

PROTAGONISTI DEL NUOVO MONDO.



PSD2: dove siamo e dove andiamo

Massimo Doria
Banca d'Italia



PSD2: dove siamo e dove andiamo

A partire dal 14 Settembre 2019 Banche, IP e IMEL che offrono conti di pagamento disponibili on line devono obbligatoriamente condividere le informazioni relative ai propri clienti con le terze parti autorizzate (Third Party Provider – TTP).

Il mercato si apre allo sviluppo di nuovi paradigmi commerciali e di relazione in grado di generare servizi innovativi che sfruttano le infrastrutture e i sistemi esistenti



PSD2: dove siamo e dove andiamo

L'introduzione del modello di open banking crea le premesse per:

- ✓ migliorare la concorrenza del sistema finanziario (tra banche e tra banche e TPP)
- ✓ consentire l'accesso al mercato di nuovi prestatori di servizi di pagamento
- ✓ sviluppare servizi innovativi

Le nuove norme assicurano che ciò avvenga in un contesto in cui:

- E' preservato il mercato unico dei pagamenti UE dal rischio di frammentazione
- Sono protetti i consumatori (SCA)
- E' rafforzata la sicurezza dei pagamenti (canali sicuri di comunicazione)



PSD2: dove siamo e dove andiamo

Il ruolo della Banca d'Italia

La Banca d'Italia ha accompagnato il processo di transizione al modello di open banking:

- ✓ Partecipando attivamente ai tavoli internazionali, dove ha rappresentato le specificità del sistema italiano
- ✓ Interagendo costantemente con l'ABI e gli intermediari
- ✓ Esaminando nel dettaglio oltre 160 domande di esonero dalla soluzione di *contingency (fallback mechanism)* e assicurando:
 - che i tempi di realizzazione delle APIs, le prestazioni e i contenuti offerti fossero in linea con le norme
 - la rimozione di eventuali ostacoli all'operatività dei TPP (es. autenticazione)



PSD2: dove siamo e dove andiamo

L'esenzione dalla fallback: sfide e lezioni apprese

Punti di forza:

- rispetto ad altri Paesi l'industria italiana è stata in grado di condurre uno sforzo di coordinamento convergendo su poche soluzioni di natura cooperativa per lo sviluppo delle APIs: è pertanto fra i Paesi che maggiormente agevolano l'interazione tra TPP e banche

Punti di debolezza:

- si è trattato di un processo di natura prevalentemente *documentale* vista l'assenza di TPP italiani e la scarsa disponibilità dei TPP di matrice estera a testare e/o utilizzare le piattaforme



PSD2: dove siamo e dove andiamo Sfide e lezioni apprese nell'ultimo anno

- ✓ lo sforzo di costruzione delle APIs non si esaurisce il 14 settembre: serve un aggiornamento nel continuo (nuove funzionalità definite in ambito EBA con l'industria (WG-API))
- ✓ occorre ancora realizzare uno scenario competitivo tra TPP e altri prestatori di servizi di pagamento (banche, altri IP e IMEL)
- ✓ necessità di accompagnare l'industria e di stimolare la ricerca di soluzioni di mercato coordinate in tutti i settori (interfacce, SCA, etc).



PSD2: dove siamo e dove andiamo La Strong Customer authentication

Il principio di autenticazione sicura della clientela (Strong Customer Authentication) garantisce la protezione dell'utente attraverso un accresciuto livello di sicurezza dei pagamenti elettronici.

J.P. Morgan, states: "SCA is designed to reduce consumer fraud, without adversely affecting ecommerce. This is why you need to allow frictionless flow in some instances, but it is important to find the right balance."

Trade off tra User experience e sicurezza
parzialmente superato attraverso il sistema delle esenzioni





PSD2: dove siamo e dove andiamo La Strong Customer authentication

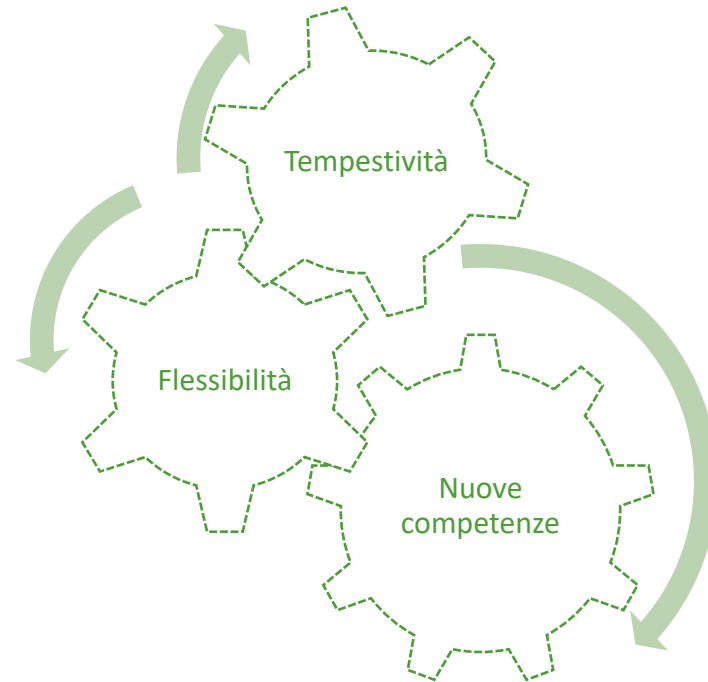
Le ragioni della *supervisory flexibility* dell'EBA:

- ✓ Ritardi nell'adeguamento nell'e-commerce: l'industria delle carte non è stata in grado di trovare per tempo una soluzione condivisa a livello europeo (fallimento della cooperazione)
- ✓ Soluzioni adottate dal mercato spesso non *compliant* con la SCA secondo la PSD2 (es. numero identificativo delle carte di credito + CVV)

La Banca d'Italia richiederà ai principali issuers/acquirers i piani di migrazione e ne seguirà attentamente l'implementazione.



Le sfide per la Vigilanza



Dialogo con gli operatori



Come possono rispondere le banche?



- ✓ Puntare sul **rapporto fiduciario** con la clientela investendo sul digitale



- ✓ Adottare logiche da **marketplace** (multicanalità e nuove tecnologie)



- ✓ **Differenziarsi e specializzarsi** in un ramo della filiera fornendo un servizio ottimale ed efficiente in termini di costo



Come possono rispondere le banche?

