MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

OPEN BANKING, L'ULTIMA

Con la direttiva PSD2 è diventata realtà la banca aperta, che condivide, previo consenso del cliente, i dati dei conti correnti. Uno scambio che sta stimolando l'appetito di molti operatori. Ma in cambio di che cosa?

Sopra, l'ingresso della sede di Milano di Banca d'Italia dove si è svolto il convegno di apertura di Milano Finanza Digital Week «Vivere senza contanti». A destra, una fase dei lavori e il programma del convegno.

di **OSCAR BODINI, CLAUDIA CERVINI** e **FRANCESCA CHIARANO**

L'open banking è arrivato. A lungo annunciata, analizzata, discussa, da qualcuno anche temuta, il 14 settembre, è diventata operativa la direttiva PSD2 con il conseguente obbligo per le banche di «aprire verso l'esterno» i conti dei propri clienti, permettendo a terze parti certificate di accedervi per conto del cliente per eseguire operazioni di pagamento o interrogare saldi e movimenti del conto tramite Api, con gli stessi livelli di servizio offerti tramite i canali della banca. Oltre all'obbligo per le banche di implementare i sistemi di autenticazione remoti (Strong Customer Authentication) senza compromettere la user-experience del cliente e fare un'analisi dei rischi di frode personalizzata sul comportamento della clientela. Le banche, insomma, sono ora obbligate a interfacciarsi con servizi di terzi. Si tratta di una rivoluzione che porterà con sé numerose opportunità e sfide per tutti i player finanziari e fintech.

Uno scenario colto da esperti e operatori presenti al convegno di apertura di *Milano Finanza Digital Week, «Vivere senza contanti 2»*, svolto nella sede milanese di Banca d'Italia e intitolato *Dalla moneta digitale all'open banking. Chi guida la rivoluzione dei dati aperti*. Come ha sottolineato in apertura dei lavori il vicepresidente e amministratore delegato di Class Editori, Paolo Panerai, tra le pieghe della PSD2, l'Ue ha deciso anche che «chi ha la possibilità di effettuare sistemi di pagamento possa chiedere alle banche, ottenendoli, i dati di tutti i clienti di queste ultime. Da

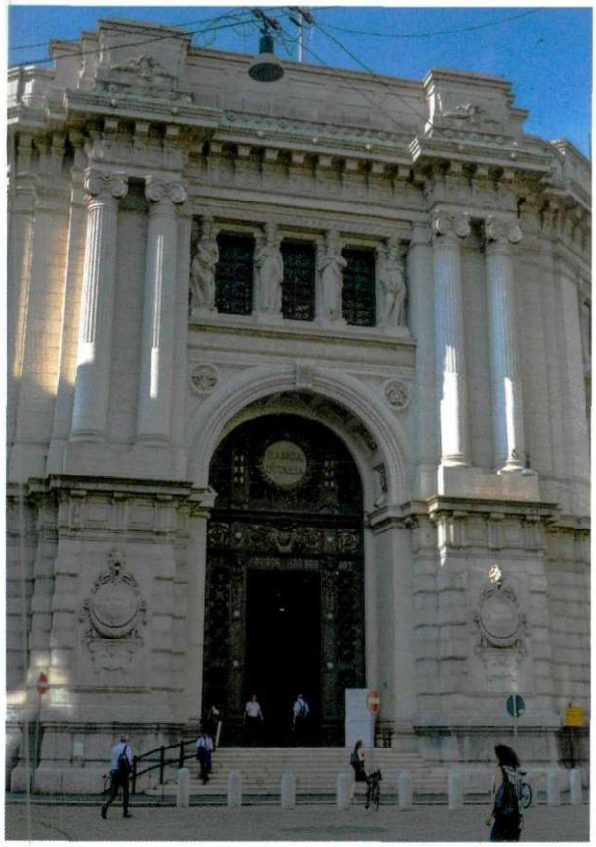
MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

MILANO FINANZA
DIGITAL WEEK

SFIDA

DALLA MONETA DIGITALE ALL'OPEN BANKING. CHI GUIDA LA RIVOLUZIONE DEI DATI APERTI



Le nuove tappe della PSD2

ALESSANDRO DECIO,
Amministratore Delegato, *Sace*

MARCO FERRERO,
Direttore Commerciale, *Nexi*

MARCO GAY,
Amministratore Delegato, *Digital Magics*

VINCENZO GRINGOLI,
Partner, *Bain & Company*

REMO TARICANI,
Co-ceo Commercial Banking Italy, *Unicredit*

EUGENIO TORNAGHI,
Direttore Marketing & Sales, *Sia*

Open banking, le mosse dei pionieri con la direttiva PSD2

ALBERTO DALMASSO,
Amministratore Delegato, *Satispay*

LILIANA FRATINI PASSI,
Direttore Generale, *CBI S.c.p.a.*

CARLO GUALANDRI,
Fondatore, *Soldo*

CARLO PANELLA,
Head of Direct Banking and Chief Digital Operations Officer, *Illimity Bank*

IGNAZIO ROCCO DI TORREPADULA,
Founder and Ceo, *Credimi*

PAOLO ZACCARDI,
Ceo, *Fabrick - Gruppo Sella*

ALESSANDRO ZOLLO,
Amministratore Delegato, *Bancomat*

Dalla criptovaluta alla Libra di Facebook

MICHELE MARCHESI,
Professore di ingegneria del software, Dipartimento di Matematica e Informatica dell'Università degli Studi di Cagliari

La disintermediazione digitale dei servizi per le imprese

MASSIMILIANO BOSARO,
Amministratore Delegato, *MF Centrale Risk*

DANILO CATTANEO,
Amministratore Delegato, *InfoCert*

GAETANO GIANNETTO,
Fondatore e Presidente, *Epipoli*

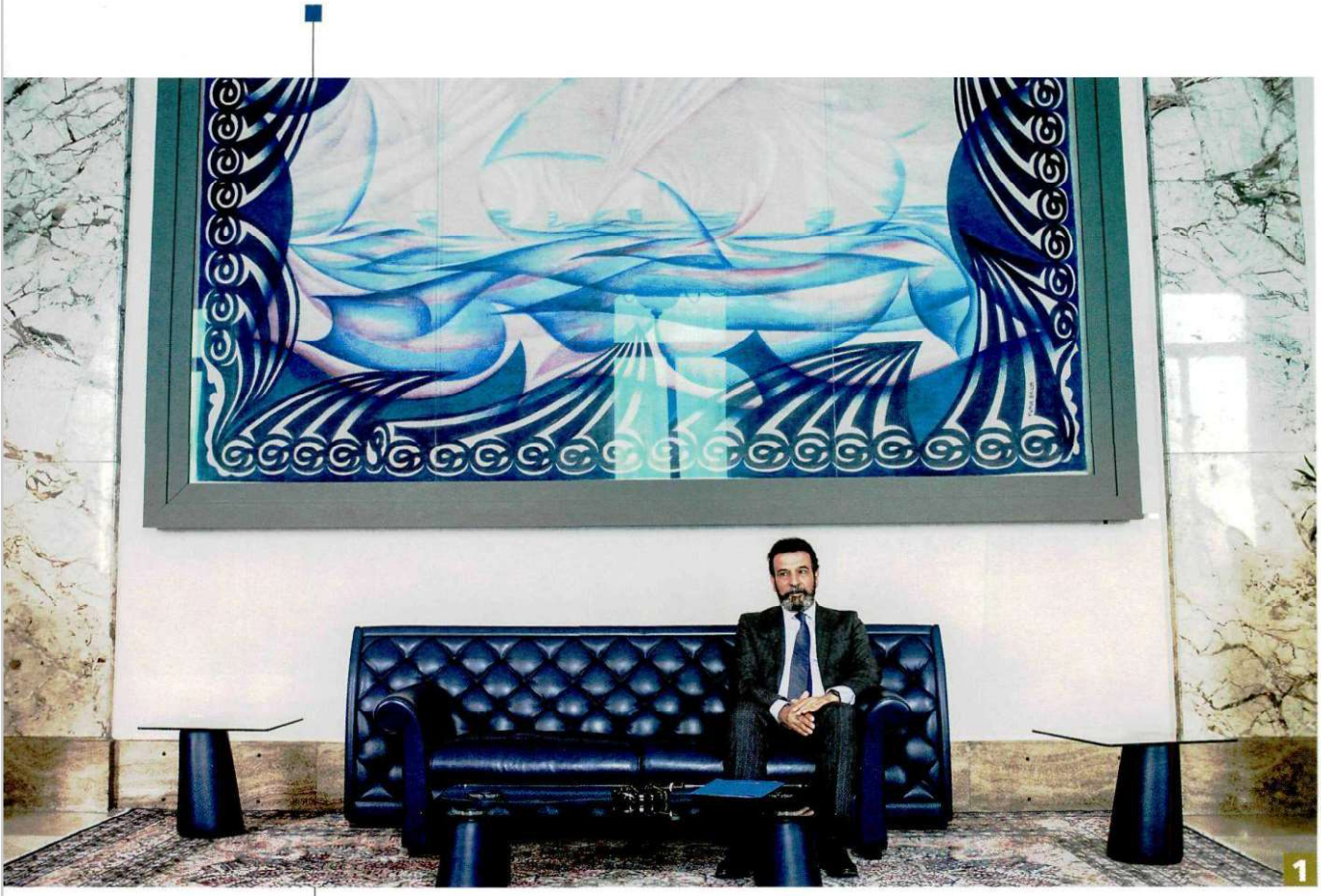
PAOLA TRECARICHI,
Senior Head, *HiPay Italia*

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



1 GIUSEPPE SOPRANZETTI
Direttore della sede di Milano della Banca d'Italia.

2 PAOLO PANERAI
Ceo & Editor in Chief, Class Editori.

questo punto di vista è significativo chiedersi cosa stanno facendo le banche, perché questo è un fattore decisivo. Quello che conta a questo mondo sappiamo che sono i dati, poiché con essi ci si può fare di tutto. La data del 14 settembre, *ndr*) è estremamente significativa: l'Ue talvolta getta il cuore oltre l'ostacolo, ma è bene sapere tutti quanti che, se non ci saranno rinvii, con una società da 30mila euro di capitale sociale ci si potrà rivolgere agli istituti di credito e chiedere tutti i dati di cui dispongono».

Come prima cosa, però, va riconosciuta la debolezza italiana nei pagamenti digitali. «Nella Penisola la penetrazione è ancora bassa rispetto la media Ue», ha spiegato Vincenzo Gringoli, partner di Bain & Company. Come ha sottolineato la responsabile del servizio Buddybank, banca conversazionale del gruppo Unicredit, Claudia Vassena, almeno nei primi tempi dopo l'entrata in vigore della Sca: «Le grandi banche si muoveranno in maniera difensiva, mentre i ser-

MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

MILANO FINANZA
DIGITAL WEEK

3 CARLO PANELLA Head of Direct Banking e Chief Digital Operations Officer, Illimity Bank, e IGNAZIO ROCCO DI TORREPADULA, Founder and Ceo, Credimi.

> Gli **operatori fintech** partono da una situazione in cui non hanno una base clienti preesistente e non tolgono spazio alle banche, spesso **creano servizi** che prima non esistevano
> *Ignazio Rocco di Torrepadula*

vizi più innovativi, come Buddybank, proporranno un approccio un po' più aggressivo». Secondo Eugenio Tornaghi, direttore marketing & sales di Sia, comunque con l'entrata in vigore della Sca, «nel breve termine non cambierà molto e il sistema è pertanto destinato a restare bancocentrico». Tuttavia, le banche dovranno essere brave a «modificare il loro approccio e modo di porsi» nei confronti dei loro clienti per continuare a mantenere «il capitale di fiducia» costruito negli anni verso questi ultimi. In più, ha sottolineato Ignazio Rocco di Torrepadula, fondatore e ceo di Credimi, «gli operatori fintech utilizzano dati e informazioni sui clienti partendo da una situazione in cui non hanno una base clienti preesistente e nel farlo non necessariamente tolgono spazio alle banche, spesso creano nuovi servizi che prima non esistevano».

Le banche, comunque, faranno quadrato per cercare di proteggere la loro posizione di forza, da detentori di dati sensibili quali sono. Senza contare che non sarebbe facile spiegare ai clienti di aver ceduto a terzi parte di queste informazioni «dopo tanti anni in cui tutti abbiamo cercato di insegnare loro a non fornire le credenziali d'accesso in internet e li abbiamo protetti con codici e token», ha aggiunto Vassena. Secondo il direttore commerciale di Nexi, Marco Ferrero, il siste-

Continua a pag. 18

MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

1 LILIANA FRATINI PASSI
Direttore Generale, CBI S.c.p.a.

2 MICHELE MARCHESI
Professore di ingegneria del software, Dipartimento di Matematica e Informatica dell'Università degli Studi di Cagliari.

3 MARCO FERRERO
Direttore Commerciale, Nexi.

4 MARCO GAY
Amministratore Delegato, Digital Magics.

« Il sistema bancario sta compiendo rappresenti **un'opportunità** e

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

MILANO FINANZA
DIGITAL WEEK

5

6

7

«tutti i passaggi giusti perché PSD2 non una minaccia. *Marco Ferrero*

8

5 CLAUDIA VASSENA
Head of Buddybank, UniCredit.

2 ALESSANDRO DECIO
Amministratore Delegato, Sace.

3 VINCENZO GRINGOLI
Partner, Bain & Company.

4 CARLO GUALANDRI
Fondatore, Soldo.

MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

Sopra, **DANILO CATTANEO**, Amministratore Delegato, InfoCert.

Segue da pag. 15

ma bancario sta compiendo «tutti i passaggi giusti perché PSD2 rappresenti un'opportunità e non una minaccia. Dal punto di vista delle banche si tratta di un grande passo in avanti verso la digitalizzazione di nuovi servizi». «Serve molto coraggio e molta visione da parte dei player istituzionali perché quello che sta arrivando è uno tsunami di innovazione», ha osservato l'ad di Digital Magics, Marco Gay. Secondo il manager, «la tecnologia permette l'abbassamento dei costi e questo avverrà a meno che il sistema tradizionale non faccia troppo da ostacolo». Anche il ceo di Fabrick (Banca Sella), Paolo Zaccardi, non percepisce come una minaccia l'entrata in vigore della Sca. Una maggiore condivisione di dati, spiega «è utile per costruire una migliore customer experience per il cliente», portando dunque vantaggi per il fruitore finale. Un fattore importante affinché tutto si realizzi è ovviamente «il supporto digitale», ha approfondito l'ad di Sace Alessandro Decio, «perché tutti questi processi sono digitali e tutto avviene caricando e scaricando documenti online». Le nuove regole rappresentano «una grande opportunità» anche per Carlo Panella, head of direct banking and chief digital operations officer di Illimity. «Permettono di incidere sulle modalità di interazione col cliente», ha osservato il manager. Con l'avvio delle nuove procedure, ha aggiunto l'ad di *MF Centrale Risk*, Massimiliano Bosaro, «gli automatismi della concessione del credito saranno

LA FINTECH SOLDO A QUOTA 61 MILIONI

DI **FRANCESCO BERTOLINO**

A quattro anni dalla sua fondazione Soldo, società fintech specializzata nella gestione e nel controllo delle spese aziendali attraverso un conto multiutente: «Ha circa 40mila imprese clienti in Europa, di cui poco meno della metà in Italia», ha rivelato il fondatore Carlo Gualandri.
Numeri importanti che hanno trovato riscontro nel mercato: in luglio, Soldo ha raccolto 61 milioni in un round di finanziamento guidato da Battery Ventures, società di investimento americana, e Dawn Capital, veicolo di venture capital londinese.
Risorse che verranno utilizzate da Soldo per espandersi in nuovi mercati e raddoppiare lo staff nei prossimi 12 mesi. «Siamo stati i primi a focalizzarci sulla fornitura di servizi a pagamento nei circuiti di carte», ha sottolineato Gualandri nel corso della Digital Week, «di fatto siamo quasi una banca: non gestiamo soldi dei clienti come depositi, ma ai fini delle transazioni abbiamo le stesse prerogative di un istituto di credito sui canali esistenti». L'obiettivo di Soldo non è però competere con le banche nella misura in cui la società con sede a Londra colma un mercato lasciato scoperto dagli istituti di credito tradizionali. «Il nostro cliente è l'azienda, mentre il fruitore dei nostri servizi è l'impiegato o un intero dipartimento», ha concluso Gualandri, «ciò rende meno importante pensare di fare concorrenza alle banche: il nostro è un servizio per le aziende, focalizzato sull'efficienza e sul risparmio nella gestione dei costi».

Riproduzione riservata

> Bankitalia da un lato promuove lo sviluppo, l'**efficienza** e il miglioramento dei servizi; al contempo presidia i rischi e favorisce **trasparenza**, correttezza privacy e la concorrenza
> **Giuseppe Sopranzetti**

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

MILANO FINANZA
DIGITAL WEEK

1

1 JOLE SAGGESE
Caporedattore,
ClassCNBC

2 EUGENIO TORNAGHI
Direttore Marketing
& Sales, Sia.

3 MASSIMILIANO BOSARO
Amministratore
Delegato,
MF Centrale Risk.

4 ALBERTO DALMASSO
Amministratore
Delegato,
Satispay.

2

3

4

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

MF | MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

Sopra, **GABRIELE CAPOLINO**, Direttore ed Editore Associato di MF / Milano Finanza.

applicati sempre di più e il costo per l'affidamento del credito sarà sempre più importante. PSD2 significherà poter offrire un bollino di qualità su tutti i rapporti di affidamento che la singola impresa intrattiene sul sistema finanziario».

In questo contesto di cambiamento resta ferma la necessità di presidiare tutti i rischi che possono nascondersi nel campo dei pagamenti digitali. Come ha sottolineato Giuseppe Sopranzetti, direttore della sede di Milano di Bankitalia, sebbene parlare di vigilanza nei pagamenti digitali potrebbe sembrare «una battaglia di retroguardia», Bankitalia «da un lato non deve impedire lo sviluppo, ma promuovere l'efficienza e il miglioramento dei servizi, al contempo deve presidiare i rischi, favorire la trasparenza, la correttezza, la privacy, la concorrenza e il livellamento del campo di gioco». È fondamentale, ha proseguito Sopranzetti, «non ostacolare l'innovazione che è foriera di sviluppo economico. Le regole tuttavia servono a modificare i comportamenti e a sviluppare le pratiche più virtuose». Detto ciò, comunque, «l'open banking è ormai una realtà e lo è già da tempo», ha chiosato Alberto Dalmasso, ad di Satispay. E non per tutti la nuova normativa avrà un forte impatto. Anzi «su di noi impatterà relativamente, incide più sulle banche», ha detto Alessandro Zollo, ad di Bancomat.

©Riproduzione riservata

PSDE2, LA NUOVA FORMULA DEL SUCCESSO

DI **UGO BRIZZO**

Il 14 settembre è entrato in vigore la direttiva europea sui pagamenti digitali, la cosiddetta Psd2, e si è aperta l'era dell'open banking. Il passaggio presenta rischi di disruption, ma anche opportunità di crescita sia per gli istituti tradizionali, sia per le realtà fintech. L'importante è cogliere le opportunità della svolta. «L'entrata in vigore della Psd2 potrebbe incrementare il fenomeno di abbandono del carrello finale, quindi bisogna far sì che il flusso sia più fluido possibile ed essere mobile first», ha sottolineato in Banca d'Italia Paola Trecarichi, senior head di HiPay Italia, fornitore globale e indipendente di servizi di pagamento per l'ecommerce. I fornitori di servizi digitali, del resto, sono per costituzione più reattivi all'evoluzione tecnologica e normativa. «La nostra vita cambia ogni due anni in quanto operiamo in un settore in veloce evoluzione», ha spiegato Danilo Cattaneo, ad di Infocert, società che sviluppa soluzioni di digitalizzazione e dematerializzazione ed è una delle principali certification authority in Europa, servendo fra l'altro oltre 80 banche in 12 Paesi. C'è poi chi si è mosso in anticipo rispetto alla Psd2, lanciando servizi pionieristici. «Nel 2012 abbiamo introdotto una prepagata che permette di comprare importi di basso valore, introducendo il concetto di familiarità sul fronte del prepagato», ha concluso Gaetano Giannetto, fondatore e presidente di Epipoli, leader italiano nelle gift-card, «col tempo abbiamo costruito un sistema che consente alle aziende di battere quella che è di fatto una moneta brandizzata». ■ ***Riproduzione riservata***

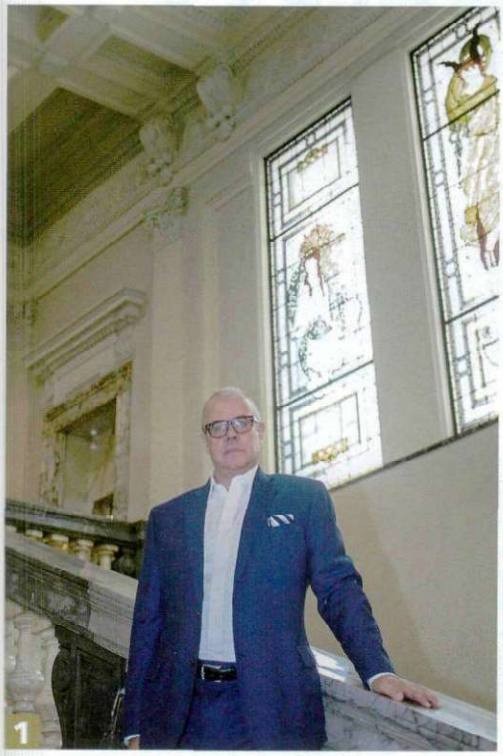
> PSD2 significa poter offrire un **bollino di qualità** su tutti i rapporti di affidamento che la singola **impresa** intrattiene sul sistema finanziario
>
> **Massimiliano Bosaro**

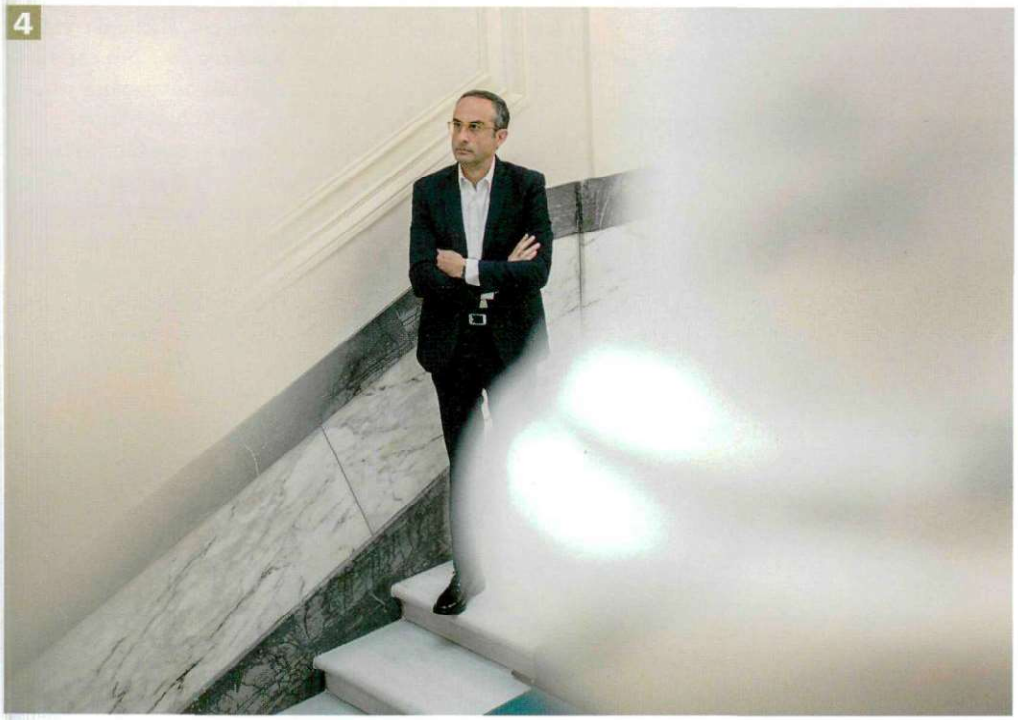
La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

MF MILANO FINANZA

diffusione:98970
tiratura:162805

MILANO FINANZA
DIGITAL WEEK





1 GAETANO GIANNETTO
Fondatore e Presidente, Epipoli.

2 PAOLA TRECARICHI
Senior Head, HiPay Italia.

3 PAOLO ZACCARDI
Ceo, Fabrick - Gruppo Sella.

4 ALESSANDRO ZOLLO
Amministratore Delegato, Bancomat.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato