



Banche digitalizzate, il fintech agevola il processo

OSSERVATORIO

Consumatori soddisfatti ma disponibili a scegliere anche attori non finanziari

L'ecosistema italiano di open innovation inizia a dare segni di vitalità

Pierangelo Soldavini

Con il lockdown la richiesta di digitalizzazione dei servizi finanziari è aumentata e le banche hanno saputo rispondere adeguatamente alla richiesta di una fruizione a distanza: banche, compagnie assicurative e servizi postali rimangono gli attori di riferimento che mantengono la fiducia dei consumatori. Ma proprio questo cambio di abitudini spinge sempre più gli operatori tradizionali ad aprirsi a collaborazioni con un ecosistema di startup e attori non finanziari innovativi: il fintech, sempre considerato un'opportunità, diventa in questo momento una necessità per rendere più efficiente il sistema nella relazione con il cliente e nella *user experience*. «La banca del futuro è una fintech: l'incumbent deve saper trasformare il proprio modello di business, sia per quanto riguarda il modo di progettare e distribuire prodotti e servizi, che per il sistema operativo e la capacità di organizzare il lavoro in maniera efficiente», afferma Marco Giorgino, direttore scientifico dell'Osservatorio Fintech & Insurtech commentando i risultati dell'edizione 2020.

Nel lockdown il 51% degli utenti italiani ha avuto necessità di interagire con la sua banca e il 73% di questi si dice soddisfatto del servizio, in particolare della possibilità di eseguire fa-

cilmente bonifici e pagamenti online, di interagire con il personale e di firmare documenti in digitale. Sono me-

no, il 39%, gli utenti che hanno interagito con la compagnia assicurativa e di questi il 77% si dice soddisfatto, soprattutto per la facilità di interazione e la semplicità del rinnovo della polizza. In aprile gli utenti online delle banche sono aumentati del 17% su base annua, le transazioni digitali del 32% e i nuovi clienti acquisiti digitalmente del 75%. Ma i consumatori sono sempre più propensi a sperimentare anche attori meno tradizionali: per piccoli finanziamenti, il 53% si affiderebbe anche ad attori innovativi, fra cui produttori di smartphone, startup, siti eCommerce come Amazon e aziende internet come Google e Facebook.

Laddove gli istituti tradizionali hanno saputo rispondere con una logica innovativa all'insegna di scalabilità, velocità, migrazione al digitale sono riuscite a mantenere la fiducia. Ma emerge anche come quelle stesse esigenze diventano fonte di forte malcontento se non adeguatamente considerate. Una volta venuta meno l'emergenza i comportamenti dei clienti non sempre sono rimasti agganciati al digitale. «In Italia si conferma una cultura finanziaria e digitale non completamente radicata. Diventa rilevante il ruolo che hanno le banche, che devono trasformarsi in attori della trasformazione culturale del cliente. In questo la collaborazione con il fintech può funzionare», prosegue Giorgino. Dall'altra parte alcune iniziative hanno dimostrato la vitalità del sistema italiano: la partnership tra Enel e Tink, la joint venture tra Hype ed illimity, la fusione tra Sia e Nexi, la collaborazione tra Banca Progetto e modelfinance e l'ingresso di big player internazionali in Satispay. «Si sono intensifi-



cate le iniziative di open innovation, dimostrando che l'ecosistema inizia a funzionare davvero per garantire al cliente un'esperienza d'uso di qualità ai consumatori, sempre più esigenti su velocità di risposta, facilità di interazione, servizi integrati e personalizzati», conclude Giorgino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA