



RIVOLUZIONE NEL MONDO BANCARIO

TUTTI POSSONO ESSERE BANCA COL BANKING AS A SERVICE

Le nuove esigenze dei consumatori richiedono un livello più elevato di personalizzazione dei servizi digitali nonché un'immediata fruibilità degli stessi

DI GESSICA VALSECCHI

Il Covid ha accelerato i processi di digitalizzazione incrementando l'utilizzo di questi servizi non solo da parte dei consumatori, soprattutto delle fasce di età più avanzate, bensì anche da parte di istituzioni e imprese.

L'avvento della trasformazione digitale è stato favorito dall'introduzione della normativa europea sui servizi di pagamento Psd2. In questo modo l'ecosistema finanziario si è popolato di nuovi player, sia tradizionali che innovativi, in grado di offrire una gamma di servizi e prodotti finanziari digitali rispondenti ai nuovi bisogni dei consumatori. Il motivo è semplice: i dati sui



**EMBEDDED
FINANCE**

L'INTEGRAZIONE NEI
SERVIZI DI VENDITA
ANCHE DI SERVIZI
FINANZIARI

movimenti bancari e quindi sulla redditività dei consumatori sono, attraverso le regole di Psd2, disponibili e processabili col consenso del destinatario dei nuovi servizi bancari.

La nascita della finanza integrata. In questo contesto si è diffuso il fenomeno della finanza integrata (cd. Embedded Finance) ossia l'integrazione senza soluzione di continuità nei servizi di vendita anche di servizi finanziari, che normalmente sono erogati dalle banche. Se fino a pochi anni fa tali servizi erano offerti nell'ambito del tradizionale business bancario, con l'Embedded

Con il Banking-as-a-service (BaaS) le aziende non finanziarie hanno la possibilità di agire come “banche digitali” proponendo servizi finanziari marchiati con il proprio brand

Finance gli utenti possono accedere direttamente a servizi finanziari nel luogo e nel momento in cui ne hanno bisogno, relazionandosi con un minor numero di attori in ottica one stop shop. In tal senso le banche tradizionali si stanno trovando dinnanzi ad un contesto competitivo molto più complesso che impone di affrontare la decisione dell'assecondare le necessità dei clienti rinnovando la propria offerta o perderli definitivamente a favore dei nuovi e più agguerriti player. Si parla infatti ormai di customer-centricity; i clienti vogliono percepire di avere il controllo dei servizi finanziari accedendo alle risorse finanziarie in base alle loro esigenze, in qualsiasi momento, ovunque, e su qualsiasi dispositivo.

L'Embedded Finance si concretizza nel modello denominato Banking-as-a-service (BaaS) con il quale le aziende che non operano nel mercato dei servizi finanziari hanno la possibilità di agire come “banche digitali”, appoggiandosi a un istituto dotato di regolare licenza bancaria, attraverso il quale proporre servizi e prodotti finanziari marchiati però con il proprio brand (le famose esperienze “seamless”). L'impresa che usufruisce del BaaS potrà quindi collocare conti correnti, carte di pagamento personalizzate, prestiti al consumo nonché soluzioni di split pay (pagamento a rate degli acquisti) white label usufruendo anche della piattaforma Know Your Customer - KYC dell'intermediario utilizzato per procedere all'identificazione digitale dei fruitori. Si tratta di un'opportunità sia per le banche, sia per le imprese, oltre che, ovviamente, per i consumatori. Non solo per gli istituti tradizionali che avendo accesso ad una nuova linea di business possono generare nuove fonti di ricavi, ma anche e soprattutto per soggetti non regolamentati che, non essendo banca, non avrebbero modo di intraprendere questo business finanziario. In questo modo le aziende possono espan-



PSD2
LA DIRETTIVA
EUROPEA SUI SERVIZI
DI PAGAMENTO
DIGITALI

dere l'offerta diversificando il proprio business e valorizzando il patrimonio della clientela acquisendo importanti informazioni sulle loro abitudini di spesa per procedere allo sviluppo di servizi più customizzati e senza essere gravate dagli obblighi normativi delle banche.

Un caso concreto. Uno dei first mover nel mondo del BaaS è stata Solarisbank, un'azienda dotata di licenza bancaria tedesca che mette a disposizione la propria infrastruttura tecnologica alle imprese che intendono lanciarsi nel mercato dei prodotti finanziari. Tale piattaforma è basata sul cloud ed è di semplice e immediata integrazione tramite interfaccia Api. Uno dei primi utilizzatori è stata Auto1 (operante in Italia coi marchi “Autohero” e “NoiCompriamoAuto.it”); la medesima direttamente sul proprio sito offre finanziamenti per l'acquisto di automobili dei quali si assume essa stessa il rischio di credito. Come? Solarisbank eroga il credito (non potrebbe essere altrimenti, l'attività bancaria è riservata ad operatori dotati di licenza) però secondo le regole di appetito al rischio stabilite dalla stessa Auto1; quest'ultima si impegna, una volta erogato il credito da Solaris, ad acquistarlo dalla banca al netto di commissioni che remunerano il servizio di BaaS. ❶

Commercialista e advisor in corporate finance

Gessica Valsecchi è un'analista finanziaria, consulente e advisor in materia di corporate finance. Laureata in Management presso l'università di Brescia si occupa di analisi e pianificazione finanziaria nonché di assistenza a studi legali in tema di contenzioso bancario. Autrice di vari papers in tema di FinTech,



materie bancarie e coautrice del libro della collana inFinance Keep It Simple! dal titolo “Quanto e Quale Debito - Le regole del passivo e la gestione della leva finanziaria”. Dottoressa Commercialista in Brescia collabora con inFinance come esperta in progetti di formazione digitale nei quali ha sviluppato competenze in tema di coordinamento di team di progetto.