

st'anno costituisca «la prima edizione svolta sotto il marchio dell'Italy China Council Foundation, che nel giugno scorso ha riunito in una sola anima Fondazione Italia Cina e Camera di Commercio Italo Cinese, dando vita a una delle più importanti associazioni di questo genere a livello europeo».

Guardando poi alle aziende presenti, Boselli ha spiegato che «le differenze tra dimensioni e tipologie di attività dei vincitori sono un'ulteriore testimonianza della validità di questo premio, che da diciassette anni dà visibilità a tutti quei casi di successo che lavorano 365 giorni l'anno per stringere le relazioni economiche e commerciali tra i nostri due paesi». «Con il loro lavoro e la loro imprenditorialità», ha concluso il presidente, «onorano Cina e Italia, che pur con origini lontane hanno in comune tanti valori come la laboriosità, l'intraprendenza e la creatività». Sei le categorie di premi che hanno visto protagonisti pmi e multinazionali sia italiane che cinesi. Per la categoria **Capital Elite** sono state premiate China Power (under 40 award), Chinesebox (under 40 award), Distilleria Artigianale Milano (under 40 award), D'Andrea & Partners (social responsibility award), EssilorLuxottica (social responsibility award), Ferretti Group (Hong Kong Sar special award). Per la categoria **Creatori di Valore** i riconoscimenti sono andati a Mcm Machining Centers Manufacturing, Metech Stg, Motion e Nadella Group. Quanto alla sezione **Eccellenza Italia**, hanno ricevuto il premio consegnato da Genertec - realtà nazionali come Cantine Polvanera, Gods, illycaffè, Piniinfarina e il gruppo Sanpellegrino. Nella categoria **Top Investors in China** sono state premiate realtà come Comau, Senfter Holding e Tecniplast. Inoltre, nella sezione **Top Investors in Italy** la scelta è ricaduta su Cmc Europe Italy, Haier Europe e Sinica Management. Ad essere premiati nella categoria **Via della Seta** sono stati invece EY Tax & Law, Lu-ve Group e Salmoiraghi Automatic Handling. L'ultima categoria delle premiazioni, la più attesa, è stata quella del Leone d'Oro, riconoscimento assegnato a personalità del mondo della cultura, dello sport e dello spettacolo che si sono distinte per il loro ruolo di ponti tra Italia e Cina. Questi sono stati consegnati all'ex calciatore Fabio Cannavaro, che appese le scarpette al chiodo ha allenato a lungo in Cina, e allo stilista Angelo Cruciani con il suo brand Yezael. Anche se non presenti fisicamente a ricevere il premio sono stati il pilota di Formula 1 della scuderia Alfa Romeo, Zhou Guanyu, e la giocatrice di pallavolo Zhu Ting, in forza nella Savino del Bene Volley. Nel corso della serata è stato presentato anche il progetto Fioritalia-Casa Italia in Cina promosso dal Gruppo Vanke, in collaborazione con la Fondazione Iflss. Obiettivo del progetto è la creazione di un ponte permanente tra Italia e Cina incentrato sull'education all'Italian way of life. (riproduzione riservata)

CREDITO Banca del Fucino ha trasformato la controllata Igea in una challenger bank. Molto tecnologica, punterà sui prestiti istantanei alle imprese e sul modello banking-as-a-service, dice il presidente Lucciola

Via a Igea Digital Bank

di **Alessandro Carollo**

Il panorama delle challenger bank italiane registrerà da gennaio una novità con il lancio della nuova Igea Digital Bank, la seconda licenza bancaria del gruppo di Banca del Fucino, storicamente tra i primi istituti di credito specializzati nel lending alle piccole e medie imprese e ai professionisti attraverso una piattaforma digitale proprietaria. Una trasformazione perseguita dal nuovo management di Banca del Fucino dopo aver completato nel luglio del 2020 l'integrazione con Banca Igea. Il gruppo bancario guidato dall'amministratore delegato Francesco Maiolini in due anni ha effettuato un turnaround della banca una volta controllata dalla famiglia Torlonia. La capogruppo Banca del Fucino ha rafforzato il capitale sociale arrivato a circa 200 milioni di euro con nuovi azionisti (in totale sono diventati oltre mille), coinvolgendo nel progetto di valorizzazione con quote tra il 2% e il 9,4% aziende e imprenditori come Txt E-Solutions, Upz Investment (famiglia Petricca), Angelini Investments, Toto Holding, Vulcano (Santo Versace), Bricofeer, Finvacchi (Bernardo Vacchi) e soci istituzionali come Enpaia e Fondazione Banca del Monte di Lombardia. Ha raddoppiato gli impieghi e la raccolta diretta toccando alla fine del 2021 un prodotto bancario complessivo di circa 5 miliardi di euro, in crescita su tutte le dimensioni nel 2022.

L'unico brand bancario storico con sede a Roma è presente a Milano, Padova, Verona (e a breve lo sarà a Bologna) e nei servizi finanziari con un mix tra canali fisici e digitali (già oggi il 75% delle transazioni sono effettuate tramite l'home banking). Sta valorizzando asset nel settore delle rinnovabili, dove attraverso la controllata Fucino Green detiene la leadership nello sviluppo di progetti fotovoltaici ed eolici, e ha avviato un processo di trasformazione e valorizzazione della seconda licenza bancaria affidando la guida strategica dell'iniziativa a un nuovo consiglio di amministrazione presieduto da Isidoro Lucciola.

Sono ormai numerose le banche digitali attive in Italia con modelli di business anche molto differenti tra loro. L'Area Studi di Mediobanca classifica come challenger bank Igea Digital Bank accanto a realtà digitali promosse da grandi banche, come Isibank (Intesa Sanpaolo), Buddy Bank (Unicredit), Dots (Bper) o Webank (Banca Bpm) e a nuove iniziative imprenditoriali come Illimity, Banca Progetto o Aidexa. «La nostra banca è stata storicamente una delle prime a offrire soluzioni di finanziamento digitali a piccole e medie imprese,



Isidoro Lucciola

Cos'è il Baas e chi lo fa

di **Carlo Brustia**

Il Banking-as-a-Service è un approccio end-to-end che consente a operatori non bancari di offrire soluzioni finanziarie a clienti e altre istituzioni, collaborando con una banca attraverso sistemi di Application Programming Interface (Api). In pratica, la piattaforma tecnologica della banca garantisce il rispetto di tutta la normativa, erogando di fatto il servizio, che però viene proposto al cliente finale da un'altra azienda. Può trattarsi di conti bancari, carte di debito o prepagate, prestiti, servizi di pagamento e altro. «Noi siamo già una banca e vogliamo costruire in-house un ecosistema tecnologico, una piattaforma Baas, che consenta l'offerta personalizzata di questi servizi», dice Isidoro Lucciola, presidente di Igea Digital Bank (si veda altro articolo in pagina). Il mercato Baas è molto ampio e in Italia sembrano non esserci dei riferimenti particolarmente consolidati. I player europei sono banche come la tedesca Solaris o l'inglese Bnkbl (Bankable) e i ricavi generati a livello europeo superano già il miliardo di euro. Per comprendere meglio l'elemento distintivo di un simile approccio IBM riporta che a livello globale il 79% dei ceo delle banche interpellati ritiene che l'adozione di concetti basati su piattaforme Baas darà vantaggi competitivi, assicurerà maggiore innovazione, redditività e diversificazione in nuovi segmenti di mercato, ma tuttavia soltanto l'11% delle banche sta effettivamente investendo in sistemi Baas e un altro 8% sta pensando a strategie che lo incorporino. (riproduzione riservata)

microimprese e professionisti attraverso una rete di aggregatori che promuovono l'offerta bancaria ai potenziali clienti e curano per loro l'onboarding nella piattaforma digitale proprietaria», sostiene Lucciola. «Gli impieghi sono a oggi pari a circa 190 milioni di euro, di cui il 90% a medio termine quasi interamente garantito dal Mediocredito Centrale e da altre garanzie



accessorie».

Il tema strategico era come valorizzare al meglio la seconda licenza bancaria del gruppo, in sinergia con il processo di innovazione e digitalizzazione di Banca del Fucino. «Abbiamo immaginato una banca più innovativa ed efficiente nel Corporate Instant Lending e di diventare il leader in Italia nel Banking-as-a-Service (il cosiddetto Baas, si veda box in pagina, ndr), pensando alla banca non soltanto come a un operatore ma anche come a un'infrastruttura di rete, in partnership con altri operatori finanziari e aziende», precisa ancora

Lucciola. A questo scopo lo scorso giugno è stato elaborato un nuovo piano industriale predisposto con l'assistenza di Bain & Co. e del Politecnico di Milano. «Ci proponiamo come una nuova banca fintech, un ibrido che unisca culture, competenze e offerta tipiche di una banca digitale e di una fintech. Abbiamo cominciato a creare l'infrastruttura con un nuovo modello organizzativo e un change management, che sarà operativo dal prossimo gennaio. Stiamo anche valutando un rebranding», afferma il presidente della società.

Oggi la banca impiega circa 40 persone oltre alle funzioni date in outsourcing alla capogruppo. Il nuovo direttore generale è Andrea Bacioccola, dal 2020 direttore della Global Payments Service Line di Sia dopo una carriera internazionale in Apple Pay, MasterCard, Accenture, Nokia. Proprio Apple Pay Worldwide lo ha premiato con il suo Global Vision Award. Sotto di lui una squadra di tecnologici ma con nessuna significativa esperienza in banca. Il collegamento con l'attività bancaria tradizionale è delegato al nuovo vicedirettore generale vicario Carlo Cavallero, in precedenza responsabile dei crediti e della finanza strutturata in Banca del Fucino.

«Abbiamo avviato la costruzione del nuovo modello di business sia nel corporate banking che nel Banking-as-a-Service. L'elemento di raccordo è l'utilizzo spinto della tecnologia unita a una solida e prudente attenzione ai rischi creditizi e operativi garantita dall'attuale struttura del gruppo bancario», precisa Lucciola, «e la nostra nuova architettura di Information Technology, già definita e su cui investiremo a partire dal prossimo mese, farà evolvere la piattaforma di e-lending proprietaria riscrivendo alcuni moduli-chiave e trasformandola in una banking platform dove possono essere integrati moduli sviluppati da altri operatori su base white label».

Anche nel corporate banking la nuova Igea vuole differenziarsi: «Stiamo attivando partnership e sistemi di scoring e valutazione che ci consentiranno di anticipare i bisogni dei clienti, formulando offerte mirate e composte da un numero limitato di prodotti standard a target di clientela pre-selezionata, per un più efficiente utilizzo del capitale e per ridurre i costi operativi», segnala sempre il presidente di Banca del Fucino. «Clienti con maggiori esigenze potranno essere sinergicamente gestiti dalla capogruppo, siamo consapevoli che il costo della provvista non ci consentirà di basare la competitività sugli spread». Insomma, una start up stagionata? «No», conclude Lucciola. «Ne abbiamo tutti gli ingredienti, dalla nuova organizzazione ai giovani talenti fino alle competenze di Information Technology, ma la base di partenza rappresentata da Igea Digital Bank non la rende certamente una start up. Ma i sentieri si costruiscono viaggiando e vedremo dove arriveremo». (riproduzione riservata)