

MILANO FINANZA DIGITAL WEEK

FINO A DOMANI PROTAGONISTI A CONFRONTO NELLA SEDE MILANESE DI BANCA D'ITALIA

Sfide e occasioni dell'open bank

Con la direttiva Psd2 il 14 settembre sarà realtà la banca aperta, che condividerà, previo consenso del cliente, i dati dei conti correnti. Uno scambio che sta stimolando l'appetito di molti operatori

DI OSCAR BODINI,
CLAUDIA CERVINI
E FRANCESCA CHIARANO

L'open banking è alle porte. Fra poco più di due mesi, il 14 settembre, entrerà nel vivo 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 accedere 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, saranno obbligate a interfacciarsi con servizi di terzi. Si tratta quindi di una rivoluzione che porterà con sé numerose opportunità e sfide per tutti i player finanziari e fintech. Uno scenario colto dagli operatori presenti alla prima giornata della «Milano Finanza Digital Week. Vivere senza contanti 2», tenutasi ieri alla sede milanese di Banca d'Italia, intitolata «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



possibilità di effettuare sistemi di pagamento possa chiedere alle banche (ottenendoli) i dati di tutti i clienti di queste ultime.

Da 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. Questa 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 30 mila 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 detto 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 servizi 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 «modificare il loro approccio e modo di porsi» nei confronti dei loro clienti per continuare a mantenere «il capitale di fiducia» costruito negli anni nei confronti di questi ultimi. In più, come 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».

MILANO FINANZA DIGITAL WEEK

La fintech Soldo raccoglie 61 milioni

di Francesco Bertolino

Quattro anni dalla sua fondazione Soldo, società fintech specializzata nella gestione e nel controllo delle spese aziendali attraverso un conto multiutente, «ha circa 40 mila imprese clienti in Europa, di cui poco meno della metà in Italia», ha rivelato il fondatore Carlo Gualandri nel corso della Digital Week di MF Milano Finanza. Numeri importanti che hanno trovato riscontro nel mercato: ieri, infatti, 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)



Come prepararsi all'arrivo della Psd2

di Ugo Brizzo

Il 14 settembre entrerà in vigore la nuova direttiva europea sui pagamenti digitali, la cosiddetta Psd2 e avrà inizio l'era dell'open banking. Il passaggio presenta rischi di disruption, ma anche opportunità di crescita sia per gli istituti tradizionali sia per la realtà fintech. L'importante è prepararsi alla svolta. «L'entrata in vigore della Psd2 potrebbe incrementare il fenomeno di abbandono del carrello finale, quindi bisogna far sì che il flusso si apra più fluido possibile ed essere mobile first», ha sottolineato nel corso della Digital Week di Milano Finanza Paola Trearichi, senior head di HiPay Italia, fornitore globale e indipendente di servizi di pagamento per l'e-commerce. 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)

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 Dalmaso, 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)



Digital Week
09/07/2019