

...oggi parliamo con



## Roberto Garavaglia

Consulente Sistemi di Pagamento Elettronico e Monetica,  
autore del blog CloseToPay ( [www.close-topay.com](http://www.close-topay.com) )

15 giugno 2011

### Che impatto sta avendo SEPA sui nuovi modelli di pagamento?

Da sempre ho ribadito l'importanza che la SEPA avrà (e, non a caso, uso il futuro, poiché ritengo che l'Area Unica dei Pagamenti in Euro, sia un progetto ben lungi dal considerarsi consolidato), non solo per i sistemi di pagamento tradizionale (SCT, SDD, SCF), ma anche per ciò che è ascrivibile alla categoria degli Innovative Payments: e-Payment e m-Payment.

La comunità bancaria (rappresentata dall'EPC), unitamente all'Eurosistema ed alla Commissione Europea, sta lavorando al processo di armonizzazione del mercato e degli strumenti di pagamento elettronico.

In una visione strategica, si attende un decisivo incentivo all'impiego di strumenti SEPA, grazie al graduale affermarsi di prodotti e servizi, che, per il tramite di un cellulare o a partire da una transazione commerciale su internet, permettono di compiere un trasferimento di fondi tra debitore e beneficiario.

Gli strumenti di pagamento SEPA-compliant, il cui impiego viene avviato da un dispositivo mobile o nella cinematica transazionale di un'operazione di e-Commerce, sono ovviamente tutti quelli definiti e standardizzati dall'EPC.

Al riguardo mi piace osservare un aspetto innovativo particolarmente rilevante per gli e-Payment, di cui ho avuto la possibilità di parlare concretamente per primo in Italia, con una serie di articoli all'inizio del corrente anno 2011, decisamente apprezzati dalla comunità bancaria.

Sto parlando dei sistemi **OBeP – Online Banking e-Payment**, ovvero quei sistemi che prevedono l'avvio di un pagamento (tipicamente il bonifico, ma – in futuro – non solo) tramite l'attivazione di una transazione di Remote Banking, integrata nel processo di acquisto on-line.

Un nuovo framework definito dall'EPC, chiamato **SEF (SEPA e-Payments Framework)**, consentirà agli utenti dei sistemi OBeP attuali e futuri, di fruire di una circolarità in seno alla SEPA; ciò renderà possibile ai clienti di una certa nazione, il pagamento online di un merchant in un altro stato, utilizzando il proprio sistema di Remote/Home Banking, senza l'obbligo di appartenere al medesimo schema.

Una possibile evoluzione del SEF, che potrebbe essere adottato anche dagli intermediari di pagamento non bancari, sarebbe ovviamente tale da estendersi sino ad includere altri strumenti di pagamento, fra cui quelli in mobilità (smartphone, set-top box, ...) o altre applicazioni - anche "non-payment" – ad esempio di e-Identity.

### Che significato ha, nella Sua esperienza, la parola innovazione applicata ai servizi di pagamento?

Nella mia esperienza di consulente strategico, ho sempre cercato di guardare al tema dell'innovazione, con lo sguardo disincantato, di chi sa che non può esservi alcun cambiamento espressivo, se il rinnovamento non viene dapprima percepito sul piano culturale e sociale. Occorre chiedersi innanzitutto quali sono le nuove *user experience* che il cliente (o, come meglio ho definito nel mio concept "PAGAMENTI 2.0" quattro anni fa, il "Consumatore di un Servizio di Pagamento") richiede espressamente o di cui esprime una domanda, anche solo in latenza. La capacità di cogliere la ricchezza di questi mutamenti, è quella che mi fece dire che esiste un "mercato della domanda", il cui accesso è mediato dal consumatore stesso, che contribuisce alla creazione del valore dell'offerta.

L'efficacia di una proposizione innovativa, deve a mio avviso potersi ritenersi tale, solo se riesce a rispondere a quelle necessità di cambiamento, che condizionano pesantemente i modelli di servizio. Veda, io penso che le nuove tecnologie, cui troppo spesso si è voluto attribuire un significato esaustivo (in alcuni casi millantando unicità e preziosità, in vero assai carenti), non possono rappresentare l'unica cifra dell'innovazione, poiché insufficienti se disgiunte da quella previsione di trasformazione, che è appunto di nei modelli di servizio (la tecnologia abilita ma, da sola, non realizza nulla ...).

In definitiva, credo che tutti gli intermediari di pagamento (tradizionali o nuovi entranti), siano chiamati a progettare soluzioni di valore, ascoltando in modo attivo quei segnali di cui parlavo poc'anzi; questo – a parer mio– significa contribuire anche ad un arricchimento del tessuto culturale, su cui è disegnata la trama dell'innovazione.

### Quali sono secondo Lei i modelli di servizio più convincenti nel panorama attuale?

Ho sempre ritenuto che, per superare quella diffidenza ed incertezza all'adozione e promozione di un nuovo servizio (penso ad esempio al Mobile Payment), gli stakeholders chiamati a progettare e sviluppare nuove proposizioni di valore, dovessero pervenire ad una chiarezza interna e preventiva, che non fosse solo in termini di competenza tecnologica, ma si articolasse in particolare, su una precisa consapevolezza dei modelli di servizio.

Nella sua domanda mi permetto di cogliere un richiamo, a ciò che un paio di anni fa definii come modelli di business "**con-vincenti**", per tutti gli operatori coinvolti nel nuovo ecosistema dei pagamenti (consumatore compreso, che, *in primis*, deve essere "convinto").

In un mercato two-sided qual è quello dei pagamenti, un modello di business che tenga conto degli effetti di rete incrociati e delle esternalità tipiche di una piattaforma bilaterale, deve potersi individuare ricercando anche al di fuori del ristretto perimetro dei pagamenti.

La strada per conseguire miglioramenti paretiani nell'ecosistema in analisi, deve a mio avviso presupporre un'apertura da piattaforma two-sided a sistema multi-sided, nella quale il ruolo dell'industry "non-payment", può giocare in modo determinante.

### Che evoluzioni sono in atto nell'ambito dei micropagamenti?

Sul piano prettamente dei modelli di business, riprendo i concetti che esprimevo nella mia risposta alla sua precedente domanda, laddove è ancor più evidente che, per mettere a profitto un servizio di micropagamento, non è pensabile ricavare unicamente dalle marginalità (già riscaldate) delle transazioni finanziarie.

Aprire dunque le piattaforme da bilaterali a multilaterali, ricercare l'efficacia di un modello "win-win-win", dove una terza parte neutrale e indipendente sappia, ad esempio, proporre e gestire un borsellino elettronico multi-purposes, individuare quale nuovo "lato forte" dello schema, potrebbe subsidiare il sistema, sono le sfide dei prossimi anni.

In relazione alla normativa, PSD e IMEL2 (la nuova EMD e-Money Directive) contribuiscono notevolmente a definire un quadro di agevolazioni, che rinvia nell'applicazione di uno specifico

regime di deroghe, valido per gli strumenti di micropagamento e per la moneta elettronica.

A compendio di quanto sopra, voglio ricordare ciò che suggerisce il considerando N°30 del testo comunitario (2007/64/EC) della Direttiva sui Servizi di Pagamento: *“Gli strumenti di pagamento di basso valore dovrebbero essere un’alternativa economica e di agevole uso in caso di beni e servizi a basso prezzo e non dovrebbero essere oggetto di requisiti eccessivi. Occorre pertanto limitare all’essenziale i requisiti di informazione e relative regole di esecuzione tenendo conto anche delle capacità tecnologiche che è lecito attendersi da strumenti utilizzati per piccoli pagamenti [...]”*, non dimenticando quanto poi, nel seguito, il medesimo considerando conclude *“[...] Nonostante il sistema semplificato gli utenti di servizi di pagamento dovrebbero essere adeguatamente tutelati considerati i rischi limitati posti da tali strumenti di pagamento, specialmente in relazione agli strumenti di pagamento prepagati.”*

Penso infine che, la creazione di specifiche “società-prodotto”, quali quelle che si darebbero con la costituzione di Istituti di Pagamento o di nuovi IMEL (allorché recepita ed attuata la direttiva IMEL2), potrebbero contribuire notevolmente a realizzare in concreto, quegli sviluppi di tipo “coopetitivo” fra incumbent s e new-comers.

**... e per finire, le chiediamo come sempre uno slogan: come riassumere la Sua visione dei cambiamenti per le banche nel settore dei pagamenti**

Gliene dico uno che non è nuovo, ma al quale sono particolarmente affezionato, poiché mi ha permesso in passato, di raggiungere con efficacia anche gli strati più impermeabili al cambiamento: *“Il business dell’Intermediazione del Pagamento: da un’offerta ancillare a una proposta strategica”*.