

Il

Gli elementi perché il fintech funzioni in Italia ci sono tutti, come dimostrano due dei nostri unicorni. Quello che serve è un atteggiamento più spavaldo, dagli investimenti alle leggi

coraggio

di

TESTO: PAOLO TACCONI

osare



In mezzo ai grattacieli della Milano internazionale di Porta Nuova, sovrastati dalle scritte cubitali delle aziende bancarie e assicurative che li popolano, ce n'è uno un po' più piccolo e poco visibile. Si riconosce da una semplice sigla: S32. Dal suo terrazzo al tredicesimo piano si gode una vista unica sullo skyline milanese, fino ai giganti della zona ex Fiera, anch'essi occupati militarmente dai grandi nomi della finanza. S32 è la sede del Fintech district, iniziativa "vecchia" di 6 anni che raccoglie ora 250 aziende del settore e collaterali. Il padrone di casa è anche in questo caso una banca, ma le aziende che occupano S32 sono il miglior campione di che cosa significhi oggi creare servizi finanziari tecnologici in Italia. Chi ci lavora è giovane - il 90% ha meno di 40 anni - e molto spesso maschio (nessun capo di azienda fintech è una donna, sottolinea con preoccupazione Clelia Tosi, 38enne alla guida del Fintech district, «ma abbiamo tante iniziative per cambiare questa situazione»).

N

on c'è solo questo palazzo di acciaio e vetro del quartiere Isola: secondo Pwc, il capoluogo lombardo ospita il 54 per cento delle imprese italiane del settore e attira il 70 per cento degli investimenti. È qui che si trovano l'offerta, le personalità e le aziende di spicco, le collaborazioni tecnologiche e finanziarie internazionali. E il resto d'Italia? Le contraddizioni, come spesso avviene nel nostro paese, non mancano. Accade che le aziende attive si moltiplichino, ma siano per lo più molto piccole. Che i talenti siano tanti ed eccellenti, ma il sistema premiale, a partire dalle tasse, non li favorisca. Che milioni di Pmi, che potrebbero giovare della facilità d'uso e della flessibilità dei nuovi sistemi di finanziamento digitale, non abbiano la cultura di base per farne tesoro. Che nei grandi media non si parli d'altro che di evasione e di allergia ai pos quando invece è proprio il fintech a svettare tra tutti per quantità di investimenti sulle startup in Italia, superando la moda, i media, il cibo e il clima. E che 89 aziende estere specializzate in investimenti in startup e scaleup siano entrate nel nostro mercato negli ultimi 2 anni e costituiscano ormai quasi il 50% degli attori in gioco, un numero in rapida ascesa. Insomma, anche se aneddoticamente troppe aziende nostrane faticano ancora con l'inglese, l'Italia della tecnofinanza si sta aprendo al mondo, tanto che alcune società hanno già fatto il grande salto e si sono stabilite direttamente a Londra, la capitale globale del settore per numero di aziende, ben oltre New York e San Francisco, come hanno fatto Soldo (sistemi di pagamento per aziende) e Mdotm (intelligenza artificiale per la finanza).

Ma c'è anche chi ha fatto il percorso inverso, come Altin Kadareja, fondatore di Cardo.ai, un'azienda nata a Milano (ma con sedi nella nativa Albania e a Londra) per aiutare le banche a far fruttare meglio i soldi utilizzando la tecnologia e l'IA: «Le scuole italiane sono ottime: qui si trovano straordinari ingegneri dei dati», afferma Kadareja. «Dove faccio più fatica è nel mettere in moto sistemi premiali moderni, in parte perché le tasse sul lavoro sono altissime, in parte perché c'è poca cultura di sistemi di incentivazione moderni, come le stock option». «Per chi ha una buona idea, le condizioni e l'ecosistema sono molto migliori ri-

petto a quando abbiamo lanciato Moneyfarm, oltre 10 anni fa», dice Giovanni Daprà, fondatore dell'app di investimenti molto attiva in Italia e nel Regno Unito, che vede l'attuale timore di scommettere su realtà nuove e giovani come una fase temporanea e invita imprenditori e lavoratori a non scoraggiarsi.

La sua non è l'unica voce da cui giunga costantemente un richiamo culturale dalle sfumature quasi morali: noi italiani dobbiamo imparare a rischiare di più, sia come consumatori di servizi, sia come lavoratori, sia come imprenditori. E a fidarci di più della tecnologia, nonostante le turbolenze e gli scossoni, che oggi hanno un nome e un cognome ben precisi: ChatGpt. Quasi tutte le aziende che fanno fintech incorporano in qualche modo - quando addirittura non sviluppano in proprio - modelli di intelligenza artificiale costruiti su basi di dati e hanno al loro interno team dedicati a questo tema ormai da anni.

M

a a nessuno sfugge l'elefante nella stanza, sotto forma di quei "large language model" che solo poche grandi aziende al mondo (OpenAi, naturalmente, ma anche Google e Microsoft) hanno saputo sviluppare. «È un mestiere che cambia velocemente, il nostro», conferma Massimo Ruffolo, fondatore di Altilia.ai, eccellenza italiana nel campo del deep tech, che nell'IA e nel supporto alla finanza naviga da anni. «Bisogna farsene una ragione e prepararsi ad affrontare le sfide etiche e regolamentari che ci aspettano». Sì, ma come? «Puntando su talento, talento e talento», risponde Ruffolo, «quella cosa a cui il nostro paese è così allergico in tanti settori».

Poi ci sono le nuove parole d'ordine: open banking e open finance. Proviamo a spiegare come funzionano, con la metafora dei social media: il mio conto corrente vedrà il tuo come io vedo le foto delle tue vacanze e potremo spostare denaro senza frizioni. E, soprattutto, io potrò cambiare banca come cambio modello di smartphone (o contratto telefonico): un paio di giorni di aggiustamenti al volo e via. L'orizzonte non è più così lontano, con l'Unione europea e gli stati nazionali che ci lavorano assiduamente: si parla di 5-7 anni, ma le prime applicazioni già si vedono. In realtà, saranno

le aziende a trarne i vantaggi maggiori: anziché aspettare il deposito dei bilanci e le misurazioni di efficienza aziendale, attività ancorate a un mondo pre-digitale, ci saranno per esempio connessioni in tempo reale tra i sistemi di contabilità e i servizi di banche e fintech, in modo che «invece di chiedere io imprenditore un prestito, saranno le banche a fare a gara a concedermelo al momento giusto», si lancia a immaginare Matteo Tarroni, uno dei più grandi conoscitori del mondo delle Pmi e Ceo di Workinvoice. Anche qui, questione di tempo e velocità: «Non saremo solo noi startup più o meno cresciute a riempire un mercato gigantesco come quello dei prestiti alle Pmi», continua Tarroni. «Lo faranno le istituzioni finanziarie, che hanno l'infrastruttura per distribuire a milioni di clienti. A noi il compito di dimostrare, prima di tutto facendo utili e senza bruciare fondi, che le nostre intuizioni non solo funzionano, ma reggono la prova del mercato».

Tra chi questa prova l'ha già portata a casa e ora raccoglie i frutti spicca Satispay, fintech italiana più nota, almeno al grande pubblico, e unicorno per eccellenza. Si tratta di una app che permette di pagare piccoli o medi importi senza usare una carta di credito (e relativi costi di gestione specifici) appoggiandosi direttamente al conto corrente dell'utilizzatore. Satispay ha guadagnato nel 2022 il 70% di questo specifico mercato (pagamenti al dettaglio cardless), grazie a 4 milioni di utilizzatori finali. Anni di porta a porta presso negozi, tabaccai, bar, edicolanti e tanti altri hanno creato una robustissima rete di punti vendita dove si può pagare con questo sistema. Ora la sfida è la copertura totale del territorio nazionale. Alberto Dalmaso, fondatore e Ceo dell'azienda, guarda ai giganti senza soggezione: «Alla fine, il nostro modello con zero commissioni fino ai 10 euro ora lo stanno sperimentando pure i big, anche se non in maniera stabile perché devono remunerare una lunga catena di attori», dice. Insomma, fare startup alla fine vuole anche dire stimolare l'intero sistema a reagire: «Ci sarà sempre spazio per chi riesce a giocare al meglio sul terreno della specificità locale, a capire il mercato, cosa che le grandi tech non potranno mai fare», chiude Dalmaso. Un bell'invito a chi ancora vuole fare impresa fintech.

Restando nel bestiario, l'Italia ha un altro unicorno e si chiama Scalapay. Si tratta di un'azienda leader tra quelle che permettono di dilazionare i pagamenti, specie quelli online (in gergo si definisce Bnpl: "Buy now pay later"), una strategia scelta, secondo dati recenti, da metà degli italiani. Simone Mancini, il suo amministratore delegato, ha già illustrato pubblicamente il piano di espansione internazionale dell'azienda, a partire dagli 8-10 paesi europei già serviti. Certo, anche questo è un settore in cui Big Tech potrebbe presto portare scompiglio, trasformando le piattaforme mobili in agenti fintech in proprio. Apple, per esempio, l'ha già fatto di prepotenza negli Stati Uniti, fornendo un servizio di rateazione dei pagamenti grazie ad accordi con Mastercard e Goldman Sachs. Ma è un rischio che non si ferma a questo settore, basti pensare che Amazon presta soldi alle aziende che lavorano sulla propria piattaforma attraverso un servizio di lending digitale già attivo negli Stati Uniti, in Uk e in Giappone. Si prospetterebbe, insomma, una situazione analoga a quella delle assicurazioni sui viaggi, ormai vendute quasi solo dalle piattaforme di prenotazione. Il punto è che chi controlla l'utente finale controlla tutto e il pericolo che qualche grande "super user" si mangi il mercato faticosamente sviluppato dalle startup fintech è sempre dietro l'angolo. Dopotutto, nel paesaggio milanese, le uniche aziende che hanno palazzi altrettanto centrali e luminosi, per restare in tema, sono Google, Microsoft e Amazon, separate tra loro solo da qualche centinaio di metri nel solito "triangolo delle Bermuda" di Porta Nuova. Quindi, a un certo punto, sarà necessario stendere cavi di collegamento tra i vari grattacieli, magari più robusti e stabili di quello usato dal funambolo che nella calda estate del 2023 ha camminato a 200 metri di altezza proprio tra le torri del quartiere. Perché non possiamo essere tutti coraggiosi come lui per creare il futuro finanziario e digitale dell'Italia.

PAOLO TACCONI Già manager per Microsoft, Ferrari, Virgilio e giornalista per il *Corriere della Sera*, è oggi consulente fintech, imprenditore digitale e autore della newsletter settimanale *Finambolic.com* dedicata ai temi fintech, insurtech e IA.