

# Affari&Finanza

## Le app

L'alleanza tra old economy e Fintech un'insidia per il mestiere delle banche  
**CARLOTTA SCOZZARI** → pagina 20

1 Sui siti di e-commerce di largo consumo sono presenti ormai vari servizi di pagamento

## L'opinione



Tim, Calzedonia, Decathlon e Azimut sono solo alcuni esempi di aziende che hanno integrato nella loro offerta pagamenti rateali, polizze assicurative e altri prodotti finanziari

## Società & mercati

### Il fenomeno "embedded finance"

# L'alleanza tra old economy e Fintech insidia le banche

**CARLOTTA SCOZZARI**

Le industrie tradizionali adottano sempre più nei loro sistemi di vendita delle applicazioni che permettono pagamenti rateali e altri servizi finanziari. E così intaccano il business di istituti di credito e assicurazioni

**D**a qualche mese, Tim, nei suoi negozi, non vende soltanto cellulari e contratti telefonici ma offre ai clienti anche finanziamenti e prodotti assicurativi, attraverso la società Timfin, nata da una collaborazione con la spagnola Santander Consumer Bank. Da giugno, per pagare il carburante ai distributori di benzina Q8, grazie all'accordo siglato con Fabrick, si può utilizzare un metodo alternativo alla moneta elettronica basato sulla ricarica del proprio portafoglio digitale, trami-

te addebito diretto su conto corrente. Ci sono poi Dedagroup Business Solutions e Findynamic, che a ottobre hanno presentato un sistema cosiddetto di "machine to machine payment", che consente ai macchi-

nari dell'industria manifatturiera di "dialogare" con le banche definendo, in anticipo e automaticamente, forme di finanziamento. Mentre da tempo ormai, sui siti di gruppi come Calzedonia o Deca-



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



thlon, Scalapay dà la possibilità di acquistare a rate.

Sono solo alcuni esempi di finanza integrata, o "embedded finance" per usare uno di quei termini inglesi tanto amati nel settore, che testimoniano come si stiano moltiplicando i casi in cui servizi sempre più sofisticati e mirati, spesso resi disponibili dagli operatori Fintech (financial technology, ossia tecnologia applicata alla finanza), vadano a integrarsi e a completare l'offerta di aziende in molti casi operanti nell'economia tradizionale. «L'embedded finance - spiega Marco Tarroni, co-fondatore e ceo di **Workinvoice**, società di servizi di factoring digitale a valore aggiunto per le imprese - rappresenta un po' il punto di incontro tra un operatore Fintech che fornisce tecnologia, processi e competenze, una società che mette a disposizione il suo marchio e i suoi clienti, e le istituzioni finanziarie, come banche e asset manager, che forniscono permessi o licenze». Per Giulio Rattone, chief in-

formation officer di Fabrick, la crescita delle operazioni di finanza integrata è da ricercare «sia nella forte richiesta di servizi digitali, accelerata dalla pandemia, sia nella nuova tendenza dell'intermediazione finanziaria di uscire dal perimetro della classica esperienza fisica in banca. Basti pensare al successo di tutti quei servizi che permettono di acquistare oggi e pagare più tardi, in gergo "buy now, pay later", che grazie a soluzioni Fintech hanno offerto ai consumatori modelli nuovi di acquisto». Come esempio pratico di finanza integrata, Tarroni cita «la collaborazione di **Workinvoice** con Azimut, in base a cui forniamo ai clienti della società del risparmio gestito, un settore che fa parte di un'economia tradizionale, un servizio specifico di anticipo fatture. Guardando all'estero, tanto per menzionare uno dei casi più eclatanti, c'è il gruppo di supermercati inglese, Tesco, che vende ai clienti prodotti finanziari come se fosse una banca». Negli Stati Uniti, invece, il produttore di veicoli elettrici Tesla addirittura propone ai clienti californiani o texani una propria assicurazione automobilistica, con l'obiettivo di portare il servizio anche in altri Stati d'America. Non a caso, il settore auto è indicato tra quelli che più potrebbero trasformarsi e beneficiare dell'avvento della finanza integrata. Basti pensare a come app di trasporto e condivisione di passaggi tipo Uber o Lyft già oggi mettano a disposizione dei clienti possibilità di pagamento e,

in generale, servizi spesso introvabili sui "cari e vecchi" taxi. Senza contare che già da tempo molti produttori propongono finanziamenti all'interno dei propri circuiti.

A detta di Tarroni, a favorire la luna di miele tra società e imprese con il mondo Fintech sono sia «il desiderio delle aziende di realizzare nuovi ricavi sulla propria base di clientela», essendo le prestazioni tecnologiche il più delle volte fornite a fronte di commissioni, sia «la

volontà di fidelizzare con più servizi di qualità la stessa clientela, che di fatto rimane all'interno del circuito societario anche quando acquista prodotti finanziari». Mentre, spostando l'attenzione sul punto di vista del consumatore, Rattone pensa che «la chiave del successo dell'embedded finance poggia su tre fattori: modelli digitali che in generale consentono di usufruire di servizi a prezzi più competitivi rispetto a quelli conosciuti in precedenza, una proposta più semplice e trasparente, e un'offerta finale più mirata che spesso elimina il superfluo». Dopodiché Rattone ritiene che «comunque, in parallelo con l'affermarsi dei servizi degli operatori Fintech, l'esperienza umana non sia destinata a esaurirsi, soprattutto nei settori dove la fiducia conta in misura maggiore, come quello della consulenza».

In questo quadro, un recente studio della società britannica Juniper Research stima che il valore del mer-

cato della finanza integrata possa crescere da 43 miliardi di dollari del 2021 a 138 del 2026. A far la parte del leone sono e saranno i ricavi da servizi "buy now, pay later" che, portando il variegato mondo dei prestiti all'interno dei circuiti e dei processi di pagamento dei siti online, secondo Juniper «nel 2026 rappresenteranno circa il 50% del giro d'affari dell'embedded finance». Allo stesso modo, anche le assicurazioni potrebbero arrivare a occupare una parte rilevante di questo mercato, per esempio se abbinare, nel momento in cui il cliente sta per perfezionare l'acquisto, a un e-commerce di prodotti di fascia alta, come telefonini all'avanguardia, occhiali costosi o gioielli. Juniper stima perciò che a livello globale i premi assicurativi "embedded" possano crescere da 3,8 a 10 miliardi di dollari nel periodo dal 2021 al 2026.

Bastano queste cifre per comprendere come la finanza integrata

possa rappresentare una nemica insidiosa per istituti di credito e assicurazioni che restino ancorati ai modelli tradizionali. «L'embedded finance - sottolinea lo studio di Juniper - richiede un nuovo modo di pensare, che per le banche significa siglare accordi e collaborazioni con le aziende e giocare un ruolo meno importante nel rapporto con l'utente finale, cosa che sarà molto difficile da accettare». Tradotto in parole più semplici, gli istituti di credito dovranno arrendersi al fatto che i clienti, in molti casi, non andranno più in filiale ad acquistare i loro prodotti ma lo faranno direttamente nei negozi, fisici od online,

dove effettuano gli acquisti. E il discorso è simile per le grandi compagnie di assicurazione, che dovranno abituarsi sempre più all'idea di realizzare ricavi attraverso nuovi canali, a cominciare dall'e-commerce. «Se gli operatori dell'industria finanziaria tradizionale - notano da Juniper - non riusciranno ad adattarsi all'embedded finance, o se non riusciranno a migliorare i servizi per i clienti proprio in risposta alle nuove tendenze, allora cominceranno a perdere importanti quote di mercato. Ecco perché è fondamentale che riescano a ripensarsi all'interno di un contesto in forte cambiamento».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





I numeri



**LE PROSPETTIVE DI SVILUPPO NEI PROSSIMI ANNI**  
DEL MERCATO DELLA EMBEDDED FINANCE E DELLA DIFFUSIONE DEI PAGAMENTI DIGITALI

**Valore di mercato della Embedded Finance nel 2026**

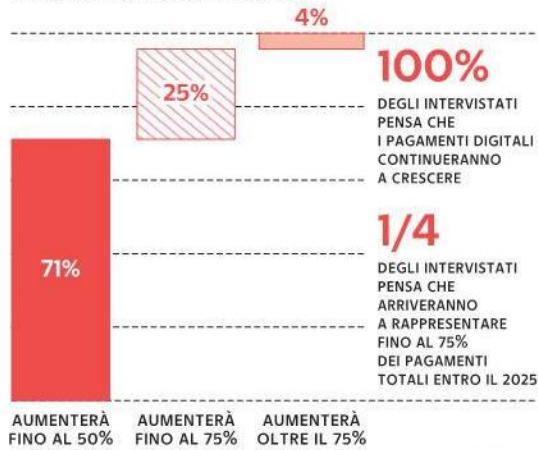


- NORD AMERICA
- AMERICA LATINA
- EUROPA OCCIDENTALE
- EUROPA CENTRALE E DELL'EST
- FAR EAST & CINA
- SUBCONTINENTE INDIANO
- RESTO ASIA PACIFICO
- AFRICA E MEDIO ORIENTE

Fonte: JUNIPER RESEARCH

**Come evolverà la quota dei pagamenti digitali nel 2025 sul totale dei pagamenti, rispetto al 33% del 2020?**

In % degli intervistati della survey



Fonte: EY



# 50

**PER CENTO**

La quota che i pagamenti rateali avranno nel 2026 nel business della finanza integrata

# 10

**MILIARDI DI EURO**

Il valore atteso nel 2026 dei premi assicurativi "embedded", dai 3,8 di oggi