



Apple e la concorrenza alle banche

Descrizione

Ha fatto scalpore nel settore bancario e non solo la notizia del nuovo conto deposito di **Apple** in collaborazione con **Goldman Sachs**, che rende il 4,15% l'€TManno, circa 10 volte il tasso d'€TMinteresse medio offerto dalle banche tradizionali americane.

Per aprire il conto "sufficiente" detenersi di una [Apple Card](#) (la carta di credito di Apple, lanciata nel 2019), non "richiesto un ammontare minimo e neppure un tempo minimo di giacenza delle somme depositate. Il conto "protetto dal [Federal Deposit Insurance Corporation](#). Nel frattempo le banche americane, la scorsa settimana, hanno annunciato una riduzione dei depositi della clientela di circa 60 miliardi di dollari, nel primo trimestre del 2023, in coincidenza con l'€TMavvio del conto deposito di Apple.

Cosa sta succedendo?

E soprattutto le banche e gli altri operatori finanziari quanto devono preoccuparsi di un competitor come Apple che pu" contare su 1,2 miliardi di utilizzatori di Iphone, una capitalizzazione borsistica di 2,6 trilioni di dollari americani, ed una consolidata esperienza nello sviluppare modelli di business disruptive. Per avere un'idea della potenza economica di Apple basta guardare alla sola divisione servizi del Gruppo, che ha generato [lo scorso anno profitti](#) per 55 miliardi di dollari, pi" di **JP Morgan** e **Citi** messe insieme.

Apple non nasconde le sue ambizioni

Ma Apple non ha nascosto le sue ambizioni, in una recente pubblicit" si " presentata come "l'azienda che trasformer" l'industria dei pagamenti" e il Ceo di Apple Pay ha dichiarato che "Apple ha intrapreso un viaggio per far dimenticare a tutti l'esigenza di dover portare con se il portafoglio". Per il Ceo di **JP Morgan**, [Jamie Dimon](#), Apple " gi" oggi una banca, pu" non avere depositi ma " di fatto una banca. Lo scorso Giugno ha dichiarato "esse tu muovi denaro, detieni denaro altrui e presti denaro sei di fatto una banca". Ma la strategia che sta seguendo Apple " particolarmente sofisticata, il suo interesse si limita infatti al cliente e lascia ad altri soggetti, con i

quali stipula accordi, le tematiche connesse con la regolamentazione e i rischi connessi all'attività bancaria.

Acquisire nuovi clienti? Una passeggiata...

Per di più i costi di acquisizione dei clienti sono per Apple infinitamente inferiori rispetto ad un normale soggetto bancario, perché il cliente è acquisito nel momento in cui ha acquistato un Iphone, si tratta solo di stimolarlo in modo adeguato. Si pensi ad esempio a tutti coloro che hanno esigenza di avere un prestito personale ed oggi devono rivolgersi ad una banca o ad un soggetto che eroga prestiti. In un prossimo futuro avranno la possibilità di farlo utilizzando il proprio telefonino, chiunque abbia provato un'esperienza di tipo tradizionale potrà testimoniare che si è trattato di un percorso ad ostacoli con un traguardo che si sposta continuamente.

Io, tu e l'Iphone...

Lo scorso anno Apple ha acquisito [Credit Kudos](#) una start up che si occupa di rating sul merito creditizio in UK. Pensate quante informazioni si possono trarre dall'utilizzo di un Iphone e di quanto queste possono essere rilevanti nella decisione di concedere o meno il credito che un cliente ha richiesto. La partita è appena iniziata ma la conclusione sembra scontata, vedremo sempre più attività finanziarie transitare tramite un Iphone, con tutto quello che comporterà sull'attuale sistema bancario.

Giovanni Maria Paviera

CATEGORY

1. blog

POST TAG

1. Apple
2. blog
3. giovanni maria paviera
4. Goldman Sachs
5. JP Morgan

Categoria

1. blog

Tag

1. Apple
2. blog
3. giovanni maria paviera
4. Goldman Sachs
5. JP Morgan

Data di creazione

02/05/2023

Autore
paviera

default watermark