

---

**Comunicato stampa**

**Mentre le banche cercano forme di collaborazione con il FinTech,  
il cliente passa al comando**

La maggioranza delle banche - preoccupata di perdere parte del proprio business a vantaggio delle nuove realtà FinTech, migliori interpreti dell'evoluzione delle esigenze del cliente - sta stringendo delle collaborazioni con questi player con l'obiettivo di migliorare i propri servizi. E a beneficiarne è soprattutto il consumatore.

Ecco quanto risulta dallo studio **Global FinTech Survey 2016** di PwC, che ha raccolto la view di circa 550 CEO, Head of Innovation e Chief Information Officers a livello globale.

Secondo ben il 76% delle banche intervistate dal sondaggio, le attività del settore rischiano una flessione a vantaggio dei player FinTech: le start-up riescono a raggiungere direttamente l'utente finale, scavalcando e superando le banche tradizionali. Non sorprende, dunque, che una perdita della quota di mercato e una pressione dei margini spicchino tra le minacce sostanziali percepite dal comparto bancario.

Tre quarti degli intervistati indicano che l'impatto principale delle tecnologie FinTech sul settore bancario sarà un servizio sempre più incentrato sul cliente. Ma il cliente al centro, punto debole delle banche tradizionali, rappresenta invece il punto di forza delle start-up che, cogliendo le frustrazioni della clientela come un'opportunità, si adoperano per risolverle, mentre i player tradizionali rimangono indietro e tardano in tale sviluppo.

Il risultato della competizione tra queste nuove realtà e le banche, che risultano le più attive di tutto il settore finanziario a stringere partnership con i player FinTech, è l'approcciarsi di forme di collaborazione diretta. Il 42% degli intervistati conferma infatti l'avvio di partnership congiunte e l'istituzione di venture fund a finanziamento di queste nuove società.

**Fabiano Quadrelli, FS Consulting Leader di PwC**, afferma:

“I clienti vogliono servizi convenienti, personalizzati, accessibili e user friendly. Per soddisfare queste aspettative, le banche e le società FinTech dovrebbero concentrarsi su opportunità che facciano leva sulle forze reciproche, che si tratti di nuovi prodotti e sviluppi da parte delle start-up o di capacità di distribuzione e infrastrutture lato banche. Le FinTech, seppur bravissime a offrire prodotti semplificati e un'integrazione incredibilmente fluida, mancano dell'opportuna sicurezza informatica e della certezza regolamentare che invece caratterizzano le banche. Vediamo quindi le due estremità muoversi verso una relazione nuova e reciprocamente vantaggiosa, e a beneficiarne più di tutti alla fine sarà il cliente”.

Ma F. Quadrelli avverte che malgrado l'importanza di una cooperazione tra banche tradizionali e nuovi player, la fase di attuazione è ancora preliminare e potrà volerci del tempo per raggiungere un accordo su come implementarla al meglio:

“Nel frattempo, le banche dovrebbero iniziare a semplificare prodotti e servizi per facilitare il confronto tra i player del mercato e mitigare la confusione del cliente. In parallelo, è cruciale da parte loro ideare dei prodotti basati sull'esperienza dell'utente, piuttosto che mantenere il solito approccio di “procedure secondo le linee guida”. Le banche dovrebbero infine prestare ascolto al feedback dei clienti e tradurlo in un'offerta di servizio in maniera puntuale. Tutte azioni queste che vanno intraprese a prescindere dalla rivoluzione avviata dal FinTech.”



**Note:**

1. Lo studio “*Customers in the spotlight – How FinTech is reshaping banking*” fa parte dello studio 2016 Global FinTech Survey di PwC, accessibile al link: [www.pwc.com/fintechreport](http://www.pwc.com/fintechreport)
2. Lo studio **Global FinTech Survey 2016** di PwC ha raccolto il punto di vista di 544 intervistati di 46 paesi, soprattutto Chief Executive Officer (CEO), Head of Innovation, Chief Information Officer (CIO) e top managers coinvolti nella trasformazione digitale e tecnologica, distribuiti in cinque regioni. La sezione relativa al settore bancario si basa sulle risposte di 163 top manager del comparto a livello globale.

---

**PwC:** L'obiettivo di PwC è quello di creare fiducia nella società e risolvere problematiche importanti. Siamo un network di imprese presenti in 157 paesi con più di 208.000 professionisti impegnati a creare valore per i nostri clienti con servizi nella consulenza strategica e direzionale, nel settore fiscale e nella revisione contabile. Per saperne di più: [www.pwc.com](http://www.pwc.com). La denominazione PwC fa riferimento al network PwC e/o a una o più imprese alla stessa associate, ciascuna delle quali rappresenta un'entità giuridicamente separata.

© 2016 PwC. Tutti i diritti riservati

**Barabino&Partners**

Tel. 02/72.02.35.35

Alice Brambilla

[a.brambilla@barabino.it](mailto:a.brambilla@barabino.it)

Cell. 328/26.68.196

Elena Bacis

[e.bacis@barabino.it](mailto:e.bacis@barabino.it)

Cell. 329/07.420.79

Milano, 28 luglio 2016