



Marketing Oggi



IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

Milano Finanza III Digital Experience Week. Così la tecnologia cambia i confini dei singoli settori

Aziende, un robot le farà crescere Dalle banche all'agricoltura: tutti alla rivoluzione dei servizi

DI MARCO A. CAPISANI

Ci sono un bancario, un agricoltore e un assistente socio-sanitario. Cos'hanno in comune le loro professioni? I robot e la blockchain, come ultime evoluzioni delle nuove tecnologie che permettono di profilare con più precisione i loro clienti o migliorare i prodotti offerti. Il tutto risparmiando tempo, abbassando i costi industriali e creando processi produttivi flessibili e sicuri. Così per esempio il banchiere può gestire nel dettaglio il comportamento di un risparmiatore attraverso le piattaforme-robot della finanza, l'agricoltore può controllare a distanza un trattore che si guida da solo mentre analizza il terreno. O infine l'assistente socio-sanitario riesce a monitorare a distanza malati e anziani grazie ai dati generati dall'Internet of things domestico, ossia elettrodomestici e device tecnologici presenti in casa. Questi sono solo tre degli esempi descritti ieri alla seconda giornata della Milano Finanza Digital Experience Week, organizzata da Class Editori e giunta alla terza edizione (in programma fino a domani a Milano presso il Museo della scienza e della tecnologia di Milano, www.milanofinanza.it/digitalweek). La giornata è stata dedicata a robot&risparmi, rete5G&blockchain, all'impatto tecnologico sui vari settori produttivi, in primis sulle banche perché «nella finanza c'è una ricca presenza di dati a dispo-



In alto, da sinistra, Angelo D'Alessandro (Buddybank), Alessandro Capocchi (Università Milano Bicocca) e Francesco Guarneri (Guber Banca).

In alto, a destra, Luca Valaguzza (Euclideia), Alessandro Arrigo (Finscience) e Marco Parini (CheBanca!). Sotto, Massimiliano Gattoni (Open Fiber), Emanuele Cicco (Unicredit) e Roberto Garavaglia (CloseToPay)



sizione», ha spiegato ieri **Alessandro Arrigo**, cofondatore e d.g. di Finscience. «Come hanno fatto Amazon, Netflix, Uber e Tesla, adesso anche il mondo della finanza si concentra sulla selezione dei dati in modo da avere col risparmiatore un approccio comportamentale sui cui impostare i piani d'investimento con propensione al rischio e orizzonte temporale ad hoc. Finscience, in particolare, lavora i cosiddetti dati alternativi, circa 500 mila contenuti al giorno, che di solito non vengono analizzati perché troppo difficili da trattare e pulire».

A un approccio comportamentale si è rifatta Che-

Banca! del gruppo Mediobanca per proporre ai suoi clienti le scelte d'investimento migliori scegliendo tra oltre 56 sgr (società di gestione del risparmio) e più di 9 mila fondi, filtrati dal servizio Yellow Advice. Così «il cliente ha più chiari i suoi obiettivi, si forma una cultura finanziaria, partecipa e dialoga velocemente con la banca mentre quest'ultima riesce a monitorare e ribilanciare eventualmente con costante periodicità i portafogli investimenti», è intervenuto il direttore investimenti **Marco Parini**. «Il nostro servizio è, comunque, sempre affiancato da un comitato fisico d'investimenti che gestisce le operazioni». Al mo-

mento hanno scelto il servizio di CheBanca! 3.500 clienti, con un'età dai 50 anni in su ma anche sui 30-40 anni, ugualmente ripartiti tra uomini e donne. Si può parlare, insomma, di «democratizzazione dei servizi finanziari perché vengono coperte fasce di risparmiatori finora non servite, magari con patrimoni più piccoli», ha riassunto **Luca Valaguzza**, responsabile prodotto di Euclideia sim (società di intermediazione mobiliare), aggiungendo che «i robot della finanza sono come il pilota automatico: si disinnesta non appena compaiono variabili esogene. Un esempio? Le elezioni politiche italiane. In quei momenti intervengono i

comitati d'investimento».

A proposito di evoluzione delle banche, Buddybank del gruppo Unicredit si auto-definisce «una banca conversazionale dove il cliente può dialogare con referenti reali 24 ore al giorno, 7 giorni su 7. Soddisfiamo esigenze bancarie ma anche quelle della vita di tutti i giorni, come organizzare weekend speciali per una coppia o realizzare concretamente un regalo su misura per i figli», secondo il fondatore di Buddybank **Angelo D'Alessandro**. Buddybank ha firmato anche

(continua a pag. 16)

Satispay prepara un altro aumento di capitale

DI STEFANIA PEVERARO

Nuovo aumento di capitale in vista per Satispay, la scale-up italiana fondata da Alberto Dalmaso, Dario Brignone e Samuele Pinta, che consente di effettuare pagamenti con lo smartphone tramite un wallet con diretto addebito sul conto corrente. La notizia è stata anticipata ieri da Stefano Schiavio, responsabile delle financial partnership di Satispay, nel corso di un workshop sui pagamenti digitali nell'ambito della Digital Experience Week organizzata a Milano da Class Editori. I nuovi capitali serviranno a consolidare il business in Italia fino a rag-

giungere 1 milione di clienti attivi, per poi impostare lo sviluppo dell'attività nel resto d'Europa. Attualmente Satispay conta 530 mila download dell'applicazione con 320 mila utenti attivi e 38 mila esercenti convenzionati. L'entità del nuovo round di finanziamento non è ancora stata definita. Satispay è una delle poche scale-up italiane che in pochi anni è riuscita a catalizzare l'interesse degli investitori, tanto da raccogliere quasi 27 milioni di euro, di cui 18,3 solo nell'ultimo round chiuso lo scorso settembre, per una valutazione post-money della società di 66 milioni. Prima di quel round ce ne erano stati al-

tri due: uno da 5,5 milioni a settembre 2014 e uno da 3 milioni nel settembre 2015. Tra gli investitori dell'ultimo round figuravano anche Banca Etica, Banca Sella Holding (attraverso Sella Ventures) e Icrea Banca, che aveva già investito in un precedente round. Altro socio bancario è Banca Alpi Marittime. Tra gli investitori del nuovo round potrebbero esserci altre due banche, oltre a in-

vestitori finanziari. Per ora i fondi di venture capital, a parte Shark Bites, non sono intervenuti sul dossier. Molto presenti invece importanti realtà industriali e soggetti privati del Cuneese, dove il servizio ha debuttato.

Stefano Schiavio

