

Tokenizzazione: lo strumento strategico per gli Ecommerce PSD2 compliant

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, diffusi o riprodotti, né citati, sintetizzati o modificati, anche parzialmente, senza l'esplicito consenso di Axerve S.p.A.

Agenda

Ecommerce in Italia nel 2020	3
<hr/>	
Acquisti online: sicurezza e gestione dei dati	4
<hr/>	
Tokenizzazione: cos'è e come impatta sul business	5
<hr/>	
Maggiore sicurezza per i merchant e per il consumatore	5
<hr/>	
Il token: la chiave per un customer journey personalizzato	5
<hr/>	
Casi d'uso in un contesto PSD2 compliant	6
<hr/>	
Tipologie di token: da quelli Service Payments Provider a quelli di Circuito	8
<hr/>	
Impatti futuri della tokenizzazione e SCA delegation	10
<hr/>	
Fonti e riferimenti	11
<hr/>	

Ecommerce in Italia nel 2020

Da inizio anno in Italia **i consumatori online sono cresciuti di 2 milioni** – nello stesso periodo del 2019 l'aumento è stato di 700.000 unità - raggiungendo in tutto il **totale di 29 milioni**¹; nonostante ciò, i 48,5 miliardi di fatturato stimati nel nostro paese dal settore Ecommerce nel 2019 sono solo una parte del potenziale che potrebbe essere espresso dalle nostre aziende. Infatti, il nostro Paese alla fine del 2019 ha visto aumentare al 48% i consumatori che hanno acquistato online, ma **resta comunque tra i paesi con la penetrazione Ecommerce più bassa** rispetto a nazioni come la Svizzera o il Regno Unito che superano abbondantemente l'80%². Fanno ben sperare però per tutto il settore i ritmi di crescita, che ci hanno visto **crescere del 17% rispetto al 2018**, incremento a due cifre in linea con i dati degli ultimi 5 anni³.

L'analisi dei dati di Axerve, che oggi gestisce i pagamenti online di circa il 50% degli Ecommerce italiani, offre la fotografia dei **trend degli alternative payment** da inizio anno. Un raffronto del dato semestrale 2020 con quello dello scorso anno, evidenzia una crescita progressiva dell'uso di strumenti alternativi alla carte di credito e debito; in particolare nei primi cinque mesi dell'anno la crescita è stata esponenziale e ha fatto registrare una crescita a tre cifre: solo **aprile e maggio sono cresciuti rispettivamente di oltre il 160% e il 150%**, rispetto agli stessi mesi del 2019.

I consumatori sono quindi alla ricerca di esperienze di pagamento sempre più in linea con le loro esigenze, a prescindere dal canale scelto e forse un po' forzatamente per il momento storico che stiamo vivendo nel 2020, e per farlo **si affidano ad un'offerta di strumenti di pagamento più ampia, rispetto a tempi anche molto recenti**.

L'obiettivo, è quello di ottenere un'esperienza

d'acquisto quanto più piacevole possibile, riducendo i tempi di chiusura del carrello.

Proprio su questo argomento, **Alessandro Bocca, CEO di Axerve**, in occasione della presentazione di una soluzione di pagamento digitale per gli acquisti in store, **ha recentemente dichiarato**:

"I merchant, soprattutto quelli di negozi di piccole e medie dimensioni, hanno oggi bisogno di ritrovare competitività e recuperare terreno nei confronti dell'e-commerce che in questi mesi ha inevitabilmente registrato un incremento esponenziale. I negozianti devono riconquistare la clientela e possono farlo solo assecondando le sue esigenze e incrementando il numero dei servizi o dei prodotti offerti. Il pagamento e la sua gestione non fanno eccezione e giocano un ruolo chiave nella relazione con il cliente. Con questa evoluzione di "Axerve Pay by Link" vogliamo dare a qualunque esercente la possibilità di stare al passo con le nuove modalità di vendita in cui il canale digitale si inserisce anche nel fisico, offrendo al cliente finale un'esperienza di acquisto più rapida, fluida e sicura anche in negozio, e, allo stesso tempo, offrendo al merchant la possibilità di avvicinarsi alle sempre più consolidate abitudini di acquisto derivanti dalla crescita dell'e-commerce senza bisogno di sostenere gli sforzi per averne uno".



Alessandro Bocca
CEO Axerve

Restano quindi da **identificare i touch point sui quali investire** per rispondere tempestivamente alle richieste del mercato e la tokenizzazione ha tutte le caratteristiche per essere uno di questi.

1 - Dati presentati da Roberto Liscia Presidente di Netcomm a Netcomm Forum Live 2020

2 - European Commerce Report 2019 | Ecommerce Europe

3 - E-commerce in Italia 2020 | Casaleggio Associati

Acquisti online: sicurezza e gestione dei dati

L'incremento della sicurezza degli acquisti

Ecommerce è tra gli elementi che potrebbero **consolidare la crescita del commercio elettronico** e permettere di raggiungere anche quel pubblico che oggi continua a prediligere l'offline.

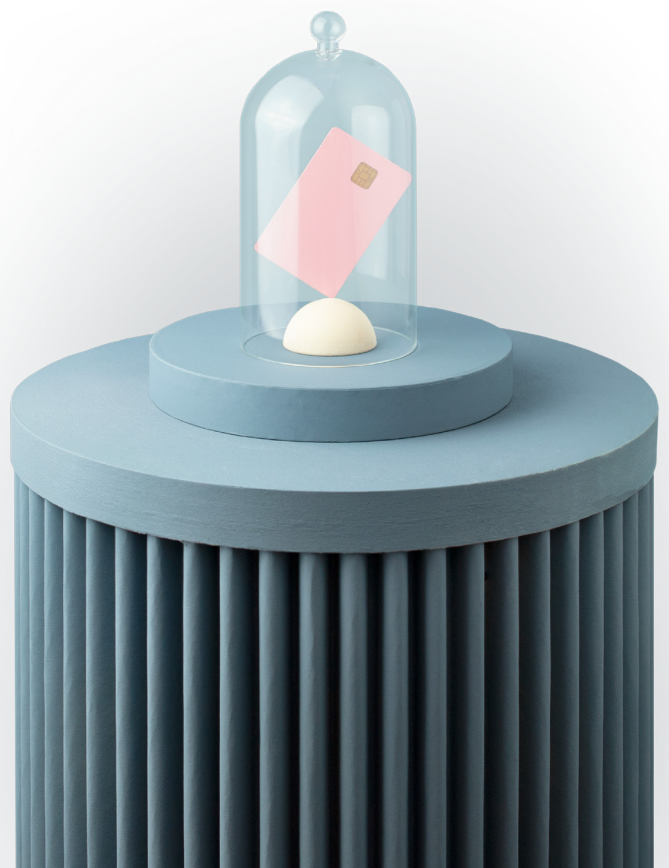
In effetti sotto questo punto di vista si può fare ancora molto. Alcuni dati pubblicati da Proofpoint⁴ evidenziano che **l'85% dei principali siti Ecommerce Europei, solo il 70% di quelli italiani, non ha integrato sistemi di sicurezza per contrastare le truffe via mail** e l'80% degli attacchi informatici posti in essere nei confronti di app ha riguardato l'uso di credenziali sottratte.

Accendono un riflettore proprio su questo tema alcuni dati pubblicati recentemente da Riskified, leader internazionale proprio nel settore prevenzione frodi. Intervistati 4.000 consumatori e 425 esercenti online⁵, è emerso che il **27% dei siti**

Ecommerce non ha implementato soluzioni per

prevenire azioni di [Account Takeover](#) e che dei loro clienti vittima di questa pratica fraudolenta, solo il 7,5% ne è venuta a conoscenza tramite il merchant online.

I dati appena esposti ci restituiscono una fotografia di quanto si possano ancora migliorare molti aspetti legati alla prevenzione frodi. La tokenizzazione degli strumenti di pagamento tramite piattaforme certificate può contribuire notevolmente alla sicurezza degli acquisti online, alla *customer experience* e alla reputazione stessa di tutto il comparto del commercio elettronico.



4 - Proofpoint Q4 2019

5 - Survey Says?! ATOs Are a Major Threat and Many Merchants Are Unprepared | Riskified

Tokenizzazione: cos'è e come impatta sul business

Il concetto di **tokenizzazione**, nell'ambito dei pagamenti, identifica **un servizio per cui i dati di carta di chi paga vengono sostituiti da una stringa di codici numerici o alfanumerici detti "token"** che possono essere utilizzati per finalizzare dei pagamenti, in sostituzione dei dati in essi associati.

Questa soluzione permette all'esercente di salvare sui propri server codici che, singolarmente, non hanno alcun valore ma che, una volta inoltrati al gateway di pagamento, vengono "tradotti" nei dati di carta sottostanti. I vantaggi della tokenizzazione – anche *tokenization* – sono molteplici e impattano in particolare sulla sicurezza e sull'esperienza di acquisto offerta ai clienti.

Maggiore sicurezza per i merchant e per il consumatore

Salvare i dati delle carte di pagamento può contribuire a **fidelizzare il cliente** e a rendere più **frictionless l'esperienza di acquisto**. L'operazione di salvataggio può essere fatta direttamente dall'esercente, senza l'ausilio di strumenti come la tokenizzazione. Questa scelta però comporta costi molto elevati perché richiede il rispetto di norme molto stringenti a tutela dei dati del consumatore.

Infatti, il Payment Card Industry Security Standards Council (PCI SSC), organismo formato dai principali circuiti di carte nel mondo - Visa e Mastercard per citare due tra i più conosciuti - ha elaborato nel tempo una serie di regole che identificano veri e propri standard di diverso livello - Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS) – nell'ambito dei pagamenti ai quali tutte le società che si occupano di pagamenti, a diverso titolo, si devono attenere. Il salvataggio del dato di carta sui

propri server richiede un grado di sicurezza molto elevato e il rispetto del livello di PCI compliance più complesso.

Proprio per ridurre l'impatto sui merchant mantenendo elevati standard di sicurezza, in ottemperanza a quanto richiesto dagli standard PCI, sono nati i **servizi di tokenizzazione che sollevano il merchant dalla necessità di avere certificazioni particolarmente onerose** e, allo stesso tempo, gli offrono maggiori opportunità di incasso. Il dato di carta viene in realtà salvato sui server del service provider, tipicamente il gateway di pagamento, che restituisce al merchant il token per finalizzare il pagamento.

I vantaggi per il merchant sono evidenti: viene sollevato dall'onere di gestione del dato e, allo stesso tempo, può godere dei benefici di delegare soggetti specializzati, incrementando la sicurezza del proprio Ecommerce. In realtà le opportunità non si limitano all'ambito della sicurezza ma ne beneficia anche l'esperienza d'acquisto del cliente e, di conseguenza, le vendite.

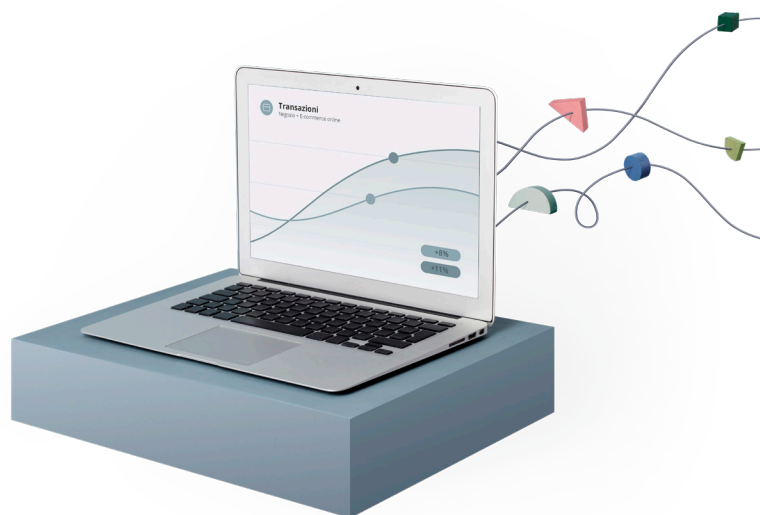
Il token: la chiave per un customer journey personalizzato

Il codice del token quindi non è più solo un elemento tecnico ma diventa uno strumento di marketing strategico e, in determinati contesti, irrinunciabile.

Il salvataggio del dato di carta da parte del cliente assume un ruolo chiave nel percorso di acquisto perché lo **agevola nei pagamenti successivi al primo**. Non solo, offrire l'opportunità ai propri clienti di salvare più carte di pagamento

personalizza ulteriormente il *customer journey*, offrendo un **vantaggio maggiore di opportunità in fase di checkout**.

La tokenizzazione poi **riduce i tempi del pagamento** e contribuisce a rendere più fluida l'esperienza, soprattutto se al cliente viene richiesto dalla società emittente la carta anche di [autenticarsi tramite Strong Customer Authentication](#).



Casi d'uso in un contesto PSD2 compliant

L'avvento della [PSD2 \(Payments Service Directive 2\)](#) ha reso i pagamenti online ancora più sicuri grazie all'introduzione della [SCA \(Strong Customer Authentication\)](#) che richiede un'autenticazione rafforzata a due o più fattori da parte dell'acquirente in fase di pagamento.

In questo scenario, l'utilizzo di token diventa **essenziale per tutti quei modelli di business che prevedono pagamenti ricorrenti o inviati dall'esercente al posto del cliente**. Se infatti la nuova normativa PSD2 prevede alcune eccezioni ed esenzioni proprio per la gestione di queste forme di incasso, l'uso di token resta fondamentale per finalizzare gli acquisti senza che venga richiesto l'intervento del cliente ad ogni ricorrenza.

Sono due le tipologie di pagamento interessate dalla tokenizzazione e previste nei concetti di **eccezione ed esenzione**:

1. Merchant Initiated Transactions (M.I.T.)

Sono pagamenti inseriti dall'esercente, previa autorizzazione dell'acquirente, senza che l'ordine di pagamento del cliente sia contestuale. Questi pagamenti possono avvenire solo per un gruppo ristretto di casi (ad es. bollette e bollettini, abbonamenti telefonici, servizi digitali, ricariche di digital wallet).

2. Pagamenti ricorrenti (Recurring Payments)

Nel caso di abbonamenti o transazioni ricorrenti con un valore fisso, la SCA sarà richiesta solo per la prima transazione (e non per i successivi rinnovi automatici). Se, ad un certo punto, il costo dell'abbonamento o della transazione ricorrente subisce una variazione, verrà nuovamente richiesto il [3DS \(3D Secure\)](#).

Questo ovviamente non si applica per quei prodotti che hanno un costo che varia in base a periodo e uso (es. costi in base ai consumi), e che rientrano

in quelle transazioni etichettate come "avviate dal merchant" e, quindi, sono esenti da SCA. Grazie al salvataggio della carta sui server del gateway, queste transazioni possono essere gestite in autonomia dal merchant senza l'intervento periodico del compratore, che dovrebbe altrimenti inserire periodicamente i dati di carta per finalizzare i singoli acquisti.

Oggi, **circa il 15% dei merchant Axerve si avvale del servizio di tokenizzazione** e con l'entrata in vigore della PSD2 il dato è in crescita. L'uso di token in sostituzione dei dati di carta cambia a seconda delle esigenze e del settore merceologico in cui opera il merchant. Tra i **casi d'uso** più comuni ci sono:

1. Pagamento da un'area riservata

Il caso d'uso più comune è quello in cui, in fase di pagamento, **il cliente conferma di voler utilizzare una carta salvata in precedenza** sul sito del merchant. Molto comune soprattutto nel caso di Ecommerce che offrono un'area cliente all'interno della quale il cliente può salvare alcuni dati per acquisti futuri: indirizzo di fatturazione, di spedizione e, appunto, i dati delle sue carte. Oggi, buona parte dei siti Ecommerce valuta l'implementazione dei token, a prescindere dal settore merceologico di appartenenza.

2. Pagamenti estemporanei e/o una tantum

In questo caso **il token viene utilizzato nel caso di addebiti spot**. Non esiste una relazione specifica con un settore merceologico preciso. Spesso la transazione viene generata al verificarsi di un evento non prevedibile, senza una programmazione specifica nel tempo. Ad esempio nel caso di pagamenti di pedaggi, parcheggi o ricariche di mezzi elettrici da colonnine o, più in generale, nel caso di fruizione occasionale di un servizio.

3. Pagamenti bollette e canoni

È un'esigenza tipica delle Telco e delle società di servizi in genere. La tokenizzazione **permette l'addebito ricorrente delle bollette o dei canoni**

riconducibili ai servizi erogati. Pensiamo ad esempio ai canoni per ADSL e telefonia mobile, o ancora ai servizi in streaming audio e video.

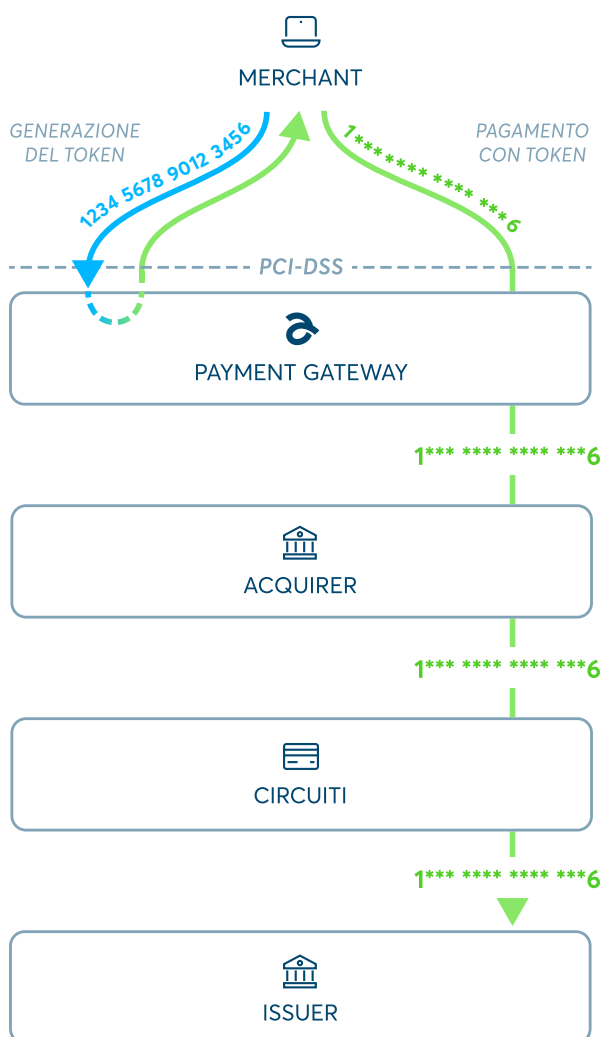
In tutti i casi i vantaggi di questa funzionalità sono molteplici, sia per il merchant che a seconda del modello di business potrebbe non riuscire ad incassare – a meno che ovviamente non decidesse di salvare i dati di carta sui propri server ma, come abbiamo visto, a fronte di un rapporto costi benefici a favore dei primi – sia per il cliente, che può contare su un customer journey alleggerito di un possibile ostacolo, perché magari sprovvisto dei dati di carta nel frangente di pagare.

Tipologie di token: dai Service Payments Provider a quelli di Circuito

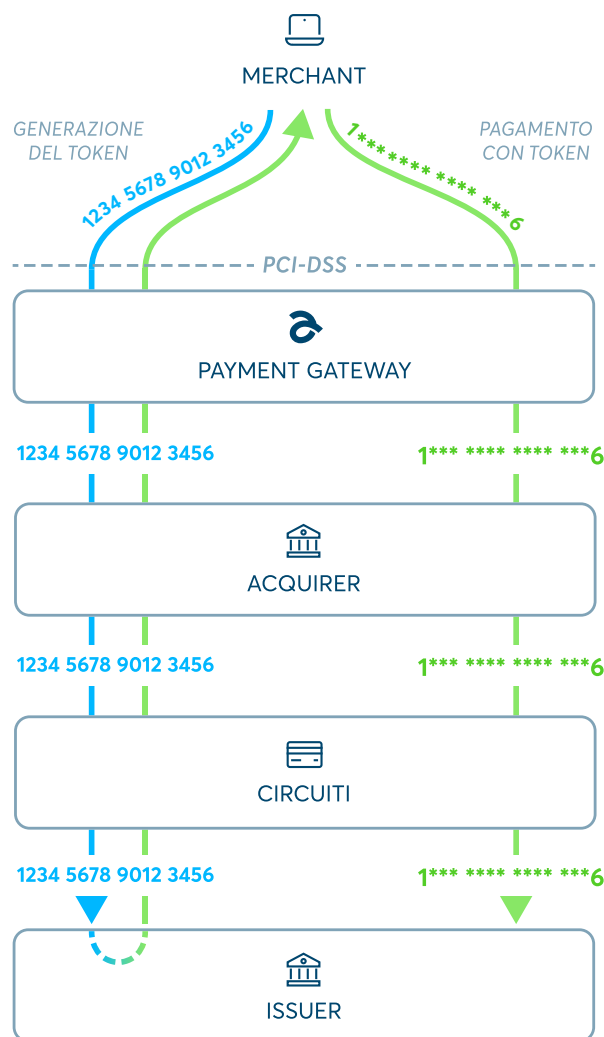
Appurata l'utilità essenziale dell'uso dello strumento, è possibile distinguere **due tipologie di token**. Se infatti esistono da tempo servizi di **tokenizzazione "proprietary"**, offerti dai *Service Provider* o gateway di pagamento, l'avvento della nuova normativa Europea che regolamenta

i pagamenti ha spinto i **Circuiti a sviluppare soluzioni dedicate**, per esempio [MDES for Merchants](#) di Mastercard, con l'obiettivo di standardizzare i processi di gestione a livello internazionale.

Token del PSP



Token di circuito



L'introduzione di queste nuove forme di tokenizzazione ha apportato una serie di vantaggi a tutto il sistema:

1. Incremento di authentication e authorization rate

I token di circuito sono strumenti sviluppati direttamente dai Circuiti che quindi ne conoscono pienamente le caratteristiche e i processi sottostanti. Il vantaggio più evidente è il **potenziale incremento di authorization rate**, cioè la possibilità di aver un maggior numero di transazioni autorizzate e un minor numero di SCA richieste agli acquirenti.

Il pagamento segue questo flusso semplificato:



2. Semplificazione e trasversalità di utilizzo

La possibilità di avvalersi di token di Circuito **può semplificare le integrazioni** tra Ecommerce e piattaforme di pagamento, inoltre è allo studio la possibilità di utilizzare gli stessi token trasversalmente su più gateway. Sino a prima del loro avvento, cambiare partner per la gestione dei pagamenti comportava anche il passaggio tra sistemi di tokenizzazione proprietari, con la conseguente necessità di usare un nuovo sistema di criptazione dei dati di carta ad essi sottostanti.

3. Aggiornamento automatico dei token

I dati delle carte sottostanti ai token possono subire delle variazioni, per esempio nel caso di carte scadute, rubate o smarrite. In questo caso le **informazioni**, in possesso dei Circuiti sui quali vengono emessi gli strumenti di pagamento, **vengono aggiornate automaticamente**, azzerando di fatto il rischio di mancata autorizzazione dei pagamenti per mancato aggiornamento dei dati di carta ("Preventable" card's lifecycle declines).

4. Maggiore sicurezza per il consumatore

Il salvataggio di carta sui server dei Circuiti **aumenta anche la sicurezza percepita dal consumatore** che, presumibilmente, potrebbe nutrire qualche diffidenza nei confronti del merchant e/o del gateway di pagamento che gestisce il pagamento semplicemente perché non si è mai affidato a loro in precedenza per un acquisto, ma è plausibile pensare che sia ben disposto ad affidare i suoi dati al circuito, banalmente anche solo perché il logo dello stesso è sovraimpresso sulla carta che sta utilizzando. Inoltre, l'acquirente potrà eliminare eventuali tokenizzazioni di carta dall'internet banking della banca che ha emesso la carta, riducendo ulteriormente il rischio di acquisti fraudolenti.

L'adozione dei token di Circuito in realtà non presuppone l'abbandono di quelli dei PSP, possono invece essere usati in "combinata", sia per evitare ai merchant radicali cambiamenti nelle integrazioni tra sito e gateway sia per non complicare processi aziendali già costituiti. In più, sino a che tutti gli issuer non avranno aderito, i token dei Payment Service Provider saranno ancora lo strumento primario.

Impatti futuri della tokenizzazione e SCA delegation

Entro il termine del 2020 l'attuazione di quanto previsto dalla PSD2 ci dirà quale sarà l'impatto sul sistema pagamenti, di certo si apriranno nuove opportunità per tutti gli attori coinvolti. Un tema già molto attuale che riguarda i prossimi possibili sviluppi legati alla tokenizzazione è quello legato al concetto di *SCA Delegation* e *Liability Shift*, in pratica la possibilità per il merchant di farsi carico dell'onere della Strong Customer Authentication spostando quindi la responsabilità delle eventuali frodi dall'Issuer all'esercente.

Questa eventualità è in fase di studio e vede la sua genesi dal confronto continuo tra Circuiti, Acquirer, Issuer e Merchant. Il ruolo dei Service Provider

in questo processo sarà fondamentale perché saranno loro che potranno offrire gli strumenti e le piattaforme per mettere nelle condizioni gli esercenti di procedere in questo senso, grazie al know how e alle certificazioni richieste dall'ecosistema

Axerve, in questo scenario articolato, ha un ruolo di primo piano e insieme a tutti gli attori coinvolti è già **pronta ad offrire servizi di tokenizzazione PSD2 compliant**. In collaborazione con tutta la filiera, sta investendo in ricerca per offrire un'offerta flessibile e in grado di adattarsi tempestivamente ai prossimi cambiamenti che si presenteranno.

Fonti e riferimenti

1. [Dati presentati da Roberto Liscia Presidente di Netcomm a Netcomm Forum Live 2020](#)
2. [European Commerce Report 2019 | Ecommerce Europe](#)
3. [E-commerce in Italia 2020 | Casaleggio Associati](#)
4. Proofpoint Q4 2019
5. [Survey Says?! ATOs Are a Major Threat and Many Merchants Are Unprepared | Riskified](#)



Your Payment Partner to Grow

www.axerve.com

