



**BREAKING NEWS** Sistemi di pagamento innovativi. A che punto siamo? ! Cyber security in banca alla luce del GDPR ! CTE Group migliora la tesoreria con DocFinance !

## Sistemi di pagamento innovativi. A che punto siamo?



di Piero Bucci , 14 giugno 2018

3



3  
Shares

L'area dei sistemi di pagamento innovativi è in piena trasformazione per offrire, a costi competitivi, servizi in linea con la nuova operatività. Il settore sta proponendo soluzioni e modelli funzionali e di business nuovi

SEGUICI SU



TROVA ARTICOLI

cerca qui

CERCA

OSSERVATORIO BITCOIN



White Paper gratuito:  
modernizzare le analitiche  
digitali del banking e migliorare  
l'esperienza del cliente

17 MARZO 2016



L'area dei pagamenti è una delle aree di trasformazione digitale più interessanti della finanza ed è foriera di nuove opportunità con l'apertura di piattaforme che rendono i pagamenti più semplici e diffusi. L'affermarsi degli e-payment non rappresenta solo un vantaggio in termini di comodità e sicurezza per le famiglie, le imprese e le PA, ma anche un importante volano di crescita e sviluppo per il Paese, oltre a un risparmio di costi. I pagamenti digitali innovativi raggiungeranno un nuovo picco di crescita, anche se in Italia l'86% delle transazioni avviene ancora in contanti o con strumenti tradizionali e si effettuano in media solo 37 operazioni digitali pro capite all'anno, contro una media europea di 104. È in corso, infatti, un interessante cambiamento culturale dei consumatori che sta generando un salto di qualità e nuove opportunità. Il mercato si sta, inoltre, aprendo a nuove opzioni, vede l'avvento di nuovi attori e a trainare la crescita sono soprattutto gli strumenti innovativi via mobile. L'Osservatorio Mobile Payment & Commerce della School of Management del Politecnico di Milano ha registrato che, nel 2017 in Italia, i mobile proximity payment, ossia i pagamenti effettuati presso i punti vendita attraverso gli smartphone, hanno avuto una vera e propria impennata, con oltre 70 milioni di transazioni, in netta crescita rispetto ai 10 milioni scarsi del 2016. Lo stesso prevede che nel 2020 il transato potrebbe valere dai 3,2 ai 6,5 miliardi di euro.


## APPROCCIO APERTO E OMNICANALE

Secondo il **Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker di IDC**, la tecnologia dei sensori di prossimità (NFC e Bluetooth) è ormai presente sulla maggior parte degli smartphone: il 70% di quelli distribuiti nel primo trimestre 2017 aveva già integrata tale tecnologia. Ciò ha aperto la strada alla proliferazione delle applicazioni di ubiquità. «La sostituzione della carta di credito, che fisicamente può essere strisciata sui POS di prossimità con l'utilizzo delle tecnologie NFC e Bluetooth, sta già diventando una concreta realtà diffusa sul mercato» – afferma **Fabio Rizzotto, associate vice president research & consulting di IDC Italia**. Ne è un esempio il segmento di mercato dell'ospitalità che sta adottando rapidamente tale soluzione. Le catene alberghiere Hyatt e Hilton, per esempio, a cui si è unita una dozzina di piccoli albergatori di boutique, forniscono già, oltre alla prenotazione e al pagamento, anche l'accesso automatizzato alle camere tramite chiave virtuale su mobile. «I consumatori sono sempre più a proprio agio nell'usare i dispositivi mobili come strumenti per gestire i servizi finanziari e per effettuare pagamenti presso i punti vendita e, con amici e familiari, attraverso i pagamenti mobile peer-to-peer (P2P)» – spiega Rizzotto. «La proliferazione di questi ultimi nei mercati di tutto il mondo ha offerto ai consumatori più opzioni per l'utilizzo dei propri dispositivi mobili per completare tali transazioni».

IDC prevede un'evoluzione a lungo termine che riguarda il settore SMBs (small and midsize business) verso l'adozione di dispositivi mobili come strumenti di accettazione dei pagamenti nei mercati in via di sviluppo. In tali contesti, dove le alternative ai pagamenti mobili sono poche e i metodi di pagamento basati su carte non sono sempre disponibili, la penetrazione dei dispositivi mobili ha aperto un nuovo canale non solo per il P2P, ma anche per lo stesso mobile commerce. Diversi grandi mercati, in particolare in Cina, in India e in Africa, con popolazioni enormi e distribuite e, spesso, senza un accesso affidabile ai servizi finanziari di base, stanno vedendo la proliferazione dei servizi P2P mobili. Le banche centrali e i governi di queste regioni, infatti, incoraggiano l'adozione di tali strumenti sia per favorire l'inclusione finanziaria sia per i benefici riventi alle loro economie, che significano anche un incremento notevole degli utenti del sistema finanziario. In tal modo, le piccole imprese, che non hanno una storia di credito formale, possono accedere a strumenti finanziari utili per crescere. In generale, IDC prevede che nel 2019, a livello globale, le transazioni P2P raggiungeranno il valore totale di 6 trilioni di dollari e che, in gran parte, saranno effettuate utilizzando dispositivi mobili.

«Con Samsung Pay abbiamo aggiunto un altro elemento chiave in direzione della trasformazione dello smartphone in uno strumento pienamente mobile, capace di migliorare concretamente la vita degli utenti in ogni singolo aspetto, e contribuito ad accelerare la trasformazione digitale del Paese» – sottolinea **Antonio Bosio, product and solutions director di Samsung Electronics Italia**. «Siamo convinti che il lancio in Italia di Samsung Pay contribuirà alla trasformazione del rapporto degli italiani con il denaro in direzione di quella "cashless society" di cui si parla ormai da tempo e che in alcuni paesi è già una realtà capace di apportare benefici concreti al sistema paese nel suo complesso, grazie anche al fatto di rendere la gestione del denaro totalmente trasparente». Samsung Pay è stato progettato per rendere i pagamenti tramite smartphone sicuri, semplici e convenienti. Garantisce, inoltre, la sicurezza dei dati delle carte di pagamento grazie a tre livelli di sicurezza. Innanzitutto, per autorizzare ogni transazione è necessario autenticarsi con PIN, impronta digitale, o scansione dell'iride. Inoltre, effettua la tokenizzazione dei dati della carta di pagamento che, in questo modo, non compaiono mai nelle transazioni, né vengono memorizzati sul dispositivo. Infine, la protezione dei dati avviene tramite la piattaforma Samsung Knox integrata nello smartphone.


 **I Bitcoin e i giochi di potere**  
 6 MARZO 2015

 **Bitcoin 2.0: la nuova rivoluzione tecnologica**  
 10 DICEMBRE 2014


[MORE ARTICLES](#)



BUSINESS INTELLIGENCE

 **Trasformazione Agile. Se il product owner diventa un collo di bottiglia**  
 12 GIUGNO 2018


 **SAS Forum Milan 2018. Marco Icardi: «Pensare in grande»**  
 5 GIUGNO 2018

 **Per la prima volta a brescia il Qlik Sense Tour**  
 30 MAGGIO 2018

[MORE ARTICLES](#)

SICUREZZA

 **Panda Data Control, la soluzione di sicurezza pensata per il GDPR**  
 13 GIUGNO 2018


 **Sicurezza informatica, come portare al successo un programma di awareness**  
 13 GIUGNO 2018

 **Dopo il cane antidroga arriva quello anti-hacker**  
 13 GIUGNO 2018

[MORE ARTICLES](#)

ULTIMI WHITE PAPERS

 **White Paper gratuito : il vero costo del mining di criptovalute**  
 27 MARZO 2018

 **White Paper gratuito. Un approccio integrato per comprendere, agire e governare il GDPR**

## La #PSD2 accresce il perimetro dei pagamenti elettronici

[CLICK TO TWEET](#) 

30 GENNAIO 2018



Riduzione dei rischi: solo 30 giorni per proteggere le credenziali privilegiate

28 NOVEMBRE 2017

[MORE ARTICLES](#)

### LA PSD2 METTE LE ALI AI PAGAMENTI ELETTRONICI

L'Europa sta facendo enormi sforzi per normare l'area degli e-payment e la loro sicurezza ma, come è noto, questo è un comparto globale per definizione. La direttiva **PSD2** (Payments Service Directive 2015/2366/UE), entrata in vigore il 13 gennaio scorso, rappresenta il nuovo quadro normativo entro cui muoversi al fine di aumentare la possibilità di scelta di uno strumento di pagamento in capo al consumatore, di incrementare la sicurezza e di ridurre i costi. Ampliare l'opportunità di scelta significa incoraggiare la competizione sia fra prestatori di servizi di pagamento (bancari e non) sia tra gli strumenti di pagamento stessi. «La PSD2 in Europa sta imprimendo una nuova importante direzione al settore dei pagamenti» – afferma Rizzotto di IDC. «La rimozione delle barriere commerciali e la condivisione obbligatoria dei dati con attori complementari porta inevitabilmente a un nuovo modello nei servizi finanziari e di pagamento basato su nuovi ecosistemi digitali che affiancheranno la tradizionale realtà bancaria centralizzata». I principali innovatori nei servizi finanziari a livello globale stanno, infatti, già guardando oltre l'ambito della condivisione dei dati prescritta da PSD2 e stanno sviluppando sofisticate strategie API per portare nuove proposte di valore ai loro clienti. La revisione del processo di pagamento, determinata dall'introduzione da parte della PSD2 di provider di servizi di pagamento di terze parti (Payment initiation service providers – PISP), stabilirà una nuova esperienza del cliente, in particolare per i pagamenti online e mobili, che verranno emulati globalmente nei prossimi anni. «Aumenterà anche la necessità di partner capaci che dovranno creare la catena del valore necessaria per effettuare mobile payment e la loro accettazione nei nuovi mercati» – conclude Rizzotto. «Non esiste un unico modo per costruire reti e piattaforme che offrano un accesso rapido e sicuro ai movimenti di denaro e ai pagamenti».

Gli fa eco **Simone Capecchi, executive director di CRIF** quando afferma che la PSD2 è destinata ad accrescere ulteriormente il perimetro dei pagamenti elettronici. Dalla PSD2, infatti, partono anche le premesse per una nuova fase per il mercato del credito, favorendo lo sviluppo di nuove forme di innovazione e di concorrenza a livello di pagamenti digitali e di nuovi servizi. «Con l'apertura delle reti anche a terze parti – sottolinea Capecchi – le banche restano le depositarie uniche del conto corrente, ma dovranno evitare che ciò si trasformi in una commodity senza valore aggiunto». Nonostante l'incremento del rischio di disintermediazione, la PSD2 non può essere vista unicamente come una minaccia. Questa rappresenta un'occasione unica anche per le aziende di credito tradizionali per innovare le proprie modalità di rapporto con i clienti e i canali di gestione degli stessi. «Proprio la conoscenza dei clienti e dei prospect, nonché l'identificazione dei loro bisogni in un dato momento – conclude Capecchi – sono le chiavi del successo per governare le opportunità che la nuova legislazione offre». Una conoscenza strutturata dei target permette effettivamente di definire al meglio la proposta commerciale. In quest'ottica, CRIF può accompagnare le aziende di credito fornendo un mix unico di dati, consulenza e soluzioni, in modalità differenti in base allo specifico approccio che ciascuna banca vorrà adottare e dei servizi che potrà o vorrà distribuire. Con la PSD2, l'accesso di terze parti agli account, l'utilizzo di API aperte per collegare direttamente i rivenditori e le banche e la capacità di consolidare le informazioni sull'account tramite un portale, rivoluzionerà senza dubbio i servizi di pagamento. La sfida sarà comunque come i consumatori risponderanno ai nuovi fornitori non finanziari e su come questi nuovi arrivati saranno in grado di soddisfare le aspettative. La PSD2 comporterà, quindi, anche un cambiamento notevole sul modo di operare delle banche. Tuttavia, questo potrebbe anche trasformarsi nella opportunità di migliorare le loro offerte mobile e online, di integrare meglio i social media nell'ambito della strategia omnichannel e di rendere il contatto con il cliente customer friendly attraverso l'impiego di tecnologie live chat e di intelligenza artificiale.

### UN ECOSISTEMA EVOLUTO

«Le innovazioni digitali che vedono la diffusione di nuovi strumenti di pagamento hanno portato gli operatori del mercato a migliorare la propria offerta verso soluzioni in grado di accettare tutti i sistemi di pagamento in essere, evitando il rischio di non poter concludere una vendita per non poter accettare il metodo di pagamento richiesto dal cliente» – sottolinea **Cristiano Viganò, managing director di Ingenico Italia**. In effetti, Ingenico risponde a tale richiesta implementando soluzioni adatte a ogni situazione di utilizzo (al punto cassa, in mobilità all'interno del negozio, a domicilio o in postazioni outdoor oppure in sistemi self-service) e – soprattutto – in grado di accettare ogni metodo di pagamento elettronico, compresi i nuovi wallet su smartphone come ApplePay, SamsungPay, quelli basati su QRcode come Alipay, i pagamenti person-to-person e person-to-merchant. Inoltre, per avvicinarsi ancora di più alle esigenze dei merchant e dei retailer, Ingenico ha lanciato sul mercato la nuova piattaforma AXIUM che rappresenta un nuovo modo di fare business in negozio, agevolando l'uso di servizi digitali, mantenendoli integrati con i pagamenti elettronici sicuri. «Si tratta di un ecosistema nuovo ed evoluto – prosegue Viganò – che fa convergere applicazioni basate sul sistema operativo Android con pagamenti eseguiti all'interno dell'ambiente sicuro Ingenico Telium TETRA». I servizi accessibili attraverso la piattaforma possono essere cloud based e aiutano il merchant nel proprio business e nella gestione dei propri dispositivi: possono essere applicazioni a valore aggiunto, soluzioni di cassa, soluzioni per la gestione del magazzino, reportistica sulle operazioni eseguite, e così via. «La nuova piattaforma AXIUM – spiega Viganò – consente di realizzare la convergenza tra il mondo fisico dei pagamenti in-store e quello dei pagamenti online, offrendo un'opportunità di "omnicanalità" anche ai merchant più piccoli». La piattaforma AXIUM, inoltre, garantisce a chi sviluppa applicazioni per il business del merchant (come nelle applicazioni di cassa evolute) la

massima libertà applicativa, nel rispetto di alcune regole di sicurezza quando viene richiesto un pagamento, che viene eseguito dallo stesso dispositivo, dotato di lettori, tastiera per PIN entry e moduli di cifratura certificati.

Quello dei pagamenti elettronici è un mercato che sta evolvendo rapidamente anche in Italia grazie soprattutto a nuovi prodotti fruibili via mobile. Per **Roberto Catanzaro, direttore business development di Nexi**, l'altissima diffusione di smartphone nel nostro Paese, infatti, è certamente un importante acceleratore nella diffusione degli e-payment. «Come Nexi – spiega Catanzaro – offriamo diverse soluzioni pensate in ottica mobile. Per esempio Nexi Pay, che permette ai privati di gestire le funzionalità della propria carta, di monitorare in tempo reale le spese effettuate e di pagare tramite lo smartphone, anche con Apple Pay e Samsung Pay. Oppure Nexi Business, che consente agli esercenti di gestire in modo semplice dal proprio smartphone tutti gli incassi della propria attività e di confrontare l'andamento del proprio business rispetto alla concorrenza, selezionata per area geografica e settore merceologico». Molte stime di mercato proiettano i pagamenti omnicanale in Italia alla quota di 20/25 miliardi di euro annui al 2025: per coglierne in pieno le opportunità offerte dal mercato, quindi, è necessario puntare su soluzioni di pagamento nativamente omnichannel. «Nexi – conclude Catanzaro – si sta muovendo da tempo in questa direzione proprio per garantire alle nostre banche partner una serie di nuovi servizi multicanale da mettere a disposizione dei clienti».

Per **Andrea Guillermaz, partner di PITECO**, l'introduzione di differenti soluzioni di pagamento rende necessario disporre di un treasury management system in grado di garantire all'azienda la corretta attuazione dei nuovi paradigmi che si stanno diffondendo sul mercato. «In questo contesto – continua Guillermaz – PITECO ha avviato una partnership con AirPlus, società del Gruppo Lufthansa specializzata nella fornitura di soluzioni innovative per i pagamenti aziendali, per offrire alle aziende l'opportunità di avvalersi di nuove soluzioni di pagamento B2B "non tradizionali". Alla fine di aprile la software factory PITECO ha concluso lo sviluppo dell'integrazione tra il prodotto PITECO Evolution e AIDA di AirPlus, la piattaforma di generazione di carte di credito virtuali Mastercard che garantiscono benefici finanziari, di processo, maggior controllo, trasparenza e flessibilità. «Il cliente che sceglie questa soluzione, oggi unica sul mercato – spiega Guillermaz – può disporre l'accredito puntuale ai fornitori usufruendo di un plafond di spesa aggiuntivo, beneficiando al contempo di una dilazione dell'addebito finanziario in termini di valuta, con un conseguente incremento del DPO (days payables outstanding) aziendale». Grazie a questa integrazione, l'azienda può facilmente individuare i fornitori selezionati e disporre i pagamenti in totale sicurezza, attraverso l'implementazione dei workflow autorizzativi e delle caratteristiche di security garantite dal prodotto PITECO. «Si rende così disponibile alle aziende – conclude Guillermaz – una nuova leva per il raggiungimento degli obiettivi di cash flow, mantenendo gli elementi di sicurezza, tracciabilità e controllo tipiche delle soluzioni PITECO».

Verso la #CashlessSociety per una gestione  
trasparente dei #pagamenti

[CLICK TO TWEET](#) 

## INNOVAZIONE E SICUREZZA

L'attenzione alla sicurezza è condizione imprescindibile al fine di consolidare la confidenza dei merchant e dei consumatori verso gli e-payment. Esiste, infatti, un problema generalizzato di conoscenza e percezione da parte del consumatore. Molti erroneamente ritengono che gli e-payment siano meno sicuri del contante, quando è vero l'esatto contrario. Altri hanno paura della potenziale tracciabilità e della non adeguata tutela della privacy. Altri ancora temono di perdere il controllo sulla spesa oppure che qualcuno clonando la carta possa svuotare il conto in banca. Tutto ciò dimostra la scarsa conoscenza degli e-payment e di contro la necessità di una adeguata comunicazione e formazione.

A tal fine e per mitigare le frodi, contribuendo al tempo stesso a rafforzare la fiducia dei consumatori, è prevista l'istituzione di raccomandazioni di alto livello per la sicurezza dei pagamenti in mobilità, armonizzate in un contesto Europeo. La sfida si gioca sia sulla compatibilità con le norme e gli standard (PSD2 e GDPR in primo luogo) sia sulla sicurezza e l'affidabilità ma anche e, soprattutto, sulla facilità d'uso. Per comprendere bene la natura della domanda di e-payment, bisogna analizzare i bisogni reali degli utilizzatori. Occorre realizzare il principio dell'invisible payment inteso come processo di payment talmente standardizzato e facile da risultare quasi "invisibile" per il cliente. Vi sono poi da considerare evoluzioni tecnologiche in atto che cambieranno lo scenario del prossimo futuro. Le principali sono le soluzioni biometriche, insieme a nuovi strumenti di geolocalizzazione, che costituiscono una priorità di innovazione nell'immediato. Anche la tecnologia Blockchain e DLT (distributed ledger technology) rivestirà grande importanza nel prossimo futuro.

«Il mercato degli e-payment continua la sua espansione nel mondo – sottolinea **Enrico Belgini, product manager monetica e pagamenti di CEDACRI**. «Cina e Stati Uniti sono i due mercati dove si riscontrano i maggiori passi avanti. Continua però anche l'aumento delle quote di mercato internazionali da parte dei grandi attori (Apple, Google, Alipay, X-Pay...) insieme alle Fintech». La crescita dei pagamenti digitali continua a essere presente anche in Italia seppur con dinamiche differenti dagli altri mercati. Mobile payment, digital wallet, nuovi smart POS, biometria, IA, NFC, API e Blockchain risultano sempre più in crescita sul mercato e sotto continua osservazione. «Cedacri – continua Belgini – negli ultimi anni ha implementato e integrato buona parte di tali soluzioni, adottato la tecnologia Blockchain nell'ambito del P2P e del P2B ed è in procinto di rilasciare le nuove funzionalità di open banking previste dalla PSD2». Il quadro normativo ed evolutivo dei servizi di pagamento sta facendo da volano nell'apertura di opportunità all'interno dei new digital payment per tutti gli attori siano essi banche, TPP, fintech. «Le direttrici da seguire per stare

al passo con tali evoluzioni – conclude Belgini – dovranno riguardare: semplicità d'uso, sicurezza, interoperabilità e cooperation». Blockchain e open banking rappresentano le principali direttrici di sviluppo di Cedacri sul mercato dei digital payment per alcune tematiche in autonomia e per altre in collaborazione con fintech di settore, in modo da poter svolgere il ruolo di "abilitatore tecnologico" delle banche clienti alle potenzialità di sviluppo del mercato. Accanto alla digitalizzazione dei pagamenti, infatti, sarà possibile affiancare servizi a valore aggiunto per la clientela (VAS) al fine di poter accrescere ancor di più le opportunità di business.

## CONCLUSIONI

Serve, quindi, una seria politica industriale per il settore a livello nazionale ed europeo. Occorre, infatti, considerare che c'è una correlazione matematica stretta tra l'uso degli e-payment ed economia sommersa. Con l'entrata in vigore della PSD2, si mette al bando il sovrapprezzo per pagamenti con carte di debito e di credito. E porterà a un risparmio considerevole all'anno per tutti i consumatori della Ue, che saranno anche più protetti quando effettueranno i pagamenti. Inoltre gli standard condivisi garantiscono una maggiore interoperabilità, trasparenza e concorrenza. Più della coercizione, già tentata nel recente passato, occorre una adeguata campagna di comunicazione, informazione e formazione. In tal modo i consumatori finali e le aziende utilizzeranno sicuramente gli e-payment. Solo così si può fare la "guerra al contante" e far diventare gli e-payment una vera opportunità per il Paese. L'area degli e-payment è sicuramente uno dei territori d'elezione del settore della finanza e la presenza strategica in quest'area è, e sarà sempre, irrinunciabile per l'istituzione finanziaria. Di certo il settore della finanza e quello dell'ICT stanno operando in stretta collaborazione in questo importante mercato con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo di un mercato interno dei pagamenti al dettaglio efficiente, sicuro e competitivo, rafforzando così la tutela degli utenti, sostenendo l'innovazione e aumentando il livello di sicurezza dei servizi.



3

3  
SharesCATEGORIE: [E-FINANCE](#)TAGS: [CASHLESS SOCIETY](#), [DIGITAL PAYMENT](#),  
[FACT](#), [GDPR](#), [HOOT](#), [MOBILE PAYMENT](#), [PAGAMENTI](#),  
[PSD2](#), [RIVISTAGIUGNO2018](#), [SOCIALSHARE](#)

### ARTICOLI CORRELATI



**Tagetik apre la conferenza annuale 'Tagetik in Touch 2012 – Back to the Future'**



**Accordo tra NCR e SEC SERVIZI per il progetto "Atm evoluto"**



**NTT DATA ha presentato la "Banca del futuro" a Sibos 2013**

GLI ULTIMI VIDEO

PROSSIMI EVENTI