

# Così il digitale presenta il conto

## Banche alla prova del Fintech

■ **DIONISIO CICCARESE**  
direttore@epolisbari.com

**S**e un po' è diventato vero che non ci sono più le stagioni di una volta è certamente vero che non esistono più le banche di una volta. No, non esistono più perché, anche se non ce ne siamo accorti, la nostra relazione con la banca, in meno di due decenni, è cambiata in modo profondo.

Ma è bene tenere presente che è anche cambiata la relazione della banca con il mercato. La competizione si è allargata a nuovi attori estranei al mondo bancario che offrono servizi identici, ma indipendenti dai circuiti degli istituti finanziari come quello, solo per fare un esempio, dei pagamenti digitali (Google, Apple, Facebook, Amazon).

Una rivoluzione? Autentica. Generata dalla tecnologia che, come sempre nella storia del genere umano, distrugge alcuni mercati e provoca la nascita di altri.

Uno choc che ha sconvolto un settore che per 50 anni (1950-2000) è stato pressoché immobile. Tanto più forte è stato lo choc in Italia, se si considera che è avvenuto in un Paese restio a recepire l'innovazione, a esplorare nuovi modelli di business, a comprendere e a governare i bisogni di un mercato che ha assorbito in modo repentino ciò che la tecnologia ha messo a disposizione. E lo ha fatto con una velocità insospettabile mai vista prima.

A guidarci in questo mondo ricco di tecnologia, di nuovi bisogni, di nuovi asset e di nuove relazioni ci pensa **Roberto Ferrari**, il direttore generale di **CheBanca!** che ha scritto un illuminante libro (**L'era del Fintech, la rivoluzione digitale nei servizi finanziari, FrancoAngeli, 172 pagine, 22 euro, prefazione di Riccardo Luna**) che ha come primo merito quello di spiegarci ciò che è accaduto nelle due "ondate" storiche di progressiva trasformazione: **dal 1950 al 2000** (dalla carta di credito all'internet banking) e **dal 2000 al 2020** (dall'Internet banking al

Fintech). La lettura di questi due capitoli ci svela come e perché facciamo quel che facciamo in modo diverso nel giro di pochi anni (dal pagamento delle bollette al controllo del saldo).

Ferrari, come abbiamo accennato, va oltre, confidando in una solida esperienza e in una raffinata preparazione (è tra i 40 top manager del settore, secondo Financial News) lascia le acque tranquille del porto della descrizione della cronaca di ciò che è avvenuto, per affrontare le onde turbolente delle previsioni su ciò che ci attenderà tra il 2020 e il 2050 in tema di Fintech e banking. E lo fa avvalendosi del contributo di dieci operatori o studiosi mondiali di primissimo piano (**Yoni Assia, Mariano Belinky, Anne Boden, Rob Findlay, Nick Hungerford, Brett King, Michal Panowicz, Matteo Rizzi, Chris Skinner, Andres Wolberg-Stok**).

Internet ha cambiato la nostra vita, ha esplicitato bisogni latenti, ha modificato i nostri comportamenti. Tuttavia, questo processo non riguarda solo i consumatori, ma anche le aziende (le banche) che, oggi più di ieri, sono sollecitate e investite da una tecnologia che non è emanazione diretta della strategia e della tattica della propria impresa. In più la contaminazione tra tecnologia e attività finanziaria (il Fintech, appunto) ha dato vita a nuovi soggetti che hanno suscitato una doppia reazione tra i banchieri conservatori (derisione) e innovatori (preoccupazione).

Il mobile come già aveva fatto internet, ad esempio, impone alle banche la creazione di nuovi servizi ribaltando per la seconda volta la relazione con il cliente. In principio era il cliente ad andare in banca, poi è stata la banca con i personal computer ad entrare nelle case di correntisti e azionisti, oggi con gli smartphone banca e consumer sono sempre insieme e sempre online. La banca è diventata portatile subendo, anch'essa, il concetto di azzeramento dello spazio e del tempo.

Un mondo che ha il suo fascino, i suoi pericoli e che, mentre cattura una fascia via via più ampia di soggetti tecnologicamente "dotati", amplia l'asimmetria infor-

mativa con una porzione di clientela che ovviamente va esaurendosi.

Questo di Ferrari è un libro che colma molte lacune informative, analizza con spietata competenza i nuovi processi e ha la barra dritta sull'innovazione. Ma lo fa con entrambi gli occhi rivolti al cliente che oggi più di ieri può essere sedotto da servizi extrabancari che fanno esatta-

mente ciò che ti devi aspettare da una banca. È una lettura con un doppio beneficio: ci svela la storia recente delle banche e contemporaneamente ci istruisce.

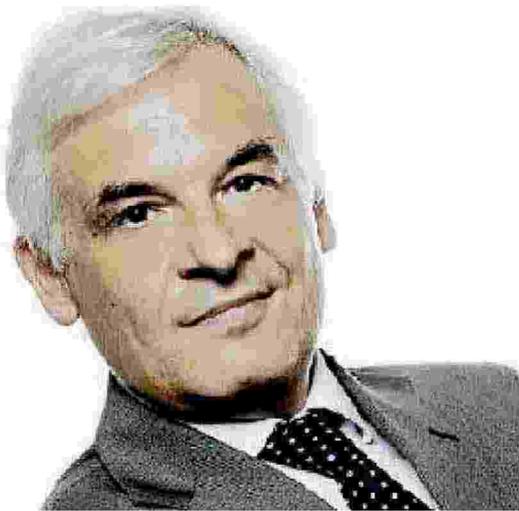
Restare ignoranti nel mondo dell'informazione oggi più di ieri è una scelta precisa e personale anche in fatto di educazione finanziaria.

IL LIBRO

## Per il Financial News è tra i 40 top manager europei

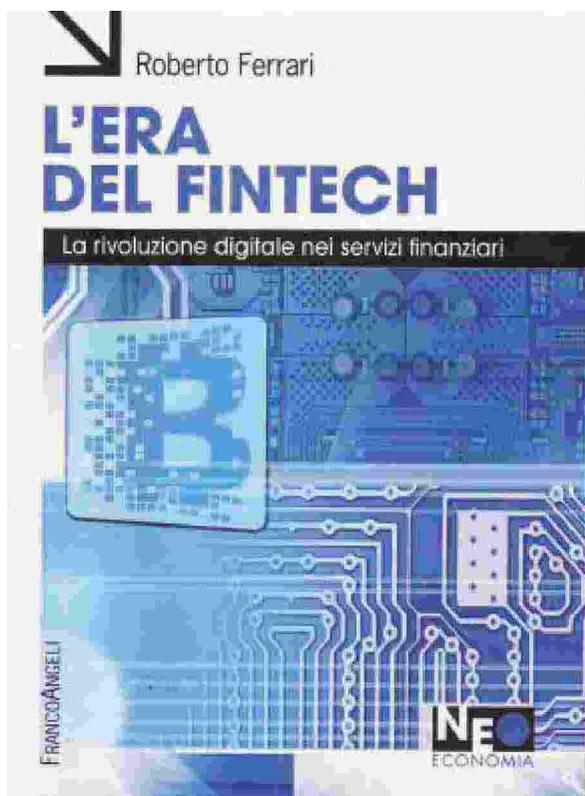
Roberto Ferrari è Direttore Generale di CheBanca!, banca digitale e retail del Gruppo Mediobanca. È stato Direttore Centrale Marketing & Partnership di Compass SpA, finanziaria specializzata nel credito alle famiglie ed istituto di pagamento sempre del gruppo Mediobanca. Il Financial News (Wall Street Journal) lo ha inserito nella "Top Fintech40 power people europea" del 2015. È considerato uno tra i massimi esperti del settore.

## ROBERTO FERRARI CI SPIEGA COSA È SUCCESSO E ANTICIPA I POSSIBILI TREND



**Dai clienti in banca, alla banca in casa, alla banca in tasca. Ed ora nuovi attori mutano il mercato dell'offerta**





■ Qui sopra, la copertina del libro di Roberto Ferrari; a sinistra, in alto, un vecchio eurocheque; a sinistra, in basso la prima carta di credito introdotta da Diners nel 1950

