

Capgemini press contacts:
Michela Cotich
Marketing & Communication
michela.cotich@capgemini.com
+39 347 3620244

Community Group:
Michele Bon
michele.bon@communitygroup.it
+39 338 6933868

Carlo Carboni
carlo.carboni@communitygroup.it
+39 348 9412226

World Payments Report 2020: Il COVID-19 segnerà la fine dei pagamenti in contanti?

Uno scenario caratterizzato da aumento dei volumi, cambiamento nei comportamenti dei consumatori e maggiori rischi sta producendo un nuovo panorama per i pagamenti

Milano, 6 ottobre 2020 – Le aziende attive nel settore dei pagamenti sono spinte verso una rapida trasformazione, proprio nel momento in cui si trovano a gestire volumi di transazioni più consistenti e devono far fronte a una maggiore concorrenza e a fattori di rischio più elevati amplificati dalla pandemia di COVID-19: è quanto emerge dal [World Payments Report 2020](#), pubblicato oggi da [Capgemini](#).

*"Il COVID-19 ha accelerato il processo di innovazione nell'universo dei pagamenti per arrivare a definire una nuova normalità, in cui le aziende del settore dovranno padroneggiare il digitale. I consumatori sono alla ricerca di velocità, convenienza e di una migliore customer experience, quindi i fornitori di servizi di pagamento devono offrire prodotti e servizi che rispondano a queste richieste", ha dichiarato **Monia Ferrari, Financial Services Director di Capgemini in Italia**. "Le banche e le società di pagamenti più lungimiranti da un lato stanno dando priorità alla trasformazione tecnologica, per ottenere un back-end più snello e agile che possa stare al passo con un front-end digitale, e dall'altro stanno adottando un approccio collaborativo con nuovi player, per creare organizzazioni più agili".*

Prima dell'inizio della pandemia, i volumi dei pagamenti avevano già raggiunto nuovi massimi storici, che ci si aspetta continueranno a crescere a una velocità che riflette sia la maggiore dipendenza dalle transazioni non-cash sia l'effetto di una situazione economica meno florida a livello globale. Il report stima che il tasso composto di crescita annuale (CAGR) per le transazioni non-cash si attesti al 12% a livello globale nel periodo 2019-2023. Le transazioni globali non-cash sono aumentate di quasi il 14% nel periodo 2018-2019, raggiungendo quota 708,5 miliardi, il tasso di crescita più alto registrato nell'ultimo decennio. L'Asia-Pacifico ha superato l'Europa e il Nord America divenendo il leader in termini di volume delle transazioni non-cash nel 2019, registrandone 243,6 miliardi. Tale incremento è stato trainato dall'aumento nell'utilizzo degli smartphone, dal boom dell'e-commerce, dall'adozione dei digital wallet e dalle innovazioni nei pagamenti mobile e tramite QR code, specie in mercati come Cina, India e altri paesi del sudest asiatico (crescita del 31,1%).

L'aumento della concorrenza costringe i player tradizionali a evolversi

I clienti stanno riducendo l'utilizzo dei contanti grazie a una maggiore dimestichezza con i pagamenti digitali e i nuovi player stanno diventando sempre più popolari, tanto che dal report emerge che il

30% dei consumatori si avvale già di servizi di pagamento offerti dalle BigTech¹ e il 50% sta già utilizzando per alcuni pagamenti una banca challenger². Inoltre, ad aprile, più del 38% dei consumatori ha dichiarato di aver scoperto un nuovo provider di pagamenti durante il lockdown. Secondo il 68% degli intervistati, l'internet banking e i versamenti diretti sui conti correnti sono stati e sono tuttora il metodo di pagamento prediletto durante la crisi sanitaria globale. Le carte contactless (*tap-to-pay*) sono state indicate come il secondo metodo di pagamento più utilizzato, preferite dal 64% degli intervistati, mentre i digital wallet (compresi i pagamenti basati su QR code) sono stati la prima scelta per il 48% del cluster.

Metodi di pagamento alternativi potrebbero continuare a far crescere l'universo dei pagamenti non-cash, visto che i consumatori sono alla ricerca di velocità, convenienza e di una migliore customer experience. Si prevede che il numero degli utenti dei digital wallet passi dai 2,3 miliardi del 2019 a 4 miliardi entro il 2024, ovvero il 50% della popolazione mondiale. I pagamenti invisibili, o i processi di pagamento automatizzati come quelli che si trovano negli store Amazon Go e Uber sono sulla buona strada per raggiungere un CAGR del 51% nel periodo 2017-2022.

Tecnologia e collaborazione possono aiutare le aziende del settore dei pagamenti a far fronte ai nuovi rischi

Dal momento che il mercato continua a essere attraversato da innumerevoli cambiamenti e visto l'incremento delle opzioni di pagamento disponibili, le società del settore devono affrontare un rischio crescente in termini di business, regolamentazione e operations. I dirigenti intervistati affermano che le aziende sono esposte a rischi relativi a cybersecurity (42%), regolamentazione (37%), operatività (35%) e business (30%). L'87% di loro ritiene che la probabilità di incorrere in vulnerabilità dal punto di vista informatico sia elevata, in quanto gli hacker stanno sfruttando i punti deboli emersi con i lockdown istituiti per fronteggiare la pandemia, che portano a un aumento del rischio di attacchi informatici, riciclaggio di denaro e finanziamento di organizzazioni terroristiche. Le società dei servizi di pagamento stanno quindi utilizzando attivamente la tecnologia per contribuire a ridurre l'esposizione a nuovi rischi.

Per i tesoriери aziendali, che si trovano ad affrontare sfide e inefficienze in ambito B2B, la pandemia ha imposto di guardare al digitale per affrontare le questioni relative a rischio di controparte, soluzioni di connettività, automazione dei pagamenti e sicurezza informatica. I tesoriери aziendali ora necessitano che banche e società di pagamenti migliorino il servizio per quanto riguarda integrazione API e risk management, oltre che pagamenti e tracciamento in tempo reale.

Se da un lato i dirigenti bancari hanno classificato l'innovazione visibile ai clienti (79%) e la trasformazione digitale (75%) come i principali driver delle loro iniziative strategiche per il 2020 e oltre, dall'altro la trasformazione dei pagamenti appare inevitabile. Nell'ambito di questa trasformazione, la collaborazione può essere un elemento utile per fronteggiare l'incertezza dovuta alla pandemia, poiché le autorità di regolamentazione si concentrano sulla gestione dei rischi, soprattutto per quanto riguarda i pagamenti non-cash. Le banche stanno lavorando attivamente per ottenere un back-end più snello e agile che possa stare al passo con un front-end digitale, sia sviluppando capacità interne sia lavorando con nuovi player agili dal punto di vista digitale. Oltre allo sviluppo di capacità interne, il 60% dei dirigenti bancari ritiene che la collaborazione con terze parti lungo tutta la catena del valore li aiuterà ad ampliare le offerte legate all'ecosistema.

¹ Il termine BigTech si riferisce a grandi aziende multinazionali del comparto tecnologico come Google, Amazon, Facebook, Apple e Alibaba.

² Le banche challenger sono banche di nuova creazione che hanno un proprio sistema bancario core e competono direttamente con quelle tradizionali, a volte specializzandosi in aree poco servite da queste ultime. Alcuni esempi includono NuBank, Chime e Monzo.



Metodologia di ricerca

Il World Payments Report 2020 offre informazioni su 44 mercati in varie regioni geografiche. Per i grafici macro descrittivi a livello mondiale sono state individuate sei regioni: Europa, Nord America, Asia-Pacifico, Asia emergente, America Latina e MEA, raggruppate in base a criteri geografici, economici e di maturità del mercato dei pagamenti non-cash. Più di 8.600 consumatori hanno preso parte all'indagine Voice of the Consumer, mentre un'ulteriore indagine online condotta tra banche, FinTech, fornitori di servizi di pagamento e aziende ha raccolto i dati di 235 intervistati. Sono inoltre state condotte 45 interviste a dirigenti di banche, società di pagamento, società di carte di credito, fornitori di servizi tecnologici e retailer.

Capgemini

Capgemini è leader mondiale nei servizi di consulenza, trasformazione digitale, tecnologici e per l'ingegneria. Il Gruppo è all'avanguardia nell'innovazione per consentire ai suoi clienti di orientarsi al meglio nel mondo in costante evoluzione del cloud, del digitale e delle piattaforme. Forte di oltre 50 anni di esperienza e di una profonda conoscenza degli specifici settori di mercato, Capgemini sostiene le organizzazioni nel realizzare le proprie ambizioni di business, offrendo una gamma di servizi che vanno dalla strategia alle operations. Capgemini è mossa dalla convinzione che il valore di business della tecnologia sia creato dalle e attraverso le persone ed è oggi un'organizzazione multiculturale di 270.000 dipendenti presenti in quasi 50 paesi nel mondo. Con Altran, nel 2019 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 17 miliardi di euro.

Visita il nostro sito www.capgemini.com. *People matter, results count.*