

Sono gli italiani che hanno utilizzato
nel 2019 almeno un servizio di ultima
generazione per pagamenti e polizze
Il 20% va in banca con lo smartphone

Fintech & Co. Ecco la carica dei 13 milioni

L'Osservatorio della School of Management del PoliMi scatta una foto aggiornata del settore dove è partita la sfida delle terze parti

di **Patrizia Puliafito**

Sono quasi tredici milioni gli italiani (il 29% degli utenti della Rete di età compresa tra i 18 e i 74 anni) ad aver utilizzato, nel 2019, almeno un servizio Fintech e Insurtech, con piena soddisfazione. Il 20% dei clienti bancari ormai si collega al proprio istituto da smartphone o tablet, il 48% da pc. Per comunicare con il proprio istituto, il 10% utilizza i Chatbot. Oltre cinque milioni usano regolarmente il telefonino per pagare bar, ristoranti, negozi e fare prelievi di contante.

Tant'è che le postazioni self-service evolute si moltiplicano rapidamente (l'anno scorso erano già l'11% del totale). Al 31 dicembre 2018, oltre ventimila erano i sottoscrittori dei Roboadvisor e duecentocinquanta gli utenti di salvadanai digitali. E' quanto emerge dall'ultimo Osservatorio Fintech Insurtech della School of Management del Politecnico di Milano.

L'evoluzione digitale, però, va oltre i pagamenti e i servizi bancari. L'Opening banking — conseguenza dell'introduzione della normativa PSD2 (Payment Services Directive 2), che obbliga le banche ad aprire le proprie AP e condividere i dati dei pro-

pri clienti, previa autorizzazione, con terze parti — è un concetto limitante. Oggi, si parla di Open Finance. La Open Innovation, infatti, sta investendo tutto il mondo finanziario e assicurativo.

L'elenco

In Italia si contano già oltre trecento startup Fintech Insurtech capaci di raccogliere 654 milioni di euro di finanziamenti. In Europa sono già una cinquantina le piattaforme che permettono scambio di dati, attivazione di servizi, ecosistemi di collaborazione e aggregazione di idee. Certo, c'è ancora molta strada da percorrere per arrivare a una diffusione capillare dei servizi finanziari digitali, ma laddove è possibile, questi sono i privilegiati. «Indubbiamente — sostiene Marco Giorgino, direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech Insurtech — l'innovazione digitale del settore bancario, finanziario e assicurativo inizia ad avere un impatto visibile, con effetti che diventeranno via via più marcati e non vi è dubbio che assisteremo presto a una profonda trasformazione dell'industria, con la ridefinizione dei confini della competizione».

L'interesse a interagire con le società attraverso i canali digitali, si sta affermando anche nel mondo del risparmio gestito, come confermato dagli stessi operatori. «L'utilizzo della nostra App [Arca Fondi](#) e del sito [Arca Click](#) sta crescendo a un ritmo superiore al 10% annuo — di-

chiara Riccardo Ceretti, responsabile della Direzione Innovation Lab di [Arca Fondi](#) —. Gli accessi sono effettuati per tenere sotto controllo l'evoluzione dei patrimoni investiti, per ottenere informazioni e opinioni sui mercati finanziari, ma anche per sottoscrivere direttamente il fondo pensione aperto [Arca Previdenza](#). Forti di questi risultati stiamo lavorando allo sviluppo di una piattaforma digitale ancora più completa per fornire informazioni e servizi personalizzati ai nostri partner e ai clienti finali».

Per il mondo del risparmio, l'evoluzione tecnologica rappresenta una grande opportunità, ma non è priva di rischi. «Il digitale — aggiunge Giorgino — deve servire per rendere i servizi più qualificati e coerenti con le esigenze del risparmiatore. Mi aspetto, quindi, una forte integrazione tra componente umana e quella tecnologica».

Il problema, oggi, è conquistare la fiducia del cliente. Secondo l'Osservatorio del PoliMi, il 40% degli intervistati dichiara, infatti, una certa resistenza ad affidare la gestione del proprio risparmio, mentre il restan-

te 60%, dovendo scegliere, privilegia ancora le banche tradizionali e le Poste italiane. E' però iniziato il cambio generazionale che determinerà la svolta. «Abbiamo osservato — aggiunge Giorgino — che i giovani, tra i 18 e 24 anni, si affidano meno alle banche (44%) e più a webtech, bigtech e startup». Per concludere, gli operatori si devono porre di fronte a queste sfide? «Per sviluppare il cambiamento — conclude Giorgino — occorre definire strategie di open innovation e collaborare con i diversi attori, in primis fintech e insurtech che, a loro volta, devono saper dialogare con gli attori che hanno posizioni dominanti, per ottimizzare il rapporto costi- benefici».

La finanza 4.0

L'utilizzo e la conoscenza dei servizi finanziari digitali, dati in percentuale

Base = utenti italiani 18-74 anni attivi in Internet (38,7 milioni)

Servizio	Ne faccio già uso	Lo conosco bene
Pagamenti via mobile	14	30
Trasferimenti P2P via mobile	9	19
Prelievi senza carta via smartphone	4	18
Servizi di budgeting personale/familiare	6	17
Chatbot per comunicare con la banca	10	17
Piattaforma di trading e criptovalute	3	11
Salvadanai digitali automatici	3	10
Trasferimento di dati c/c a terze parti	4	9
Robo Advisoring	2	8
Social lending	2	7
Piattaforme per investire	2	6
Gestione dei sinistri da mobile	2	6
Assicurazioni istantanee/on demand	2	6
Accesso rapido a piccolo prestito	3	6
Assicurazioni basate sui comportamenti	1	5

Il gradimento

Voto da 1, per nulla soddisfatto, a 10, molto soddisfatto.

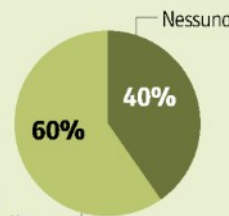
Base = utenti italiani 18-74 anni attivi in Internet che dichiarano di usare il servizio

Assicurazioni istantanee/on demand	9
Social lending	8,9
Piattaforme online per investire in startup	8,7
Gestione dei sinistri da mobile	8,3
Prelievi senza carta via smartphone	8,3
Pagamenti via mobile	8,3
Servizi di budgeting personale/familiare	8,2
Piattaforma di trading e criptovalute	8
Trasferimento di dati c/c a terze parti	7,9
Trasferimenti P2P via mobile	7,8
Salvadanai digitali automatici	7,6
Chatbot per comunicare con la banca	7,6
Robo Advisoring	7,5
Accesso rapido a piccolo prestito	7,1
Assicurazioni basate sui comportamenti	6,8

Il partner giusto

A chi si affiderebbero i consumatori per la gestione risparmi

Servizi postali	60%
Banche	59%
Società di risparmio gestito	25%
Catene di supermercati	24%
Siti di ecommerce	17%
Compagnie assicurative	17%
Aziende Internet (Google, Amazon, ecc.)	16%
Nuove imprese (startup)	15%
Associazioni di categoria	13%
Produttori smartphone/tablet	12%
Operatori di telefonia	11%



Almeno un soggetto

Base = utenti italiani 18-74 anni attivi in Internet (38,7 milioni)



Ricerche

Marco Giorgino,
direttore scientifico
Osservatorio PoliMi
Fintech Insurtech

Il progetto di Arca

Ci riorganizziamo. Anche nel dialogo coi clienti

La rivoluzione digitale che sta portando verso l'Open Finance, investe anche l'industria del risparmio gestito. Qui, il cambiamento si sta sviluppando su due livelli: da un lato i Big che puntano sugli alti volumi di prodotti indifferenziati, a basso costo. Dall'altro le imprese innovative di dimensioni più contenute, come Arca Fondi che, per competere, puntano sull'elevata personalizzazione di servizi e soluzioni d'investimento.

Come? «Se gli strumenti per realizzare il cambiamento possono essere composti con strumenti di base reperibili sul mercato — dice Ugo Loser, amministratore delegato di Arca Fondi Sgr — la sfida consiste nel trovare il modo migliore per assemblarli, così da poter rispondere adeguatamente alle nuove esigenze della clientela e vincere in un mondo sempre più competitivo».

Per affrontare la sfida, Arca Fondi Sgr ha messo in bilancio significativi investimenti, sia per i servizi agli intermediari, sia per quelli destinati alla clientela finale.

La strategia

«Per realizzare questa transizione e riuscire a cogliere le opportunità di business che ne possono derivare — aggiunge Loser — abbiamo ripensato integralmente il nostro modello organizzativo. Stiamo passando dalla tradizionale organizzazione verticale per macro temi, che comprende direzione operativa, marketing, investimenti, a un'organizzazione che ragiona in ter-

mini di dati, funzioni analitiche e interfacce come tablet, smartphone, pc e canali. Al centro del nostro programma di cambiamento ci sono anche i canali d'informazione per intermediari e clienti finali e le tecnologie per l'analisi dei dati. Per realizzare il percorso di trasformazione digitale abbiamo anche creato una nuova struttura Arca InnovAction Lab che avrà la funzione di guidare il processo».

Per i risparmiatori quali saranno i benefici del nuovo assetto organizzativo? «Per i clienti finali e per gli intermediari — prosegue l'amministratore delegato di Arca Fondi Sgr — i benefici si tradurranno in un'offerta di servizi altamente personalizzati, studiati sulle esigenze del singolo. Si parte dall'ascolto dei bisogni e degli obiettivi dell'investitore, per arrivare, in tempi molto brevi, con l'aiuto dei supporti tecnologici, alla proposta di soluzioni. Grazie ai Robo for Advisory e agli altri strumenti digitali a supporto del consulente finanziario, puntiamo a costruire portafogli efficienti che tengano conto di tutte le opportunità di mercato e di tutte le esigenze del cliente».

E per l'assistenza post vendita che cosa state progettando? «È in fase di implementazione un sistema di CRM (Customer Relationship Management) integrato con Chatbot, call center, sms ed email per rispondere, sette giorni su sette, 24 ore su 24, alle richieste della clientela. La User Experience che ne deriverà sarà notevolmente migliorata rispetto al modello tradizionale».

Pa. Pu.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Risparmio gestito

Ugo Loser, amministratore delegato di Arca Fondi Sgr: siamo passati da un modello classico «verticale» ad uno che utilizza dati e funzioni analitiche