

Indice

Introduzione e sintesi, di <i>Claudio Giannotti e Antonio Perrucci</i>	XIII
CAPITOLO 1	
I servizi di pagamento e il credito alla clientela retail nella platform economy: ruolo dell'intelligenza artificiale e vantaggi competitivi di <i>Barbara Pelliccione e Luca Riccardi</i>	1
1.1 Struttura e assetto del mercato dei servizi di pagamento alla clientela retail	1
1.1.1 Evoluzione del quadro normativo del mercato dei servizi di pagamento	1
1.2 Il mercato dei servizi di pagamento	9
1.2.1 Trend in Europa e nel mondo	9
1.2.2 Diffusione degli strumenti di pagamento elettronici	15
1.2.3 Pagamenti elettronici ed effetti della pandemia	30
1.3 Verso un mercato dei pagamenti sempre più integrato e digitale	36
1.3.1 Pagamenti elettronici basati sull'online banking e portafogli digitali	36
1.3.2 Pagamenti istantanei	38
1.3.3 Mobile payments e altri pagamenti innovativi	41
1.3.4 Buy Now, Pay Later	43

CAPITOLO 2

Natura e ruolo delle piattaforme digitali, con particolare riferimento ai servizi di pagamento e al credito alla clientela retail

di <i>Antonio Perrucci, Valerio Francola e Gordon A. Mensah</i>	47
2.1 Le piattaforme digitali: impatto sui mercati e riflessi sull'intervento pubblico	47
2.1.1 Il concetto di piattaforma nell'analisi economica	47
2.1.2 Le piattaforme digitali: introduzione	48
2.1.3 Il ruolo dirompente delle tecnologie digitali e la platform economy	50
2.1.4 Le politiche pubbliche: antitrust, privacy, regolazione e politica industriale	56
2.1.5 Focus: gli effetti delle piattaforme digitali su concorrenza e tutela del consumatore	63
2.2 La platform economy e il settore dei servizi finanziari: elementi introduttivi	67
2.3 Caratteristiche e strategie delle imprese operanti nella platform economy finanziaria	70
2.3.1 Premessa: il FinTech come settore	70
2.3.2 Le imprese FinTech	73
2.3.3 Le Neobank	77
2.3.4 Le istituzioni bancarie tradizionali	81
2.3.5 Le TechFin e le Big Tech	83
2.4 Le strategie e le relazioni tra i soggetti dell'ecosistema finanziario	87
2.5 La determinante geografica: impatto su strategie e sviluppi dell'ecosistema	92
2.6 Le tendenze recenti nei mercati dei pagamenti digitali	95
2.7 Appendice	102

CAPITOLO 3

Le prospettive dell'intelligenza artificiale nell'ecosistema finanziario, con particolare riguardo ai servizi di pagamento e di credito alla clientela retail

di <i>Giuseppe F. Italiano</i>	113
3.1 Introduzione all'intelligenza artificiale e al machine learning	113

3.2	Utilizzo attuale dell'intelligenza artificiale nell'ecosistema finanziario per la clientela retail	119
3.3	Principali opportunità offerte dall'intelligenza artificiale nei servizi finanziari	121
3.3.1	Gestione patrimoniale (asset management)	122
3.3.2	Intermediazione creditizia	122
3.3.3	Applicazioni finanziarie basate su blockchain	123
3.4	Rischi e sfide dell'intelligenza artificiale per i servizi finanziari	124
3.4.1	Gestione dei dati, privacy/riservatezza	125
3.4.2	Rischi di concentrazione	126
3.4.3	Bias algoritmici e discriminazioni nell'intelligenza artificiale	128
3.4.4	Il dilemma della spiegabilità nei modelli di machine learning	129
3.4.5	Training, validazione e test di modelli di intelligenza artificiale per promuoverne la robustezza e la resilienza	134
3.4.6	Governance dei sistemi di intelligenza artificiale e accountability	135
3.4.7	Altre fonti di rischio nei casi d'uso dell'intelligenza artificiale in finanza: considerazioni normative, lavori e competenze	136
3.5	Prospettive e scenari futuri	138
3.6	Conclusioni, indicazioni e suggerimenti di policy	140

CAPITOLO 4

Profili regolatori della Digital Finance Strategy

di *Valeria Falce*

4.1	Dalla Digital Single Market Strategy al Digital Finance Package: disruption e nuove direttrici regolatorie dell'ecosistema finanziario	147
4.2	(La tenuta del)le regole sui servizi di pagamento e di credito alla clientela retail nella platform economy	158
4.3	Il ruolo dell'IA tra armonizzazione massima, innovazione e mercato	173
4.4	Raccordo e coordinamento tra regole orizzontali e previsioni settoriali	180

4.5	Sandboxes e opportunità di sperimentazione normativa	184
4.6	Prossime sfide e conclusioni preliminari	188

CAPITOLO 5

I vantaggi competitivi e le catene del valore dei servizi di pagamento nella platform economy

	di <i>Umberto Filotto, Claudio Giannotti e Lucia Gibilaro</i>	191
5.1	Introduzione	191
5.2	Le direttrici di cambiamento, i vantaggi competitivi e una questione di fondo del comparto dei servizi di pagamento	192
5.3	L'incerto confine e l'integrazione tra i servizi di pagamento e credito alla clientela retail e il loro razionale economico nella platform economy	200
5.3.1	Valore e utilità della moneta; qualche cenno	200
5.3.2	Gli strumenti di pagamento ibridi nel mondo retail: una breve storia del credito dei negozianti e delle carte di credito	203
5.3.3	Dalla dilazione di pagamento al credito al consumo	206
5.3.4	Ancora sulle dilazioni di pagamento nel mondo del commercio: la storia del Ratenauf	210
5.3.5	L'equilibrio economico delle operazioni di pagamento/dilazione/credito	214
5.3.6	Il razionale economico dell'offerta dei servizi di dilazione/pagamento	218
5.3.7	Dal piccolo mondo antico della financial industry al grande gioco delle piattaforme	221
5.4	La natura ibrida dei servizi di pagamento B2B e il cambio di prospettiva delle piattaforme	223
5.5	Le catene del valore dei servizi di pagamento e le fonti di vantaggio competitivo	229
5.6	Conclusioni	241

CAPITOLO 6

Il valore dei servizi di pagamento e del credito alla clientela retail nella prospettiva delle piattaforme digitali

	di <i>Umberto Filotto, Claudio Giannotti e Lucia Gibilaro</i>	249
6.1	Introduzione	249
6.2	L'inquadramento del valore dei servizi di pagamento e del credito alla clientela retail nelle relazioni e nelle opportunità della piattaforma digitale	250

6.3	Il valore percepito dalla clientela retail e dal merchant e la sua interpretazione da parte degli attori protagonisti dell'offerta	259
6.4	Il valore dei pagamenti digitali: una lettura delle diverse prospettive	283
6.4.1	Il valore dei pagamenti digitali nella prospettiva di "coloro che incassano"	283
6.4.2	Il valore dei pagamenti digitali nella prospettiva di "coloro che pagano"	286
6.4.3	Il valore dei pagamenti per coloro che offrono le diverse soluzioni	290
6.5	Conclusione: la prospettiva del valore è una questione semplice e complessa	295
6.6	Appendice	298
CAPITOLO 7		
Profili IVA delle piattaforme digitali e servizi di pagamento e di credito alla clientela retail		
	di <i>Elena Conte e Guglielmo Fransoni</i>	301
7.1	L'esenzione dei servizi di pagamento	301
7.1.1	Origine e ratio della disciplina	301
7.1.2	L'esenzione dei servizi di pagamento	312
7.2	Le piattaforme digitali nell'IVA	317
7.2.1	Inquadramento generale	317
7.2.2	Piattaforme digitali e attività finanziaria	340
7.3	Piattaforme digitali, servizi di pagamento e prestazioni tecnologiche	342
7.4	Servizi di pagamento, valute digitali ed euro digitale	348
7.5	L'impatto dell'intelligenza artificiale	355
7.6	Pagamenti innovativi e imposta di bollo	357
7.7	Piattaforme digitali e imposta sui servizi digitali	362
7.8	Conclusioni	366
	Bibliografia	369
	Gli Autori	391
	Pubblicazioni di ASTRID	393