

KEY RESULTS - Osservatorio Digital Banking

LA NUOVA FRONTIERA DEL CREDITO
Analisi internazionale sull'offerta di
servizi Digital Lending e Finanza Alternativa

luglio 2024



*Il Digital Lending è il **processo di erogazione del credito** che avviene attraverso **canali digitali**, senza la necessità di interazione fisica tra soggetto richiedente e soggetto erogatore. Al Digital Lending si affianca la **Finanza Alternativa**, che include una **varietà di strumenti e soluzioni finanziarie non tradizionali**, offrendo nuove opportunità di finanziamento per consumatori e imprese.*

Il credito sta cambiando volto? Il Digital Lending e la Finanza Alternativa stanno trasformando il panorama dei servizi finanziari globali?

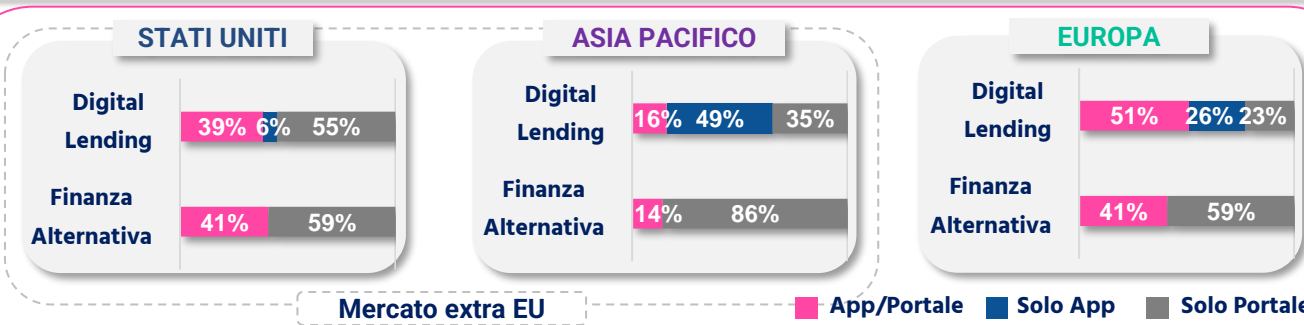
Domande di non facile risposta ma senza dubbio, il mondo del credito sta attraversando una rivoluzione senza precedenti. Il **Digital Lending** e la **Finanza Alternativa** stanno contribuendo **al rinnovamento dell'intero panorama dei servizi finanziari globali**, offrendo alle banche l'opportunità di guidare questa trasformazione.

Questi fenomeni non solo rappresentano **motori di innovazione**, ma ampliano anche l'offerta di nuovi servizi da parte dei principali protagonisti del settore, rendendo i **finanziamenti più accessibili e veloci che mai**.

Recentemente, queste modalità di erogazione del credito hanno subito un profondo cambiamento, diventando strumenti preferenziali per l'accesso ai finanziamenti sia per i consumatori che per le imprese, grazie alla loro flessibilità e capacità di adattarsi alle esigenze in costante mutamento. L'**innovazione tecnologica** e l'**evoluzione normativa** hanno creato un terreno fertile per lo sviluppo di nuove soluzioni finanziarie, sfidando i modelli tradizionali.

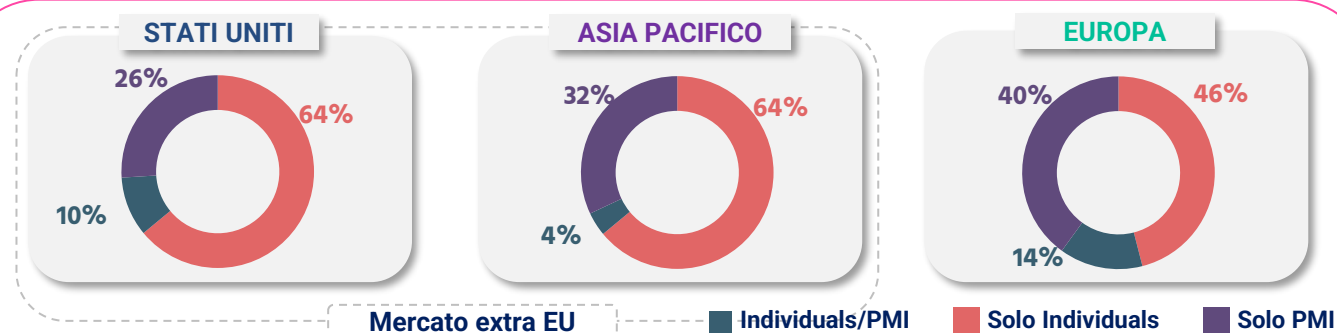
Questo report offre una panoramica dettagliata delle **caratteristiche e delle opportunità che contraddistinguono l'offerta sul mercato odierno** a livello internazionale, fornendo alle banche una guida completa per comprendere e sfruttare appieno questo dinamico settore.

CANALI DIGITALI



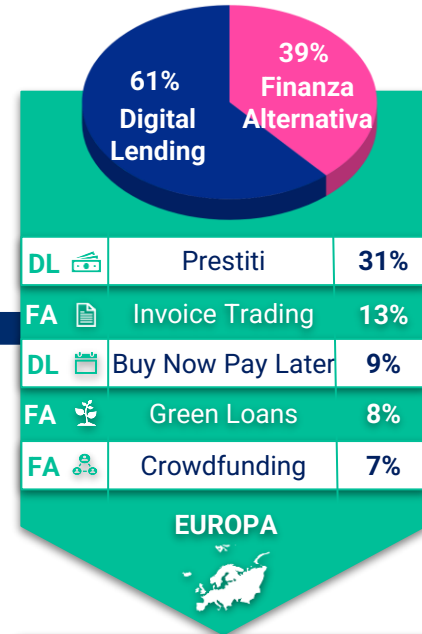
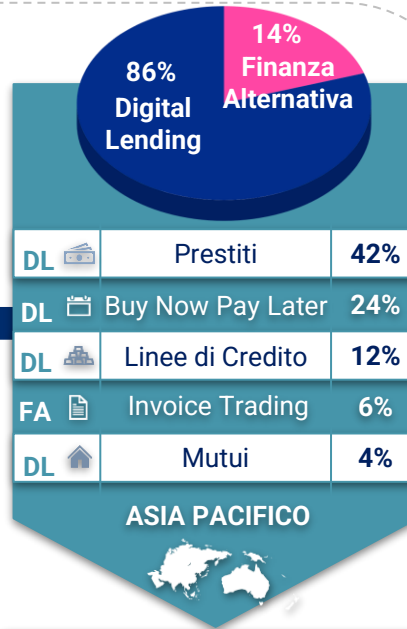
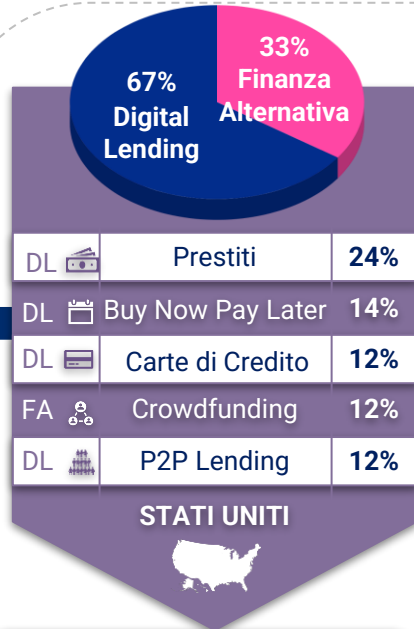
I **first movers (Stati Uniti, Europa)** hanno utilizzato una strategia focalizzata su un **approccio desktop first**, sviluppando portali ed introducendo le App solo successivamente, in ottica sinergica rispetto a quanto previsto lato web. I **second movers (Asia Pacifico)** in ambito **Digital Lending** adottano **prevalentemente un'offerta mobile first**, laddove i servizi di **Finanza Alternativa** vengono proposti in **maniera predominante tramite portale** in virtù della propria complessità e minor diffusione.

SEGMENTO DI CLIENTELA



Gli operatori di mercato **focalizzano l'offerta verso Clienti Individuals**, facendo leva sulla **minore complessità di digitalizzazione** dei processi di collocamento di prodotti/servizi. L'esperienza su questo target diventa la base di partenza per lo sviluppo di **servizi e prodotti destinati alle PMI (più diffusi in Europa)**, sfruttando anche le sinergie riconducibili a **esigenze di finanziamento e di User Experience simili** tra i due segmenti di Clientela, soprattutto con riferimento a POE e microimprese.

I servizi più diffusi



Mercato maturo, caratterizzato da una solida base di **servizi di credito tradizionali**, seguiti da **soluzioni più innovative**

Mercato meno innovativo in termini di **offerta**, contraddistinto da una **prevalenza di servizi di credito più canonici** e da una **progressiva crescita di servizi non tradizionali**

Mercato evoluto con **servizi tradizionali accompagnati** da un'**offerta innovativa** che riflette anche l'**impegno verso la sostenibilità ambientale**

Mercato extra EU



1. TRADITIONAL BANKS

Le Traditional Banks presentano una maggiore ampiezza di servizi soprattutto in termini di **offerta di Digital Lending**, comprendente *prestiti, mutui e carte di credito*, spesso anche attraverso partnership con Fintech. Si osserva una prima **esplorazione della Finanza Alternativa** attraverso investimenti in piattaforme di *peer to peer lending* e *crowdfunding*.



2. BANCHE DIGITALI

Le Banche Digitali offrono **servizi sempre più agili, personalizzati e inclusivi**, principalmente servizi di **Digital Lending** come *prestiti personali, carte e linee di credito*, maggiormente rivolti alla **clientela retail** giovane e attratta dalla facilità d'uso. Si rileva un uso di **tecnologie all'avanguardia** come AI per la gestione del rischio e personalizzazione dei servizi, rendendo le piattaforme efficienti e dinamiche.



3. FINTECH

Le Fintech offrono una **gamma di servizi più ridotta** rispetto alle tipologie di player più tradizionali, per **la maggiore specificità** dei loro prodotti, come il *peer to peer lending* e *crowdfunding*. Questa tipologia di offerta permette di **rispondere a nicchie di mercato** mantenendo un livello di complessità che richiede una gestione altamente specializzata.



4. BIG TECH

Le Big Tech **integrano servizi finanziari**, come *anticipo di cassa o buy now pay later*, **direttamente nelle proprie piattaforme esistenti**, al fine di **facilitare l'accesso al credito e incentivare gli acquisti** di ulteriori prodotti. Questo consente loro di usare l'ampia base di utenti e dati comportamentali per offrire soluzioni finanziarie personalizzate.

Considerazioni finali



Per i servizi di Digital Lending si nota un **crescente utilizzo di soluzioni mobile-only soprattutto nell'area Asia Pacifico**. Sulla **Finanza Alternativa**, si osserva un ruolo molto più forte del portale web.



Gli operatori di mercato **concentrano la loro offerta sugli individuals**, sfruttando la **minore complessità nella digitalizzazione** dei processi di distribuzione di prodotti e servizi. L'esperienza acquisita con questo target rappresenta il **punto di partenza per lo sviluppo di servizi e prodotti destinati alle PMI**.



I **servizi offerti** sono prevalentemente in **ambito Digital Lending**, poiché molti di essi sono **preesistenti e richiedevano solo un processo di digitalizzazione**. I servizi di **Finanza Alternativa**, essendo emergenti, richiedono **tempi più lunghi per il loro sviluppo ed implementazione** da parte dei player.



Al di là dei prestiti, primo servizio offerto in tutte e 3 le aree emergono peculiarità interessanti: negli **USA** trovano **più spazio soluzioni di crowdfunding**, in **Asia** c'è una forte diffusione del **Buy Now Pay Later**, in **Europa** c'è un'**attenzione maggiore** rispetto alle altre due aree su servizi di credito collegati a tematiche di **sostenibilità**.



I nuovi **player** del mercato sono le Fintech e le Big Tech. Le **Fintech** offrono un **numero limitato di servizi bancari**, caratterizzati da maggiore specializzazione e flessibilità. Le **Big Tech**, invece, stanno **integrando soluzioni finanziarie nei propri ecosistemi** con l'obiettivo di **incentivare l'acquisto di altri prodotti e servizi** offerti orizzontalmente.

L'Osservatorio Digital Banking

OBIETTIVI



L'Osservatorio Digital Banking intende rappresentare un ambito di riferimento nel settore bancario per una valutazione complessiva delle **dinamiche di relazione banca-cliente sui canali digitali**.

COMMUNITY



15
BANCHE

- Banca di Asti
- Banca Popolare di Bari
- Banca Popolare di Sondrio
- Banco BPM
- Banco di Desio e della Brianza
- BNL - Gruppo BNP Paribas
- BPER Banca
- Cassa Centrale Banca
- Cherry Bank
- CREDEM Banca
- Deutsche Bank
- Iccrea Banca
- Intesa Sanpaolo
- Poste Italiane
- UniCredit



6
INNOVATIO
N
PARTNER

- BDM – Base Digitale
- EY
- Fabrick
- Intesa - a Kyndryl Company
- Kaleyra
- TIM

SUPPORTO
METODOLOGICO

- PwC

FOCUS DI RICERCA



- **Offerta Digital Banking** - Panoramica dei canali digitali attraverso cui vengono offerti i servizi bancari e del ventaglio di funzionalità offerte tramite App e Sito, con focus su tecnologie e servizi emergenti e particolarmente innovativi.
- **Strategie evolutive e modelli di governance** - Identificazione delle principali direttrici di sviluppo della strategia e dell'offerta analizzando le principali aree in cui si concentrano gli investimenti sui canali digitali; approfondimento dei modelli organizzativi e di governance adottati dagli operatori;
- **Digital Onboarding** – Analisi del livello di presenza e caratteristiche dei processi di Digital Onboarding in termini di canali abilitati, prodotti sottoscrivibili al primo/secondo contatto e modalità di offerta, modalità di identificazione e verifica del cliente, etc.
- **Comportamento del cliente sull'utilizzo dei canali digitali** – Analisi dei trend di utilizzo dei canali digitali; studio della user experience del cliente
- **Benchmark internazionali** – Analisi desk su specifici servizi o strategie di Digital Banking

PRINCIPALI
DELIVERABLE



- **Report tematici** in cui sono illustrati le evidenze delle attività di ricerca.
- Documento di **feedback personalizzato** per le banche partecipanti al tavolo di lavoro.
- **Workshop** di fine anno con presentazione dei principali risultati del percorso di approfondimento.

Per ulteriori approfondimenti puoi contattare gli ANALISTI ABI Lab dell'Osservatorio DIGITAL BANKING



Giulio Murri
Co-Responsabile Ricerca

@ g.murri@abilab.it



Flavio Fintschj
Coordinatore Area Fintech Innovation

@ f.fintschj@abilab.it