

G

ECONOMIA

**L'editoriale** di Claudio Cacciamani\*

## I pericoli della tecnologia che evolve più in fretta della regolamentazione

**U**mberto Eco affermava che «il computer non è una macchina intelligente che aiuta le persone stupide, anzi è una macchina stupida che funziona solo nelle mani delle persone intelligenti». Tale asserzione è quanto mai attuale nel momento in cui sia l'Intelligenza Artificiale sia gli influencer stiano sempre più facendo ingresso nel mondo delle banche, della finanza e delle assicurazioni. Sotto il primo profilo, l'Intelligenza Artificiale sta fornendo forti opportunità agli intermediari bancari, finanziari e assicurativi per conoscere al meglio la propria clientela. Di conseguenza, essi possono proporre strumenti e prodotti «personalizzati» rispetto a comportamento, stile e

ciclo di vita, con un potenziale risparmio di costi per l'offerta e per la domanda. Rimanendo nell'ambito di un rapporto fisiologico tra cliente e intermediario, ciò risulterebbe conveniente per entrambi i soggetti.

D'altro canto, un utilizzo dell'Intelligenza Artificiale esasperato o non corretto potrebbe indurre gli intermediari a risparmi di costi e ad asimmetrie di offerta a scapito del servizio alla clientela, così come riclassificare quest'ultima all'interno di gruppi nei quali il singolo cliente potrebbe stentare, sia nel lungo, ma anche nel breve periodo, a riconoscere le proprie attitudini e necessità bancarie, finanziarie e assicurative. In particolare, il tema è dell'efficace consulenza alla clientela da parte dell'intermediario. Sotto la pressione della riduzione dei costi, questo potrebbe essere

spinto a una spersonalizzazione del rapporto con il singolo cliente, a vantaggio della costruzione di «gruppi omogenei». Di qui può nascere il secondo rischio dell'Intelligenza Artificiale, cioè che il cliente, deluso dalla spersonalizzazione del rapporto, ricerchi in rete e su social media consigli e consulenza solo formalmente personalizzata, fornita da «esperti» o sedicenti tali. Anche gli influencer bancari, finanziari e assicurativi, fuori da ogni regolamentazione, sono sempre più presenti in rete, con consigli su finanziamenti, investimenti e polizze assicurative. Se non sono ascoltati da soggetti con una minima cultura in materia, essi rischiano, comunque, di fare breccia su persone in cerca di facili profitti finanziari o di finanziamenti alternativi a quelli regolamentati tradizionali o, ancora, di polizze estremamente economiche.

» Segue a pagina 13



Si rischiano asimmetrie di offerta a scapito del servizio



# Fondi o azienda: il dilemma del Tfr

## Previdenza

Chi è stato assunto dopo il 2000 deve scegliere: ecco le opportunità di investimento a confronto

Lavoro,  
imprese,  
mercati,  
fisco  
e famiglia

Insero a cura di  
Aldo Tagliaferro