

Strong Customer Authentication e conversion rate in Europa nel 2021

Dati europei e italiani del primo trimestre 2021

Axerve • Whitepaper

Il presente documento è di proprietà esclusiva di Axerve S.p.A., che ne detiene tutti i diritti di riproduzione, diffusione, distribuzione e alienazione, nonché ogni ulteriore diritto individuato dalla vigente normativa in materia di diritto d'autore. Il presente documento e il suo contenuto non possono pertanto essere ceduti, copiati né diffusi senza l'esplicito consenso di Axerve S.p.A.. È possibile riprodurre parzialmente o riassumere il documento, purché vengano citati espressamente autore e la fonte www.axerve.com. Il mancato rispetto della corretta citazione sarà perseguita legalmente.

Agenda

Vendite online nel mondo: previsioni di andamento nel periodo 2021-2025	3
Ecommerce in Europa: previsioni per i prossimi cinque anni	5
Le vendite Ecommerce in Italia nel periodo 2021 – 2024	6
Piani di adozione della SCA in Europa	9
Transazioni EEA-UK e Brexit	10
Statistiche dell'adozione del 3DS2 in Europa nel primo trimestre 2021	11
3DS2 in Italia: agli ultimi posti in Europa	12
Panoramica delle autenticazioni in Italia: confronto di gennaio con il primo trimestre 2021	13
Flussi 3DS in Italia: panoramica dell'evoluzione delle transazioni tra gennaio e aprile	14
Le motivazioni delle autenticazioni fallite in Italia	15
Strong Customer Authentication: dati di osservazione Axerve	17
Deviazioni standard: confronto delle performance per BIN nel periodo marzo-aprile	19
Come migliorare il conversion rate sulle autenticazioni con Axerve	22
La soluzione tecnica Axerve Advice	22

Vendite online nel mondo: previsioni di andamento nel periodo 2021-2025

Se per l'ambito delle **vendite online** il **2020 è stato l'anno della crescita a due cifre** – non per tutti i ma per alcuni anche a tre cifre, come evidenziato nel nostro articolo sui cambiamenti dei consumatori italiani durante il primo lockdown – **il 2021 verrà ricordato per l'attuazione della normativa europea PSD2** che, con l'introduzione della Strong Customer Authentication (SCA) o autenticazione a 2 fattori, ha rivoluzionato l'esperienza d'acquisto online.

L'attuazione della nuova normativa europea è stata introdotta in un contesto di crescita delle

vendite online a livello mondiale. Il trend positivo evidenziato nel grafico 1 è in atto da tempo e, secondo le previsioni che tengono già conto degli effetti della pandemia attualmente in corso, continuerà anche negli anni a venire.

Sebbene con un leggero rallentamento, **le vendite online globali sono cresciute** costantemente dal 2014 ad oggi e, secondo le previsioni di eMarketer (grafico 1), **nel 2025 supereranno i 6 mila miliardi di dollari** a livello globale.

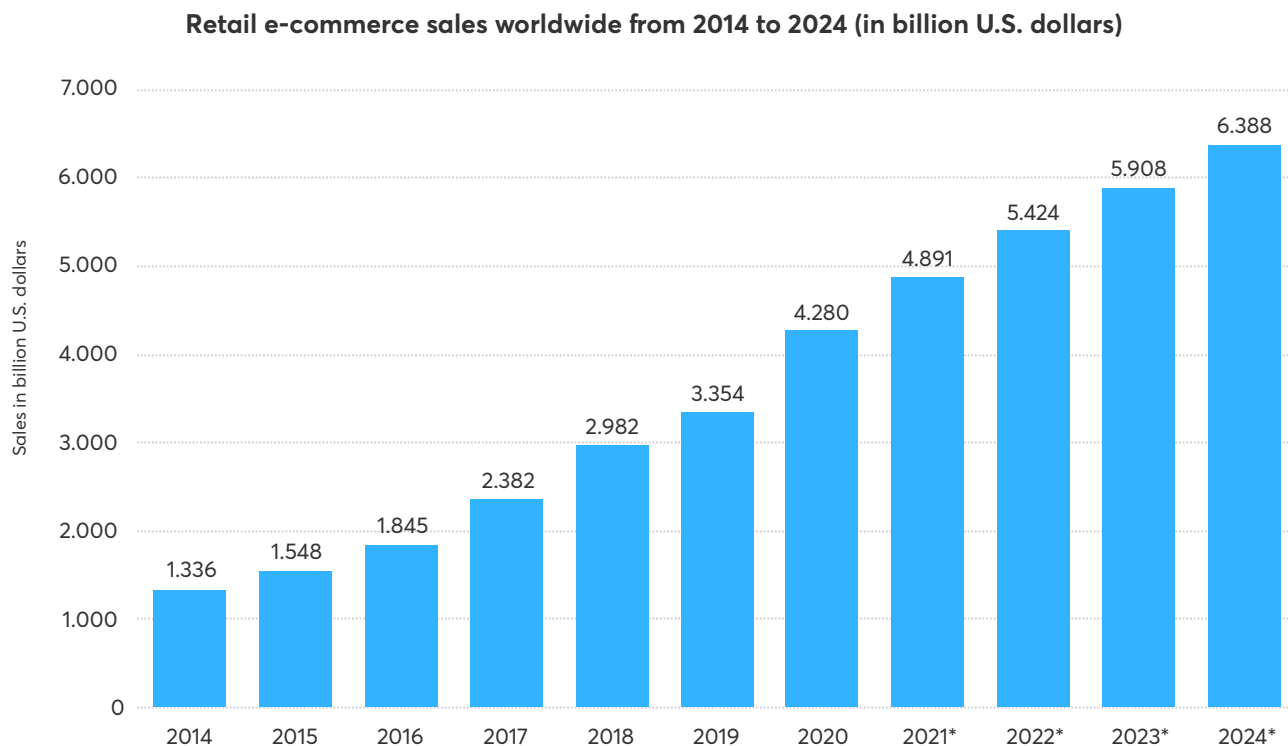


Grafico 1

Fonte: eMarketer, 2014 - 2024 (*dati pubblicati a dicembre 2020)

L'analisi della crescita dei ricavi da vendite online per segmento (grafico 2) evidenzia una previsione di **crescita annua del CAGR (Compound Annual Growth Rate)**, nel periodo 2021-2025, **pari a circa il 6,29%**, su un volume di mercato previsto per il 2025 che si avvicina ai 3.500 miliardi di dollari.

L'aumento di vendite e ricavi va di pari passo con la **penetrazione del commercio elettronico** sulla popolazione mondiale: prevista al **50,8% nel 2021** per poi salire fino al **63,1% nel 2025**. La redditività

media per utente – anche detta ARPU (Average Revenue Per User) – è l'unico dato che, sempre secondo le analisi di Statista, subirà una leggera flessione nel quinquennio passando dal suo picco massimo di **719,63 dollari previsto per il 2022 ai 707,64 dollari nel 2025**.

Se si prendono in esame i singoli segmenti oggetto delle statistiche, la crescita maggiore prevista è quella del **fashion**, come si evince dal grafico 2, il cui volume di mercato raggiungerà quasi **760 miliardi di dollari solo nel 2021**.

eCommerce - Revenue by Segment
million USD (US\$) (Worldwide)

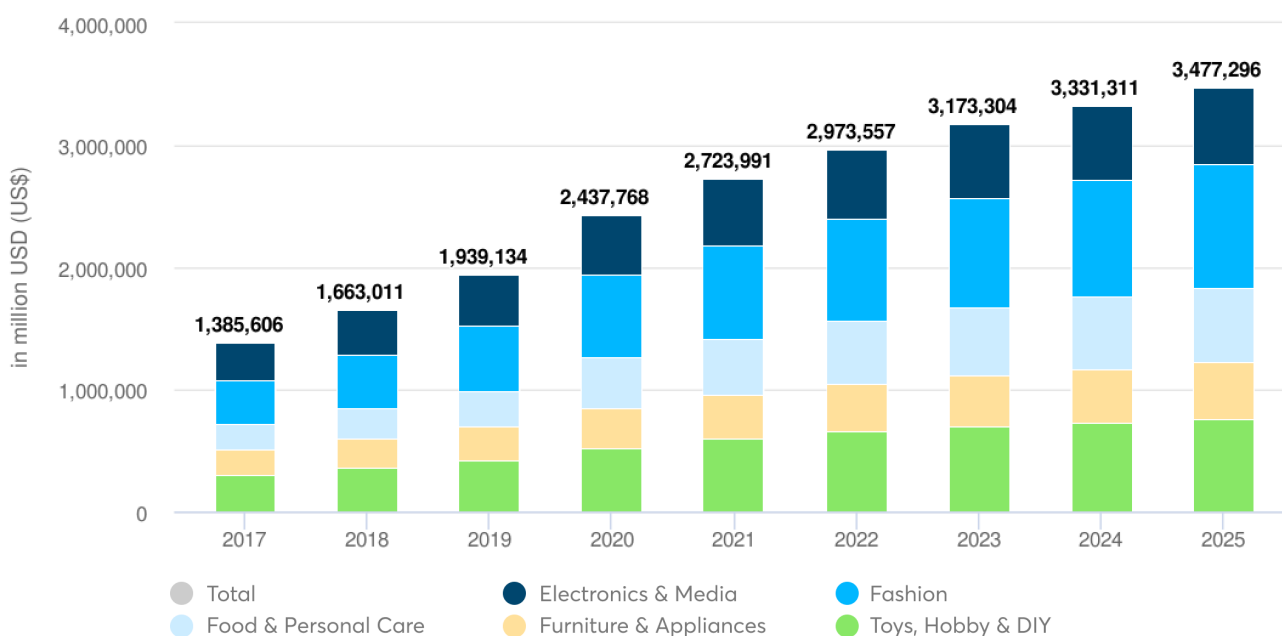


Grafico 2
Fonte: Statista, 2021

Ecommerce in Europa: previsioni per i prossimi cinque anni

Anche i ricavi Ecommerce europei sono previsti in crescita. Sempre tenendo conto dell'effetto COVID, la previsione per il 2021 è di **412 miliardi di euro** (grafico 3) e l'aumento annuale (CAGR) nel periodo **2021-2025** sarà del **5,16%** e porterà l'intero mercato a raggiungere volumi pari a **504 miliardi di euro nel 2025**. Anche nel vecchio continente il segmento che guiderà l'intero mercato sarà quello

del fashion, con volumi previsti per il **2021** di circa **127 miliardi di euro**.

La penetrazione delle vendite online per ogni utente raggiungerà il **59,7% nel 2021** e arriverà a toccare il **67,1% nel 2025** (grafico 4). La redditività media per singolo utente (ARPU) in Europa toccherà gli **812 euro nel 2021**, per crescere fino a **884 euro nel 2025** (grafico 5).

eCommerce - Revenue by Segment
million EUR (€) (Europe)

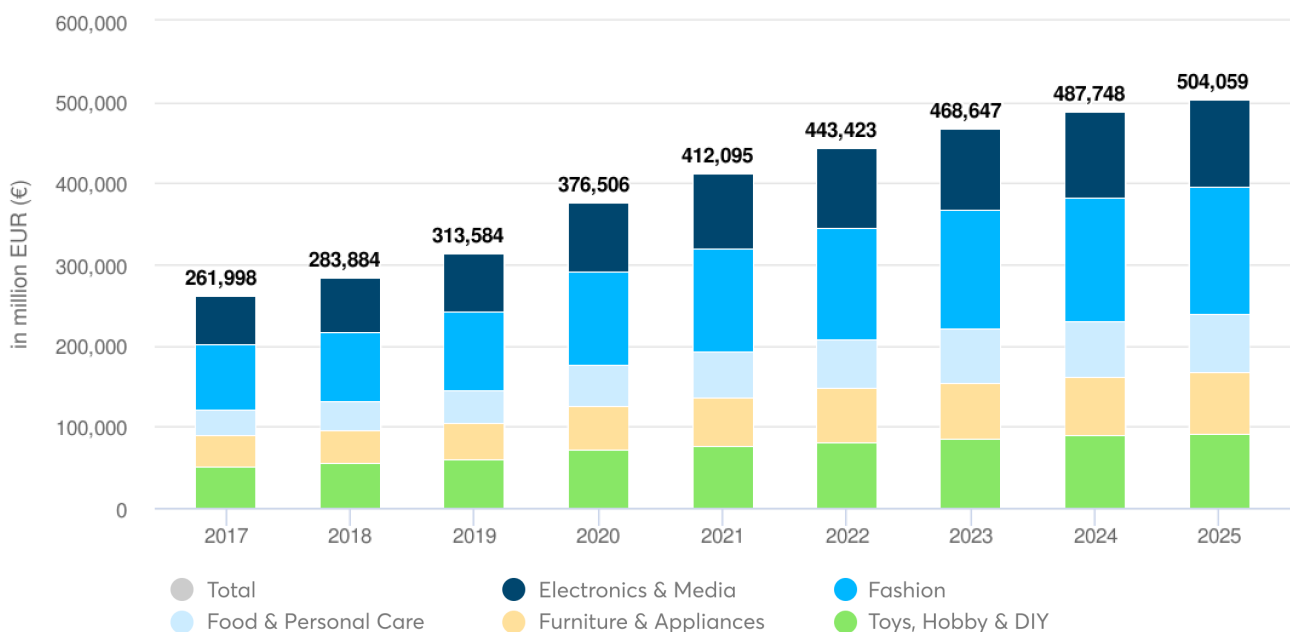


Grafico 3
Fonte: Statista

eCommerce - Penetration Rate by Segment
percent (Europe)

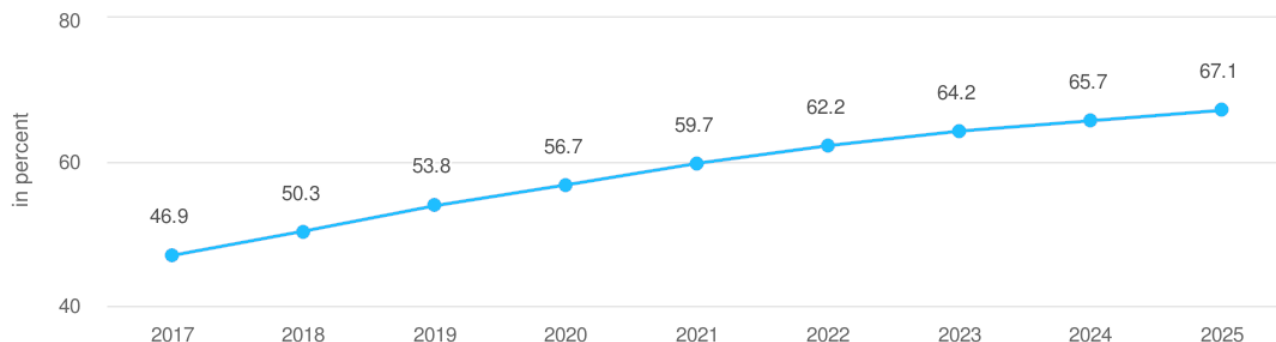


Grafico 4
Fonte: Statista, 2021

eCommerce - Average Revenue per User by Segment
EUR (€) (Europe)

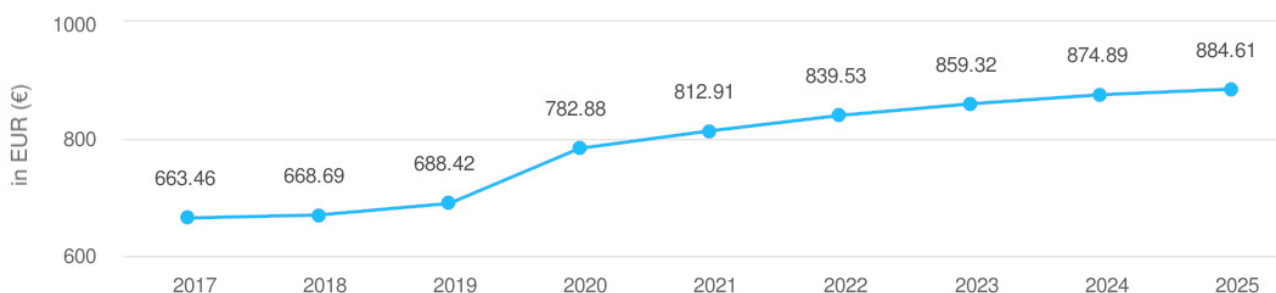


Grafico 5
Fonte: Statista, 2021

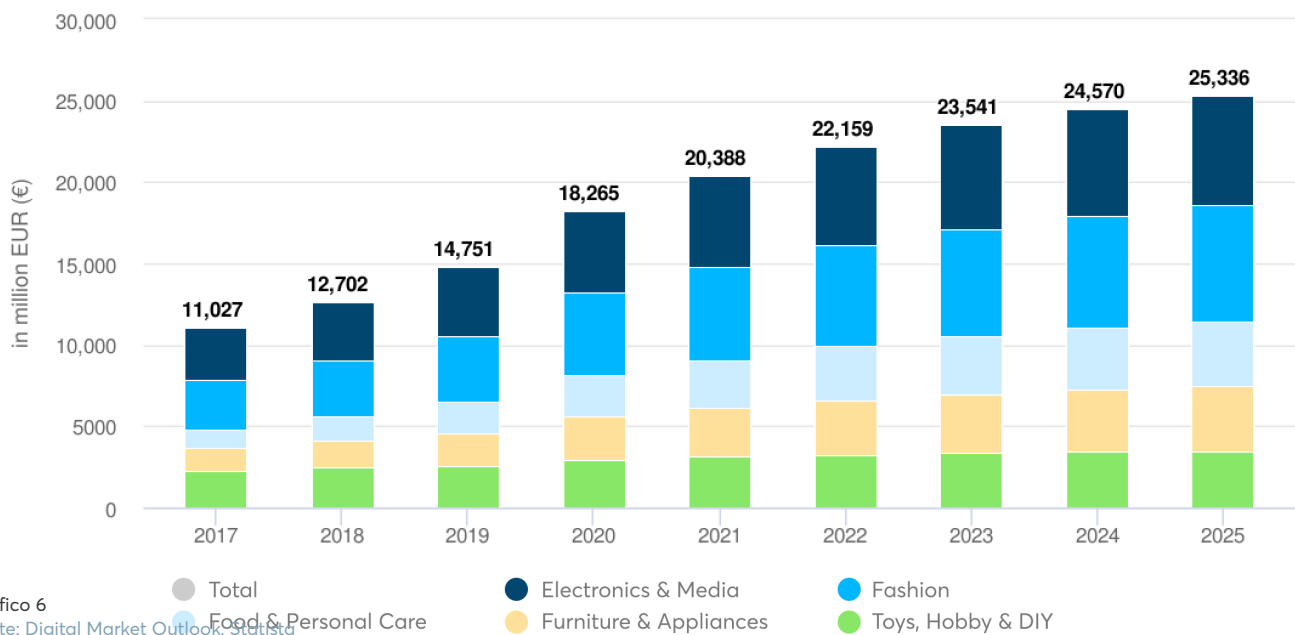
Le vendite Ecommerce in Italia nel periodo 2021 – 2024

In Italia, secondo il report "Digital market Outlook" di Statista, l'Ecommerce nei prossimi cinque anni crescerà fino a superare i **25 miliardi di euro nel 2025**.

Il comparto dai volumi più consistenti è sempre il **fashion** (grafico 6), con **5,7 miliardi di euro di ricavi nel 2021** che supereranno i **7 miliardi nel 2025**. Numeri considerevoli anche per il segmento

dell'**elettronica**, che chiuderà il **2021** intorno ai **5,6 miliardi di euro** per poi arrivare ai **6,8 miliardi del 2025**. La categoria **mobilio ed elettrodomestici** insieme a quella del **cibo e dei prodotti della cura della persona** si contenderanno il terzo posto di questa classifica, attestandosi intorno ai **3 miliardi di euro nel 2021** per crescere di circa 1 miliardo alla fine del quinquennio. La categoria dei beni legati al tempo libero come **giochi e fai-da-te** chiuderà il **2021** intorno ai **3 miliardi**, ma rispetto agli altri segmenti crescerà meno, chiudendo il **2025** poco sotto i **3 miliardi e mezzo**.

eCommerce - Revenue by Segment million EUR (€) (Italy)

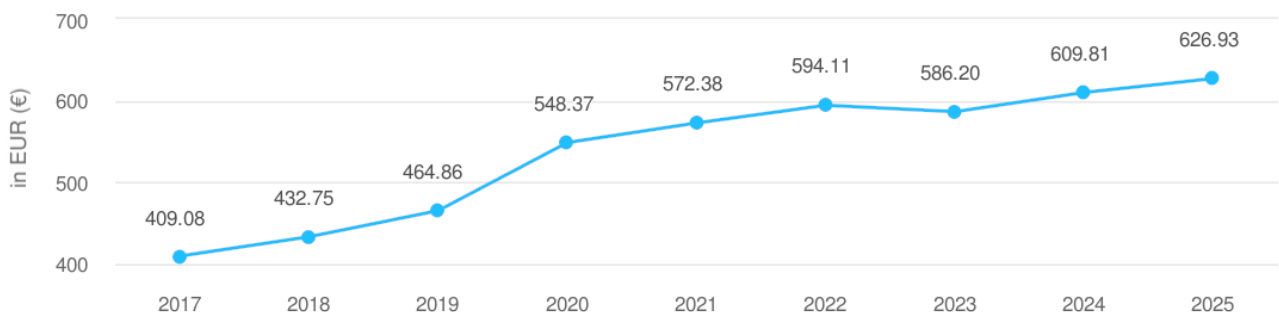


Interessante e meno scontato l'andamento dell'ARPU che vedrà un leggero calo nel 2023 per poi riprendere a salire linearmente rispetto alla crescita antecedente al 2020 che ha visto proprio in quell'anno un'accelerazione importante, legata agli effetti della pandemia che sta ancora coinvolgendo le vendite in molti settori dell'online.

È interessante anche osservare la quota e la previsione degli acquisti Ecommerce che sono stati e verranno completati nei negozi al di fuori del Paese¹. Dal 2017, inizio del periodo dell'analisi fino al 2025, i pesi tra acquisti sul mercato domestico e quelli cross-border resteranno pressoché invariati: 92% mercato domestico, 8% altri Paesi.

eCommerce - Average Revenue per User by Segment EUR (€) (Italy)

Grafico 7
Fonte: Statista



¹ - I dati presi in esame si basano sull'analisi di ecommercedb.com sui dati, del 2018 e del 2019, dei ricavi e sul traffico di 10mila singoli negozi in 22 paesi, poi elaborati in ottica previsionale dal Digital Market Outlook fino al 2023. Un acquisto transfrontaliero avviene quando un locale acquista da un negozio nazionale da un'altra nazione. Lo store è considerato nazionale se oltre il 50% delle sue entrate è generato nel suo paese principale. Se nessun paese principale può essere attribuito al negozio (i ricavi locali sono inferiori al 50% del totale), i ricavi vengono suddivisi nel calcolo e la quota di ciascun paese è considerata nazionale per questo paese. Per esempio: la Germania è il paese principale per hm.com con solo il 17% dei suoi ricavi generati in Germania. Questo Ecommerce non può essere considerato di nazionalità tedesca e quindi l'83% non può essere considerato transfrontaliero, ma le azioni saranno considerate nazionali.

Come sarà segmentato il mercato in termini di strumenti di pagamento? Dal grafico 8 si evince che il **2020** ha visto accelerare l'adozione dei wallet digitali principalmente a scapito delle **carte di credito** che oggi continuano ad essere lo strumento preferito dagli italiani (**42% del totale degli strumenti** oggetto di analisi). Secondo le previsioni di Statista, il **2024** potrebbe essere l'anno in cui i **borsellini elettronici** saranno gli strumenti di pagamento più utilizzati, guadagnandosi una **quota di mercato del 35%** (25% nel 2021), contro il 27 % delle carte di credito (42% nel 2021).

Nonostante l'avvento dei cosiddetti *alternative payments*, le carte di pagamento restano tra gli strumenti più utilizzati, non solo in Italia. Anche per questo motivo è fondamentale quindi che il processo di pagamento con questi strumenti sia quanto più frictionless possibile per garantire la migliore esperienza d'uso agli acquirenti e, allo stesso tempo, ottimizzare le conversioni. Che ruolo ha avuto e sta avendo la PSD2 nei processi di pagamento e che impatto stanno riscontrando tutti gli attori coinvolti dalla nuova normativa europea?

eCommerce - Revenue Share Payment Types
percent (Italy)

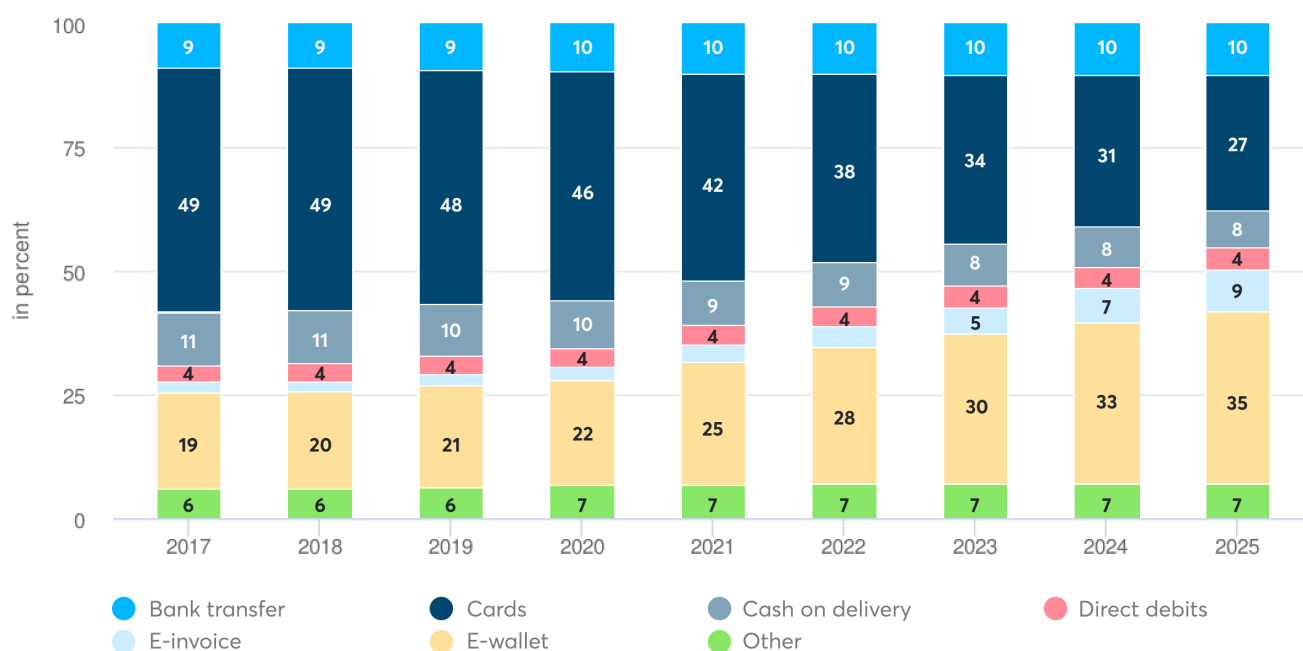


Grafico 8
Fonte: dbcommerce.com, Statista

Piani di adozione della SCA in Europa

Sebbene la PSD2 sia una normativa che riguarda in egual modo tutta l'Unione europea, la Banca Centrale Europea ha concesso alle banche nazionali dei singoli stati di intervenire sui piani di adozione della Strong Customer Authentication.

Come evidenziato nella tabella 5, **ogni Paese ha adottato una pianificazione diversa per applicare la SCA** alle transazioni. Ciò che accomuna però tutte le nazioni è il criterio basato sugli importi. In questo documento ci concentriamo sull'Italia che, oggi, ha un piano di adozione che prevede di adottare la SCA per le transazioni:

- maggiori di 1.000 € dal 1 gennaio 2021
- maggiori di 500 € dal 1 febbraio 2021
- maggiori di 100 € dal 1 marzo 2021
- tutte dal 12^a aprile 2021

Al momento l'arco temporale appena descritto è ancora in fase di definizione e potrebbe subire, in Italia come all'estero, variazioni a seconda dell'andamento di tutto l'ecosistema dei pagamenti online, nell'interesse di tutti gli stakeholder coinvolti.

2 - Inizialmente la scadenza era stata fissata per il 1 aprile ma, a ridosso della data, Banca d'Italia ha concesso una proroga ulteriore di 12 giorni.

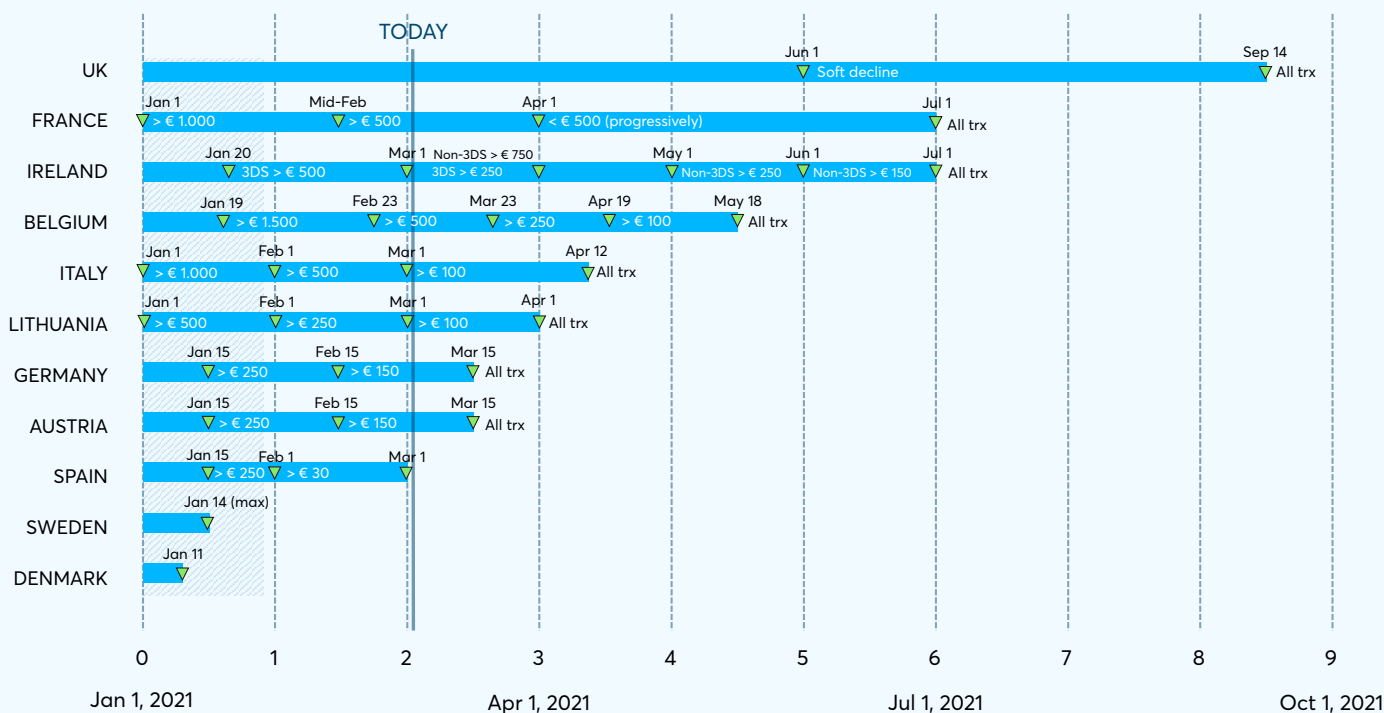


Tabella 5
Fonte: Mastercard Analysis

Transazioni EEA-UK e Brexit

L'attuazione della Brexit, ratificata lo scorso 24 dicembre con la firma di Unione europea e Regno Unito di un accordo di commercio e cooperazione entrato in vigore in maniera provvisoria il 1° gennaio 2021, alla fine del periodo di transizione, ha creato un nuovo scenario anche nell'ambito dei pagamenti. Proprio **a partire da quest'anno infatti Gran Bretagna e Irlanda del Nord non sono più soggette alle direttive della BCE** ma a quelle della FCA (Financial Conduct Authority), soggetto che regola anche servizi di pagamento e moneta elettronica nel Regno Unito.

Come visibile nel grafico 9, il Regno Unito ha deciso di adottare la Strong Customer Authentication dal 14 settembre 2021, ma con la possibilità di applicare dei *soft decline*, ossia dei rifiuti sull'autorizzazione dovuti all'assenza di autenticazione, dal 1 giugno 2021.

Dunque, prima e dopo il 14 settembre 2021, cosa cambia effettivamente per Regno Unito e Italia? Prima del prossimo 14 settembre gli issuer italiani possono applicare la SCA a transazioni di

acquirer inglesi a seconda delle caratteristiche di autenticazione di questi ultimi (con o senza 3DS2), mentre gli issuer del Regno Unito possono autorizzare le transazioni di acquirer italiani, secondo il piano di adozione evidenziato nel grafico.

Dalla data di kick-off del 14 settembre, gli issuer italiani dovranno applicare la SCA ai pagamenti di acquirer inglesi, al netto delle possibili esenzioni ed eccezioni. È bene ricordare infatti che la PSD2 richiede l'autenticazione a 2 fattori per le transazioni *one-leg*, ossia quei pagamenti in cui solo l'issuer o l'acquirer si trova all'interno dell'Unione europea.

Anche le società emittenti le carte di pagamento inglesi, a loro volta, dovranno applicare la SCA alle transazioni provenienti da acquirer appartenenti alla European Economic Area (EEA), considerando anche in questo caso eventuali esenzioni ed eccezioni.



Grafico 9
Fonte: Mastercard Analysis

Statistiche dell'adozione del 3DS2 in Europa nel primo trimestre 2021

A quasi quattro mesi dall'attuazione della PSD2 nell'ambito dei pagamenti, è possibile delineare un quadro dell'impatto che l'autenticazione a due fattori, altrimenti detta Strong Customer Authentication, ha fatto sentire sulle vendite online.

Secondo una **ricerca di Mastercard** elaborata sulle carte divise in base alla nazionalità di emissione e che ha preso in esame il primo trimestre 2021 e i primi giorni immediatamente successivi alla chiusura del periodo di adozione della SCA in Italia (12 aprile 2021), **tutti i Paesi europei** stanno riscontrando un **tasso di autenticazione delle transazioni superiore al 50%**.

Come evidente dalla tabella 1, il **trend di autenticazioni andate a buon fine** nel primo trimestre, dopo una prima fase di assestamento, è stato **in crescita** per tutte le nazioni prese in esame ma alcune continuano ad avere un authentication rate sotto la media europea che si è attestata al 74,5%. **I Paesi con le performance peggiori** ad aprile sono: Francia (66,9%), Polonia (66,8%) Italia (60,2%) e Belgio (56,1%) che chiudono la classifica, distaccati di diversi punti percentuali.

Il **Regno Unito**, incluso nella ricerca nonostante il suo ritiro dall'Unione europea, è risultata **la nazione con le performance migliori** in assoluto (89,4%), come visibile nella tabella. Non solo, in UK anche le autenticazioni frictionless, ossia quelle senza autenticazione a 2 fattori da parte dell'acquirente, hanno fatto registrare le performance migliori, attestandosi al 61,4%.

Anche il flusso delle autenticazioni frictionless ha

	% Authenticated	Overall Authentication Rate
Grand Total	74,5%	29,6%
UNITED KINGDOM	89,5%	61,4%
CZECH REPUBLIC	86,7%	36,8%
SWEDEN	79,1%	25,2%
NETHERLANDS	76,3%	29,3%
GREECE	75,6%	43,7%
DENMARK	75,2%	1,6%
SPAIN	75,0%	38,6%
ROMANIA	72,3%	9,3%
GERMANY	71,9%	39,5%
AUSTRIA	70,1%	25,6%
HUNGARY	69,1%	7,2%
FRANCE	66,9%	9,2%
POLAND	66,8%	13,5%
ITALY	60,2%	12,7%
BELGIUM	56,1%	2,7%

Tabella 1
Fonte: Mastercard Analysis

visto un graduale miglioramento per quasi tutti i Paesi coinvolti dall'analisi. Il **tasso medio europeo** si è attestato al **29,6%** e, come si evince dalla tabella 1, la dispersione è molto più elevata rispetto alle autenticazioni complessive riportate nella tabella precedente. L'elevata eterogeneità delle autenticazioni frictionless fotografa una situazione ancora in fase di adattamento soprattutto per alcuni Paesi, tra i quali certamente anche l'Italia. Naturalmente, anche le difficoltà nella gestione di autenticazioni senza SCA contribuiscono alla riduzione della conversion, è fondamentale quindi che soprattutto lato issuing ci siano interventi nel breve periodo volti a migliorare velocemente i tassi di autenticazione.

3DS2 in Italia: agli ultimi posti in Europa

Come evidenziato in precedenza, **il nostro Paese è risultato tra i meno efficaci d'Europa** che invece ha fatto registrare tassi di autenticazione mediamente più elevati. Il dato complessivo delle **autenticazioni in Italia** in realtà è **cresciuto**, portandosi nelle prime settimane di aprile al 60,2% (tabella 1), ma resta sotto di oltre 14 punti percentuali rispetto alla media europea.

In Italia, sono le performance delle **autenticazioni frictionless**, cresciute soprattutto grazie alla capacità di 7 issuer di fare leva sulle esenzioni, a far registrare il risultato meno soddisfacente: **12,7% contro una media del 29,6%**. Il dato è particolarmente significativo soprattutto se si considerano i risultati di Paesi come la **Spagna**, nazione che nonostante sia stata tra le ultime ad adottare il flusso 2.0 ha fatto segnare il **38,6% di autenticazioni frictionless** andate a buon fine nel mese di aprile.

Questi dati non danno solo il quadro del mercato italiano in termini di applicazione della SCA ma spiegano anche perché **il nostro Paese, ad inizio marzo, perdeva circa il 58% delle transazioni con 3DS**. Quando l'**Access Control Server (ACS)**, ossia il soggetto che verifica se la carta aderisce

al protocollo e ne gestisce l'autenticazione in fase di pagamento, **non riesce a fornire un esito ad un pagamento effettuato con una carta emessa con i protocolli 3DS2 attivi** a causa di problemi tecnici, **si parla di Attempt**. In questo frangente **l'Italia fa registrare un dato superiore alla media europea**: 4,5% contro il 3,1% (tabella 2).

	% of Trx authenticated frictionless
Grand Total	29,6%
UNITED KINGDOM	61,4%
CZECH REPUBLIC	36,8%
GREECE	43,7%
GERMANY	39,5%
SPAIN	38,6%
NETHERLANDS	29,3%
AUSTRIA	25,6%
SWEDEN	25,2%
POLAND	13,5%
ITALY	12,7%
ROMANIA	9,3%
FRANCE	9,2%
HUNGARY	7,2%
BELGIUM	2,7%
DENMARK	1,6%

Tabella 2
Fonte: Mastercard Analysis

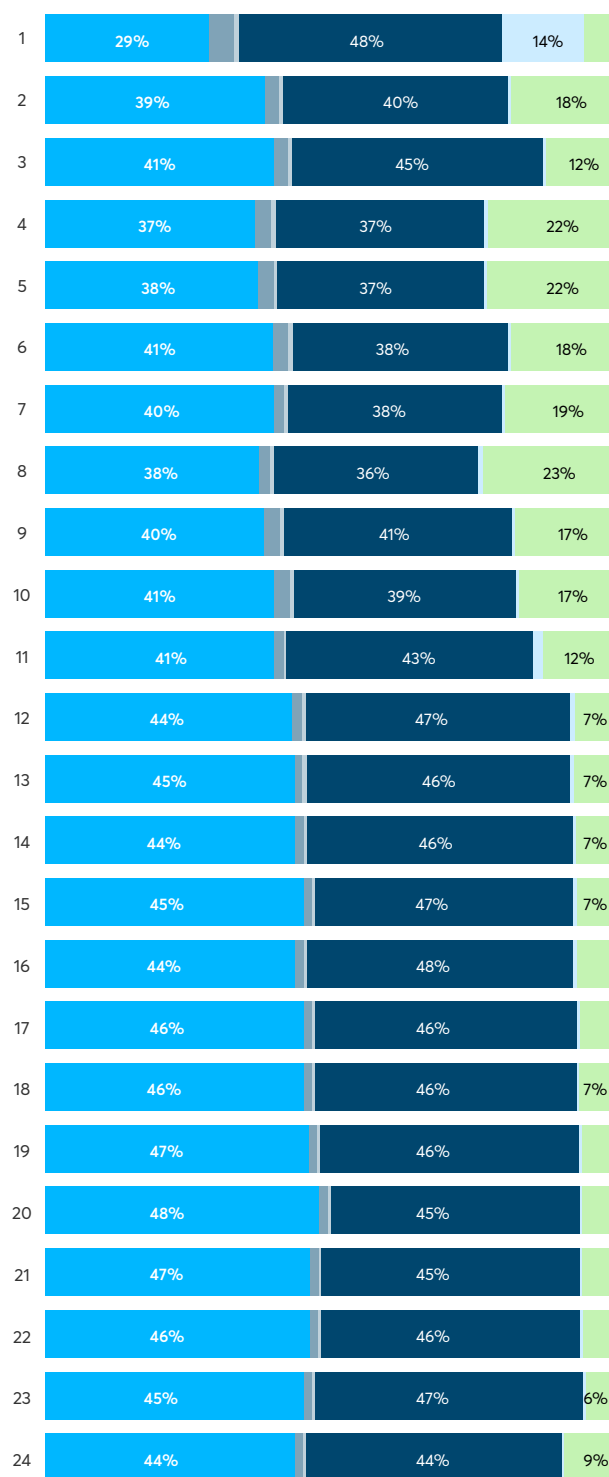
Nonostante questo dato, da gennaio, sia migliorato in linea con la media europea – gli Attempt si sono ridotti in entrambi i casi del 61% tra gennaio e i primi 12 giorni di aprile – l'Italia continua a non stare al passo e a posizionarsi **tra i Paesi meno performanti**.

Anche se il dato italiano in questo frangente non risulta tra i peggiori, è bene tenere presente che, se è vero che in questi casi la transazione va direttamente in autorizzativo, l'issuer risponde spesso con un "KO" per non sostenere i costi di frode nel caso in cui il pagamento non sia genuino. Se dunque all'apparenza potrebbe sembrare un escamotage per evitare la SCA, in realtà **un numero elevato di Attempt** si traduce, anche in questo caso, in un **calo di conversion del carrello**.

Panoramica delle autenticazioni in Italia: confronto di gennaio con il primo trimestre 2021

Il tasso di transazioni per le quali l'autenticazione non è andata a buon fine si è attestato intorno al **46% nel mese di marzo**, un numero ancora molto elevato, soprattutto se paragonato alla media di sistema. Il grafico della tabella 4 fotografa gli esiti giornalieri delle autenticazioni del mese di gennaio che, confrontati con i dati di marzo, permettono di avere un quadro dell'andamento nel tempo.

Innanzitutto è evidente che le **autenticazioni non concluse per problemi tecnici dell'ACS sono andate via via riducendosi**, attestandosi su un valore indicativo pari al 7%. È bene ricordare però che, sebbene queste transazioni vengano inviate direttamente in autorizzativo e dunque superino la "barriera" dell'autenticazione a 2 fattori, **in buona parte vengono respinte dall'issuer**, dunque è plausibile che questi esiti si riducano ancora nel tempo sino ad avvicinarsi ad un valore pari a zero. Ciò che va tenuto in considerazione poi è che il **trend di crescita delle Authenticated**, dopo una prima e debole crescita iniziale, **si è fermato intorno al 46%** verso la fine di marzo (42,3%, media di gennaio). **Stesso andamento per le transazioni Not**



Status DS to 3DS

Period: 01 to 24 Jan 2021

Y - Authenticated

U - Unavailable

Undefined

N - Not Authenticated

C - Challenge

A - Attempts

Tabella 4

Fonte: Mastercard Analysis

authenticated che si sono spartite lo spazio liberato dalle *Attempts* con le autenticate, raggiungendo anche questi valori intorno al 46% a fine periodo (46,2%, media di gennaio).

Sebbene si presentino di rado, gli stati **Challenge**, **Unavailable** e **Undefined** identificano errori tecnici e anomalie di sistema che fortunatamente rappresentano solo uno o due punti percentuali del totale e che, come per le Challenge, tutto l'ecosistema sta lavorando per eliminarle completamente.

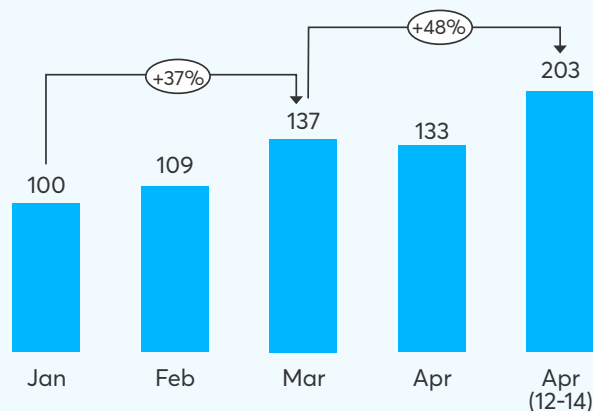
Flussi 3DS in Italia: panoramica dell'evoluzione delle transazioni tra gennaio e aprile

L'evoluzione dei flussi autorizzativi nel periodo 1 gennaio 14 aprile evidenzia che il numero di transazioni giornaliere alle quali è stato applicato il protocollo 3DS 2.0 è salito costantemente dagli inizi dell'anno (grafico 9). La velocità di crescita però non è stata costante: se a **febbraio la crescita** rispetto a gennaio è stata del **9%**, a **marzo** l'incremento rispetto allo stesso mese è stato del **37%**.

La fine del periodo di *ramp-up* ha fatto impennare il numero di chiamate sul protocollo 3DS 2.0, di fatto più che raddoppiando le transazioni giornaliere dell'inizio dell'anno e segnando un **+48% nelle giornate 13-14 aprile** rispetto ai dati di marzo.

L'analisi di Mastercard ha poi messo a confronto i flussi autorizzativi senza protocolli di sicurezza con quelli ai quali è stato applicato il 3DS, nella versione 1.0 e 2.0 (grafico 9). Il grafico mostra una **decrescita costante dei flussi senza protocolli** a favore di quelli con protocollo 2.0, mentre le autorizzazioni con la versione 1.0 è rimasta costante nel tempo. Nelle prime due settimane di aprile i **flussi con 3DS** hanno raggiunto quasi il **17% del totale** e di questi la **versione 2.0 ha rappresentato circa il 51%**, crescendo quasi del doppio rispetto a gennaio, mese nel quale i flussi 3DS 2.0 erano circa il 27% del totale.

3DS 2.0 Flow Italy Transactions Evolution - Average daily trx (index number)



3DS 2.0 Flow Italy Transactions Evolution - Authorization Flow (% of trx)

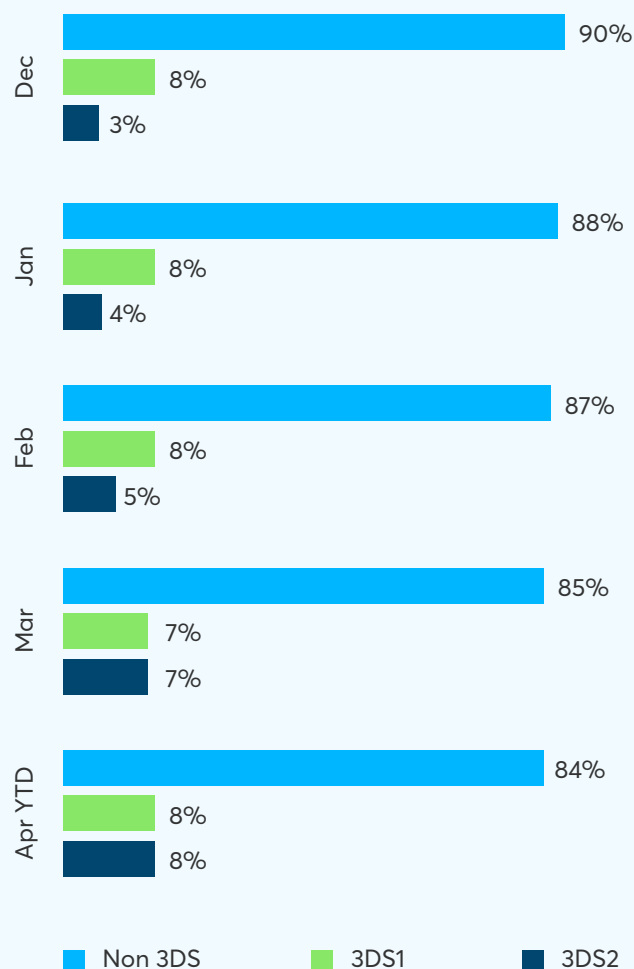


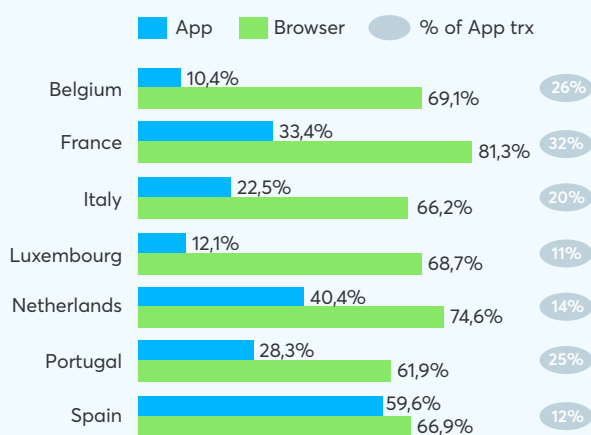
Grafico 9
Fonte: Mastercard Analysis

Grafico 10

Fonte: Mastercard Analysis

3DS Flow - WE / App vs browser flow

WE ACS Authentication rates (%) (by iss ctry, 22-28 Mar)



ACS authentication rate is defined as 1. authentications succesfully validated by the ACS divided by 2. the total authentication sent to the ACS

Il confronto delle autenticazioni italiane, via browser e app, con il resto dell'Europa occidentale, relega di nuovo l'Italia tra ultimi posti. Solo Belgio e Lussemburgo fanno peggio nelle autenticazioni via app che, in Italia, rappresentano il 20% del totale delle autenticazioni.

La cause di questi esiti sono riconducibili principalmente allo sviluppo di SDK dei provider non ottimizzati e alle app degli issuer non sempre perfettamente performanti, dunque sono questi i fronti sui quali concentrare gli sforzi. Mastercard, proprio per contribuire al miglioramento di questi dati, sta lavorando ad una piattaforma per testare le autenticazioni via app che verrà annunciata a breve.

All'adozione dei protocolli 2.0 è corrisposto un graduale aumento dell'authorization rate e una percentuale più o meno stabile delle transazioni giornaliere perse, ad esclusione di marzo che ha visto un incremento del 7% rispetto a gennaio.

Il termine del periodo di *ramp-up* però ha fatto peggiorare velocemente entrambi i dati. Se infatti il tasso di autenticazioni dal 42,3% di gennaio è salito al 60,2% nei primi giorni di aprile (grafico 10), nelle giornate tra il 12 e il 14 aprile il dato è sceso al 59,9%. Anche le transazioni perse hanno subito un effetto negativo, passando da un miglioramento dell'8% rispetto a gennaio ad un peggioramento del 41% sullo stesso mese.

Le motivazioni delle autenticazioni fallite in Italia

Quali sono le ragioni per le quali le autenticazioni falliscono? Secondo le analisi di Mastercard sui *Transaction Reason Code*, esistono tre macro-categorie di motivazioni:

Time out dell'ACS

Oltre quasi il 50% delle autenticazioni fallite si può ricondurre al processo di comunicazione con l'ACS. Eventuali difficoltà nella gestione dei messaggi di risposta da o verso l'ACS possono essere delle cause a cui ricondurre il time out.

Carta senza protocolli 3DS2 o Transazione non permessa

Circa il 30% delle autenticazioni non va a buon fine a causa della carta di credito che potrebbe non rientrare tra quelle con i protocolli 3DS2 attivi oppure la richiesta di autenticazione non viene permessa perché il titolare di carta non ha fornito tutti i dati necessari all'issuer per concludere l'autenticazione (es. mancanza del numero di telefono a cui inviare l'OTP per finalizzare l'operazione).

Abbandono dell'autenticazione

In questo caso l'acquirente non ha concluso

3DS Flow - Lost transactions

— Authentication rate
■ Daily Lost Trx (index number)

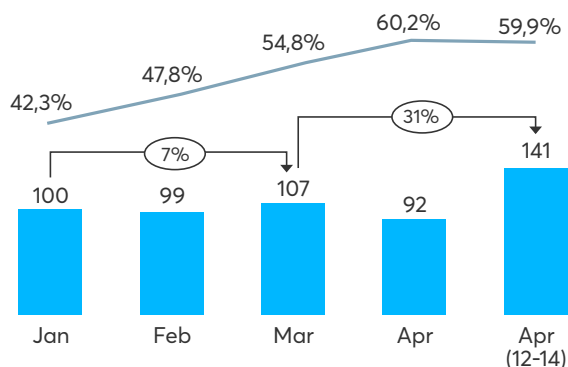


Grafico 10

Fonte: Mastercard Analysis

l'autenticazione perché ha abbandonato.

Questa motivazione riguarda il 16,3% del totale ed è da ricondurre principalmente alla user experience offerta da tutti gli attori coinvolti nell'autenticazione e in particolare dall'issuer che gestisce il processo anche in termini di front-end.

Sono circa del 3% le autenticazioni fallite restanti e riconducibili ad una serie di motivazioni molto frammentate e, di conseguenza, poco rilevanti ai fini statistici. Le richieste di autenticazione non inviate dai merchant stanno diminuendo - dal 66% di gennaio al 61% di aprile - ma le causali legate alla user experience³ offerta dagli issuer decrescono molto lentamente a scapito delle conversioni dei carrelli che influiscono negativamente sulle vendite e sulla fidelizzazione degli acquirenti.

3 - Le causali riconducibili alla UX sono: Card authentication failed, Exceeds ACS maximum challenges, Transaction not permitted to cardholder, Cardholder not enrolled in service.

Strong Customer Authentication: dati di osservazione Axerve

Le elaborazioni di Axerve, sul periodo compreso tra il 1 marzo ed il 17 aprile 2021, permettono di confrontare l'andamento della conversione sulle autenticazioni rispetto a quanto osservato a livello globale da Mastercard.

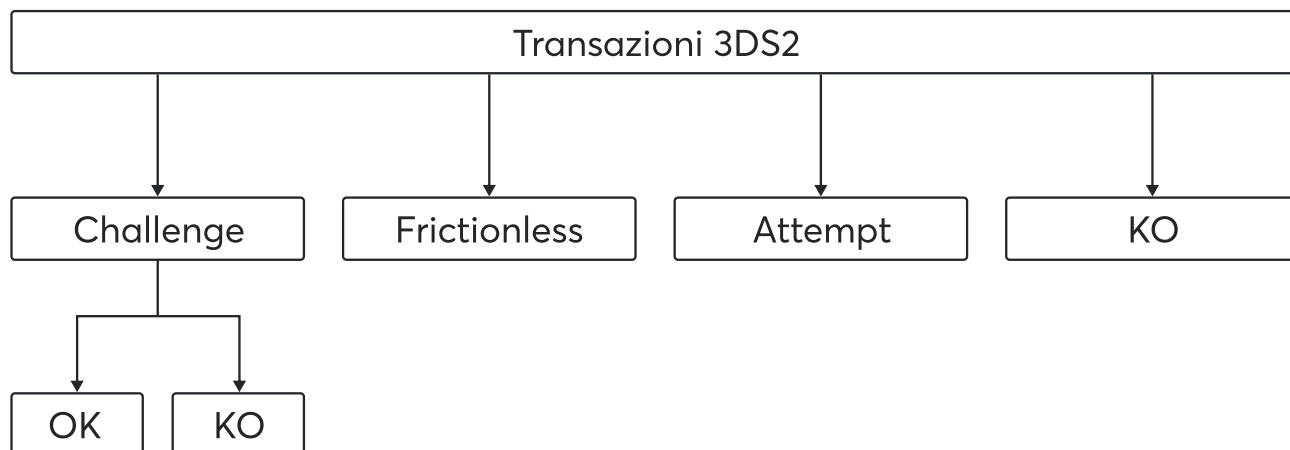
Rispetto ai dati di circuito, infatti, è rilevante sottolineare come ciascun fornitore di servizi di pagamento può adottare soluzioni tecniche differenti rispetto ai competitor, il che si può tradurre in errori tecnici dipendenti dall'una o dall'altra parte coinvolta nel processo.

Da un punto di vista metodologico, i tentativi di autenticazione 3D Secure 2 sono stati osservati in due fasi: in primo luogo, è stato analizzato il tipo di azione necessaria a fronte del tentativo di autenticazione, in secondo luogo è stato dettagliato il risultato delle challenge richieste dagli issuer, ovvero le autenticazioni a due fattori vere e proprie.

Il grafico 11 mette a confronto i dati di marzo relativi agli esiti delle chiamate con i protocolli 3DS2, i risultati ottenuti dalle challenge e le motivazioni delle autenticazioni fallite.

Dagli elementi visibili in grafica si può notare che le challenge riuscite hanno superato il 70% e che la conversione sulle autenticazioni (da non confondere con la conversione in fase autorizzativa) ha fatto registrare un valore complessivo pari al 74,59%.

Il grafico relativo alle motivazioni delle autenticazioni fallite (grafico 11) permette di osservare che circa il 59% è da ricondurre ad errori tecnici (ACS timed out) o a problemi di enrollment della carta sul protocollo, mentre il 21% dei KO è legato al fallimento dell'autenticazione da parte dell'esercente (authentication failed).



Le motivazioni non definite (undefined) sono quasi totalmente costituite da errori per i quali non è stato ricevuto motivo specifico (reason = null) e sono quindi oggetto di approfondimento con i singoli issuer.

I dati di aprile (grafico 12) naturalmente offrono una visione ancora parziale e sarà particolarmente interessante confrontarla con i mesi precedenti una volta chiuso il periodo. I valori rappresentati però danno già un quadro dei trend in atto, come per esempio l'aumento di autenticazioni frictionless, segnale che tutto il sistema, gli issuer nello specifico, sta facendo sempre più leva sulle esenzioni.

Come evidenziato nelle analisi di Mastercard, proprio nel mese di aprile e in quelli a venire sarà cruciale ottimizzare la gestione delle

esenzioni per evitare che la fine del periodo di ramp-up, conclusosi il 12 aprile scorso, non infici ulteriormente sulle performance causando di fatto perdite di carrelli.

In questo senso è rassicurante osservare come, in termini relativi, la sospensione del periodo di ramp-up non abbia avuto forti incidenze nelle performance di sistema sul traffico processato da Axerve (tabella 6). L'impatto di questo evento, però, anche se invisibile nell'osservazione dei dati percentuali, diventa tangibile per quegli esercenti le cui transazioni di importi inferiori ai 100 €, che quindi fino al 12 aprile erano in deroga, sono ora soggette alla normativa PSD2, subendo conseguentemente la frizione derivante dall'applicazione dei protocolli 3DS2.

Grafico 11
Fonte: Axerve Analysis

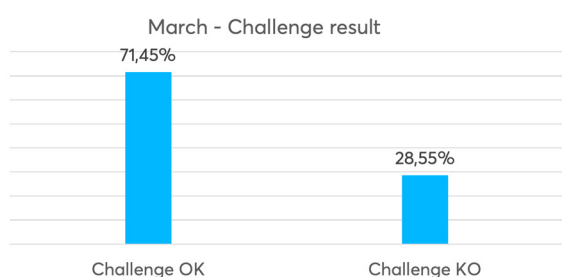
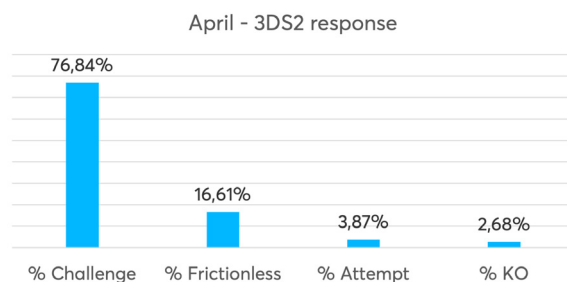
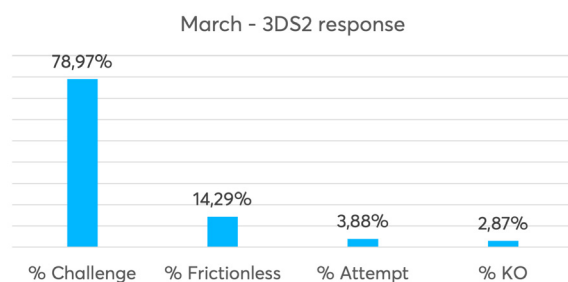
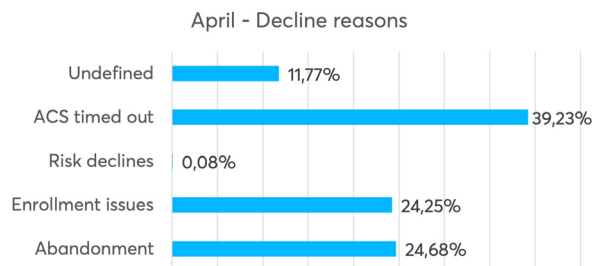
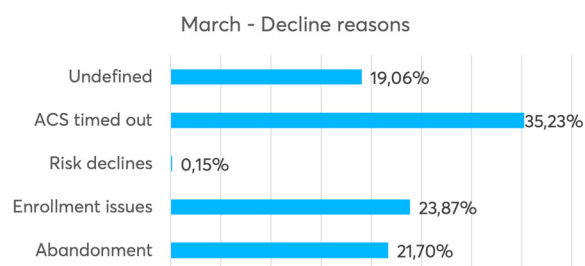
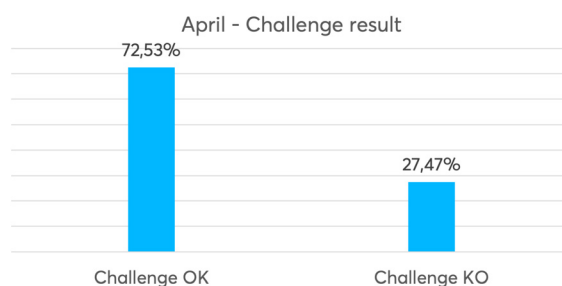


Grafico 12
Fonte: Axerve Analysis



Data	% challenge	% Frictionless	% Attempt	% KO	Challenge OK	Challenge KO	Abandonment	Enrollment issues	Risk declines	ACS timed out	Undefined
01/04/21	76,21%	16,06%	4,87%	2,86%	71,56%	28,44%	21,98%	22,09%	0,28%	41,78%	13,87%
02/04/21	75,89%	17,27%	4,02%	2,82%	71,90%	28,10%	22,34%	21,44%	0,14%	43,83%	12,26%
03/04/21	76,52%	17,83%	3,24%	2,42%	73,34%	26,66%	26,85%	21,44%	0,04%	41,55%	10,12%
04/04/21	75,57%	18,07%	3,87%	2,50%	73,66%	26,34%	25,06%	21,17%	0,07%	43,02%	10,68%
05/04/21	76,45%	17,58%	3,47%	2,49%	74,51%	25,49%	26,07%	22,64%	0,10%	41,57%	9,62%
06/04/21	76,55%	17,04%	3,60%	2,81%	72,34%	27,66%	24,98%	24,93%	0,07%	36,98%	13,04%
07/04/21	77,09%	16,66%	3,50%	2,75%	70,52%	29,48%	27,84%	23,30%	0,08%	37,69%	11,09%
08/04/21	75,67%	16,79%	4,64%	2,90%	71,55%	28,45%	26,96%	23,77%	0,06%	37,04%	12,18%
09/04/21	76,60%	17,53%	3,13%	2,75%	73,48%	26,52%	24,24%	24,73%	0,06%	40,69%	10,29%
10/04/21	76,99%	17,26%	3,08%	2,67%	74,05%	25,95%	25,79%	22,35%	0,08%	42,80%	8,97%
11/04/21	76,41%	17,71%	3,45%	2,42%	74,62%	25,38%	24,24%	23,39%	0,15%	42,54%	9,67%
12/04/21	73,57%	15,41%	7,69%	3,33%	67,06%	32,94%	23,75%	21,66%	0,04%	30,95%	23,60%
13/04/21	79,65%	14,84%	3,01%	2,50%	73,10%	26,90%	22,42%	28,74%	0,03%	38,79%	10,02%
14/04/21	78,43%	15,80%	3,24%	2,53%	72,82%	27,18%	22,69%	27,43%	0,03%	38,39%	11,46%
15/04/21	78,88%	15,60%	2,99%	2,52%	73,86%	26,14%	25,38%	27,86%	0,03%	39,21%	7,52%
16/04/21	78,06%	16,46%	3,10%	2,37%	74,18%	25,82%	25,00%	27,70%	0,03%	39,86%	7,41%
17/04/21	77,71%	17,25%	2,81%	2,24%	75,03%	24,97%	25,96%	24,27%	0,05%	42,85%	6,87%
Totale	76,84%	16,61%	3,87%	2,68%	72,53%	27,47%	24,68%	24,25%	0,08%	39,23%	11,77%

Tabella 6
Fonte: Axerve Analysis

In conclusione, osserviamo una conversion rate in fase di autenticazione lievemente superiore alla media rilevata da Mastercard e coerente con gli andamenti rilevati dal circuito.

Nello specifico, seppure ancora distante dai valori desiderati, sono significativi sia l'aumento della componente del traffico che viene autenticata in maniera frictionless da parte degli issuer sia la percentuale di autenticazioni con challenge concluse con successo, che ha registrato un valore di 72,53% rispetto ai valori di poco superiori al 60% rilevati a inizio anno.

Deviazioni standard: confronto delle performance per BIN nel periodo marzo-aprile

Particolarmente interessante nell'ambito della comprensione dei meccanismi alla base delle performance autenticative rilevate, è lo studio della distribuzione delle stesse tra i BIN range.

I BIN range sono partizioni del parco carte, caratterizzate dalla comunanza delle prime sei cifre, associate ad uno specifico issuer e ci consentono di osservare come le caratteristiche degli strumenti tecnologici messi a disposizione

per ciascun BIN range, o le caratteristiche del tipo di clientela a cui ciascun BIN range è orientato, possano incidere sulla facilità di completamento di una transazione 3DS2.

L'analisi mostra come ciascun BIN range, rappresentato da un punto sul grafico, si posizioni relativamente alle varie dimensioni in analisi: l'esito della chiamata 3DS e l'esito delle challenge richieste. La base dati è costituita dalle performance registrate nel mese di aprile sui 250 BIN range per i quali Axerve ha processato almeno 500 transazioni 3DS2, garantendo così una rilevanza statistica significativa del campione analizzato.

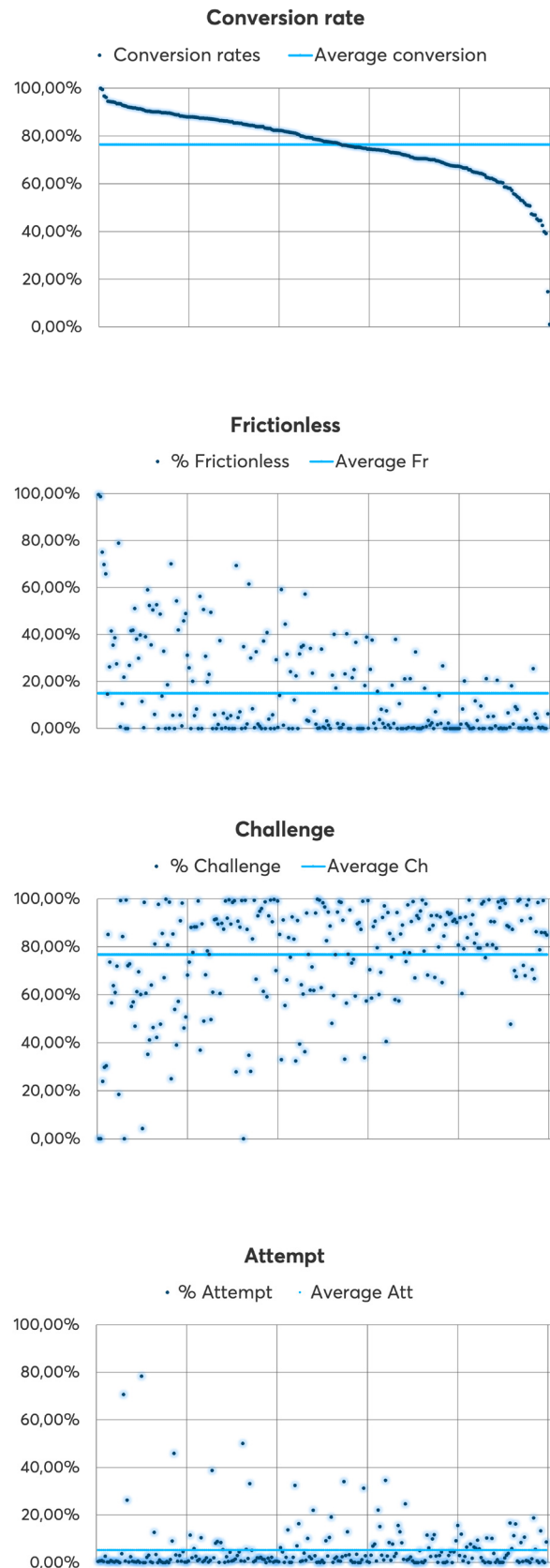
A corredo di ciascuna rappresentazione grafica, indichiamo la deviazione standard – o scarto quadratico medio – che permette di misurare la dispersione dei valori registrati per ciascun BIN rispetto al loro valore medio, identificando una maggiore o minore "vicinanza" dei valori presi in esame rispetto al benchmark.

Il grafico che emerge, ordinando i BIN range in base alla loro conversione autentificativa, mostra come la distribuzione di performance abbia due estremi molto lontani, con una deviazione standard del 13.8%.

A sinistra troviamo gli istituti che sono riusciti a garantire una qualità elevata del servizio o tramite la formazione efficace del compratore o, più verosimilmente, disegnando soluzioni di autenticazione più facili da utilizzare, mentre a destra si collocano quei BIN range di istituti che hanno ancora difficoltà a fornire ai loro clienti uno strumento di facile utilizzo o sufficientemente stabile nelle performance.

Nei grafici successivi, per facilitarne l'interpretazione, l'ordine dei BIN range sul grafico sarà lo stesso per tutti: il primo BIN riportato a sinistra in grafica è lo stesso per tutti i grafici.

Grafico 13
Fonte: Axerve Analysis



È ben visibile nel grafico 14 come la dispersione sia abbastanza elevata per tutte le categorie di transazioni, ciò significa che siamo ancora in una fase di assestamento nella quale le risposte possono variare anche di molto, rendendo statisticamente ancora più complessa l'identificazione di un percorso comune a tutto l'ecosistema degli issuer. Tuttavia, possiamo evidenziare alcuni trend significativi.

In primo luogo, la risposta KO alla chiamata 3DS, fisiologica se in misura contenuta, è molto significativa su una porzione non indifferente di BIN range che si collocano nella metà destra della distribuzione, caratterizzata da tassi di conversione più bassi.

La concentrazione dei BIN con elevate percentuali di transazioni frictionless nella metà sinistra del grafico va a rafforzare quindi la correlazione tra gli elevati tassi di conversione e un'applicazione forte delle esenzioni da parte degli issuer, rilevata anche nell'analisi effettuata da Mastercard.

Una distribuzione analoga dei BIN range è presente, anche se con minore intensità, osservando la quota di transazioni che hanno ricevuto esito attempt, con la differenza che questo parametro, per quanto da un punto di vista di conversione sia analogo all'esito frictionless, denota le difficoltà dell'Issuer a gestire l'autenticazione.

Infine, è particolarmente interessante osservare la distribuzione dei BIN range relativamente all'incidenza delle richieste di challenge sul totale delle operazioni processate (grafico 15): infatti, seppure sia evidente come l'uso delle frictionless contribuisca significativamente all'aumento del conversion rate, vediamo che anche quegli istituti che hanno scelto di applicare in maniera più conservativa le esenzioni, implementando un meccanismo di autenticazione ottimizzato, sono riusciti ad eccellere nel mantenere conversion rate apprezzabili.

Grafico 14
Fonte: Axerve Analysis

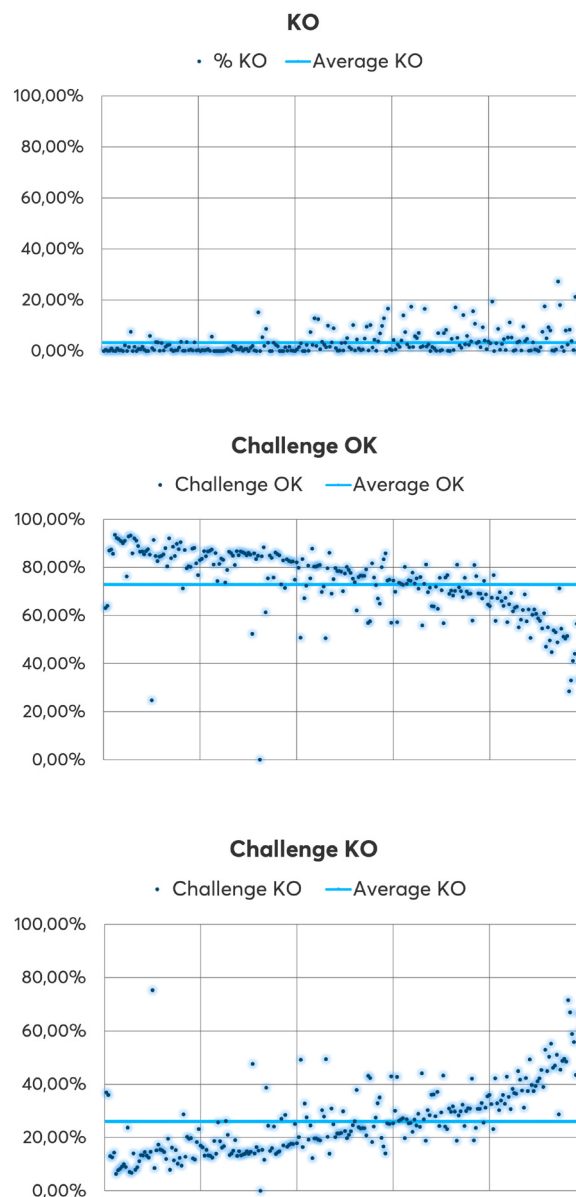


Grafico 15
Fonte: Axerve Analysis

Questo fenomeno, evidenziato anche dalla distribuzione dei BIN in base all'esito delle challenge richieste (grafico 15), è particolarmente significativo: infatti, le esenzioni possono essere applicate solo fino ad un importo massimo di 500 euro, che nella pratica è più frequentemente limitato ai 250 euro e dunque non applicabile a tutte le tipologie di beni e servizi.

Come migliorare il conversion rate sulle autenticazioni con Axerve

Abbiamo visto come a fronte alle difficoltà relative alla conversion dei carrelli descritte in questo documento, riconducibili principalmente alle attività poste in essere da tutti gli attori coinvolti dalla PSD2, **molte delle autorità bancarie nazionali in accordo con la BCE abbiano concesso un periodo di "ramp-up"** per l'applicazione dei protocolli, che però nella maggior parte dei casi si è ormai concluso.

Resta quindi strategico intervenire affinché l'impatto dei protocolli sul conversion rate sia il minore possibile, mantenendo alti i livelli di sicurezza. Quali sono quindi le opportunità da cogliere per non perdere vendite e clienti? Possiamo identificare due fronti sui quali intervenire:

- l'ottimizzazione della user experience in fase di autenticazione, in capo all'issuer
- fare leva sulle esenzioni previste dalla normativa PSD2

Lo strumento più efficace disponibile per i commercianti è l'analisi del rischio di transazione (TRA), che consente di mantenere un'elevata sicurezza nei pagamenti riducendo allo stesso tempo eventuali barriere in fase di pagamento.

Proprio per cogliere le opportunità offerte dalle esenzioni, **Axerve ha integrato una soluzione che ha l'obiettivo di migliorare i tassi di conversione tramite un'analisi del rischio delle transazioni in-house.**

La soluzione tecnica Axerve Advice

La soluzione per le esenzioni 3DS2 di Axerve offre ai merchant **la possibilità di processare transazioni direttamente in autorizzativo**, spostando la liability sull'esercente. Integrando anche il servizio di prevenzione frodi Axerve Guaranteed Payment, l'eventuale frode verrebbe sostenuta al 100% da Axerve.

La TRA (Transaction Risk Analysis) consiste nella valutazione in tempo reale del rischio della transazione e permette l'eventuale esenzione dalla SCA delle transazioni inferiori a 500 euro. Le transazioni che presentano livelli di rischio di frode bassi possono essere elaborate senza autenticazione: inviandole con una richiesta di esenzione, le probabilità che vengano autorizzate aumentano ma la responsabilità di un'eventuale frode resta sul merchant.

Grazie alla soluzione di Axerve, **le transazioni processate vengono sottoposte ad alcune verifiche** e, nel caso di superamento di questa fase, **inviata direttamente all'autorizzativo**, evitando l'autenticazione a 2 fattori.

In fase di elaborazione delle transazioni, vengono fatti alcuni controlli:

- che la transazione sia all'interno della soglia prevista, in base all'acquirer.
- analisi di rischio. Se basso, viene inviata in esenzione altrimenti è necessario procedere con l'autenticazione.

Axerve Advice (TRA)

Axerve Advice esegue un'analisi dei rischi in tempo reale, consentendo di richiedere un'**esenzione TRA** ogniqualvolta sia possibile.

Authentication

Authorization

Axerve Guaranteed

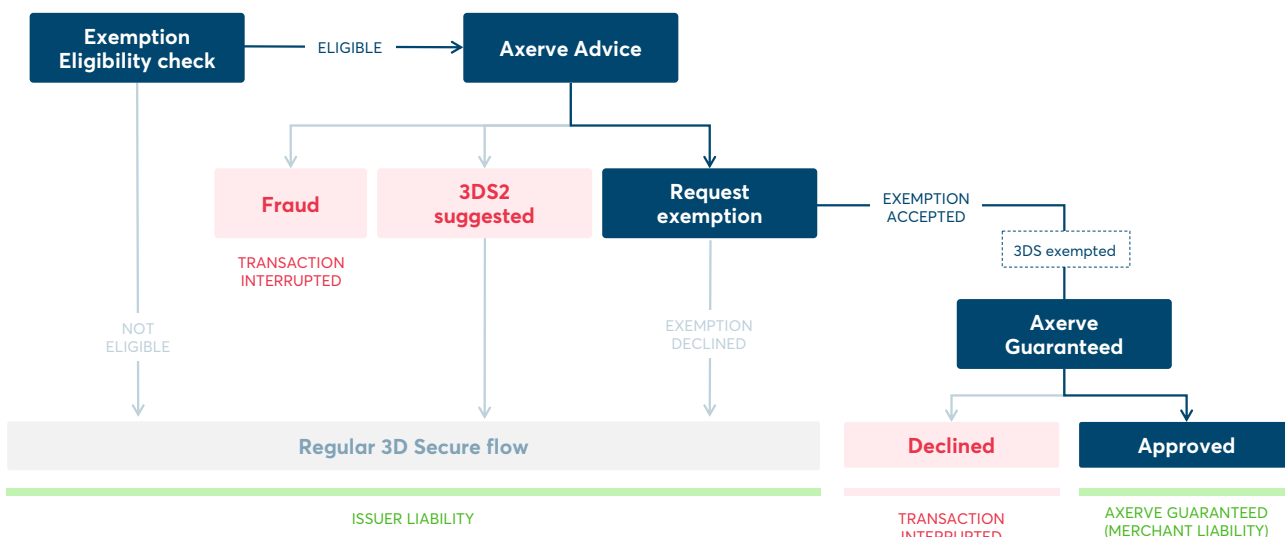
Dopo l'autorizzazione, viene eseguito un **secondo controllo antifrode** con Axerve Guaranteed Payments al fine di rimuovere qualsiasi rischio correlato alla frode da parte dell'utente.

In caso di **soft decline**, ossia un KO da parte dell'issuer su una transazione inviata in esenzione, il servizio è anche **in grado di ripetere la richiesta di autorizzazione**, di fatto automatizzando una parte di processo che altrimenti richiederebbe un intervento manuale.

La soluzione Axerve Advice in definitiva ha l'obiettivo di intervenire sull'analisi del rischio,

migliorandone l'efficacia e contribuendo all'aumento del numero potenziale di transazioni finalizzate senza l'ausilio dei protocolli 3DS che, per loro stessa natura, possono inficiare sulle conversioni, come esposto nei capitoli precedenti. Per approfondire le specifiche tecniche e per attivare la soluzione Axerve Advice è possibile fare riferimento al proprio commerciale di riferimento.

Workflow overview





Your Payment Partner to Grow

www.axerve.com

