

SPORTELLI DIGITALI La challenger bank di Banca del Fucino ha nominato Lucciola alla presidenza per guidare un progetto di rafforzamento e sviluppo basato sull'instant lending e sul modello bank-as-a-service

Doppia sfida per Igea

di **Alessandro Carollo**

Il panorama delle challenger bank italiane è piuttosto ricco, tra banche indipendenti e quelle già controllate da banche. Se ne possono contare oltre 20, con un'offerta differenziata in termini di servizi proposti. La loro sfida non è solo nel retail bank ma anche nel segmento corporate, particolarmente complicato in Italia, dove tradizionalmente il rapporto cliente-banca tradizionale è molto forte e difficile da battere.

A livello globale, il volume delle nuove attività fintech ha raggiunto nel 2021 circa 8.000 miliardi di dollari, in gran parte nel comparto dei pagamenti digitali. La componente corporate digital lending è ancora bassa, intorno al 5%, ma in rapida crescita. In Italia, secondo l'indagine fintech sul sistema finanziario condotta da Banca d'Italia, il 25% degli investimenti complessivi in mobile banking, digital lending e altri servizi connessi con la digitalizzazione delle attività, si rivolge proprio alla clientela corporate. Il campo di battaglia da difendere (per le banche tradizionali) o da conquistare (per i nuovi operatori) è quello delle 1,6 milioni di aziende, in prevalenza pmi e microimprese.

Tra le 20 challenger c'è Igea Digital Bank che punta a nicchie di leadership in questo segmento di mercato. La banca, con sede e unica filiale ad Ancona, ha un volume di credito erogato di circa 130 milioni di euro a oltre 2 mila pmi e microimprese (con un'offerta de-

dicata anche ai professionisti) in modalità esclusivamente digitale. Le possibilità di crescita sono favorite da solidi coefficienti patrimoniali (total capital ratio superiore al 20%). La recente cooptazione nel consiglio di amministrazione e nomina a presidente di Igea Digital Bank di Isidoro Lucciola, investment banker e imprenditore con positive esperienze nel fintech, ha l'obiettivo di rafforzare e sviluppare la banca

digitale del gruppo, seguendo un modello particolarmente innovativo.

Domanda. Qual è l'idea di sviluppo della nuova Igea Digital Bank?

Risposta. Semplicemente diventare la best in class nell'attività di instant lending a Pmi, microimprese e professionisti preventivamente selezionati attraverso partner qualificati, rafforzando e sviluppando moduli IT proprietari utilizzabili anche da altri operatori. In pratica, mantenere la massima efficienza operativa nell'attività tradizionale, che è indispensabile per un modello di banca capital light, e aggredire con decisione il mercato del cosiddetto bank as a service, ancora poco sviluppato in Italia.

D. Che cos'è?
R. Un modello misto, che utilizza la licenza bancaria e l'infrastruttura tecnologica per se stessi, ammortizzando gli investimenti rendendoli fruibili a operatori finanziari e industriali terzi in modalità cosiddetta white label fronting services.

D. Quale attività sarà preponderante, l'instant lending o bank as a service?

R. Igea Digital Bank a tendere sarà un operatore informatico con licenza bancaria o una banca che opera anche come un operatore informatico. Il piano industriale prevederà che dopo tre anni circa il 50% degli utili derivino da margine di interesse del proprio book e il 50% dal margine di intermediazione e servizi per terzi.

D. Quali dovranno essere i principali elementi distintivi della nuova banca?

R. La rapidità di risposta alle esigenze del mercato, il che implica una nuova cultura aziendale rivolta a innovazione e flessibilità, aggiunta alla capacità d'integrare soluzioni di terzi per abbreviare il time to market. Fondamentale è anche l'attitudine alle partnership. Questo implica l'innesto di professionalità esperte di IT e caratterizzate da pensiero laterale. Ma non si può pensare di coprire tutti gli spazi di mercato in modo efficiente; quindi, sarà fondamentale scegliere nicchie di mercato, per settori industriali o tipologia di prodotto, dove aspirare a diventare i leader riconosciuti.

D. Perché adottare il modello bank as a service (BaaS)?

R. È un macro-trend globale, con un mercato stimato nel 2020 in circa 2,5 miliardi di dollari e un tasso di crescita annuo al 2030 di oltre il 17%. La pandemia ha dato sicuramente un impulso verso la ricerca, in ogni settore, di soluzioni digitali, dall'e-commerce ai servizi finanziari. In Italia è ancora poco sviluppato, anche se si sono registrate recentemente alcune iniziative di successo. Il BaaS offrirà soluzioni nuove e avvicinerà mondi che per motivi regolamentari oggi non sono connessi. L'obiettivo è «B2BtoX», dove la X al posto della classica C non vuol dire solo cliente retail ma persone o entità, giuridiche e non, operanti in diversi settori.

D. Chi sosterrà i investimenti e impieghi?

R. Banca del Fucino è un azionista forte e motivato, con un management moderno e concreto. C'è abbondanza di capitali di investimento per iniziative come la nostra, ma valuteremo con la capogruppo eventuali partnership purché abbiano anche un connotato industriale e non solo finanziario. C'è poi la solida e crescente propensione alla liquidità da parte delle famiglie: sosterrà la raccolta, pur non essendo l'unica fonte prevista. (riproduzione riservata)



Isidoro Lucciola
Igea Digital Bank

