

Tas Group: la fabbrica del software

Da Redazione BitMAT - 08/05/2017



L'azienda punta su una struttura interna rinnovata e ampliata, altamente specializzata per offrire soluzioni flessibili ed in linea con le strette normative in continua evoluzione del mondo bancario e finanziario.

6

Software di qualità, compliance e tecnologia. Questa è Tas Group, azienda italiana dallo spirito internazionale che opera nel mondo della monetica, dei pagamenti digitali ed ERP. Abbiamo intervistato Valentino Bravi e Peter Caiazzi, rispettivamente amministratore delegato e direttore della Digital Software Factory della società.

Il mercato dei pagamenti digitali è in crescita: quali le prospettive?

Il mondo sta cambiando grazie all'avvento delle nuove tecnologie, così allo stesso modo anche il mercato dei pagamenti: esiste infatti una discontinuità rispetto al passato che vede l'utente di oggi interagire con sistemi digitali innovativi. Non solo: ampi cambiamenti avverranno nei prossimi anni grazie all'entrata in vigore della normativa europea PSD2 che porterà sia nuove opportunità, ma anche innovazioni sostanziali per banche e altri attori già appartenenti al settore o nuovi entranti.

Come si posiziona il nostro Paese rispetto alle altre nazioni?

Nonostante l'elevato uso del contante, in tema di pagamenti elettronici non si può dire che l'Italia sia meno avanzata rispetto a molte altre nazioni, se guardiamo alle tecnologie disponibili e alle normative in vigore. Ampio è ad esempio il divario con gli USA dove solo in questi mesi la FED sta rilanciando alcune regole per allinearsi con quanto sta avvenendo in Europa. Il cittadino americano è infatti abituato a sistemi di pagamento assai diversi rispetto al Vecchio Continente. Basti pensare che la maggior parte delle transazioni avviene attraverso assegno bancario (gratuito per chi lo emette o lo incassa), mentre i bonifici sono

poco utilizzati a causa degli alti costi di incasso (il beneficiario può subire commissioni bancarie fino a 25 dollari). Inoltre sulle carte di pagamento solo ora in USA si sta abbandonando la banda magnetica a favore del chip.

Come mai allora secondo l'Osservatorio sulla diffusione dei pagamenti digitali (realizzato da the European House – Ambrosetti) l'Italia è tra gli ultimi in Europa?



A condizionare il divario con le altre nazioni del vecchio continente nell'utilizzo degli strumenti di pagamento digitali ci sono molti fattori, su tutti l'elevato livello di evasione fiscale che caratterizza il nostro Paese e con esso il conseguente fenomeno del "nero". Invece non vediamo un problema sicurezza, considerando gli elevati standard utilizzati ormai da tutti gli attori coinvolti nei pagamenti digitali, dalle banche alle payment institution.

Ma quindi quanto sono sicuri i pagamenti digitali?

Le Banche investono ogni anno tantissime risorse in sicurezza informatica, che hanno portato, tra l'altro, all'introduzione di sistemi di autenticazione quasi infallibili. In caso di operazioni da remoto è sempre richiesto l'inserimento delle proprie credenziali, login e password, a cui si aggiunge spesso la richiesta di un codice temporaneo (token personale o quello ricevuto tramite sms). Può interessare sapere che la direttiva PSD2 introdurrà misure ancora più severe per la sicurezza dell'operatività on-line, sia in carico alle Banche che agli altri attori coinvolti nell'interazione col cliente pagatore. Tornando allo strumento carta, è tutt'ora frequente la richiesta di carta di identità per la verifica della corrispondenza tra il nome del titolare e la persona fisica per le transazioni face to face presso gli esercenti. Inoltre, in caso di furto o truffa, è possibile ripudiare pagamenti e/o bloccare il pagamento in real time oltre a ricevere un rimborso una volta accertata la frode. Indubbiamente questo livello di sicurezza e di garanzie per il consumatore è totalmente assente nel caso di transazioni in contante.

Le nuove tecnologie aprono sicuramente a nuove opportunità. Cosa state facendo in proposito?

Abbiamo portato a fattor comune le migliori competenze di sviluppo software precedentemente distribuite in aree separate per linea di business, ampliando la struttura anche grazie all'acquisizione del ramo di azienda di Content Interface, una Digital Solution Company nata nel 2010 già Partner di TAS su progetti orientati al mondo Retail di più



recente implementazione. La nuova struttura denominata "Digital Software Factory" è stata affidata ad una figura espertissima nel campo della Digital Innovation finanziaria, come Peter Caiazzi. La Digital Software Factory è composta oggi da un team di 30 persone dedicate oltre ad alcune decine che vengono coinvolte sui singoli progetti di sviluppo e che si occupano di creare nuove soluzioni e di

perfezionare un framework comune sul quale aumentare la condivisione delle informazioni provenienti dalle tre famiglie di prodotti dell'offerta core di TAS Group. Non solo, le soluzioni vengono ora pensate così da fornire esperienze d'uso simili anche tra prodotti diversi, in modo da facilitare l'utente finale e ridurre l'effort di formazione all'uso.

Inoltre, per dare voce alle numerose startup dedicate al mondo dei pagamenti digitali, stiamo lanciando una practice molto simile ad un incubator, che ha l'obiettivo di offrire supporto e competenza di dominio sui pagamenti a quelle molteplici realtà che nascono sul territorio nazionale ed estero, molto avanzate in termini di tecnologia ma a volte troppo deboli sotto il profilo della sostenibilità dei casi d'uso e/o del modello di business rispetto alla normativa e alle best practice dell'industria dei pagamenti. TAS offre loro non solo competenza tecnologica ma anche una conoscenza ed un'esperienza relativamente alle normative e ai sistemi di pagamento e della monetica unica in Italia.

Come si compone la vostra offerta?

Tas Group sviluppa soluzioni software per la monetica, i pagamenti, i mercati finanziari e i sistemi ERP. L'offerta è stata completamente rinnovata negli ultimi anni grazie ad investimenti di quasi 30 milioni di euro.

Quale è il vostro punto di forza?

Sicuramente l'elevata flessibilità di adattamento alle esigenze dei nostri clienti e partner, garantita dalle soluzioni che si evolvono rispetto alle nuove normative e ai trend di mercato, oltre che a livello tecnologico. È possibile infatti installare le nostre proposte su piattaforme disomogenee ed in base alle tecnologie che i nostri clienti hanno già in essere. Per aumentare il grado di flessibilità stiamo investendo molto per deliverare le soluzioni in Cloud e per ampliare le API di accesso e integrazione verso terze parti.

Come commercializzate le vostre soluzioni?

In Italia, dove il team è composto da circa 350 risorse, vendiamo prevalentemente direttamente mentre all'estero, grazie alle 50 risorse dislocate nel mondo, ci affidiamo al

canale indiretto. È previsto un rafforzamento delle sedi estere ed è forte la volontà di stringere accordi con nuovi Partner.

A quali clienti vi rivolgete?

Tas Group serve prevalentemente banche commerciali e centrali d'Europa, ma anche realtà attive nei servizi finanziari, global broker dealer e pubblica amministrazione. Abbiamo clienti in oltre 20 paesi al mondo.

Che risultato avete raggiunto nel 2016?

Grazie a circa 48 milioni di euro di fatturato abbiamo chiuso l'anno con un aumento dei ricavi complessivi dello 0,8%. Circa l'80% di essi deriva dal mercato italiano.

Quali le prospettive per il 2017?

Sul mercato Italia l'obiettivo è quello di proteggere la base installata e allargare il business nei prossimi anni a seguito dell'entrata in vigore della PSD2 (2018) e delle soluzioni di instant payment (fine 2017). Nell'anno in corso ci aspettiamo invece una maggiore crescita nei mercati esteri.

6

Redazione BitMAT

<http://www.bitmat.it/>

BitMAT Edizioni è una casa editrice che ha sede a Milano con una copertura a 360° per quanto riguarda la comunicazione rivolta agli specialisti dell'Information & Communication Technology.

