

business data-driven

CRIF e le super app
come opportunità per i player finanziari

Accedere da un unico punto a una vasta gamma di prodotti e servizi è molto vantaggioso per l'utente. Dati e piattaforme giocano un ruolo centrale e l'Open Banking è un acceleratore di **Lorenza Peschiera**

Essere un partner affidabile, sia dal punto di vista business, sia da quello tecnologico, per le società che desiderano avviare la costruzione di ecosistemi di servizi in logica *super app*, in qualità di fornitori di dati, analytics e capability utili per l'erogazione dei propri servizi e non solo in logica embedded. Questo è uno degli obiettivi di **CRIF** (www.crif.it) azienda specializzata in sistemi di informazioni creditizie e di business information, analytics, servizi di outsourcing e processing, nonché soluzioni in ambito digitale per lo sviluppo del business e l'open banking. Fondata a Bologna nel 1988 e oggi attiva in oltre 40 Paesi, **CRIF** si è imposta come un abilitatore di business, con un'attenzione particolare sul mondo del credito finanziario.

PAGAMENTI DIGITALI IN CRESCITA

Come spiega **Andrea Martellone**, **digital platform business development & ecosystem strategy senior director** di **CRIF**, la pandemia ha fatto compiere all'Italia un salto evolutivo di dieci anni verso il digitale, in particolare su fronti quali l'e-commerce, che prosegue tuttora nel proprio trend positivo. L'Osservatorio eCommerce B2C Netcomm - School of Management del Politecnico di Milano stima gli acquisti online in aumento del +14% entro fine 2022, per attestarsi a 45,9 miliardi di euro contro i 27 miliardi del 2018. Si assiste anche a una maggiore diffusione della conoscenza dei pagamenti

da smartphone/app, in particolare dei pagamenti via app che registrano, secondo l'Osservatorio carte di credito e digital payments curato da Assofin, Ipsos e **No-misma** con il contributo di **CRIF**, una crescita di interesse del 73% rispetto al 2021.

«Un elemento trainante, che può facilitare l'adozione dei pagamenti innovativi, è costituito dai dispositivi wearable che registrano quote di propensi all'uso in aumento in tutte le generazioni di consumatori, evidenziando come questa modalità stia conquistando anche i segmenti solitamente meno smart dell'utenza, così come il fenomeno del BNPL (Buy now pay later)» - dice Martellone.

UNA NUOVA POSSIBILITÀ

Oggi, per il consumatore, una nuova opportunità è costituita dalle *super app*, che consentono di accedere da un unico punto a una vasta gamma di prodotti e servizi.

«Prima di parlare dei servizi e prodotti offerti dalle principali super app disponibili sul mercato, vale la pena approfondire i concetti di *ecosistemi* e *composable architecture*, poiché sono alla base di ciascuna super app» - puntualizza Martellone. «Gli ecosistemi digitali sono costruiti su piattaforme tecnologiche orizzontali e sfruttano una profonda conoscenza verticale per comporre servizi e soluzioni digitali, basati su dati provenienti da fonti diverse tra loro. Una caratteristica degli ecosistemi è che nessun player, singolarmente, può soddisfare tutte

le esigenze. Un ecosistema di servizi digitali è il risultato della collaborazione di diversi soggetti (come fornitori di servizi, di tecnologie e utenti finali). All'interno dell'ecosistema, ogni partecipante contribuisce a creare qualcosa di unico, sia sotto l'aspetto tecnologico sia di servizi, non realizzabile singolarmente. Le composable architecture sono la declinazione tecnica di un ecosistema per creare il quale non è possibile pensare e agire in maniera monolitica. I bisogni degli utenti cambiano nel tempo e più rapidamente di quanto possa sembrare. Disporre di un'architettura flessibile, che combina servizi diversi tra loro in modo veloce e agile, consente una rapida integrazione di servizi nativamente differenti tra loro, con l'obiettivo di abilitarne la creazione di nuovi. In linea teorica, qualsiasi servizio a oggi erogabile può essere parte dell'offerta di una super app, come pagamenti e servizi finanziari, servizi di vendita al dettaglio, notizie e contenuti giornalistici, messaggistica, chiamate e molto altro». Ciascun servizio, tra quelli offerti dalle super app necessita quanto meno di un sistema a pagamento.

OPPORTUNITÀ PER I SERVIZI FINANZIARI

«I servizi finanziari rientrano a pieno titolo tra quelli resi disponibili dalle super app» - commenta Martellone. «Immaginiamo, per esempio, una super app che offra ai propri utenti la possibilità di fare investimenti

La super app può rendere i provider di servizi finanziari parte integrante di un ecosistema che consente loro di contare su un bacino di potenziali clienti molto elevato

business data-driven

sui mercati azionari o obbligazionari così come su quelli delle criptovalute. Se da un lato l'impatto è dato dalla possibilità di pagare tramite smartphone una moltitudine di servizi da un'unica applicazione, dall'altro c'è la possibilità, per i provider di servizi finanziari, di essere parte integrante dell'ecosistema. Una possibilità che si traduce nel poter contare su un bacino di potenziali clienti, anche nuovi, molto elevato. Infatti, una delle caratteristiche delle super app è che gli utenti sono "condivisi". Prendiamo il caso di una super app nata inizialmente con un'offerta di servizi di mobilità (prenotazione taxi, aerei, treni, eccetera) e che nel corso del tempo amplia il proprio portafoglio inserendo partner di servizi turistici e booking. I nuovi partecipanti all'ecosistema avranno immediato accesso alla base utenti dei provider di servizi di mobilità, potendo contare su un'esperienza utente coerente con il resto dei servizi, beneficiando di un drastico calo degli sforzi necessari per acquisire nuovi clienti a patto di creare offerte integrate e customer journey ingaggianti e frictionless».

Secondo Martellone, il dato è un tassello fondamentale negli ecosistemi di super app: «Partiamo dal presupposto che qualsiasi app, indipendentemente dallo sviluppatore o dal servizio offerto, raccoglie sempre dati sull'utilizzo (e spesso dell'utilizzatore), fosse anche solo per motivi tecnici».

Per le super app non si tratta di raccogliere e utilizzare dati relativi a un solo servizio ma a una molteplicità di servizi molto diversi tra loro. I dati, per loro natura, hanno utilità in relazione allo scopo e al tempo: un dato, o un KPI basato sulla frequenza di utilizzo, per esempio di un servizio di messaggistica, non è paragonabile a quello relativo a un servizio di investimento. Nel caso delle super app si tratta di uno scenario "normale".

Le piattaforme rivestono un ruolo altrettanto centrale. Una piattaforma modulare, basata su microservizi, flessibile e API-based, è il cuore pulsante di ogni super app e deve rispettare requisiti stringenti non solo di performance (per servire potenzialmente



Alcune banche sono già entrate a far parte dell'ecosistema delle super app con soluzioni di banking as a service in white label

milioni di utenti anche in contemporanea), security e privacy-by-design, ma anche di flessibilità e di integrazione di diversi servizi e fonti dati.

«Negli ultimi due anni, in CRIF, abbiamo osservato un'esplosione di interesse nei confronti dell'Open Banking, di cui l'Open Finance rappresenta la naturale evoluzione» – dichiara Martellone. «La rilevanza dell'Open Banking nel mondo sta consentendo alle super app di usare dati finanziari provenienti da più fonti per soddisfare le esigenze dei clienti e fornire prodotti finanziari. Tutto questo darà alle piattaforme un'opportunità ancora maggiore di offrire una gamma di servizi di embedded finance e embedded insurance sempre più ampia e integrata all'interno di customer journey, nonché indirizzare i servizi giusti a ciascun utente, grazie alla massimizzazione della

personalizzazione e alla facilità di accesso ai propri dati tramite un'unica piattaforma integrata anche con servizi di terze parti».

Secondo Martellone, rendendo possibile questa integrazione, alcune banche sono già entrate a far parte dell'ecosistema delle super app iniziando a fornire soluzioni di banking as a service in white label ai propri clienti. «Il quadro normativo sui servizi finanziari è così complesso che molte super app non vogliono affrontarlo da sole, specialmente in più mercati con differenti regimi normativi» – afferma il senior director di CRIF. «Tutto questo significa che le super app che offrono e-commerce, prestiti, prodotti assicurativi, piattaforme di investimento, eccetera, stanno creando partnership strategiche con banche e fintech nei loro mercati chiave per fornire questi servizi».

DM