

**CONVENZIONE INTERBANCARIA
PER I PROBLEMI DELL'AUTOMAZIONE**

Seminario

**"Evoluzione dell'Information and
Communication Technology e riflessi
sulla distribuzione dei servizi bancari"**

***POSIZIONARE LE BANCHE AL CENTRO
DELL'E-BUSINESS***

Dr. Domenico SANTECECCA

**Direttore Centrale Area Servizi di Mercato
Associazione Bancaria Italiana**

**Banca d'Italia
Centro Donato Menichella**

Frascati, 21 settembre 1999

“Il prossimo anno sarà quello dello sviluppo dell’e-business che si presenta ormai inarrestabile”.

Da almeno tre anni leggiamo e discutiamo dell’imminente espansione del fenomeno, eppure, ancora oggi, esistono incertezze per gli operatori del sistema economico-finanziario che intendono fornire alla propria clientela soluzioni e servizi basati su nuovi canali telematici.

Esperienza nel settore della finanza e del commercio (distribuzione, marketing diretto) e la disponibilità di tecnologie adeguate sembrano essere gli ingredienti di base per il raggiungimento degli obiettivi, ma tutto questo non basta.

In realtà il problema è assai complesso e coinvolge, in ogni Stato, fattori di natura politica, giuridica, commerciale e tecnologica.

Una breve panoramica

Molti analisti ed esperti nel settore elaborano proiezioni sullo sviluppo dell’e-business nel prossimo futuro.

Vengono fornite stime sulle dimensioni potenziali del mercato; talune, riferite al commercio elettronico, raggiungono centinaia di miliardi di dollari per i prossimi anni: eccessiva fiducia basata su variabili non ancora traducibili in numeri attendibili?

Conosciamo alcuni casi, in particolare nel mercato dell’editoria e dell’informatica, che testimoniano, sulla base dei risultati economici, le potenzialità dell’e-business.

Dunque esistono fattori di successo che è necessario comprendere per focalizzare le principali variabili di sostegno dei mercati virtuali e dei sistemi di pagamento elettronico.

Per iniziare potremmo formulare alcune considerazioni inerenti le potenzialità dell’e-business nelle diverse aree geografiche tentando, ad esempio, di individuare alcune ragioni che hanno determinato lo sviluppo dei mercati virtuali statunitensi, sviluppo che si contrappone alla stagnazione dello stesso fenomeno anche in forti economie europee.

Negli Stati Uniti e nel Giappone, dove l’e-business presenta elementi positivi di crescita, troviamo sicuramente adeguate dimensioni di mercato che tuttavia si affiancano sempre a favorevoli scelte strategiche di sistema, anche in campo politico, e ad un coerente e pervasivo uso delle tecnologie.

Provando ad utilizzare questa chiave di lettura potremmo tentare di formulare ulteriori considerazioni che hanno visto la Francia inizialmente svantaggiata da scelte orientate al Minitel, che ha rallentato una tempestiva e capillare adozione di Internet e, conseguentemente, lo sviluppo dei mercati virtuali globalizzati; ancora peggiore si presenta la situazione nei grandi paesi dell’America meridionale, alle prese con un basso livello di consolidamento tecnologico e di informatizzazione dei segmenti retail e piccole imprese; ma anche più lento potrebbe essere lo sviluppo in quei paesi caratterizzati da un isolamento

politico come si osserva, ad esempio, in Cina, nazione che sarebbe in grado di presentare un mercato di dimensioni paragonabili a quello degli Stati Uniti.

L'Italia, nel processo di integrazione europea, dispone di un mercato potenzialmente adeguato. E' quindi necessario lavorare su un quadro legislativo che incentivi il settore, con particolare attenzione ai privati e alle piccole e medie imprese; è inoltre necessario favorire lo sviluppo delle telecomunicazioni, eseguire coerenti scelte in materia di sicurezza e soprattutto, dal nostro punto di vista, sviluppare il settore dei servizi di banca elettronica che dovranno disporre di un'infrastruttura nazionale, basata su regole di riferimento e soluzioni che costituiscano un reale sostegno per gli imprenditori (banche, SIM, operatori finanziari).

Il modello architetturale per l'e-business

L'evoluzione dell'architettura di riferimento per l'e-business nasce da fattori di mercato e da condizioni al contorno di natura tecnologica, in un riferimento caratterizzato dal processo di internazionalizzazione dei servizi telematici che dovranno rispondere alle esigenze emergenti dall'integrazione dei mercati europei.

Per fornire un esempio concreto potremmo mutuare i concetti riferibili al CBI (Corporate Banking Interbancario), ormai considerato unanimamente uno dei più chiari esempi di efficacia dell'approccio cooperativo basato sulla definizione e sull'utilizzo di regole e infrastrutture interbancarie.

In questo caso, per quanto riguarda i fattori di mercato, tra gli elementi che maggiormente hanno ricevuto l'impulso evolutivo, è necessario ricordare:

- l'ampliamento delle funzioni finanziarie, prima tra tutte l'estratto conto elettronico;
- l'introduzione di una nuova categoria di funzioni di natura logistico-commerciale che porterà il servizio a comprendere soluzioni per il commercio elettronico;
- l'adozione dello standard **Edifact**, richiesto dalle imprese per razionalizzare la gestione aziendale anche attraverso l'integrazione della documentazione elettronica di tipo commerciale e finanziario;
- l'adozione della **Firma digitale** per la sottoscrizione di quei documenti che richiedono l'equiparazione alla scrittura privata;
- l'utilizzo di applicazioni su **Reti aperte** per raggiungere un più ampio numero di utenti.

Tutto questo richiede la definizione di una nuova architettura per il CBI che si dovrà inquadrare in un modello più ampio di banca elettronica.

Il nuovo modello architetturale per l'e-business sarà influenzato dal fenomeno di frammentazione dei processi produttivi che accentuerà la divaricazione tra reti fisiche e reti logiche, ridefinendo gli elementi di base e i ruoli per la composizione dei nuovi servizi, prodotti e infrastrutture interbancarie.

Sulla disponibilità di regole e standard di sistema, dovrà essere garantita la più ampia **interoperabilità** tra i soggetti operanti con i nuovi servizi che, nati dalla libera composizione degli elementi di base (*routing, firma digitale, notarizzazione, time stamping, hosting ...*), garantiranno i principi di una efficace competizione domestica.

Inoltre, l'attuazione della cooperazione nella definizione delle regole di sistema, definite nel rispetto degli standard internazionali, costituirà un valido sostegno per una efficace competizione internazionale.

Gli elementi della nuova architettura dovranno, dunque, essere orientati alla circolarità interbancaria ed anche all'integrazione di differenti servizi (*informazioni finanziarie, home/corporate banking, on-line trading, pagamenti elettronici, e-commerce*) realizzati sulla base di infrastrutture logiche e fisiche di sistema.

La concretezza di un'attuazione

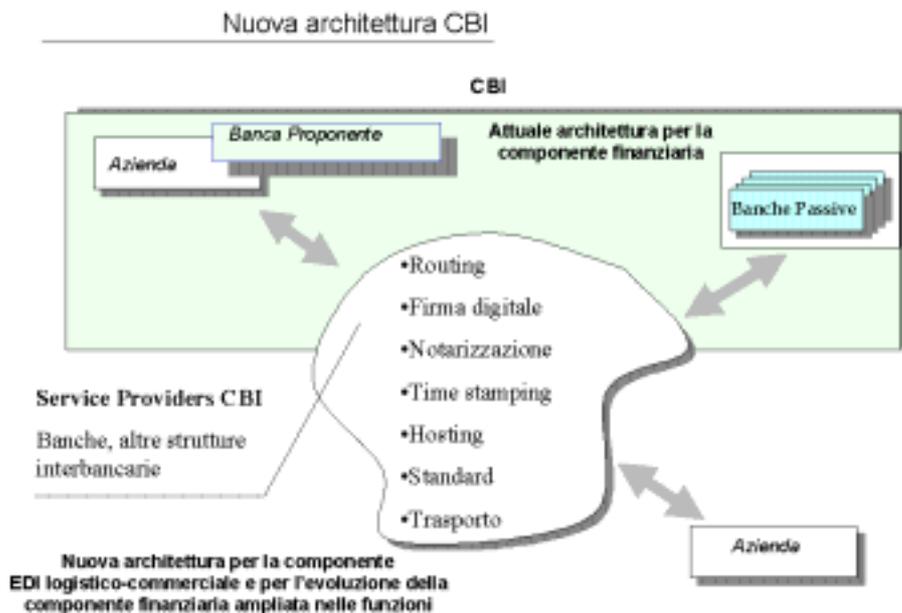
La nuova architettura, già accolta dal Comitato Guida CBI-EDI nelle linee generali, troverà, a breve, la sua prima applicazione, nel progetto di attivazione della componente EDI logistico-commerciale.

L'iniziativa prevede la partecipazione del CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi), in qualità di partner delle banche CBI.

Data la natura del Consorzio, che è deputato dal cosiddetto decreto Ronchi a gestire lo smaltimento dei materiali di imballaggio, è coinvolto un elevato numero di imprese (circa 20.000 nella sola fase di avvio, appartenenti ai più diversi segmenti di mercato) soggette all'obbligo di dichiarazione degli imballaggi trattati e, conseguentemente, al pagamento del contributo fatturato dal Consorzio.

Il progetto si qualifica positivamente per l'opportunità offerta alle banche di avvicinarsi gradualmente alla nuova architettura e alla metodologia EDIFACT, nella prospettiva peraltro di approfondire successivamente il contesto applicativo sulla base di esigenze già formulate da altre imprese, tra le quali in particolare la SOFID, del gruppo ENI, che ha manifestato l'intendimento di utilizzare il nuovo servizio, presentandosi come ulteriore partner di progetto.

L'architettura prevede anche l'utilizzo delle reti aperte (Internet) nell'ambito di un servizio a valore aggiunto erogato da nuove figure che potremmo definire Service Providers CBI (Banche, Strutture Interbancarie).



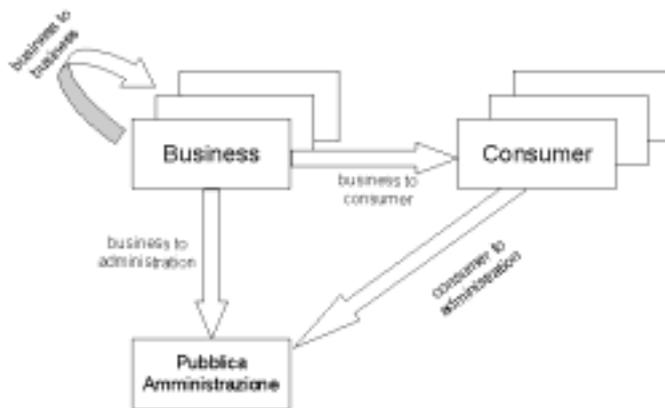
La soluzione che accoglierà gli standard internazionali, consentendo lo scambio elettronico delle informazioni commerciali (fatture, listini, ordini d'acquisto ...), dovrà anche soddisfare le esigenze di innalzamento delle prestazioni del servizio.

Le banche al centro dell'e-business

Le banche occuperanno "fisiologicamente" il centro dell'e-business purché interpretino il loro ruolo nella più estesa potenzialità.

L'affermazione, valida in generale, trova nel commercio elettronico un caso facilmente comprensibile.

Il commercio elettronico nelle sue diverse definizioni (diretto e indiretto in relazione alla possibilità di accedere al bene o al servizio, direttamente dalla rete o tramite canali convenzionali) e in funzione dei soggetti coinvolti (business to consumer, business to business ...) trova radicali differenze attuative per le problematiche che presenta.



Iniziamo ponendo l'ipotesi che la transazione commerciale tra due soggetti possa esemplificarsi in tre fasi fondamentali:

- la conclusione del contratto;
- la distribuzione dei beni o la fruizione dei servizi acquistati;
- il pagamento.

Sulla base di quanto premesso prendiamo in esame l'area di applicazione business to business che offre i maggiori spunti di riflessione in relazione al prepotente ingresso della rete Internet e ai sistemi di pagamento che conseguentemente dovranno essere individuati.

La prima considerazione riguarda l'attuale commercio elettronico tra imprese, costituito prevalentemente da "pool" di aziende che *operano tra partner noti e affidabili*, appartenenti a specifici settori e che utilizzano reti chiuse e tecniche di sicurezza, di sovente, proprietarie. In questa situazione la rete di comunicazione è esclusivamente un mezzo.

Lo sviluppo della rete Internet ha introdotto drastici mutamenti al precedente modello aprendo il mercato su scala globale e coinvolgendo un numero illimitato di partner, anche sconosciuti, che utilizzano reti aperte non protette e pertanto richiedono sicurezza, autenticazione e garanzie sui pagamenti.

In questo caso la rete non costituisce più un mezzo di trasporto ma diviene il mercato.

Siamo arrivati al punto: *per operare nel nuovo mercato virtuale, è necessario disporre di terze parti fidate che dovranno offrire, in particolare, servizi di certificazione e*

autenticazione dei soggetti, di notarizzazione delle transazioni e di garanzia dei pagamenti.

Il sistema creditizio si trova al centro dell'e-business perché in esso troviamo la capacità di proporre soluzioni complete (integrate con la componente finanziaria) in grado di fornire l'adeguata risposta a tutti i problemi chiave percepiti dall'utenza, quando anche sappiamo che la disaggregazione della catena del valore genera opportunità per nuovi ruoli specializzati che potrebbero essere interpretati da operatori non bancari.

Il valore della cooperazione di sistema

Il sistema bancario italiano dispone di una consolidata tradizione di cooperazione che ha prodotto risultati (COGEBAN, CBI, firma digitale ...) di indiscutibile valore in campo nazionale; le stesse soluzioni, anche a livello internazionale, costituiscono fonte di ispirazione per la definizione dei nuovi servizi, favoriti dal processo di integrazione europea.

Siamo alle porte della cosiddetta e-economy, una vera rivoluzione per le imprese e, in particolare, per le banche la cui attività è prevalentemente costituita da prodotti immateriali ad alto contenuto informativo.

Il solo potenziale evolutivo, impresso da Internet al modello di business della banca, giustifica un impegno immediato, orientato a scongiurare le minacce legate all'ingresso di nuovi operatori.

A titolo di esempio si pensi **all'intermediazione mobiliare**, per la quale è ipotizzabile un prossimo ingresso di operatori USA; inoltre negli stessi Stati Uniti e nel Regno Unito si inizia ad assistere alla concorrenza dei network privati che offrono servizi di compensazione tra ordini di acquisto e di vendita.

Nei **sistemi di pagamento**, il fenomeno si presenta ancora più evidente; basti pensare, per il *settore corporate*, all'effetto che i sistemi di "procurement on-line" (nell'ambito del commercio elettronico business to business) potrebbero avere sulla disintermediazione del circuito di incassi e pagamenti da parte di operatori quali IBM, Microsoft, Telecom ed altri; non meno rilevante è l'esempio riferito al tema dell'e-billing e all'influenza che verrà esercitata sulle carte di pagamento con la crescita del commercio elettronico.

Le variabili in grado di generare opportunità per i competitori bancari possono, tuttavia, essere utilizzate a favore degli operatori finanziari, già consolidati nei loro mercati tradizionali.

Esistono straordinarie "condizioni al contorno" per creare valore per gli istituti e i sistemi bancari nazionali che meglio sapranno interpretare il potenziale del nuovo mercato virtuale.

L'Associazione Bancaria Italiana si è posta l'obiettivo di contribuire al rafforzamento della competitività del sistema bancario ampliando il proprio impegno nell'individuazione e definizione:

- *(nell'ambito dell'analisi di mercato)* di modelli di business, delle opportunità attese e ottenute anche a livello internazionale, delle criticità sulle tecniche di approccio, dei processi evolutivi...;
- *(nell'ambito delle fasi di attuazione)* di modelli organizzativi, di standard, di infrastrutture logiche e fisiche, di piattaforme tecnologiche e applicative comuni.

Per gli obiettivi che si prospettano, le banche confidano nell'efficacia del principio della cooperazione necessaria a creare le condizioni per accelerare lo sviluppo del settore nel suo complesso.

Il fattore tempo costituirà l'elemento chiave per ridurre la vulnerabilità del sistema verso i nuovi attori.

Il coordinamento degli interventi, garantito dall'Associazione insieme alla CIPA, diverrà più complesso, in un'opera da continuare ed ampliare, per la quale sono sicuro che tutte le forze tradizionalmente impegnate non mancheranno di offrire il loro indispensabile contributo.