

COMUNICATO n. 1357 del 03/06/2018

FinTech cambierà le banche a vantaggio dei consumatori

Il settore finanziario ha storicamente svolto un ruolo molto importante all'interno dell'economia. La finanza è chiamata però a cambiamento epocale. In particolare, la tecnologia finanziaria – dai blockchain (un insieme di soggetti condivide risorse informatiche) all'intelligenza artificiale e big data – cambierà il modo di operare soprattutto nel settore bancario, e porterà a nuovi soggetti e nuovi comportamenti. La visione di Luigi Zingales, McCormack Distinguished Service Professor of Entrepreneurship and Finance presso la University of Chicago Booth School of Business, è quindi positiva. Secondo l'economista, l'innovazione del settore finanziario, grazie alla tecnologia, non è solo da intendere come una criticità per le banche esistenti ma può tradursi in un vantaggio concreto per i consumatori.

“La finanza -ha spiegato Luigi Zingales - è sempre stata all'avanguardia nell'uso della tecnologia ma oggi siamo nelle condizioni di quando, secoli orsono, passammo dai numeri romani ai numeri arabi. Con i primi era complicatissimo fare cose semplici, quali somme di sottrazioni. Con la tecnologia molte attività saranno enormemente più facili”.

I vantaggi o i fattori abilitanti sono molteplici e individuabili in più contesti. Due esempi. Se la finanza si occupa in gran parte di pagamenti, la tecnologia contribuirà ad abbassare il costo delle transazioni, secondo Zingales. Così come l'affermazione della tecnologia finanziaria (**FinTech**) - intesa come fornitura di servizi e prodotti finanziari attraverso le più avanzate tecnologie dell'informazione (Ict) - passa attraverso due fattori: fiducia (“La parola credito viene dal latino e significa fidarsi”) e reputazione, ovvero la conoscenza del livello di credibilità del mio interlocutore.

I fattori tecnologici che incideranno la finanza sono quattro: la connessione, la facilità di collezionare e conservare dati, la capacità di elaborare i dati grazie all'intelligenza artificiale, e lo sviluppo della crittografia che aiuta a mantenere la segretezza delle operazioni a distanza. “I tedeschi - osserva Zingales - persero la Guerra perché gli inglesi scoprirono il loro codice di comunicazione”.

“La connessione - ha elencato Zingales - elimina i costi di transarre a distanza e permette la raccolta di dati e permette la sorveglianza a distanza. L'intelligenza artificiale e i big data consentono, attraverso algoritmi sempre più sofisticati in grado di analizzare milioni di dati, di individuare delle previsioni di comportamento e i risultati delle azioni compiute on line dai consumatori. Grazie alla crittografia è oggi possibile effettuare l'autenticazione delle operazioni a distanza”.

A questo proposito Zingales ha portato l'esempio del successo in Africa della lampada solare che ha scalzato le tradizionali (inquinanti e pericolose) lampade a cherosene: “Oltre ai benefici ambientali e alla comodità di una lampada che si carica di giorno e funziona la notte, il successo si deve anche al fatto che i pagamenti avvengono per smartphone e con un codice. Se il codice non è attivato, la lampada non funziona”.

La tecnologia impatterà anche sull'industria dei pagamenti. L'accesso al mondo del credito digitale è possibile solo attraverso un'identità. “In India - ha osservato Zingales - è lo Stato a rilasciarla mentre negli Stati Uniti sono Google e Facebook”. Il denaro sarà sempre meno cartaceo e sempre più digitale e,

paradossalmente, i maggiori problemi li hanno i Paesi più avanzati dove il sistema bancario, con le proprie regole non certo digitali, sono consolidate. Ma se le cryptovalute evidenziano problemi di trasparenza, la moneta digitale sembra avere la meglio perché le transazioni avvengono via smartphone e messaggi Facebook o Google. Un futuro incerto sembra invece attendere le carte di credito, troppo onerose e superate da un mercato liquido sia nell'utilizzo dei pagamenti digitali sia nell'accesso al credito. Ancora Zingales: "Prima le piattaforme di 'peer to peer' e oggi le consumer lending consentono l'accesso ai dati relativi alle abitudini di spesa e al comportamento dei clienti, con la possibilità di sviluppare da parte di soggetti terzi, che non siano banche, delle proposte di credito o finanziamento di gran lunga più competitive. Alle banche rimarrà - ha concluso Zingales - il credito alle imprese perché sono molto meno prevedibili delle persone fisiche".

Tutto questo arriverà anche in Italia dove però persistono due fattori di criticità: la mancanza di computer literacy (alfabetizzazione) e una diffidenza iniziale da parte degli utenti".-

Sito: www.festivaleconomia.it

Twitter: <https://twitter.com/economicsfest>

Facebook: <https://www.facebook.com/festivaleconomiarento/>

Instagram: <https://www.instagram.com/festivaleconomia/>

(pff)