

# I pagamenti nell'E-commerce: innovazioni e tendenze

Roberto Liscia – Presidente Consorzio Netcomm

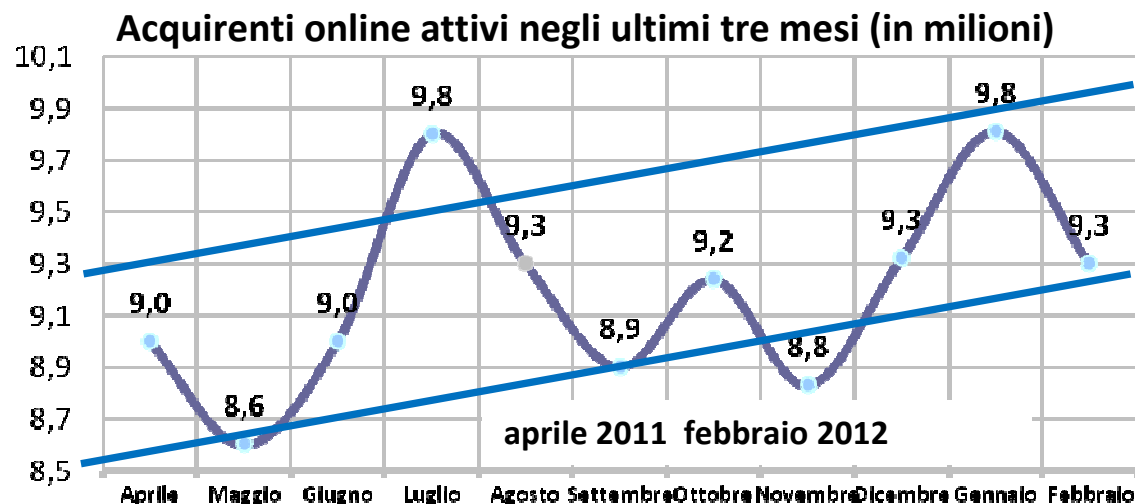


Assinform



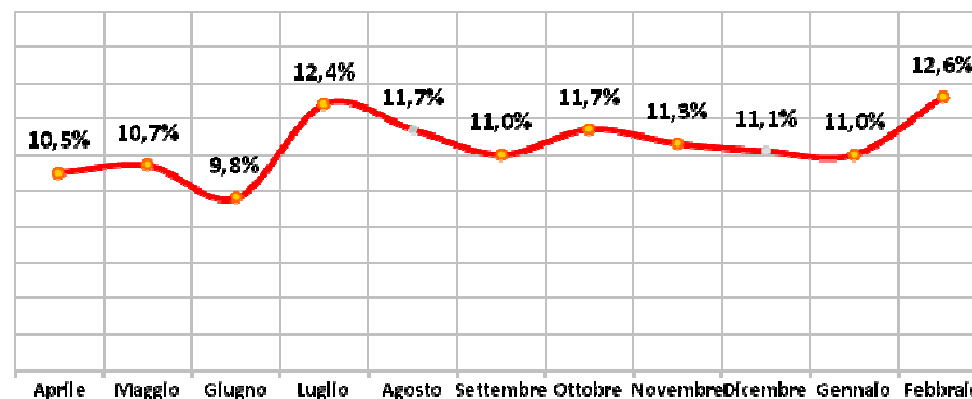
CONFINDUSTRIA DIGITALE

## Gli E-shoppers in Italia hanno raggiunto quota 10 milioni



- Gli acquirenti online stanno crescendo in maniera significativa
- Nell'ultimo anno la crescita è stata del 10%

- Il 12% dei non acquirenti dichiarano che faranno un acquisto nei prossimi 12 mesi
- Lo sviluppo di nuovi strumenti di pagamento può favorire tale crescita



## Una ricerca Netcomm conferma l'importanza dei sistemi di pagamento nei processi di acquisto



- L'acquisto online è preferito per l'offerta ed il rapporto qualità prezzo.
- L'offline è vincente per visibilità e supporto del personale
- Il 36% degli acquirenti online dichiarano che uno dei vantaggi del canale è la possibilità di scegliere la forma di pagamento preferita.

# Le 10 raccomandazioni emerse dalle associazioni europee di e-commerce

<b>A. Miglioramento dei prodotti esistenti</b>	
Raccomandazione 1	Miglioramento della user experience dei 3D Secure
Raccomandazione 2	Standardizzazione dei processi di riaddebito e contestazioni delle carte di credito
Raccomandazione 5	Più trasparenza e regole chiare sui riaddebiti relativi ai sistemi Wallett
<b>B. Sviluppo di nuovi prodotti</b>	
<b>Raccomandazione 3</b>	<b>Sviluppo di un sistema internazionale di OBeP (Online Banking e-Payment) che permetta i pagamenti tramite il servizio di Remote/Home Banking basato sulle soluzioni di Credit transfer SEPA</b>
Raccomandazione 4	SDD: introduzione di sistemi di e- mandate per addebiti diretti (SEPA)
Raccomandazione 6	Sviluppo di soluzioni interoperabili per i sistemi prepagati
Raccomandazione 8	Sviluppo di sistemi transfrontalieri di pagamento in contanti alla consegna
<b>Raccomandazione 9</b>	<b>Sviluppo di metodi di pagamento specifici per cellulari e tablet con sistemi di e-autenticazione per facilitarne l'uso e ridurre i dati da immettere nei devices</b>
Raccomandazione 10	Usare i sistemi di e-autenticazione (identità elettronica) per combattere le frodi e migliorare la user experience per tutti i sistemi di pagamento (credito e debito)
<b>C. Aspetti regolatori</b>	
Raccomandazione 7	Chiarezza e definizione di standards di sicurezza per i servizi online di intermediazione dei pagamenti

# La posizione di Netcomm sul Green Paper della Commissione UE “Towards an integrated European market for cards, internet and mobile payments”

I Merchants sono a favore di:

- Un mercato unico dei pagamenti SEPA in Europa.
- Tutte le misure che possono portare ad una maggiore innovazione e più concorrenza nel settore dei pagamenti
- All'interno dell'area SEPA i costi di acquiring non dovrebbero essere influenzati dall'essere cross-border e costi diversi possono essere giustificati solo da differenze nei costi reali, nel rischio o valore aggiunto, e non da fattori geografici



I merchants definiscono il proprio mix ottimale di sistemi di pagamento sulla base del reach, della conversion e dei costi:

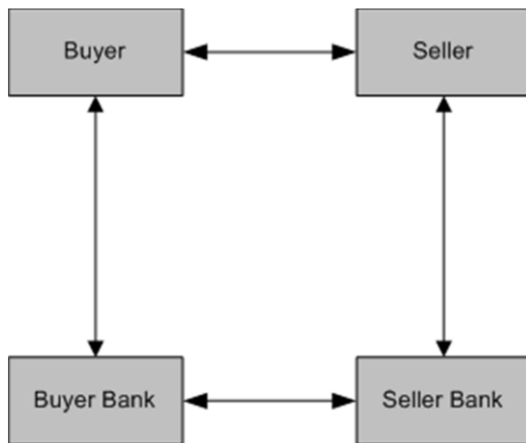
- Il reach è definito come il numero di potenziali acquirenti che hanno accesso ai metodi di pagamento proposti dal merchant. L'insieme di tali mezzi proposti condiziona l'effettivo acquisto da parte di un potenziale cliente
- La conversion determina la probabilità che quel potenziale cliente diventi un cliente effettivo
- Il costo del pagamento influisce parzialmente la redditività del cliente. Il Libro verde sembra concentrarsi principalmente sul terzo criterio, quello del costo. I merchants sostengono che molto va ancora fatto sia sul tema del reach che della conversion.

## La posizione di Netcomm sul Green Paper della Commissione UE “Towards an integrated European market for cards, internet and mobile payments”

- Un corretto “interchange fee” può contribuire alla crescita di metodi di pagamento innovativi, ma la trasparenza dovrebbe essere garantita
- Il Libro verde parla di “m-payment”. I dispositivi mobili hanno caratteristiche aggiuntive, ma restano e-payment
- I “Merchant Service Charge” sono solo uno dei fattori di costo di gestione di un'impresa su internet e i Merchant non sono a favore di un obbligo di comunicare ai consumatori tali costi
- La convenienza dei pagamenti per i consumatori è più importante dell'uniformità e i Merchant non sono a favore di un abbandono forzato dei modelli in essere a livello locale
- Non dovrebbe esserci alcun obbligo per i merchants di utilizzo di metodi di pagamento specifici, che sono una componente della concorrenza tra imprese, e la tariffazione applicata è da considerarsi una decisione commerciale anche per orientare i clienti verso i metodi più efficienti
- Per migliorare il “conversion rate” e agevolare l'esperienza dei consumatori è auspicabile uniformare i diversi sistemi 3D Secure e Verified By Visa
- Le emittenti di carte dovrebbero standardizzare la gestione delle eccezioni la cui non uniformità impatta negativamente sui costi dei merchants
- L'interoperabilità è necessaria per compensare la frammentazione dalla numerosità degli emittenti di carte. I metodi di pagamento accettati dai merchants dovrebbe essere funzionale alla base clienti servita
- È necessario far crescere strumenti di pagamento alternativi alle carte e che abbiano la stessa diffusione. Una interessante prospettiva riguarda lo sviluppo di MyBank

# I merchant sono molto favorevoli allo sviluppo di MyBank

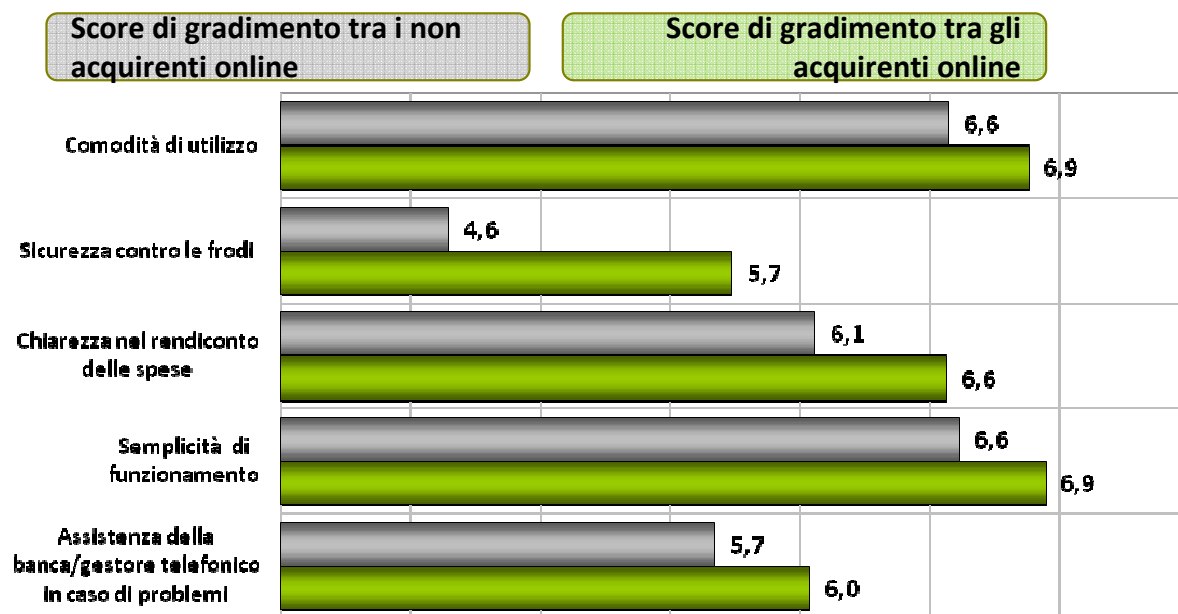
- MyBank è una ottima innovazione basata su SEPA  
- I merchants confermano la necessità di un sistema di pagamento europeo di online banking e stanno sostenendo EBA Clearing per un lancio e un roll-out di successo dell'iniziativa
- NETCOMM e l'Associazione Europea dell'E-commerce ritengono che MyBank possa ampliare l'attività di e-commerce e incrementare le vendite transfrontaliere in Europa



- La soluzione si basa su una struttura a 4 poli in cui l'acquirente e il venditore hanno accesso al servizio MyBank attraverso i servizi di home banking forniti dalle rispettive banche.
- I partecipanti devono aderire ai servizi di pagamento SEPA.
- Per ogni transazione, le banche coinvolte potranno, a seconda della transazione, ricoprire il ruolo di banca del venditore o dell'acquirente o di entrambi
- Sarà possibile partecipare a MyBank come Banca acquirente, Banca del venditore o entrambi



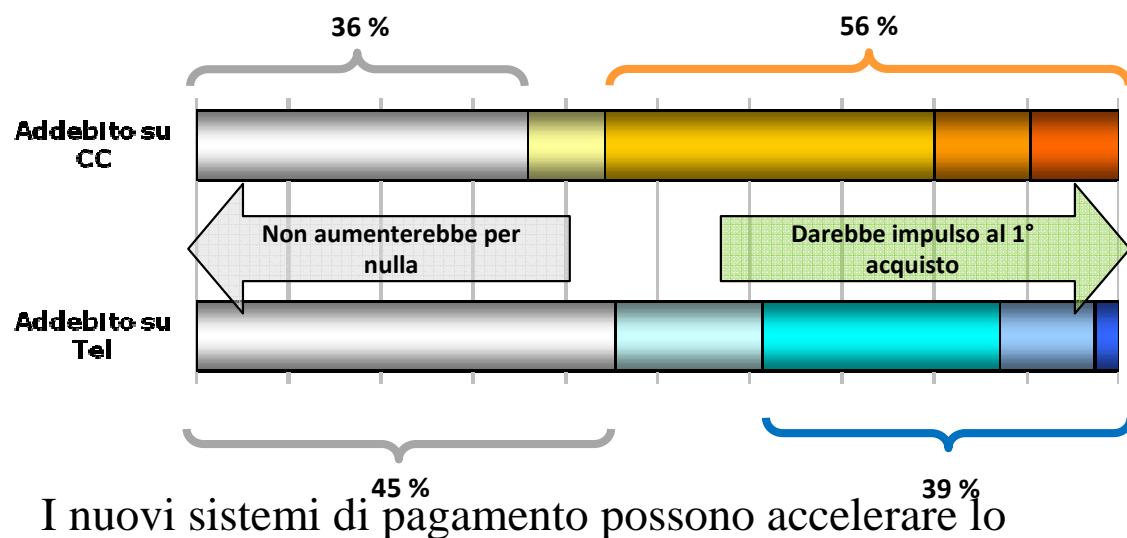
# Una ricerca Netcomm conferma che nuovi servizi di pagamento possono favorire lo sviluppo dell'e-commerce



Score di gradimento per nuovi servizi di pagamento basati sul cellulare e home banking

- I pagamenti che utilizzano l'home banking e il cellulare sono considerati positivamente dai consumatori
- In particolare entrambe le soluzioni sono percepite come:
  - Comode
  - Con utilità di rendicontazione
  - semplici
  - Potenziale buona assistenza
  - La percezione di sicurezza è più alta da parte di chi già è e-shopper

# In particolare per i non acquirenti si aprirebbero nuove prospettive



I nuovi sistemi di pagamento possono accelerare lo sviluppo dell'e-commerce

- Il 56% dei non acquirenti online dichiarano che farebbero il loro primo acquisto se avessero accesso ad un sistema di pagamento di home banking come MyBank
- Il 39% farebbero il loro primo acquisto online se potessero pagare con il cellulare

# I vantaggi di MyBank per l'e-commerce

- Una quota significativa degli utenti, nonostante i sistemi di sicurezza implementati dai circuiti, non si fida a fornire il numero della propria carta a estranei, e preferirebbe utilizzare l'home banking, con tutte le garanzie fornite dalla propria banca e, MyBank, vuole proprio dare a questi utenti la possibilità di acquistare online con uno strumento che percepiscono come più sicuro.
- Lo sviluppo di uno strumento di pagamento elettronico, sicuro e facile da utilizzare e interoperabile a livello europeo come MyBank va certamente in questa direzione, superando ad esempio l'inconveniente legato al plafond delle carte di credito, che limita gli acquisti di beni e servizi superiori a un certo importo.
- In Europa esistono già esperienze di questo tipo, da GiroPay in Germania fino al caso forse di maggior successo l'olandese iDeal, accettato dal 90% degli esercenti online olandesi e ha portato a un aumento sensibile delle operazioni di e-commerce complessive.
- Una soluzione di questo tipo permette di coinvolgere una fascia di mercato che oggi, per varie ragioni, non si sente sicura ad acquistare online. MyBank avrà, rispetto a questi progetti, un vantaggio in più cioè l'interoperabilità a livello europeo.
- Nei siti di e-commerce convenzionati con MyBank l'esperienza di acquisto sarà del tutto simile, fino al pagamento, a quella attuale e dopo aver selezionato l'opzione MyBank, l'utente accederà al proprio servizio di home banking autenticandosi con la procedura standard prevista dalla singola banca, e troverà il riepilogo dell'ordine, con la possibilità di autorizzare o meno il pagamento.
- La banca provvederà a bloccare i fondi sul conto del cliente e ad effettuare un bonifico Sepa: l'effettivo accredito avverrà successivamente, ma l'autorizzazione online sarà in tempo reale, garantendo il pagamento agli esercenti.
- La fase pilota del progetto comincerà a giugno con alcune banche italiane che hanno già manifestato interesse ad aderire.
- La politica delle commissioni sulle transazioni con MyBank rientra nelle scelte competitive di ciascun istituto e il sistema bancario torna ad avere un ruolo attivo nell'e-commerce come gestore dei sistemi di pagamento e di trust, fattore chiave per lo sviluppo dell'e-commerce.