

Capgemini contacts:**Raffaella Poggio**

Marketing & Communication Director

Tel.: +39 347 4271901

E-mail: raffaella.poggio@capgemini.com**Michela Cotich**

Marketing & Communication

Tel.: +39 347 3620244

E-mail: michela.cotich@capgemini.com**Community Group:****Michele Bon**

Tel.: +39 338 6933868

E-mail: michele.bon@communitygroup.it**Carlo Carboni**

Tel.: +39 348 9412226

E-mail: carlo.carboni@communitygroup.it

Il World FinTech Report 2018 di Capgemini sottolinea come la Collaborazione Simbiotica sia la chiave del successo futuro dei Financial Services

La concorrenza e le richieste dei clienti legate alla convenienza e alla personalizzazione stanno trasformando i financial services, offrendo alle FinTech nuove opportunità per collaborare con le società finanziarie tradizionali

Milano, 27 febbraio 2018 – L’ascesa delle FinTech¹ continua a reinventare l’esperienza dei clienti nella fruizione dei financial services. Tuttavia, molte startup si sono rese conto del fatto che difficilmente riusciranno ad avere successo da sole. Le FinTech stanno continuamente cercando di stringere collaborazioni complementari con le aziende tradizionali del comparto dei servizi finanziari, sebbene in passato cercassero di surclassarle. È quanto emerge dal report chiamato [World FinTech Report 2018](#) condotto da [Capgemini](#) e [LinkedIn](#), in collaborazione con [Efma](#). La ricerca studia il modo in cui le FinTech stanno cambiando l’esperienza dei propri clienti nel comparto dei financial services attraverso una maggiore centralità degli stessi e l’uso delle nuove tecnologie, il potenziale delle relazioni simbiotiche tra le FinTech e le istituzioni finanziarie tradizionali e infine il ruolo di peso svolto dalle BigTech².

Le FinTech sono il motore che guida il cliente

Le FinTech, grazie alle innovazioni che sviluppano con l’utilizzo delle tecnologie emergenti, stanno reinventando l’esperienza dei fruitori di servizi finanziari. La concorrenza e l’incremento delle aspettative dei clienti si stanno traducendo in un aumento della domanda di servizi più convenienti e personalizzati. Le FinTech stanno utilizzando i dati dei clienti per sviluppare offerte personalizzate e per fornire servizi online veloci e disponibili 24 ore su 24 che possano essere accessibili attraverso qualsiasi dispositivo.

Tuttavia, il World FinTech Report 2018 afferma che i fruitori di servizi finanziari ripongono molta più fiducia nei brand delle aziende tradizionali rispetto alle FinTech. Per avere successo in futuro, le aziende del settore devono continuare ad allineare i propri obiettivi con quelli dei clienti, mantenendo un alto livello di fiducia e offrendo loro processi digitali, efficienti e in ottica *agile*.

«Le FinTech riescono a essere aziende di successo grazie a un focus basato sulla centralità del cliente che consente di colmare i divari creati da quelle tradizionali che, di conseguenza, hanno dato la possibilità alle

¹ Il termine FinTech si riferisce a società relativamente nuove e/o piccole con una clientela in costante crescita che offrono servizi finanziari attraverso l’utilizzo di tecnologie.

² BigTech è un termine utilizzato per indicare aziende tecnologiche il cui operato si basa sui dati, solitamente non presenti sul mercato dei financial services. Alcuni esempi: Google, Amazon, Alibaba, Apple e Facebook.

*FinTech di affacciarsi sul mercato, nonostante la fiducia nelle società tradizionali resti ancora un fattore centrale per i clienti», ha affermato **Penry Price, Vice President, Global Marketing Solutions di LinkedIn.***

Opportunità di collaborazione win-win

Svincolati da sistemi obsoleti e da una cultura old-school, le FinTech hanno utilizzato le nuove tecnologie per rispondere rapidamente alle esigenze dei clienti. Infatti, il World FinTech Report 2018 ha evidenziato che oltre il 90% delle FinTech ritiene che l'agilità e l'offerta di una migliore *customer experience* siano elementi chiave per ottenere un vantaggio competitivo, mentre oltre il 76% afferma che la propria abilità nello sviluppare nuovi prodotti e servizi e nel migliorare quelli esistenti sia un elemento fondamentale del proprio successo. La sfida è dunque quella di ampliare e creare modelli di business che siano realizzabili dal punto di vista finanziario. Nonostante le FinTech abbiano raggiunto i 110 miliardi di dollari di fatturato dal 2009, lo studio di Capgemini ha sottolineato che molto probabilmente la maggior parte di esse potrebbe non avere successo qualora non riuscisse a costruire un efficiente ecosistema di partnership.

Allo stesso modo, le istituzioni finanziarie tradizionali stanno adottando molte misure in ambito FinTech per migliorare il customer service, conservando però alcuni punti di forza come il risk management, le infrastrutture, la competenza in ambito normativo, la fiducia dei clienti, l'accesso al capitale, e così via. Sia le aziende tradizionali che le FinTech, infatti, possono trarre vantaggio da una relazione collaborativa e simbiotica.

*«Con oltre il 75% delle FinTech che considera la collaborazione con le aziende tradizionali il proprio obiettivo primario, diventa essenziale che sia le FinTech che le imprese tradizionali trasformino il proprio business model, attraverso una collaborazione reciproca che consenta di incrementare l'innovazione, mantenendo al contempo la fiducia della clientela», ha dichiarato **Monia Ferrari, Head of Banking di Capgemini Italia.** «Senza un partner agile e collaborativo, sia le aziende tradizionali che le FinTech rischiano il fallimento».*

Trovare il giusto partner è essenziale per una collaborazione di successo

Il report di quest'anno ha evidenziato che la collaborazione è un elemento essenziale per far sì che sia le FinTech che le imprese finanziarie tradizionali raggiungano il successo nel lungo termine. Una collaborazione proficua si basa essenzialmente sul trovare il miglior partner e il miglior modello di engagement. Per sviluppare partnership solide, le aziende devono superare le barriere alla collaborazione.

Dal World FinTech Report 2018 emergono tre considerazioni. Primo: oltre il 70% dei dirigenti delle società del FinTech afferma che la principale sfida legata alla collaborazione con le aziende finanziarie tradizionali è rappresentata dalla propria mancanza di cultura *agile*. Secondo: le imprese tradizionali avvertono degli impatti negativi sulla fiducia dei clienti e il brand. Terzo: il cambiamento della cultura aziendale rappresenta una grossa sfida per entrambe le tipologie di società.

*«Per raggiungere una collaborazione di successo, entrambe le categorie di aziende devono essere di larghe vedute, mantenendo un focus costante sulla collaborazione. Le istituzioni finanziarie devono rispettare la cultura delle FinTech per evitare di perdere la propria caratteristica agile, che rappresenta uno degli asset fondamentali della loro natura societaria. La prossima sfida sarà quella di individuare la miglior FinTech con la quale collaborare», ha affermato **Vincent Bastid, Secretary General di Efma.***

Uno sguardo in avanti: accelerare la collaborazione e prepararsi ad affrontare il futuro

Il futuro dei *financial services* è nelle mani delle FinTech e delle aziende tradizionali, le quali possono completarsi a vicenda per soddisfare le necessità dei clienti e ridefinire la *customer experience*. Per aiutare le società di servizi finanziari ad accelerare la collaborazione e promuovere relazioni simbiotiche, Capgemini

ha lanciato lo strumento [ScaleUp Certification](#). Questo strumento sviluppa un modello di collaborazione e verifica reciproca che incoraggia le partnership tra aziende tradizionali e FinTech. La più grande incognita è rappresentata dalla *disruption* proveniente dalle BigTech - grandi multinazionali tecnologiche con un enorme bacino di clienti al dettaglio - ma è chiaro che è arrivato il momento per le FinTech e le aziende tradizionali di trovare i giusti partner per collaborare e ridefinire il proprio percorso verso il successo.

Il World FinTech Report 2018

Capgemini e LinkedIn, in collaborazione con Efma, hanno sviluppato il World FinTech Report 2018 basandosi su un sondaggio a livello globale al quale hanno partecipato le aziende dei servizi finanziari tradizionali e le FinTech, incluse aziende che offrono servizi di banking and lending, pagamenti e bonifici, risparmio gestito e assicurazioni. A loro sono state rivolte domande mirate a cogliere le prospettive sia da parte di FinTech che di aziende di servizi finanziari tradizionali, esplorando vari aspetti della customer experience e fattori chiave di successo per il miglioramento della stessa. Il sondaggio ha evidenziato che è importante sviluppare relazioni tra vecchi e nuovi player, con un focus sul punto di vista delle FinTech, oltre a un'analisi che potrebbe supportare entrambi i tipi di aziende a raggiungere i propri obiettivi di business.

Per maggiori informazioni, consultare il sito www.fintechworldreport.com.

Capgemini

Leader mondiale nei servizi di consulenza e tecnologia, Capgemini è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio in un mondo costantemente in evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone. Con un'organizzazione multiculturale di 200.000 dipendenti presenti in più di 40 paesi nel mondo, nel 2017 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 12,8 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.it.capgemini.com. People matter, results count

La divisione Financial Services di Capgemini offre soluzioni di business e IT innovative a banche globali, società del capital market e assicurazioni per aiutarle a reagire rapidamente ai cambiamenti del settore, offrendo ai loro clienti un valore aggiunto e incrementando la propria performance finanziaria. Un team di oltre 55.000 professionisti collabora per fornire un quadro olistico differenziato per tecnologia e area geografica, dall'infrastruttura alle applicazioni, per ottenere soluzioni su misura per oltre 1.000 clienti, che rappresentano i due terzi delle più grandi istituzioni finanziarie al mondo. L'engagement dei clienti può contare su competenze bar-setting, insight di mercato e un servizio eccellente a livello globale che esiste da più di un quarto di secolo.

Per maggiori informazioni www.capgemini.com/financialservices

Efma

Organizzazione no profit a livello mondiale fondata nel 1971 da banche e assicurazioni, Efma supporta il networking tra i decision-maker fornendo insight di qualità, con l'obiettivo di aiutarle a prendere le giuste decisioni per favorire l'innovazione e guidare la propria trasformazione. I soci Efma sono oltre 3.300 in 130 paesi.

Con sede a Parigi, Efma possiede uffici a Londra, Bruxelles, Barcellona, Stoccolma, Bratislava, Dubai, Mumbai e Singapore.

Per informazioni consultare il sito www.efma.com

LinkedIn press contact:

Fred Han

Tel.: +1 415 713 1562

E-mail: ghan@linkedin.com

Efma press contact:

Hannah Moisand

Tel: + 33 147 42 6770

Email: hannah@efma.com