

GRUPPO BANCARIO ISTITUTO CENTRALE DELLE BANCHE POPOLARI ITALIANE

Carte 2014

Sessione “Nuove Soluzioni per i pagamenti”

Alessandro Zollo - Responsabile Marketing e Innovazione

Roma, 19 Novembre 2014



AGENDA

- Il sistema dei pagamenti in Italia: stato dell'arte e futuri sviluppi
- ICBPI: Profilo e offerta

LO STATO DELL'ARTE DEI PAGAMENTI IN ITALIA

❑ **Aspetti politico-normativi**

- Lotta all'evasione e tracciabilità dei pagamenti
- **Agenda Digitale** e dematerializzazione facilitatori per lo sviluppo del sistema dei pagamenti elettronici

❑ **Strategia delle banche**

- Riduzione di filiali fisiche e sviluppo di una **nuova multicanalità**

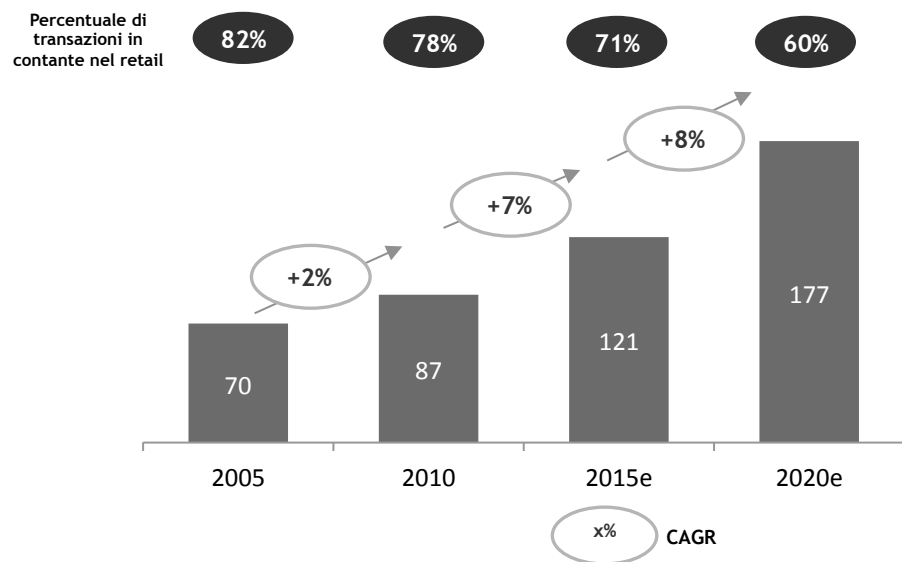
❑ **Abitudini degli utilizzatori**

- **Elevato uso del contante** (83% sul totale dei pagamenti) e bassa propensione all'uso di strumenti di pagamento alternativi
- La presenza di **32 milioni di possessori di smartphone** possono favorire il mobile payment per l'acquisto di beni digitali
- L'**E-commerce** mostra buoni tassi di crescita (+18%)
- Circa **34 milioni di utenti e-banking**

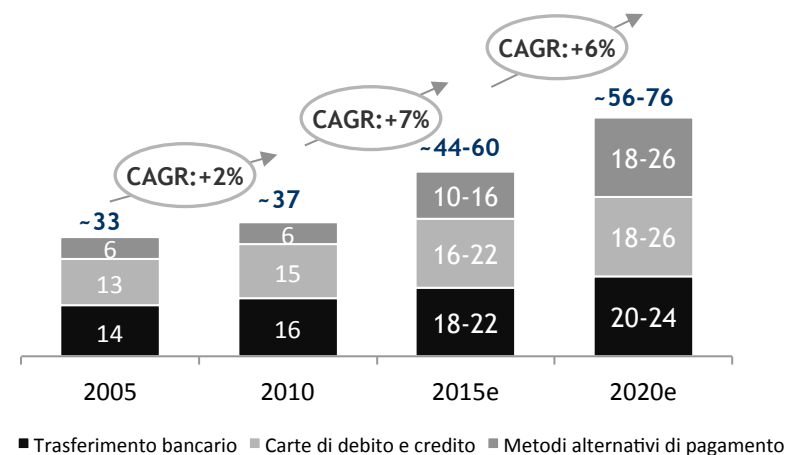
Source: Prometeia, Bank of Italy, ABI Lab, Politecnico di Milano, Report SEPA e Pagamenti

TREND DI MERCATO DEL SISTEMA PAGAMENTI IN EUROPA

TRANSAZIONI NON-CASH IN EUROPA (MLD DI TRANSAZIONI)

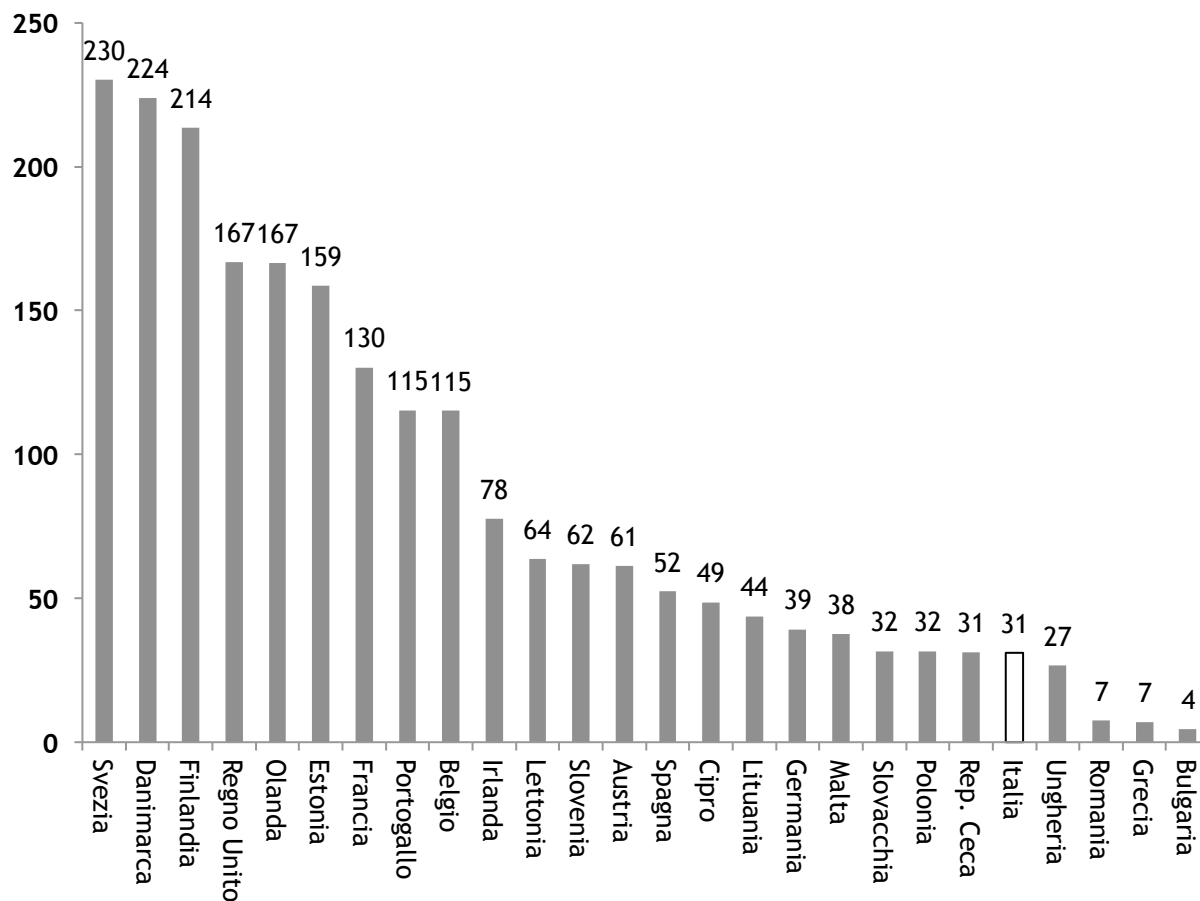


RICAVI DEL SETTORE PAGAMENTI IN EUROPA (MLD DI €)

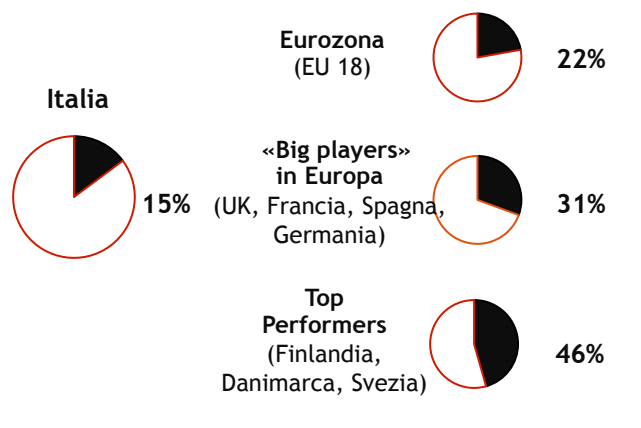


Source: European Payments Strategy Report (2013), Mediobanca

L'USO DELLE CARTE DI PAGAMENTO COME PRINCIPALE STRUMENTO CASHLESS MOSTRA COME L'ITALIA ABBA UN GAP RISPETTO ALLE PIÙ AVANZATE ECONOMIE EUROPEE



%Speso dei consumatori con carte ed altri strumenti contactless (NFC, Mobile, ecc.)



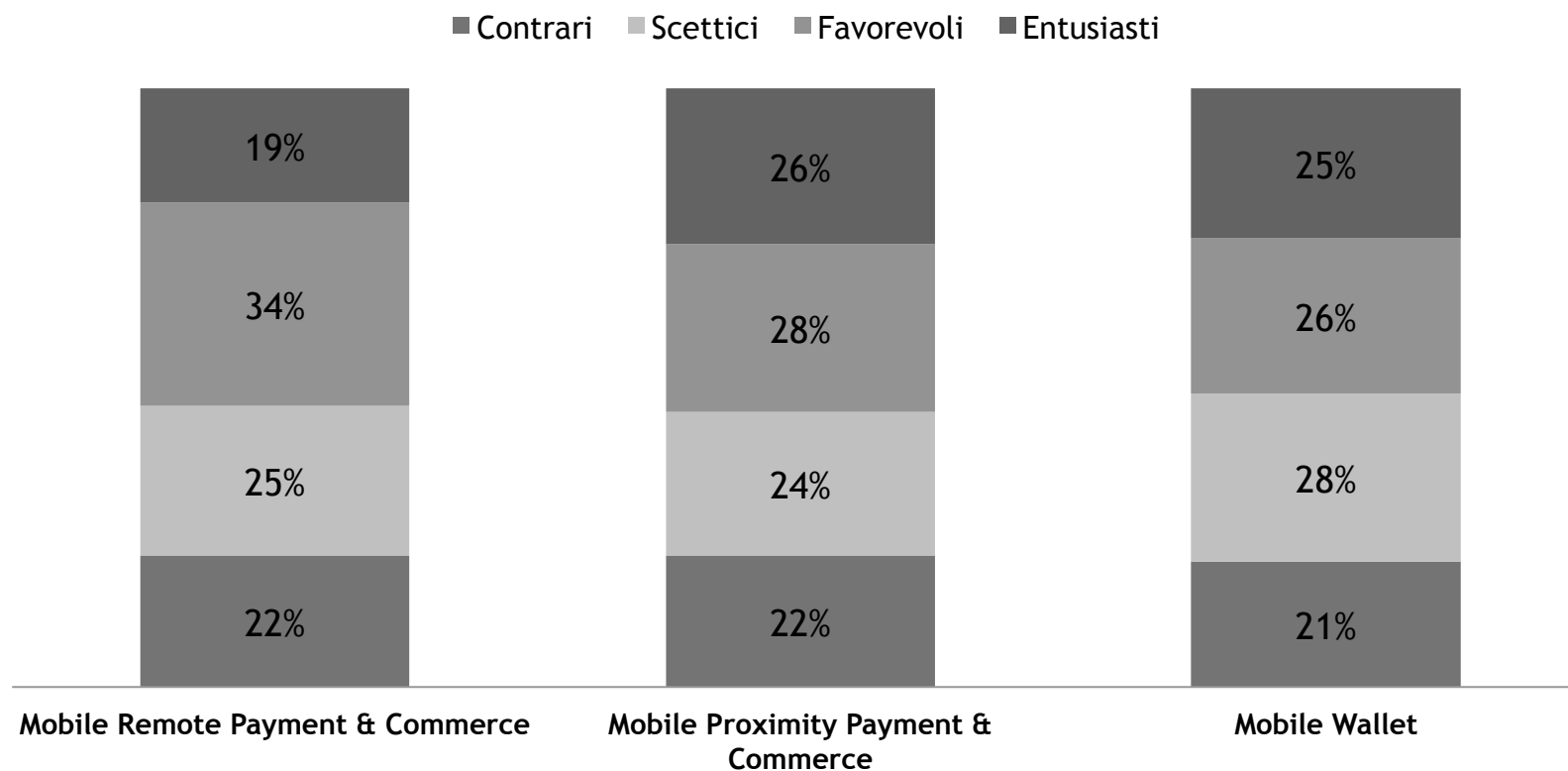
L'infrastruttura in Italia è in grado di supportare la crescita dei pagamenti cashless

- 1.584.189 terminali POS attivi
- 42.908 ATM attivi

Source: ECB and Bank of Italy

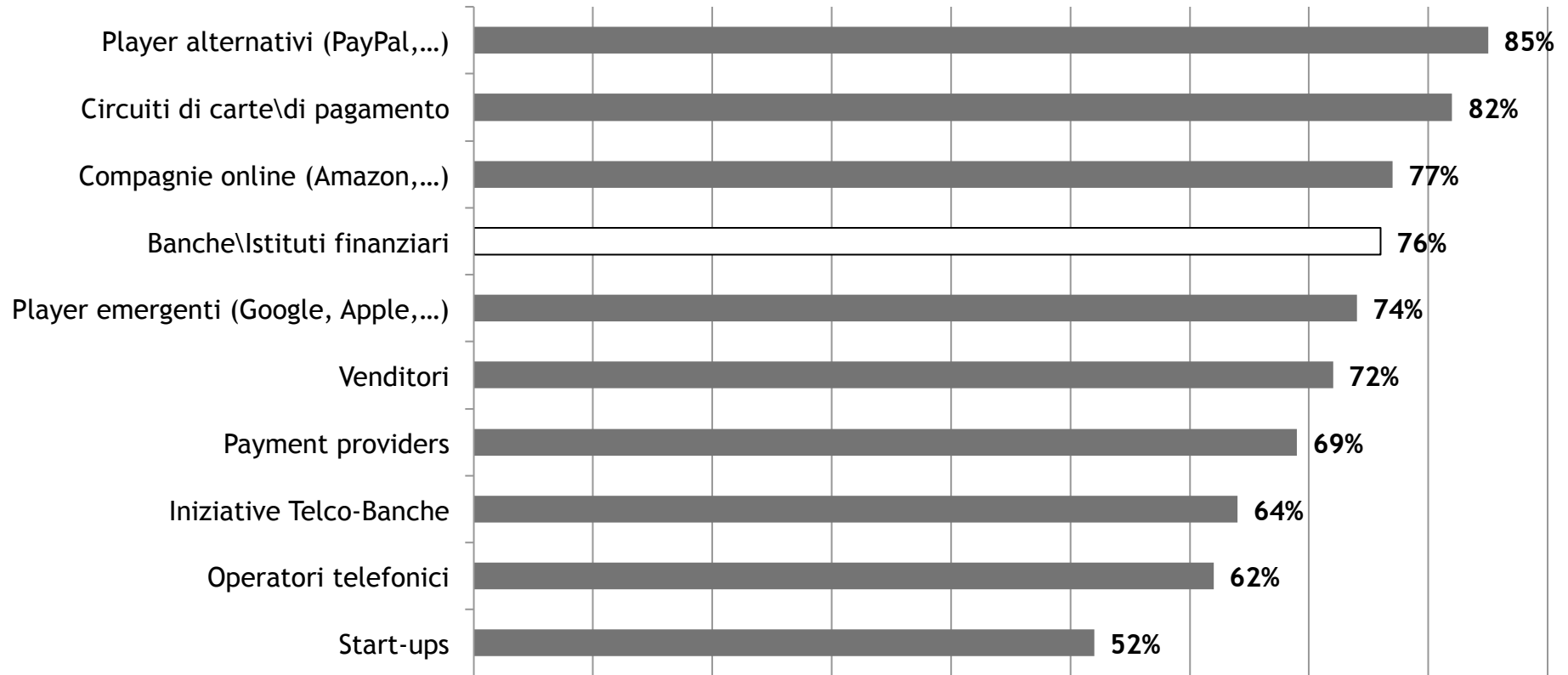
GLI UTENTI VOGLIONO UNA SPINTA INNOVATIVA NEI PAGAMENTI

Livello di gradimento degli utenti per i sistemi di pagamento innovativi



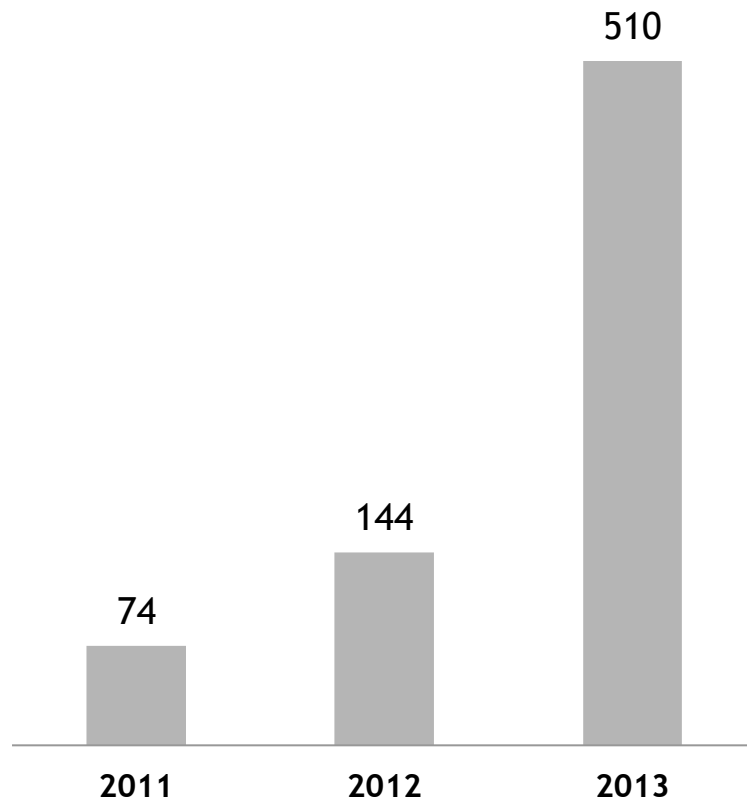
LE BANCHE DEVONO AGIRE SUBITO

I Player in grado di guidare la crescita nei pagamenti mobili secondo gli utenti

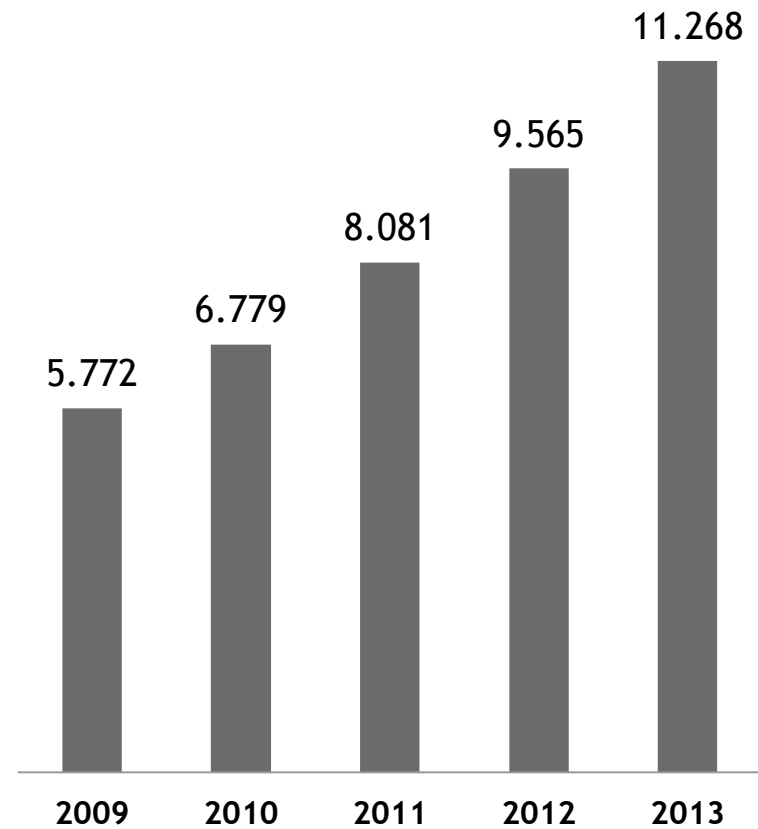


LA DINAMICA DELL'E-COMMERCE IN ITALIA

Valore vendite Mobile Commerce da Merchant Italiani (mln €)



Valore vendite e-Commerce B2c da Merchant Italiani (mln €)



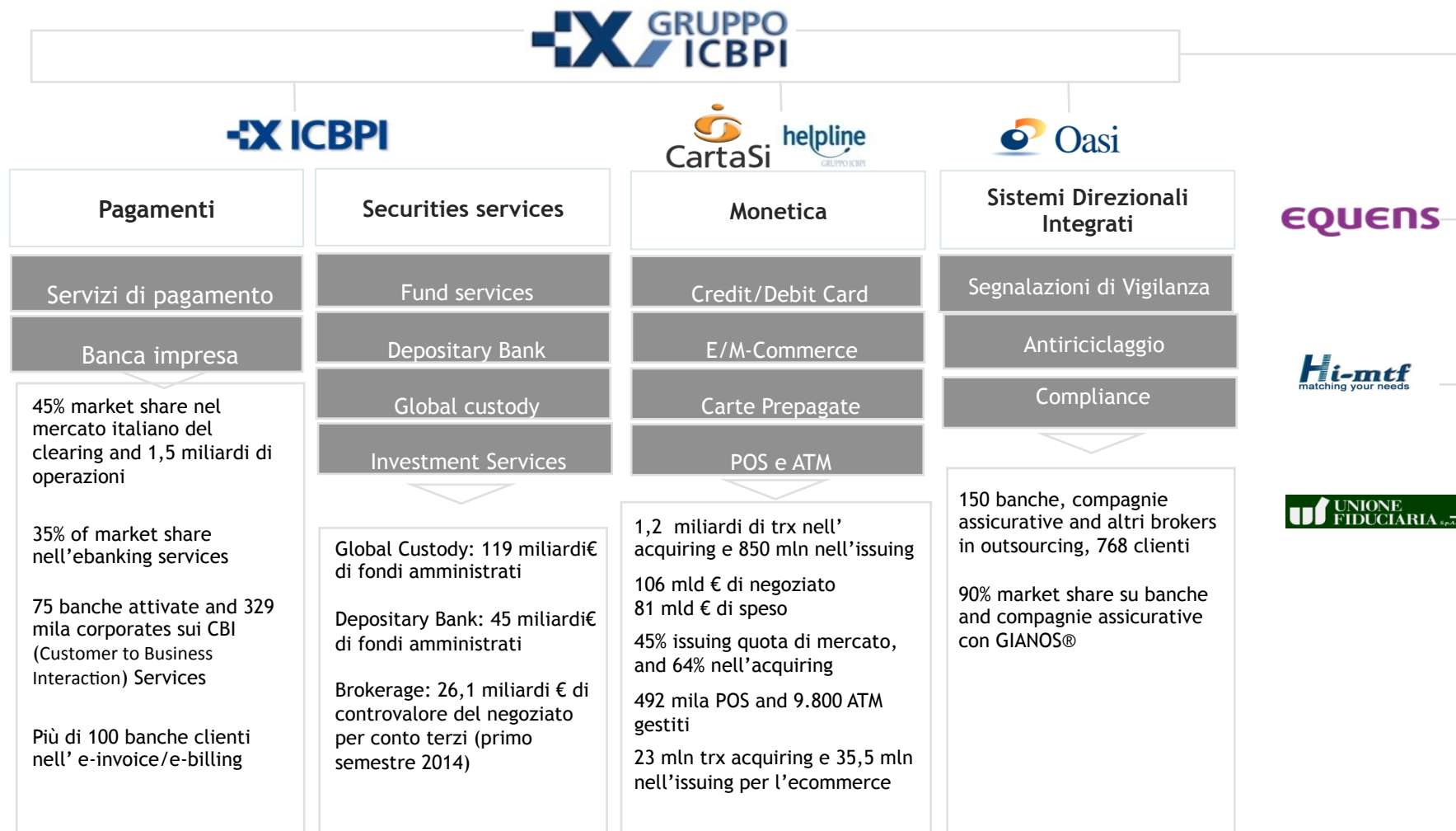
Source: Politecnico di Milano

AGENDA

- Il sistema dei pagamenti in Italia: stato dell'arte e futuri sviluppi
- ICBPI: Profilo e offerta

ICBPI GROUP

Operatore di mercato, leader nella monetica e nei pagamenti e “Banca di Sistema”, a supporto della crescita e del consolidamento delle Istituzioni Finanziarie



INNOVARE NEI PAGAMENTI PER AIUTARE LE BANCHE NEL SOSTEGNO ALLA PROPRIA CLIENTELA (RETAIL E PMI)

Multicanalità

Evoluzione del servizio e-banking verso **piattaforma multicanale**:

- Aumenta la competitività dell'offerta bancaria verso **PMI**
- Agevola la **personalizzazione** delle **funzioni** abilitate anche verso **utenti Retail**



eCommerce

- Soluzione di EBA Clearing per gli **e-payment** risponde all'esigenza di realizzare un sistema di pagamento web attraverso l'utilizzo di strumenti SCT e SDD.
- pagamento per e-commerce, complementare all'utilizzo delle carte



Fatturazione Elettronica

- Disposizioni di **pagamento/incasso**
- Gestione della **fatturazione elettronica** verso e per le **pubbliche amministrazioni**
- Consente l'**automazione** del processo di "richiesta anticipo fatture"

MyBank

Pagamenti P2P

- Nuovo sistema di **trasferimento fondi in tempo reale** basato su iban (conto corrente o conto carta) tra due smartphone
- Importante driver per favorire l'**abbandono del contante** soprattutto per i **micro pagamenti**



eBilling

- Servizio di **pagamento delle bollette** tramite **on-line banking**
- Estensione dei servizi bancari verso una nuova gamma d'offerta a 360°

Pagamenti verso la PA

- Abilitazione presso il portale **SPC dei pagamenti di AgID** per consentire ai clienti delle banche di **effettuare i pagamenti verso la PA** con l'utilizzo di **POS virtuali e bonifici SEPA**.



Certification Authority

- **Sicurezza** per i servizi **interattivi** di banche ed imprese
- **Riduzione delle frodi** e **garanzia del riconoscimento del cliente**

PAGAMENTI PEER-TO-PEER

In questi ultimi mesi, si assiste ad un forte sviluppo delle soluzioni di Mobile Payment ritenute un buon mezzo per acquisire o ritenere la base clienti.

I nuovi servizi introdotti sono generalmente:

- trasferimento P2P
- pagamenti B2C in mobilità
- pagamenti B2C e P2P mediante QRcode o NFC

I pagamenti Peer-to-Peer (P2P) sono trasferimenti di denaro tra due soggetti, di cui uno è l'ordinante e l'altro il beneficiario

CASUAL PAYMENTS: transazione tra due consumatori.

- Dividere i costi della benzina
- Dividere spese della serata (restituzione soldi cena, etc.)
- Dividere costi regali compleanno

Ulteriori ambiti di applicazione dei pagamenti P2P riguardano:

- **Il trasferimento di denaro in ambito business** (acquisto di beni e servizi proposti da altri consumatori/aziende)
- **Pagamenti internazionali** (invio o ricezione di soldi a/da un altro Paese)

ASPETTATIVE DEI CLIENTI E DELLE BANCHE

Cosa vuole il cliente

- **Semplicità** di enrollment e di utilizzo degli strumenti di pagamento
- Possibilità di ricevere ed effettuare transazioni in **real time**
- **Basso costo** per l'accesso e l'utilizzo dei servizi

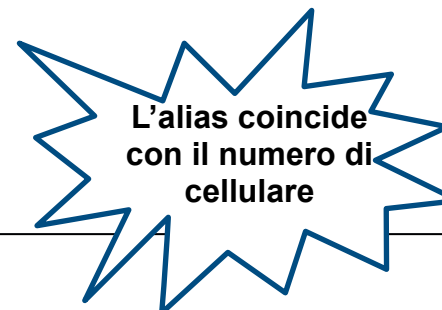
Cosa vuole la banca

- **Difendere il proprio cliente** retail dalla concorrenza delle altre banche italiane e degli OTT fornendo un **servizio competitivo** attraverso un **canale di contatto privilegiato**
- **Incrementare la propria clientela retail**, aggredendo il segmento di mercato non bancarizzato
- **Upselling / Cross-selling**: migrare il cliente sensibile al P2P su altri servizi o prodotti a maggiore valore aggiunto (es. mobile / internet banking, carte di credito/bancomat)
- Individuare **strumenti alternativi** al contante che favoriscano la **tracciabilità delle transazioni**

Adozione di massa, si può ottenere con:

1. **Customer experience** eccellente su conto corrente (*wallet banca centrico*), senza necessità di aprire nuove posizioni (es. *wallet, carta prepagata, ...*)
2. **Target potenziale molto elevato**
3. **Spinta massiva di comunicazione del Servizio**

PINGIT IN UK

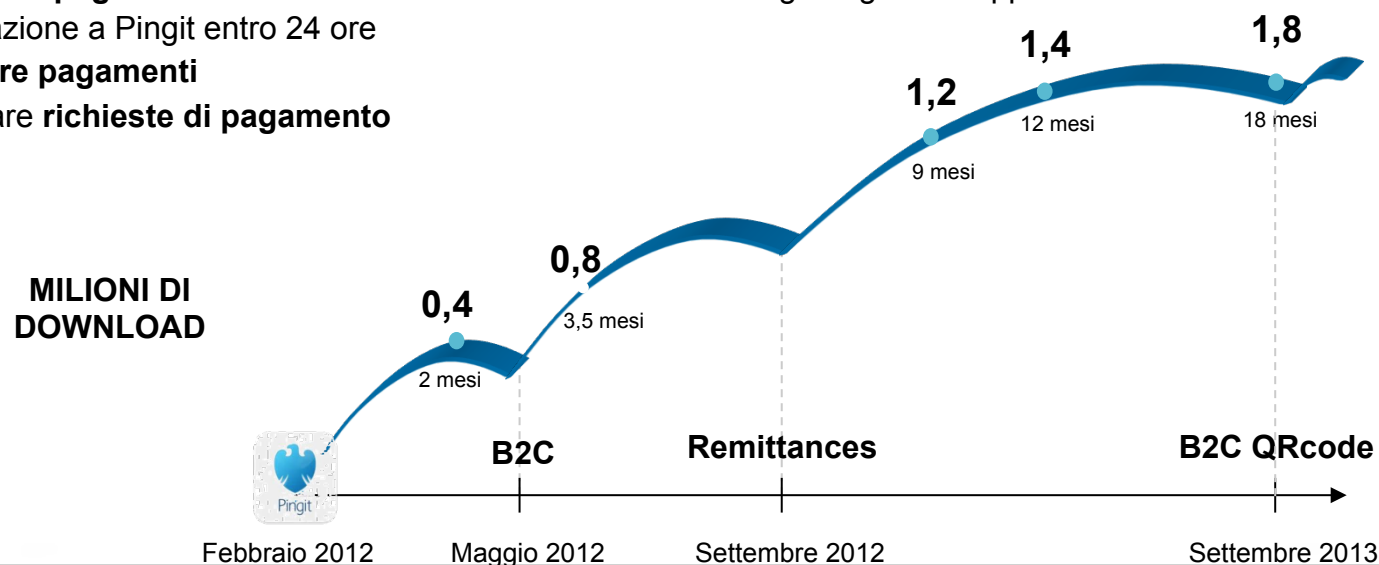


Requisiti di attivazione

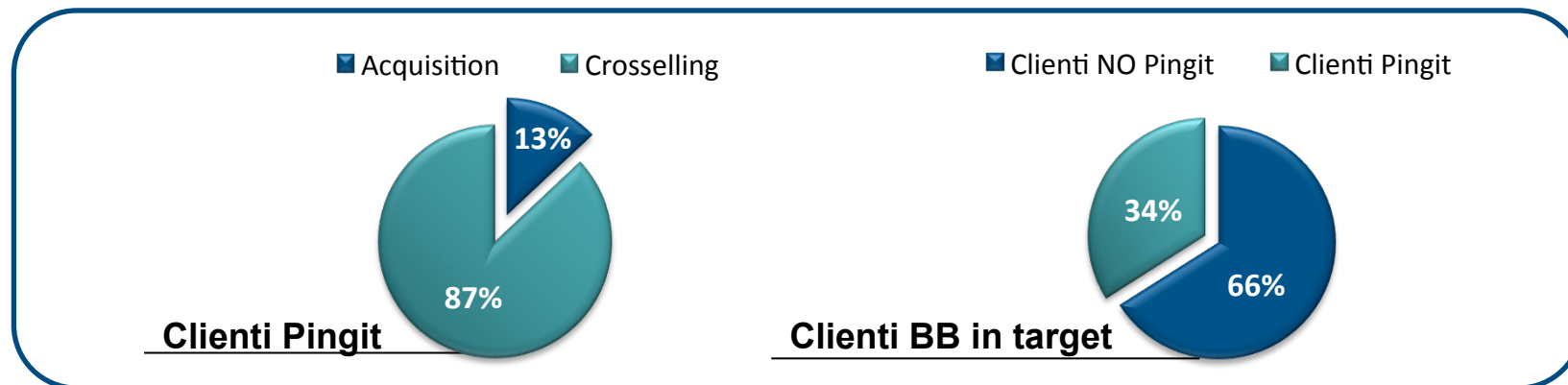
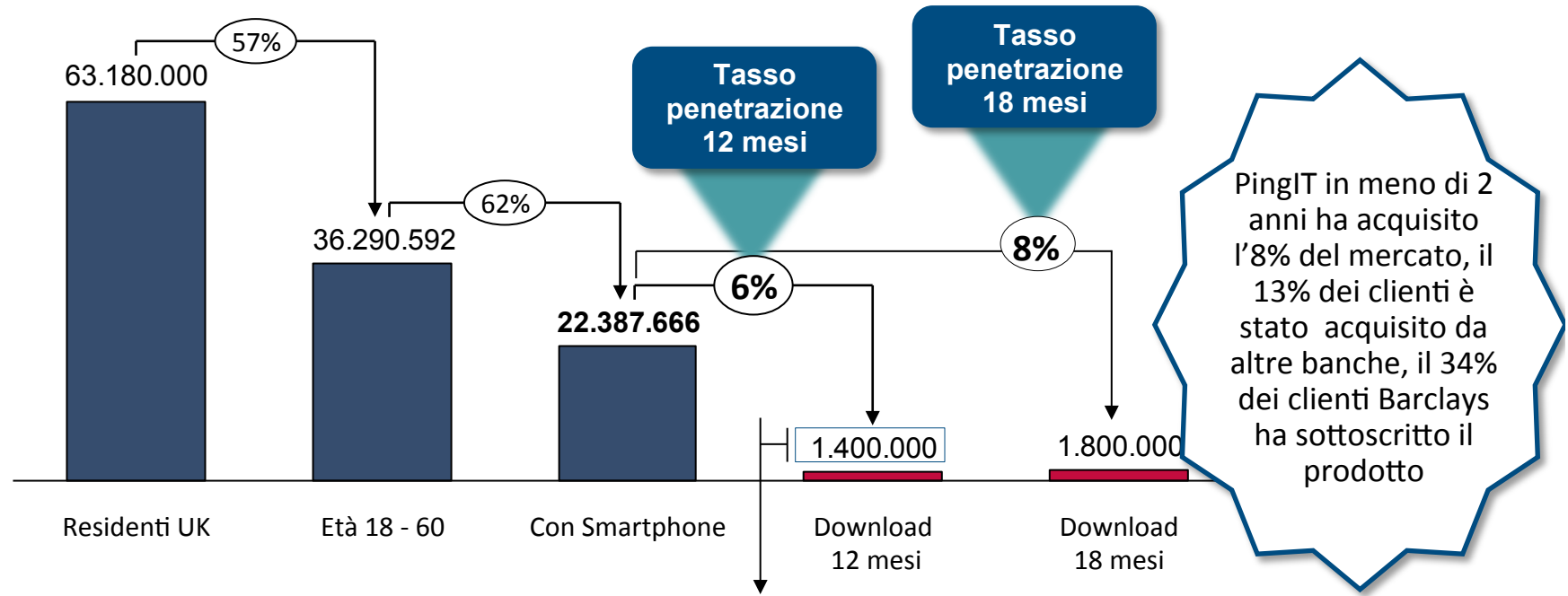
- Avere almeno **16 anni**
- Possedere un **c/c UK**: nel caso in cui non si è clienti Barclays nel momento della registrazione verrà creato un "Barclays PingIT Wallet"
- Possedere un numero di **cellulare UK**
- Possedere uno **smartphone**: In alternativa è possibile attivare un account **PingIT on line** che permette solo di ricevere pagamenti di cui si è il beneficiario

Operatività dell'utente

- **Effettuare pagamenti P2P e B2C**: il beneficiario deve essere già registrato oppure deve effettuare la registrazione a Pingit entro 24 ore
- **Ricevere pagamenti**
- Effettuare **richieste di pagamento**



IL CASO PINGIT - ANALISI MERCATO PENETRATO



Nota: BB → Barclays Bank

TRASFERIMENTO DENARO DA MOBILE APP



Gli elementi che caratterizzano il servizio* sono:

- ICBPI è detentore del Servizio e garante dei criteri di sicurezza, della raggiungibilità ed interoperabilità
- Il sottoscrittore finale è un cliente di una delle banche aderenti Servizio, utilizza il conto corrente o conto carta (IBAN) per l'accredito /addebito delle transazioni che si avvengono in real time
- Il conto del sottoscrittore all'interno del Servizio è identificato da un alias, il suo numero di telefono cellulare

SOCIETÀ DIGITALE E SVILUPPO DI NUOVI MODELLI DI BUSINESS

IL RUOLO DEL GRUPPO ICBPI NELLE NUOVE SFIDE PER LE BANCHE



Cooperare



Compliance



PSD2 e MIF
Agenda Digitale

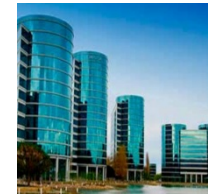
CRD IV
263/06
Direttiva AML IV
Unione Bancaria Europea

C
o
m
p
e
t
e
r
e

S
o
d
d
i
s
f
a
r
e



Grandi aziende



PMI



Privati



Consumatori



Nativi digitali

