LUISS

Dipartimento di Impresa e Management

Corso di laura in Strategic Management

Cattedra di Finanza Aziendale Avanzato

Il ruolo del Fintech nella promozione dello sviluppo economico delle PMI del Meridione: il caso di cooperazione Banca Popolare del Cassinate e Fx12

Prof. Arturo Capasso

RELATORE

Prof. Gubitosi Luigi

CORRELATORE

Lucia Richiello

CANDIDATO

Anno accademico 2022/2023

INTRODUZIONE 4

CAPITOLO 1: Verso la Banca del futuro: la digitalizzazione come motore di cambiamento e innovazione 6

1.1 L'era della digitalizzazione e il declino del modello di banca tradizionale 6

1.1 I tratti distintivi delle Banche nell'era digitale 9

1.1.1 Riduzione delle filiali 9
1.1.2 La direttiva PSD2 e l'open banking 12
1.1.3 Robo-advisor 14
1.1.4 User experience 17
1.1.5 Personalizzazione dei prodotti finanziari 18
1.1.6 Creazione di nuove figure professionali 20

CAPITOLO 2: La trasformazione del panorama competitivo: la nascita delle FinTech 24

2.1. Definizione e fattori chiave per lo sviluppo delle FinTech 24

2.2 Il ruolo cruciale delle piattaforme digitali nell'ecosistema FinTech 28

2.3 Ambiti di attività 30

2.3.1 Lending/Crowdfunding 32
2.3.2 Servizi di pagamento 37
2.3.3 Servizi di investimento 42

CAPITOLO 3: Le PMI del Meridione soggetti non bancabili e soluzioni finanziarie alternative 44

3.1 Il fenomeno del razionamento del credito per le PMI in Italia 44

3.2 I limiti dal lato della domanda delle PMI del Meridione 47

3.5* Strumenti alternativi di accesso al credito alle PMI in Italia: *Invoice trading 52

3.6 Collaborazione banche-fintech 55

CAPITOLO 4: La collaborazione Banche-FinTech come soluzione per offrire credito alle PMI del Meridione: indagine bancaria e caso pratico 58

4.1 Fattori limitanti nel credito alle PMI meridionali e il contributo delle fintech: un'analisi basata su un'indagine bancaria 58

4.1.1 Impatto dei fattori fisiologici delle PMI meridionali nella cessione di credito 58
4.1.2 Impatto dei fattori esterni che impattano la cessione di credito alle PMI del Meridione 65
4.1.3 Risposte univoche: il potenziale della collaborazione banca-fintech nel migliorare il finanziamento delle PMI del Meridione 66

4.2 Un caso pratico di collaborazione Banca-Fintech: Banca Popolare del Cassinate e Fx12 67

4.2.1 Profilo della Fintech: FX12 68
4.2.2 Profilo della Banca: Banca Popolare del Cassinate 74

4.3 Risultati ed evidenze della collaborazione 76

CONCLUSIONI 82

BIBLIOGRAFIA 84

SITOGRAFIA *86*
Indice delle Figure *90*
Indice delle Tabelle *92*

INTRODUZIONE

L'evoluzione del settore bancario, strettamente connessa alla rivoluzione digitale, ha ridefinito radicalmente il panorama finanziario. La crescente adozione di soluzioni tecnologiche, insieme all''ascesa di nuove direttive normative, ha portato alla nascita di nuovi paradigmi nell'erogazione dei servizi finanziari. Questi cambiamenti hanno dato origine a nuove sfide, le Piccole e Medie Imprese (PMI), in particolare quelle del Meridione, hanno sperimentato particolari difficoltà nell'accesso al credito tradizionale, accentuando la necessità di esplorare nuove alternative, come i servizi fintech.

Il presente lavoro si propone di analizzare come le collaborazioni tra gli istituiti tradizionali di credito e le imprese fintech possano costituire una soluzione alle problematiche di concessione di credito alle PMI del Meridione, aumentando così la cd. "inclusione finanziaria".

Nello specifico, nel primo capitolo sarà illustrato il radicale cambiamento del settore bancario, guidato dalla rivoluzione digitale, avvenuto nel decennio 2010-2020. Questo periodo è stato caratterizzato da un'evoluzione di un nuovo paradigma finanziario, in cui la tecnologia ha svolto un ruolo centrale nell'adattamento tra l'evoluzione delle esigenze di servizi bancari e la digitalizzazione dell'offerta. Si illustrano in particolare i tratti distintivi del nuovo paradigma bancario, tra cui la riduzione dei canali fisici, le nuove direttive normative, il maggiore focus sulle esigenze dei consumatori etc.

Il secondo capitolo, invece, espone come questo contesto abbia favorito la nascita di nuovi operatori finanziari noti come fintech. Questi attori combinano tecnologia e finanza per offrire servizi operativi principalmente attraverso piattaforme digitali. Si mira a definire le diverse tipologie di fintech in base ai servizi finanziari offerti, cercando di identificare raggruppamenti, sebbene ogni categoria presenti caratteristiche uniche.

Con il terzo capitolo si entrerà nel core di questo elaborato. Verrà illustrato infatti il problema di accesso al credito tradizionale delle PMI del Meridione e di come le banche sempre più si stiano affacciando al panorama del fintech, in particolare quelle specializzate in Invoice Trading, nella mitigazione di questa problematica.

Infine, nell'ultimo e quarto capitolo verranno presentati i risultati di una ricerca basata su questionari e interviste mirate ad istituti bancari del Meridione. L'obiettivo è comprendere i fattori limitanti nella concessione di credito alle PMI secondo il punto di vista delle banche tradizionali, nonché valutare l'interesse per l'ingresso nel panorama fintech come possibile soluzione a tali problematiche. A seguito verrà poi analizzato un caso pratico di collaborazione tra la Banca Popolare del Cassinate (BPC) e la fintech napoletana Fx12. Attraverso le testimonianze del presidente della BPC e il fondatore di Fx12, si metteranno in luce le sinergie e i vantaggi derivanti da questa partnership.

In sintesi, questo lavoro si propone di esaminare come le collaborazioni tra banche e fintech possano rappresentare una soluzione efficace alle sfide di accesso al credito per le PMI del Meridione, fornendo un'analisi approfondita del contesto bancario e fintech in evoluzione e presentando un caso concreto di successo.

CAPITOLO 1: Verso la Banca del futuro: la digitalizzazione come motore di cambiamento e innovazione

1.1 L'era della digitalizzazione e il declino del modello di banca tradizionale

Negli ultimi tre secoli si è assistito al susseguirsi di tre rivoluzioni industriali. Con il termine "rivoluzione industriale", l'Enciclopedia italiana di scienze, lettere ed arti (comunemente nota come Treccani), indica la "trasformazione delle strutture produttive e sociali determinata dall'affermazione di nuove tecnologie"1. Ognuna di queste rivoluzioni ha impattato sullo sviluppo dell'umanità, portando con sé importanti trasformazioni in ambito economico, sociale ed ambientale. Secondo l'opinione dei maggiori economisti mondiali è individuabile una quarta rivoluzione industriale, ad oggi in atto, nota come Industria 4.0, dando così inizio ad un'era della trasformazione digitale2. Si colloca la nascita dell'industria 4.0 nel 2011 in Germania, durante la presentazione alla fiera di Hannover di un gruppo di lavoro su mandato della Research Union Economy-Science3. Il termine "Industria 4.0" si riferisce all'impatto che la tecnologia ha portato nei cinque ambiti della società: produzione, finanza, servizi, trasporti e comunicazioni (Cividino 2019). L'ampio utilizzo della digitalizzazione e delle tecnologie basate su Internet sono le caratteristiche chiave dell'Industria 4.04. Nel nuovo scenario le aziende orientano sempre di più i loro investimenti verso il digitale potendo così, in primo luogo, soddisfare le nuove esigenze dei clienti attraverso nuovi prodotti e processi, e in secondo luogo, aumentare la redditività grazie all'implementazione di innovazioni di processo (Zambon 2019).

In questo macro-scenario, anche uno dei settori più tradizionali, quello bancario, non è esente dall'impatto dell'era digitale, dovendo affrontare temi destinati a cambiare la logica stessa e le relazioni su cui si fonda l'ecosistema finanziario. Il processo di digitalizzazione del settore bancario non ha una netta delimitazione

---

[1]Treccani

2Boško Mekinjić, The impact of Industry 4.0 on the transformation of the banking sector , Journal of Contemporary Economics, 2019

[3]Culot G., Nassimbeni G., Orzes G., Behind the definition of Industry 4.0: Analysis and open questions, Sartor M., International Journal of Production Economics, 2020

[4] Sudip Misra, Chandana Roy, Anandarup Mukherjee, Introduction to Industrial Internet of Things and Industry 4.0, 2021

temporale è possibile però individuare l'inizio di questo cambiamento nell'anno 2008. Infatti, dopo la crisi finanziaria le banche si sono trovate ad affrontare una serie di sfide, tra cui la necessità di ripristinare la fiducia dei clienti, migliorare l'efficienza operativa e ridurre i costi. Il connubio tra servizi finanziari e tecnologia è emerso come una risposta efficace a queste sfide, offrendo alle banche nuove opportunità per ripensare e ridisegnare il proprio modo di operare e per soddisfare le aspettative dei clienti in modo sempre più connesso e tecnologicamente avanzato[5].

Dunque, il processo di transizione tecnologica delle banche è nato in risposta al contesto ambientale che è da sempre uno dei principali fattori da cui dipende lo sviluppo digitale. Questo rapporto di causa-effetto si è rilevato veritiero anche nel 2020, anno in cui la pandemia globale COVID-19 ha messo a dura prova gli istituti finanziari, i quali hanno dovuto adattare le proprie strategie in un contesto senza precedenti[6]. La tecnologia si è dimostrata, anche in questo caso, un alleato fondamentale nel superare le sfide imposte dalla pandemia consentendo di soddisfare le nuove esigenze dei consumatori. La migrazione forzata verso i canali digitali ha infatti modificato le preferenze dei clienti, i quali sono sempre più propensi all'uso della tecnologia digitale ricercando facilità di impiego e velocità nei servizi/prodotti offerti dalle banche. Dunque, la pandemia ha dato una spinta epocale al processo di digitalizzazione delle banche, le quali si sono trovate costrette ad adeguarsi al repentino cambiamento del contesto economico/sociale, infatti, secondo uno studio condotto da Deloitte, su un campione di 318 banche in 39 paesi del mondo, il 41% ha innalzato il massimale di pagamento in modalità contactless, il 34% ha messo in atto nuovi processi interamente digitali e il 25% ha introdotto nuove modalità di prenotazione di appuntamenti presso le filiali sul territorio[7]. La pandemia da COVID-19 ha semplicemente velocizzato l'inevitabile: la completa digitalizzazione delle banche che si prospetta sarà raggiunta nell'arco

---

[5] Machkour B., Abriane A., Industry 4.0 and its Implications for the Financial Sector, 2020, ScienceDirect

[6] KPMG, Evoluzione dei modelli distributivi bancari, 2021- https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/it/pdf/2021/03/KPMG_Modelli-distributivi-bancari-post-COVID.pdf

[7] Deloitte, Digital Banking Maturity, 2020

dei prossimi cinque o sette anni[8]. Pertanto, il 2008 ha segnato solo l'inizio di un susseguirsi di innovazioni e dunque di cambiamenti che hanno dato il via al cambiamento del ruolo ed al concetto di banca.

L'evoluzione digitale porta con sé una modifica del ruolo che le banche hanno da sempre occupato nello scenario economico. Infatti, le banche da decenni sono state considerate dai governi così cruciali per il sistema economico che spesso sono intervenuti per salvare tali istituzioni in caso di crisi finanziaria, al fine di evitare una potenziale instabilità economica globale. Tuttavia, l'Industria 4.0 mette in discussione il concetto di "*too big to fail*" da sempre attribuito a talune istituzioni bancarie. Difatti, le banche che in passato si basavano esclusivamente sulla loro dimensione e stabilità a lungo termine potrebbero oggi trovarsi in difficoltà nel mantenere un successo duraturo. Nell'attuale contesto finanziario, in veloce evoluzione, le entità economiche che riusciranno a sopravvivere e prosperare saranno quelle che più velocemente saranno in grado di adattarsi e di abbracciare la digitalizzazione[9].

Il declino del concetto di "*too big to fail*" rappresenta più in generale il declino del concetto stesso di "banca tradizionale". Con l'espressione "banca tradizionale" si fa riferimento allo stereotipo consolidato che si ha del settore bancario, in base al quale le banche vengono considerate come organizzazioni fortemente burocratizzate, con processi lenti, livelli di scarsa trasparenza non sempre adeguati, e ridotti servizi ed non adeguati alle reali esigenze della domanda. Il settore bancario tradizionale può dirsi caratterizzato da una struttura consolidata e un modello di business basato principalmente sulle filiali fisiche, queste ultime rappresentano il principale punto di contatto tra le banche e i clienti. Le procedure e i processi sono basati su documenti cartacei e richiedono tempi di elaborazione lunghi. L'accesso ai servizi bancari è limitato dagli orari di apertura delle filiali e dalla loro ubicazione geografica. Inoltre, l'offerta dei servizi è standardizzata non adattandosi alle

---

[8] Trang Doan Do, Ha An Thi Pham, Eleftherios I. Thalassinos and Hoang An Le, The Impact of Digital Trnsformation on Performance: Evidence from Vietnamese Commercial Bnaks, 2021. Journal of Risk and Finance Management

[9] Erlebach J. , Pauly M. , Du Croo De Jongh L. , Strauß M., The Sun Is Setting on Traditional Banking, BCG, 2020

eterogenee esigenze dei clienti. Tuttavia, la realtà attuale ha dimostrato che questo stereotipo non corrisponde più alla natura dinamica e all'innovazione in atto nel settore, che ha condotto all'introduzione di un nuovo paradigma bancario i cui tratti distintivi verranno dettagliatamente esposti di seguito.

1.1 I tratti distintivi delle Banche nell'era digitale

Nell'arco del decennio 2010-2020 si è assistito al più grande cambiamento della storia contemporanea nel settore bancario. Questo periodo è stato caratterizzato da un'evoluzione di un nuovo paradigma finanziario, in cui la tecnologia ha svolto un ruolo centrale nel adattamento tra l'evoluzione delle esigenze di servizi bancari e la digitalizzazione dell'offerta. La clientela stessa ha svolto un ruolo fondamentale nel guidare la trasformazione digitale delle banche. I clienti di oggi, sempre più connessi e *confidence* con i dispositivi tecnologici, richiedono servizi smart, veloci e personalizzati. Ad impattare il nuovo sistema finanziario hanno contribuito fattori economici, legislativi e sociali. Di seguito verranno analizzati in dettaglio i tratti distintivi del nuovo contesto finanziario[10]:

1) Riduzione delle filiali
2) La direttiva PSD2 e l'open banking
3) *Robo-advisor*
4) *User experience*
5) Personalizzazione dei prodotti finanziari
6) Creazione di nuove figure professionali

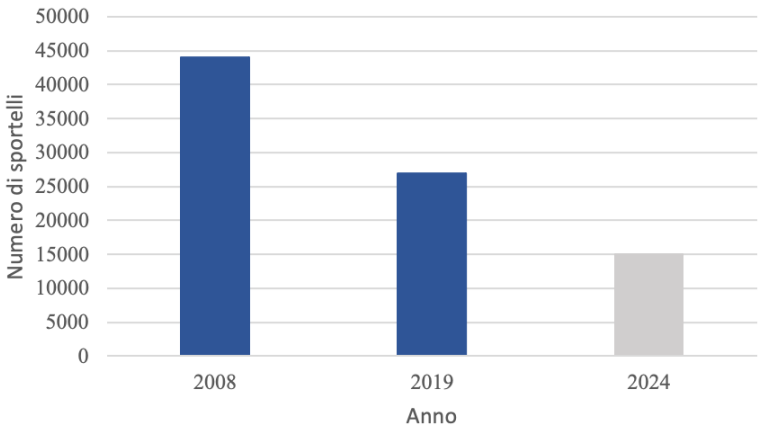
1.1.1 Riduzione delle filiali

A partire dal 2009, il sistema bancario italiano ha subito un profondo cambiamento dei modelli distributivi. Due sono le tendenze che si sono manifestate: crescita dei canali digitali e riduzione delle tradizionali filiali fisiche. Le istituzioni finanziarie hanno dunque messo in atto una strategia multicanale, che prevede la combinazione di canali digitali e fisici, la quale è diventata la norma, piuttosto che l'eccezione (Bain and Company Report, 2014).

[10] Martinetti A., Croce M., Banca 4.0 e Fintech, 2023

I dati sono chiari si sta assistendo ad una vera e propria metamorfosi, secondo Bankitalia dei 44mila sportelli attivi del 2008 dopo un decennio ne sono rimasti 27mila. Le proiezioni future, forniteci da uno studio condotto da KPMG, stimano che entro il 2024 resteranno attivi in Italia solo 15mila sportelli (vedi Fig.1).

Figura 1:Numero di sportelli in Italia



Fonte: Bankitalia e KPMG, riproduzione personale

Il declino del numero di sportelli è il risultato del manifestarsi di tre fattori. In primo luogo, nell'ultimo decennio si sta assistendo a un cambiamento delle abitudini dei consumatori e delle loro preferenze. I nativi digitali mostrano una preferenza assoluta per l'utilizzo di strumenti digitali per le loro operazioni finanziarie quotidiane. Inoltre, non sono solo i nativi digitali a frequentare raramente le banche fisiche, ma anche altre fasce d'età si sono abituate ad adottare gli strumenti digitali per soddisfare le loro esigenze finanziarie. Secondo una ricerca condotta negli Stati Uniti nel 2021 dall'Opetherium Labs, su un campione di ca. 2mila intervistati risulta che gli utenti bancari siano propensi a preferire questi nuovi canali digitali data la convenienza (ca. 24%), la fiducia (ca. 22%) e la facilità di utilizzo (ca. 19%).

Figura 2:Fattori principali che spingono gli utenti a preferire le banche digitali

Fonte: Opetherium Labs, 2021

Il secondo elemento che ha condotto alla riduzione del numero di filiali è riconducibile alla struttura dei costi. Difatti, secondo quanto indicato da Alessandro Graziani nel suo articolo pubblicato sul Il Sole 24 Ore, l'8 settembre 2019, il declino della presenza fisica degli operatori bancari è stato attribuito anche a: "*Un altro fenomeno storico imprevedibile fino a pochi anni fa: i tassi d'interesse sono crollati e con essi i ricavi da margine d'interesse del credito. Di fatto obbligando i banchieri a tagliare i costi (ovvero sportelli e personale) per accontentare gli investitori dal calo di redditività di una industria in profonda trasformazione*"[11].

Infine, ultimo tassello del puzzle che ha contributo a tale fenomeno di riduzione delle filiali fisiche è dato dalla pandemia di COVID-19. Nel periodo iniziale del 2020, caratterizzato da lockdown diffusi e prime misure di distanziamento sociale, non era ancora chiara l'entità precisa delle conseguenze della pandemia sul sistema bancario. Tuttavia, adesso disponiamo di dati precisi che evidenziano le effettive conseguenze. Alcuni dati aggiornati sulla portata del fenomeno forniti da KPMG in un report del 2021 evidenzia che: "*La migrazione forzata sui canali online connessa alle restrizioni poste a contenimento del virus ha ulteriormente ridotto la frequenza di interazione in filiale: gli sportelli bancari hanno registrato fino al 90% in meno di operatività a fronte di una crescita dell'interazione sui canali digitali*"[12]. Secondo la *World Bank* la pandemia di COVID-19 ha accelerato l'adozione di

[11] Graziani A., Banche in dieci anni tagliate 11.500 filiali. Ma JP Morgan le apre, Sole 24 ore, 2019 i
[12] KPMG, Evoluzione dei modelli distributivi bancari, 2021 - https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/it/pdf/2021/03/KPMG_Modelli-distributivi-bancari-post-COVID.pdf

servizi finanziari digitali, sia nelle economie sviluppate che in quelle in via di sviluppo.

1.1.2 La direttiva PSD2 e l'open banking

A modificare la posizione delle banche europee nell'ecosistema dei pagamenti ha contribuito la legislazione, apportando novità che mettono in discussione il monopolio detenuto dalle stesse negli ultimi anni [13]. La direttiva europea che ha stravolto lo status quo delle banche nel settore dei pagamenti prende il nome di PSD2 (Payment Service Directive) entrata in vigore il 13 gennaio 2016, con l'obbligo per tutti gli Stati membri dell'UE e i paesi dello Spazio economico europeo (SEE) di attuarla entro il 12 gennaio 2018 (Forester, Rolfe & Brown, 2017). La Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea descrive nel seguente modo gli obiettivi di tale direttiva[14]: *"È opportuno stabilire nuove regole al fine di colmare le lacune regolamentari, garantendo al contempo maggiore chiarezza giuridica e un'applicazione uniforme del quadro legislativo in tutta l'Unione. Gli operatori già attivi sul mercato e i nuovi operatori dovrebbero beneficiare di pari condizioni operative, in modo da rendere possibile una più ampia diffusione sul mercato dei nuovi mezzi di pagamento e garantire un elevato livello di protezione dei consumatori che si avvalgono di tali servizi di pagamento in tutta l'Unione. Ciò dovrebbe generare efficienze nel sistema dei pagamenti nel suo complesso e tradursi in una maggiore scelta e una maggiore trasparenza dei servizi di pagamento, rafforzando nel contempo la fiducia dei consumatori in un mercato dei pagamenti armonizzato"*

Da questa definizione si comprende come tale direttiva sia stata creata per raggiungere tre obiettivi: unificazione del quadro normativo a livello europeo, promuovere la concorrenza consentendo agli istituti di pagamento di terze parti di accedere ai conti bancari dei consumatori detenuti principalmente dagli *incumbent*

---

[13] KPMG, PSD2: a game changer?, 2018 - https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/it/pdf/2018/09/Direttiva-PSD2-a-game-changer.pdf

[14] European Central Bank, The revised Payment Services Directive (PSD2) and the transition to stronger payment, 2018- https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32015L2366

e garantire sicurezza e trasparenza verso i consumatori nell'utilizzo dei nuovi strumenti digitali[15].

La direttiva PSD2 ha introdotto tre servizi di pagamento ampliando la definizione stessa di servizi di pagamento[16]:

a) Il PIS (Payment Initation Service) autorizza la categoria dei fornitori di servizi di pagamento di terze parti (TPP) ad accedere ai conti bancari dei clienti (previo loro consenso) per iniziare i pagamenti direttamente da tali conti.
b) L'AIS (Account Information Service) consente ai TPP di accedere alle informazioni sul conto bancario di un cliente presso una banca o un istituto di credito autorizzato. Questo accesso consente ai TPP di aggregare e visualizzare le informazioni finanziarie del cliente provenienti da diversi conti bancari in un'unica interfaccia o applicazione.
c) Il CIS (Card Initiated Service) è un servizio che consente a un fornitore di servizi di pagamento di iniziare una transazione di pagamento utilizzando i dati di pagamento memorizzati su una carta di pagamento, come una carta di credito o di debito, previa autorizzazione del titolare della carta. Ciò consente al fornitore di servizi di pagamento di addebitare direttamente il pagamento sulla carta senza la necessità di ulteriori interventi da parte del titolare della carta.

Queste tre nuove iniziative introdotte dalla direttiva PSD2 hanno condotto allo sviluppo dell'Open Banking. Banca d'Italia definisce l'Open Banking come *"un'ecosistema aperto e digitale che consente, anche senza la presenza di accordi prestabiliti, lo scambio di dati e informazioni, non solo finanziarie, tra gli operatori (bancari, finanziari e non) che ne fanno parte"*.

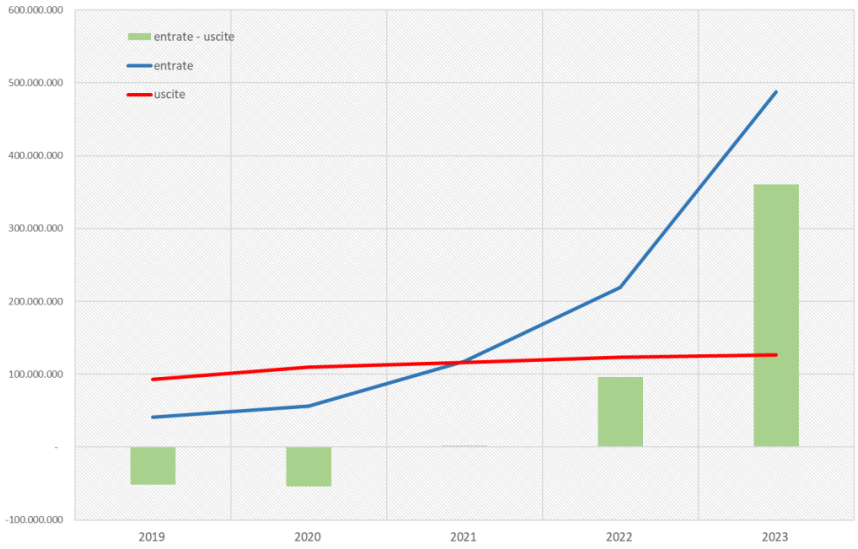
Nel nuovo paradigma, la fornitura di servizi finanziari ai clienti ha subito un importante cambiamento rispetto al passato. In precedenza, tali servizi erano integrati verticalmente nell'offerta della banca presso cui l'utente aveva aperto il proprio conto di pagamento. Questa integrazione è stata ora decentralizzata e i servizi finanziari sono offerti anche da terze parti, come le società fintech, che non

[15] Zachariadis, Open Banking as a catalyst for industry transformation: lessons learned from implementing PSD2 in Europe, 2021
[16] Banca D'Italia, PSD2 e Open Banking: nuovi modelli di business e rischi emergenti, f

necessariamente appartengono al settore bancario. Queste terze parti, grazie all'accesso a preziose informazioni, sono in grado di offrire nuovi servizi agli utenti, apportando valore aggiunto alla catena di distribuzione. Ciò consente agli utenti di accedere a una gamma più ampia di servizi finanziari, migliorando la loro esperienza bancaria e aprendo la strada a nuove opportunità di innovazione nel settore dei pagamenti[17].

Il fenomeno dell'*open banking* ha una portata rilevante, nel 2022 circa il 27% dei progetti nella prima metà del 2021, nel contesto finanziario italiano, presuppone lo sviluppo di attività che ricadono nel perimetro dell'open banking. Negli anni 2019-2020 questi progetti hanno generato un'uscita di 202 milioni e un'entrata di 97 milioni[18].

Figura 3: Flussi di cassa generati dai progetti di open banking (euro)



Fonte: Banca D'Italia, Indagine Fintech nel sistema finanziario italiano, Novembre 2021

1.1.3 Robo-advisor

Negli ultimi anni si è sviluppato il mercato dei *robo-advisor* ("consulenti robot") che offrono una consulenza finanziaria con il minimo intervento umano. È un

[17] Pellitteri R., Parrini R., Cafarotti C., De Vendictis B., L'Open Banking nel sistema dei pagamenti: evoluzione infrastrutturale, innovazione e sicurezza, prassi di vigilanza e sorveglianza, Banca d'Italia, f
[18] Banca D'Italia, Indagine Fintech nel sistema finanziario italiano, Novembre 2021, pag.33

mercato in forte sviluppo che presenta tassi annui di crescita pari al 54%[19]. Riprendendo una definizione di PwC, nel report dal titolo "Robo-advisory Human Advisory" dell'anno 2015:

"Il *robo-advisor* è *una piattaforma online che, sulla base di algoritmi di risk management e asset allocation, offre ai risparmiatori soluzioni di investimento precostituite, consigliando la costruzione di portafoglio o meno personalizzati secondo le esigenze dei risparmiatori, a fronte di una parcella definita a basso costo*"[20].

Il r*obo-advisor* funge dunque da consulente finanziario virtuale che, sfruttando la tecnologia, mira ad ottimizzare gli investimenti del cliente, prendendo in considerazione il livello di rischio e l'obiettivo di rendimento indicato dal singolo utente, al fine di gestire in modo efficiente il suo patrimonio. Contrariamente alla percezione comune, la consulenza robotica non significa necessariamente che tutte le fasi del processo siano completamente automatizzate. In effetti, il contributo consultivo del robot può essere molto vario. Una caratteristica molto comune del robo-advisory è il processo di *onboarding* di nuovi clienti e la determinazione del profilo di rischio del cliente[21]. Tuttavia, c'è sempre anche un consulente umano se il cliente sente il bisogno di qualsiasi discussione (Vanguard Advisers, Inc. 2019). Il robo-advisor dominante, quindi, si affida maggiormente a una forma ibrida di consulenza.

La nascita dei *robo-advisor* ha permesso di includere nuovi clienti che in passato erano esclusi dai canali tradizionali della consulenza finanziaria. Fino a poco tempo fa, i servizi di consulenza e gestione degli investimenti erano riservati a un pubblico ristretto di individui e famiglie con consistenti disponibilità finanziarie e venivano forniti da boutiques finanziarie o divisioni specializzate in asset management delle banche. I dati sono più che esaustivi, per usufruire di una consulenza dei tradizionali consulenti finanziari si parla nell'ordine delle centinaia di migliaia di euro, mentre

---

[19] *Il Sole 24 Ore, Robo-Advisors: La svolta democratica delle boutiques della finanza, 2022*
[20] Pwc, Robo-advisory Human Advisory, 2015 f
[21] Scholz P., Robo-advisory Investing in the Digital Age, 2020

per ottenere un supporto da parte delle nuove piattaforme digitali è sufficiente un capitale iniziale nell'ordine delle centinaia di euro. I *robo-advisor* sono in grado di raggiungere l'ampia fascia di investitori "*unserved*" grazie all'abbattimento dei costi[22]. Difatti, il vantaggio principale risiede nella loro natura a basso costo rispetto ai consulenti tradizionali. Facendo leva sull'automatizzazione e la riduzione del capitale umano, le piattaforme online possono offrire servizi finanziari a prezzi più che dimezzati. Le tariffe annuali che gli utenti devono corrispondere rispecchiano a pieno la differente struttura dei costi dei robo-advisor rispetto ai consulenti finanziari tradizionali, la maggior parte dei *robo-advisor* applica una tariffa del 0,2%-0,5% più che dimezzata rispetto alla tariffa del consulente umano che è pari all'1%-2%[23].

Altro vantaggio dei *robo-advisor* è la loro accessibilità a 360° sia in termini logistici sia in termini temporali. Difatti, gli utenti hanno possibilità di accedere alle piattaforme digitali e dunque ai supporti finanziari tutti i giorni, a tutte le ore e in qualsiasi posto si trovino a condizione che l'utente abbia una semplice connessione Internet. Le principali differenze tra i robo-advisor e le società di gestioni patrimoniale tradizionale in termini di modello di business, investitori, struttura tariffaria etc. sono riportati nella Tab.1. Nonostante le evidenti novità e migliorie apportate dai *robo-advisor* molti esperti del settore sollevano dubbi sulla possibilità dei *robo-advisor* di sostituire completamente la tradizionale consulenza finanziaria umana. A causa delle loro capacità tecnologiche ancora relativamente recenti e della minima presenza umana, i *robo-advisor* sono stati oggetto di critica per la mancanza di empatia e sofisticatezza. Sebbene siano efficaci strumenti di base per le persone con patrimoni da investire di piccole dimensioni e limitata esperienza di investimento non sono adeguati a coloro che necessitano di servizi avanzati come la pianificazione patrimoniale, la gestione fiscale complessa, l'amministrazione di fondi fiduciari e la pianificazione pensionistica. Inoltre, i servizi automatizzati sono anche poco preparati per gestire situazioni di emergenza o circostanze eccezionali. In effetti, una pubblicazione della Consob del 2019[24], basata su un'analisi

---

[22] Caratelli M., Giannotti C., Linciano N., Soccorso P., Valore della consulenza finanziaria e robo advice nella percezione degli investitori, Consob,

[23] Statista, FinTech-In-Deep Market Insights & Data Analysis, Novembre 2022

[24] *CONSOB, Valore della consulenza finanziaria e rob-advice nella percezione degli investitori, 2019*

qualitativa condotta su un focus group, afferma che: "*A livello emozionale, tuttavia, l'attrattività del servizio digitale viene indebolita da diversi fattori: la mancanza di un riferimento umano stabile nel tempo (che attualmente è rappresentato dal proprio consulente o dai funzionari della banca di cui si è clienti); la paura di dover decidere in autonomia; la preoccupazione di perdere il controllo del processo legata anche all'insicurezza dettata dalla bassa cultura finanziaria; i timori connessi alla sicurezza informatica e al trattamento dei dati sensibili*".

Tabella 1: Robo-advisor vs. gestione patrimoniale tradizionale

Parametri	Robo-advisor	Società di gestione patrimoniale tradizionali
Modello di business	Consulenza in materia di investimenti basata su algoritmi Gestione del portafoglio	Gestione individuale del portafoglio da parte di consulenti bancari, aziendali o istituzionali
Investitori mirati	Individui con patrimoni modesti, orientati alla tecnologia	Clienti con un patrimonio netto elevato e altissimo
USP	Gestione delle finanze personali facile e conveniente Strategie di investimento approvate Approccio passivo all'investimento Ribilanciamento automatico	Alto livello di servizio Massime capacità di investimento Approccio individuale Strategie di investimento su misura per l'allocazione a lungo e breve termine
Struttura tariffaria	Commissione fino allo 0,5% sul patrimonio gestito Gestione gratuita di conti "principianti" con saldo basso Nessuna commissione specifica per transazione	Commissione fino al 2% sul patrimonio gestito Prezzi individuali Potrebbero essere applicati livelli minimi di investimento iniziale Potenziali commissioni aggiuntive per transazione
Procedura	Profilazione del rischio online Creazione di un portafoglio personalizzato basato sulla tolleranza al rischio Regolazione basata su algoritmi Ribilanciamento automatico	Dialogo individuale con il consulente Strategie di investimento su misura Obiettivo di asset allocation Gestione patrimoniale e intermediazione Revisioni periodiche delle prestazioni
Veicoli di investimento	Fondi indicizzati azionari e obbligazionari a basso costo, solitamente ETF	Tipi di veicoli classici (azioni, obbligazioni, ETF, fondi comuni di investimento) Prodotti strutturati Investimenti alternativi

Fonte: Statista, FinTech-In-Deep Market Insights & Data Analysis, Novembre 2022

1.1.4 User experience

Per molto tempo le banche ritenevano che l'investimento nella *customer experience* compromettesse l'efficienza, ovvero che impattassero negativamente sui costi aziendali. Si è assistito nell'ultimo decennio ad un'inversione di marcia, le banche sono passate da una strategia *product-center* a una *customer-center*. Questo cambio di rotta è dovuto alla comprensione che un miglioramento della *customer experience* non richiede un compromesso con le prestazioni finanziarie, anzi risulta per alcune banche motore primario della loro performance[25]. Un'azienda adotta una strategia *customer-centricity* se considera gli interessi e le esigenze dei propri clienti come il fulcro di tutte le azioni che intraprende (Shah, 2006).

Una ricerca condotta dalla società di consulenza McKinsey evidenzia che le banche leader nella soddisfazione del cliente hanno migliori metriche finanziarie come il

[25] McKinsey, Making customer experience transformations pay off in banking, 2023

rendimento totale per gli azionisti, l'aumento della crescita e la riduzione dei costi. Dunque, la soddisfazione del cliente è ormai fulcro della strategia di una banca, basti sapere che i clienti soddisfatti hanno sei volte più probabilità di rimanere fedeli con una banca, rispetto a quelli insoddisfatti[26].

In questo macro-scenario le banche si stanno ormai orientando ad offrire una *user-experience* veloce e semplice ai propri clienti, abbandonando i vecchi modelli di banca tradizionale caratterizzati da procedure lente e burocratiche. Riconoscendo l'importanza di soddisfare le aspettative dei clienti moderni, le banche stanno investendo nell'adozione di soluzioni digitali innovative. Attraverso l'uso di app mobili e servizi online, le banche offrono ai clienti la possibilità di gestire i propri conti, effettuare pagamenti, trasferire fondi e monitorare le transazioni in modo rapido ed efficiente, la semplificazione dei processi e l'automazione delle operazioni consentono di ridurre il tempo di attesa e le complessità burocratiche che caratterizzavano le tradizionali transazioni bancarie. L'obiettivo è offrire un'esperienza fluida e piacevole che renda il processo bancario semplice e accessibile a tutti. La digitalizzazione dei servizi bancari ha anche contribuito a ridurre la burocrazia e a semplificare i procedimenti. La possibilità di inviare documenti in formato digitale, la firma elettronica e la gestione online dei contratti consentono di evitare la necessità di recarsi fisicamente in filiale e di affrontare lunghe code e pratiche burocratiche.

Questa trasformazione consente ai clienti di godere di un'esperienza bancaria senza complicazioni e di aver un maggiore controllo sulle proprie finanze, ridefinendo così il concetto stesso di banca tradizionale.

1.1.5 Personalizzazione dei prodotti finanziari

La personalizzazione dei prodotti/servizi finanziari è diventato un elemento cruciale al fine di poter ottenere un vantaggio competitivo nel mercato bancario; infatti, da quanto riportato in un articolo della Stampa del 2023, l'88% dei clienti delle banche italiane vuole un servizio personalizzato e di qualità[27]. L'obiettivo è offrire

[26] McKinsey, Five ways to drive experience-led growth in banking, 2023

[27] *La Stampa, Banche, Bain: clienti più digitali e multi-bancarizzati, cambiare modello di interazione, 2023*

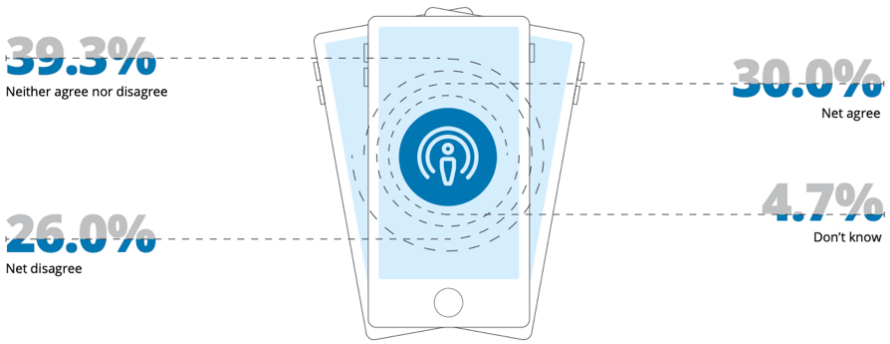
un'offerta altamente personalizzata che si basa sull'utilizzo efficace della tecnologia e sulla digitalizzazione dei canali di interazione. La tecnologia e la digitalizzazione consentono di sfruttare appieno i dati e le analisi raccolte attraverso diversi punti di contatto con i clienti. Questo approccio consente di avviare un ciclo virtuoso che inizia con la definizione del profilo del cliente e della sua affidabilità, passa attraverso l'offerta di un servizio coerente con le sue esigenze e si conclude con il rafforzamento della relazione.

Si sta assistendo anche sotto questo profilo una metamorfosi delle banche. In passato il successo delle banche si basava sulla competenza in un numero limitato di capacità, come l'allocazione del credito, la gestione del capitale e le operazioni. Non vi era differenziazione nelle offerte delle diverse banche e una limitata conoscenza delle esigenze dei clienti. Ad oggi, si ritiene invece che le banche debbano assumere sempre più un approccio simile alle imprese, ovvero dovranno sviluppare una migliore comprensione dei propri clienti e acquisire competenze di marketing e branding che permetteranno di creare un legame emotivo con gli stessi. Queste competenze sono comuni in altri settori, come il consumo di massa e il commercio al dettaglio[28].

La nuova tendenza alla personalizzazione dei prodotti/servizi finanziari è un processo lento e non stupisce infatti che solo un terzo dei clienti bancari (attraverso intervista condotta dalla società di consulenza Deloitte) si ritengono soddisfatti della personalizzazione dei prodotti/servizi offerti dalla propria banca di appartenenza.

[28] Deloitte, The future of retail banking: The hyper-personalization imperative, 2020 f

Figura 4: Percezione dei clienti bancari sulla personalizzazione dei servizi/prodotti bancari



Fonte: Deloitte, The future of retail banking: The hyper-personalization imperative, 2020

1.1.6 Creazione di nuove figure professionali

La tecnologia ha ribaltato il modello di business delle banche commerciali tradizionali. ATM, home e mobile banking stanno portando alla chiusura di molte filiali con conseguenti riduzioni di personale. Tuttavia, questo scenario non ha portato alla sostituzione completa del personale, ma piuttosto una riconfigurazione dei ruoli. Difatti, ai restanti dipendenti è richiesto di possedere contemporaneamente competenze tecnologiche, capacità di interazione con i clienti (sia in presenza che da remoto) e capacità di fornire consulenza e vendita di prodotti e servizi (non solo bancari). Il tradizionale impiegato di filiale viene sostituito da una sorta di consulente del servizio universale[29].

Josh Bottomley, Global Head di Digital, Retail Banking & Wealth Management di Hsbc afferma:

"A oggi, non conosciamo molti dei ruoli e dei job title del futuro però, una cosa è certa: l'intelligenza artificiale non sostituirà quella umana. A fare la differenza tra una customer experience buona e una di alto livello sarà l'unione tra le migliori tecnologie e l'apporto umano"

Sono stati individuati dal gruppo bancario Hsbc ed illustrati in un report dal titolo "Human Advantage: The Power of People" le sei figure professionali del futuro

[29] Magnani M., Making the global economy work for everyone, 2020

richieste nel settore bancario. Queste figure specializzate si concentrano su compiti che richiedono un'intuizione umana, creatività e una comprensione approfondita dei bisogni dei clienti. In questo nuovo campo da gioco, le nuove figure professionali agiscono come "nuovi giocatori", apportando competenze uniche e innovative che possono andare oltre la semplice esecuzione di compiti operativi. Tale clasterizzazione è il risultato di un'analisi delle sfide che il settore bancario si troverà ad affrontare nei prossimi anni e ognuna di queste è stata poi tradotta da Hsbc in un nuovo ruolo nel settore bancario. Di seguito verranno illustrate le diverse figure e le loro competenze specifiche[30].

a) *Mixed Reality Experience Designer*. L'avanzamento della realtà mista e/o aumentata (MR/AR) che combina elementi digitali con l'ambiente reale per arricchire e migliorare l'esperienza degli utenti, sovrapponendo informazioni virtuali al contesto fisico circostante, costituirà un nuovo importante settore occupazionale per il futuro. Il Mixed Reality Experience Designer nel settore bancario dovrà possedere competenze approfondite nella progettazione dell'interfaccia utente, nella visualizzazione dei dati, nella grafica 3D e nella comprensione delle esigenze dei clienti nel contesto finanziario. Questa figura professionale dovrà essere in grado di tradurre concetti finanziari complessi in esperienze intuitive e coinvolgenti, facilitando la comprensione e l'interazione dei clienti con i servizi e i prodotti bancari.
b) *Algorithm Mechanic*. Tale figura professionale è nata in risposta alla crescente quantità di dati disponibili nel settore finanziario e alla necessità di elaborare rapidamente e accuratamente queste informazioni per ottenere vantaggi competitivi. La complessità dei mercati finanziari e la velocità delle transazioni richiedono algoritmi avanzati che possano elaborare grandi quantità i dati in modo efficiente e fornire risultati affidabili. Questa figura, dunque, è stata introdotta per colmare il divario tra il mondo della finanza e quello dell'informatica. Gli Algorithm Mechanic possiedono una solida comprensione dei mercati finanziari, dei prodotti finanziari e delle strategie di investimento. Sono in grado di creare algoritmi personalizzati che si adattano alle specifiche esigenze del settore

[30] Hsbc, Human Advantage: The Power of People, 2018

finanziario e che supportano la gestione del rischio, l'ottimizzazione del portafoglio, l'analisi dei dati storici e le previsioni future.

c) *Digital Process Engineer*. La figura del Digital Process Engineer è un professionista specializzato nello sviluppo e nell'ottimizzazione dei processi digitali all'interno delle istituzioni finanziarie. Questo ruolo è nato in risposta alla crescente digitalizzazione del settore bancario e alla necessità di implementare soluzioni tecnologiche avanzate per migliorare l'efficienza operativa, ridurre i costi e offrire un'esperienza migliore ai clienti. Il Digital Process Engineer è responsabile di identificare i processi che possono essere automatizzati o migliorati attraverso l'utilizzo di tecnologie digitali. Le competenze richieste per un Digital Process Engineer nel settore bancario includono una solida conoscenza delle tecnologie digitali e della trasformazione digitale, la capacità di analizzare e comprendere i processi aziendali complessi, abilità di programmazione e automazione dei processi, oltre a competenze di gestione del processo.

d) *Conversational Interface Designer*. La crescente domanda di soluzioni di assistenza virtuale e interazioni con i clienti attraverso chatbot e assistenti virtuali ha condotto alla nascita del *Concersational Interface Designer*. Tale figura professionale è specializzata nella progettazione e nello sviluppo di interfacce di conversazione per sistemi di intelligenza artificiale (AI) e chatbot utilizzati nelle interazioni con i clienti nel settore bancario. Il *Conversational Interface Designer* è responsabile di progettare e creare interfacce di conversazione intuitive, efficaci e coinvolgenti. Questo ruolo richiede una conoscenza approfondita del linguaggio naturale e delle tecnologie di intelligenza artificiale, oltre a competenze nel design dell'interfaccia utente e nella *user experience*. Questa figura è nata per sfruttare il potenziale delle interfacce di conversazione nel settore bancario, consentendo alle banche di fornire assistenza immediata e personalizzata ai clienti, migliorare l'efficienza operativa e ridurre i costi.

e) *Universal Service Advisor*. L'Universal Service Advisor è un professionista specializzato nell'offrire un servizio di consulenza e assistenza integrato a clienti di

diversi settori e con diverse esigenze finanziarie. Questa figura è emersa in risposta alla necessità di fornire un approccio olistico e personalizzato ai servizi finanziari, offrendo un punto di contatto unico per i clienti che cercano assistenza su una vasta gamma di prodotti e servizi bancari. L'Universal Service Advisor è in grado di comprendere le esigenze finanziarie dei clienti, consigliare le soluzioni più adeguate e facilitare l'accesso ai servizi richiesti. Dunque, tale professionista semplifica e migliora l'esperienza dei clienti. Difatti, in passato i clienti dovevano spesso interagire con diversi consulenti specializzati per ottenere assistenza su diverse aree finanziarie, ad oggi l'Universal Service Advisor rappresenta un punto di contatto centrale che può fornire consulenza e assistenza su più servizi finanziari, offrendo un'esperienza più efficiente e conveniente per i clienti.

f) *Partnership Gateway Enabler*. Tale figura è emersa in conseguenza alla crescente necessità delle banche di collaborare con terze parti al fine di offrire servizi innovativi, migliorare l'esperienza del cliente mantenere la competitività nel mercato finanziario. Il P*artnership Gateway Enabler* è responsabile di identificare opportunità di partnership, valutare i potenziali partner, gestire le negoziazioni e sviluppare accordi di collaborazione vantaggiosi per entrambe le parti. Questo ruolo richiede una solida conoscenza del settore bancario, delle tendenze tecnologiche e delle potenzialità offerte dalle collaborazioni con altre organizzazioni. Il *Partnership Gateway Enabler* svolge un ruolo chiave nell'agevolare le collaborazioni, facilitare lo scambio di conoscenze e competenze e consentire alle banche di adattarsi alle evoluzioni del mercato finanziario in modo più rapido ed efficace.

CAPITOLO 2: La trasformazione del panorama competitivo: la nascita delle FinTech

2.1. Definizione e fattori chiave per lo sviluppo delle FinTech

L'avvento dell'era digitale ha segnato un punto di svolta nel settore bancario, influenzando profondamente le dinamiche competitive. L'innovazione tecnologica ha infatti eroso i confini tra prodotti e servizi finanziari e i soggetti autorizzati a fornirli o che li forniscono effettivamente (EBA 2017). In questo contesto, le banche tradizionali, che da sempre hanno goduto di un'egemonia nel settore finanziario, devono fronteggiare la nuova realtà, un mercato frammentato, caratterizzato dall'ingresso di nuovi *player*. Si individuano due nuovi macro-attori quali BigTech[31] e FinTech. Verrà di seguito analizzata quest'ultima categoria di nuovi entranti.

L'etimologia della parola FinTech deriva da "Fin" che indica il dominio finanziario e "Tech" il dominio tecnologico. Tale termine è traducibile nella formulazione generica "tecnologia applicata alla finanza".

Rispecchiando la fulminea ascesa delle FinTech nel settore finanziario globale, anche l'attenzione della ricerca su tali *player* sta crescendo a un ritmo esponenziale (Jinasena, 2020). Ciò è evidenziato dai numerosi studi sull'argomento pubblicati negli ultimi anni in una varietà di campi, inclusi i sistemi informativi (ad esempio, Gomber, 2018), la finanza (ad esempio, Knight & Wojcik, 2020) e la filosofia (ad esempio, Coeckelbergh, 2018). Il corpus dei lavori sull'argomento è pieno di controversie con una mancanza di consenso anche su questioni fondamentali come la definizione del termine (Schueffel, 2016). Infatti, ad oggi non esiste una definizione univoca di FinTech ma la più diffusa è quella introdotta dal Financial Stability Board che definisce il FinTech come lo sviluppo di nuove tecnologie

[31] Le BigTech sono società che si sono allontanate dal loro core business per sviluppare servizi e prodotti finanziari (Zetzsche 2017). Tali società sono meglio conosciute con differenti acronimi in base alla loro origine, si possono distinguere le BigTech statunitensi GAFA (Google, Apple, Facebook e Amazon) e le cinesi BAT (Baidu, Alibaba e Tencent). Le caratteristiche distintive delle BigTech sono: disposizione di un'ampia gamma di dati ottenuti dal loro core business, possesso di ingenti risorse finanziarie, possesso di tecnologie più avanzate e una forte *brand reputation* che trasmette fiducia ai propri consumatori.

digitali applicate in ambito finanziario, che possono tradursi in nuovi modelli di business, applicazioni e prodotti con un effetto determinante sui mercati finanziari, sulle istituzioni o sull'offerta di servizi finanziari. Secondo tale definizione le FinTech non rappresentano una nuova industria bensì una nuova componete del preesistente settore finanziario, che mette in discussione le logiche di business da sempre adottate dagli incumbent (intermediari finanziari assoggettati a regole di vigilanza) [32].

In particolare, le FinTech hanno portato innovazione nel panorama finanziario tra cui[33]:

- Aumento delle tipologie di servizi offerti ed una maggiore facilità di accesso al credito
- Apertura a nuovi soggetti finanziatori riducendo la dipendenza del credito dal sistema bancario
- Rapidità nella raccolta ed elaborazioni dati
- Nuovi modelli di valutazione delle richieste di finanziamento, del merito di credito
- Automatizzazione dei pagamenti
- Riduzione dei costi dei prodotti/servizi finanziari (grazie alla riduzione di sportelli, risorse umane)

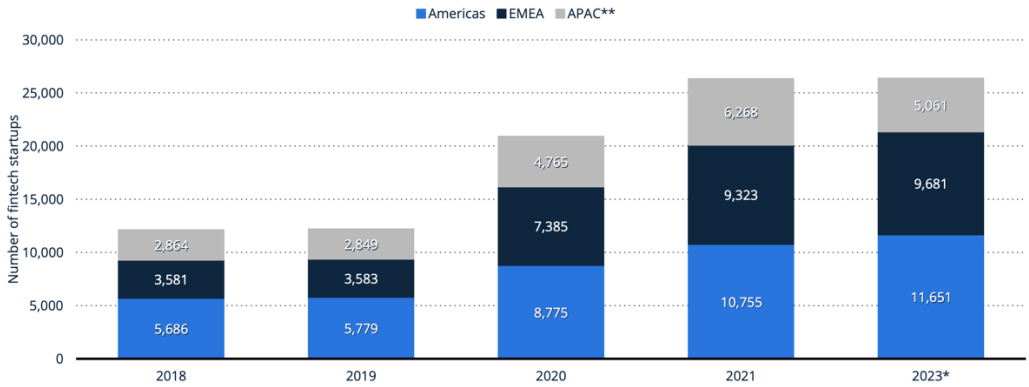
La nascita delle FinTech è avvenuta in contemporanea con la crisi finanziaria del 2008. Difatti, la rabbia del pubblico nei confronti del sistema bancario, le severe normative imposte sui prestiti nel periodo post-crisi hanno creato un ambiente favorevole all'ingresso delle FinTech[34]. Se da un lato il contesto di crisi finanziaria ha agevolato la nascita delle FinTech, dall'altro la pandemia COVID-19 ha dettato una crescita senza precedenti del numero di tali *player*. Il contesto pandemico ha infatti accentuato l'adozione di servizi digitali e ha apportato cambiamenti radicali a molti aspetti della vita quotidiana, incluso il modo in cui le persone gestiscono le proprie finanze. La domanda di soluzioni digitali era già in aumento nell'ultimo decennio, ma nel 2020 e nel 2021 è salita alle stelle. I consumatori di oggi si

[32] Financial Stability Board, Financial Stability Implications from FinTech, 2017
[33] Associazione italiana per il Factoring, Evoluzione e prospettive del factoring nell'era del FinTech, 2019
[34] Statista, FinTech-In-depth Market Insight & Data Analysis, 2022

aspettano l'accesso a soluzioni finanziarie digitali sempre più veloci, convenienti e sicure, guidando sempre di più gli stessi ad optare per le soluzioni innovative offerte dalle FinTech[35].

Di seguito è riportato un grafico esplicativo di quella che è stata la forte crescita del numero di FinTech nate durante il periodo 2018-2023 a livello globale. Si può notare come tali attori siano principalmente concentrati nelle Americhe contando a maggio 2023 ben 11.651 start-up FinTech, seguite dall'EMEA (Europa, Medio Oriente e Africa) con 9.681 start-up e in fine l'Asia-Pacifico che ne presenta 5.061.

Figura 5: Numero di start-up Fintech a livello globale dal 2018 al 2023, per regione



Fonte: Statista, FinTech, 2023

Secondo quanto riportato nel paper dal titolo "*A review of literature directions regarding the impact of FinTech firms on the banking industry*", del 2021, l'emergere e la crescita delle FinTech negli ultimi anni sembrano essere attribuibili a quattro fattori principali; il cambiamento delle esigenze e delle aspettative dei clienti; i progressi tecnologici; la riduzione delle barriere all'ingresso e l'aumento degli investimenti in FinTech. Di seguito verranno esposti ed analizzati singolarmente.

a) *Cambiamento delle esigenze e delle aspettative dei clienti.* L'introduzione di nuove tecnologie ha modificato radicalmente le aspettative e le abitudini dei consumatori

[35] Statista, FinTech Trans 2022- A Statista Dossierplus on the evolving landscape of financial technology, 2022

circa i servizi/prodotti forniti dal sistema bancario. Le aziende FinTech attraverso i loro modelli di business agili e innovativi hanno saputo adattarsi meglio agli emergenti bisogni della clientela, rispetto alle tradizionali istituzioni bancarie, che presentano invece modelli di business più rigidi. Le FinTech sono state in grado di offrire servizi che le istituzioni finanziarie tradizionali erano solite fare in modo meno efficiente e ampliare il bacino di utenti permettendo l'inclusione finanziaria (Anagnostopoulos, 2018). La combinazione tra una struttura di costi efficiente, un'offerta del tutto innovativa, riduzione dei tempi e canali facili ed intuitivi (piattaforme online) ha reso possibile la forte crescita delle FinTech nel corso di questi anni.

b) *Progressi tecnologici.* Il rapido sviluppo di hardware, software e la crescente convergenza di informazioni negli ultimi due decenni è stato cruciale per l'emergere delle FinTech (Dapp, 2014; Romanova e Kudinska, 2016; Consumers International, 2017). Gli stessi telefoni cellulari sono stati un'importante rivoluzione tecnologica che ha alimentato l'ascesa delle FinTech. L'intero settore della telefonia si è trasformato da un semplice settore delle chiamate a un settore degli smatphone con l'accento su app e dati. L'industria FinTech ha sfruttato al massimo le potenzialità del nuovo mercato e in anticipo sui tempi[36].

c) *Riduzione delle barriere all'ingresso.* Uno dei fattori principali che ha permesso alle aziende FinTech di entrare nei servizi finanziari è la regolamentazione sostanzialmente inferiore per i servizi finanziari forniti da soggetti non bancari (Romanova e Kudinska, 2016; Navaretti, 2017; Thakor, 2020). Le banche sono state impegnate a rispettare le normative, mentre le società fintech stavano espandendo le loro attività utilizzando la tecnologia per fornire servizi finanziari ai clienti in maniera innovativa a basso costo (Romanova e Kudinska, 2016; Navaretti, 2017). I requisiti normativi relativamente leggeri hanno consentito alle imprese FinTech di adattarsi con più semplicità e velocità al cambiamento dell'ambiente commerciale e tecnologico rispetto alle banche.

[36] Devie M., The Financial Services Guide to Fintech: Driving Banking Innovation Through Effective Partnerships, 2020

d) *Aumento degli investimenti in FinTech.* Le FinTech basano parte del loro vantaggio competitivo sulle innovazioni tecnologiche, dunque, risulta necessario che dispongano di ingenti risorse finanziarie per effettuare investimenti tecnologici. Tuttavia, in quanto start-up, presentano una struttura finanziaria non sufficiente a sostenere tali investimenti. Pertanto, risulta fondamentale per le FinTech la presenza di attori disposti ad investire in queste realtà emergenti. Di fatti, quello che ha permesso la loro evoluzione in questi anni è stato l'aumento degli investimenti in tale settore da parte dagli istituti finanziari e delle aziende tecnologiche, che sono aumentati a seguito della crisi del 2008 (KPMG, 2020). Secondo una ricerca effettuata dalla società di consulenza KPMG, i finanziamenti per gli sviluppi FinTech in America nell'anno 2014 erano pari a 51,2 miliardi, nel 2019 l'importo totale ammonta a 135,7 miliardi. Insomma, un tasso di crescita degli investimenti, in soli cinque anni, superiore al 50%.

2.2 Il ruolo cruciale delle piattaforme digitali nell'ecosistema FinTech

Lo stravolgimento che le FinTech hanno portato nel mondo dei servizi finanziari è stato possibile grazie alle piattaforme digitali. Dhar V. e Sundararajan A. definiscono come segue il concetto di piattaforma:

"facilitates exchange between two or more interdependent groups, usually consumers and producers, using a combination of channels access, functionality embedded in an IT system, and associated key business processes (sometimes augmented with physical assets)."[37]

Dunque, da tale definizione si comprende che le piattaforme sono infrastrutture digitali che permettono a diversi utenti di essere connessi costantemente attraverso interfacce semplificate ed integrate. La connessione che si crea tra diversi utenti con diversi bisogni fa si che siano svolte diverse attività come scambio di beni/servizi in un mercato virtuale (c.d. marketplace).

[37] Dhar V.; Sundararajan A., Information Technologies in Business, A Blueprint for Education and Research, Information System Research, 2007

Mark Bonchek e Sangeet Paul Choudary descrivono tre elementi fondamentali che un'azienda deve possedere per essere una piattaforma. In primo luogo, una piattaforma deve attrarre i fornitori giusti, ovvero coloro che offrono i prodotti/servizi più desiderabili, e allo stesso tempo deve attrarre i consumatori giusti, ovvero quelli con cui i fornitori sono disposti a fare affari. Infine, una piattaforma deve consentire ai fornitori facilità nell'ingresso (e nell'uscita) dalla piattaforma e nell'interfacciarsi con i consumatori.

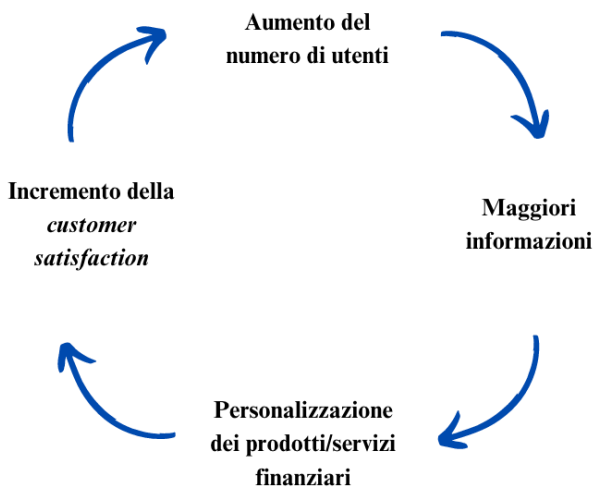
I nuovi modelli di business "*platform-based*" adottati dalle FinTech generano enormi vantaggi sia per gli utenti sia per le FinTech stesse. Gli utenti traggono beneficio dalle piattaforme FinTech da un punto di vista economico in quanto si ha una riduzione dei costi di transazione. Ciò significa che i costi legati alla ricerca di controparti, alla negoziazione dei contratti e all'esecuzione delle transazioni sono notevolmente ridotti, soprattutto quando il tutto avviene in maniera automatizzata. In aggiunta gli utenti delle piattaforme FinTech possono beneficiare degli "effetti rete", noti anche come "*network effects*". Si ha un *network effects* quando il valore di un prodotto o servizio aumenta all'aumentare del numero di utenti che utilizzano la piattaforma (Parente, Geleilate e Rong, 2018). In generale, si ritiene che gli effetti rete siano proporzionali al quadrato del numero di utenti di una specifica rete, secondo la cosiddetta "legge di Metcalfe".

Dal lato delle FinTech esse traggono vantaggio da un modello di business *platform-based* grazie alla posizione che occupano. Le FinTech si collocano tra le due parti del mercato permettendo loro di poter accedere e controllare i dati relativi alle attività degli utenti senza affrontare il problema delle asimmetrie informative[38] che da sempre hanno caratterizzato il modello delle banche tradizionali. Questo modello di business permette ai *player* digitali di abbattere i costi di acquisizione delle informazioni. I vantaggi informativi ottenuti attraverso lo sfruttamento delle

[38] Condizione che si verifica nel mercato quando uno o più operatori dispongono di informazioni più precise di altri. In generale, interferisce con il buon funzionamento (efficienza economica; mercato, fallimenti del) dei mercati, portando a situazioni di sotto utilizzazione delle risorse disponibili. L'asimmetria informativa, infatti, può indurre l'operatore meglio informato a comportamenti opportunistici (azzardo morale): per es. un'impresa finanziata da terzi potrebbe assumersi rischi eccessivi, un assicurato potrebbe non tutelare le sue proprietà con la dovuta cura, un lavoratore difficilmente licenziabile potrebbe sottrarsi al proprio impegno. Questi comportamenti portano, rispettivamente, al razionamento del credito da parte delle banche, all'impossibilità di ottenere copertura assicurativa completa a prezzi equi e una minore occupazione. (Treccani)

economie di scala e di scopo non solo possono essere monetizzati direttamente ma diventano una risorsa cruciale per migliorare l'efficienza dei servizi offerti. Infatti, la *customer satisfaction* risulta fondamentale per la crescita e il successo delle piattaforme digitali, è un circolo virtuoso: un numero ampio di utenti permette alle FinTech di raccogliere un'ampia gamma di dati, questo a sua volta permetterà una personalizzazione dei prodotti/servizi al fine di migliorare la *customer experience* che determinerà a sua volta un incremento del numero di utenti e così via. Tuttavia, tali benefici possono considerarsi tali soltanto nel caso in cui i servizi della piattaforma vengano utilizzati da parte di un numero di utenti pari alla massa critica (Evans e Schmlensee, 2010).

Figura 6: Circolo virtuoso delle piattaforme digitali



Fonte: Riproduzione personale

2.3 Ambiti di attività

Le caratteristiche generali delineate nel paragrafo 2.2 attinenti al modello *platform-based* adottato dalle FinTech accomunano in modo trasversale tutti i tipi di piattaforme presenti oggi, nonostante le peculiarità che caratterizzano ogni singola piattaforma. Il successo crescente delle FinTech si basa sulla possibilità che questi *player* operino liberamente come "over-the-top" (OTT). Con l'entrata in vigore della direttiva PSD2 (vedi cap.1, § 1.2.2), infatti, i cosiddetti "third party provider"

autorizzati, possono accedere anche alle infrastrutture bancarie che contengono dati relativi ai clienti, al fine di sviluppare applicazioni tecnologiche finanziarie indipendenti. Sfruttando i vantaggi dei risparmi di spesa derivanti da questa opportunità, i gestori delle piattaforme FinTech possono concentrarsi sulla creazione di interfacce che consentano a entità operanti su entrambi i lati del mercato di accedere in tempo reale a una varietà di servizi. Basandosi su queste linee guida, si sviluppano servizi tecnologico-finanziari che non solo sono estremamente diversificati, ma anche caratterizzati da molteplici interconnessioni e influenze reciproche. Questi differenti tipologie sono individuate e clusterizzate da IOSCO (International Organization of Securities Comission)[39]. Tale organizzazione individua otto ambiti di attività FinTech:

- Pagamenti;
- Lending/Crowdfunding;
- Trading & Investments;
- InsurTech[40];
- Planning;
- Blockchain[41];
- Data & Analytics;
- Security

Di seguito verranno analizzati singolarmente i primi tre ambiti in quanto strettamente inerenti al settore bancario: Lending/Crowdfunding; Pagamenti; e Servizi di investimento.

---

[39] IOSCO, IOSCO Research Report on Financial Technologies (Fintech), 2017 f

[40] InsurTech, è l'utilizzo della tecnologia nel settore assicurativo ottenendo un miglioramento nel raggruppamento dei rischi e la gestione dei sinistri.

[41] Blockchain, letteralmente "catena di blocchi", è un paradigma tecnologico che permette di sviluppare applicazioni basate su un sistema decentralizzato di condivisione e validazione delle informazioni delle numerose applicazioni. (…) Il nome deriva dalla sua natura distributiva: ogni nodo del network svolge un ruolo nella verifica delle informazioni, inviandole al successivo e fissando le informazioni e transazioni su cui tutti i nodi concordano in una catena composta da blocchi, blockchain appunto, condivisa e immutabile.

2.3.1 Lending/Crowdfunding

Nel cluster delineato da IOSCO, il Lending/Crowdfunding fa riferimento alle FinTech che operano attraverso piattaforme digitali nel settore del credito. In tale contesto le interfacce che vengono utilizzate dai nuovi player digitali prendo in nome generico di *lending marketplace* o *market lending*. La piattaforma di *market lending* agisce come un intermediario che agevola il collegamento tra due utenti con interessi finanziari contrapposti: il *borrower*, colui che ha un deficit finanziario, e *il lender*, colui che è in una posizione di surplus finanziario. Il *market lending* funge da mercato multilaterale istantaneo e sempre disponibile. Differenti sono i modelli di *market lending* nati nel corso degli anni, alcune piattaforme fungono da meri intermediari tra le due parti (lender e borrower) fornendo uno strumento, ovvero l'interfaccia digitale, per permettere il loro incontro in maniera facile e veloce; altri modelli invece prevedono una presenza meno trasparente dei gestori della piattaforma, i quali non si limitano ad offrire uno strumento di incontro bensì svolgono altri servizi utili alla loro contrattazione (Davis, 2016). In base a quanto esposto possono distinguersi due tipologie di *market lending*: il modello attivo (c.d. *active lending marketplace*) e il modello passivo (c.d. *passive lending marketplace*). Il primo, il modello attivo, prevede totale autonomia degli utenti della piattaforma, i quali liberamente e sulla base delle informazioni presenti sul mercato virtuale prenderanno le loro decisioni di finanziamento. Il secondo modello, quello passivo, prevede invece che sia il gestore della piattaforma ad effettuare l'incontro tra le parti in base alle esigenze dei singoli, in termini di rischio e durata dell'investimento.

Il concetto di market lending non è nuovo, in realtà può essere considerato un'evoluzione dell'attività del *peer-to-peer* (P2P). In via letteraria il termine *peer-to-peer* si traduce "da punto a punto". Si tratta di una rete virtuale composta da "punti" definiti paritari in quanto ogni punto, ovvero utente, può assumere una duplice posizione, sia quella di *lender* sia quella di *borrower*. La sostituzione del P2P con quello che viene definito *market lending* è dovuta all'ingresso di investitori professionali all'interno di tali piattaforme tecnologiche-finanziarie. La presenza di investitori professionali favorisce lo sviluppo delle FinTech, grazie alla maggiore

trasparenza ed efficienza. Per definizione però tali figure possono fungere solo da *lender* facendo declinare il principio di base del P2P dei nodi paritari. Per tale motivo ci si focalizzerà sul concetto di *market lender* trascurando l'ormai superato concetto di P2P[42].

La natura digitale delle operazioni nei *market lending* fa si che si abbia una drastica riduzione dei costi in diversi modi. In primo luogo, la piattaforma digitale come strumento per far incontrare *lender* e *borrower* permette di eliminare gli spazi commerciali fisici (es. filiali). Questa assenza di asset fisici fa si che le barriere all'ingresso siano più basse, facendo si che i nuovi entranti necessitano di pochi investimenti nelle strutture. Si ha inoltre una riduzione dei costi operativi fissi rispetto alle banche tradizionali. Oltre al loro costo operativo fisso inferiore, le piattaforme digitali godono anche di un costo marginale vicino allo zero. Questi *player* digitali dato il loro costo marginale inferiore possono offrire prestiti più piccoli rispetto agli istituti di credito tradizionali, poiché il costo medio di elaborazione per prestito diminuisce rapidamente con il volume di raccolta più elevato[43].

La riduzione della struttura dei costi caratterizza dunque il *market lending*, permettendo un aumento dell'inclusione finanziaria. Difatti, le FinTech hanno sfruttato una parte di mercato da sempre trascurata dai circuiti bancari tradizionali, come il finanziamento alle PMI (Piccola e media impresa). Difatti, un grande problema riscontrato nel sistema bancario tradizionale è la difficoltà di prestito alle PMI a causa dell'opacità informativa. Le PMI, a differenza delle aziende più grandi, non dispongono di informazioni trasparenti e disponibili al pubblico al fine di poter essere analizzate dai prestatori. Un altro grave problema strutturale è che i prestiti alle PMI sono meno redditizi per le banche rispetto a molti altri settori di attività. Inoltre, il prestito alle PMI è più rischioso, in quanto sono aziende più sensibili alle oscillazioni dell'economia, hanno tassi di fallimento elevati e generalmente hanno meno risorse da utilizzare come garanzia per i prestiti. Gli ostacoli principali sono

---

[42] Lenoci F., Macchiavello E., Mattasoglio F., Panisi F., Marketplace lending, CONSOB, 2019

[43] J. Christina Wang, Technology, the Nature of Information, and FinTech Marketplace Lending, Federal Reserve Bank of Boston, 2018

le difficoltà e i costi dei metodi tradizionali di sottoscrizione di prestiti per le piccole imprese poiché il mercato secondario per le PMI non è robusto; questo perché i prestiti alle PMI non sono facili da standardizzare.

In questo contesto dove le PMI hanno manifestato la necessità di trovare soluzioni pensate per il loro sviluppo economico, le piattaforme digitali di lending sono nate in risposta di questi bisogni insoddisfatti. Difatti, il *market lending* permette alle PMI di avere accesso ai prestiti in maniera più fluida, in un mercato virtuale dove si ha libero accesso alle informazioni attinenti tali aziende, colmando il problema tradizionale di opacità informativa[44].

Fino ad ora sono state analizzate in ottica generale le caratteristiche e i vantaggi dell'adozione delle piattaforme digitali di lending, ma numerose sono le varianti disponibili sul mercato di tali servizi, che sono volti a soddisfare le più svariate esigenze. Banca d'Italia identifica tre segmenti di piattaforme di *lending* maggiormente affermate nel contesto finanziario italiano: *Social lending*, *Invoice trading*, *Equity* e *debt crowdfunding*[45]. A seguire verranno illustrati ed esaminiate queste tre categorie di piattaforme di credito digitale.

a) Social lending. Borsa Italiana definisce nel seguente modo le piattaforme di *social lending*:

"*Il social lending (o lending based crowdfunding) è uno strumento attraverso il quale una pluralità di soggetti può richiedere a una pluralità di potenziali finanziatori, tramite piattaforme on-line, fondi rimborsabili per uso personale o per finanziare un progetto*"[46].

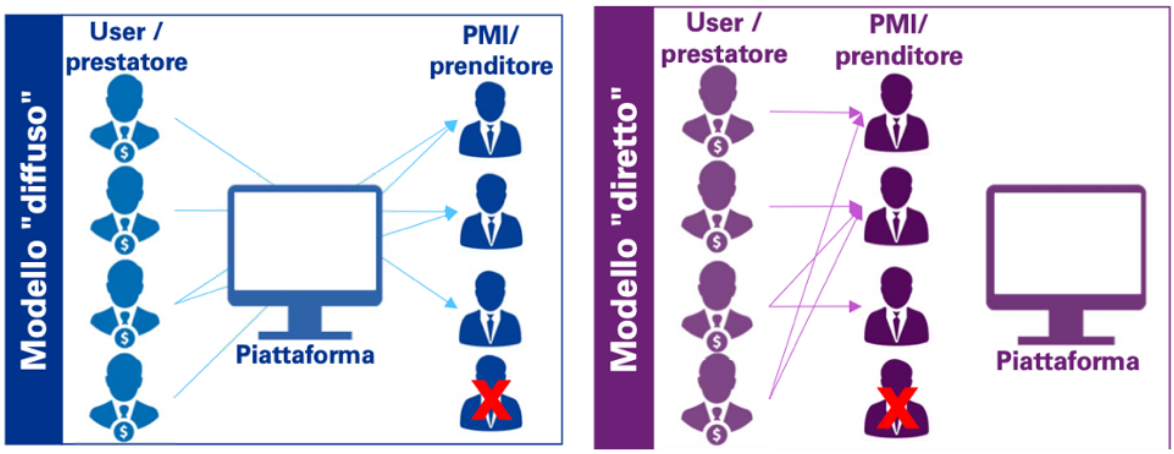
Da tale definizione si comprende come il *social lending* rappresenta una comunità *on-line* dove si incontrano soggetti in surplus e in deficit finanziario che interagiscono liberamente, senza intermediari. Internet ha ovviamente contribuito

[44] Karen G. Mills, Fintech, small business & the American dream: How Technology Is Transforming Lending and Shaping a New Era of Small Business Opportunity, 2019
[45] Cardillo S., Ilari A., Magri S., Meucci G., Moscatelli M., Ruzzi D., Le piattaforme Fintech di prestito e di raccolta di finanziamenti nel mondo e in Italia, Banca d'Italia, 2022
[46] Borsa Italiana, Peer to Peer Lending (P2P Lending): cos'è e come funziona, 2022.

alla fattibilità di questo modello di business fornendo la tecnologia per un mercato virtuale permettendo l'incontro tra *lender* e *borrower*. Il vantaggio principale delle piattaforme dei *social lending* è l'ottenimento, per entrambi i lati del mercato, di condizioni migliori. Difatti, il *social lending* permette ai *borrower* di raccogliere prestiti a tassi di interessi e costi inferiori e allo stesso tempo permette ai *lender* di ottenere tassi di interessi più elevati rispetto quelli definiti dalle banche tradizionali. Questa convenienza è dettata dalla struttura stessa di queste piattaforme, le quali non sostengono le spese per la raccolta di fondi, per le filiali e per la valutazione del *rating* degli utenti (svolta da un algoritmo).

Si possono distinguere due modelli di business delle piattaforme di social lending: il "modello diffuso" e il "modello diretto". Per quanto riguarda il modello diffuso, la piattaforma gioca un ruolo attivo. La piattaforma, infatti, alloca automaticamente le risorse sulla base dei dati raccolti: da in lato le richieste di credito pervenute e dall'altro le somme di denaro messe a disposizione dai prestatori e i loro profili di rischio e rendimento atteso. Il modello diretto prevede invece che la piattaforma raccolga le richieste dei richiedenti, ne valuta il rischio e le espone ai prestatori. Ma a ricercare la controparte sarà il prestatore che in piena autonomia deciderà su quale società investire.

Figura 7: Modelli di business delle piattaforme di social lending



Fonte: KPMG, L'evoluzione del credito dalla finanza innovativa al Crowdinvesting, 2017

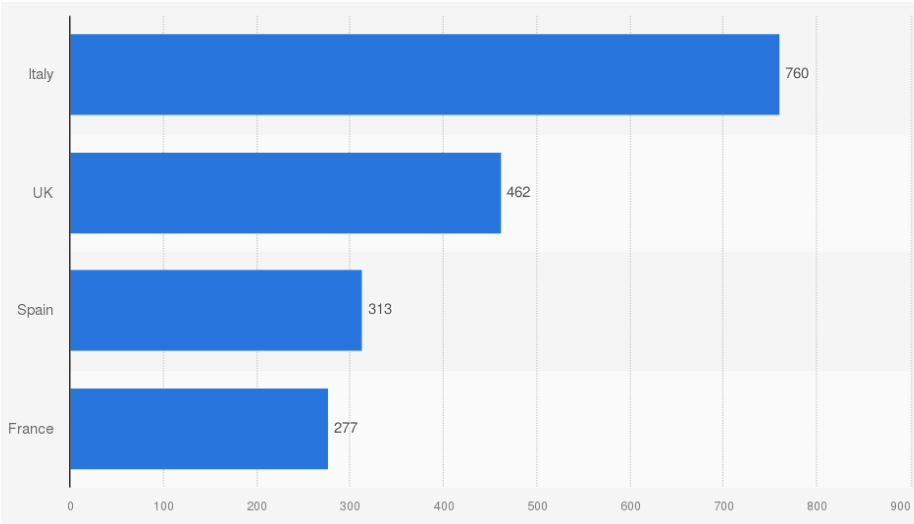
Avendo un quadro generale del funzionamento delle piattaforme *social lending*, si può comprendere come queste abbaino stravolto il settore dei prestiti, portano con

sé una nuova modalità di prestito più semplice, accessibile e conveniente. Tali piattaforme permettono di ridurre i tempi di ricerca della controparte, di ridurre i costi per i *borrower* e di aumentare i ritorni per i *lender,* grazie ad un mercato più trasparente caratterizzato dalla condivisione istantanea delle informazioni.

b) Invoice trading. L'*Invoice trading* rappresenta una piattaforma digitale attraverso la quale le aziende possono trasferire i propri crediti commerciali a investitori professionisti. Tali piattaforme nascono in risposta ad una criticità che numerose PMI si trovano ad affrontare. Difatti, le PMI soffrono di insufficiente disponibilità di capitale circolante che ne limita il loro sviluppo. Queste aziende si trovano spesso ad affrontare ritardi significativi nell'incasso delle fatture, mentre l'accesso ai finanziamenti a breve termine da parte delle istituzioni finanziarie tradizionali risulta limitato. Dunque, la possibilità offerte dalle piattaforme di *invoice trading* di poter convertire i crediti commerciali in liquidità anticipando il loro incasso rappresenta uno strumento fondamentale per la loro crescita e sopravvivenza[47].
Il funzionamento della piattaforma inizia con la raccolta di informazioni dell'azienda che intende cedere le proprie fatture, nonché le condizioni finanziarie, il merito di credito e le eventuali procedure concorsuali in essere della parte debitrice. Tale fase di raccolta viene agevolata dall'utilizzo di tecnologie avanzate come anche il processo di valutazione, quali big data e algoritmi. Una volta fatta la selezione delle fatture sulla base di diversi criteri, la piattaforma di *invoice trading* attuerà un'asta al fine di definire il prezzo per la contrattazione. Indubbiamente, questo processo del tutto automatizzato permette di concludere tali contrattazioni nel giro di pochi giorni. Si tratta di uno strumento flessibile e idoneo per le esigenze delle PMI che non appesantisce la loro posizione finanziaria.
Nel contesto europeo, nel 2020, l'Italia è il primo paese per volume di mercato a ricorrere a queste modalità alternative di cessione di credito, raggiungendo i 760 milioni di dollari (vedi fig.8).

[47] P.Sol., L'invoice trading continua a crescere supportando le Pmi: come sostenerlo?, Il Sole 24 Ore, 2023

Figura 8: Volumi di invoice trading nei paesi europei (in milioni di dollari)



Fonte: Statista, 2023

c) *Equity* e *debt crowdfunding*. Quando si parla di equity crowdfunding, si fa riferimento a piattaforme digitali in cui si interfacciano due utenti: gli investitori e le società. Le società si presentano su tali interfacce fornendo informazioni relative al proprio business e indicando gli obiettivi strategici che intendo raggiungere, al fine di raccogliere capitale di rischio. Dall'altro lato vi sono gli investitori coloro interessati nell'acquisto di partecipazioni in quella determinata azienda, ottenendo così i diritti patrimoniali e amministrativi relativi all'acquisto di azioni societarie[48]. In Italia il fenomeno dell'equity crowdfunding è visto positivamente da parte del legislatore, difatti il decreto legge n. 179/2012 (convertito nella legge 17 dicembre 2012, n. 221) recante "Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese" (noto anche come "Decreto crescita bis"), è stato introdotto per agevolare il finanziamento delle *start-up* innovative[49] e dunque la loro crescita.

2.3.2 Servizi di pagamento

Il settore dei pagamenti è quello che ha visto la nascita del maggior numero di FinTech,

[48] CONSOB, Crowdfunding
[49] Le start-up innovative sono piccole società di capitali italiane, da poco operative, impegnate in settori innovativi e tecnologici o a vocazione sociale.

Nel 2022 il 25% delle FinTech si posizionano nel settore del PayTech[50]. Nell'ultimo decennio, i metodi di pagamento digitali hanno raggiunto l'adozione *mainstream*, soprattutto tra i giovani consumatori. Nel 2020, la pandemia COVID-19 ha solo accelerato il passaggio dai contanti ai pagamenti digitali. Il valore globale dei pagamenti digitali nel 2022 era pari a 8.48$ trilioni. La Cina rappresenta la nazione con il più alto valore di transazioni digitali pari a 3.49$ trilioni, seguita dagli Stati Uniti con un valore pari a 1.76$ trilioni. Nel contesto globale l'Europa sembra essere indietro in termini di diffusione dei pagamenti digitali, con un valore di transazioni pari a 1.5$ miliardi[51].

Il tratto distintivo dei servizi di pagamento offerto dagli operatori FinTech è quello di permettere trasferimento di denaro oltre confine in tempi notevolmente ridotti e a costi contenuti, anche senza conti correnti. Alcune soluzioni di pagamento, infatti, permettono di utilizzare il contante per ricaricare una carta prepagata o un portafoglio virtuale, anche presso specifici punti vendita fisici o sportelli automatici (ATM). Diverse sono le opzioni di pagamento digitali, come ad esempio le applicazioni legate ai conti correnti degli utenti, carte di credito e portafogli virtuali – svincolate dai conti correnti – attivabili e accessibili attraverso una vasta gamma di dispositivi (smartphone e tablet) e ricaricato con valuta legale o virtuale. I portafogli digitali si distinguono dai conti correnti principalmente per il loro scopo, i conti correnti sono contratti di deposito utilizzati per scopi di liquidità e includono strumenti di pagamento; dall'altro lato i portafogli virtuali nascono come mero strumento di pagamento. Inoltre, questi due servizi finanziari hanno gestori diversi che sono soggetti a regolamenti diversi. Difatti, i portafogli virtuali non devono necessariamente essere istituiti dalle banche o da altri intermediari regolamentati. Questo ha delle implicazioni giuridiche, se si ha il fallimento delle banche i clienti con un conto corrente sono protetti da garanzie sulle somme depositate fino a un limite massimo stabilito per legge (100.000 euro, nell'ambito europeo); tuttavia, in caso di fallimento di portafogli non regolamentati, non sono previste protezioni per le somme depositate.

---

[50] Gancz A., Halder D., Partelow P., Bull T., Elison S., How the rise of PayTech is reshaping the payment landscape, 2022

[51] Statista, Fintech: Market Data Analysis & Forecast, 2023

Fattore determinante per la larga diffusione di operatori digitali nel settore dei pagamenti è rappresentato dalla direttiva PSD2. Difatti, quest'ultima favorisce la liberalizzazione del mercato, in particolar modo delle informazioni degli utenti. Difatti, la direttiva prevede che le banche tradizionali siano tenute a fornire alle imprese FinTech le informazioni detenute sui propri clienti, e queste vengono trasmesse in modo standardizzato attraverso l'API (Application Programming Interface). Difatti, l'API rappresenta la principale tecnologia sfruttata dalle piattaforme di pagamento FinTech. Con il termine API si fa riferimento ad un insieme di funzioni e procedure che permettono ad un'applicazione di accedere alle funzionalità, ai dati e/o all'utenza di altre applicazioni o servizi digitali. Lo sfruttamento dell'API permette dunque all'utente un'esperienza fluida, rendendo invisibili i diversi processi che si combinano per offrire nuovi servizi e prodotti.

Nel contesto italiano, secondo una ricerca effettuata da Banca d'Italia, i progetti FinTech nel settore dei pagamenti assorbono il 56 per cento della spesa. Nel biennio 2019-2020 il valore di investimenti era pari a circa 223 milioni di euro. Gli investimenti effettuati hanno come obiettivi lo sviluppo di nuovi servizi/prodotti e l'aumento della fidelizzazione degli utenti. Secondo la stessa ricerca di Banca d'Italia sono circoscrivibili cinque macro-gruppi di investimenti: soluzioni di pagamento per digitalizzare le transazioni, dilazioni di pagamento per gli acquisti presso negozi fisici e online, accettazione e gestione dei pagamenti per le imprese, monitoraggio della situazione finanziaria e automazione dei processi fisici[52].

a) Soluzioni di pagamento per digitalizzare le transazioni. In tale categoria di investimento rientrano soluzioni innovative di servizi di pagamento come il *mobile payment* e il PSI (*Payment Initiation Service*).

   Il *mobile payment* si riferisce al processo di esecuzione di almeno una fase della transazione tramite l'utilizzo di dispositivi mobili come smartphone mobili, tablet, o qualsiasi dispositivo abilitato *wireless* in grado di gestire in sicurezza le transazioni finanziarie su una rete mobile o tramite varie tecnologie *wireless* (es.

[52] Banca d'Italia, Indagine FinTech nel sistema finanziario italiano, 2021

Bluetooth)[53]. Il mobile payment è stato possibile dall'incredibile crescita dei dispositivi mobili e dall'accessibilità internet, che stanno dominando la nuova generazione.

Nell'anno corrente il mercato dei pagamenti mobile è stimato a circa 52,21 miliardi di dollari. Entro i prossimi cinque anni si stima il raggiungimento di un valore di 905 miliardi di dollari, con un CARG del 29,5%[54]. Il mercato dei mobile payment è moderatamente competitivo con la presenza di aziende importanti come America Express, Apple, PayPal etc. Le società sono in una fase di continui investimenti per lo sviluppo di nuovi servizi/prodotti, collaborazioni e acquisizioni al fine di detenere una quota di mercato più ampia.

Figura 9: Concentrazione del mercato mobile payments

Fonte: Mordor Inteligence, 2023

Altro servizio innovativo offerto dai nuovi player digitali è rappresentato dal PSI, che permette di snellire e facilitare il processo di pagamento. I servizi di PSI permettono ai consumatori di pagare istantaneamente via Internet senza bisogno di una carta di credito (circa il 60% della popolazione dell'UE non dispone di una

[53] Ghezzi A., Rwnga F., Balocco R, Mobile payment applications:Offer state of the art in Italian market, 2010

[54] Mobile Payments market size & share analysis – Growth Trends & Forecast, Mordor Intelligence, 2023

carta di credito). Questi servizi di pagamento stabiliscono un collegamento tra il pagatore e il commerciante online tramite un modulo di *online banking*[55].

b) Dilazioni di pagamento per gli acquisti presso negozi fisici e *online*. Tali servizi offrono agli utenti soluzioni definite "*buy now pay later*" che permette loro di effettuare acquisti con pagamento dilazionato presso esercenti convenzionati con il gestore di tale servizio. I clienti avranno così la possibilità di effettuare acquisti immediati, senza però un immediato esborso di liquidità, ripagando la somma a rate con interessi zero. Dunque, tali piattaforme prevedono un rapporto tra tre figure: gli utenti, gli esercenti e gli intermediari finanziari (vedi fig.10). Tali transazioni non vengono segnalate alle agenzie di credito, in quanto non rientrano nella definizione di credito (Dash 2021).

Figura 10: Processo delle piattaforme buy now pay later

Fonte: Pwc, Fintech Series: Buy Now Pay Later, 2023

c) Accettazione e gestione dei pagamenti per le imprese. Vengono sviluppati strumenti di gestione dei pagamenti per le imprese e i professionisti. Alcune soluzioni consentono l'utilizzo dei dispositivi smartphone come POS contactless, mentre altre

[55] Commissione europea, Payment Service Directive: frequently asked questions, 2018- https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/MEMO_15_5793

iniziative sfruttano le opportunità dell'*open banking* per creare soluzioni che facilitano i pagamenti tra le imprese, ad esempio per le fatture. Queste soluzioni semplificano le fasi di registrazione contabile e di riconciliazione, riducendo così l'onere per l'impresa.

d) Monitoraggio della situazione finanziaria. Gli strumenti delle finanze personali sono emersi come una componente chiave della rivoluzione FinTech, offrendo agli utenti un'ampia gamma di soluzioni per aiutarli a gestire efficacemente le proprie finanze. Dalle *app* di budget e dai servizi di monitoraggio del credito alle piattaforme di investimento, questi strumenti sono progettati per semplificare il processo di gestione delle proprie finanze e fornire agli utenti le informazioni necessarie per prendere decisioni informate. Tra gli strumenti a supporto sia per i clienti retail sia per quelli business vi sono rispettivamente il PFM (*Personal Financial Management)* e il BFM (*Business Financial Management*).

e) Automazione dei processi fisici. Questi progetti mirano a migliorare l'efficienza di determinati processi fisici, soprattutto quelli legati alla gestione del denaro contante. In particolare, consentiranno di effettuare depositi di contanti presso luoghi diversi da quelli dell'intermediario finanziario, come ad esempio presso i locali dei clienti nel caso delle attività commerciali o tramite reti commerciali terze per i clienti al dettaglio. Inoltre, rientrano in questa sottocategoria anche i progetti che promuovono l'utilizzo di casse automatiche per operazioni diverse dal prelievo di contanti.

2.3.3 Servizi di investimento

Le piattaforme di investimento FinTech nascono approfittando di un contesto finanziario a loro favorevole: innumerevoli soggetti propensi all'investimento ma al contempo privi di un'educazione finanziaria. Di fatti la propensione dei soggetti all'investimento è molto alta, nel Regno Unito il 67% delle persone dichiara di voler investire in azioni. Tuttavia, secondo un rapporto del 2021 del Boston Consulting Group, l'eccessiva complessità del prodotto risulta un fattore che scoraggia i nuovi investitori.

Le piattaforme di investimento FinTech possono operare in tre aree distinte: trading, gestione finanziaria e servizi di consulenza.

Le piattaforme di trading si rifanno agli investitori al dettaglio o agli investitori istituzionali. Tali piattaforme offrono agli utenti non solo la possibilità di negoziare ma anche di copiare la strategia di altri trader in un ambiente digitale che unisce le classiche funzioni del trading (acquisto e vendita dei titoli) con aspetti *social* (creazione di *community* e possibilità di confronto e condivisione con altri trader tramite blog).

Per quanto riguarda invece i servizi di gestione finanziaria questi si rivolgono generalmente agli investitori retail consentendo loro di visualizzare in un unico ambiente virtuale quanto speso con le diverse carte di credito e/o di debito e di formulare piani di risparmio e/o di spesa personalizzati. Un esempio di servizio offerto da tali piattaforme è il salvadanaio elettronico, il quale consente di accantonare periodicamente some di denaro anche molto piccole un portafoglio virtuale.

Infine, vi sono i servizi di consulenza finanziaria che sfruttano procedure automatizzate per la formulazione delle proposte di investimento, cd. *Robo-advisor*, che si rivolgono principalmente agli investitori al dettaglio (ampliamente esposto al §1.2.3).

CAPITOLO 3: Le PMI del Meridione soggetti non bancabili e soluzioni finanziarie alternative

3.1 Il fenomeno del razionamento del credito per le PMI in Italia

Le Piccole e Medie Imprese ("PMI"), svolgono un ruolo cruciale nel tessuto economico italiano. Nella definizione di PMI, AI SENDI DELLA RACCOMANDAZIONE 2003/361/CE della Commissione, pubblicata nella Gazzetta ufficiale dell'Unione Europea L 124 del 20 maggio 2003, pag. 36, rientrano tutte quelle società che presentano specifici parametri dimensionali in termini di numero di dipendenti, fatturato e totale di bilancio (vedi tab. 2).

Tabella 2: Parametri dimensionali delle PMI

	Micro impresa	**Piccola impresa**	**Media impresa**
a) Dipendenti	Meno di 10	Meno di 50	Meno di 250
b) Fatturato	Non superiore a Euro 2 milioni	Non superiore a Euro 10 milioni	Non superiore a Euro 50 milioni
	Oppure	Oppure	Oppure
c) Totale di bilancio	Non superiore a Euro 2 milioni	Non superiore a Euro 10 milioni	Non superiore a Euro 43 milioni

Fonte: Definizione di Micro, Piccola e Media

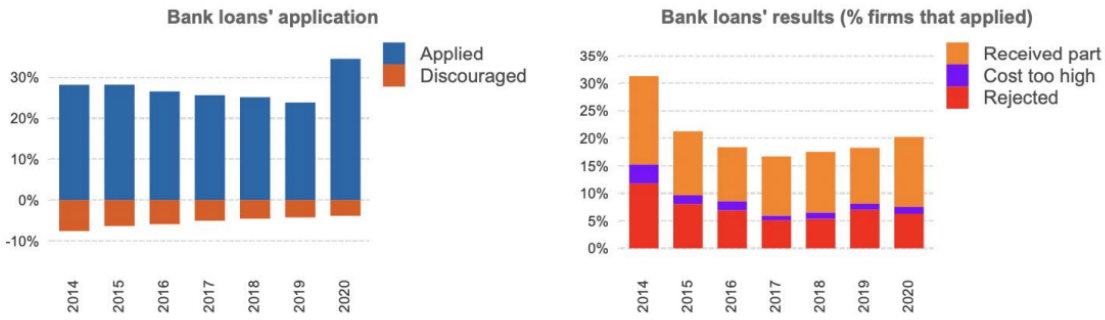
La crisi economica del 2008 ha determinato un impatto negativo sulle PMI aumentando la loro necessità di finanza esterna. Al tempo stesso le istituzioni finanziarie si sono trovate a comprimere il livello di indebitamento e ad abbassare l'esposizione al rischio, di conseguenza, molte PMI hanno incontrato difficoltà nell'ottenere accesso al credito esterno (*credit crunch*[56]). Si assiste al fenomeno del cd. razionamento del credito, situazione rispetto la quale si ha un'inefficienza nel mercato: l'offerta di crediti commerciali non riesce ad assorbire la domanda.

Il fenomeno del razionamento del credito è il minimo comun denominatore per tutte le PMI dell'Eurozona. Da uno studio condotto nel 2020 dalla BCE è emerso che in un semestre (aprile-settembre 2020), il 35% delle PMI ha richiesto un prestito bancario mentre il 4%, anche se lo necessitava, non ha fatto richiesta nel timore di

[56] Il termine inglese "*credit crunch*" (stretta creditizia) indica una restrizione dell'offerta di credito da parte degli intermediari finanziari (in particolare le banche) nei confronti della clientela (soprattutto imprese), in presenza di una potenziale domanda di finanziamenti insoddisfatta

un rifiuto di concessione dello stesso. Delle PMI che ne hanno fatto richiesta il 6% ha visto negare tale domanda, e della restante parte alle quali invece è stato concesso un prestito bancario il 13% ha ottenuto un importo inferiore a quanto auspicato, e l'1% vi ha rinunciato per gli ingenti costi. In via aggregata nel 2020, a livello europeo, il 20% delle PMI hanno subito l'effetto del razionamento del credito.

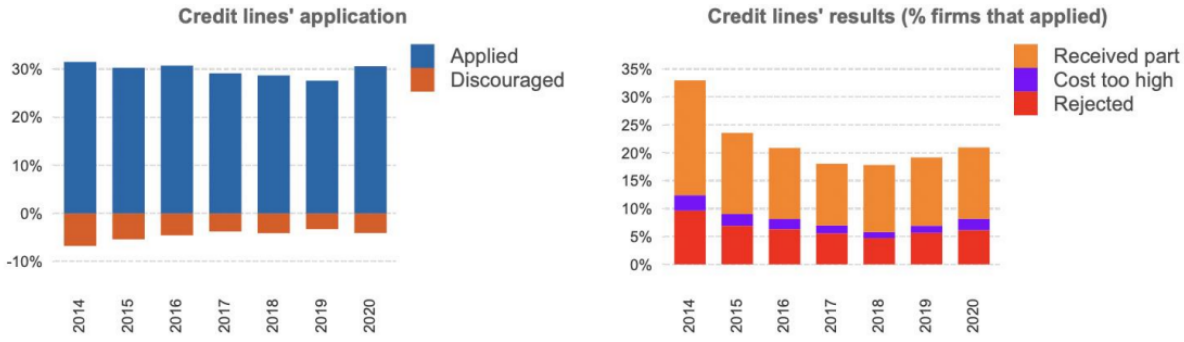
Figura 11: PMI in Europa che hanno subito il credit crunch nell'ambito del prestito bancario



Fonte: BCE, European Commission SAFE, 2020

Lo stesso studio condotto dalla BCE evidenzia anche l'impatto del razionamento del credito in Europa in riferimento alle linee di credito. In quest'ambito emerge che il 31% delle PMI ne ha fatto richiesta nello stesso arco temporale (aprile-settembre 2020), mentre il 4% anche se ve ne necessitava non ci ha provato perché temeva un rifiuto. In base alle richieste formulate, il 6% ha avuto esito negativo, il 2% non sono state accettate dalle imprese richiedenti per i costi troppo onerosi, e al 13% sono state concesse, ma per importi inferiori a quelli richiesti. A livello aggregato dunque, il 21% delle PMI nell'area euro ha subito il razionamento del credito.

Figura 12: PMI in Europa che hanno subito il credit crunch nell'ambito delle linee di credito



Fonte: BCE, European Commission SAFE, 2020

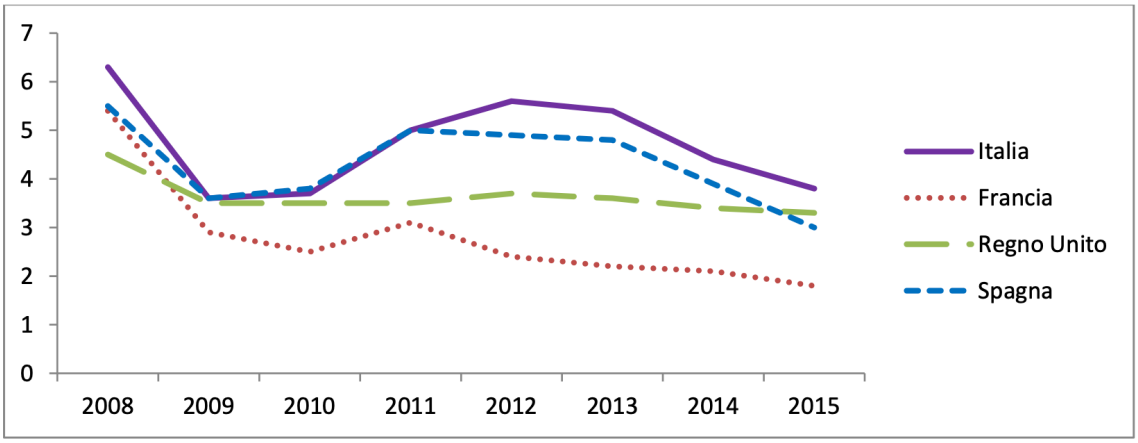
Nel contesto italiano, data la massiccia presenza di PMI- rappresentano il 92% delle imprese attive nel Paese[57]- il razionamento del credito rappresenta un fattore limitante per la crescita economica a livello nazionale. Le PMI, in considerazione del preponderante peso sull'occupazione, l'innovazione e la crescita dell'economia, svolgono un ruolo vitale nel tessuto produttivo. Secondo il Rapporto Regionale nel 2022 in Italia sono attive 160 mila PMI, con una concentrazione nel Nord Itali, laddove si contano 95 mila aziende, mentre nel Centro e nel Mezzogiorno sono presenti rispettivamente 33 mila e 32 mila PMI.

Le PMI italiane si trovano ad affrontare tassi di interesse più onerosi rispetto alle PMI di altri paesi europei, aspetto che genera una limitazione nella capacità di rimborso e rende più difficile sostenere la crescita (vedi fig. 13).

Le PMI italiane, e centro-meridionali in genere, soffrono di una forte disparità rispetto al tessuto economico europeo in termini di elevati tassi di interesse sui prestiti concessi (vedi fig.13) e garanzie richieste.

[57] Il Sole 24 Ore; Pmi, quanto conta in Italia il 92% delle aziende attive sul territorio?; 2019

Figura 13: Tassi di interesse sui prestiti concessi alle PMI



Fonte: OECD; Financing SMEs and entrepreneurs; 2017

È possibile, dunque, rilevare due parallele discriminazioni di accesso al credito: rispetto al tessuto economico europeo e a quello nazionale. infatti, la possibilità di accedere a forme di finanziamento bancarie per le PMI non appaiono omogenee né tra le regioni europee, tantomeno nel territorio italiano, evidenziando una maggiore difficoltà per le realtà economiche del Meridione.

3.2 I limiti dal lato della domanda delle PMI del Meridione

Per comprendere a pieno le difficoltà delle PMI meridionali di accesso al credito, bisogna innanzitutto comprendere il sistema produttivo e finanziario che le contraddistingue.

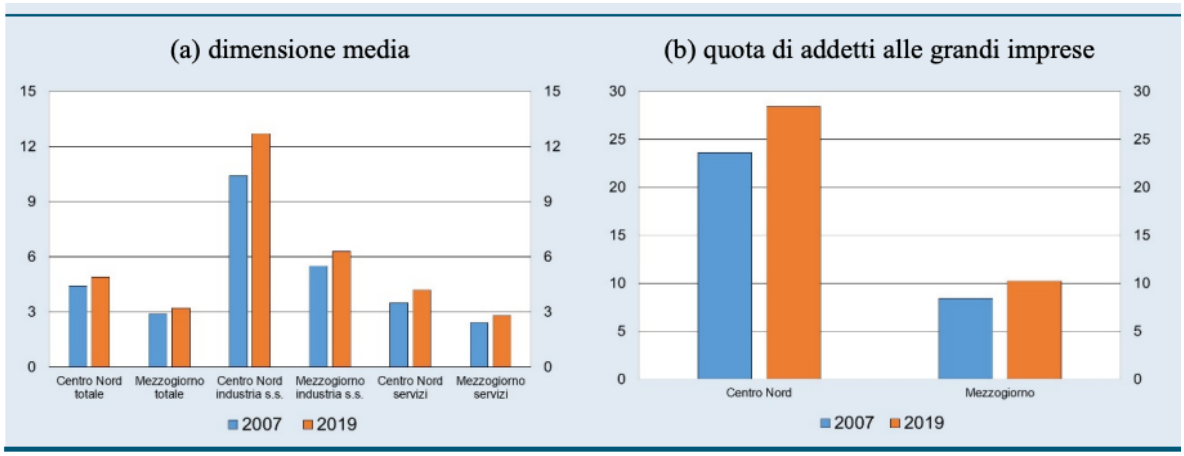
In base alle periodiche rilevazioni Istat del centro studi della Banca d'Italia, Svimez ed altri organismi dediti al monitoraggio dell'andamento economico nazionale, l'economia del Mezzogiorno risulta ancora strutturalmente in ritardo rispetto al resto del Paese in termini di sistema produttivo, dimensione aziendale e produttività della forza lavoro. Il mercato produttivo del Sud Italia è altamente frammentato (rispetto alla media dell'Italia), una bassa propensione all'internazionalizzazione e una concentrazione in settori con bassa tecnologia e intensità di *know how* (Accenture, 2022). I tratti distintivi brevemente introdotti delle PMI meridionali fanno sì che le stesse ottengano tassi di produttività medi inferiori rispetto al Centro

Nord. Nell'ultimo decennio tale divario nei livelli di produttività è rimasto pressoché invariato.

La bassa propensione all'innovazione e la mancanza di una strategia di internazionalizzazione sono collegate al dimensionamento delle imprese, tanto più una società risulta piccola tanto meno sarà difatti propensa all'innovazione (Accenture, 2013) e all'internazionalizzazione (Bugamelli, 2018). L'avvento del debito sovrano del 2011-12 ha accentuato le difficoltà affrontate dalle realtà economiche del Sud Italia, riducendo ancor di più le opportunità di sviluppo di tali entità (Brandolini e Bugamelli, 2009).

Nel 2019 la dimensione delle imprese del Centro Nord Italia risultava tripla rispetto a quelle del meridione. La differenza di distribuzione delle imprese sulla base della loro dimensione si ripercuote ovviamente anche sulle differenze di occupazione. Difatti, nel Centro Nord il 30% degli occupati lavorava in realtà con almeno 200 addetti, nel Sud tale percentuale era pari ad un terzo. In maniera speculare l'occupazione nella microimprese era pari a ca. il sessanta percento nel Sud e ca. il quaranta percento nel resto del Paese (vedi fig. 14).

Figura 14: Numero di addetti per dimensione delle imprese



Fonte: Banca d'Italia; Il divario Nord-Sud: sviluppo economico e intervento pubblico; 2022

Come accennato, l'arretratezza delle PMI del Sud si evidenzia anche dai bassi investimenti in ricerca e sviluppo (R&S). Nel 2019 il rapporto tra spese in R&S e PIL era pari al 0,96 per cento nel Sud e al 1,6 percento nelle regioni

centrosettentrionali. Tali percentuali evidenziano la portata del divario tra i due territori, in termini di avanzamento verso l'innovazione.
Ulteriore caratteristica che differenzia le imprese centro-settentrionali e quelle meridionali è una differente apertura ai mercati esteri. Anche sotto questo aspetto le PMI del Sud risultano di gran lunga in ritardo e focalizzate sulla domanda interna. Nel 2018 il rapporto tra il valore delle esportazioni totali e il valore aggiunto industriale era di poco superiore alla metà del corrispondente indice per il Centro Nord. Sempre con riferimento all'anno 2018, l'84% delle PMI meridionali vedeva l'Italia come il principale mercato di sbocco, dato superiore del 13% rispetto alle realtà centrosettentrionali.

A partire dagli anni '90 e ancor di più nel 2011-2012, con a crisi del debito sovrano, si sono accentuate le problematiche della competizione delle PMI. Difatti si è assistito a un fenomeno di riallocazione produttiva a favore delle aziende più strutturate. Questo ha condotto ha un effetto positivo per le imprese centrosettentrionali mentre in quelle meridionali si è risentito ancor di più il peso dei servizi in particolare di quelli a basso valore aggiunto. In questo contesto le imprese del Centro Nord hanno saputo fronteggiare il cambiamento apportando le opportune modifiche. Durante gli anni di crisi 2007-13 le imprese centrosettentrionali sopravvissute hanno incrementato la forza lavoro attenuando l'uscita del mercato delle realtà più piccole. Dall'altro lato le realtà del meridione hanno attuato una strategia di riduzione della propria capacità produttiva. Dunque, il fenomeno della ristrutturazione è andato a favore delle realtà societarie più grandi, quest'ultime più sviluppate nel Centro e Nord Italia.

Inoltre, nel Sud risulta più evidente, rispetto al resto del Paese, la relazione negativa tra la crescita dell'impresa e la loro età (Scoccianti e Sette, 2022). Questo implica che le imprese più anziane del Sud presentano tassi di crescita più bassi e anche la domanda di lavoro ne risente. Inoltre, le imprese più anziane, a parità di età e dimensione, hanno maggior probabilità di rimanere all'interno del mercato rispetto a quelle centrosettentrionali.

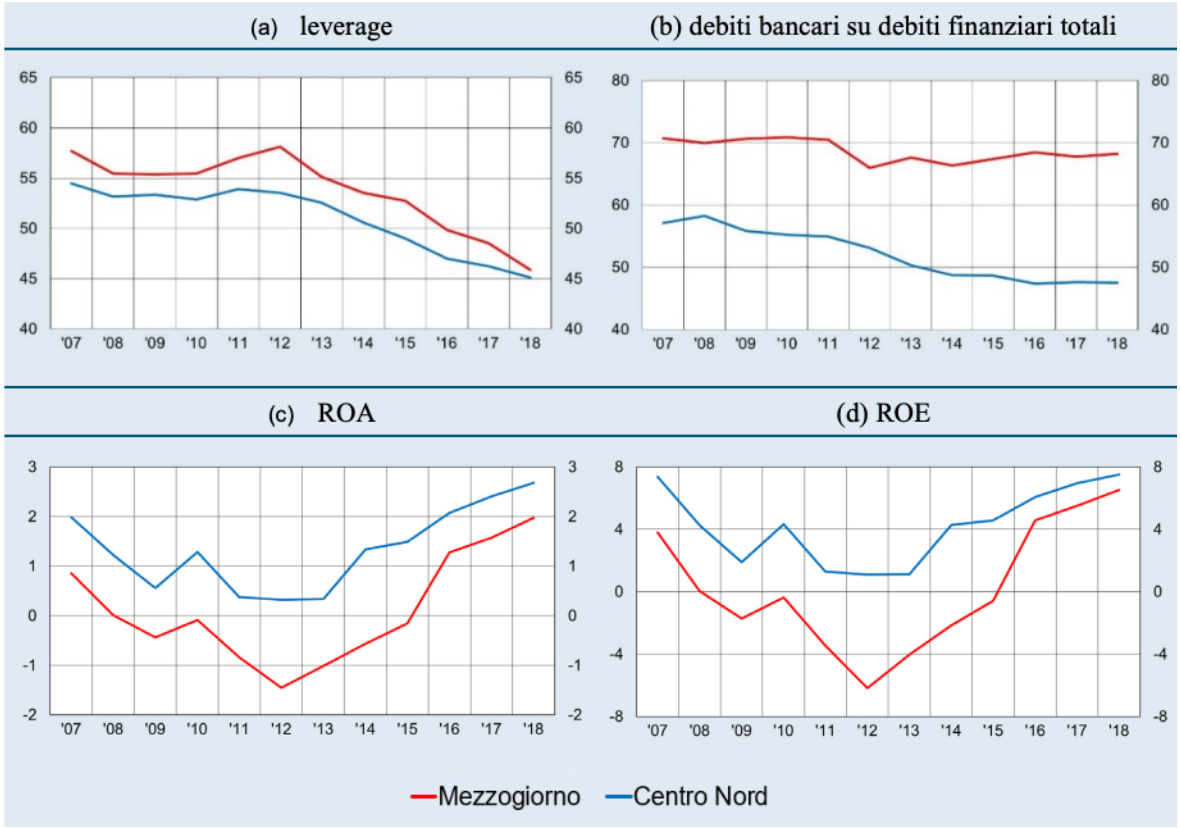
Dunque, le PMI del meridione presentano tassi di sopravvivenza più elevati il che indica una minore selezione.

Un altro fattore che va preso in considerazione e che differenzia le PMI del Sud e quelle del Centro Nord è rappresentato dalla proprietà e dal management delle imprese. Si delinea sotto questo aspetto che nell'area centrosettentrionale la percentuale di imprenditori laureati è superiore di due punti percentuali rispetto al meridione; per quanto riguarda le figure manageriali tale divario risulta molto più elevato pari a circa il 14% (Baltrunaite; 2022). Il differente *background* formativo delle risorse umane ha un forte impatto sullo sviluppo delle imprese e la loro capacitò di contrastare situazioni avverse e impreviste. Inoltre, imprenditori che hanno seguito un percorso di studi universitari applicheranno pratiche manageriali di più elevata qualità e di conseguenza anche più aperti a logiche di sviluppo innovative (Calvino; 2022). La bassa percentuale di imprenditori/manager istruiti nel meridione comporta infatti una bassa propensione alle soluzioni digitali. Inoltre, una società che presenta risorse con titoli di laurea fa si che si crei una selezione più serrata, volendo a sua volta assumere solo risorse qualificate (Schiavardi e Torrini; 2010). Baltruaite ha determinato che l'inferiore capitale umano degli imprenditori del Sud spiega circa un decimo il differenziale nelle dimensioni delle unità produttive tra le due aree del Paese. Altri fattori che sicuramente limitano la crescita dell'organico delle realtà imprenditoriali del meridione sono sicuramente rappresentati da un contesto giuridico debole, criminalità organizzata ed inefficienze nel contesto istituzionale. Tutto ciò determina una propensione per le PMI del Sud a preferire il mantenimento del controllo a livello familiare piuttosto che verso l'assunzione di imprenditori/manager esterni. Nel meridione la percentuale di imprese familiari risulta di gran lunga superiore a quella del Centro Nord, caratterizzate da una difficoltà nel ricorso a soggetti esterni prediligendo personale della stessa località. Nel complesso tutte queste peculiarità spiegano un decimo del divario di produttività tra le imprese delle due aree dell'Italia.

La fragilità dell'economia nel Mezzogiorno si riflette in un contesto finanziario delle aziende meno solido, evidenziando minori livelli di capitalizzazione e redditività, con un maggiore ricorso al credito bancario rispetto ad altre forme di

finanziamento esterno. Le carenze strutturali del settore produttivo del Mezzogiorno si riflettono in valutazioni creditizie più basse (vedi fig. 15) e in condizioni più complesse per ottenere accesso al credito rispetto alle altre regioni del Paese.

Figura 15: Indicatori di struttura finanziaria Mezzogiorno e Centro Sud

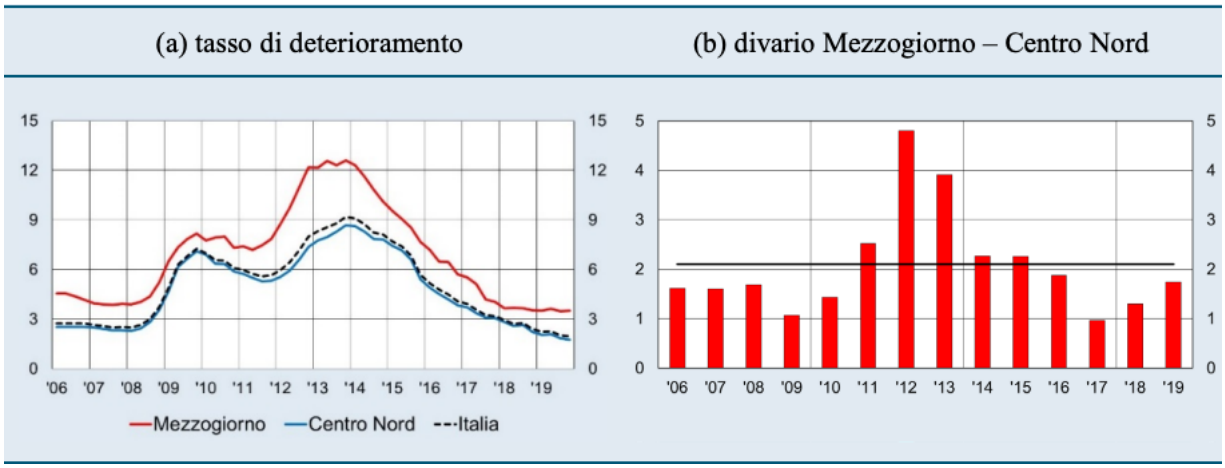


Fonte: Accetture; 2022

A fronte di una convergenza tra macroaree nella quota di prestiti garantiti, i tassi di interesse hanno mostrato una lieve tendenza a divergere. Questi differenziali riflettono solo in parte le diversità territoriali nella composizione del settore produttivo per specializzazione, dimensione delle imprese e rating; anche a parità di queste caratteristiche i tassi di interesse e la quota di prestiti garantiti nel Sud risultano più elevati, riflettendo la presenza di ulteriori imperfezioni di mercato e del contesto istituzionale che potrebbero accrescere il rischio percepito dagli intermediari. Questo fenomeno è riconducibile a due cause principali:

a) Maggiore rischio di credito *ex post* nel mezzogiorno, anche a parità di rischio *ex ante*. Negli anni 2006/19 il tasso di deterioramento annuo del credito delle imprese del Sud è stato superiore di 2,1 punti percentuali rispetto alle regioni centrosettentrionali (vedi fig. 16).

Figura 16: Qualità del credito Mezzogiorno e Centro Nord



Fonte: Casolaro; 2022

Dunque, anche a parità di condizioni rilevabili, i mercati del credito del Sud determinano una maggiore esposizione alle perdite degli intermediari finanziari.

b) La difficoltà di recupero dei crediti da parte degli intermediari dato un contesto istituzionale nel Meridione debole. Difatti, un'inefficienza dei tribunali comporta un maggior costo e una minore quantità e qualità del credito concesso (Jappelli; 2005). Inoltre, una debolezza istituzionale, con un'elevata presenza di criminalità organizzata comporta un maggiore opportunismo del debitore, presentando maggiori anomalie nei rimborsi (Schiantarelli; 2020).

3.5 Strumenti alternativi di accesso al credito alle PMI in Italia: *Invoice trading*

Come rappresentato nei paragrafi precedenti, il panorama delle piccole medie imprese italiane, e ancor di più quelle del meridione, soffre di limitazioni

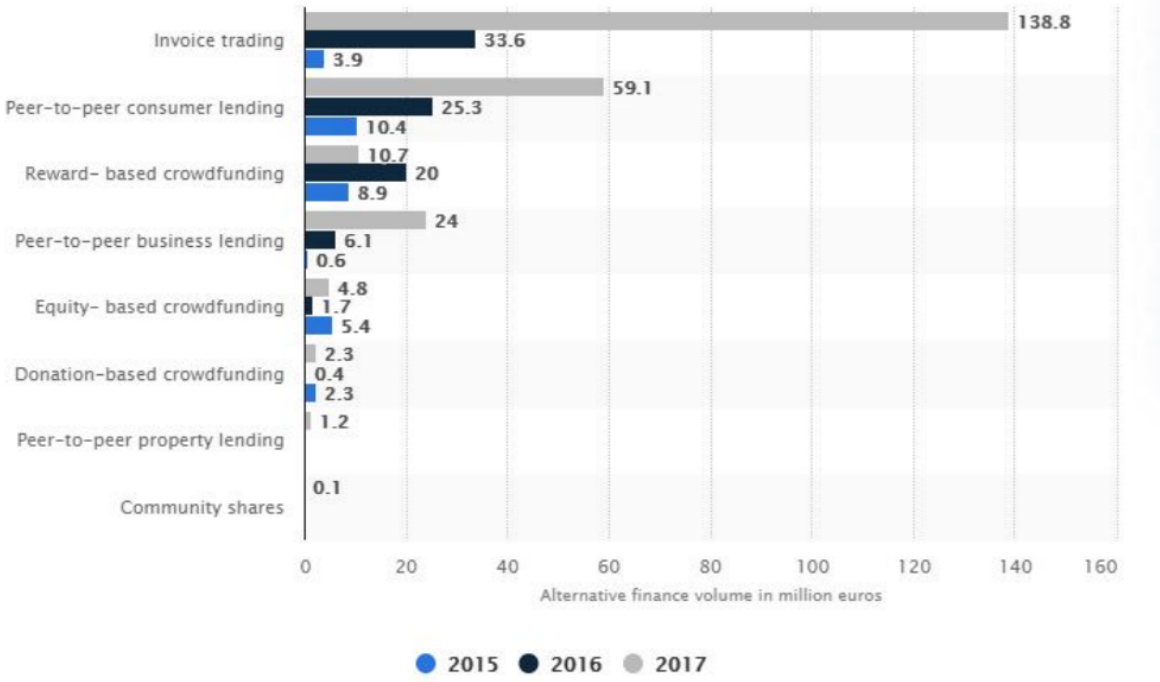
nell'accesso al credito tradizionale, portando molte aziende ad affasciarsi a nuove forme di finanziamento alternative, laddove per finanziamenti alternativi si intendono "tutti gli strumenti finanziari (debt e equity) messi a disposizione delle imprese per il finanziamento del Capitale Investito Netto Operativo e che sono alternativi al canale bancario e/o al finanziamento dei soci. Lo sviluppo negli ultimi anni della finanza alternativa è stato determinato da un lato dal c.d. credit crunch, ossia la riduzione dei finanziamenti concessi dalle banche alle imprese a seguito della cresi del 2007, e dall'altro dallo sviluppo del fenomeno del fintech.".

Nel 2022 si contano finanziamenti alternativi per le piccole e medie imprese italiane per un valore pari a 4,5 Mld di euro, un dato dodici volte superiore a quello registrato nel 2019. Nel quadriennio 2019-2022 si è registrato un CAGR dei finanziamenti alternativi pari all'86,5%. Si contano all'incirca 28 mila PMI italiane che grazie al panorama fintech hanno avuto accesso a strumenti di finanziamento alternativi, con un importo medio di credito concesso pari a 400 mila euro (valore costante nel periodo 2019-2022).

Come esposto nel capitolo secondo, i servizi e i prodotti fintech sono eterogenee e numerosi.

In Italia, nel triennio 2015-2017, il servizio di finanziamento alternativo che domina è quello dell'*invoice trading*. Difatti, in tale periodo, l'*invoice trading* ha raggiunto un valore complessivo pari a 139 milioni di euro, più della metà del mercato della finanza alternativa in Italia.

Figura 17:Fonte alternative al sistema bancario in Italia (2015-2017)



Fonte: Statista Research Department; Alternative finance: market volume in Italy 2015-2017 by platform; 2020

Tra le varie forme di finanziamento alternativo, l'invoice trading predominato in tutti questi anni, e continua a farlo, essendo di fatto un canale alternativo, ma non sostitutivo, al credito tradizionale bancario (es. anticipo fatture, sconti di portafoglio salvo buon fine etc.). Inoltre, l'invoice trading ha rappresentato uno strumento di mitigazione di un rischio "sistematico", dovuto dall'accentramento del godimento del credito in mano a grandi imprese a campo di una filiera. L'invoice trading ha inoltre rappresentato una "exit option" per tutti quei soggetti non bancabili, a causa delle loro ridotte dimensioni e/o merito creditizio. Si possono dunque individuare due principali realtà aziendali che beneficiano particolarmente dell'invoice trading[58]*:*

a) Aziende che non rientrano nei target tipici dei principali istituti di credito. In questa situazione il ricorso all'*invoice trading* permette a tali aziende di monetizzare rapidamente il proprio attivo circolante, incrementando la propria liquidità

[58] ITALIAFINTECH; Invoice trading in Italia: analisi, opportunità e proposte; 2023

ottenendo così un miglioramento di tutti gli indici finanziari, diventando appetibili anche per il sistema creditizio tradizionale.

b) Aziende che si trovano ad affrontare una fase di forte crescita, come ad esempio l'aumento degli ordini e che pertanto hanno un fabbisogno crescente di liquidità per finanziare le scorte e sostenere le dilazioni ai clienti. Tali realtà non ritrovano nel sistema creditizio tradizionale strumenti sufficientemente reattivi alla dinamicità delle loro operazioni. In tale contesto *l'invoice trading* consente loro di ottenere liquidità immediata per far fronte al pagamento dei fornitori ed all'approvvigionamento dei fattori produttivi necessari all'alimentazione della filiera generata dalle crescenti commesse.

L'*invoice trading* si è dimostrato dunque uno strumento utile nel contesto economico italiano caratterizzato da numerosi fornitori (di solito di piccole dimensioni) e da un numero ridotto di grandi acquirenti/clienti. La cessione di fatture permette alle PMI fornitrici di trasformare in liquidità i propri crediti, in modo semplice e veloce, sfruttando il buon rating e la bassa probabilità di default dei propri clienti.

In particolar modo, l'*invoice trading* consente di colmare fabbisogni di segmenti dell'economia italiana dove gli strumenti tradizionali di credito stentano ad arrivare, ovvero: microimprese e PMI, regioni del Sud Italia, settori tradizionalmente considerati più rischiosi e, pertanto, meno appetibili per il sistema bancario tradizionale.

3.6 Collaborazione banche-fintech

Nello scenario della quarta rivoluzione industriale si è stato messo in discussione il tradizionale modello di banca. Le banche si sono travate a non agire più in un mercato sicuro, bensì hanno dovuto adattarsi al mutamento digitale.

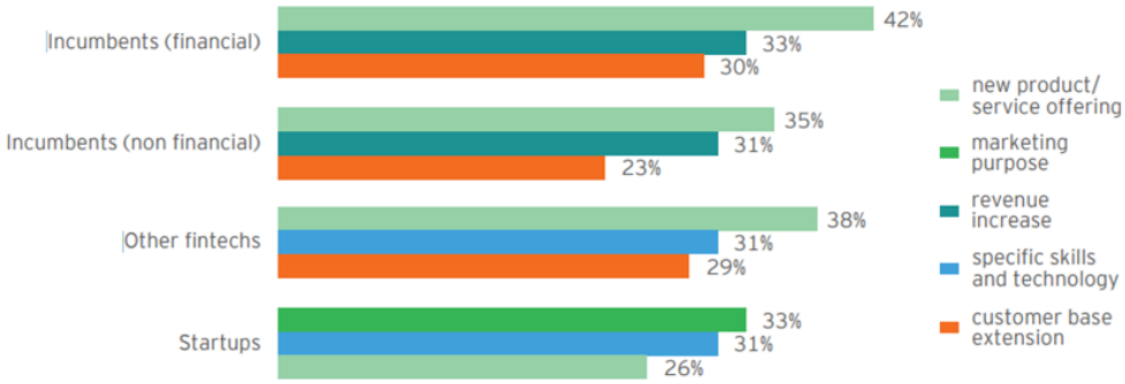
Una citazione di Paulo Coelho spiega al meglio il fenomeno esploso all'interno del settore bancario: "Scegli i tuoi alleati e impara a lottare in compagnia, perché nessuno vince una guerra da solo".

Difatti le banche, che in un primo momento avevano individuato le Fintech come potenziali *competitor*, hanno capito col tempo che sarebbero potuti diventare

partner strategici di rilevante importanza per la loro sopravvivenza e il loro sviluppo.

A partire dal 2021 fino ad oggi, il 90% delle fintech ha avviato collaborazioni, di cui il 65% con banche o compagnie assicurative, mentre il 58% con altre fintech. Le principali motivazioni alla base di tali collaborazioni sono dettate dalla voglia di sviluppare nuovi prodotti e servizi (vedi fig.18).

Figura 18: I principali driver che spingono le fintech ad una collaborazione



Fonte: Ernest & Young; L'ecosistema italiano del fintech evolve tra collaborazioni e respiro internazionale; 2023

Nel complesso il livello di soddisfazione per le collaborazioni è relativamente alto, con un punteggio di 7,5 su 10. In particolar modo si evidenzia di come il buon fine di una collaborazione banca-fintech dipenda dalla tipologia di fintech. Si possono distinguere tre tipologie di fintech, sulla base dei loro obiettivi di relazione/competizione con le banche tradizionali:

a) *Fintech* nate come *competitor* delle banche, per le quali ovviamente una collaborazione con queste ultime non è considerata.
b) *Fintech* che operano in settori attigui, ovvero che offrono servizi alternativi a quelli tradizionali. Questa tipologia di *fintech* potrebbe essere un potenziale *partner* per le banche, le quali anche se in grado di sviluppare tali servizi internamente, spesso hanno limiti in termini di risorse umane, dotazioni tecnologiche, *know-how* e, più in generale, di processi organizzativi improntati alla gestione di innovazioni.

c) Infine, vi sono le *fintech* che nascono con l'obiettivo di creare servizi a supporto delle banche, per ampliare la gamma di servizi offerti. In questa categoria, la banca risulterà più un cliente piuttosto che un *partner* della *fintech*.

Alla luce di questa differenziazione di fintech, si individua nella seconda tipologia un buon bacino di fintech per le alleanze strategiche con le banche.

Dall'altro lato, alcune *partnership* non creano valore e si sono individuate delle problematiche principali causa di tali "fallimenti". In primo luogo, come in ogni alleanza vi deve essere una modifica culturale in entrambe le realtà aziendali che è un fattore critico e che ostacolare il closing di specifiche operazioni. In secondo luogo, vi è ancora timore da parte delle banche che i prodotti fintech possano cannibalizzare i loro preesistenti prodotti/servizi, facendo sì che non si sfrutti al massimo il loro potenziale. Tale criticità, potrebbe risultare superabile da parte delle fintech considerando la flessibilità di approccio al mercato e la capacità di maneggiare importanti base dati, potendo così individuare differenti criteri di segmentazione e clasterizzazione della clientela a cui offrire prodotti e servizi meglio profilati. Tale approccio, consente di ottenere un duplice vantaggio, aumento del bacino clienti e maggiore soddisfazione dei clienti nuovi e di quelli preesistenti.

Un altro fattore limitante nella collaborazione banche-fintech è rappresentato dall'integrazione delle tecnologie in un modus operandi tradizionale delle banche, caratterizzate da una struttura molto rigida. Anche questo problema è però potenzialmente trascurabile, data la grande capacità delle fintech nello sviluppare tecnologie ad hoc per le banche, andando ad integrare e ad affiancarsi laddove integrare non è possibile.

CAPITOLO 4: La collaborazione Banche-FinTech come soluzione per offrire credito alle PMI del Meridione: indagine bancaria e caso pratico

4.1 Fattori limitanti nel credito alle PMI meridionali e il contributo delle fintech: un'analisi basata su un'indagine bancaria

Alla luce delle evidenze teoriche presentate nel precedente capitolo, emerge chiaramente che le piccole e medie imprese situate nel Meridione d'Italia si trovano in una posizione di svantaggio significativo nell'accesso al credito bancario tradizionale rispetto a realtà simili nel resto del Paese.

Per approfondire questa tematica, è stato condotto uno studio empirico attraverso la somministrazione di un questionario a sei Istituti bancari situati nel Meridione. L'obiettivo principale di quest'indagine è quello di comprendere dal punto di vista delle banche quali sono i fattori intrinsechi ed estrinsechi che rendono difficile il finanziamento alle PMI del Sud Italia. Individuate le principali limitazioni si è andato poi a comprendere quanto le collaborazioni con il panorama fintech possano rappresentare per le banche intervistate un utile alternativa per affrontare tale problematica.

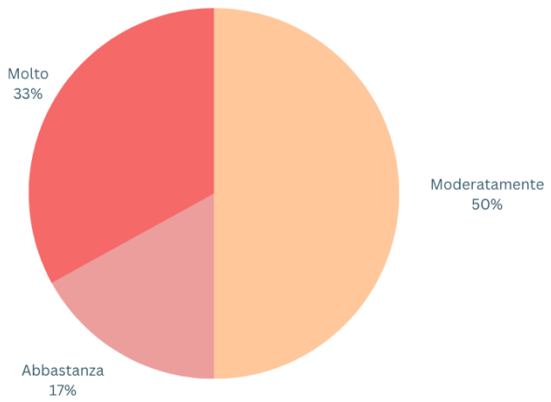
4.1.1 Impatto dei fattori fisiologici delle PMI meridionali nella cessione di credito

In primo luogo, si è voluto evidenziare quali sono i fattori intrinsechi delle PMI meridionali che rendono difficile alle banche di concedere loro finanziamenti. Attenendosi alle evidenze teoriche sono cinque i fattori principali che caratterizzano le PMI del meridione e che più sembrano avere impatto nell'accesso ai tradizionali strumenti di credito: la dimensione limitata di tali realtà; la storicità creditizia (ovvero linee di credito preesistenti); la poca trasparenza nel diffondere informazioni interne; ed infine la reputazione della governance, che sicuramente è inferiore a realtà più consolidate. Per ognuno di questi fattori è stato chiesto alle banche che hanno aderito alla ricerca di valutare il loro impatto sulla limitazione

dell'offerta di credito alle piccole e medie imprese del meridione. Questa valutazione è stata espressa attraverso una scala di cinque possibili valutazioni, che vanno da "per niente" a "molto", in basa all'impatto che si attribuisce a questi fattori nell'ambito della concessione di finanziamento alle PMI del Sud. Nello specifico sono stati definiti cinque giudizi possibili: per niente, poco, moderatamente, abbastanza e molto. Ai fini dei risultati finali si ritiene che i fattori, ai quali gli intervistati attribuiranno come giudizio "per niente" e "poco", non sono considerati rilevanti nell'offerta di credito alle PMI meridionali, per quanto riguarda il giudizio "moderatamente" sarà considerato neutrale nell'impatto che questi hanno, ed infine i giudizi "molto" e "abbastanza" rappresenteranno quei fattori che per l'intervistato hanno un forte impatto sulle operazioni di finanziamento alle PMI del Meridione.
Si riportano di seguito le evidenze raccolte da tale ricerca in relazione ai cinque fattori identificati.

a) Dimensione della società. Dal punto di vista del campione di istituti bancari partecipanti, si evidenzia che la dimensione ridotta delle PMI rappresenta per il 50 per cento del campione un fattore moderatamente rilevante. La restante parte degli istituti bancari aderenti, risultano essere così suddivisi: il 17 per cento attribuisce alla dimensione delle piccole e medie imprese un fattore abbastanza importante, mentre il 33 per cento ne attribuisce molta rilevanza.

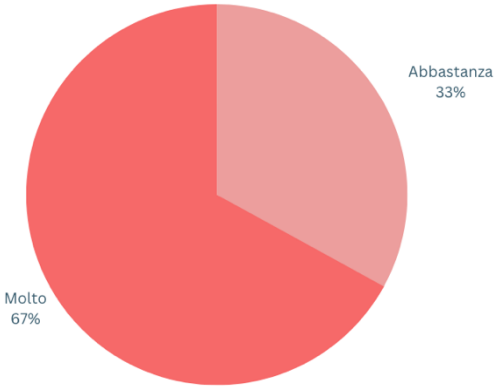
Figura 19: Impatto della dimensione delle PMI sulla concessione di credito



Fonte: Riproduzione personale, risposte questionario somministrato a sei istituti bancari

b) *Rating*. Sulla base di questo fattore, ovvero il *rating*, dunque il merito creditizio, delle PMI del meridione, tutto il campione ha esposto un'opinione comune di come questo risulti un elemento molto importante e determinante nella concessione di credito alle PMI del meridione. I risultati evidenziano che il 33 per cento del campione ha esposto che il *rating* rappresenta un fattore abbastanza limitante nella concessione del credito alle PMI meridionali, mentre il restante 67 per cento ha ritenuto il *rating* un elemento molto importante.

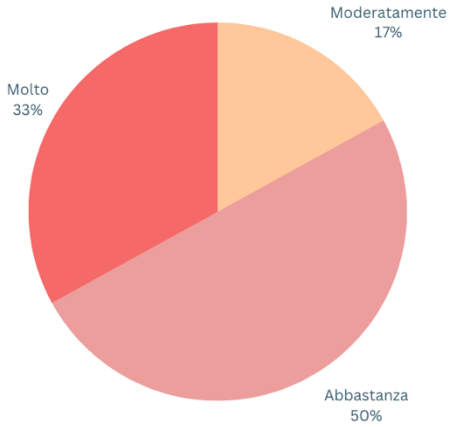
Figura 20:Impatto del rating delle PMI sulla concessione di credito



Fonte: Riproduzione personale, risposte questionario somministrato a sei istituti bancari

c) Storicità creditizia (linee di credito preesistenti). Sulla base delle pregresse linee di credito delle PMI alle quale si intende concedere un finanziamento, l'83 per cento del campione ritiene che possa avere un importante impatto nella decisione di prestito (50 per cento ritine che abbai un impatto abbastanza importante e il 33 per cento considera la storicità creditizia molto rilevante nella concessione di credito). Il restante 17 per cento non ritiene che tale fattore abbia un impatto rilevante sulla cessione di credito alle PMI del meridione, attribuendogli un impatto moderato.

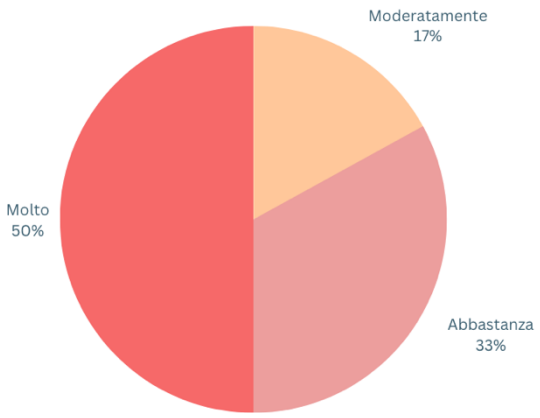
Figura 21: Impatto della storicità creditizia delle PMI sulla concessione di credito



Fonte: Riproduzione personale, risposte questionario somministrato a sei istituti bancari

d) Impossibilità di accedere ad un set di informazioni complete, qualificate e attendibili. Per realtà aziendali grandi e ancor di più per le quotate numerosi sono gli obblighi di trasparenza ai quali sono sottoposte, mentre per le PMI non vi è un obbligo di diffusione di informazioni che accentua ancor di più l'asimmetria informativa nel mercato, conducendo ad inefficienze. Dall'analisi empirica condotta l'83 per cento individua in questo fattore un importante limite nella decisione di concessione di finanziamenti alle PMI del m
Meridione, di cui il 33 per cento ha attribuito un impatto abbastanza rilevante e il 50 per cento un effetto molto importante. Il restante 17 per cento attribuisce all'opaca diffusione di informazioni un impatto moderato.

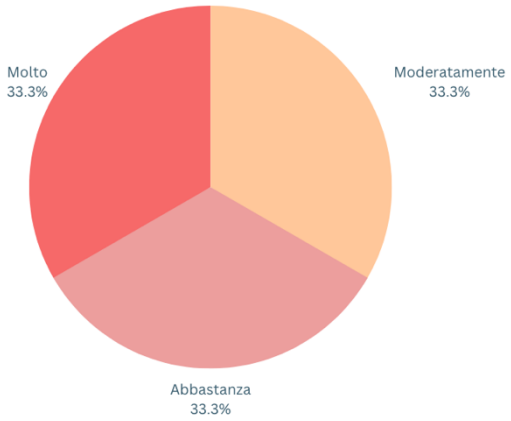
Figura 22: Impatto della poca trasparenza delle PMI sulla concessione di credito



Fonte: Riproduzione personale, risposte questionario somministrato a sei istituti bancari

e) Reputazione della governance. Sulla base dell'analisi condotta, si sono registrati pareri discordanti che non conducono ad un'evidenza univoca. Le risposte del campione sono distribuite omogeneamente nei tre pareri: moderatamente, abbastanza e molto. Nel complesso però il 67 per cento del campione ha individuato nella reputazione della governance una limitazione in fase di finanziamento alle PMI del Meridione.

Figura 23:Impatto della reputazione della governance delle PMI sulla concessione di credito



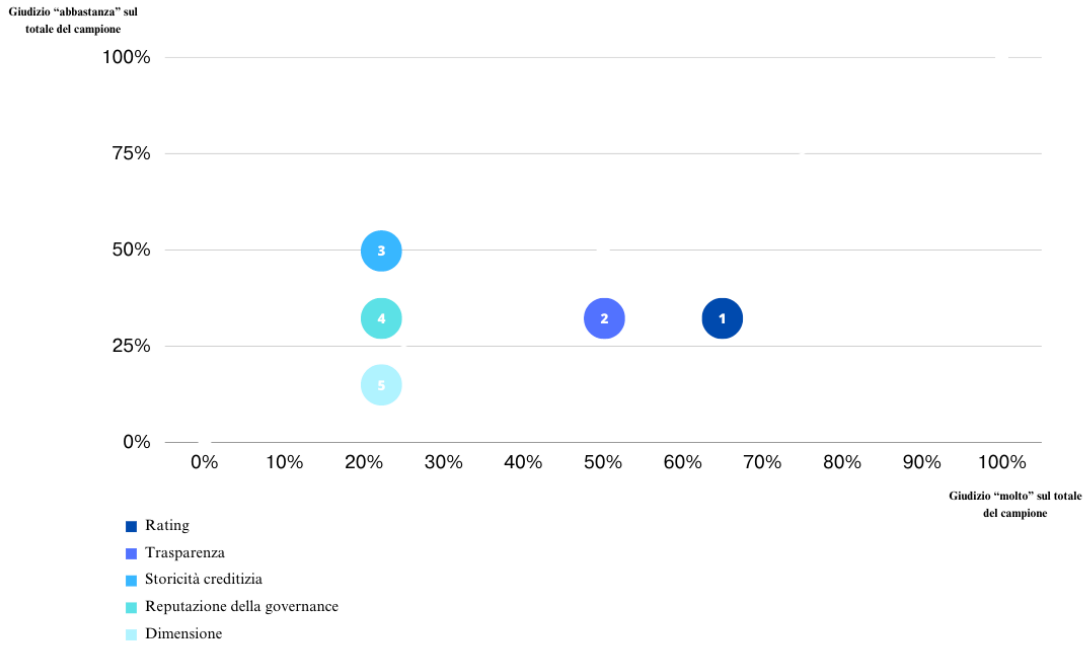
Fonte: Riproduzione personale, risposte questionario somministrato a sei istituti bancari

Alla luce dei risultati raccolti, emerge che tutti i fattori individuati hanno secondo le banche aderenti un impatto sulla cessione del credito alle PMI del Meridione, sebbene con diverse intensità. Tra questi fattori, alcuni risultano più rilevanti rispetto ad altri. In particolare, è possibile classificare tali fattori sulla base dei giudizi forniti dai sei istituiti bancari. Al fine di per poter estrapolare una classifica dei fattori a maggior impatto, si attribuisce maggior rilevanza a quegli elementi dove si ha la maggior percentuale di votazione al giudizio "molto". Successivamente, per quei fattori che presentano una percentuale uguale nella votazione "molto" si andrà a considerare come fattore più rilevante quello che presenta la maggior percentuale di votazione nel giudizio "abbastanza". Seguendo questo flusso di analisi dei risultati si ottiene al primo posto, come fattore più limitante nel finanziamento alle PMI del Meridione il rating. Difatti, il rating dal 67 per cento del campione è stato valutato molto importante come fattore di limitazione nella concessione di credito. Successivamente al rating si posiziona la poca trasparenza delle PMI nella diffusione delle informazioni, avendo infatti il 50 per cento del campione che ha valutato tale deficit molto importante. Al terzo posto si posiziona la storicità creditizia delle PMI, avendo solo il 33 per cento del campione che considera molto influente tale elemento nella decisione del finanziamento ma ben il 50 per cento che lo ritiene abbastanza importante in ambito di tale decisione. Al penultimo posto si ha la reputazione della governance, con il 33 per cento delle valutazioni sia nel giudizio molto, sia in quello abbastanza rilevante, per un totale di 66 per cento. Ed infine, si ha la dimensione delle PMI con solo un totale del 50 per cento, dato dal 33 per cento di valutazioni molto importanti e il 17 per cento che considerano la dimensione abbastanza impattante.

I risultati raccolti dall'indagine sono stati successivamente illustrati attraverso una rappresentazione grafica (fig.24). Si è utilizzato un diagramma cartesiano dove entrambi gli assi sono espressi in valori percentuali, che vanno dallo zero per cento al 100 per cento. Sull'asse delle ascisse vi è la valutazione "molto" e su quello delle ordinate la valutazione "abbastanza". Dunque, la posizione di ogni fattore è data dalle percentuali complessive di valutazione dei sei istituti bancari, sulla base delle sole due valutazioni "molto" e "abbastanza". La disposizione dei fattori nel seguente grafico andrà a rappresentare al meglio il loro diverso impatto sulla base

dell'analisi effettuata. In particolare, tanto più un elemento è posizionato a destra del grafico tanto più saranno le banche che hanno considerato quel fattore molto importante. Tanto più invece un elemento è posizionato a sinistra del grafico, tanto inferiori saranno nel complesso le banche che hanno valutato quel fattore molto impattante nella decisione di finanziamento. Inoltre, a parità di posizione dei fattori sull'asse delle ascisse, si considererà la loro posizione in relazione all'asse delle ordinate. Tanto più un fattore è in alto tanto più saranno gli istituti bancari che hanno considerato quel fattore abbastanza rilevante, tanto più invece il fattore è posizionato verso il basso tanto inferiori saranno gli istituti bancari che hanno considerato quell'elemento abbastanza importante.

Figura 24: I fattori intrinsechi delle PMI del Meridione e il loro impatto



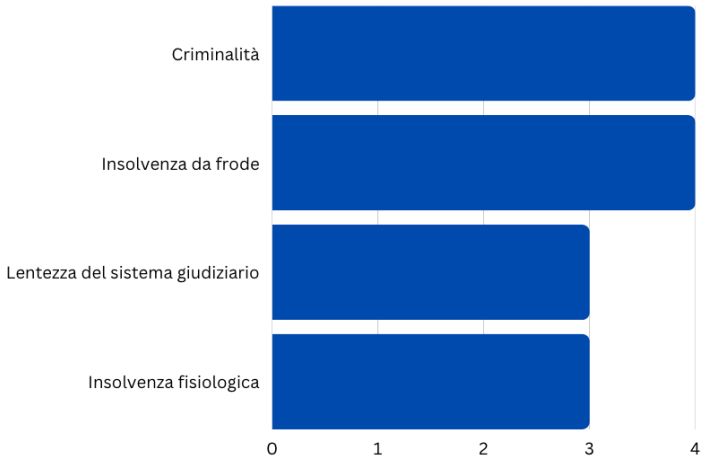
Fonte: Riproduzione personale, analisi risposte questionario somministrato a sei istituti bancari

4.1.2 Impatto dei fattori esterni che impattano la cessione di credito alle PMI del Meridione

La seconda fase dell'analisi empirica è volta a comprendere l'impatto dei fattori esterni nella concessione di credito alle PMI del Meridione. Attraverso la somministrazione del questionario introdotto in precedenza, sottoposto a sei istituti bancari operanti nel Sud Italia, si è proceduto all'individuazione di quattro fattori che manifestano un'incisiva influenza sulla limitazione della concessione alle PMI. Questi fattori, emersi da un'attenta revisione della letteratura, comprendono la problematica della criminalità nel tessuto meridionale più accentuata rispetto al settentrione, la lentezza del sistema giuridico, l'insorgere di situazione di insolvenza dovute a frodi e, infine, l'insolvenza fisiologica derivante da dinamiche economiche intrinseche.

L'analisi dei dati raccolti ha rivelato un notevole grado di convergenza tra le istituzioni bancarie partecipanti, indicando che due dei predetti fattori, ossia la criminalità e l'insolvenza da frode, siano ritenuti particolarmente rilevanti dal 67 per cento del campione considerato. Ciò può essere ulteriormente approfondito i quanto tali fattori possono essere interconnessi, esercitando un impatto sinergico sulle operazioni creditizie. Inoltre, è stato osservato che gli altri due fattori, ossia la lentezza del sistema giuridico e l'insolvenza fisiologica, sono stati valutati come altrettanto importanti dal 50 per cento del campione delle istituzioni bancarie partecipanti.

Figura 25: I fattori esterni che hanno maggior impatto nella concessione di credito alle PMI del Meridione

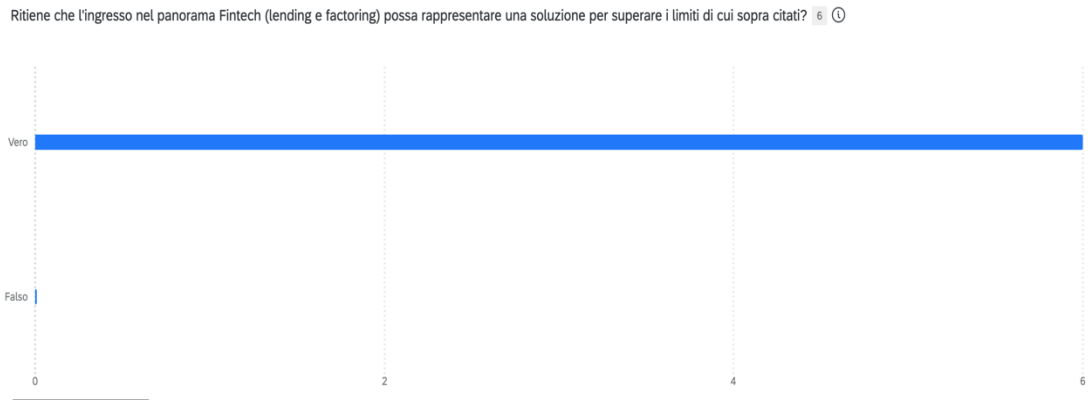


Fonte: Riproduzione personale, analisi risposte questionario somministrato a sei istituti bancari

4.1.3 Risposte univoche: il potenziale della collaborazione banca-fintech nel migliorare il finanziamento delle PMI del Meridione

Attraverso la somministrazione del questionario precedentemente introdotto ai sei istituti bancari operanti nelle regioni meridionali, è stato esplorato il tema della possibile collaborazione con le fintech al fine di affrontare e superare le problematiche precedentemente identificate, sia di natura interna che esterna. Il risultato emerso da questa indagine è stato straordinariamente univoco, poiché il campione nella sua totalità, ossia il 100 per cento, ha condiviso l'opinione secondo cui una sinergia tra le banche tradizionali e le fintech può costituire un'opportunità significativa per mitigare tali problematiche. Tale consenso unanime sottolinea la crescente consapevolezza delle istituzioni bancarie regionali riguardo al potenziale vantaggio che una collaborazione con le fintech potrebbe offrire nella gestione delle sfide interne ed esterne e nell'ottimizzazione delle loro operazioni nel contesto finanziario del Meridione.

Figura 26: Collaborazione banca-fintech per superare gli ostacoli del finanziamento alle PMI



Fonte: Riproduzione personale, analisi risposte questionario somministrato a sei istituti bancari

Dalla raccolta dati è inoltre emerso che le banche tradizionali possono trarre benefici da una collaborazione con le fintech per differenti motivi. In primo luogo, le istituzioni bancarie non hanno convenienza nell'erogare credito alle PMI, in quanto i costi marginali di istruttoria, erogazione e manutenzione del credito risultano svantaggiosi, in particolare per le operazioni di piccole dimensioni. Ciò induce le banche a valutare l'esternalizzazione dei processi di valutazione ed erogazione del finanziamento alle PMI alle fintech, svolgendo il ruolo di investitore professionale.

Altro vantaggio che le sei banche aderenti alla ricerca, ritengono di poter ottenere da tale collaborazione è l'accelerazione e la dematerializzazione dei processi operativi, che come illustrato più volte risultato molto rigidi e macchinosi per gli istituti bancari tradizionali.

Infine, il campione evidenzia come una partnership con le fintech possa generare ulteriori benefici in termini di marginalità operativa, grazie allo sviluppo e l'immissione sul mercato di nuovi prodotti finanziari.

4.2 Un caso pratico di collaborazione Banca-Fintech: Banca Popolare del Cassinate e Fx12

Alla luce di quanto esposto nei paragrafi precedenti, molte banche ritengono le collaborazioni con le fintech una potenziale soluzione alle problematiche di

finanziamento delle PMI del Meridione. Si vuole in questo paragrafo, analizzare un caso pratico di sinergia tra la Banca Popolare del Cassinate (BPC) e la fintech napoletana Fx12, per comprendere i vantaggi ottenuti da entrambe le parti e come insieme siano riuscite a "risolvere" la problematica evidenziata.

La Banca Popolare del Cassinate entra nel capitale della *fintech* Fx12 nel 2022. Tale partecipazione al capitale della fintech rappresenta per BPC parte di un più ampio progetto di innovazione finalizzato ad accelerare il percorso di espansione e dar corso ad un programma di dematerializzazione dei processi e di interpretazione del mercato della finanza digitale come soluzione non alternativa ai servizi tradizionali, ma con l'obiettivo di ampliare la gamma di servizi offerti ai propri clienti ed il proprio target di riferimento.
L'operazione riveste una rilevanza particolare sia dal punto di vista strategico, in quanto dimostra che è possibile apportare innovazioni, non solo di processo, tra una banca tradizionale ed una fintech, sia in termini di sviluppo territoriale, ma anche di prodotto. L'evoluzione in ambito finanziario, come rilevato dalle periodiche analisi sulla diffusione del fintech a livello nazionale, vede una forte polarizzazione nelle regioni settentrionali ed in Lombardia in particolare. La collaborazione tra BPC ed Fx12 consente di accrescere la qualità delle competenze generate grazie alla stretta collaborazione con il sistema universitario al fine di creare le condizioni per uno sviluppo per l'intero sistema economico centro-meridionale.

Per comprendere a pieno le sinergie ottenute da tale collaborazione sembra opportuno analizzare in primo luogo le due società singolarmente.

4.2.1 Profilo della Fintech: FX12

Fx12 è la prima startup interamente volta allo sviluppo del fintech nel Sud Italia. Tale startup nasce per colmare il *gap* derivante dalla ridotta applicazione del *factoring pro-soluto*, ponendosi come soluzione di finanziamento del capitale circolante. Il modello operativo di Fx12 viene definito "*collaborative fintech*" ovvero consiste nella gestione delle attività di *execution* con soluzioni, come l'impiego degli istituti di pagamento ed i veicoli di cartolarizzazione ex art.130/99,

che assolvono gli obblighi di compliance previsti dalla normativa nazionale. Fx12 offre soluzioni volte all'acquisto di fatture commerciali in modalità pro-soluto mediante un'unica piattaforma/*marketplace* IncassaOra®, sulla quale è possibile concludere operazioni di accelerazione dei pagamenti e vendita di crediti commerciali.

Fx12 ha definito la propria *mission*, incentrando il proprio impegno sullo sviluppo di soluzioni fintech in grado di rispondere alle esigenze delle piccole e medie imprese operanti in Italia meridionale, adoperandosi al contempo, per accrescere la diffusione delle innovazioni che stanno riguardando la finanza d'impresa e creare le condizioni esterne per un più efficace incontro tra domanda e offerta di capitali.

La strategia perseguita muove dall'identificazione del *target*, incentrato su aziende con elevato merito creditizio e probabilità di default (PD) estremamente basse, i cui debiti correnti costituiscono un'offerta di crediti altamente qualificata. Generando un'offerta di crediti di elevata qualità certi, liquidi ed esigibili alla scadenza, Fx12 punta, nel medio termine, a correggere il generico *gap* reputazionale delle regioni meridionali i cui dati macro indicano tempi di pagamento molto più lunghi della media nazionale e delle regioni settentrionali.

Lo sviluppo commerciale ha previsto un investimento dedicato alla creazione di una piattaforma basata su tecniche di linguaggio naturale, *natural language processing* (NLP), proprietarie, alimentate da un set di conoscenze sviluppate ad hoc sia per il *fintech* in generale che per gli specifici prodotti immessi sul mercato in particolare. La tecnologia di *processing* proprietaria è nata a seguito di un'analisi di *benchmark* dei principali concorrenti in Italia dalla quale è emersa la necessità di creare strumenti flessibili, con un *engagement* immediato, minimizzando il numero di passaggi per il *closing*, riducendo il percorso ai *click* strettamente necessari. Il motore sul quale è stato impostato il *marketplace*, si basa su un sistema che consente ai potenziali cedenti ed agli investitori preventivamente profilati di chiudere un *deal* in pochi minuti. La crescita dimensionale e lo sviluppo, avviene mediante la formalizzazione di accordi di *partnership* con professionisti e consulenti finanziari abilitati, con i quali si stipulano accordi di lungo termine. Le relazioni con gli investitori sono promosse sulla base di dati altamente attendibili e su stime della

domanda potenziale rilevata in base alla propensione allo smobilizzo dei crediti per dimensione aziendale, settore e geografia.

I servizi offerti da Fx12 sono tre e sono così denominati: Azure Finance, Blue Finance e Yellow Finance.

a) Per quanto riguarda Azure Finance si tratta di un acquisto crediti con modalità *pro-soluto* effettuate mediante l'acquisto di fatture non scadute, con fondi provenienti da investitori professionali: è un servizio rivolto alle imprese con fatturato superiore ai 5Mln di euro, ed agli operatori che fanno parte di filiere produttive e di erogazione di servizi. I soggetti interessati a questa forma di finanziamento del circolante sono sia i fornitori che intendono accelerare i tempi di incasso sia i clienti che possono avere necessità, in via temporanea o strutturale, di una rimodulazione dei tempi di pagamento. Azure Finance crea, quindi, pacchetti di crediti potenzialmente cedibili con un diverso livello di granularità, la procedura prevede la raccolta e la quantificazione delle manifestazioni d'interesse allo smobilizzo dei crediti vantati verso uno specifico *target* di aziende, caratterizzate da probabilità di *default* molto bassa.

b) Blue Finance consiste invece nell'acquisto di crediti con fondi reperiti all'interno della filiera e della governance, definiti *family and friends*: il processo prevede la creazione di *plafond* destinati all'acquisto pro-soluto di fatture emesse a favore di aziende disponibili ad adottare soluzioni di *supply chain finance*. Blue Finance valuta i flussi di cassa in una logica di rotatività, caratterizzando i portafogli creati in termini di valori minimi e massimi di crediti acquistabili, del rating medio, del settore e del livello di granularità. Il *fundrising* nell'ipotesi di anticipazioni di filiera viene effettuato nell'ambito di investitori privati che effettuano gli impieghi mediante l'istituto di pagamento di diritto francese Lemonway, di cui Fx12 è agente (registrato al Regafi). Per questo strumento, in coerenza con il contesto nel quale è stato progettato, il *target* dimensionale e settoriale non ha alcuna limitazione.

c) Infine, Yellow Finance favorisce l'anticipazione di crediti con fondi propri del debitore ceduto: consente alle aziende che hanno un *surplus* di cassa strutturale, ciclico o occasionale di effettuare impieghi di breve termine finanziando i propri fornitori o la propria filiera. L'anticipazione di crediti vantata verso sé stessi è un operazione *win win,* in quanto consente ai fornitori di ridurre l'esposizione verso il sistema bancario e di migliorare il proprio merito creditizio e al debitore di ottenere un rendimento incrementale che impatta direttamente sull'utile di gran lunga superiore ai tassi offerti per gli impieghi a breve termine del sistema realizzato grazie alla partnership con ConfeseFidi ed il calcolo automatizzato della *maturity* eseguito alla piattaforma ad ogni fattura immessa nel marketplace, Yellow Finance consente di negoziare il tasso di sconto per l'anticipazione.

Tabella 3:Quadro sinottico prodotti Fx12

	Azure Finance	**Blue Finance**	**Yellow Finance**
Originator	Rating minimo BB	A partire da euro 1Mln di stock di debito	No limits
Investitori	Investitore	Filiera/Governance	Self Funded
Procedura	Tramite intermediario vigilato	Tramite intermediario vigilato	Dirette
Start	Sollecitate dal Cedente	Operazioni sollecitate da originator	Operazioni sollecitate da originator
Definizione plafond	Investitore professionale	Leader della filiera/Governance	Debitore
Pricing	10% del rendimento delle operazioni	20% del rendimento delle operazioni	30% del rendimento delle operazioni

Fonte: Fx12

Oltre ai tre servizi standard, Fx12 partecipa allo sviluppo di piattaforme verticali dedicate a specifici settori, quali l'agricoltura per il quale ha creato la piattaforma interamente dedicata alla cessione di crediti (ww.redfinance.it) e *Joint Venture* con istituti bancari, investitori professionali e aziende di medie e grandi dimensioni.

Gli accordi vengono realizzati con tre diversi modelli di business.

a) Hand-in: soluzione con la quale Fx12 partecipa alla progettazione di prodotti nuovi, alla realizzazione di piattaforme e alla definizione di processi innovativi mediante coinvestimenti iniziali di tempo e risorse dedicate interamente allo *start-up* del progetto.
b) *Integrated partnership*: ipotesi che prevede un supporto alle attività di progettazione, alla costruzione e alla realizzazione di strumenti finanziari e piattaforme, facendosi carico degli oneri di manutenzione e *follow-up* progettuale e remunerando i servizi mediante *profit sharing*.
c) *Hand-out:* ovvero servizi di consulenza ed operatori che intendono lanciare propri strumenti finanziari o piattaforme dedicate alle innovazioni di processo, Fx12 fornisce, in questa ipotesi, un servizio di supporto mirato, accompagnando il cliente durante l'intero processo.

L'area di mercato individuata da Fx12 è stata definita sulla base della domanda di capitale circolante generata dalle dilazioni di pagamento concesse a debitori di alta qualità operanti nelle regioni meridionali. Tale quota di capitale circolante flottante è caratterizzata da un rischio percepito significativamente superiore a quello effettivo dall'assenza di un sistema di correzione scientifica di tale diffusa asimmetria informativa. Fx12 ha adottato e personalizzato il modello di valutazione MoreScore® realizzato da ModeFinance®, introducendo:

- In modo sistematico il calcolo del *Debt Service Cover ratio* (DSCR) secondo il duplice approccio.
- Un nuovo questionario qualitativo tarato sulle peculiarità delle MPMI meridionali
- Il processo di KYC mediante intervista WEB.

Tale approccio ha consentito di ridefinire la proposta rispetto sia alle consolidate strategie del factoring tradizionale sia delle proposte definite "Invoice Fintech". Questi tre soggetti si rifanno difatti a clienti diversi che presentano peculiarità e bisogni molto diversi.

a) I clienti del factoring tradizionali sono realtà di medie e piccole dimensioni, con un business solido e in crescita, caratterizzati da una buona cultura finanziaria. Tali società presentano debitori con elevato *standing* creditizio, e per far fronte alla loro posizione debitoria ricercano prodotti completi e una *partnership* duratura nel tempo.

b) I clienti dell'Invoice Trading sono invece caratterizzati da una struttura dimensionale più contenuta, vivono in genere una situazione di difficoltà di accesso a fonti di capitale circolante e non dispongono di una conoscenza specialistica in ambito finanziario. Tali soggetti assumono una posizione creditoria nei confronti di debitori con elevato standing creditizio, e ricercano strumenti finanziari alternativi a quelli tradizionali, anche non continuativi.

c) La fintech Fx12 non preclude l'accesso ai suoi servizi in base alle dimensioni aziendali, bensì punta a creare un miglioramento sistematico della situazione finanziaria nelle filiere, creando strumenti *ad hoc* per quest'ultime grazie ad un giusto *mix* di finanza tradizionale e digitale.

Analizzando il contesto competitivo nel quale Fx12 si trova, possono essere identificati cinque competitor diretti che però offrono servizi tra loro differenti. I principali competitor sono: FinDynamic, Fifty, Cashme, WorkInvoice e Incassa Subito. La tabella 4 riporta le principali differenze tra le società appena elencate ed Fx12, evidenziando i punti di forza di quest'ultima.

Tabella 4: Analisi competitiva con le piattaforme fintech

Piattaforma	Sconto dinamico	Investitori professionals	Investitori individuals	Condizioni di accesso
Incassa Ora®	✓	✓	✓	✓ Si escludono le sole aziende a rischio revocatoria ✓ Nessuna limitazione alle società di persone
FinDynamic	✓	✗	✗	✓ Piattaforma che prevede l'aggancio alla contabilità dell'azienda leader
FIFTY FINANCE BEYOND	✗	✗	✓	✓ Impostata al modello Confirming ✓ assistono solo aziende leader con fatturato da 25 milioni in poi
cashme GET PAID INSTANTLY	✗	✗	✓	✓ Acquistano fatture solo da società di capitali
WORKINVOICE.IT	✗	✗	✓	✓ Modello di rating analogo a quello adottato dal sistema bancario acquistano fatture solo da società di capitali
INCASSA SUBITO	✗	✗	✓	✓ Acquistano solo le fatture emesse da società di capitali assicurabili con Cofas

Fonte: Fx12

4.2.2 Profilo della Banca: Banca Popolare del Cassinate

La Banca Popolare del Cassinate è stata fondata nel 1955 sotto forma di cooperativa per azioni con l'obiettivo di contribuire alla ripresa della città di Cassino e della sua zona circostante dopo la Seconda guerra mondiale. Questa sfida rappresentava un futuro incerto e non garantito, pieno di incognite.

Sin dall'inizio, la Banca ha affrontato con efficienza e cautela le numerose incertezze e sfide che si presentavano. Da quel momento fino ad oggi, sono stati raggiunti importanti traguardi che hanno segnato il percorso della Banca come pietre miliari nella sua storia.

Oggi, con 25 filiali e il contributo prezioso di amministratori, dipendenti, soci e clienti, la Banca ha costruito un percorso ben definito. Pur preservando con attenzione la propria storia e tradizione, la Banca è molto attiva per ciò che riguarda l'innovazione. Sotto quest'ultimo aspetto, numerosi sono i cambiamenti effettuati dalla BPC durante gli ultimi anni in un contesto economico e sociale in continuo

mutamento. A sottolineare questa propensione verso l'innovazione della Banca, il presidente della BPC, Vincenzo Formisano, commenta:

"*Innovativi per tradizione. È un gioco di parole, quasi un claim che ben descrive lo stile della nostra banca che, nel tempo, è sempre rimasta legata alle sue radici: presenza sul territorio, vicinanza alle persone, presenza proattiva, che tiene conto degli aspetti non solo economici, ma anche sociali e culturali della vita di una comunità. Ma è proprio per questo spirito, che da sempre caratterizza le banche popolari in genere e la Banca popolare del Cassinate in particolare, che teniamo sempre alta attenzione sui temi della tecnologia e dell'innovazione: non ricerchiamo la tecnologia fine a sé stessa, ma la consideriamo uno strumento per la crescita. Per questo la nostra banca è sempre stata aperta alle novità e alle sinergie, perché sappiamo che solo attraverso collaborazioni ad ampio raggio le piccole realtà come la nostra possono essere competitive e al passo con i tempi, in grado di rispondere alle esigenze della clientela e degli stakeholder*".

Tra i vari cambiamenti ed innovazioni effettuate, la BPC evidenzia una trasformazione delle proprie filiali per soddisfare le nuove esigenze dei consumatori. Di fatti, le filiali ad oggi, rispetto al passato, presentano una serie di servizi e di soluzioni tecnologiche che rendono più semplice e gradevole ogni attività da compiere in banca. L'introduzione di ATM e aree *self* permettono al cliente di risparmiare tempo, di velocizzare e semplificare ogni operazione. La BPC garantisce, inoltre, alla propria clientela la massima sicurezza grazie all'installazione di sistemi di controllo totalmente reinventati rispetto alle tradizionali banche. Le filiali presentano infatti sportelli divisi l'uno dall'altro, e sistemi di cassa dotati dei più innovativi e funzionali impianti tecnologici che garantiscono la sicurezza del personale e dei clienti.

L'innovazione non è stata solo implementata nei canali fisici, bensì, nel 2019 la BPC ha introdotto una nuova piattaforma IO IN BANCA, segnando l'inizio ufficiale della banca online. Questa piattaforma ha rappresentato per la BPC uno strumento per ampliare la propria offerta con la possibilità di intercettare le esigenze

di una nuova importante fascia di clientela. Una piattaforma *online* ha consentito dunque ai clienti della BPC di poter aprire i propri conti direttamente online, senza doversi recare in filiale e sfruttando i vantaggi di internet: velocità, immediatezza e comodità. Come ogni piattaforma permette di eliminare limiti temporali e geografici, permettendo alle BCP di espandere la propria clientela in nuove regioni italiane, avendo così accesso a nuovi segmenti di mercato.

La BPC nel 2020, post pandemia, ha sviluppato prodotti innovativi specialmente ponendo attenzione al mondo degli acquisti *online* e dei pagamenti con carte di credito e di debito. La partnership con Nexi ha permesso di soddisfare le esigenze dei piccoli esercenti nel contesto dei pagamenti digitali.

Quanto esposto fin qui evidenzia come negli anni la Banca Popolare del Cassinate abbia seguito l'ondata di innovazione del settore bancario e non sorprende dunque che si sia affacciata con una concreta strategia di penetrazione al mondo fintech.

4.3 Risultati ed evidenze della collaborazione

Illustrati i profili delle due parti della collaborazione, Fx12 e Banca Popolare del Cassinate, si mira ora ad ottenere una visione approfondita dei benefici ottenuti da questa operazione e in particolar modo, comprendere i benefici per BPC in termini di inclusione finanziaria. Questa indagine ha comportato la realizzazione di interviste mirate, condotte sia con il presidente della BPC che con il fondatore e consigliere delegato di Fx12.

Dalle testimonianze dell'amministratore unico di Fx12, Rita Capitelli e del *Managing Partner* Pasquale Russiello che ha progettato gli strumenti finanziari tale collaborazione ha consentito di sperimentare numerose sinergie tangibili e creato vantaggi competitivi emergenti.

In primo luogo, in quanto start-up, Fx12 aveva necessità di una spinta finanziaria ai fini dello sviluppo del progetto imprenditoriale. Dunque, la partecipazione al

capitale da parte della BPC e la delibera di finanziamento per un valore pari a 5Mln è risultata vitale per il *go to market* del prodotto Azure Finance.

Il vantaggio ottenuto non è stato meramente finanziario, ma altri sono stati i benefici generati. Fx12, come sottolineato dal co-fondatore, nasce come una *fintech* collaborative; dunque, l'idea alla base è stata quella di collocarsi in un ambito in cui le banche tradizionali spesso faticano a raggiungere, allo scopo di stabilire partnership strategiche con tali istituti. Questa visione ha rappresentato un elemento chiave nella strategia di ingresso nel mercato dell'invoice trading dell'azienda fortemente incentrata sulla collaborazione con una banca tradizionale. Il team di Fx12 ha compreso fin dall'inizio l'importanza di fondare la propria presenza in un mercato caratterizzato da numerose barriere all'ingresso come quello finanziario e reso ancora più complesso dalla volontà di portare avanti operazioni di inclusione finanziaria, ovvero che consentissero di far accedere al credito aziende definite *unbanked.* Poter disporre di un *partner* strategico, come un istituto di credito tradizionale, è stata infatti considerata la principale leva per ampliare il proprio raggio d'azione e accedere a risorse e conoscenze complementari. Questa intuizione si è rilevata del tutto veritiera quando, dopo un anno e mezzo di collaborazione, Fx12 ha avuto l'opportunità di porre la propria tecnologia e le ricerche in materia contrattuale, al servizio di una solida istituzione bancaria con una esperienza risalente ed una presenza consolidata nel mercato finanziario. La collaborazione con BPC ha inoltre fornito a Fx12 un'opportunità irripetibile per confrontare il proprio metodo operativo con le prassi di una vera banca di territorio.

I vantaggi ottenuti da Fx12 sono evidenti, ma come tutte le collaborazioni anche BPC ha tratto alcuni benefici immediati e prospettici. Negli anni pregressi alla collaborazione la BPC aveva maturato un forte interesse nel contesto del mondo fintech, ma si è trovata di fronte a proposte *distruptive* non confacenti alla strategia di crescita sostenibile di una banca votata principalmente al proprio territorio di riferimento. Fx12, ha definito una proposta mettendo al servizio della banca le proprie conoscenze maturate in oltre due anni di indagini di mercato e tarando la proposta in modo coerente con le sane e non speculative politiche di impiego, andando quindi a rispondere a specifiche esigenze latenti di BPC. Inoltre, in linea

con la visione del presidente Formisano, questa partnership ha creato un notevole valore aggiunto per l'istituzione bancaria, rafforzando il suo ruolo nella comunità e promuovendo la responsabilità sociale di impresa. Il valore aggiunto non si limita meramente ad un valore economico, la partnership ha anche contribuito in modo significativo all'obiettivo di inclusione finanziaria. Difatti, il meccanismo alla base della piattaforma IncassaOra® permette di valutare in modo istantaneo il debitore ceduto piuttosto che il cedente, consentendo di superare gli ostacoli tradizionali e fornendo servizio ad un pubblico più ampio.

Il target di riferimento di Fx12 è rappresentato al 100% da micro, piccole e medie imprese, di cui il 50% rientra tra quelle con *rating* tra B e C, dunque soggetti difficilmente bancabili; ed è proprio da questi parametri che si comprende il concetto di inclusione finanziaria attraverso un attore fintech.

Il presidente evidenzia inoltre lo stato embrionale di Fx12 e di come in futuro questa piattaforma possa svolgere in maniera ancora più veloce con la possibilità di accogliere un maggiore bacino di clienti ritenuti "deboli" da un punto di vista bancario.

BPC ha inoltre visto questa partnership come una possibilità di condivisione di know-how differente. Difatti, BPC ha potuto accedere a competenze specializzate nel campo delle tecnologie finanziarie grazie alla collaborazione con Fx12. Mentre la banca eccelle nell'intermediazione del credito a livello territoriale e locale, Fx12 ha fornito competenze avanzate nell'ambito delle soluzioni fintech, permettendo alla banca di offrire servizi innovativi ai propri clienti senza dover sviluppare tali competenze internamente.

La BPC, in qualità di operatore del credito in ambito territoriale, ha riconosciuto i vantaggi dell'esternalizzazione e della collaborazione con altri attori. Questo approccio ha consentito alla banca di mantenere la sua dimensione competitiva nel mercato finanziario senza dover affrontare alcun costo di struttura.

Altro aspetto fondamentale nella decisione di formalizzare una partnership societaria è stato il fattore tempo. Il presidente, come detto in precedenza, aveva un'esigenza latente di entrare nel panorama fintech, ma comprendeva la difficoltà in termini economici e anche tempistici di uno sviluppo interno. Difatti, la possibilità di sviluppare internamente delle conoscenze e modificare l'assetto

organizzativo avrebbe implicato tempistiche molto dilatate. La decisione di una collaborazione è frutto anche dell'opportunità di dare un impulso immediato alla strategia e partecipare in modo diretto al cambiamento del mercato e delle esigenze dei consumatori senza incidere sulla propria struttura organizzativa. Dunque, tale collaborazione ha permesso a BPC di immettere sul mercato un prodotto innovativo in tempi ridotti, creando un vantaggio competitivo agevolmente scalabile.

In base alle affermazioni del Presidente Vincenzo Formisano, è evidente che la partnership con Fx12 ha comportato benefici reciproci, dando seguito all'aspettativa della Banca Popolare del Cassinate di entrare nel settore fintech, con la consapevolezza delle difficoltà intrinseche nello sviluppo interno delle competenze necessarie per affrontare il nuovo paradigma tecnologico nel settore finanziario. La collaborazione ha consentito, infatti, di affrontare in maniera efficiente costi potenzialmente più onerosi associati a un'internalizzazione delle competenze.

Di seguito, la Tabella 5 presenta in modo schematico le differenze tra una strategia di internalizzazione e una di esternalizzazione per l'ingresso nel mondo fintech, confronto che la BPC si è trovata ad affrontare nella sua decisione strategica.

Tabella 5: Scelta strategica per BPC tra internalizzazione ed esternalizzazione nel panorama fintech

	INTERNALIZZAZIONE	ESTERNALIZZAZIONE
STRUTTURA COSTI	Elevati	Ridotti
TEMPISTICHE	Dilatate	Esigue
RIORGANIZZAZIONE AZIENDALE	Importante	Nessuna
KNOW-HOW	Formazioni e ricerca di risorse	Già in possesso

Fonte: Rielaborazione personale, intervista Presidente V. Formisano

Sulla base delle testimonianze fornite dai rappresentanti di entrambe le parti coinvolte nella collaborazione, R. Capitelli, P. Russiello e V. Formisano, emergono chiare evidenze. È innegabile che questa partnership rappresenti una soluzione efficace per cogliere al meglio le opportunità offerte da nuovi segmenti di domanda, adottando un approccio gestionale complementare. In particolare, Fx12 si configura come una risposta alle sfide che la BPC aveva deciso di affrontare per entrare nel complesso mondo delle tecnologie finanziarie. Allo stesso tempo, BPC si configura a Fx12 come un socio che grazie alla dotazione finanziaria a titolo di *equity* e di debito ha permesso alla start-up di decollare.

Questa collaborazione rappresenta, in molti aspetti, un incastro ideale tra due realtà evidentemente sinergiche. BPC solido pilastro attivo da oltre mezzo secolo nel settore bancario, con una reputazione consolidata e una profonda conoscenza delle dinamiche del settore.

Fx12, nata come realtà focalizzata sul mercato meridionale volta a colmare una lacuna evidente nel sistema bancario: sostenere le imprese più deboli che non

avevano accesso al credito tradizionale, puntando sul concetto della ‘’*contaminazione del rating*’’. L’azienda aveva una solida base di conoscenze nell’ambito regolamentare e tecnologico ma, come spesso accade con le start-up, aveva bisogno di risorse finanziarie per trasformare il know-how in un processo funzionante e di uno “sponsor” autorevole del settore per accedere al mondo della finanzia d’impresa.

In sintesi, la BPC e Fx12 rappresentano due facce complementari della stessa medaglia. La tabella 6 rappresenta in modo schematico i punti di forza e di debolezza rispettivamente di BPC e di Fx12, facendo emergere questa complementarità.

Tabella 6: Comparazione punti di forza e di debolezza di BPC e di Fx12

	BPC	FX12
Disponibilità finanziaria	✔	✘
Reputazione nel settore	✔	✘
Conoscenza approfondita del settore	✔	✘
Know-how tecnologico finanziario	✘	✔
Servizi per soggetti non bancabili	✘	✔

Fonte: Rielaborazione personale, intervista Presidente della BPC V. Formisano e fondatore di Fx12 P. Russi

CONCLUSIONI

Alla luce di quanto esaminato nel seguente lavoro, emerge con assoluta evidenza come la rivoluzione digitale abbia prodotto una serie di mutamenti profondi all'interno del panorama bancario globale. Questa metamorfosi ha creato un fertile terreno di opportunità per l'emergere di nuovi protagonisti, le fintech, che inizialmente potevano essere come potenziali concorrenti delle istituzioni bancarie tradizionali. Tuttavia, nel corso del tempo, le banche hanno progressivamente riconosciuto il valore e il potenziale intrinseco delle fintech come partner strategici, piuttosto che come minacce dirette al loro *status quo*.

Si è analizzato in particolare il tema della collaborazione tra banche e fintech specializzate nell'Invoice Trading come risposta alle sfide connesse all'inclusione finanziaria delle piccole e medie imprese (PMI) del Meridione d'Italia.

Attraverso l'analisi dei risultati dei questionari somministrati a sei istituti di credito tradizionali, è emerso un quadro di consapevolezza crescente riguardo alle difficoltà che le PMI del Sud Italia affrontano nell'ottenere finanziamenti. Le risposte raccolte hanno messo in evidenza i principali ostacoli, sia di natura interna che esterna, che ostacolano il finanziamento di queste imprese. Tra questi, spiccano il rating delle PMI meridionali, che spesso non soddisfano i rigorosi requisiti delle banche, e la scarsa trasparenza informativa, che contribuisce ad accentuare l'asimmetria informativa, generando inefficienza nel mercato bancario. In risposta a queste sfide, è emersa una soluzione comune e unanime tra le banche intervistate: la collaborazione con il panorama fintech. Dal punto di vista dei fattori esterni che limitano il finanziamento alle PMI meridionali, spiccano il tasso di criminalità e l'insolenza da frode, molto più frequenti nel tessuto del Sud Italia rispetto a quello Centro-settentrionale.

In coerenza con quanto esposto è stato analizzato un caso di studio significativo, ovvero alla partnership tra la Banca Popolare del Cassinate e la fintech specializzata nell'Invoice Trading, Fx12. Attraverso le testimonianze del presidente della BPC e del fondatore di Fx12, sono emerse in modo chiaro le sinergie e i benefici derivanti da questa collaborazione.

È importante sottolineare come questa partnership abbia sprigionato un potenziale inespresso, mediante un'operatività sinergica e complementare. Fx12, nonostante fosse ancora in una fase embrionale come fintech, ha tratto vantaggio dalla forza finanziaria di BPC, accelerando così il proprio sviluppo. I benefici ottenuti da Fx12 non si sono limitati all'aspetto economico, ma hanno coinvolto anche la reputazione e le competenze nel settore finanziario.

Dall'altro lato, la Banca Popolare del Cassinate, con una solida base di conoscenze nel settore del credito, ha intrapreso un percorso di innovazione che prevedeva l'ingresso nel panorama fintech. Tuttavia, si è resa conto delle sfide legate agli oneri e ai tempi prolungati necessari per sviluppare internamente tali competenze nell'ambito fintech. Di conseguenza, la collaborazione con Fx12 è emersa come una soluzione rapida ed efficace. Grazie a questa partnership, BPC ha potuto appropriarsi delle competenze tecnologiche e dei risultati delle prolungate ricerche sulla composizione ed evoluzione domanda, consentendole di immettere rapidamente sul mercato prodotti e servizi innovativi.

Questa collaborazione ha consentito a BPC di contribuire ad arginare i limiti dell'accesso al credito delle PMI del Meridione favorendo l'inclusione finanziaria grazie a un modello flessibile come quello delle fintech ed offrendo prodotti digitali, caratterizzati da velocità e flessibilità. La Banca Popolare del Cassinate ha così potuto soddisfare le esigenze di una clientela bancariamente considerata "debole".

In sintesi, la Banca Popolare del Cassinate e Fx12 rappresentano due facce complementari della stessa medaglia, dimostrando che la collaborazione tra banche tradizionali e fintech può essere un approccio altamente efficace per penetrare nuovi mercati e affrontare le sfide dell'inclusione finanziaria. Le banche tradizionali, abbracciando l'innovazione fintech, possono offrire servizi finanziari più accessibili a una clientela precedentemente esclusa, contribuendo così alla crescita economica e allo sviluppo delle regioni meridionali d'Italia. Questa collaborazione rappresenta un passo significativo verso un futuro finanziario più inclusivo ed equo.

BIBLIOGRAFIA

- Hsbc; Human Advantage: The Power of People; 2018
- Galazova, S.S., and Magomaeva, L.R.; The Transformation of Traditional Banking Activity in Digital; International Journal of Economics and Business Administration, Volume VII, pp. 41-51; 2019
- *Finnovate; Neo-Banks: Performance and New Ideas; 2018*
- *Statista; FinTech-In-Deep Market Insights & Data Analysis; 2022*
- Statista; Neobanking; 2023
- Boško Mekinjić; The impact of industry 4.0 on the transformation of the banking sector; Journal of Contemporary Economics; 2019
- Culot G., Nassimbeni G., Orzes G., Sartor M.; Behind the definition of Industry 4.0: Analysis and open questions; International Journal of Production Economics; 2020
- Sudip Misra, Chandana Roy, Anandarup Mukherjee; Introduction to Industrial Internet of Things and Industry 4.0; 2021
- Machkour B., Abriane A.; Industry 4.0 and its Implications for the Financial Sector; ScienceDirect; 2020
- Trang Doan Do, Ha An Thi Pham, Eleftherios I., Hoang An Le; The Impact of Digital Transformation on Performance: Evidence from Vietnamese Commercial Bnaks; Journal of Risk and Finance Management; 2021
- Erlebach J. , Pauly M. , Du Croo De Jongh L. , Strauß M.; The Sun Is Setting on Traditional Banking; BCG; 2020
- Zachariadis; Open Banking as a catalyst for industry transformation: lessons learned from implementing PSD2 in Europe; 2021
- Scholz P.; Robo-advisory Investing in the Digital Age; 2020
- Magnani M.; Making the global economy work for everyone; 2020
- Martinetti A., Croce M., Banca 4.0 e Fintech; 2023
- Dhar V.; Sundararajan A.; Information Technologies in Business, A Blueprint for Education and Research; Information System Research; 2007
- Devie M.; The Financial Services Guide to Fintech: Driving Banking Innovation Through Effective Partnerships, 2020

- Statista; FinTech Trans 2022- A Statista Dossierplus on the evolving landscape of financial technology; 2022
- Statista; FinTech-In-depth Market Insight & Data Analysis; 2022
- Polito E.; La “platformization”, nuovo modello di generazione di valore; il Sole 24 Ore, 2022
- Lenoci F., Macchiavello E., Mattasoglio F., Panisi F.; Marketplace lending; CONSOB; 2019
- J. Christina Wang; Technology, the Nature of Information, and FinTech Marketplace Lending; Federal Reserve Bank of Boston; 2018
- Karen G. Mills; Fintech, small business & the American dream: How Technology Is Transforming Lending and Shaping a New Era of Small Business Opportunity; 2019
- Malekipirbazari M., Akasakalli V.; Risk assessment in social lending via random forecast; Elsevier; 2015
- Statista; Fintech: Market Data Analysis & Forecast; 2023
- Ghezzi A., Rwnga F., Balocco R.; P.Mobile payment applications:Offer state of the art in Italian market; 2010
- Faini R., Galli G., Giannini C.; Finance and development: the case of Southern Italy; CEPR Discussion Paper; 1992
- Cannari L., Panetta F.; Il sistema finanziario e il Mezzogiorno. Squilibri strutturali e divari finanziari; Cacucci; 2006
- Statista Research Department; Alternative finance: market volume in Italy 2015-2017 by platform; 2020
- Osservatori Entrepreneurship & Finance, Quaderno di Ricerca del Politecnico di Milano; La Finanza Alternativa per le PMI in Italia; 2020
- Kang J.; Mobile payment in Fintech environment: Tends, security challenges, and services; 2018
- OECD; Financing SMEs and entrepreneurs; 2017

SITOGRAFIA

- Il sole 24 ore; Robo-Advisors: la svolta democratica delle boutiques della finanza; 2022 https://www.ilsole24ore.com/art/robo-advisors-svolta-democratica-boutiques-finanza-AEsZyOXB
- Caratelli M., Gianotti C., Linciano N.; Valore della consulenza finanziaria e robo advice nella percezione degli investitori; Consob, 2019 https://www.consob.it/web/area-pubblica/ft6
- Banca d'Italia; Indagine Fintech nel sistema finanziario italiano; 2021 https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-fintech/2021/2021-FINTECH-INDAGINE.pdf
- La Stampa; Banche, Bain: clienti più digitali e multibancarizzati, cambiare modello di interazione; 2023 https://finanza.lastampa.it/News/2023/05/23/banche-bain-clienti-piu-digitali-e-multi-bancarizzati-cambiare-modello-di-interazione/MTIxXzIwMjMtMDUtMjNfVExC
- Barquin S., Vinayak HV.; Building a digital-banking business; McKinsey & Company; 2016 https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/building-a-digital-banking-business
- Wladen S., Strohm M.; What Is A Neobank?; Forbes; 2021 https://www.forbes.com/advisor/banking/what-is-a-neobank/
- Temelkov Z; Differences between traditional bank model and fintech based digital bank and neobank models; Socio Brains; 2020 http://eprints.ugd.edu.mk/27605/1/2._Zoran_Temelkov.pdf
- KPMG, L'evoluzione del settore dei servizi finanziari, 2019 https://kpmg.com/it/it/home/insights/2019/01/fintech.html
- Schena C., Tanda A. Potenza G.; Lo sviluppo del FinTech; Consob; 2018, https://www.consob.it/documents/1912911/1933915/FinTech_1.pdf/42eee8c7-a508-ba12-d363-d03a2d9f2000
- Deloitte, Digital Banking Maturity, 2020 - https://www2.deloitte.com/it/it/pages/financial-services/articles/digital-banking-maturity---deloitte-italy---financial-services.html

- KPMG, Evoluzione dei modelli distributive bancari, 2021- https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/it/pdf/2021/03/KPMG_Modelli-distributivi-bancari-post-COVID.pdf
- Graziani A.;Banche in dieci anni tagliate 11.500 filiali. Ma JP Morgan le apre; il Sole 24 ore; 2019 https://www.ilsole24ore.com/art/banche-dieci-anni-tagliate-11500-filiali-ma-jp-morgan-apre-AC2RwXi
- KPMG; PSD2: a game changer?; 2018 https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/it/pdf/2018/09/Direttiva-PSD2-a-game-changer.pdf
- European Central Bank;The revised Payment Services Directive (PSD2) and the transition to stronger payment; 2018 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32015L2366
- Banca D'Italia; PSD2 e Open Banking: nuovi modelli di business e rischi emergenti; 2021 https://www.bancaditalia.it/compiti/vigilanza/analisi-sistema/approfondimenti-banche-int/2021-PSD2-Open-Banking.pdf
- Pellitteri R., Parrini R., Cafarotti C., De Vendictis B.; L'Open Banking nel sistema dei pagamenti: evoluzione infrastrutturale, innovazione e sicurezza, prassi di vigilanza e sorveglianza; Banca d'Italia; 2023 https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/mercati-infrastrutture-e-sistemi-di-pagamento/questioni-istituzionali/2023-031/N.31-MISP.pdf
- Pwc; Robo-advisory Human Advisory; 2015 https://www.pwc.com/it/it/industries/asset-management/assets/docs/robo-advisory.pdf
- Caratelli M., Giannotti C., Linciano N., Soccorso P.; Valore della consulenza finanziaria e robo advice nella percezione degli investitori; Consob; 2019 - https://www.consob.it/web/area-pubblica/ft6
- McKinsey; Making customer experience transformations pay off in banking; 2023 https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/banking-matters/making-customer-experience-transformations-pay-off-in-banking
- Deloitte; The hyper-personalisation imperative; 2020 https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/financial-services/deloitte-uk-hp-the-future-of-retail-banking-1.pdf

- Financial Stability Board; Financial Stability Implications from FinTech; 2017 https://www.fsb.org/wp-content/uploads/R270617.pdf
- Banca d'Italia; Fintech: Ruolo dell'Autorità di Vigilanza in un mercato che cambia; 2019 https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/interventi-vari/int-var-2019/barbagallo-08.02.2019.pdf
- Dell'Olio L.; Le banche sulle 'nuvole', con il cloud vola la crescita; la Repubblica; 2022 *https://www.repubblica.it/dossier/economia/top-story/2022/04/04/news/le_banche_sulle_nuvole_con_il_cloud_vola_la_crescita-344090240/*
- IOSCO; IOSCO Research Report on Financial Technologies (Fintech); 2017 https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD554.pdf
- Cardillo S., Ilari A., Magri S., Meucci G., Moscatelli M., Ruzzi D.; Le piattaforme Fintech di prestito e di raccolta di finanziamenti nel mondo e in Italia; Banca d'Italia; 2022 https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2022-0702/QEF_702_22.pdf
- Borsa Italiana; Peer to Peer Lending (P2P Lending): cos'è e come funziona; 2022 https://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-la-lente/p2plending-224.htm#:~:text=%22Il%20social%20lending%20(o%20lending,o%20per%20finanziare%20un%20progetto%22.
- P.Sol.; L'invoice trading continua a crescere supportando le Pmi: come sostenerlo?; Il Sole 24 Ore; 2023 https://www.ilsole24ore.com/art/l-invoice-trading-continua-crescere-supportando-pmi-come-sostenerlo-AEOeRVwC
- CONSOB; Crowdfunding https://www.consob.it/web/investor-education/crowdfunding#c1
- Gancz A., Halder D., Partelow P., Bull T., Elison S.; How the rise of PayTech is reshaping the payment landscape; 2022
- Mobile Payments market size & share analysis – Growth Trends & Forecast; Mordor Intelligence; 2023 https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/mobile-payment-market
- Banca d'Italia; Indagine FinTech nel sistema finanziario italiano; 2021 https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-fintech/2021/2021-FINTECH-INDAGINE.pdf

- Commissione europea; Payment Service Directive: frequently asked questions; 2018 https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/MEMO_15_5793
- Pwc; Fintech Series: Buy Now Pay Later; 2023 https://www.pwc.com/m1/en/media-centre/articles/fintech-series-buy-now-pay-later.html
- KPMG; L'evoluzione del credito dalla finanza innovativa al Crowdinvesting; 2017 https://www.confindustriavarese.it/web_v4/site.nsf/dx/colia-kpmg.pdf/$file/colia-kpmg.pdf
- Borsa Italiana; La riserva frazionaria; 2013 - https://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-la-lente/lariservafrazionaria135.htm
- Associazione italiana per il Factoring; Evoluzione e prospettive del factoring nell'era del FinTech; 2019 https://www.assifact.it/wp-content/uploads/2019/05/FactoringFintech_Gen2019_Protetto2-.pdf
- Confindustria, Definizione di Micro, Piccola e Media impresa https://www.confindustria.verona.it/gate/contents/documento?openform&id=DCB031A52D60FEBCC1258107002D1E58
- Il Sole 24 Ore; Pmi, quanto conta in Italia il 92% delle aziende attive sul territorio?; 2019 https://www.infodata.ilsole24ore.com/2019/07/10/40229/?refresh_ce=1
- Treccani; Credit Crunch https://www.treccani.it/enciclopedia/credit-crunch_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/
- Banca d'Italia; Il divario Nord-Sud: sviluppo economico e intervento pubblico; 2022 https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/collana-seminari-convegni/2022-0025/n-25_mezzogiorno.pdf
- Banca D'Italia, I crediti deteriorati (Non Performing Loans-NPLs) del sistema bancario italiano; https://www.bancaditalia.it/media/views/2017/npl/
- 1 ITALIAFINTECH; Invoice trading in Italia: analisi, opportunità e proposte; 2023; https://www.italiafintech.org/wp-content/uploads/2023/02/POSITION-PAPER-INVOICE-TRADING_rev4.pdf
- Ernest & Young; L'ecosistema italiano del fintech evolve tra collaborazioni e respiro internazionale; 2023; https://www.ey.com/it_it/news/2023-press-releases/01/ecosistema-italiano-del-fintech-evolve

Indice delle Figure

Figura 1:Numero di sportelli in Italia 10
Figura 2:Fattori principali che spingono gli utenti a preferire le banche digitali 11
Figura 3: Flussi di cassa generati dai progetti di open banking (euro).....14
Figura 4: Percezione dei clienti bancari sulla personalizzazione dei servizi/prodotti bancari 20
Figura 5: Numero di start-up Fintech a livello globale dal 2018 al 2023, per regione....26
Figura 6: Circolo virtuoso delle piattaforme digitali 30
Figura 7: Modelli di business delle piattaforme di social lending.....35
Figura 8: Volumi di invoice trading nei paesi europei (in milioni di dollari) 37
Figura 9: Concentrazione del mercato mobile payments 40
Figura 10: Processo delle piattaforme buy now pay later 41
Figura 11: PMI in Europa che hanno subito il credit crunch nell'ambito del prestito bancario 45
Figura 12: PMI in Europa che hanno subito il credit crunch nell'ambito delle linee di credito 46
Figura 13: Tassi di interesse sui prestiti concessi alle PMI 47
Figura 14: Numero di addetti per dimensione delle imprese.....48
Figura 15: Indicatori di struttura finanziaria Mezzogiorno e Centro Sud 51
Figura 16: Qualità del credito Mezzogiorno e Centro Nord.....52
Figura 17:Fonte alternative al sistema bancario in Italia (2015-2017).....54
Figura 18: I principali driver che spingono le fintech ad una collaborazione 56
Figura 19: Impatto della dimensione delle PMI sulla concessione di credito 59
Figura 20:Impatto del rating delle PMI sulla concessione di credito 60
Figura 21: Impatto della storicità creditizia delle PMI sulla concessione di credito.....61
Figura 22: Impatto della poca trasparenza delle PMI sulla concessione di credito.....62
Figura 23:Impatto della reputazione della governance delle PMI sulla concessione di credito 62
Figura 24: I fattori intrinsechi delle PMI del Meridione e il loro impatto.....64
Figura 25: I fattori esterni che hanno maggior impatto nella concessione di credito alle PMI del Meridione.....66

Figura 26: Collaborazione banca-fintech per superare gli ostacoli del finanziamento alle PMI 67

Indice delle Tabelle

Tabella 1: Robo-advisor vs. gestione patrimoniale tradizionale 17
Tabella 2: Parametri dimensionali delle PMI 44
Tabella 3:Quadro sinottico prodotti Fx12 71
Tabella 4: Analisi competitiva con le piattaforme fintech 74
Tabella 5: Scelta strategica per BPC tra internalizzazione ed esternalizzazione nel panorama fintech 80
Tabella 6: Comparazione punti di forza e di debolezza di BPC e di Fx12.....81