



VERIFICHE **SMART** PER OBBLIGHI REGOLAMENTARI **STRONG**:

Il supporto della **tecnologia** e del
patrimonio informativo per la
compliance normativa

Maria Luisa Cardini
Senior Account Manager
CRIF

IV Direttiva AML e il ruolo di SCIPAFI

DECRETO LEGISLATIVO 25 maggio 2017 n. 90

Art.2 Modifiche al Titolo II del d.lgs 231/07 art 19 comma 5,b)

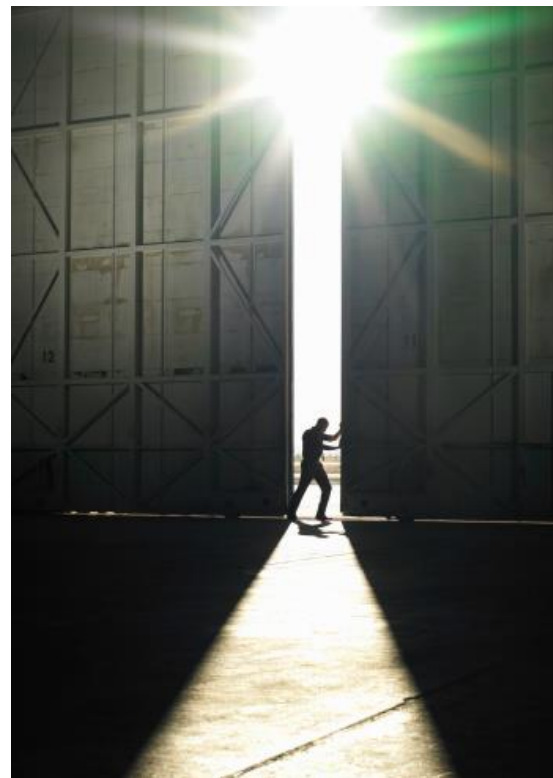
Modalità di adempimento degli obblighi di adeguata verifica). —

1. I soggetti obbligati assolvono agli obblighi di adeguata verifica della clientela secondo le seguenti modalità:

b) la verifica dell'identità del cliente, del titolare effettivo e dell'esecutore richiede il riscontro della veridicità dei dati identificativi contenuti nei documenti e delle informazioni acquisiti all'atto dell'identificazione, laddove, in relazione ad essi, sussistano dubbi, incertezze o incongruenze. Il riscontro può essere effettuato attraverso la consultazione del sistema pubblico per la prevenzione del furto di identità di cui decreto legislativo 11 aprile 2011, n. 64. La verifica dell'identità può essere effettuata anche attraverso il ricorso ad altre fonti attendibili e indipendenti



Tutti i soggetti obbligati possono accedere al Sistema pubblico di prevenzione del furto di identità (SCIPAFI) ai fini di adeguata verifica



Come SCIPAFI supporta l'adeguata verifica

Alcune statistiche del CRIF Market Outlook (1)



**Codice fiscale apparentemente regolare
ma inesistente: 0,16%**



Patente inesistente o non appartenente al soggetto: 6,3%



Passaporto non appartenente al soggetto: 2,9%



Fonte: CRIF INFORMATION CORE

Campione di analisi:

- # enti tramitati da CRIF: 140+
- # numerosità del campione: 1,8 milioni di anagrafiche
- Periodo analisi: 15 mesi

Come SCIPAFI supporta l'adeguata verifica

Alcune statistiche del CRIF Market Outlook (2)



**Tessera sanitaria inesistente
o non appartenente al soggetto: 0,53%**



**Partita IVA autodichiarata da libero professionista
inesistente : 3,9%**



MINISTERO
DELL'INTERNO

Fonte: CRIF INFORMATION CORE

Campione di analisi:

- # enti tramitati da CRIF: 140+
- # numerosità del campione: 1,8 milioni di anagrafiche
- Periodo analisi: 15 mesi

Come SCIPAFI supporta l'adeguata verifica

la verifica dell'indirizzo

SCIPAFI fornisce il domicilio fiscale **nel 98%** delle anagrafiche interrogate

CRIF automaticamente normalizza il domicilio fiscale e lo confronta con l'indirizzo fornito dal cliente all'istituto



**Riscontro immediato e automatico
dell'indirizzo da fonte ufficiale**

L'accesso a SCIPAFI e la normalizzazione degli indirizzi consente di confermare automaticamente quasi l'80% degli indirizzi

Verifiche antiriciclaggio su altre fonti

Evidenze del CRIF Market Outlook

2017

0,12%

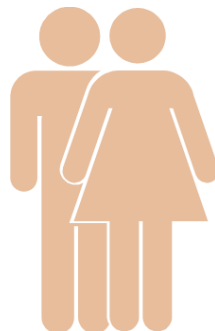
Clienti in lista **PEP**

0,54%

Clienti in lista **PIL**

0,09%

Clienti in lista EX-PEP o EX-PIL



2018

0,23%

Clienti in lista **PEP**

0,64%

Clienti in lista **PIL**

0,12%

Clienti in lista EX-PEP o EX-PIL

FONTE: CRIF Information Core 2017 - 2018

Verifiche antiriciclaggio su altre fonti

Evidenze del CRIF Market Outlook

0,69%

Aziende con **legale rappresentante** in lista **PEP**

0,29%

Aziende appartenenti ad un gruppo aziendale che ha una **sede in un Paese o territorio a rischio** (Regimi fiscali non equivalenti)

0,28%

Aziende con **titolari effettivi** in Lista **PEP**



0,15%

Aziende con titolari effettivi in lista **Watchlists - Blacklists - Sanctions**

0,61%

Aziende con **assetto societario opaco**

-25%

Aziende con **fiduciaria nella compagine di controllo**

-30%

Aziende con partecipazione reciproca o circolare

FONTE: CRIF Information Core 2017 - 2018

La profilatura antiriciclaggio Imprese

Evidenze del CRIF Market Outlook

0,69%

Aziende con **legale rappresentante**
in **lista PEP**

0,28%

Aziende con **titolare effettivo**
in **lista PEP**

0,21%

Aziende con **legale rappresentante**
in **lista lista PIL**

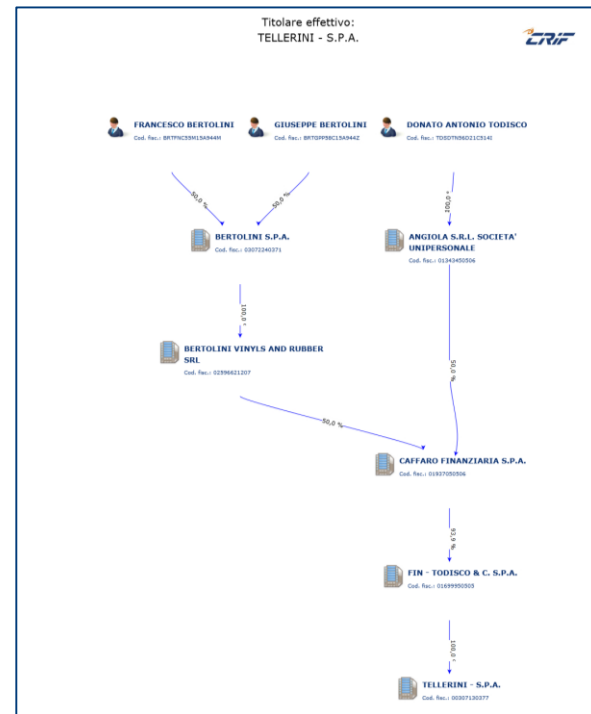
0,41%

Aziende con **titolare effettivo**
in **lista PIL**

Ogni mese 1,67%
delle imprese cambia Titolare Effettivo



Ogni mese 3,9%
dei Titolari Effettivi cambia
indirizzo di residenza



FONTE: CRIF Information Core 2017 - 2018

Data quality: aumentano le sanzioni

D.Lgs n 231/ 2007 così come modificato dal **D.Lgs 90/2017**

in recepimento della **IV direttiva AML:**

Art. 18

«Gli obblighi di adeguata verifica della clientela si attuano attraverso:

(..) il controllo costante del rapporto con il cliente, per tutta la sua durata, attraverso l'esame della complessiva operatività del cliente medesimo, la verifica e l'aggiornamento dei dati e delle informazioni acquisite (...)»

Art. 18 comma 1 lettera d)

SANZIONI

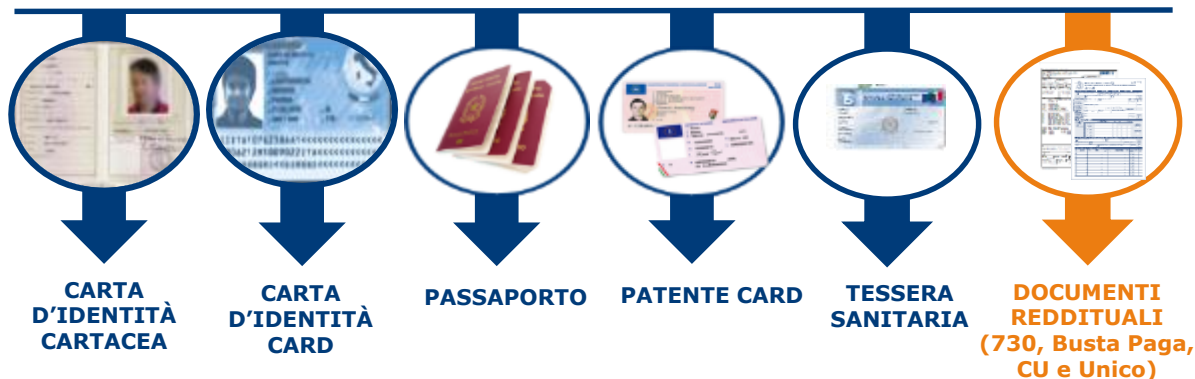
- **Art. 56** l'inosservanza dell'art. 18 prevede una sanzione amministrativa pecuniaria **pari a 2.000 € per violazione degli obblighi di adeguata verifica (controllo del rapporto, verifica e aggiornamento)**
- **Art.62 comma 1** In caso di violazioni gravi, ripetute e sistematiche per la mancata adozione di presidi per la mitigazione del rischio di riciclaggio, la sanzione amministrativa applicata va da **30.000 € a 5.000.000 € o il 10% del fatturato annuo** se questo è superiore a 5.000.000 €;
- **Art. 62 comma 2** Non è solo il soggetto obbligato ad essere sanzionato ma anche i soggetti titolari di funzioni amministrative di direzione e controllo che con la loro condotta/omissione hanno agevolato o reso possibili tali violazioni. La sanzione sarà **da 10.000 a 5.000.000 €**



Soluzioni digital a supporto della identificazione anagrafica

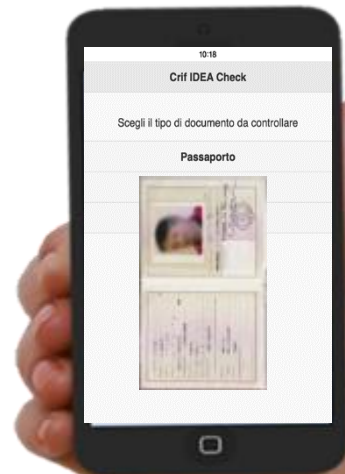
OCR dei documenti identificativi e reddituali

I documenti possono essere acquisiti direttamente con un clic attraverso la fotocamera dello **smartphone** o del **tablet** del cliente, o con lo scanner in filiale. I **dati anagrafici** vengono **automaticamente estratti e normalizzati**.



PERFORMANCE:

	CARTA D'IDENTITÀ (cartacea)	e-CARTA D'IDENTITÀ	TESSERINO SANITARIO	PATENTE (CARD)	PASSAPORTO
% riconoscimento complessiva	90 %	95 %	95 %	95 %	85 %



Nuove forme di riciclaggio attraverso i canali digital

Le insidie dell'innovazione tecnologica



"Money laundering through online platforms is attractive to criminals for its **simplicity**, **speed** and **low cost**, as well as its **global** reach. Using these platforms, there is **no need to create a fake business** or other identities, and no goods need to be moved to maintain the illusion of legitimacy."

By Alexon Bell _ The New Economy

Le opportunità digitali e la compliance normativa

Le indicazioni di Banca d'Italia (in consultazione da aprile 2018)

ALLEGATO 3

Procedura di video-identificazione

I destinatari realizzano un sistema che garantisca, preliminarmente all'instaurazione della sessione audio/video, la cifratura del canale di comunicazione mediante l'adozione di meccanismi standard, applicativi e protocolli aggiornati alla versione più recente. Essi, inoltre, garantiscono l'utilizzo di applicativi orientati all'usabilità e all'accessibilità da parte del cliente.

I destinatari assicurano che l'identificazione da remoto effettuata da parte dell'operatore addetto alla video-identificazione (di seguito, "operatore"), rispetti le seguenti condizioni:

- a) le immagini video devono essere a colori e consentire una chiara visualizzazione dell'interlocutore in termini di luminosità, nitidezza, contrasto, fluidità delle immagini;
- b) l'audio deve essere chiaramente udibile, privo di evidenti distorsioni o disturbi;
- c) la sessione audio/video, che ha ad oggetto le immagini video e l'audio del cliente e dell'operatore, deve essere effettuata in ambienti privi di particolari elementi di disturbo.

I destinatari assicurano che l'operatore preposto all'attività si astenga dall'avviare il processo di identificazione o lo sospenda nel caso in cui la qualità audio/video sia scarsa o ritenuta non adeguata a consentire l'identificazione del cliente.

L'operatore che effettua l'identificazione: i) acquisisce i dati identificativi forniti dal cliente; ii) richiede l'esibizione di un valido documento d'identità, munito di fotografia recente e riconoscibile e firma autografa del richiedente stesso, rilasciato da un'amministrazione dello Stato e iii) verifica il codice fiscale tramite la tessera sanitaria in corso di validità. Del documento viene acquisita copia in formato elettronico, purché non modificabile.

L'operatore che effettua l'identificazione può escludere l'ammissibilità della sessione audio/video per qualunque ragione, inclusa l'eventuale inadeguatezza del documento presentato dal cliente (ad esempio perché logoro o carente delle caratteristiche elencate).

La sessione audio/video è interamente registrata e conservata.

I destinatari devono richiedere il consenso al trattamento dei dati personali contenuti nelle riprese audio-video, specificando tale aspetto nell'informativa da rendere all'interessato ai sensi delle disposizioni in materia di protezione dei dati personali.

La sessione audio/video deve essere condotta seguendo una procedura scritta e formalizzata dai destinatari che prevede almeno le seguenti attività:

- a) l'operatore acquisisce il consenso alla videoregistrazione e alla sua conservazione e informa che la videoregistrazione sarà conservata in modalità protetta;
- b) l'operatore dichiara le proprie generalità;
- c) il cliente conferma i propri dati identificativi;
- d) il cliente conferma la data e l'ora della registrazione;
- e) il cliente conferma di voler instaurare il rapporto continuativo e conferma i dati identificativi e gli altri dati inseriti nella modulistica on-line in fase di pre-registrazione;

I destinatari garantiscono l'utilizzo di applicativi orientati all'usabilità e all'accessibilità da parte del cliente
Le immagini video devono essere a colori e consentire una chiara visualizzazione dell'interlocutore in termini di luminosità, nitidezza, contrasto, fluidità delle immagini

L'operatore che effettua l'identificazione richiede l'esibizione di un valido documento d'identità, verifica il codice fiscale tramite la tessera sanitaria in corso di validità.

Del documento viene acquisita copia in formato elettronico, purché non modificabile

L'operatore chiede al cliente di compiere una o più azioni casuali volte a rafforzare l'autenticità della richiesta

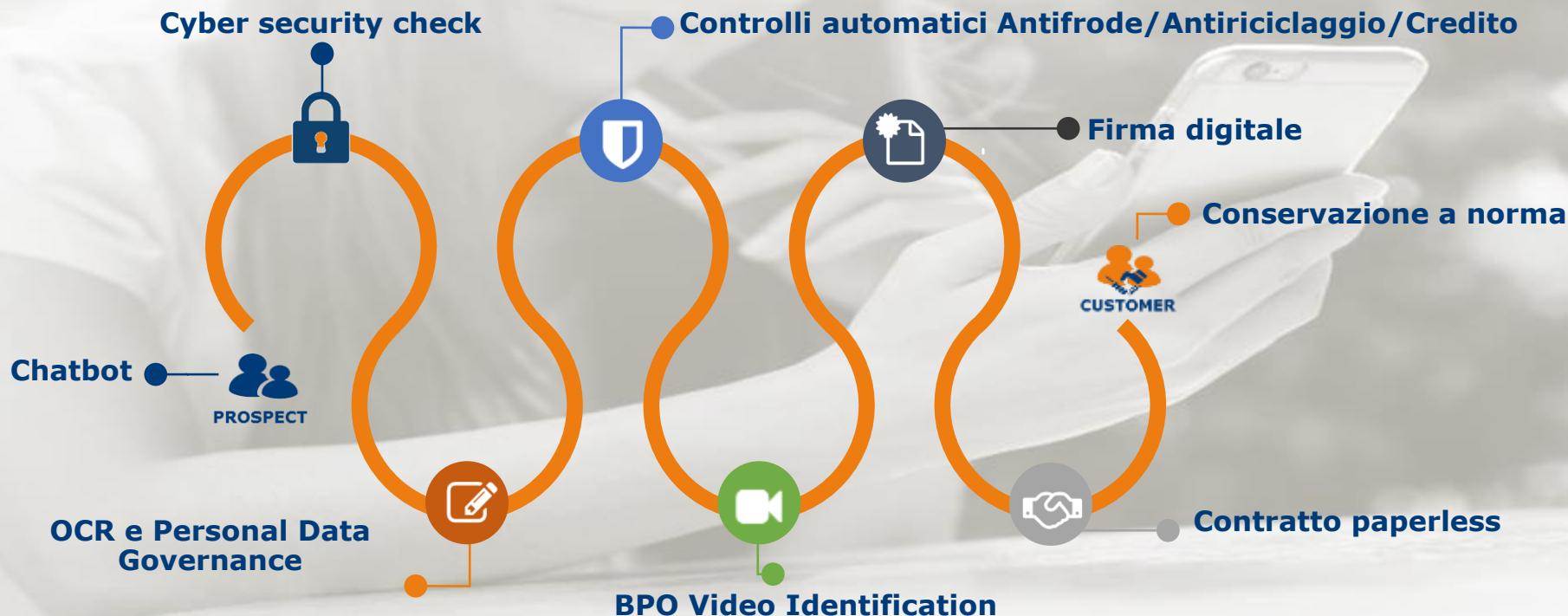
Qualora emergano dubbi o incongruenze i destinatari sono tenuti ad effettuare ulteriori riscontri. A titolo esemplificativo SCIPAFI.

La sessione audio/video è interamente registrata e conservata dai destinatari.



Il corretto processo di KYC nei processi digital

CRIF Smart onboarding



Il corretto processo di KYC nei processi digital

Il valore di un backoffice specializzato



Video Chat

ID Verification con un operatore online



Video Selfie

ID Verification video selfie validato da biometrico automatico o da operatore



Foto Selfie

ID verification con un video selfie che viene validato da un operatore

Le opportunità digitali e la compliance normativa

Un esempio concreto



Digital Lending: strada per la sopravvivenza o la rinascita?

Big data analytics, smart onboarding e risk scoring evoluti



PRINCIPALI INTERVENTI PER LA DIGITALIZZAZIONE

Semplificare ed automatizzare l'intero Journey per ridurre il time to sell

Esempi
dall'industry

Processi multicanale



I Clienti possono utilizzare **tutti i canali** (es. Filiale, internet banking) per proseguire all'interno dei processi

Identificazione a distanza



I Clienti possono identificarsi direttamente dal proprio Internet Banking tramite video selfie o bonifico

Controlli automatizzati



Il Cliente non deve interrompere il processo in attesa dell'esito dei controlli che sono gestiti automaticamente a conclusione del processo

Contratti dematerializzati



Il Cliente non dovrà stampare i contratti in quanto tutti i processi sono dematerializzati

Firma digitale/ grafometrica



Il Cliente potrà firmare i utilizzando la firma digitale/ grafometrica

Focus slide successiva

INTESA SANPAOLO

Gianfranco Demuru

7





Maria Luisa Cardini
Senior Account Manager
CRIF

www.crif.it



m.cardini@crif.com

