

# Digital Compliance HUB 2020

From KYCustomer to KYBusiness:  
a new approach of KYData  
Executive Summary

---



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

**CeTIF**



**Strategia,  
innovazione e finanza.**

**Questi i tre elementi fondanti le attività del CeTIF**

Il Centro di Ricerca su Tecnologie, Innovazione e Servizi Finanziari (CeTIF) dal 1990 realizza studi e promuove ricerche sulle dinamiche di cambiamento strategico e organizzativo nei settori finanziario, bancario e assicurativo.

Ogni anno CeTIF attiva più di 15 strutture di ricerca, quali Competence Centre e Osservatori, cui possono partecipare gli oltre 20.000 professionisti che sono parte del network e organizza oltre 10 workshop dedicati a banche assicurazioni e aziende non finanziarie con l'obiettivo di favorire fra i partecipanti lo scambio di esperienze e l'adozione di pratiche innovative.

Le attività di ricerca si focalizzano principalmente sugli effetti **dello sviluppo di nuove strategie, sull'innovazione normativa, sull'approfondimento di prassi organizzative e di processo e sugli effetti dell'introduzione dell'innovazione tecnologica.**

Tra i partner istituzionali di CeTIF figurano: **Banca d'Italia, IVASS, ABI, ANBP, ANIA, AIPB e CONSOB.**

In seno a CeTIF è stato costituito il **CEFIRS - Centre for European Financial Regulations Studies** - un Osservatorio Permanente sulla regolamentazione nel settore finanziario, bancario e assicurativo.

Inoltre è presente la struttura **CeTIF Academy**, scuola di Alta Formazione Universitaria, che si pone l'obiettivo di trasferire ai top e middle manager le conoscenze sviluppate in oltre vent'anni di ricerca.

**CeTIF - Università Cattolica**

Via Olona, 2 - 20123 Milano

Tel. +39 02 7234.2590

E-mail: [cetif@unicatt.it](mailto:cetif@unicatt.it)

[www.cetif.it](http://www.cetif.it)

**AUTORI:**

Chiara Frigerio

William Marenaci

Federico Rajola

Elena Repetto

Pubblicato nel mese di Giugno 2020

Copyright © CeTIF. Tutti i diritti riservati.

Ogni utilizzo o riproduzione anche parziale del presente documento non è consentita senza previa autorizzazione di CeTIF.

**DISCLAIMER:** CeTIF assicura che il presente documento è stato realizzato con la massima cura e con tutta la professionalità acquisita nel corso della sua lunga attività. Tuttavia, stante la pluralità delle fonti d'informazione e nonostante il meticoloso impegno da parte di CeTIF affinché le informazioni contenute siano esatte al momento della pubblicazione, né CeTIF né i suoi collaboratori possono promettere o garantire (anche nei confronti di terzi) esplicitamente o implicitamente l'esattezza, l'affidabilità o la completezza di tali informazioni. CeTIF, pertanto, declina qualsiasi responsabilità per eventuali danni, di qualsiasi tipo, che possano derivare dall'uso delle informazioni contenute nel presente rapporto.

Si evidenzia, inoltre, che il presente rapporto potrebbe contenere proiezioni future o altre dichiarazioni in chiave prospettica, circostanza che comporta rischi e incertezze. Si avvisano pertanto i lettori che tali affermazioni sono solamente previsioni e potrebbero quindi discostarsi in modo considerevole dagli effettivi riscontri ed eventi futuri. CeTIF declina fin d'ora qualsiasi responsabilità e garanzia in relazione a tali proiezioni.

**Digital Compliance HUB 2020**  
From KYCustomer to  
KYBusiness: a new approach  
of KYData  
Executive Summary



# IL MONDO FINANZIARIO DEVE RISPONDERE EFFICACEMENTE AI CAMBIAMENTI IN ATTO: **BIG DATA** E **ARTIFICIAL INTELLIGENCE** RAPPRESENTANO GLI ELEMENTI FONDAMENTALI PER FONDARE UN PROCESSO DI KYC OLISTICO ED EVOLUTO

L'avvento del COVID-19 sta rappresentando per molti settori un fenomeno esogeno in grado di **accelerare il processo di digitalizzazione** già in atto da diversi anni. Questo è vero anche e soprattutto per il mondo finanziario, al quale è richiesto un particolare sforzo verso l'adozione di soluzioni sempre più innovative al fine di rispondere a due esigenze fondamentali: **offrire valide soluzioni alle richieste di un consumatore, sempre più digitale e mutevole** nei suoi attributi, e **raggiungere un maggior livello di efficienza ed efficacia interna**. Per banche e compagnie assicurative diventa essenziale adottare modelli di business che si adeguino alle mutate esigenze dei consumatori e, quindi, passare attraverso un **processo di "amazonization"** che gli permetta di continuare a mantenere una posizione privilegiata in un mercato sempre più competitivo. In questo senso, le Istituzioni Finanziarie dovranno basare la propria strategia su uno **sfruttamento intensivo** del loro già vasto **patrimonio informativo** e sulla **capacità di estrarre informazioni**, grazie all'impiego di applicazioni evolute di *Artificial Intelligence*. Un nuovo approccio alla conoscenza del dato e la diffusione a tutti i livelli aziendali di una cultura *Data Driven* sono essenziali, perché si rende sempre più necessaria una conoscenza olistica del cliente. L'analisi dei dati relativi al singolo permette di trarre informazioni preziose, che possono essere utilizzate per andare a intervenire – ottimizzandoli – i diversi processi della *value chain* bancaria e assicurativa. La volontà è quella di rispondere efficacemente al principio del **value for money**, al fine di sviluppare prodotti e servizi che siano disegnati sulle specifiche esigenze e caratteristiche dei clienti, grazie al crescente utilizzo dei dati a disposizione.

Sono quelli appena citati gli elementi che guideranno le imprese nella direzione di una conoscenza sempre più profonda e accurata del singolo, ovvero verso un **processo di KYC sempre più olistico** che dall'*onboarding* in poi potrebbe attraversare un percorso di arricchimento continuo, soprattutto se venisse incardinato in un ecosistema collaborativo in cui attori eterogeni contribuiscono ad alimentarlo.

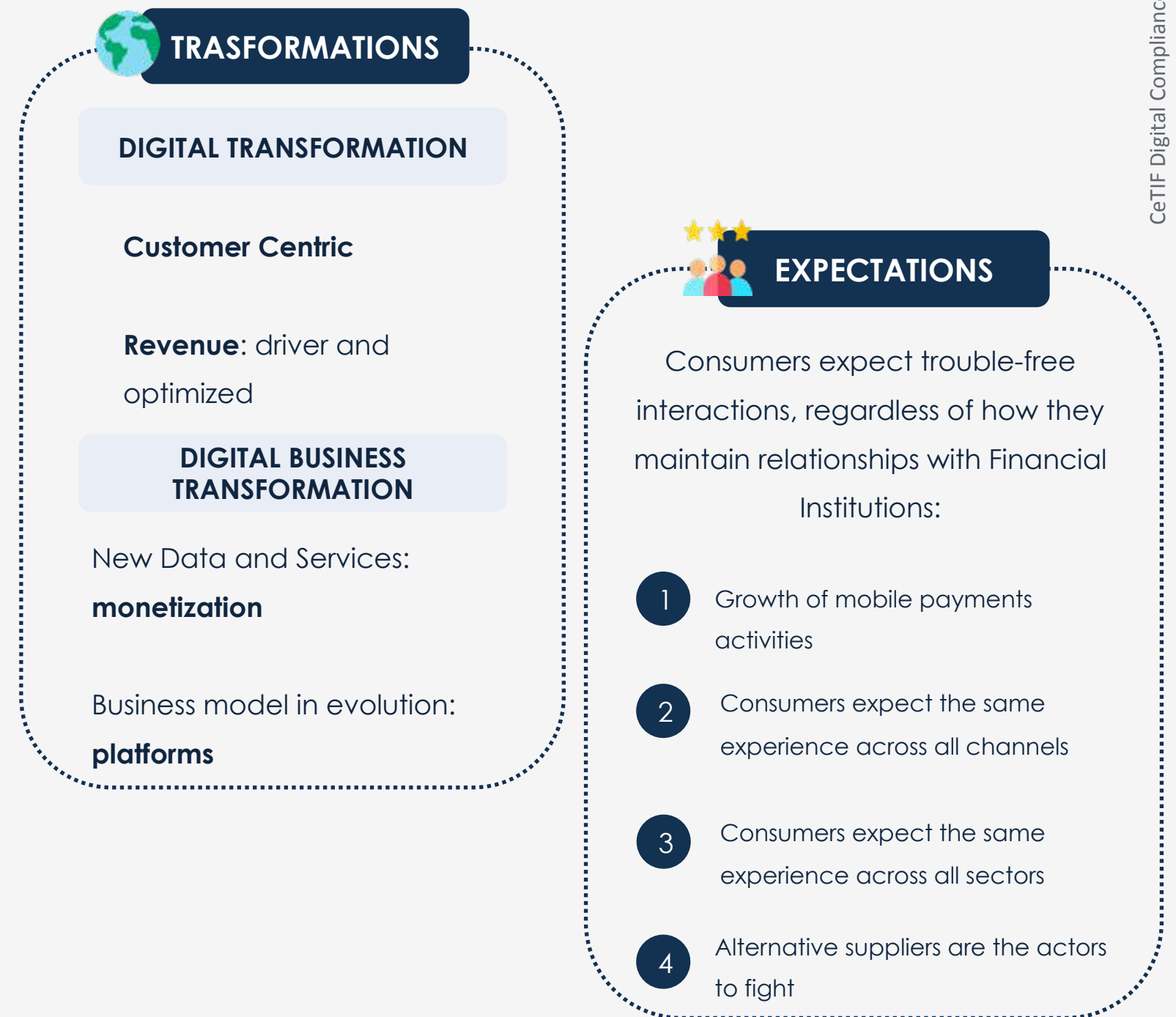


Figura 1 – Alcuni driver della Digital Transformation nel settore finanziario. Fonte: CeTIF, Digital Compliance HUB 2020

## L'EVOLUZIONE DEL PROCESSO DI KYC: IL PASSAGGIO DAL KYC DI BASE AL TRUSTED KYC ATTRAVERSO SOLUZIONI COME IL "QUESTIONARIO UNICO" APRONO LA STRADA A UN ARRICCHIMENTO DEL PATRIMONIO INFORMATIVO RELATIVO AL SINGOLO UTENTE

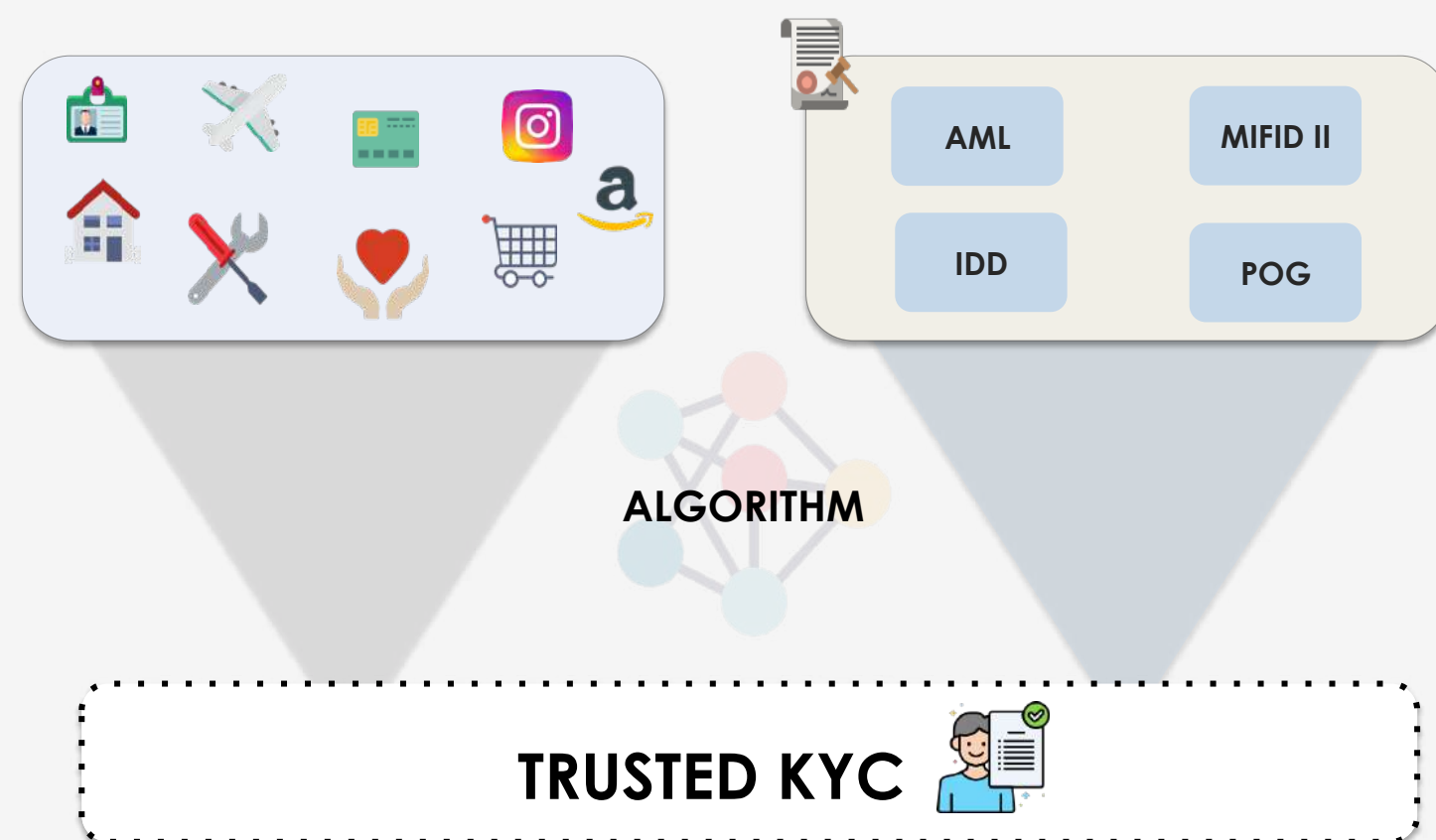


Figura 2 – *Trusted KYC: dati strutturati e non strutturati.* Fonte: CeTIF, Digital Compliance HUB 2020

Il **processo di KYC** assume una sempre maggiore **rilevanza strategica** al fine di sviluppare una conoscenza quanto più profonda e granulare possibile del consumatore. Un'analisi della sua evoluzione è fondamentale non solo ai fini di antiriciclaggio. Può infatti contribuire a migliorare le attività richieste dalla Product Oversight Governance – in particolare in relazione alla definizione e alla revisione dei Target Market - e può essere determinante per garantire al cliente un'esperienza più veloce e snella, con un diretto **impatto positivo sulla User Experience**. Si inizia quindi a ragionare nella direzione che va da un **KYC di base** che prevede perlopiù l'utilizzo di dati non strutturati e provenienti da fonti esterne verso un **Trusted KYC** che, a questi, aggiunge i dati strutturati raccolti, ad esempio, dai questionari somministrati ai clienti in ottemperanza dei requisiti normativi. Proprio nel solco di questa impostazione si collocano esperienze come quella di Generali Italia – Case Study delle attività di ricerca - che ha proposto un modello di **questionario unico a sezioni modulari** attivabili all'occorrenza in grado di rendere più fluida la relazione con il cliente.

Alla base di questa esperienza c'è la volontà di acquisire in un unico momento un set di dati che molto spesso vengono acquisiti in diverse fasi e utilizzati per più fini e di farlo nel modo più efficiente ed efficace possibile. In questo senso, dall'analisi dei tradizionali questionari, è emerso come venga richiesto un set di informazioni «base» che, nel modello proposto da Generali, si traduce in una sezione comune proposta a ogni contraente. Quest'ultima è in grado di ridurre il rischio di avere all'interno dei *database* aziendali informazioni distoniche e non congruenti, perché magari raccolte in momenti differenti, andando così a semplificare i processi. Per definire un questionario unico è indispensabile partire dalla definizione di alcuni elementi cardine, tra cui il **patrimonio informativo**, la **modalità di erogazione del questionario**, l'**aggiornamento** e il **monitoraggio**.

L'impostazione e la definizione di un questionario unico rappresenta una **scelta strategica d'impresa** e l'approccio verso tale modello varia da impresa a impresa.

# IL DECENTRALIZED KYC COME CHIAVE D'ACCESSO A UNA REALE CONOSCENZA OLISTICA DEL CLIENTE IMPRONTATA SU UN ECOSISTEMA COLLABORATIVO E BASATA SUL CONCETTO DI AUTOGESTIONE DELLA PROPRIA DIGITAL IDENTITY

La realizzazione di un'autentica conoscenza olistica del cliente potrebbe però avvenire solo attraverso un ulteriore passaggio, ovvero quello definito come **Decentralized KYC**. Si tratta di un **approccio basato sulla definizione di un ecosistema collaborativo** tra Istituzioni Finanziarie - e non - che, grazie all'utilizzo di tecnologie come quella della Blockchain, abilita una condivisione del dato sul singolo affidabile e sicura tra i diversi attori che ne prendono parte. Questo consentirebbe di superare i *silos* operativi tipici delle tradizionali Istituzioni Finanziarie e velocizzare i processi a partire dall'*onboarding*, sviluppando così delle esperienze d'uso unificate in grado di portare a una migliore *User Experience* sia sui canali digitali sia sui canali fisici. In questo scenario, l'**utente finale** è posto al centro dell'intera infrastruttura e, in quanto **owner della propria identità digitale**, può disporre autonomamente delle informazioni a questa connesse, avendo un maggior controllo nella diffusione dei propri dati. Il concetto alla base di questo sistema è il cosiddetto **Customer Wallet**, ovvero una sorta di portafoglio di dati del consumatore gestito da chiavi private attraverso cui il cliente ha la possibilità di dare accesso a una serie di soggetti interni all'ecosistema. Un sistema siffatto consentirebbe inoltre di **arricchire sempre di più il KYC**: le informazioni verrebbero continuamente alimentate dai nuovi dati forniti dal cliente in occasione dei diversi rapporti e delle differenti interazioni con gli attori dell'ecosistema. Così facendo è possibile definire un'**immagine dinamica del profilo dell'utente**, in continuo divenire, caratterizzata da una maggiore trasparenza e qualità delle informazioni.

Nonostante siano numerosi i benefici, si tratta di un approccio non privo di **elementi di criticità**: i profili connessi alla **Data Privacy** e alla definizione di **standard comuni** che permettano di utilizzare i dati generati all'interno di un ecosistema ne sono un esempio. Inoltre, ci si inizia a interrogare su come si disciplinino le **relazioni tra i soggetti partecipanti all'ecosistema** stesso in cui viene condiviso il patrimonio informativo e, in particolare, ci si chiede se sia necessaria una regolamentazione *ad hoc* o se la gestione possa essere demandata all'autoregolamentazione dei soggetti che ne fanno parte.

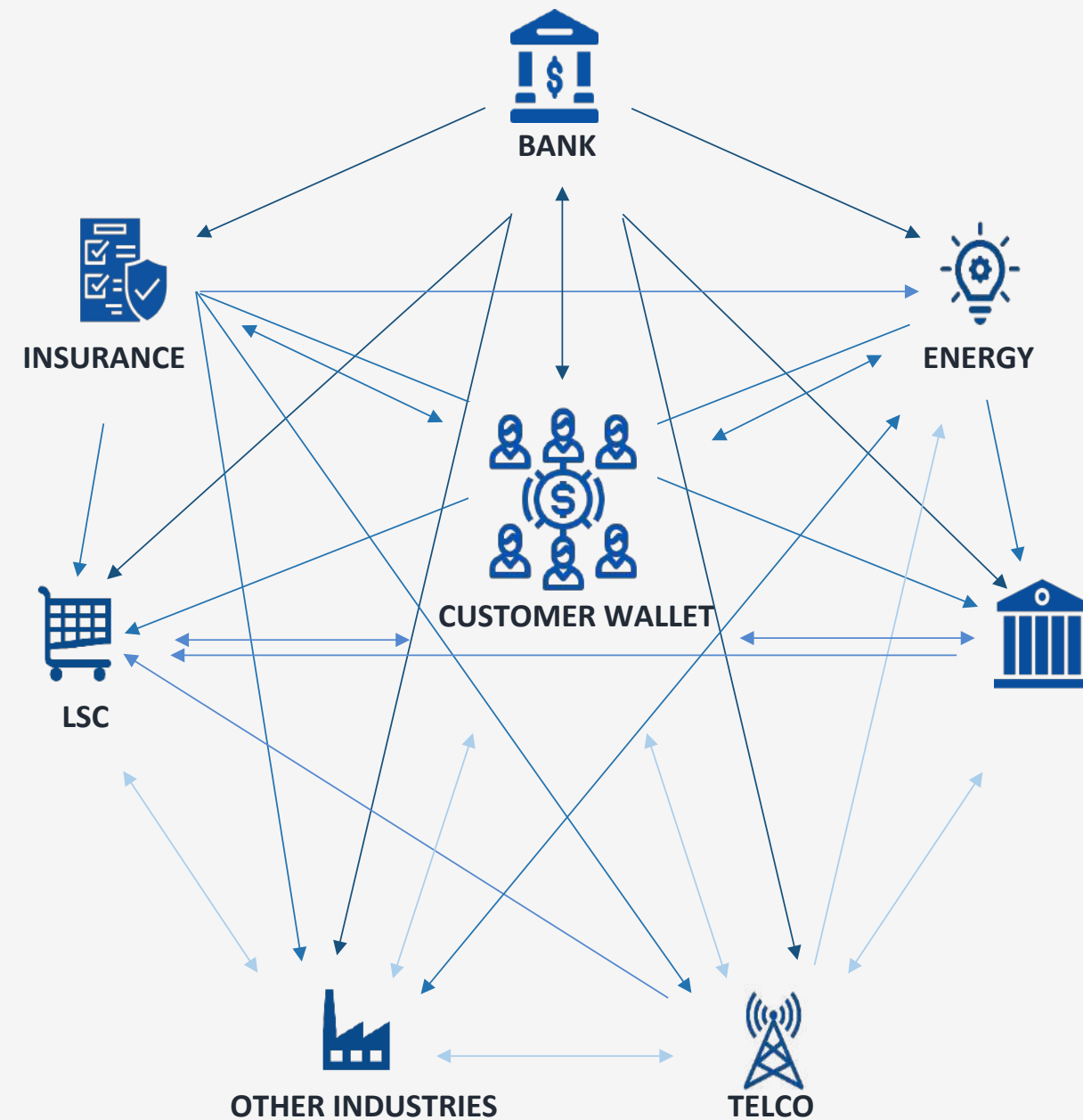


Figura 3 – Decentralized KYC: il concetto di «Customer Wallet». Fonte: CeTIF, Digital Compliance HUB 2020







Il presente documento riporta la sintesi dei contenuti trattati durante il primo tavolo di lavoro del Digital Compliance HUB 2020. I Research Insight completi sono disponibili esclusivamente per le Istituzioni Finanziarie partecipanti all'HUB. Per ulteriori informazioni contattare CeTIF. E-mail: [cetif@unicatt.it](mailto:cetif@unicatt.it)





UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

**CeTIF**

**CeTIF - Università Cattolica**



Via Olona, 2 - 20123 Milano

Tel. +39 02 7234.2590

E-mail: [cetif@unicatt.it](mailto:cetif@unicatt.it)

[www.cetif.it](http://www.cetif.it)

FOLLOW @CeTIF ON:

 LinkedIn  Twitter