



Capgemini press contacts:

Vanessa Carmicino

Marketing & Communication

vanessa.carmicino@capgemini.com

+ 39 393 8850441

Community Group:

Roberto Patriarca

roberto.patriarca@communitygroup.it

+39 335 6509568

Francesca Visioni

francesca.visioni@communitygroup.it

+39 351 1410677

World Payments Report 2021: le banche devono abbracciare con urgenza la prossima generazione di pagamenti per rimanere competitive

Secondo il report, entro il 2025 pagamenti istantanei ed e-money rappresenteranno più del 25% delle transazioni globali non-cash, in aumento rispetto al 14,5% del 2020

Milano, 7 ottobre 2021 – Secondo il [World Payments Report 2021](#) pubblicato oggi da [Capgemini](#), per il settore dei pagamenti sta iniziando una nuova era focalizzata sull'esperienza (Payments 4.X¹), introdotta dalla rapida trasformazione dovuta alla pandemia di COVID-19 e alla diffusione del digitale tra i consumatori. La domanda di opzioni di pagamento digitali è più elevata che mai, soprattutto nell'area Asia-Pacifico dove si riscontra la percentuale più elevata a livello globale e dove si assiste alla crescita delle aspettative legate a transazioni veloci, pagamenti istantanei, e-money, sistemi di sicurezza e customer experience di livello superiore.

Dal report emerge che quasi il 45% dei consumatori utilizza frequentemente i wallet sui dispositivi mobili per effettuare pagamenti (oltre 20 transazioni all'anno), in aumento rispetto al 23% registrato dall'indagine del 2020. Seguendo la stessa tendenza, anche le transazioni globali non-cash in ambito B2B aumenteranno avvicinandosi ai 200 miliardi entro il 2025, dai 121,5 rilevati da Capgemini nel 2020.

*"Con la progressiva diffusione di pagamenti digitali e tramite dispositivi mobili, le aziende del settore devono essere in grado di soddisfare le aspettative dei consumatori in termini di velocità e facilità d'uso", ha dichiarato **Monia Ferrari, Financial Services Director di Capgemini in Italia**. "Per abbracciare la nuova era dei pagamenti, le banche devono costruire un ecosistema di partnership che consenta loro di stare al passo con i cambiamenti".*

Con la ripresa dei consumi, i pagamenti di nuova generazione guideranno la crescita delle transazioni non-cash

Il report rileva che, con il rimbalzo dei consumi stimato per il 2021, le transazioni non-cash aumenteranno, trainate da pagamenti istantanei, e-money e metodi di pagamento di nuova generazione come Buy Now Pay Later (BNPL), criptovalute e pagamenti invisibili e biometrici. Dopo otto anni di crescita a due cifre, l'ascesa delle transazioni non-cash a livello globale ha subito un rallentamento, scendendo al 7,8% nel 2020 dal 16,5% del 2019, a causa di un approccio più cauto dovuto alle condizioni di mercato incerte. Si stima tuttavia che le transazioni non-cash a livello globale torneranno a una crescita del tasso composto di crescita annuale (CAGR) del 18,6% sulla spinta dei pagamenti di nuova generazione (previsioni 2020-2025), raggiungendo un volume di 1,8 trilioni entro la fine del periodo.

¹ L'era Payments 4.X sarà caratterizzata da un focus sull'esperienza e da un maggiore consolidamento del settore, in grado di attirare realtà esperte di tecnologia all'interno dell'ecosistema.



A livello globale, l'area Asia-Pacifico sta guidando la rivoluzione dei pagamenti digitali. Entro il 2025, la regione registrerà più della metà di tutte le transazioni non-cash, con un CAGR del 28% nel periodo 2020-2025. In Europa, oltre mezzo miliardo di cittadini dichiara che acquisterà beni o servizi online nel 2021 (compreso un 25,5% rappresentato da transazioni transfrontaliere),² e nella stessa area aumenteranno sia i pagamenti effettuati con dispositivi mobili che l'e-commerce transfrontaliero, con le transazioni che supereranno quota 400 miliardi nel 2025 a un CAGR del 13% (previsioni 2020-2025). Si prevede invece che in Nord America i volumi dei pagamenti non-cash si stabilizzeranno, a causa della scarsa crescita delle transazioni con carta di credito o debito e della più lenta adozione dei pagamenti con dispositivi mobili.

L'aumento delle aspettative dei consumatori mette sotto pressione le tradizionali infrastrutture di pagamento

Con la progressiva adozione del digitale, le tradizionali infrastrutture di pagamento sono messe a dura prova dall'aumento dei volumi e dalla necessità di elaborazioni istantanee. Circa il 55% dei dirigenti intervistati ha affermato che le loro priorità di investimento in ambito tecnologico riguardano proprio la modernizzazione dell'infrastruttura di pagamento, con interventi come implementazione di sistemi di pagamento in tempo reale, integrazione con API, migrazione ISO 20022 e migrazione al cloud. I provider devono dare la massima priorità alle competenze digitali per rimanere competitivi, dal momento che il COVID-19 ha portato alla digitalizzazione dei pagamenti sia in ambito retail che B2B. L'ampio divario in termini di customer satisfaction e la crescente richiesta di opzioni digitali continuano a ridefinire il customer engagement nel settore dei pagamenti. Tra le principali aree in cui le aspettative dei clienti non risultano allineate con le priorità dei dirigenti il report elenca programmi fedeltà, esperienza di transazione, opzioni alternative di pagamento e prodotti sostenibili.

I regolatori puntano a raggiungere un equilibrio tra innovazione e sicurezza

I provider di servizi di pagamento hanno beneficiato di un nuovo approccio da parte delle principali iniziative normative e industriali (key regulatory and industry initiatives o KRII), volto a promuovere e facilitare un ambiente compatibile con i pagamenti digitali. Per la prima volta da quando vengo rilevate le KRII, i regolatori si sono infatti impegnati a condurre azioni bilanciate su tutti gli obiettivi primari (riduzione del rischio, standardizzazione, concorrenza e trasparenza, innovazione), al fine di mantenere un equilibrio nel panorama dei pagamenti.

Le KRII sono coinvolte in un processo ciclico di efficienza, attenzione al cliente, innovazione e collaborazione. Assicurando la parità di condizioni attraverso misure antimonopolistiche e la condivisione trasparente dei dati, i policymaker evidenziano un futuro favorevole all'universo open finance. Secondo il report, i provider di pagamenti dovrebbero trarre il massimo da questo approccio, continuando a innovarsi per soddisfare le esigenze dei consumatori.

Le aziende del settore dei pagamenti devono prepararsi all'era Payments 4.X

Con l'aumento dei consumi e la moltiplicazione dei metodi di pagamento non tradizionali, le aziende orientate al futuro entreranno nell'era Payments 4.X, caratterizzata da una customer experience di qualità superiore garantita da dati, infrastrutture condivise, piattaforme ed embedded finance. Per quanto riguarda i piani di redditività, la maggior parte delle aziende del settore dei pagamenti ha intrapreso azioni volte al miglioramento del modello operativo, come investire in terze parti per sviluppare proposte innovative (52%), orchestrare un ecosistema basato su API e passare a un business model basato su piattaforme (45%). Le aziende di maggiore successo collaboreranno con

² [Internet Retailing](#), "European eCommerce revenues jump 30% to US\$465bn in 2021", consultato a luglio 2021. [E-Commerce News Europe](#), "25.5% of ecommerce in Europe is cross-border", 31 marzo 2021.



le PayTech e gli altri partner dell'ecosistema per sviluppare soluzioni a partire dalla customer experience anziché dai prodotti. La maturità delle API, la potenza dei dati, l'aumento delle capacità di elaborazione e l'agilità garantita dal cloud permetteranno di superare le transazioni tradizionali e generare nuovi approcci di monetizzazione nell'era Payments 4.X.

Metodologia di ricerca

Il World Payments Report 2021 offre informazioni su 44 mercati in varie regioni geografiche. Per i grafici macro descrittivi a livello mondiale sono state individuate cinque regioni: Europa, Nord America, Asia-Pacifico, America Latina e MEA, raggruppate in base a criteri geografici, economici e di maturità del mercato dei pagamenti non-cash. Più di 6.300 consumatori hanno preso parte all'indagine Voice of the Consumer e sono state inoltre condotte interviste a 210 dirigenti del settore dei pagamenti.

Capgemini

Capgemini è leader mondiale nel supportare le aziende nel loro percorso di trasformazione digitale e di business facendo leva sul potere della tecnologia. Lo scopo del Gruppo è garantire un futuro inclusivo e sostenibile, sprigionando l'energia umana attraverso la tecnologia. Capgemini è un'organizzazione responsabile e diversificata di 290.000 persone presente in quasi 50 paesi nel mondo. Oltre 50 anni di esperienza e una profonda conoscenza dei settori di mercato rendono Capgemini un partner affidabile per i suoi clienti, in grado di fornire soluzioni innovative per le loro esigenze di business, dalla strategia alla progettazione alle operation, grazie alle competenze in ambito cloud, dati, AI, connettività, software, digital engineering e piattaforme. Nel 2020 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 16 miliardi di euro.

Get The Future You Want | <http://www.capgemini.com/it-it/>