

## L'evoluzione dei pagamenti

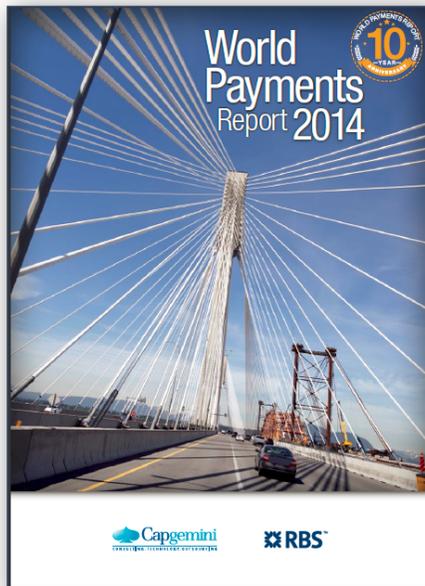
Novembre 2014



# Sommario

- World Payments Report 2014: principali evidenze
- I principali elementi che guidano la trasformazione del mercato
- L'offerta di Capgemini

# World Payments Report



- Il World Payments Report è uno studio prodotto da Capgemini con Royal Bank of Scotland che analizza ogni anno lo stato dell'industria dei pagamenti
  - Nuove normative
  - Trends
  - Impatti sugli operatori
- Quest'anno è stata pubblicata la **10° edizione del WPR** nella quale viene fatto un **bilancio complessivo** dei cambiamenti che hanno interessato l'industria dei pagamenti nell'ultimo decennio
- Il WPR può essere downloadato dal sito [www.worldpaymentsreport.com](http://www.worldpaymentsreport.com)

# Il WPR evidenzia il costante aumento delle transazioni non-cash a livello globale

## Mercato non cash 2013e

**Volume  
366 mld**

**Crescita  
+9,4%**

**+5,6%**  
economie  
avanzate

**+20,2%**  
economie in  
via di sviluppo

### Carte

Guadagnano quote di mercato a discapito degli altri strumenti in tutte le regioni

### Credit transfer

È il segmento con il secondo maggior tasso di crescita

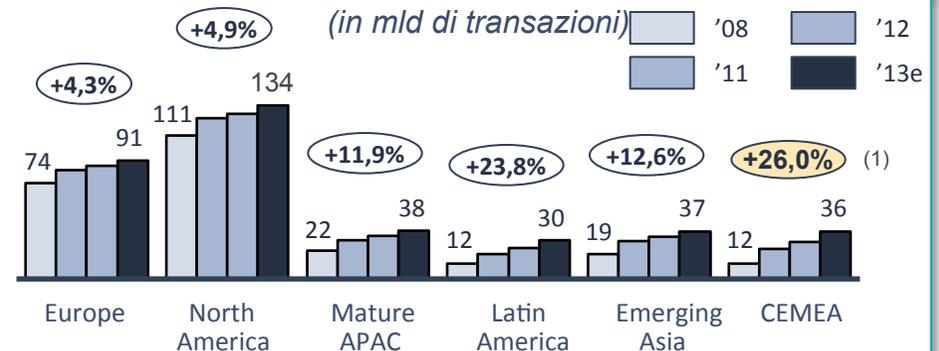
### Direct Debit Transfer

Mostra una crescita stabile a livello globale

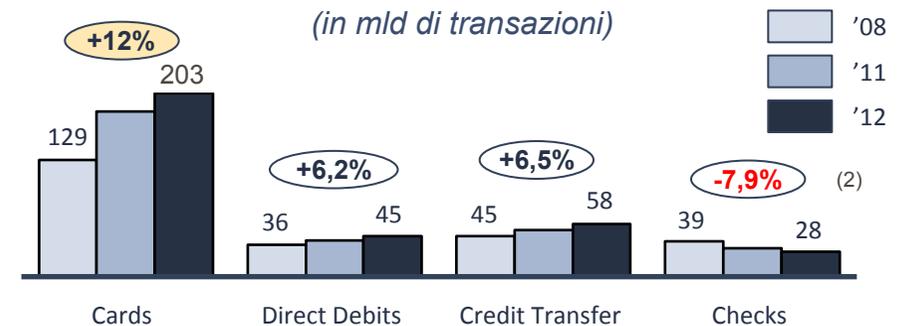
### Assegni

Proseguono nel trend negativo ma hanno ancora vita residua

## Transazioni Non-Cash



## Mix di Pagamento



**La crescita delle transazioni non-cash è guidata principalmente dalle economie emergenti e dalla crescente diffusione delle carte**

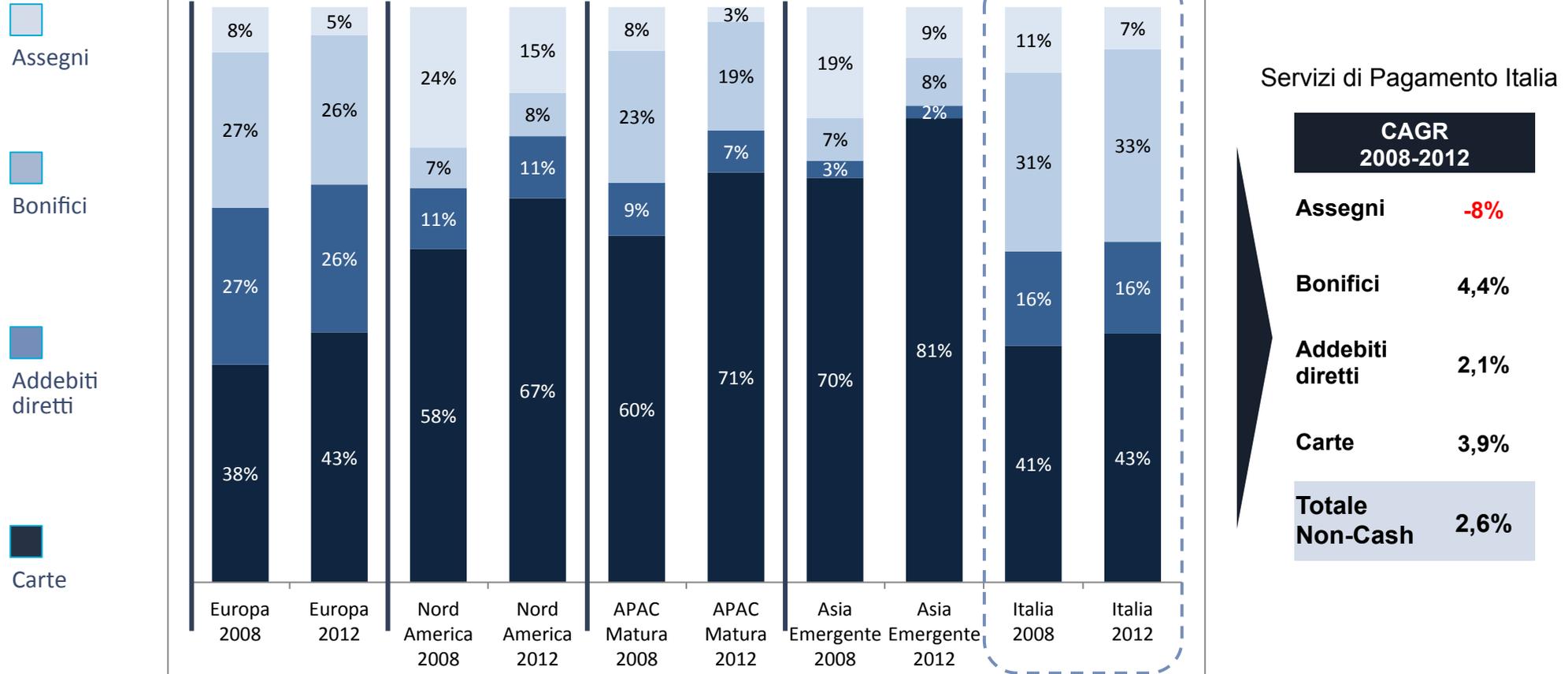
(1) CAGR 2008-2013e

(2) CAGR 2008-2012

Source: World Payment Report 2014, Capgemini Research

# Le transazioni non-cash dal 2008 al 2012 in Italia sono aumentate con un tasso di crescita inferiore rispetto all'Europa ed al resto del mondo

Transazioni dei Pagamenti Non-Cash, Italia, 2008 - 2012

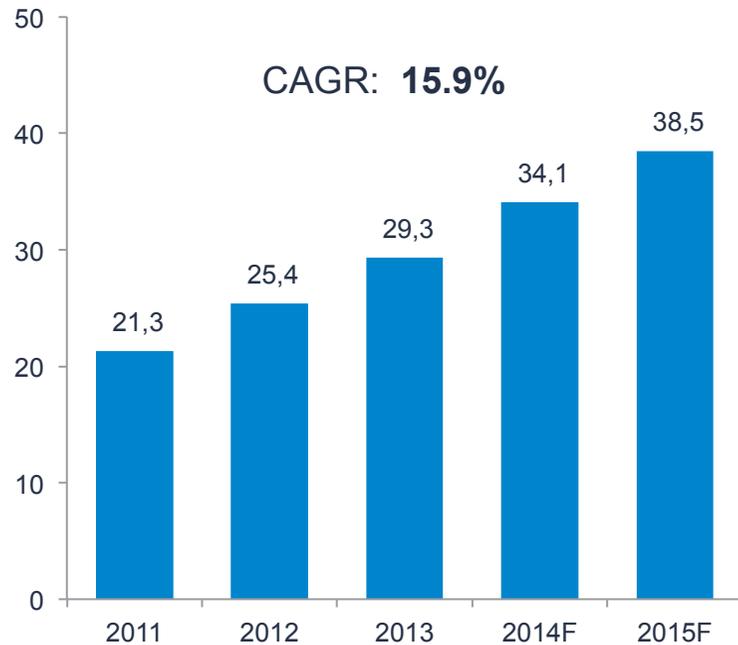


In Italia la crescita più rilevante è stata registrata per i Bonifici e le transazioni tramite Carte di Credito e Debito

# Continua la crescita elevata di e- ed m-payments e si rafforza la loro convergenza



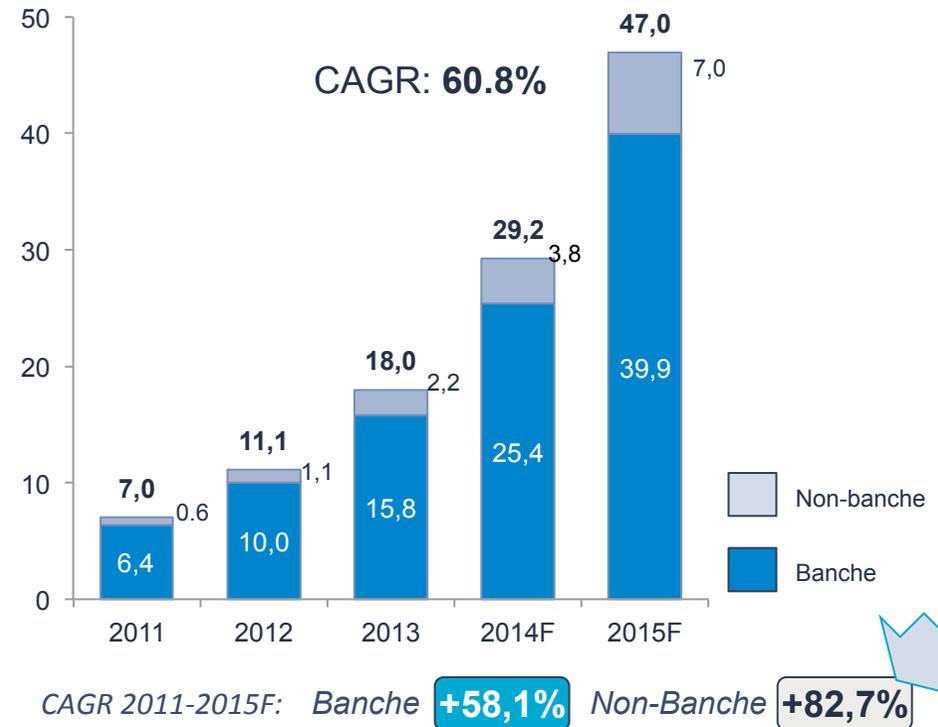
## E-Commerce Transactions



Note: Numero di transazioni globali (miliardi), 2011–2015F



## M-Payments



**La diffusione del mobile alimenta la crescita elevata degli m-payments e la sostituzione degli e-payments**

# L'evoluzione dei pagamenti è guidata dalla regolamentazione, dalla tecnologia e dalle esigenze dei clienti



## Trend regolamentari

<i>PSD II</i>	<i>Interchange fees</i>	<i>SEPA for cards</i>
<i>m-Payment Security</i>	<i>Current Account Switching</i>	<i>Tokenization for Cards</i>
<i>Data Privacy</i>	<i>Internet payment security</i>	<i>Mobile payment security</i>



## Trend tecnologici

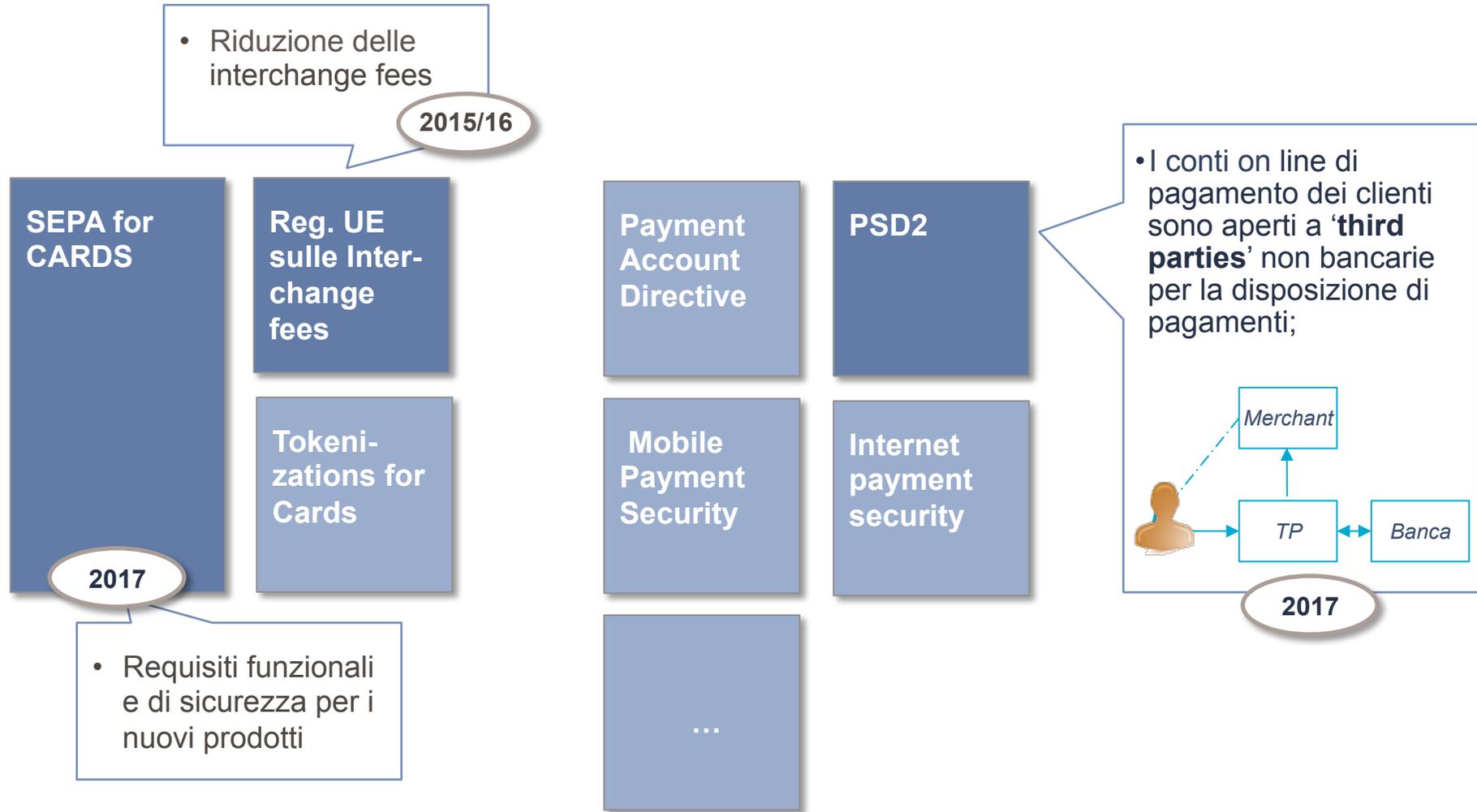
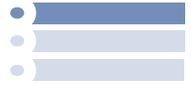
<i>Social Media</i>	<i>NFC</i>	<i>Digital Wallets</i>	<i>e-Payment</i>		
<i>Beacons</i>	<i>m-Payment</i>	<i>Cloud</i>	<i>Digital Currencies</i>	<i>Apps</i>	<i>Big Data</i>



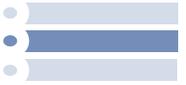
## Trend guidati da customer needs & behaviours

<i>Utilizzo di molteplici modalità di pagamento</i>	<i>Real-time</i>	<i>Costi ridotti</i>
<i>'Anytime' / 'Anywhere'</i>	<i>Facilità d'uso</i>	<i>Risk Management</i>
	<i>Value-Added Services</i>	

# Nei prossimi anni il mondo delle carte sarà interessato da molteplici iniziative regolamentari con impatto su innovazione, margini e processing



# La tecnologia abilita la trasformazione delle componenti di front e di back end



Esempi

## Digital wallets

Contesto

- Sostituzione dei portafogli fisici
- Elevata crescita degli m-payments favorita dai nativi digitali

Utilizzo

- Diverse soluzioni fruibili (es. Apple, Google)
- Possibilità di avere tutte le proprie carte di debito/credito, coupon, gift card, carte fedeltà e prepagate in un unico luogo sicuro digitale

Impatto sui pagamenti

- Consentono di abbinare servizi di pagamento e opportunità di convenienza/risparmio
- Semplificano la gestione dei pagamenti per i retailers
- Favoriscono la migrazione massiva ai pagamenti non-cash
- Determinano l'ingresso di nuovi player e la competizione per occupare il mercato (War of Wallets)

## Big data

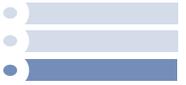
- Quantità di dati di transazioni in aumento
- Necessità di combinare dati da nuove fonti (es. social media, wallets)
- Crescente importanza della personalizzazione dell'offerta

**VISA**

- Effettua una analisi anti frode in real time di oltre **500 fattori** basata su Dati delle transazioni, Comportament di acquisto, Interessi e preferenze

- Consente di identificare i possibili rischi
- Consente di identificare opportunità commerciali lungo tutte le fasi di acquisto
- Abilita l'offerta ai consumatori di servizi personalizzati in tempo reale (es attraverso il wallet)
- Consente di differenziare l'offerta

# Per soddisfare le esigenze dei clienti è necessario disporre di modelli operativi e piattaforme di processing adeguati



# I trend in corso avranno un elevato impatto sul mercato

## Trend in corso

**Regulation**

**Technology**

**Customer needs & behaviour**

## Impatti sugli operatori

### Si riducono i margini

- La riduzione delle interchange fees, la concorrenza di nuovi strumenti e attori porterà a ridurre i margini e ad aumentare la pressione sugli attuali operatori

### Aumenta la complessità

- Nuovi player, nuove tecnologie, elevate aspettative da parte della clientela aumentano la complessità e richiedono nuove competenze e rapidità di risposta

### Aumentano i potenziali rischi di frode

- Nuove tecnologie, nuovi processi di esecuzione dei pagamenti aumentano i possibili rischi di frode e richiedono un costante presidio

**Nel nuovo contesto gli operatori devono focalizzarsi sulle capabilities chiave e fare leverage su partner agili ed innovativi**

# Capgemini è leader in europa nelle soluzioni per le carte

## Molteplicità di soluzioni con focus su prepaid

- Open loop
- Closed loop

## Copertura Europea

- Clienti in **14 paesi**, 9 lingue e 7 valute

## Referenze

- **500 clienti** in differenti settori
- **3 miliardi** di transazioni/anno

## Capabilities

- **8 datacenter** in europa
- Soluzioni multichannel, multiproducts
- **Pay as you go** oppure **Licenza**

# Natixis si è affidata a Capgemini per la gestione delle carte prepagate



16 milioni di carte

6,5 miliardi di transazioni

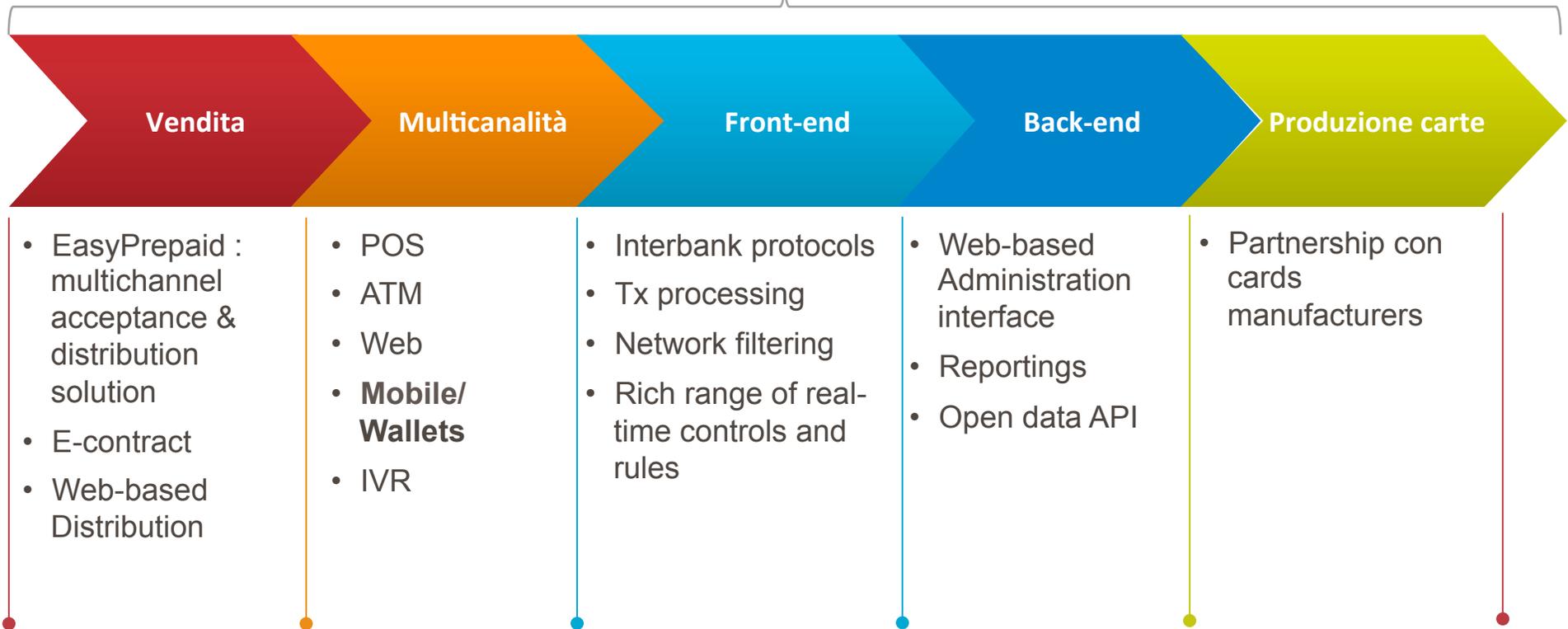


## Open-loop and filtered-loop prepaid cards services :

- Payroll
- Incentive
- Gift Cards for Shopping Mall
- Multi-services contactless cards(payment & transportation)
- Social benefits
- Meal cards



# Capgemini è in grado di offrire in modalità SaaS un servizio end-to-end altamente personalizzabile e con ridotto time-to-market



## About Capgemini



Con 120.000 dipendenti in 40 paesi nel mondo, Capgemini è una delle maggiori multinazionali di Management Consulting, Information Technology e Outsourcing. Nel 2011 il Gruppo ha registrato ricavi per 9,7 miliardi di euro. Insieme con i propri clienti, Capgemini elabora e implementa soluzioni di business e soluzioni tecnologiche adatte alle loro esigenze e ai risultati attesi.

Una organizzazione profondamente multi-culturale, un modo unico e distintivo di lavorare - la Collaborative Business Experience™ - e un modello globale di delivery distribuita chiamato Rightshore®, da sempre distinguono il Gruppo Capgemini.

L'offerta Capgemini Italia è orientata verso questi mercati: Financial Services, Energy & Utilities, Manufacturing, Automotive, Consumer Products, Retail & Distribution, Public Administration, Telecom Media & Entertainment.

Capgemini Italia ha registrato nel 2011 un fatturato di 170 milioni di euro. A seguito della recente acquisizione del Gruppo AIVE - importante azienda italiana di soluzioni software e servizi professionali per grandi e medie organizzazioni - oggi Capgemini Italia conta su oltre 2.400 professionisti dislocati su 13 sedi in Italia.

*Rightshore® is a trademark belonging to Capgemini*



[www.it.capgemini.com](http://www.it.capgemini.com)

