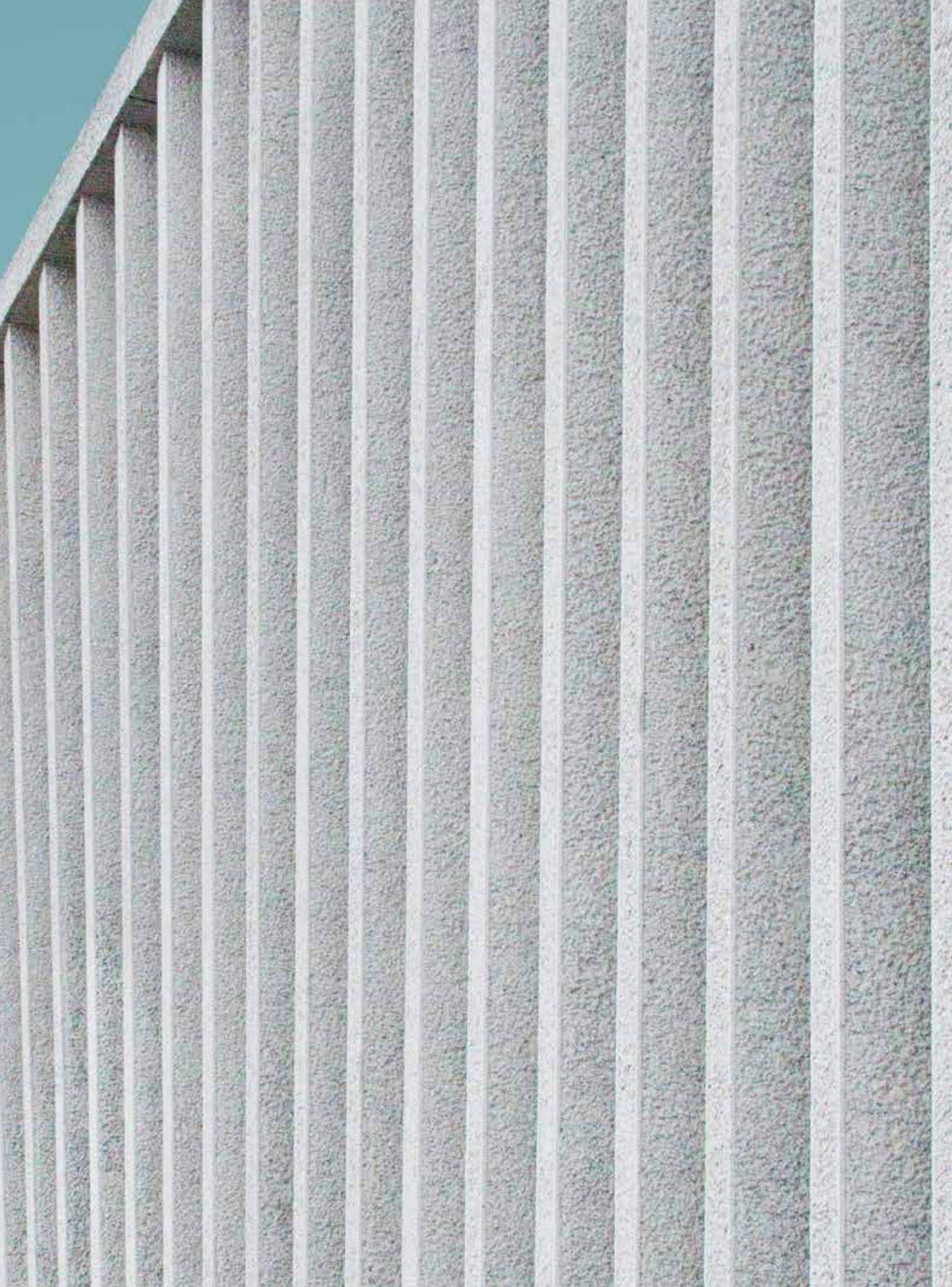


IL MONDO SECONDO IL CONSUMATORE FINANZIARIO

*Inchiesta di MANUELA ANDALORO,
con il contributo di Laura Prina Cerai, Senior Investment Advisor, Altrafin AG,
e Vega Ibanez, former Senior Project manager, Julius Baer.*





**INNOVAZIONE DIROMPENTE,
CHALLENGER-BANKS,
ROBO-ADVISORS
E GENERAZIONE SRI.**

L'industria dei servizi finanziari è a un punto di svolta: dovrà reinventarsi, o sarà reinventata da altri player. Mentre sempre più start-up e aziende IT ormai attraggono nuovi e diversi clienti che richiedono esperienze targhettizzate alle loro necessità, ci si chiede come farà l'intero settore finanziario a

competere e rimanere rilevante.

Pensiamo all'accesso dei nostri dati finanziari, nel giro di pochi anni siamo passati dal fare depositi e operazioni agli sportelli e dalle telefonate con il nostro client advisor per discutere di investimenti possibili e andamenti di mercato a home banking, mobile banking, online trading e una grande varietà di offerte valide attraverso diverse applicazioni accessibili dai nostri smartphone. Sembra che il settore stia dunque drammaticamente cambiando in risposta



diretta alle richieste di servizi finanziari flessibili e facilmente raggiungibili della clientela. Chi non si adatta rimane indietro, in particolare i player, le banche e gli istituti che non sapranno comprendere le nuove necessità che la rivoluzione di user experience in atto ha portato alla luce. Quello a cui stiamo assistendo è un cambiamento epocale, ed è appena iniziato.

Ma come siamo arrivati a questa accelerazione e rivoluzione finanziaria? Torniamo alla crisi del 2007, di cui abbiamo parlato nel precedente numero.

COME NASCE IL MONDO FINTECH

Crolli azionari, bancarotte, fusioni e ristrutturazioni hanno causato la perdita di milioni di posti di lavoro e hanno provocato l'inizio di un cambiamento fondamentale nel settore bancario. I regolatori si sono determinati a prevenire che le azioni di una o di un conglomerato di poche enormi banche di investimento (too big to fail) possano colpire così duramente l'economia e le casse pubbliche (bail-out con soldi dei contribuenti). La regolamentazione nel settore si è moltiplicata in modo esponenziale e ha catalizzato la maggior parte degli investimenti diretti delle banche negli ultimi dieci anni a chiaro discapito del budget in innovazione e miglioramento dei servizi.

La comparsa di piccole realtà bancarie al di fuori delle grosse banche d'affari coincide con un nuovo approccio al servizio: l'emergere della cosiddetta FinTech - nuove tecnologie digitali nel settore finanziario. Tecnologia, basata su applicazioni, che automatizza la maggior parte dei processi bancari e offre un facile accesso online e servizi self-service ai clienti. Oggi, infatti, intere realtà bancarie sono costruite attorno a un'applicazione mobile. L'industria FinTech è vista dalle banche tradizionali come un'opportunità di partecipare al progresso del settore finanziario senza la necessità di investire nello sviluppo in-house. Con migliaia di posti di lavoro nel settore IT bancario tagliati negli ultimi

GLOSSARIO FINTECH

•CRIPTOVALUTE

Una criptovaluta è una moneta elettronica creata attraverso sistemi digitali non soggetta ai vincoli di emissione delle banche centrali.

•FINANCIAL MANAGEMENT

Il financial management copre tutti gli aspetti dell'ottenimento dell'utilizzo e del controllo delle risorse finanziarie.

•INSURETECH

Sviluppo di nuovi paradigmi di consumo delle tradizionali coperture assicurative attraverso l'uso di nuove tecnologie.

•BAIL OUT

Situazione in cui un soggetto in bancarotta, o vicino alla bancarotta, riceve un'iniezione di liquidità, al fine di soddisfare i suoi obblighi a breve termine.

FINTECH ITALIA Vs MONDO

Capitali raccolti dalle Fintech

Italiane nel 2016

+

€ 33,6 mln

=

+77 %

Di incremento rispetto al 2015



dieci anni e la priorità data all'adeguamento della pressione normativa e al rafforzamento dei bilanci, la FinTech si è sviluppata principalmente in outsourcing, spinta dalla domanda di clienti disillusi e insoddisfatti dalle banche tradizionali che cercavano una maggiore scelta di servizi digitali. Questa tempesta perfetta ha fatto sì che la FinTech crescesse rapidamente, attirando investimenti di terzi fino a diventare una realtà importante nel settore bancario con una base di clienti che include alcune delle più grandi aziende del mondo. Un esempio è la banca di investimenti statunitense JP Morgan Chase, che ha speso 9,5 miliardi di dollari in IT nel 2016. Sulla spesa totale, circa 6,5 miliardi di dollari sono stati spesi per sostenere l'IT esistente mentre i rimanenti 3 miliardi di dollari sono andati a nuove iniziative di sviluppo, di cui 600 milioni di dollari in FinTech.

Le banche *incumbent* di fatto devono far fronte a una crisi dei modelli tradizionali e rispondere alle esigenze di un consumatore sempre più digitale, sviluppando offerte maggiormente personalizzate e puntando sull'omnicanalità a discapito dei concetti di prossimità e territorio. Le startup e le aziende che hanno investito per prime nella FinTech si sono quindi arricchite di un patrimonio di competenze e modelli di business che costituisce il futuro della finanza personale. Ed ecco che le banche tradizionali hanno cominciato a optare per un percorso di collaborazione con i questi nuovi entranti attraverso hub di supporto, partnership di finanziamento o acquisizioni dirette.

Secondo i dati 2017 di PricewaterhouseCoopers gli investimenti in venture capital nel settore della FinTech hanno raggiunto globalmente 22 miliardi di dollari nel 2016. La composizione geografica dei capitali raccolti mostra come in America e Asia si siano concentrati maggiori investimenti. In Europa, sebbene Londra storicamente sia e continua a essere la capitale europea della FinTech, gli investimenti nel 2016 si sono ridotti del 34% principalmente a causa dell'incertezza legata alla Brexit. Al rallentamento degli investimenti nel

campo della FinTech nella City si contrappone la nascita di nuovi ecosistemi in Germania, Francia, Paesi Scandinavi e Israele.

L'Italia, anche se al momento esclusa da ogni ruolo principale nello scenario FinTech, con nessuna start up nelle principali 100 mondiali indicate da KPMG ha investito complessivamente solo 33.6 milioni di euro. La maggior parte delle startup e degli investimenti in tecnofinanza in Italia si concentrano nei settori maturi della gestione patrimoniale, della banca Retail (operazioni tradizionali di pagamento), dell'assicurazione e del peer to peer (P2P lending, cioè prestiti privati diretti, senza intermediazione bancaria). Le università offrono corsi sulla tecnologia finanziaria in partnership con le start up locali.

L'ERA DELLE CHALLENGER-BANKS

In risposta dunque all'inarrestabile ondata di richieste dei consumatori, i player della fintech si stanno adattando quotidianamente a provvedere qualsivoglia tipologia di soluzioni per clienti privati e per business. Nel complesso, molte banche e istituti non si posizionano più come "innanzitutto online" ma addirittura "solo online". Dai depositi alle linee di credito ai pagamenti e ai prestiti per privati e business,

DAI DEPOSITI ALLE LINEE DI CREDITO, AI PAGAMENTI E AI PRESTITI, LA NUOVA GENERAZIONE DI PLAYER IN CAMPO FINTECH LAVORA IN MANIERA STRATEGICA CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

la nuova generazione di player in campo FinTech lavora ormai in maniera strategica con l'intelligenza artificiale per digerire e analizzare vaste quantità di transazioni e dati comportamentali, per giungere a una comprensione delle necessità delle clientela sempre più adatta e consona alle aspettative.

•P2P LENDING

•*Prestito personale erogato da privati ad altri privati attraverso siti di imprese o enti di social lending, senza passare attraverso i canali tradizionali.*

•RETAIL BANKING

•*Si indicano generalmente tutte le operazioni bancarie compiute con una vasta clientela, comprendenti soprattutto servizi di base.*

•GDPR

•*Il regolamento generale dell'Unione europea in materia di trattamento e protezione di dati personali e privacy.*

•HOME BANKING

•*Servizi bancari che consentono al cliente di effettuare operazioni bancarie da casa o dall'ufficio, mediante collegamento telematico.*

Si pensi al caso di successo dell'inglese Starling Bank. Di recente ho partecipato a un evento con panel a Londra e la speaker sul palco insieme a me, Megan Caywood - Chief Platform Officer di Starling Bank, ha definito la sua banca "the digital, mobile-only challenger bank". Una banca che ha almeno un paio di elementi di rottura con gli intermediari tradizionali: si tratta di una challenger bank, ovvero un istituto interamente digitalizzato e con una struttura di costi leggerissima, guidato da Anne Boden. La Brexit sta sicuramente cambiando la geografia finanziaria dell'Europa, ma al momento Londra resta un punto di riferimento per l'innovazione.

L'ALTRA NUOVA FINANZA E LA GENERAZIONE SRI

Il 2019 sicuramente porterà un ulteriore utilizzo di tecnologie automatizzate, di politiche di protezione dati post GDPR e controllo dei contenuti e richieste sempre più forti da parte di una forza lavoro e di una clientela che è sempre più digitale.

Abbiamo analizzato dunque parte della "nuova finanza" e della risposta alle richieste dei consumatori portata dalla tecnofinanza. C'è un'altra crescente realtà di grande interesse che ormai da qualche anno compete per attenzione con il mondo FinTech e affini realtà declinate verso il mondo crypto e verso tecnologie blockchain. Stiamo parlando degli investimenti sostenibili (sustainable investing). Mentre la FinTech proviene da un lato dall'evoluzione delle necessità dei consumatori, a prescindere da età e scuole di pensiero, e dalla risposta ai cambiamenti

SUSTAINABLE INVESTING: L'ALTRO LATO DELLA NUOVA FINANZA CHE RISPONDE AD UN TARGET MENO CONVENZIONALE

regolativi post credit crunch, l'altra sfera della nuova finanza sembra chiaramente provenire da richieste e esigenze forti di un target meno convenzionale.

I Millennials e, guardando i dati, sempre più anche le donne - a prescindere dalla generazione a cui appartengono o sentono di appartenere - da qualche anno chiedono a gran voce investimenti responsabili. I Millennials, in gran parte cresciuti nell'era digitale diversamente dai genitori baby-boomers, risultano più attenti e al contempo più esposti ai mali del mondo, oltre che maggiormente inclini a utilizzare strategie di investimento per porre rimedio. Ricerche mostrano come i boomers vedano la sostenibilità e gli investimenti come due universi separati, mentre i Millennials fanno fatica a comprendere come si possano separare le due cose. Questo cambio generazionale sembra essere visibile già nelle università, molte business schools infatti riportano che i corsi sugli investimenti ESG (Environmental, Social and Governance) sono in crescente richiesta e spesso sovraffollati. "Negli anni novanta, le dichiarazioni nelle lettere di applicazione all'Università di Stanford contenenti riferimenti alla volontà di alleviare la povertà nel mondo erano viste come soft" riporta Matt Bannick dell'Omidyar Network, un'azienda per investimenti sostenibili e responsabili. Ma oggi, oltre la metà delle richieste di iscrizione alla Stanford Graduate School of Business menziona l'impegno dell'istituto verso gli obiettivi di sviluppo sociale. Ad aprire la strada a questo fenomeno, un gruppo di Millennials provenienti da famiglie tra cui Ford, Rockefeller e Simmons che, nel 2015, han lanciato "The ImPact", un network il cui scopo è creare "beneficio sociale misurabile" attraverso i propri investimenti. Posizionandosi come una risposta generazionale all'iniziativa "The Giving Pledge" che nel 2010 Bill Gates e Warren Buffett avevano congiuntamente lanciato, i ragazzi furono supportati da oltre 125 firme dal valore medio di 700 milioni di dollari l'una. Da allora iniziative simili non si contano.

Non sono solo i milionari, però, a farsi spazio in questo contesto. È risaputo che la generazione dei Millennials è meno abbiente



di quella dei propri genitori e quelli più “anziani” tra loro, quasi quarantenni, sono vicini al peak-earning years, ovvero quel periodo della vita in cui in percentuale i lavoratori sono soliti guadagnare di più. Le loro richieste e preferenze sono chiare. Nei prossimi due decenni i boomers passeranno le loro fortune che contano trilioni di dollari - il più alto trasferimento di ricchezza mai registrato - ai Millennials, lasciandoli velocemente in controllo di circa 24 trilioni di dollari (stime registrate da Deloitte). Anche se in pochi godranno delle sontuose pensioni dei propri genitori si prevede che saranno comunque tutti molto decisi sul come investire le cifre ereditate, anche se ridotte. I Millennials hanno vissuto la crisi finanziaria, per questo sono naturalmente sospettosi rispetto alle tradizionali istituzioni finanziarie. Alcuni le definiscono addirittura presuntuose. In un sondaggio, la banca americana Morgan Stanley ha stimato che il 75% dei Millennials intervistati pensa che i loro investimenti sostenibili potranno influenzare il cambiamento climatico, in contraddizione con il 58% dell'intera popolazione. I Millennials sono anche la generazione più attenta a controllare il packaging dei loro acquisti e a scegliere prodotti sostenibili e, come tutti i figli, cercano di influenzare in qualche modo i propri genitori. La tecnologia e i Robo-advisors, quella nuova fetta di consulenti finanziari nati sul web, amplificheranno sempre più questa forza della nuova finanza che i bravi comunicatori e i vari player sapranno assicurarsi. Sapranno anche dare la giusta rilevanza e il giusto posizionamento strategico a contenuti e modi di impattare a cui le nuove generazioni sono sempre più interessate, e lasceranno la competizione ai blocchi di partenza. La tecnologia non ammetterà impostori e le informazioni sull'impatto positivo o negativo di qualunque azienda saranno sempre più trasparenti e disponibili per una clientela in crescita. I player che non saranno genuini nel loro approccio alla sostenibilità avranno difficoltà a confondersi tra le offerte, smascherati dagli algoritmi e social media.

IL FUTURO? LO STIAMO SCRIVENDO SU NOSTRA RICHIESTA.

Alla realtà dei fatti, qualunque investimento ha una componente sociale o ambientale. La tecnologia permetterà di creare offerte sempre più targettizzate per i clienti allineando prodotti, fondi, Exchange Traded Funds (ETFs) e derivati agli obiettivi sostenibili, come per esempio i “17 Sustainable Development Goals” e i “Social Development Goals” delle Nazioni Unite. Aiuterà inoltre a misurare l'impatto del nostro lavoro e dei nostri investimenti, e a garantirne la trasparenza. La tecnologia, se propriamente indirizzata, da un lato aumenterà l'informazione, la cultura e la comprensione; dall'altro il sosterrà il saggio posizionamento di dinamiche, di tendenze di mercato, di trend, di impatto che ciascuno di noi può avere sul proprio futuro e sul futuro della società.

Il destinatario, cliente, consumatore ha plasmato e creato l'offerta. Abbiamo in mano gli elementi per un futuro migliore che passa attraverso l'informazione, la cultura, la parità di genere, la nuova generazione e un approccio di sviluppo sostenibile verso i business di cui giornalmente ci occupiamo. ■

