Salvatore Rossi, 2015

Da quanto emerge da queste dichiarazioni, è evidente che la prospettiva di una evoluzione del mercato secondo la strada delineata non troverà impreparata l'Autorità di Vigilanza, e che è lecito attendersi un avanzamento della normativa di pari passo con la tecnologia. Possiamo dunque essere certi che anche il settore assicurativo è consapevole dell'imminente disruption del modello fino ad ora utilizzato e della **necessità di un cambiamento** per poter ottenere un rilancio dell'intero settore.

Anche se in prima istanza può sembrare che la relazione fra fintech e Compagnie assicurative debba portare ad una competizione diretta, come per il settore bancario è possibile anche trovare **un punto di incontro** e di collaborazione fra queste due realtà, ricreando lo stesso **rapporto di cooptation** precedentemente descritto. Si può infatti ragionevolmente supporre che le Compagnie assicurative cercheranno di instaurare un rapporto collaborativo con le nuove realtà, al fine di poter **usufruire** agevolmente delle nuove tecnologie disponibili e migliorare il proprio modello di servizio.

Investire nelle start-up può consentire agli assicuratori di **tenersi al passo** con i cambiamenti tecnologici in maniera efficiente e può rappresentare un acceleratore della strategia di **trasformazione digitale**. Questo può trovare conferma nel fatto che lo scorso anno il 60% dei manager delle Compagnie Assicuratrici ha dichiarato l'intenzione di acquisire startup assicurative digitali al fine di migliorare il proprio positioning nel mondo digital¹⁶.

In conclusione, non dissimilmente da quanto già detto per il mondo bancario, **preservare** le caratteristiche strutturali e le tecnologie innovative che rendono le fintech una forza disruptive è il vero punto chiave per una **Fintegration che rilanci le Compagnie**, anch'esse troppo legate a modelli di business che a volte non riescono a dare il giusto rilievo alle caratteristiche della clientela moderna. Le Compagnie necessitano dunque di non fermarsi ad un modello di business cristallizzato nelle sue componenti attuali, e capire l'importanza della *customer centricity* abbracciando al loro interno l'innovazione, tanto tecnologica quanto a livello di *mindset*, tipica delle fintech.

¹⁵ Relazione sull'attività svolta dall'Istituto (IVASS) nell'anno 2015, Salvatore Rossi, 2016

¹⁶ "Digital Innovation Survey" – Accenture - 2015

4. I MIGLIORI ECOSISTEMI FINTECH NEL MONDO (2015-2020)

4.1 DOVE CONVIENE FARE FINTECH?

Talento, capitali, politiche e mercato: sono i parametri utilizzati da Ernst&Young per capire qual è il miglior ecosistema fintech al mondo.

La Silicon Valley non ha ancora rivali quanto a talento e capitali. E ha utenti sempre al passo con i tempi. Ma perde terreno su programmi governativi e sistema regolatorio. Alla voce policy, la California è solo sesta. Tanto basta per far guadagnare la vetta al Regno Unito, che primeggia soprattutto grazie al sostegno di leggi e Fisco. È secondo per talento, terzo per capitali e domanda (voce guidata da New York). E prima per taglia del mercato, a conferma che il fintech UK gode di quell'infrastruttura finanziaria "classica" capace di aprirsi alle nuove idee. Non a caso New York, che ospita Wall Street, ha già un mercato del fintech più ampio rispetto alla Silicon Valley. E si sta imponendo come principale hub Usa.

Il report indica tra i maggiori pregi britannici proprio "la prossimità con un hub mondiale della finanza", oltre "al supporto dei governi" e "all'efficienza del network fintech".

Acceleratori e incubatori, assieme a una "nuova generazione di imprenditori di talento", sono il punto di forza di New York. Mentre la California è già "solida ed efficiente". Merito delle casse piene di alcuni Venture Capital e di una "comunità fintech ormai matura".

L'Australia recupera terreno soprattutto grazie al "recente interesse del governo", con l'innovazione che sta guadagnando spazio nell'agenda pubblica.

In Asia, in attesa dell'esplosione cinese, il fintech si trova a propria agio in mercati relativamente piccoli come Hong Kong e Singapore. Il primo ha il suo maggiore pregio nel "potenziale" di "una community fintech focalizzata sul mercato dei capitali". Singapore è "una porta d'ingresso" al mercato asiatico. Cui si aggiunge la crescente attenzione del Paese: la banca centrale ha istituito un team incaricato di facilitare le partnership publico-privato nel fintech.

La Germania è un mercato "ampio ma complesso". I capitali ci sono. E promettono bene gli sforzi in atto per integrare meglio Berlino, Francoforte e Monaco.

Il sistema regolatorio ha consentito al Regno Unito di primeggiare. Lo ha fatto meglio, ma soprattutto prima di altri. Anche se tutto si tiene (regole, capacità di attrarre capitali e talento), cambiare le norme è un passo relativamente semplice. Che molti stanno facendo. Ecco perché il report sostiene che la prima posizione britannica è già in discussione.

La vetta potrà essere confermata solo se l'agenda fintech resterà centrale nei programmi di governo. Non sarà facile, viste anche le incognite regolatorie in vista della Brexit. Se il Regno Unito sarà passivo e deciderà di sedersi sui buoni risultati attuali, tra 5 anni potrebbe ritrovarsi in quarta posizione. In questo orizzonte relativamente breve, infatti, i magnifici 7 del 2015 potrebbero esser rivoluzionati. Con la Cina in vetta, seguita da New York, principale ecosistema fintech degli Usa dopo aver superato la California (al terzo posto). Singapore, Germania, Australia e Hong Kong inseguiranno in fila ordinata, senza strappi. Ma saranno insediati da un nuovo arrivato: Israele.

Quali sono i migliori ecosistemi?

DOVE FARE FINTECH

2015-2020

Il fintech oggi



La classifica tra 5 anni

- ↑ 1 - Cina
- ↑ 2 - New York
- ↓ 3 - California
- ↓ 4 - UK
- ↓ 5 - Singapore
- ↓ 6 - Australia
- ↓ 7 - Germania
- ↑ 8 - Israele
- ↓ 9 - Hong Kong

