

Convegno ABI – 10 maggio 2018

Intervento del Presidente Pitruzzella

“Fintech e i nuovi scenari competitivi nel settore finanziario-credizio assicurativo”

SOMMARIO: 1. LE PECULIARITÀ DI FINTECH – 2. FINTECH E CONCORRENZA – 2.1 PROFILI DI RILEVANZA ANTITRUST DI FINTECH – 3. FINTECH E CONSUMATORE - 4. IL RUOLO DEI BIG DATA - 5. LE BANCHE E LE INCOGNITE DEL FUTURO. -. 6 (EVENTUALE): LE BANCHE E IL FINANZIAMENTO ALLE IMPRESE

1. Le peculiarità di Fintech

Sono lieto di poter svolgere alcune considerazioni su una tematica di grande attualità per lo sviluppo competitivo del nostro Paese quale l’impatto delle nuove tecnologie sui settori finanziario, creditizio e assicurativo.

Come ho avuto modo di evidenziare anche in altre occasioni, la digitalizzazione di beni, servizi e transazioni non è un fenomeno limitato al settore delle telecomunicazioni, dell’informatica e dei contenuti immateriali, ma rappresenta un **elemento di discontinuità** che sta cambiando la struttura ed il funzionamento di tutti i mercati, i rapporti business-to-business e business-to-consumers come pure i comportamenti dei consumatori. In tale scenario anche **l’ecosistema competitivo in cui le banche** si sono mosse finora, sta conoscendo una forte trasformazione per cui, se non stiamo assistendo al tramonto del c.d. sistema banco-centrico che a lungo ha contraddistinto la storia del nostro ordinamento finanziario, certamente ci troviamo di fronte ad evoluzioni che lasciano intravedere un possibile ridimensionamento del ruolo degli intermediari tradizionali.

E' ben noto che il settore bancario vedeva già una **pluralità di tipologie di soggetti** operanti nell'esercizio del credito: pensiamo, oltre alle banche tradizionali, ai confidi, agli intermediari speciali, alle società di intermediazione immobiliare, ecc.. Questo processo di pluralizzazione soggettiva del settore, già delineatosi negli anni scorsi, si è nei tempi recenti ulteriormente **accentuato per effetto dell'innovazione tecnologica**.

Accanto, infatti, alle nuove possibilità di azione ammesse in via normativa sulla spinta del legislatore europeo (con l'emersione di nuovi organismi finanziari e figure intermediatrici che si collocano al di fuori del tradizionale ambito bancario e che purtuttavia sono in grado di soddisfare le variegata esigenze sottese ai processi finanziari)¹ si aggiunge lo **sviluppo di nuove forme di attività e di nuovi operatori per effetto dell'evoluzione tecnologica** (cd. *financial technology* o *FinTech*), che sta radicalmente cambiando la fisionomia del mercato bancario tradizionale, determinando, da un lato, la crescita delle imprese *Fintech*, dall'altro, la modifica del modello tradizionale di erogazione dei servizi e dei prodotti ed anche un mutamento del rapporto banca-cliente.

E' molto difficile e finanche arduo provare a svolgere un discorso unitario sulla materia perché - lo sappiamo - il settore *FinTech* è molto variegato ed eterogeneo: include tutte quelle realtà che attraverso nuove tecnologie rendono più efficienti i servizi finanziari o creano nuovi e più sofisticati prodotti e servizi, comprendendo numerosi segmenti di attività quali pagamenti digitali, gestione automatizzata dei conti correnti, *crowdfunding*, prestiti *peer to peer*, *robot advisor*, *big data analytics*, gestione di valute digitale o cripto-valute ecc.

Ciò non di meno, vi sono alcuni punti comuni e profili trasversali sui quali provare a svolgere alcune riflessioni.

Muoverei dalla considerazione che uno degli effetti più significativi della rivoluzione tecnologica cui stiamo assistendo è che in molti mercati, compreso quello bancario, la tradizionale **catena del valore viene a frantumarsi** grazie all'emergere di operatori che si focalizzano soltanto su specifici **segmenti della filiera**.

¹ Pensiamo alla concessione di credito da parte delle imprese di assicurazione, ad alcuni particolari tipologie di fondi di investimento quali gli OICR (organismi di investimento collettivo del risparmio) o i Fondi di investimento alternativi (FIA) come pure ai moduli alternativi di gestione collettiva del risparmio.

Da un lato, si stanno affermando banche completamente digitali (*"pure digital"*), prive di una rete fisica di filiali e con strutture di costo estremamente snelle; e si assiste altresì alla diffusione di nuovi modelli di business che prevedono il ricorso a diverse competenze e soluzioni (anche digitali) e l'integrazione di canali fisici e digitali. Dall'altro lato, aumenta la pressione proveniente da nuovi attori capaci di intercettare parte della clientela, dei margini di intermediazione e della liquidità un tempo di esclusiva competenza delle banche.

Dinanzi a tali dinamiche evolutive quale giudizio possiamo esprimere? Certamente, le imprese *Fintech* rappresentano *"un'opportunità per l'intera economia: per i consumatori, che potranno ottenere servizi di alta qualità a basso costo; per le imprese, soprattutto quelle di minore dimensione, che potranno più facilmente accedere a una più vasta gamma di fonti di finanziamento; per gli stessi intermediari tradizionali, che attraverso il ricorso alla tecnologia potranno accrescere la propria efficienza e offrire servizi finanziari digitali innovativi"*².

Proprio per questi benefici che si possono produrre su molteplici versanti, l'attenzione sulle potenzialità del *FinTech* è molto alta anche a livello europeo: la Commissione ha pubblicato proprio a marzo 2018 un Piano di azione, articolato in 23 iniziative, su come sfruttare al meglio le opportunità offerte dall'innovazione nei servizi finanziari resa possibile da *fintech*³. L'idea dalla quale l'iniziativa muove, che ha trovato ampia conferma dagli esiti della consultazione pubblica, è che le tecnologie finanziarie, e l'innovazione tecnologica in generale, sono stati (e saranno) i motori dello sviluppo del settore finanziario, schiudendo enormi possibilità in termini di accesso ai finanziamenti, efficienza operativa, riduzione dei costi e concorrenza.

Poiché la strategia della Commissione è volta a rendere più competitivo e innovativo il mercato finanziario, l'Autorità non può che guardare con favore all'iniziativa intrapresa, tanto più che tra i contenuti c'è anche una opportuna

² Così F. PANETTA, *L'innovazione digitale nell'industria finanziaria italiana, Intervento in occasione della inaugurazione del Fintech District*, Milano, 26 settembre 2017, reperibile su www.bancaditalia.it.

³ Il piano nasce dalla consultazione pubblica che si è conclusa a giugno 2017.

iniziativa regolamentare a sostegno del *crowdfunding*⁴: fonti di finanziamento alternative come il crowdfunding (o prestiti peer to peer) facilitano, infatti, l'accesso al mercato da parte di imprenditori innovativi, startup e piccole imprese con ripercussioni positive in termini di crescita e sviluppo del sistema.

Dico subito che per il futuro è bene che sempre più normative incorragino lo sviluppo e la crescita di *startup fintech* perché questi nuovi strumenti finanziari possono sostenere le imprese e aiutare i risparmiatori, come in prospettiva potrà fare la direttiva **Payments Services Directive n. 2** (Psd2, del 2012).

E' noto che tale Direttiva, al fine di assicurare una concorrenza equa tra vecchi e nuovi operatori nei servizi di pagamento (quello dove Fintech si è finora maggiormente affermato)⁵, definisce le possibilità operative dei nuovi entranti, ossia i TPP – **Third Party Providers**, e prevede una ripartizione delle responsabilità tra i soggetti coinvolti, disegnando il perimetro di interazione tra vecchi e nuovi operatori sul mercato.

In questo quadro, la spinta decisiva ad una maggiore concorrenza nel settore proviene dal fatto che, con la nuova direttiva, **i conti correnti vengono aperti anche alle non banche**: cioè il cliente potrà autorizzare una "terza parte" ad accedere al proprio conto e dare disposizioni, senza che la banca possa intervenire. Questo significa, ad es., che potremo avere collegato al conto corrente un bancomat diverso da quello del nostro istituto⁶; significa soprattutto circolazione dei dati dei clienti che lo autorizzino espressamente.

Quale l'impatto di una simile rivoluzionaria innovazione? Il consumatore avrà la possibilità di beneficiare di nuovi servizi finanziari erogati dai TPP, in quanto la **direttiva impone alle banche di mettere a disposizione la propria infrastruttura a chi contribuisce al processo innovativo**. Sul piano pratico, qualunque innovatore potrà dunque creare e definire nuovi servizi e proporli sul

⁴In tal senso è stata presentata una *Proposta di regolamento per le imprese che operano nell'ambito del crowdfunding* con lo scopo di migliorare l'accesso ai finanziamenti per le startup e le piccole imprese.

⁵ Cfr. I. VISCO, *Digital transformation of the retails payments ecosystem*, relazione presentata in occasione della Conferenza congiunta BCE/BdI, organizzata a Roma in data 30 novembre 2017 (reperibile su www.bancaditalia.it).

⁶ La norma dovrebbe diventare operativa nella seconda metà del 2019, ma ci sono due problemi: queste "terze parti" non sono ancora regolate e la piattaforma per dialogare con le banche non è pronta dappertutto.

mercato, facendo leva sui sistemi e sulle infrastrutture bancarie già esistenti. L'impatto in termini di abbattimento delle barriere all'entrata è sostanziale: si potrà inviare denaro via chat, avere un'app che gestisce le finanze accedendo ai conti e alle carte di credito, avere un'ampia scelta rispetto alle modalità di pagamento online.

Accanto alla citata direttiva PSD2, vi sono poi anche altri snodi regolatori da citare, come la **Direttiva Mifid 2** (entrata in vigore il 3 gennaio 2018) che, con l'obiettivo di offrire maggiore protezione ad investitori e risparmiatori, introduce nuovi vincoli per la vendita dei prodotti finanziari, contribuendo ad elevare la trasparenza del mercato e gli standard qualitativi con cui i concorrenti devono confrontarsi; come pure il nuovo **Regolamento europeo sulla privacy**.

Per comprendere il significato e l'impatto di tali sviluppi, basti considerare che la vera miniera, o meglio, il carburante da cui trae alimento il Fintech è **l'acquisizione e l'elaborazione delle informazioni**: parliamo infatti di imprese che fanno sì concorrenza agli intermediari tradizionali perché sono più agili e snelle, ma non hanno la struttura e il contatto con il cliente che ha l'operatore tradizionale: per questo diventa centrale **acquisire altrimenti l'informazione ed elaborarla**: di qui il ruolo centrale della nuova direttiva che consente la circolazione dei dati.

D'altra parte, il nuovo Regolamento sulla privacy detta norme che protegge i dati del conto corrente, e vieta anche alla banca di intervenire se la citata "terza parte" accede al conto del cliente (che dovrà, dunque, ben valutare ciò che autorizza). In questo senso, il nuovo Regolamento serve a stabilire le regole del gioco in modo più puntuale sì da proteggere i dati, senza però impedire, laddove vi sia il consenso del cliente, l'accesso ai dati stessi da parte di terzi.

Non mi dilungo oltre su tale terreno se non per aggiungere che l'insieme delle richiamate novità sta già cambiando lo scenario competitivo, favorendo l'azione delle Fintech su tale terreno⁷ e accrescendo altresì l'importanza per gli operatori tradizionali di ricercare alleanze (non a caso, oggi una grande banca su due ha

⁷ Per esempio, l'idea alla base della start-up lanciata di recente da R. Nicastro (RNK) è proprio questa: **credito alle imprese in cambio di accesso completo ai dati bancari dell'impresa finanziata**. Non so se questo esempio specifico è pubblico e si può riferire perché deriva da un contatto personale.

già una partnership importante con una fintech in Europa e, secondo Accenture, in tre anni saranno l'80%).

2. Fintech e concorrenza

Se è auspicabile che sul piano della regolazione si tenga sempre più conto delle enormi potenzialità racchiuse nelle imprese fintech e se ne agevoli l'affermazione (con una equilibrata valutazione, però, in sede di regolamentazione degli interessi generali suscettibili di essere incisi nei diversi segmenti)⁸, quali valutazioni è possibile fare sul piano strettamente tecnico da parte di un'Autorità di concorrenza?

Da un punto di vista concorrenziale, l'impatto dell'azione delle imprese *FinTech* sul settore non può che sollecitare un giudizio di apprezzamento: in conseguenza della trasformazione digitale, ciò a cui stiamo assistendo è **una intensificazione della concorrenza** (tanto all'interno dell'industria bancaria quanto all'esterno) ad opera di soggetti non tradizionali che stanno **disintermediando la filiera su segmenti specifici della catena di valore**. E questo non può non avere un benefico effetto sul tono competitivo del settore (per lunghi anni percepito come sorta di **foresta pietrificata**) poiché le nuove imprese *Fintech*, inasprendo la concorrenza nel mercato dei servizi finanziari ed erodendo i margini di profitto, fungono da stimolo per gli operatori tradizionali e per lo sviluppo di importanti segmenti del settore finanziario.

Secondo un rapporto presentato qualche giorno fa al convegno Fintech Innovation che si è svolto a Roma, sono 235 le startup che stanno innovando il mondo del credito e della finanza in Italia in un'ottica fintech: dall'app per i

⁸ Per esempio, un documento del 19 febbraio 2018 predisposto dal **Comitato di Basilea per la vigilanza finanziaria** sottolinea come le innovazioni fintech offrono potenziali vantaggi per tutti gli utenti in termini di accesso ai servizi personalizzazione dei prodotti, riduzione dei costi, efficienza nei processi, stabilità finanziaria e aumento della concorrenza, ma i benefici che esse arrecano non possono essere realizzati a scapito della **sicurezza e della solidità**. Di qui l'importanza di mantenere alta l'attenzione sulla gestione dei rischi e sul sistema dei controlli. In particolare, per le banche assume rilevanza il rischio strategico, quello di perdere parte sostanziale della quota di mercato o dei margini di profitto, nel caso in cui i nuovi entranti sfruttino le innovazioni per fornire servizi meno costosi e che soddisfino meglio i clienti. Per tutti gli operatori sono poi rilevanti i rischi operativi e il cyberisk; nuovi pericoli possono scaturire dall'adozione di tecnologie avanzate quali l'intelligenza artificiale, il machine learning, l'analisi avanzata dei dati, il cloud computing, senza considerare il crescente ricorso alla esternalizzazione di parte dei servizi relativi alle attività di back office e nelle funzioni di supporto che espongono le banche a nuovi rischi e nuove minacce. Sono tutti aspetti che, secondo il Comitato, necessitano di essere affrontati sul piano della regolamentazione: la sfida è proteggere il sistema senza creare ostacoli che frenino l'innovazione e la crescita.

pagamenti Satispaty alla Borsa del credito, dalla piattaforma per finanziare i crediti commerciali Credimi a Moneyfarm per le scelte di investimento. Le startup censite sono più che raddoppiate rispetto al 2015 e le contraddistinguono l'applicazione di tecnologie digitali come big data, Internet delle cose, blockchain e intelligenza artificiale al settore bancario e assicurativo.

Pensiamo anche alla direttiva che citavo prima, la PSD2, che sta stimolando la nascita di nuovi operatori specializzati in assemblaggio di informazioni dai conti correnti e di nuovi operatori in grado di gestire pagamenti elettronici, addebitando direttamente i conti. Pensiamo ancora al fatto che tale direttiva (insieme alla MIFID 2) aprirà le porte del credito ai grandi operatori del web e già oggi i colossi del tech, da Amazon ad Alibaba fino a Paypal, Google e Facebook si stanno facendo largo nel mondo delle banche e della finanza, rivoluzionando in prospettiva le dinamiche competitive e soprattutto i rapporti di forza nel settore⁹.

E' evidente, insomma, che stiamo vivendo una trasformazione epocale per effetto della quale si assiste alla nascita di nuovi operatori, alla nascita di nuovi prodotti e servizi (ad es. sofort per inizializzazione dei pagamenti online tramite bonifico; gestione automatizzata dei dati contenuti nei conti corrente), oppure, attraverso l'adozione di nuove tecnologie (come ad es. la cd. *Blockchain*) ad un miglioramento ed efficientamento di quelli esistenti, alla nascita di nuove opportunità. Tutto ciò si traduce in maggiore concorrenza ed efficienza, espressa in termini di maggiore varietà, minori costi, e altri benefici (promozioni, sconti, *cashback* ecc..).

D'altro canto, c'è anche un altro dato che vale la pena richiamare perché costantemente messo in luce da tutte le analisi di settore (da ultimo, da un'Indagine condotta da Banca d'Italia e pubblicata a dicembre 2017): esso attiene al ritardo dei player esistenti che *"in molti casi non stanno ancora al passo con questa ondata di investimenti in innovazione, a causa in particolare dei retaggi tecnologici (le c.d. legacy technologies"), della scarsa rapidità con cui le banche sono in grado di far proprie le nuove tecnologie"*¹⁰. La sfida, dunque, che

⁹ "Con un aumento di capitale (per loro) limitato potrebbero acquisire l'intero sistema bancario italiano": così F. PANETTA, *I nostri istituti fuori gioco se non innovano. Amazon può diventare big del credito*, intervista a La Stampa, 2 gennaio 2018.

¹⁰ Rapporto I-COM 2016, cit. Cfr. anche C. BARBAGALLO, *Il sistema bancario italiano: situazioni e prospettive*, 24 marzo 2018, reperibile su www.bancaditalia.it

simili processi pongono tocca da vicino gli istituti di credito in quanto le dinamiche descritte hanno un effetto **altamente destabilizzante** sugli equilibri storicamente prevalenti in un dato settore.

Non a caso sono sempre più diffuse le tesi di chi ritiene (nella migliore delle ipotesi) che le banche siano destinate a perdere l'esclusiva delle transazioni; di chi sottolinea che prima o poi saranno costrette a "cambiare mestiere", dato che le fintech stanno attaccando ogni segmento dell'attività tradizionale (dai pagamenti ai prestiti, agli investimenti, alla consulenza ecc.) o, ancora, che la fine di questa storia sarà *"che gli istituti di credito più innovativi e avanzati comprenderanno le società del Fintech oppure che le Fintech comprenderanno loro"* (così Panetta).

Sul punto, mi limito a rilevare un dato che può finanche apparire ovvio (ma che non lo è fino in fondo): per gli intermediari tradizionali (come negli altri settori investiti dalla rivoluzione digitale) la vera prova non è quella di resistere ai cambiamenti tecnologici, ma di **percorrere i sentieri da questi tracciati**: sentieri che conducono spesso verso nuovi equilibri e lungo i quali mutano anche le relazioni competitive tra le imprese, per cui gli operatori devono affrontare il più classico dei processi di "distruzione creatrice" connesso all'evoluzione tecnologica: un processo tutt'altro che facile, dal momento che genera inevitabili tensioni tra gli operatori "tradizionali" e i nuovi operatori attivi nell'ecosistema digitale¹¹.

Ma si tratta di processi che, oltre agli inevitabili elementi di rischio, dischiudono anche nuove opportunità che bisogna saper cogliere e sfruttare.

Non a caso si sta via via prendendo consapevolezza, ad es., che le startup *fintech* possono diventare degli importanti alleati anche duraturi degli operatori tradizionali o fornitori, tanto che c'è già chi le alleva (Banca Sella ha promosso il Fintech District a Milano), chi vi investe (Intesa, attraverso il fondo Neva Finventures), chi firma joint venture (Unicredit ha partnership con sei fintech

¹¹ Da un lato, infatti, questo tipo di evoluzione si scontra spesso con una certa inerzia degli operatori tradizionali ad adattarsi alle nuove opportunità tecnologiche, potenzialmente idonee a destabilizzare consolidati assetti di mercato e a mettere in discussione storiche fonti di ricavo. Dall'altro lato, si tratta di una evoluzione che tende a portare a una riallocazione dei ricavi e del valore aggiunto, spesso a vantaggio degli operatori ed intermediari che costituiscono i nuovi protagonisti delle filiere digitali in grado di esercitare un potere di mercato significativo.

attraverso Unicredit Evo). Vi è poi Mediolanum che è entrata con Intesa e Unicredit nel consorzio R3 per lo sviluppo delle blockchain.

In definitiva, dal Fintech potranno nascere nuovi filoni di business per le banche che oggi si trovano dinnanzi ad un bivio: o la disintermediazione le spingerà progressivamente ai margini del mercato oppure decidono di partecipare alle novità, di attrezzarsi e competere, per esempio attraverso la strada che alcuni grandi operatori nazionali stanno già percorrendo, cioè quella delle alleanze.

Se gli operatori tradizionali sono posti dalle innovazioni *disruptive* di fronte alle sfide di una più agguerrita competizione (inimmaginabile soltanto fino a ieri), non meno densi e difficili da sciogliere sono gli interrogativi che esse pongono al **legislatore**, tenuto conto che i nuovi modelli di business che vanno diffondendosi **erodono riserve legali** e diritti speciali, e **abbattono** le tradizionali **barriere all'ingresso**.

Qui mi limito a dare un'ultima suggestione, esemplificativa dei nuovi scenari competitivi innescati dall'innovazione tecnologica: non solo l'attività del credito è esposta ai venti della concorrenza, ma anche un settore tradizionalmente e gelosamente riservato alle banche e ai controlli delle banche centrali come la **moneta** è oggi costretto a rivedere il proprio profilo. Faccio riferimento al fenomeno delle cripto-valute (*bit-coin*, ecc.) che consentono di effettuare pagamenti online. Si tratta, dunque, di sistemi alternativi, che riducono i costi di transazione.

I problemi nascono dal fatto che sono transazioni caratterizzate da un certo grado di anonimato: quindi, c'è un problema di tracciabilità e di utilizzo per fini illeciti (riciclaggio) ed anche di tutela di chi ne fa uso, cioè dei clienti (perché la moneta virtuale ha un prezzo che varia continuamente). Tuttavia, il fenomeno è di assoluto rilievo se consideriamo che anche il bene più esclusivo e storicamente monopolistico quale la moneta è insidiato dallo sviluppo di forme di valuta alternativa.

L'esempio delle cripto-valute è utile a capire meglio che gli sviluppi tecnologici pongono, dunque, anche il **tema delle regole** da applicarsi e quello ad esso

associato dell'adeguatezza delle regole tradizionali: un tema molto complesso - peraltro analogo a quello esistente in altri settori investiti dalle nuove tecnologie (pensiamo solo al caso di Uber) che impone un'attenta riflessione sulle esigenze di tutela di altri interessi pubblici che hanno giustificato l'adozione di regole specifiche da introdurre nei singoli settori coinvolti dal processo di distruzione creatrice trainato dai nuovi modelli di business on line.

Si ripropone, insomma, qui il tema tradizionale di come **regolamentare l'innovazione senza limitarla**, ma anche quello, non meno importante sul piano competitivo, **dell'applicazione uniforme delle regole**: tanto più in un ambito delicato e fortemente regolamentato quale il settore bancario, dove - è bene non dimenticarlo - dietro ogni regola c'è un interesse pubblico rilevante ritenuto meritevole di tutela (tutela del risparmio e della fiducia della clientela, stabilità del sistema bancario e del sistema economico tutto, sicurezza del sistema dei pagamenti, ecc.), sì da giustificare l'adozione di quella specifica regola.

2.1 Profili di rilevanza antitrust del Fintech

In questo scenario evolutivo, in un settore come quello bancario e finanziario in cui la natura delle transazioni e la tipologia dei prodotti rendono le asimmetrie informative ancora più evidenti e accrescono il rischio di abusi e comportamenti scorretti da parte degli intermediari, l'Autorità garante della concorrenza guarda con relativa serenità agli sviluppi che sono in atto.

Anche in questo settore infatti, non diversamente che in altri settori investiti dalle innovazioni tecnologiche, la missione dell'Autorità Antitrust resta quella di garantire che i mercati restino un luogo aperto dove i più meritevoli possano entrare, affermarsi ed efficacemente competere senza subire i comportamenti ostruzionistici degli *incumbents*, e quella di far sì che i crocevia attraverso cui passa l'innovazione restino liberi e sgombri, rimuovendo le possibili barriere all'accesso.

Tutto ciò non è ovviamente esente da rischi o possibili criticità concorrenziali connesse a questa nuova struttura e nuova catena del valore.

Tali processi innovativi e di cambiamento delle strutture del mercato richiedono particolare attenzione con riguardo ai rapporti e alle dinamiche competitive che si vengono a instaurare. In particolare, nelle nuove strutture del mercato e lungo le differenti catene del valore possono venirsi a creare **profili di integrazione verticale** peculiari e del tutto nuovi rispetto al passato, come anche differenti e nuove sono le possibilità di sfruttare le **economie di rete** che caratterizzano i nuovi operatori.

Pensiamo soltanto all'effetto dirompente che può avere l'ingresso delle big four (Apple, Google, Facebook e Amazon) che in realtà diventano le big six con Alibaba (dunque Alipay) e Microsoft nel settore del credito: sono loro, a ben vedere, i nuovi più temibili concorrenti, perché hanno un marchio potente, milioni di utenti, operatività e relazioni su scala globale, la tecnologia; si muovono peraltro non per fare finanza (o non solo), ma prima di tutto per trattenere i clienti nel loro spazio virtuale, anche quando pagano o chiedono un prestito, e naturalmente per arricchire il proprio bagaglio già enorme di dati da vendere alle aziende. Su questo profilo tornerò tra poco.

E' evidente ad ogni modo che, alla luce degli sconvolgimenti che il loro ingresso sul mercato può produrre, occorrerà prestare grande attenzione agli aspetti che ho sopra richiamato (integrazione verticale, economie di rete, ecc.) nell'analisi e nell'utilizzo dei tradizionali strumenti antitrust.

Su questo terreno, fino ad oggi non abbiamo avuto casi antitrust che abbiano coinvolto i big del tech e neppure realtà più piccole.

In un'ottica antitrust, i mutamenti descritti, per esempio, possono incidere in sede di individuazione del **mercato rilevante**: e ciò varrà sia nel caso di un eventuale procedimento in materia di abuso di posizione dominante, sia nel controllo delle operazioni di concentrazioni, dove peraltro la valutazione prospettica del potere di mercato detenuto dall'entità *post merger* è fortemente influenzata dalla esistenza o meno di concorrenza potenziale, cui potrebbero dar luogo i nuovi soggetti che vanno affermandosi¹².

¹² Ci siamo trovati, tuttavia, a verificare in un'operazione di concentrazione se la progressiva affermazione dei *conti correnti on line* abbia mutato i confini del mercato rilevante e la risposta in quel caso è stata negativa per il rapporto di limitata sostituibilità

Ulteriori rischi potrebbero essere legati alla posizione di vantaggio concorrenziale derivante dall'ingresso in settori regolamentati di nuovi soggetti i quali operano in un mondo regolato senza tuttavia essere soggetti ai medesimi oneri o limitazioni cui sono sottoposti gli operatori tradizionali. Qui vi è un tema di parità di trattamento con cui occorrerà fare i conti.

3. Fintech e consumatore

Sotto altro profilo, i mutamenti tecnologici in atto stanno incidendo anche sul piano del **rapporto banca/cliente**, segnando la modifica del modello tradizionale di erogazione dei servizi e dei prodotti, e, di conseguenza, anche un mutamento del rapporto tradizionale banca-cliente. Intendo dire che la digitalizzazione sta avendo forti impatti sulla configurazione del modello di servizio dei principali operatori bancari, che sta evolvendo verso una più spiccata personalizzazione dei servizi offerti ed un maggiore coinvolgimento della clientela al fine di aumentarne il livello di fidelizzazione (Dal punto di vista del cliente, facilità di utilizzo dei servizi e velocità e *customer experience* positiva sono, come ovvio, i benefici che le aziende del settore *Fintech* offrono rispetto alle banche).

Tutto questo pone in termini del tutto nuovi il rapporto degli intermediari con la clientela e ha effetti anche sul piano competitivo, perché rafforza o, perlomeno, contribuisce a rafforzare la capacità selettiva della domanda, la quale, però, risulta oggi esposta a nuovi rischi e insidie, come l'AGCM ha modo di verificare ogni giorno nella sua azione di contrasto alle pratiche commerciali scorrette nel settore.

Infatti, la disintermediazione che il web determina, e la perdita dell'elemento fiduciario implicito nella componente di servizio umana, in un settore complesso come quello finanziario, possono sottoporre i consumatori al rischio di insufficiente comprensione delle caratteristiche dei prodotti e servizi offerti, oltre a fornire occasione per la fornitura, ad es., di prestazioni non richieste. In questo senso si giustificano gli interventi effettuati nei confronti di tre compagnie assicurative *on line* per la preselezione automatica di alcune coperture accessorie rispetto a quella RC Auto, obbligatoria, e per il carattere non vincolante dei

preventivi online, dal momento che la compagnia avrebbe potuto chiedere, dopo l'avvenuto pagamento del relativo corrispettivo da parte del consumatore, un'integrazione della documentazione e del prezzo per perfezionare e rendere operativo il contratto assicurativo¹³.

Lo stesso rischio è possibile nel mondo bancario: le recentissime decisioni che l'Autorità ha adottato in tema di anatocismo¹⁴ hanno evidenziato come uno strumento importante di condizionamento dei correntisti utilizzato al fine di indurli ad accettare l'addebito degli interessi passivi sul conto, con la conseguente maturazione di interessi, siano stati messaggi e procedure di autorizzazione on line rivolte agli utenti home banking. Su tale terreno, come noto, l'Autorità ha accertato pratiche commerciali aggressive, da parte di alcune delle principali banche nazionali, finalizzate a ottenere surrettiziamente l'autorizzazione all'addebito degli interessi anatocistici.

Tema importante connesso con le nuove tecnologie è quello della sicurezza. Più che in altri settori, è necessario che i sistemi di cyber-security siano affidabili e tutelanti per gli utenti. Ma altrettanto importante è che gli operatori non abusino della disponibilità dei consumatori ad accettare in nome della sicurezza condizioni squilibrate o indesiderate, o comportamenti scorretti. Un esempio visto da vicino dall'Autorità ha riguardato un importante operatore del settore che avendo vincolato l'operatività del conto corrente on line all'utilizzo della propria carta di debito, indispensabile per generare i codici di accesso al conto, ha poi peggiorato le condizioni economiche connesse con la carta, costringendo dunque gli utenti a subire la modifica di prezzo per non compromettere la funzionalità del conto corrente¹⁵.

Con riferimento infine al fenomeno delle cripto-valute e specificamente alla possibilità di investimento in tali prodotti, l'Autorità è intervenuta nel 2017 accertando la natura piramidale del sistema di vendita OneCoin, in quanto il reclutamento di nuovi consumatori rappresentava il fine esclusivo dell'attività di diffusione vendita della criptomoneta e veniva fortemente incoraggiato attraverso

¹³ Cfr. casi AGCM (2015) PS8651 - *Linear-guida libera per tutti*; PS9167-Zurich-Messaggio Ingannevole; PS10011 - *Genialloyd-integrazioni di polizza*.

¹⁴ Cfr. casi AGCM (2017) PS1079 - *Unicredit-interessi anatocistici*; PS10791 - *Intesa Sanpaolo-interessi anatocistici*; PS10792 - *BNL-interessi anatocistici*.

¹⁵ Cfr. AGCM (2017) PS10593 - *Poste italiane-modifica condizioni conto bancoposta*.

il riconoscimento di svariati bonus, unica effettiva e reale remunerazione del programma¹⁶. La criptomoneta OneCoin, di cui non è stato possibile verificare l'esistenza e la consistenza, era solo il pretesto per un sistema che aveva esclusivamente come obiettivo (e si sosteneva attraverso) l'inserimento di altri consumatori: l'acquisto del kit di formazione celava invece la fee d'ingresso necessaria per entrare nel sistema e convincere altri consumatori della bontà del prodotto.

Il procedimento ha permesso di accertare la scorrettezza della pratica sia riguardo alle modalità gravemente ingannevoli con le quali erano prospettate le caratteristiche, i termini, le condizioni e l'apprezzamento della criptomoneta, facendo appunto leva sulla novità ed attrattività della materia, sia in quanto il sistema integrava una vendita a carattere piramidale annoverata dal Codice del Consumo tra le pratiche commerciali in ogni caso ingannevoli.

In conclusione, dunque, anche la tutela diretta del consumatore viene a svolgere una funzione cruciale per il corretto funzionamento dei mercati: infatti, migliorando la qualità del rapporto banca-cliente, essa è essenziale non solo perché accresce la fiducia nel sistema e contribuisce, alla stabilità dello stesso, ma anche in quanto rafforza la dinamica competitiva; inoltre, favorendo l'afflusso del risparmio verso il sistema finanziario, consente l'immissione dello stesso nel ciclo produttivo, alimentando così la crescita economica.

4. Il ruolo dei Big data

È sempre più evidente che i dati sono destinati a svolgere un ruolo centrale nella rivoluzione digitale che stiamo vivendo. La loro importanza sta crescendo in modo esponenziale, in termini di uso, varietà, volume e velocità.

Come in altri settori, anche nel settore finanziario in senso lato i Big Data sono visti e interpretati come strumento in grado di sviluppare nuove opportunità, sia per i consumatori - che possono beneficiare di prodotti e servizi innovativi e maggiormente rispondenti alle loro necessità - sia per gli operatori nuovi e per

¹⁶ Cfr. AGCM (2016) PS10550 - *Onecoin/one network services limited-vendita piramidale*.

quelli tradizionali che possono sviluppare nuovi e più sofisticati *business solutions* e quindi essere più competitivi.

Dal punto di vista delle imprese, in particolare, conoscere meglio la clientela e le imprese concorrenti rappresenta una grande opportunità per migliorare prodotti e servizi.

Ad esempio, nel settore assicurativo, la disponibilità di grandi quantità di dati sui comportamenti degli assicurati e la possibilità di elaborarli consente alle imprese di definire offerte più attraenti e maggiormente rispondenti alle esigenze dei consumatori, nonché di coprire tipologie di rischi e categorie di consumatori che fin ora non hanno trovato un'adeguata risposta ai propri bisogni assicurativi. Ma è evidente che l'analisi dei Big Data può giocare un ruolo cruciale anche sul terreno bancario perché attraverso i big data si può arrivare a tracciare il rischio di credito di un soggetto che ad es. chiede prestiti su una piattaforma di P2P lending.

I dati sono, insomma, l'elemento chiave di concorrenza: le piattaforme del big tech ad esempio offrono ai gestori informazioni uniche: di ciascuna azienda si conoscono i prodotti, le vendite, il gradimento presso i consumatori; si possono inferire i gusti e il tenore di vita dei consumatori; si sa chi paga e chi no; la massa di dati è enorme. Alla fine si imporrà chi sarà più bravo a leggere e ad elaborare informazioni.

Tuttavia, appare necessario che il loro utilizzo venga attentamente studiato, per comprendere le implicazioni di natura concorrenziale e le ricadute sulla struttura dei mercati. Ciò al fine di evitare che si determinino alterazioni delle corrette dinamiche concorrenziali con conseguente perdita di benessere per i consumatori

Sul punto, l'attenzione istituzionale è massima: come noto, a giugno dello scorso anno, l'Autorità Antitrust, l'Autorità per le Garanzie e nelle Comunicazioni e l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali hanno avviato un'indagine conoscitiva congiunta riguardante l'individuazione di eventuali criticità connesse all'uso dei cosiddetti big data e la definizione di un quadro di regole in grado di promuovere e tutelare la protezione dei dati personali, la

concorrenza dei mercati dell'economia digitale, la tutela del consumatore, nonché i profili di promozione del pluralismo nell'ecosistema digitale.

Dal punto di vista dell'AGCM, oggetto dell'indagine sono le dinamiche ed eventuali criticità concorrenziali dei mercati dell'economia digitale italiani connesse ai Big Data considerati quali input o asset idonei a creare e/o rafforzare il potere di mercato di alcuni operatori, generare effetti di *lock-in* per gli utenti e costituire barriere all'entrata. Si valuterà se ciò possa dar luogo a condotte anticoncorrenziali volte a escludere nuovi entranti sui mercati dell'economia digitale o favorire il coordinamento fra gli operatori presenti sui mercati. Inoltre, oggetto di attenzione è il possibile impatto dei Big Data su fattori concorrenziali attinenti alla sfera qualitativa dei servizi offerti, come il livello di protezione dei dati garantito ai clienti, al fine di valutare la rilevanza di eventuali violazioni della normativa sulla privacy a fini concorrenziali.

5. Le banche e le incognite del futuro.

I nuovi scenari di mercato che vanno delineandosi all'orizzonte con l'acuirsi di una competizione le cui spinte provengono oggi da più direzioni e si manifestano su più versanti sollevano l'interrogativo se gli operatori bancari oggi non siano ridotti a muoversi entro uno spazio fattosi sempre più angusto in un contesto in cui - come detto - essi già fronteggiano la sfida più difficile, quella di riportare la bassa redditività (dovuta alla grande quantità di liquidità immessa sul mercato) su livelli soddisfacenti. Possiamo dire che oggi le banche si trovano insomma tra Scilla e Cariddi?

Qui la risposta del Garante della concorrenza, nel suo essere negativa, può finanche apparire scontata. La concorrenza rende più difficile la vita alle imprese, ma irrobustisce anche i muscoli, sviluppa gli anticorpi necessari alla sopravvivenza e all'affermazione nel lungo periodo.

Dunque, possiamo dire che essa ha il valore di un'assicurazione: per i singoli intermediari perché, allenati alla competizione, avranno la forza di trovare dentro di sé le risorse per superare le non prevedibili sfide del mercato; ma è anche un'assicurazione sociale poiché la concorrenza produce benefici alla collettività,

concretamente visibili e percepibili solo nel lungo periodo. Non possiamo dunque rinunciarvi. Lo sviluppo si nutre di innovazione e questa trae linfa ed alimento proprio dalla concorrenza, la quale dischiude sempre alle imprese anche nuove opportunità che occorre saper cogliere.

Come noto a tutti, il principale problema del sistema bancario oggi è quello della bassa redditività, dovuta alla bassa crescita, ai tassi azzerati e alla bassa domanda di credito da parte delle imprese, dovuta, a sua volta, alla debolezza degli investimenti e all'alto autofinanziamento. Detto ciò, se anche la congiuntura migliorasse, non basterebbe ad alzare la redditività del sistema.

Si è osservato di recente che *"non c'è soluzione che possa risolvere magicamente i problemi di redditività. Le banche possono guadagnare in tre modi: assumendo alti rischi, il che oggi è arduo per la normativa sempre più stringente; sfruttando il potere di mercato, ma anche questa strada è sbarrata dalla concorrenza; migliorando l'efficienza, abbassando i costi e aumentando il ricorso alla tecnologia, cosa che stanno già facendo (le banche non possono non investire nell'innovazione). Ma non è detto che tutto ciò da solo basti"* (F. Panetta).

Nel mondo che abbiamo davanti la concorrenza sarà una sfida continua per gli intermediari tradizionali da parte di operatori più agili e con costi minori. Dunque, le banche devono migliorare il ricorso all'innovazione rispetto al passato, quando la tecnologia raddoppiava l'attività tradizionale e i bancomat duplicavano gli sportelli. La scommessa è sostituire, non affiancare i canali tradizionali con servizi a distanza, sapendo che lo sportello non sparirà del tutto (ancora, Panetta).

Insomma, Fintech rappresenta un fondamentale strumento di innovazione e di business da cogliere; può però costituire anche una seria minaccia qualora le banche non riescano a sfruttarne appieno le potenzialità, lasciando ampio spazio ai nuovi concorrenti, in primo luogo ai giganti della tecnologia da tempo affacciatisi sul mondo del credito e della finanza.

Purtroppo, come osservato, *i piani industriali ci restituiscono l'immagine di un sistema bancario ancora fortemente basato sull'operatività bancaria tradizionale,*

mentre sarà necessario accrescere gli investimenti in infrastrutture tecnologiche e ripensare i canali distributivi, riducendo la presenza sul territorio attraverso la rete degli sportelli. Non c'è tempo da perdere: gli investimenti in tecnologia vanno realizzati prima che la concorrenza da parte delle imprese Fintech si faccia più agguerrita e i big del web spazzino via le banche (C. Barbagallo).

6. (eventuale): Le banche e il finanziamento delle imprese

Vi è, infine, un altro versante su cui vorrei richiamare l'attenzione, atteso che lo stesso può interessare **il tenore competitivo del sistema**: mi riferisco allo sviluppo di canali di finanziamento delle imprese alternativi (e concorrenti) al credito bancario e, mi riferisco, in particolare, al **finanziamento di mercato** attraverso la quotazione dei titoli emessi dagli investitori sul mercato (*private equity*).

Come rilevato dal Direttore generale di BdI, S. Rossi, queste dinamiche, che si presentano in astratto concorrenti o alternative rispetto al credito erogato dalle banche, possono in realtà costituire per le banche stesse occasioni di sviluppo: come?

Il dato da cui muovere è che le imprese italiane hanno bisogno di consulenza finanziaria e di un accompagnamento sul mercato: ebbene, attraverso la prestazione di servizi di consulenza finanziaria alle imprese e l'accompagnamento delle stesse imprese verso le forme alternative di finanziamento¹⁷, le banche possono giocare un ruolo in un circolo virtuoso che non può che far bene al sistema tutto.

Lo sviluppo del canale rappresentato dal finanziamento alternativo al credito bancario aiuterebbe, infatti, le imprese italiane a riequilibrare la propria struttura finanziaria e, al contempo, costituirebbe un'occasione di sviluppo per le banche: come dire che la **concorrenza beneficia anche chi in teoria dovrebbe subirla**. Infatti, la pressione (ribassista) sulla redditività delle attività creditizie determinata dall'attuale situazione di tassi di interesse bassi se non negativi (tendenza destinata ancora a durare) può essere contro-bilanciata dalla

¹⁷ In altri termini, per rispondere alla sfida della rivoluzione digitale, le banche possono trasformarsi in "piattaforme" di consulenza, utilizzando l'intelligenza aumentata per trasferire a operatori e clienti conoscenze che consentano di prendere decisioni più consapevoli.

remunerazione dei servizi di assistenza finanziaria. Detto in altri termini, “*le banche potrebbero paradossalmente trovare in un dimagrimento del loro ruolo il modo di tornare a fare profitti*”¹⁸.

Perché è auspicabile lo sviluppo di canali alternativi per il finanziamento delle imprese? Non basta il credito bancario? No.

Lo sviluppo di canali alternativi per il finanziamento delle imprese favorirebbe il **finanziamento della ricerca e dell’innovazione**, consentendo il reperimento sul mercato di fondi da parte di **soggetti sprovvisti di mezzi finanziari e di garanzie** e che, quindi - in quanto tali (perché sprovvisti di garanzie) - solo con enormi difficoltà potrebbero essere finanziati dalle banche. Essendo, infatti, per loro natura, le imprese innovative imprese a più alto rischio, hanno più difficile accesso al credito delle banche, tenuto conto del vincolo che grava sulle stesse banche a una gestione prudente¹⁹. Di qui, l’importanza di favorire l’accesso al capitale di rischio (piuttosto che al debito).

In conclusione: lo sviluppo di soggetti diversi dalle banche, lo sviluppo dell’area Fintech, lo sviluppo del finanziamento di mercato alle imprese sono **tre fenomeni che mirano tutti ad erodere l’attività tradizionale di erogazione del credito** delle banche. Essi ci dicono che l’ecosistema in cui le banche operano sta diventando sempre più competitivo e questo nuovo contesto contiene certamente degli elementi di rischio per le banche: però allo stesso tempo, schiude anche delle possibilità.

Dunque, questa accresciuta competizione non necessariamente mette fuori gli operatori tradizionali, perché genera anche delle opportunità che possono essere colte. Come già detto, con il ricorso alla tecnologia, le stesse banche potranno ad

¹⁸ Così S. ROSSI, *Finanza e sviluppo*, intervento alla 49esima Giornata del Credito “*Banche, altri intermediari finanziari e imprese: che cosa fare per lo sviluppo del Paese*”, Roma, 4 ottobre 2017, reperibile su www.bancaditalia.it

¹⁹ Cfr. ancora S. ROSSI, *cit.*, il quale osserva che le ragioni per cui è auspicabile che le imprese ricorressero più ai mercati e meno agli intermediari (in particolare alle banche) sono note: “*su tutte primeggia il fatto che lo sviluppo si nutre di innovazione, che questa è più rischiosa di una collaudata e tradizionale attività produttiva, che per finanziarla è meglio disporre di capitali che di prestiti, soprattutto se bancari, perché le banche sono, e devono essere, più avverse al rischio del resto della finanza*”.

es. ridurre i costi e migliorare la qualità dei servizi, affrontando con successo quella che è la maggiore sfida che hanno oggi davanti, cioè riportare la redditività su livelli soddisfacenti.

In definitiva, in questo mutato sistema competitivo si possono veder le cose più positive che negative: da un lato, il sistema bancario può trovare altre vie di supporto e di redditività (la consulenza alle imprese e l'accompagnamento sul mercato), dall'altro, le imprese che innovano e fanno sviluppo possono trovare nuove e più accessibili fonti di finanziamento. E queste nuove fonti sono non solo i nuovi soggetti che vanno emergendo per via dell'innovazione normativa e tecnologica, e che fanno concorrenza alle banche, ma anche gli investitori che operano sul mercato (emissione di titoli sul mercato). Il tutto con effetti positivi anche sui risparmiatori che, in mercati maturi, possono trovare occasioni ulteriori per investire le risorse.