

# **PAYMENT SERVICES DIRECTIVE 2 - PSD2**

**DA OBBLIGO A OPPORTUNITÀ  
PER UN NUOVO MODELLO  
DI OPEN BANKING**

# TAVOLA DEI CONTENUTI

Executive Summary	3
<hr/>	
Contesto di mercato	4
Overview del mercato digital payments	5
La survey Reply	5
<hr/>	
La PSD2	7
Contenuto della direttiva	7
Timeline di recepimento	9
I nuovi attori introdotti dalla direttiva	10
<hr/>	
La PSD2 all'interno del mercato dei pagamenti	12
Il rischio di disintermediazione per le Banche	12
Verso un nuovo modello di Open Banking	13
Approccio Progettuale	15
<hr/>	
Modello Reply	17
Opportunità di business	17
Use case in ambito bancario	18
Valore Reply	21
<hr/>	

## INDICE DELLE FIGURE

Figura 1: Propensione alla sottoscrizione di un nuovo strumento di pagamento verso i player	6
Figura 2: Roadmap di recepimento della direttiva	9
Figura 3: Ruoli ed opportunità della PSD2	16
Figura 4: Use case Payment Initiator	18
Figura 5: Use case Account Aggregator	20

# EXECUTIVE SUMMARY

Il 25 novembre 2015 è stata emanata la **direttiva PSD2** dal Parlamento Europeo e dal Consiglio dell'Unione Europea, tale documento è volutamente inteso a migliorare le norme comunitarie in vigore per i pagamenti elettronici, prendendo in considerazione i servizi di pagamento emergenti e innovativi.

La direttiva stabilisce un insieme chiaro e completo di regole che si applica sia ai tradizionali istituti finanziari che ai provider di servizi di pagamento innovativi. Tali regole hanno l'obiettivo di garantire che questi player possano competere equamente, portando ad una maggior efficienza e trasparenza dei servizi di pagamento, rafforzando così la fiducia dei consumatori verso il mercato.

La PSD2, ad esempio, abilita i Clienti della Banca ad utilizzare servizi di terze parti per gestire le proprie informazioni finanziarie e disporre pagamenti. In altre parole, dietro consenso del Cliente, altri player (diversi dalla Banca del Cliente) potranno offrire servizi precedentemente offerti solamente dalle Banche. Questo significa che, in un prossimo futuro, sarà possibile utilizzare Facebook o Google per pagare le fatture, trasferire denaro tra amici, analizzare le proprie spese, mantenendo il denaro sul proprio conto corrente bancario.

Le Banche saranno obbligate a fornire l'accesso ai conti dei propri Clienti a terze parti autorizzate. Ciò consentirà a nuovi player di fornire servizi sulla base dei dati e delle infrastrutture della Banca: AISP (prestatori di servizi di informazione sui conti) e PISP (prestatori di servizi di disposizione di ordine di pagamento). Questo ridisegnerà l'attuale scenario e vedrà competere non solo Banche, ma anche nuovi attori non bancari. La PSD2 cambierà in maniera sostanziale la value chain dei pagamenti, l'utilizzo delle informazioni relative ai conti, i business model ritenuti fino ad ora profittevoli e le aspettative del consumatore.

È importante per le Banche stabilire sin da subito l'approccio progettuale da seguire. La scelta è quella di attendere le evoluzioni normative e di mercato o anticiparle interpretando la direttiva come un'opportunità di sviluppo del proprio business. Reply accompagna le Banche nel cogliere le opportunità offerte dalla PSD2 ed è in grado di proporre diverse opportunità di business integrabili all'interno di use case sostenibili.

# CONTESTO DI MERCATO

## OVERVIEW DEL MERCATO DIGITAL PAYMENTS

L'offerta del mercato digital payments è articolata su più dimensioni, in continuo mutamento. I segnali di uno sviluppo inevitabile del mercato provengono da molteplici fattori quali:

- la progressiva evoluzione informatica che ha reso disponibili **tecnologie abilitanti servizi mass market**, con la rapida diffusione dei mobile device (smartphone e tablet);
- **differenti strumenti di pagamento**, messi a disposizione degli utenti, che hanno aumentato le alternative al contante, a partire dalle carte e i conti correnti fino alle criptomonete (es. Bitcoin);
- **differenti use case di pagamento** che hanno moltiplicato le opportunità di spesa dell'utente, dal pagamento in negozio ai pagamenti e-commerce fino ai trasferimenti P2P/P2B/P2G;
- **nuovi player internazionali**, alternativi alle istituzioni finanziarie tradizionali, che hanno introdotto nuovi business model: telco (es. Vodafone), web companies (es. PayPal), Over The Top (es. Google, Samsung, Apple), startup fintech, grandi merchant (es. Amazon), social network (es. Facebook e Twitter).

In un contesto così dinamico è emersa la necessità, da parte del legislatore, di **favorire lo sviluppo dei digital payments e, allo stesso tempo, disciplinare i nuovi use case e business model** introdotti dai nuovi player internazionali, con **l'introduzione della direttiva PSD2**. Le istituzioni finanziarie che da sempre operano nel mondo dei pagamenti devono cogliere i segnali di cambiamento che impongono l'identificazione delle migliori modalità per sfruttare nuove opportunità di business.



## LA SURVEY REPLY

Reply ha condotto una survey per comprendere in che modo i Millennials<sup>1</sup> stanno reagendo al moltiplicarsi di servizi di pagamento innovativi, spesso mobile, offerti da fintech, OTT e Banche, con l'obiettivo di sostituire contanti e carte di pagamento tradizionali nelle mani dei consumatori.

Per cercare di fornire uno spaccato ricco ed esauriente, la survey ha coinvolto tre Paesi europei: Italia, Regno Unito e Germania.

Una delle principali evidenze dell'analisi riguarda le opportunità di business degli istituti finanziari tradizionali, le Banche, rispetto i nuovi player del mercato.

<sup>1</sup> La generazione di chi è nato tra il 1980 e il 2000.

Secondo i risultati della survey, le Banche hanno ampie opportunità di crescita nell’offerta di soluzioni di pagamento digitali in-store e P2P.

**I Millennials, infatti, dimostrano una forte propensione all’utilizzo di servizi di pagamento digitale bancari<sup>2</sup>, rispetto a quelli offerti da altri player come gli OTT e startup fintech.**

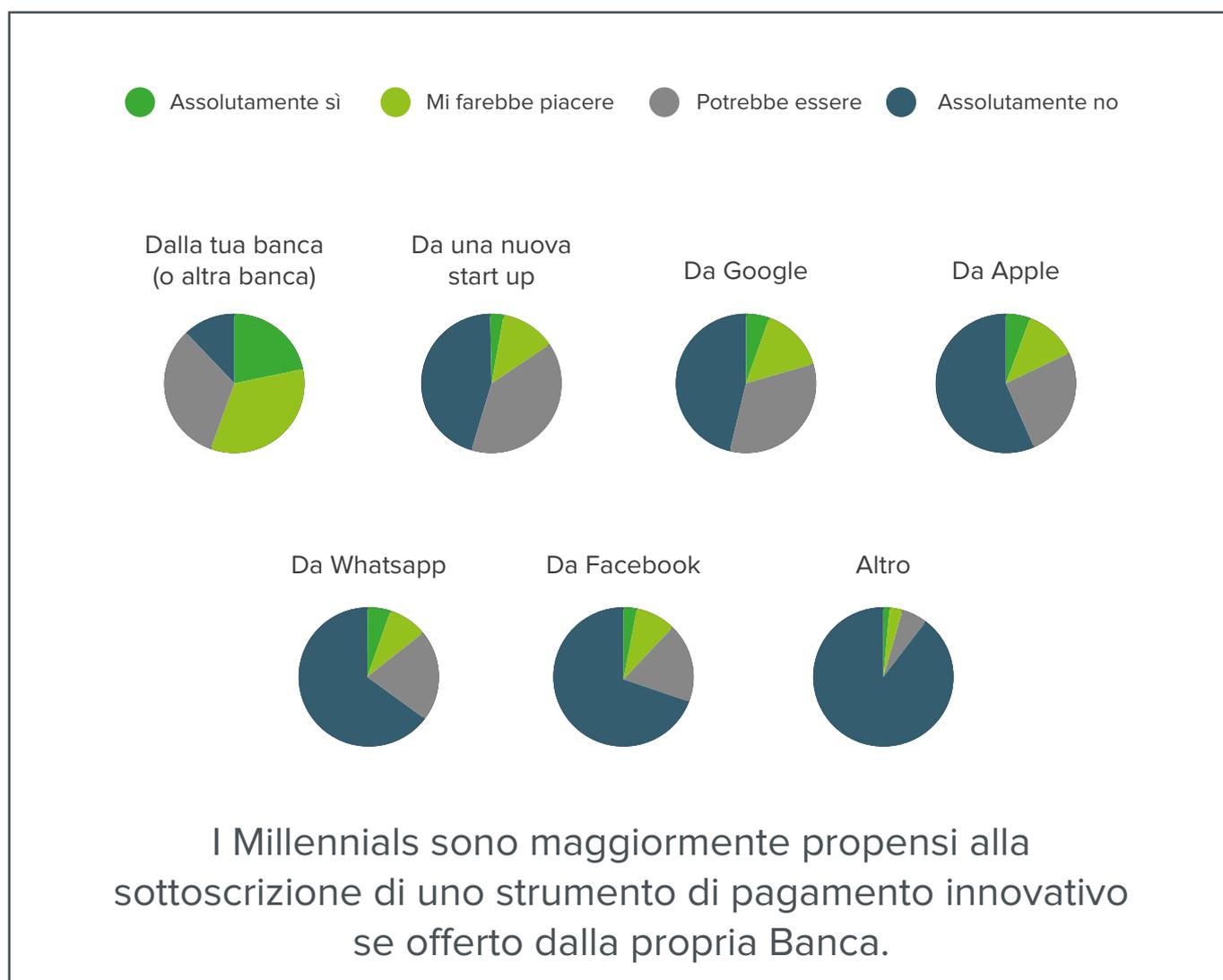


Figura 1: Propensione alla sottoscrizione di un nuovo strumento di pagamento verso i player - Fonte: Survey Reply “Millennials europei e sistemi di pagamento: dal contante alle nuove App”

<sup>2</sup> Fonte: Survey Reply “Millennials europei e sistemi di pagamento: dal contante alle nuove App”.

# LA PSD2

La **PSD2** (Payment Services Directive) è l'ultima **direttiva** (n.2366) emanata dal Parlamento Europeo e dal Consiglio dell'Unione Europea, volutamente **intesa ad ampliare lo spazio competitivo all'interno del mercato dei pagamenti Europeo, agevolando la nascita di nuovi strumenti e di nuovi player**. Si abilita in questo modo una dinamica competitiva che si auspica possa determinare una migliore offerta, sotto il profilo qualitativo ed economico, per i consumatori finali.

La nuova direttiva nasce dalla necessità di aggiornare e integrare la precedente

direttiva PSD, con l'obiettivo di:

- **uniformare il quadro regolamentare europeo**, frammentato a seguito delle differenze di recepimento tra gli Stati Membri;
- **regolamentare un contesto di mercato** caratterizzato da una crescente complessità in termini di player ed evoluzioni digitali;
- contribuire ad un **più integrato ed efficiente mercato dei pagamenti europeo**, grazie ad una standardizzazione delle infrastrutture;
- **incrementare la protezione del consumatore**.

## CONTENUTO DELLA DIRETTIVA

La PSD2 prevede l'**obbligatorietà, da parte delle Banche, della messa a disposizione dei nuovi servizi di accesso ai conti** (compresi i movimenti di pagamento e le carte di pagamento) **e di**

**disposizione dei pagamenti**. Un ulteriore aspetto si riferisce al rafforzamento delle tutele per gli utilizzatori di uno strumento di pagamento sia sulla sicurezza (protezione dei dati e autenticazione) sia

sulle nuove responsabilità per il pagatore. Questi nuovi servizi possono essere utilizzati da: altre Banche e soggetti terzi (“TPP - Third Party Provider”).

I TPP saranno degli istituti autorizzati e vigilati da Banca d'Italia per creare dashboard, App, interfacce e servizi vari per i Clienti delle istituzioni finanziarie.

## RTS (REGULATORY TECHNICAL STANDARDS)

Nell'ambito della PSD2, è stato assegnato all'EBA (European Banking Authority) il mandato di preparare un insieme di GL (Guidelines), ITS (Implementing Technical Standard) e RTS (Regulatory Technical Standards).

Il **23 febbraio 2017** l'EBA ha pubblicato la **versione Final Draft degli RTS in ambito Strong Customer Authentication (SCA) and Secure Communication**, al centro delle tematiche tecniche alla base della direttiva PSD2. Tale versione di RTS sarà presentata alla Commissione per l'adozione, e successivamente sottoposta al controllo del Parlamento Europeo e del Consiglio prima di essere pubblicata nella

Gazzetta ufficiale dell'Unione Europea

All'interno degli RTS vengono definiti i seguenti requisiti relativi a:

- sicurezza della comunicazione tra Istituti Finanziari e i TPP;
- applicazione dell'autenticazione forte (SCA) nei pagamenti e per la protezione delle credenziali utente;
- esenzioni individuate per l'adozione della SCA;
- proteggere la riservatezza e l'integrità delle credenziali di protezione del Cliente che utilizza il servizio di pagamento.

La PSD2 introduce requisiti forti di sicurezza per l'avvio e l'elaborazione dei pagamenti elettronici. L'identità degli utenti dovrà essere certificata tramite due o più strumenti di autenticazione classificati come:

- knowledge, qualcosa che solo l'utente conosce (es. PIN);
- possession, qualcosa che solo l'utente ha (es. token);
- inherence, qualcosa che solo l'utente è (es. impronta digitale, la scansione della venatura dell'occhio, etc.)

# TIMELINE DI RECEPIMENTO

La PSD2 dovrà essere **recepita dall'ordinamento italiano entro il 13 gennaio 2018.**

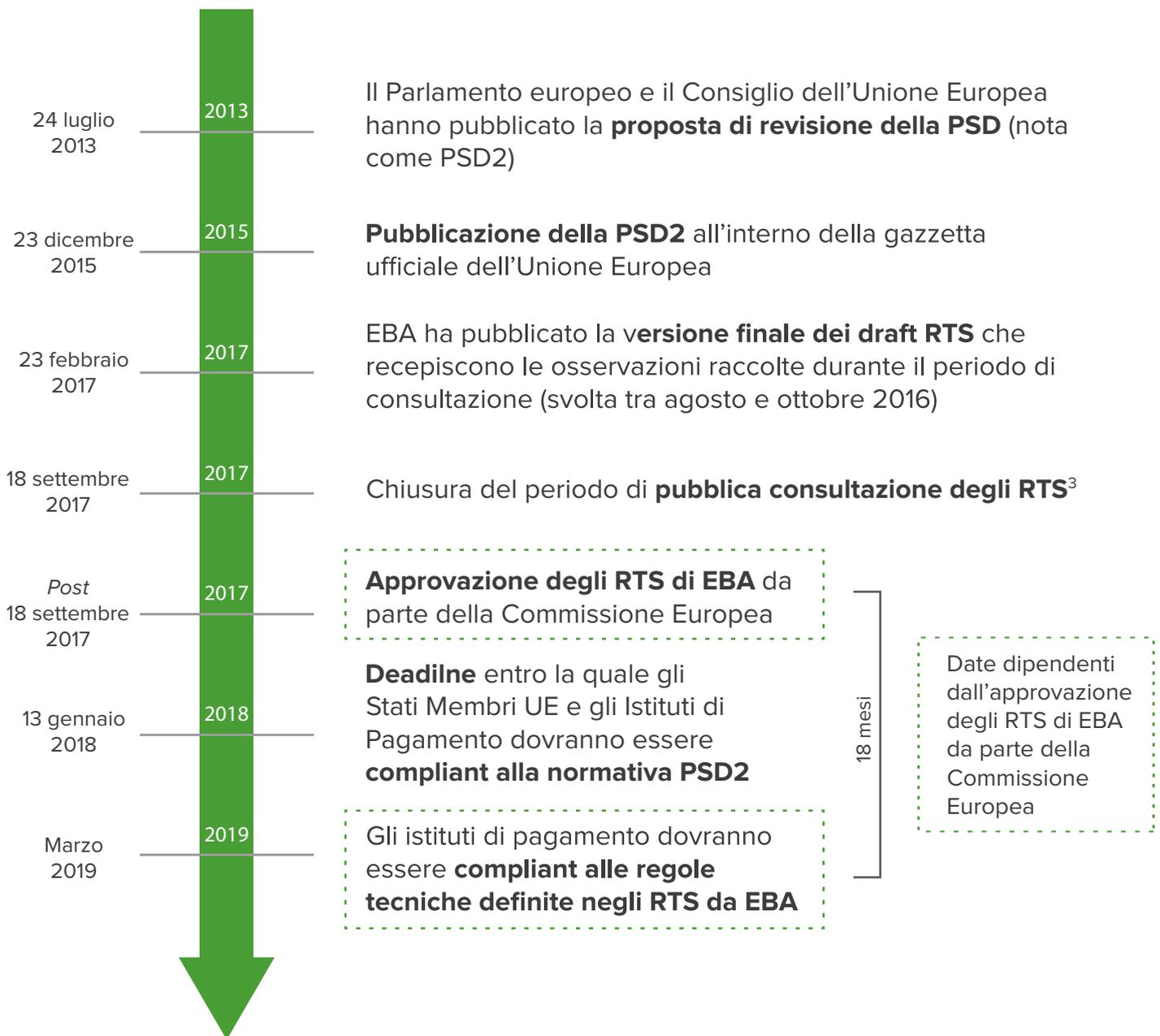


Figura 2: Roadmap di recepimento della direttiva

<sup>3</sup> Al 2 ottobre 2017 non risulta ancora approvata la versione finale.

L'EBA sta predisponendo le linee guida, i regolamenti e gli standard tecnici su trasparenza, protezione dei dati, sicurezza ed autenticazione. Il ruolo dell'Autorità è quello di assicurare l'applicazione uniforme, efficiente ed efficace della nuova direttiva comunitaria, favorendo

la convergenza in materia di vigilanza, fornendo pareri al Parlamento Europeo, al Consiglio e alla Commissione ed effettuando analisi economiche dei mercati per promuovere il raggiungimento degli obiettivi medesimi.

## I NUOVI ATTORI INTRODOTTI DALLA DIRETTIVA

L'introduzione della PSD2 cambia il paradigma consolidato nel mercato bancario europeo: le informazioni legate alle transazioni, così come il saldo del conto, saranno accessibili, su richiesta del Cliente, da operatori esterni autorizzati

ad operare come istituti di pagamento o IMEL (Istituto di Moneta Elettronica).

**La regolamentazione introduce inoltre due nuovi servizi:**

- **l'avvio di una operazione di pagamento** (Payment Initiation) tramite PISP (Payment Initiation Service Provider);
- **la consultazione delle informazioni aggregate dei conti detenuti dai Clienti** della Banca (Account Information) tramite AISP (Account Information Service Provider).



## **PISP (PAYMENT INITIATION SERVICE PROVIDER)**

Un PISP è un provider che, avviando un pagamento, crea una sorta di “ponte” software tra il sito web del merchant e il conto corrente del Cliente, attraverso il quale sono scambiate le informazioni necessarie per eseguire la transazione. Un PISP è quindi un fornitore di servizi di iniziazione al pagamento, a nome del Cliente. L'introduzione del PISP abilita nuove forme di pagamento semplificate con conseguente riduzione del numero di attori coinvolti (es. disintermediazione dei Circuiti con trasferimenti P2B da conto corrente Cliente vs. pagamento tradizionale con carta).

## **AISP (ACCOUNT INFORMATION SERVICE PROVIDER)**

Gli AISP sono service provider con accesso alle informazioni dei conti correnti dei Clienti. Questi provider possono utilizzare i dati delle transazioni sia per analizzare il comportamento di spesa del Cliente sia per aggregare, in un'unica vista, le informazioni derivanti dai conti aperti dal Cliente presso diverse Banche. Questa abilità non solo porterà benefici ai Clienti, ma avrà sicuramente un grande impatto sugli attuali business model delle Banche. Gli AISP non possono utilizzare i dati del Cliente o effettuare l'accesso ai relativi conti di pagamento per scopi diversi da quelli previsti dal servizio.

# LA PSD2 ALL'INTERNO DEL MERCATO DEI PAGAMENTI

## IL RISCHIO DI DISINTERMEDIAZIONE PER LE BANCHE

L'interfaccia di pagamento, generalmente gestita dalla Banca o dal provider delle carte di pagamento, potrebbe essere superata dall'ingresso di terze parti autorizzate ad operare nel mercato dei pagamenti e dallo sviluppo di nuovi servizi. In tal modo, l'esperienza del Cliente verrebbe gestita end-to-end dal provider/operatore che vende i propri prodotti/servizi.

La possibilità di aumentare la gamma di servizi offerti, migliorare l'esperienza d'acquisto, gestire la relazione end-to-end e raccogliere dati comportamentali sui Clienti, spiega il progressivo interesse mostrato dai player Over The Top (es.

Google, Amazon, Facebook, etc.) verso il mercato dei pagamenti.

Questo tipo di attività è importante che venga gestito in maniera strutturata dalle Banche. Gli operatori Bancari e di pagamento rischiano altrimenti di essere disintermediati nella relazione con il Cliente e vanificare parte degli investimenti di marketing e in tecnologia. La loro capacità di risposta al contesto PSD2 dipenderà dalla volontà di giocare un ruolo chiave all'interno del mercato dei pagamenti e dalle capacità di investire in nuove soluzioni di business e tecnologiche.

# VERSO UN NUOVO MODELLO DI OPEN BANKING

## LE API

Le Banche dovranno aprire i propri sistemi per consentire la condivisione sicura di dati e abilitare nuovi metodi evoluti di pagamento. La direttiva non indica in maniera esplicita la tecnologia che dovrà essere adottata dalle Banche. Anche in presenza di questa incertezza, tuttavia, tra le istituzioni finanziarie e le fintech attive nel settore è condiviso che la tecnologia predominante da adottare è quella delle API.



Le API rappresentano uno specifico approccio architetturale che aiuta ad estendere in maniera rapida e sicura l'offerta digitale della Banca, oltre che garantire la compliance alla normativa PSD2. Ad oggi sono già attive applicazioni di terze parti che consentono agli utenti di accedere al proprio conto corrente collegandosi all'home banking, per disporre operazioni o richiedere informazioni sulle movimentazioni.

Le API aiutano a generare profitti sia rafforzando il core business della company sia individuandone di nuovi. Esse abilitano nuove modalità di ingaggio del Cliente, incentivano la costruzione di partnership nonché l'identificazione e la previsione delle esigenze del Cliente per servizi sia finanziari che non.

## IL MODELLO OPEN BANKING

Il crescente riconoscimento delle potenzialità di monetizzazione offerte dalle API ha portato alla nascita della cosiddetta API Economy, che promuove la creazione di un ecosistema di servizi. Le API agiscono da “collante digitale” in grado di mettere in relazione servizi, applicazioni e sistemi, sia della Banca che non, in ottica Cliente-centrica.

Gli ambiti di applicazione e di utilizzo delle API sono molteplici e delineano il modello Open Banking:

- **avvio dei pagamenti:** direttamente dall’account del pagatore verso l’account del destinatario/beneficiario;
- **product reference data:** fornitura di dati statistici sui prodotti e rating sulla soddisfazione dei consumatori;

- **digital identity:** utilizzo da parte del Cliente delle informazioni sulla propria identità in possesso ai provider di servizi finanziari;
- **payment system access:** possibilità per i provider di servizi di pagamento (incluse le Banche) di connettersi direttamente ai servizi esposti;
- **data portability:** scambio dello storico transazionale, in maniera sicura, tra consumatore e selezionate terze parti.

In maniera proattiva, alcuni tra i principali player di mercato hanno già predisposto un portale per gli sviluppatori e nuove API per la creazione di una piattaforma bancaria aperta (es. Deutsche Bank, BBVA, Capital One Bank, etc.)



# APPROCCIO PROGETTUALE

In tale contesto le Banche devono prendere una decisione strategica chiave: accettare soluzioni rivolte ai Clienti sviluppate da altri operatori o giocare un ruolo centrale ponendosi come first mover ed innovatori. Nel primo caso l'approccio viene generalmente detto reattivo, nel secondo caso proattivo.

## REATTIVO

Seguire un approccio di semplice adeguamento alla direttiva PSD2 porterebbe la Banca ad attendere l'emissione in forma definitiva degli RTS e solo in seguito adottare soluzioni efficaci identificate dai competitors sul mercato. Il **rischio** derivante dall'adozione di questo approccio è quello che i **competitor che hanno agito come first mover abbiano accumulato un vantaggio difficile da colmare**, oltre che quello di una possibile **disintermediazione** nei confronti della propria clientela.

## PROATTIVO

L'apertura tecnologica del sistema bancario, auspicata dalla direttiva, è abilitante per la creazione di nuovi servizi e di nuovi prodotti. Le scelte tecnologiche delle Banche dovranno sempre più essere coordinate e orientate dagli obiettivi strategici del business. L'approccio proattivo richiede di **porsi come first mover** ed innovatori e di attivare progettualità volte ad **assicurare che i propri sistemi software siano** realmente orientati ai servizi e **pronti a sostenere le crescenti esigenze di business** e di snellimento dei processi interni.

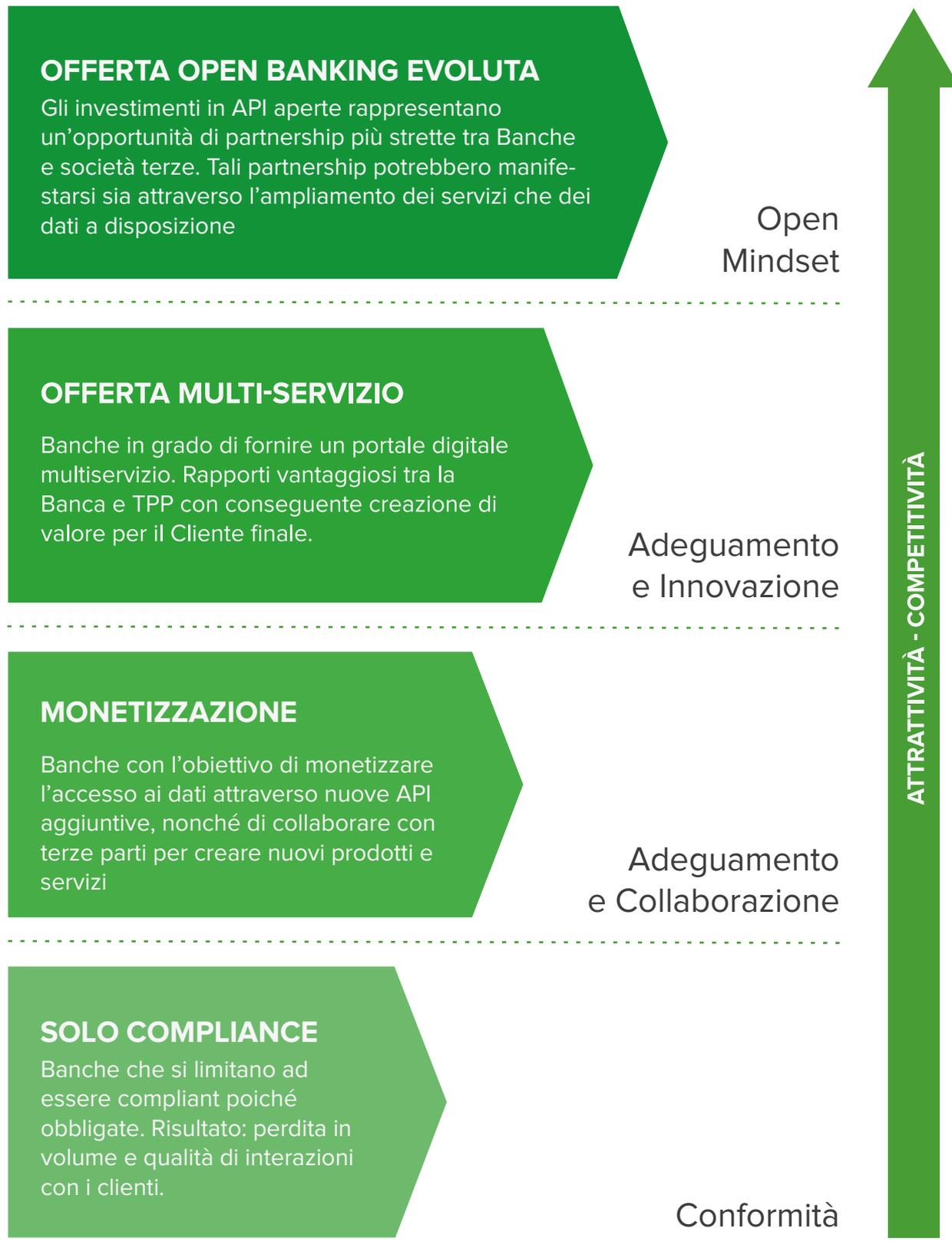


Figura 3: Ruoli ed opportunità della PSD2

# MODELLO REPLY

## OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

**Reply propone diverse opportunità di business per le Banche**, sulla base del target di clientela scelto (i.e. B2B, B2C) e del grado di propensione all'arricchimento dei dati interni con dati provenienti da fonti esterne:

**Data provider** : la Banca che intende solamente esporre i propri dati all'esterno (in ottica di semplice compliance alla PSD2) può offrire alla clientela B2B (es. altre Banche, Merchant, etc.) dati premium, anche on top rispetto a quelli richiesti dalla PSD2;

**Data enrichment** : per la **clientela B2B**, ma attingendo dati dall'esterno, la Banca può fornire informazioni **utili ad arricchire la conoscenza del Cliente** sfruttando in maniera più efficiente i dati interni (dati di prima e seconda parte) o attingendo da fonti dati esterne/Open Data (dati di terza parte);

**Data processing** : **per il Cliente finale**, la Banca può **offrire servizi completi ed integrati** di Personal Financial Management multibanca, sfruttare le migliori conoscenze acquisite sul Cliente per **migliorare la propria capacità di scoring e di personal lending** e, non per ultimo, ottenere marginalità ed informazioni dalle App di mobile banking e mobile payment.

# USE CASE IN AMBITO BANCARIO

Le opportunità di business precedentemente identificate necessitano di essere integrate all'interno di use case sostenibili per poter essere sfruttate

appieno dalle Banche. **Reply ha definito due principali use case**, focalizzandosi sui due nuovi attori introdotte dalla direttiva: PISP e AISP.

## BUSINESS CASE: PAYMENT INITIATOR

La Banca che decide di agire come PISP offre **un front-end unico da cui avviare un pagamento o un'operazione dispositiva**, offrendo all'utente la scelta del conto dal quale attingere fondi tra i suoi N conti di pagamento.

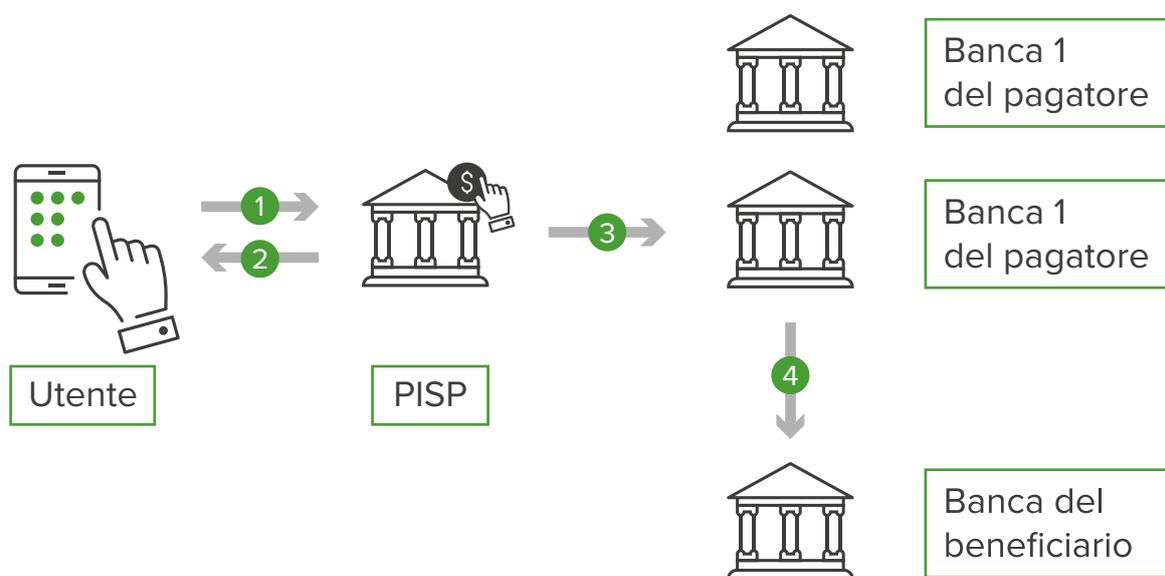


Figura 4: use case Payment Initiator

In tale scenario (esemplificativo):

1. l'utente dispone il pagamento;
2. il PISP offre la possibilità all'utente di scegliere il conto da quale attingere fondi;
3. il PISP avvia il pagamento alla Banca scelta dal pagatore;
4. la Banca del pagatore trasferisce i fondi alla Banca del beneficiario.

Il Business Case presenta dei vantaggi sia per la Banca che per il Cliente.

Da un lato, **il Cliente**:

- dispone di soluzioni di pagamento più veloci e cost-effective;
- può effettuare, in tempo reale, accrediti e trasferimenti su conti di altre Banche.

D'altra parte, la Banca:

- **amplia la propria offerta** transazionale;
- **incrementa il numero delle proprie transazioni bancarie** grazie ad attrattivi meccanismi di cashback e rewarding interoperabili;
- **abilita processi di Smart User Onboarding** tramite l'identificazione diretta ed istantanea del Cliente.

## **BUSINESS CASE: ACCOUNT AGGREGATOR**

La Banca che si pone come AISP può dotarsi di una **piattaforma multibanca che aggrega vari conti bancari** e che offre al Cliente una nuova interfaccia e nuovi servizi.

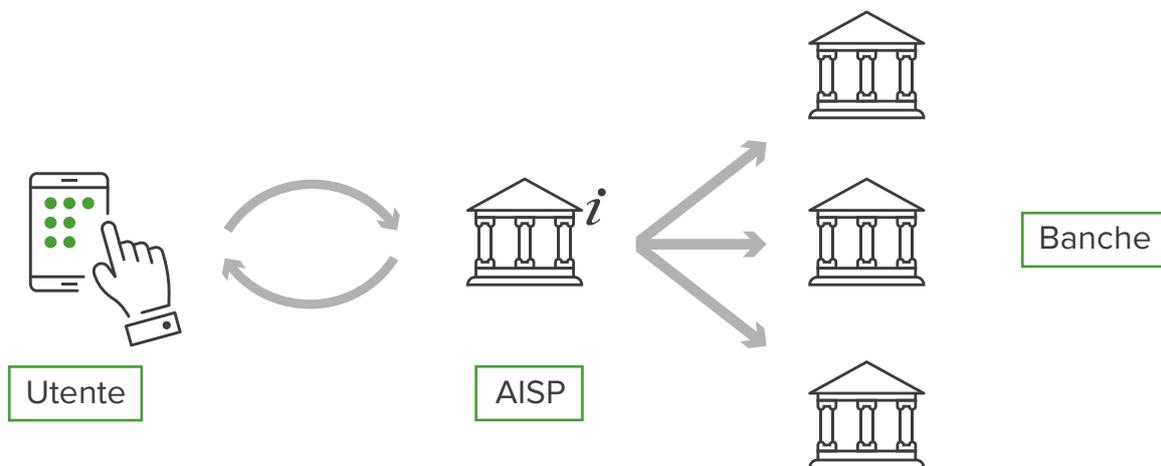


Figura 5: use case Account Aggregator

In tale scenario (esemplificativo):

1. tutte le Banche presso le quali il Cliente detiene conti o carte espongono le informazioni finanziarie del Cliente;
2. l'utente accede al proprio conto online e richiede informazioni all'AISP;
3. l'AISP richiede alle Banche le informazioni, le consolida e le mette a disposizione del Cliente.

Da un lato, **il Cliente**:

- ha accesso ad una vista unica di saldi e transazioni;
- usufruisce di un servizio di Personal Financial Management in grado di sfruttare anche dati di terze parti;
- usufruisce di servizi di avvisatura all'avanguardia, con la possibilità

di ricevere notifiche relative a più conti di pagamento su saldi, accrediti, addebiti, domiciliazioni utenze sia in-App che via email.

D'altra parte, **la Banca**:

- agendo come AISP, **incrementa le occasioni di accesso al proprio front-end**;
- **ha accesso ad una vista dettagliata della posizione finanziaria del Cliente** e diventa in grado di offrire servizi aggiuntivi di account switching e aggregation e ottimizzazione delle esigenze di credito e di investimento;
- **beneficia dell'incremento della loyalty del Cliente.**

# VALORE REPLY

Il Gruppo Reply collabora da sempre con i principali gruppi bancari e assicurativi e con le più importanti società finanziarie specializzate (es. Asset Management, Private Banking, Credito al Consumo, etc.) nel proporre e realizzare soluzioni complete di miglioramento delle performance, combinando le varie componenti di business consulting, organizzative e di process development, di progettazione e realizzazione tecnologica. Reply aiuta i propri Clienti ad anticipare i cambiamenti definendo strategie basate su nuove tecnologie volte ad introdurre una effettiva innovazione in settori critici.

## Reply accompagna le Banche nel cogliere le opportunità offerte

dalla PSD2, dalla definizione del posizionamento strategico alla messa a terra di soluzioni tecnologiche conformi alla direttiva. La consulenza Reply si declina in:

- **management consulting:** supporto alle Banche nelle attività di idea generation, Benchmarking, Business Planning, declinazione funzionale;
- **sviluppo software e system integration:** supporto alle Banche nelle attività di sviluppo API, system integration e sviluppo applicazioni.

Il Gruppo Reply, attraverso il suo network di business units specializzate per industries da un lato e le tecnologie e piattaforme più innovative dall'altro (es. SOA, SaaS, cloud computing, piattaforme di social networking, web agencies, motori semantici, mobile devices, etc.) è in grado di garantire al mercato finanziario italiano un'elevata e documentabile capacità propositiva e realistica, offrendo anche, per quanto riguarda la componente ICT, soluzioni e sistemi che consentono l'integrazione con l'evoluzione di vecchie architetture applicative, garantendo l'interoperabilità e il riutilizzo del patrimonio informativo esistente.

**REPLY** è specializzata nella progettazione e nell'implementazione di soluzioni basate sui nuovi canali di comunicazione e media digitali. Costituita da un modello a rete di aziende altamente specializzate, Reply affianca i principali gruppi industriali europei appartenenti ai settori Telco & Media, Industria e Servizi, Banche e Assicurazioni e Pubblica Amministrazione nella definizione e nello sviluppo di modelli di business abilitati dai nuovi paradigmi del Big Data, Cloud Computing, Digital Media e Internet degli Oggetti. I servizi di Reply includono: Consulenza, System Integration e Digital Services.