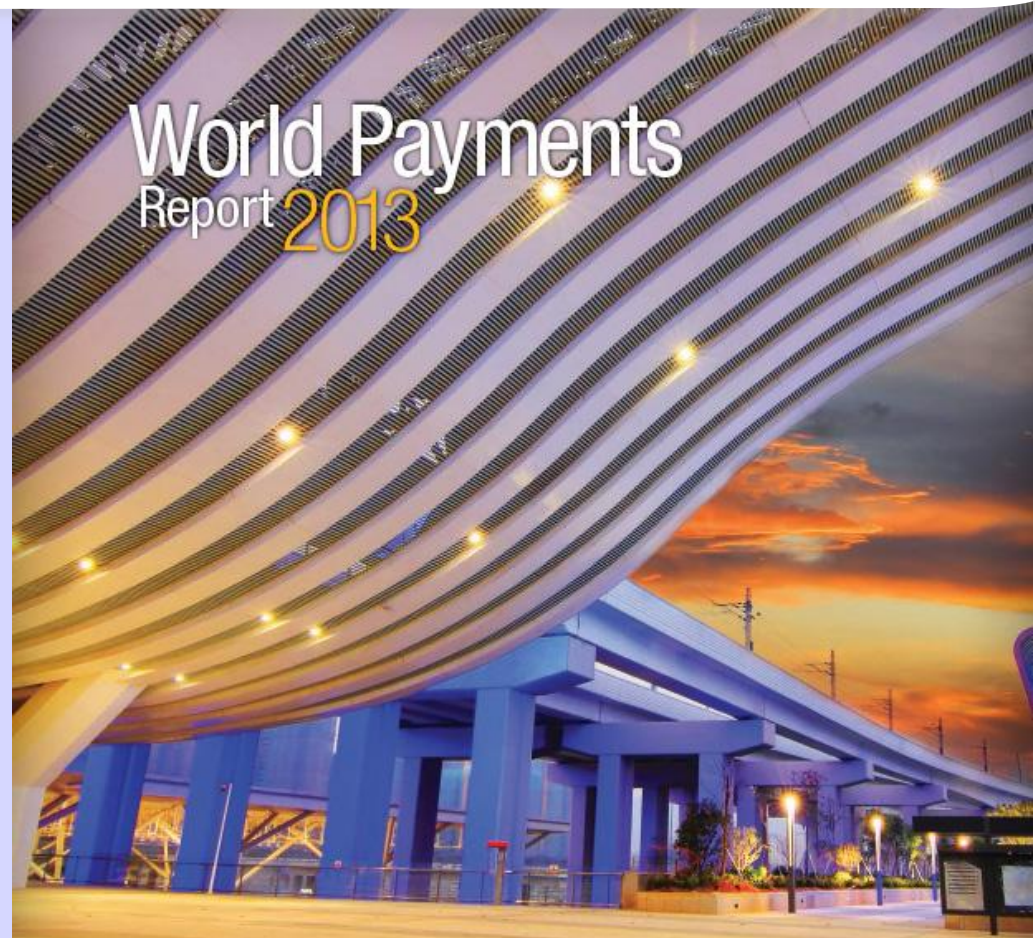


CARTE 2013

Milano | MiCo - Milano Congressi
4 Dicembre 2013



People matter, results count.

Da nove anni, il WPR è considerato un punto di riferimento globale per il mercato dei pagamenti

Evoluzione del report



Evidenze 2013

- Punto di riferimento del settore per i dati di mercato sulle transazioni non cash
- In prima linea per comprensione delle regolamentazioni e della loro interazione con i business model reali
- Leader indiscusso per l'identificazione delle leve per individuare strategie e innovazioni di successo sui pagamenti (carte incluse)
- WPR 2013 si basa sul tema dell'innovazione esplorato nel 2011 e nel 2012, con un focus sulla "Payment Acquisition"

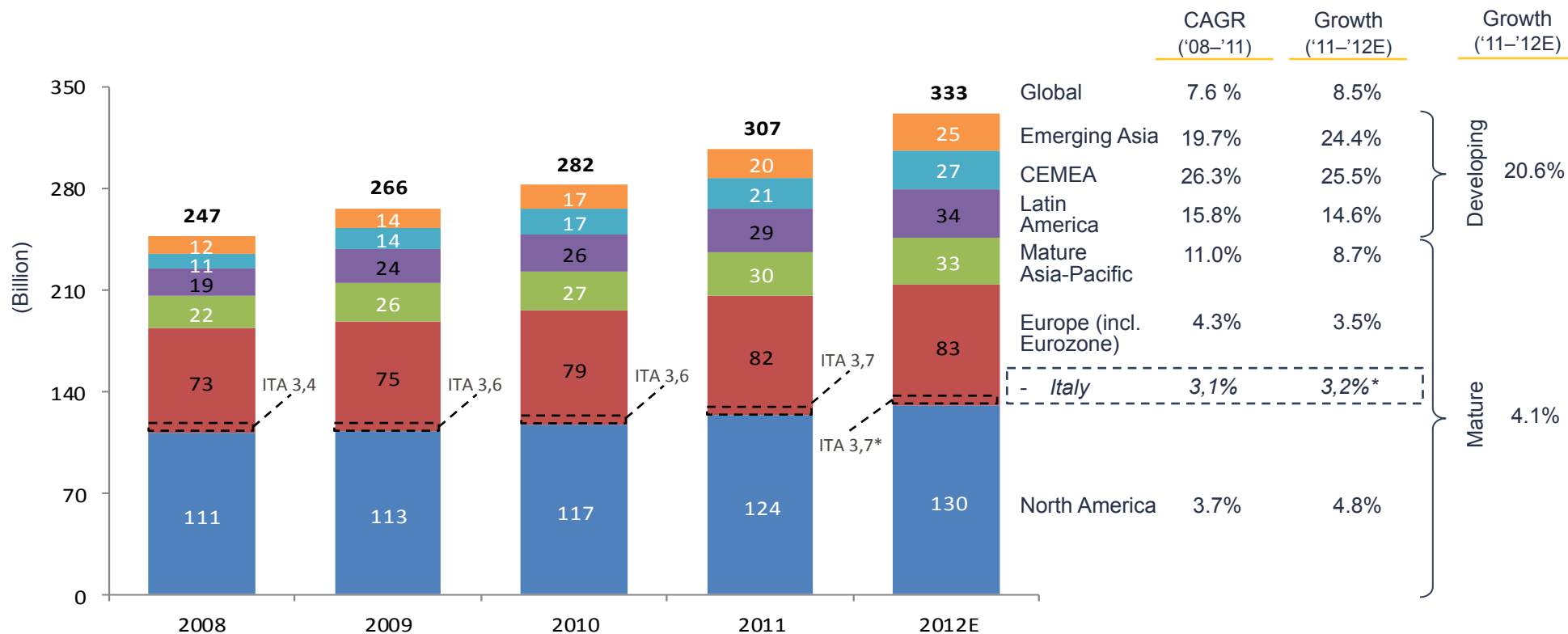
Agenda

Pagamenti non cash nel mondo

- Trend di mercato**
- Trend regolamentari e di settore
- Aree di innovazione

Il volume globale delle transazioni non-cash ha raggiunto i 307 mld nel 2011 e nel 2012 è atteso un trend fortemente in crescita

Numero di transazioni Non-Cash Mondiali per Regione (Miliardi), 2008–2012E



I mercati maturi costituiscono il 77% del volume totale nel 2011, ma il tasso di crescita nei mercati in via di sviluppo è stato maggiore rispetto al Nord America e l'Europa

* I dati relativi alle transazioni dell'Italia nel 2012 sono reali (actual) – Fonte ECB Statistical Data Warehouse, 2012

Evidenze dal WPR 2013: trend del mercato globale dei pagamenti non-cash

- **Il volume delle transazioni non-cash è cresciuto con un tasso accelerato del 8,8 % nel 2011 (Italia 2,3%) raggiungendo 307 miliardi di transazioni (Italia 3,7mld) :**
 - Questa crescita è stata guidata dai mercati in via di sviluppo, mentre il Nord America e l'Europa, nonostante il loro tasso di crescita più contenuto, rimangono il più grande mercato per i pagamenti non cash, rappresentando circa due terzi del volume globale delle transazioni non cash
 - Il volume globale previsto per il 2012 per i pagamenti non cash avrà una crescita del 8,5% fino a raggiungere 333 miliardi di transazioni. In Italia è stata registrata una crescita del 3,2% con un numero di transazioni nel 2012 pari 3,84 mld
- **Il crescente uso delle carte di Debito e Credito, del 15,8% e del 12,35% rispettivamente, ha guidato la crescita globale nel 2011:**
 - Nelle transazioni con carte di credito continua nel 2011 l'inversione di tendenza iniziata l'anno precedente con tassi di utilizzo in crescita, grazie al ritorno della liquidità nel mercato USA, così come grazie alla crescente popolarità dell'e-commerce.
 - Anche in Italia il trend dell'utilizzo delle carte di Debito e Credito è in aumento (nel 2011 Carte di Debito +7,3% e Carte di Credito -0,3%; nel 2012 carte di Debito +11,3% e carte di Credito +3,7%)
- **Nel 2014 è attesa una forte crescita delle transazioni M- e E- Payment rispettivamente del 58.5% e del 18.1%, dovuta alla continua diffusione smartphone e internet, dei miglioramenti tecnologici ed alla penetrazione di prodotti e servizi sempre più innovativi:**
 - Sulla base dei dati disponibili, il mercato è abbastanza vicino a stimare correttamente il volume degli e-payments, mentre si dovranno affinare i metodi di stima dei pagamenti mobile.
- **La crescente popolarità di strumenti come i pagamenti elettronici e mobile, le carte prepagate e la moneta virtuale insieme ad una crescente quota di mercato di operatori non bancari, sta dando vita ad un mercato nascosto dei pagamenti non cash ampio, non analizzato e di cui non ci sono molte informazioni disponibili:**
 - Vista la continua evoluzione del mercato evolve, diventa sempre più importante migliorare la raccolta di dati statistici. Questo consentirà alle imprese di prendere decisioni di investimento mirate ed a mitigare potenziali rischi del settore

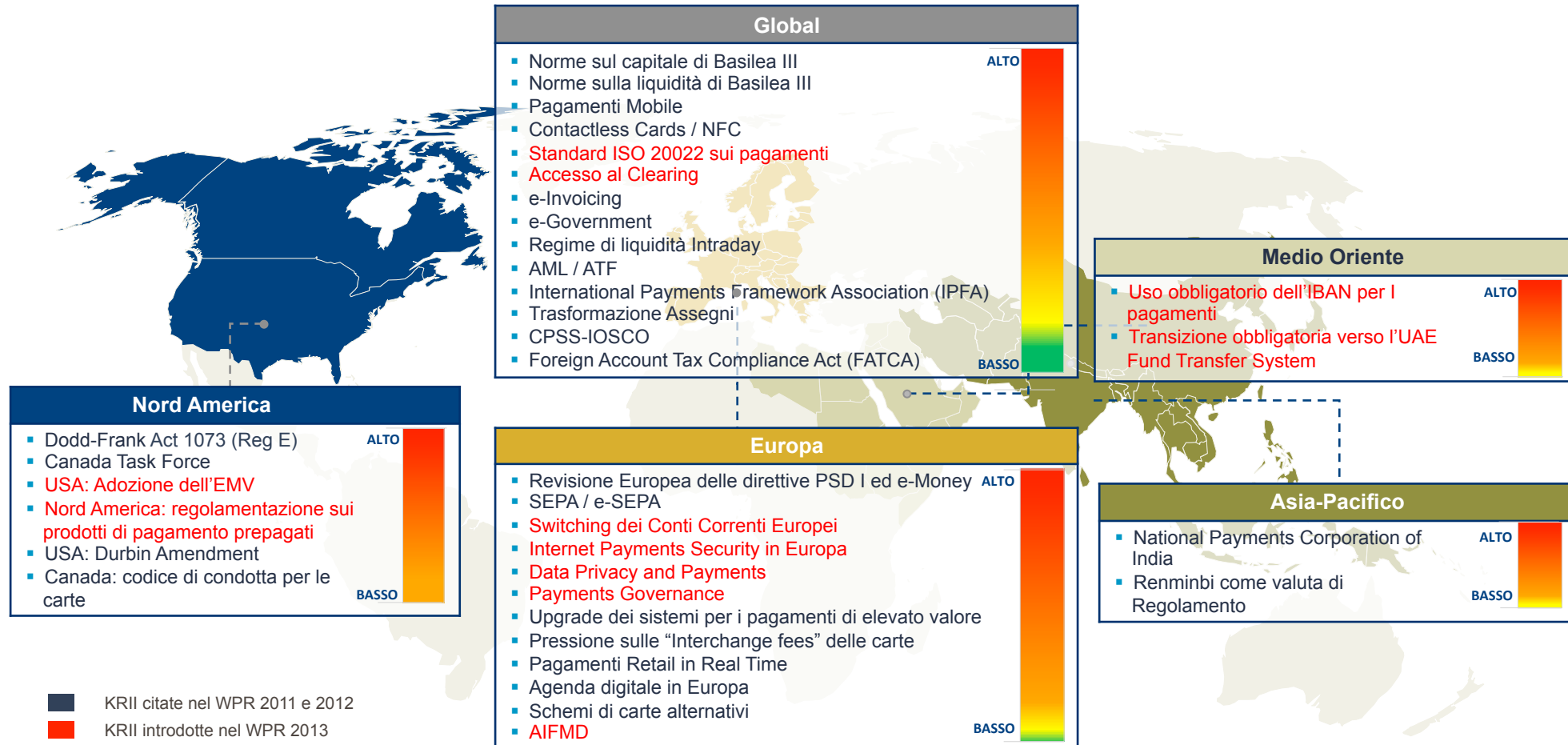
Agenda

Pagamenti non cash nel mondo

- Trend di mercato
- Trend regolamentari e di settore**
- Aree di innovazione

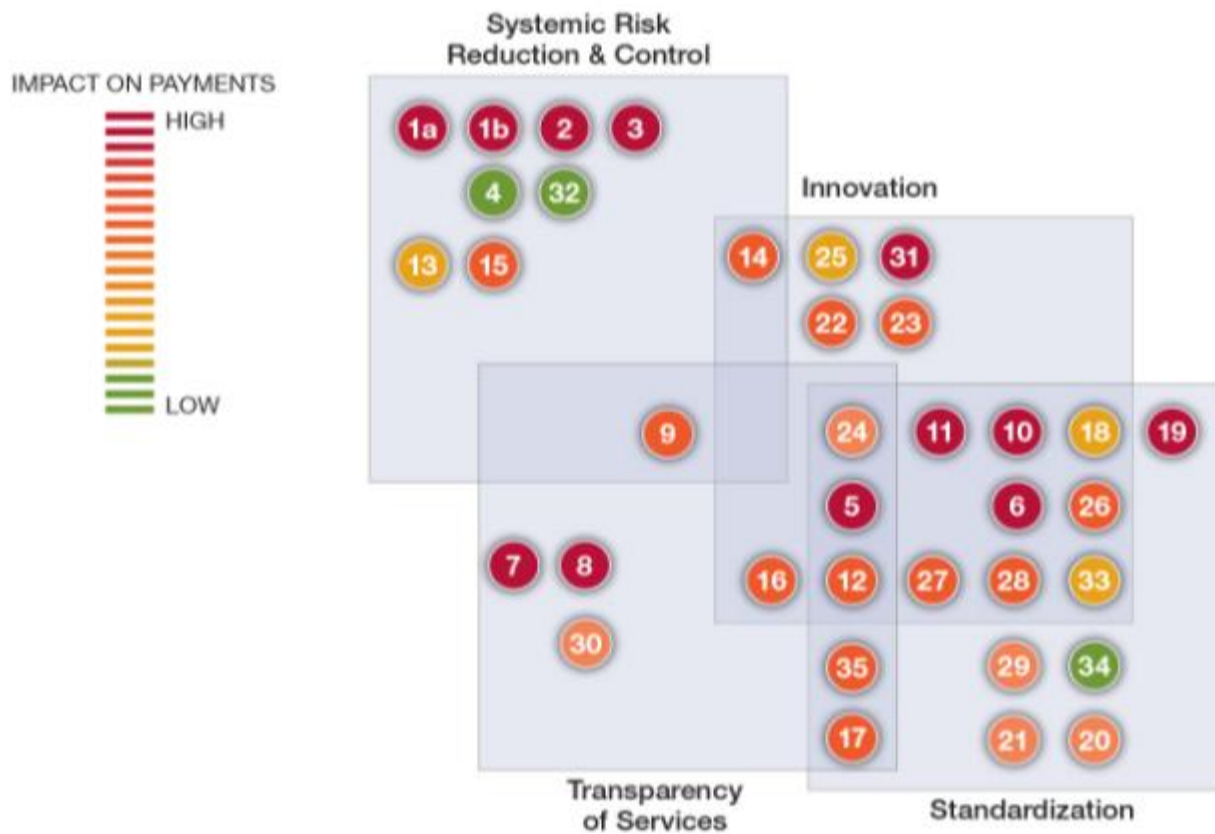
Nell'ultimo anno, le "KRII" hanno continuato a proliferare, con l'Europa in prima linea nell'introduzione di nuove KRII

Mappa delle "Key Regulatory and Industry Initiatives" (KRIs), Globali e Regionali, 2013



Standardizzazione, trasparenza e innovazione sono i driver fondamentali alla base delle normative

Sovrapposizione dei trend di trasformazione del settore guidati dalle KRIs



- 1a Norme sul c Basel III Capital Norms
- 1b Norme sulla liquidità di Basilea III
- 2 Dodd-Frank Act 1073 (Reg E)
- 3 Regime di liquidità Intraday
- 4 FATCA
- 5 Revisione Europea delle direttive PSD I ed e-Money
- 6 SEPA / e-SEPA
- 7 U.S. Durbin Amendment
- 8 Pressione sulle "Interchange fees" delle carte
- 9 **N. America: regolamenti sui prodotti di pagamento prepagati**
- 10 Upgrade dei sistemi per i pagamenti di elevato valore
- 11 **Pagamenti Retail in Real Time**
- 12 **Switching dei Conti Correnti Europei**
- 13 AML/ATF
- 14 **Adozione dell'EMV negli USA.**
- 15 **Internet Payments Security in Europa**
- 16 **Data Privacy and Payments**
- 17 **Payments Governance**
- 18 IPFA
- 19 **Standard ISO 20022 nei pagamenti**
- 20 **Usò Mandatory Use dell'IBAN per i pagamenti**
- 21 **Transizione obbligatoria verso l'UAE Fund Transfer System**
- 22 **Pagamenti Mobile**
- 23 **Contactless Cards / NFC**
- 24 **Schemi di carte alternativi**
- 25 **Trasformazione Assegni**
- 26 **e-invoicing**
- 27 **e-government**
- 28 **Agenda digitale in Europa**
- 29 **National Payments Corporation of India**
- 30 **Canada Code of Conduct for Cards**
- 31 **Canada Task Force**
- 32 **CPSS-IOSCO**
- 33 **Renminbi come valuta di Regolamento**
- 34 **AIFMD**
- 35 **Accesso al Clearing**

■ KRIs citate nel WPR 2011 e 2012
 ■ KRIs introdotte nel WPR 2013

In un mercato sempre più interconnesso solo una visione globale delle strategie sui KRII consentirà di cogliere le nuove opportunità

Impatti incrociati dei KRII – Modello delle 3C

effetto a Cascata
(sovrapposizione geografica)

potenziamento
Complementare

effetti
Concorrenti

Key point per il disegno e l'implementazione di KRII efficienti

Disegno

- Bisogni dei clienti e end-to-end experience
- Coinvolgimento delle autorità di regolamentazione durante i momenti di brainstorming
- Dialogo continuativo con le autorità di regolamentazione durante la prima stesura delle norme

Implementazione

- Revisione costante dal punto di vista del cliente per evitare conseguenze non volute
- Strutture di governance ottimali
- Compliance globale integrata
- Approccio integrato all'implementazione delle KRII, partendo dal livello organizzativo
- Audit che comprende l'intero processo di implementazione
- Attribuzione del giusto peso alla compliance

Evidenze del WPR 2013: Key Regulatory and Industry Initiatives

- **Nel corso del 2013, le nuove KRII emerse vertono sull'aumento della convenienza per il consumatore, il miglioramento della sicurezza e la trasparenza delle transazioni, il rafforzamento della prevenzione delle frodi, lo stimolo all'innovazione**
- **Questo porta ad un incremento dell'impatto incrociato tra le KRII, nonché ad un maggior bisogno di clusterizzarle :**
 - La clusterizzazione può basarsi sul Modello '3C' che prende in considerazione la sovrapposizione delle KRII su 3 dimensioni – effetto a Cascata, potenziamento Complementare, effetti della Competizione.
 - I PSP possono ottimizzare i loro sforzi valutando quali regolamentazioni globali possono essere replicate a livello locale (es. FATCA)
- **Difficoltà importanti incontrate nella migrazione verso gli strumenti SEPA stanno rendendone difficile l'implementazione entro febbraio 2014, anche se le autorità regolamentari sostengono che la deadline verrà rispettata:**
 - La deadline di febbraio 2014 si sta avvicinando e i rischi per coloro i quali non si sono ancora adeguati crescono: i PSP non 'SEPA compliant' entro tale data potrebbero incorrere in multe e le aziende potrebbero avere problemi a causa dei ritardi nel processamento degli incassi e dei pagamenti commerciali.
- **L'obiettivo primario della SEPA, favorire l'innovazione, è anche legato alla regolamentazione su E- e M-payments; attualmente sembrano meno forti che in passato le iniziative a livello europeo per promuovere tali pagamenti**

Agenda

Pagamenti non cash nel mondo

- Trend di mercato
- Trend regolamentari e di settore
- Aree di innovazione**

La “Payments acquisition” rappresenta l’area a maggior potenziale di innovazione in ottica cliente centrica

Definizione di “Payments Acquisition”

Payments Acquisition

Permettere la vendita/scambio (di beni e servizi) facendo incontrare domanda e offerta

Consentire l’accettazione di ogni strumento di pagamento (permettendo ai consumatori di mixare gli strumenti di pagamento):

- Carte tradizionali - Debito/Credito, Prepagate
- Bonifici, RID, assegni
- M-Payment, pagamenti utenze
- Metodi di pagamento non convenzionali (es. E-money, vouchers, loyalty, cash-back points...).

Facilitare la vendita indipendentemente da luogo, canale, valuta:

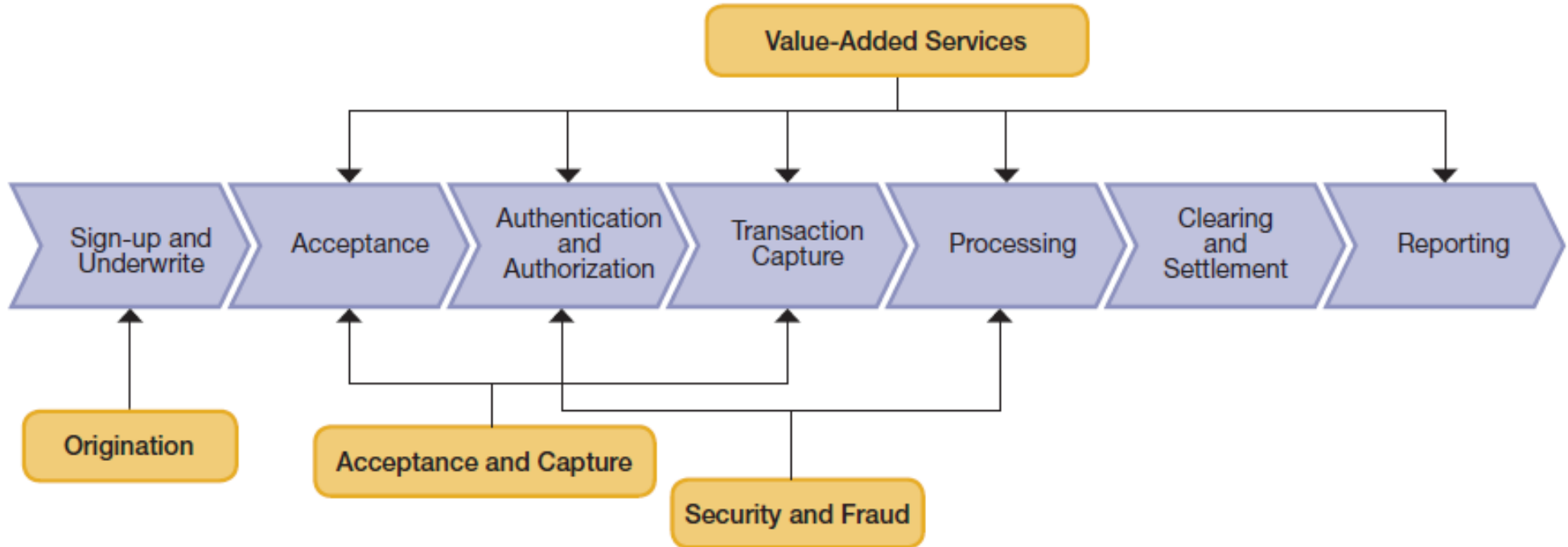
- Consumatori locali o internazionali
- “vendi dovunque” – punto di vendita fisico, E-commerce, M-commerce
- Valuta scelta dal consumatore (locale, virtuale, ...)

- Ogni strumento
- Ogni canale
- Ogni valuta
- Ogni luogo

La catena del valore delle payments acquisition è suddivisa in componenti legate alla transazione –diventate standardizzate e componenti di interazione col cliente - diventate elementi differenzianti

In una catena del valore della “Payments acquisition” sempre più frammentata, emergono 4 aree di innovazione (hotspot)

I 4 hotspot di valore dell'innovazione nella Payment Acquisition



Questi hotspot consentono alle organizzazioni di aumentare i ricavi derivanti da altre fasi della catena del valore – offrendo soluzioni legate ad un singolo e/o ad una combinazione dei 4 hotspot

Evidenze dal WPR 2013: Innovazione nella “Payments acquisition”

- **La Payment acquisition mostra un’immediata opportunità di realizzare innovazione cliente-centrica in relazione alla vicinanza col cliente (e con la sua esperienza d’uso) e al valore strategico per operatori bancari e non:**
 - La catena del valore della payment acquisition si sta frammentando, con le componenti transazionali che diventano standardizzate e le componenti del coinvolgimento del cliente che diventano fattori di differenziazione
- **Nel creare proposition innovative, nuovi e vecchi player hanno 4 aree (hotspot) di valore che offrono l’opportunità di focalizzare i futuri investimenti:**
 - **"Origination"**: possibilità di avviare la transazione commerciale in qualunque momento della customer journey.
 - **"Acceptance e Capure"**: (aggregatori di metodi di pagamento) possibilità di offrire come soluzione unica ai venditori (commercianti o fornitori) in grado di accettare qualsiasi modalità di pagamento.
 - **"Security and Fraud"**: aiutare le aziende a mitigare il crescente rischio/costo di falle della sicurezza e implementare le migliori misure di protezione
 - **"Value-Add Services"** : la disponibilità di dati e gli analytics offrono opportunità di nuove fonti di valore
- **La crescente frammentazione della catena del valore sta offrendo ai players la possibilità di differenziarsi rispondendo a nuovi o differenti bisogni dei clienti retail e/o di quelli business**
- **Le banche devono continuare ad allineare i loro prodotti alle esigenze del cliente, rivedere possibilmente le proprie strategie con i fornitori per continuare ad evolvere il proprio posizionamento da semplice fornitore di servizi di pagamento a facilitatore di acquisti e vendite**

Innovation Value Hotspots' in Payments Acquisition – C2B

origination



- La funzionalità «Order Ahead» della app di Pay Pal permette al cliente di ordinare e pagare da remoto con il menù di Jamba Juice, saltando la fila nello store
- La soluzione mette il punto vendita nella mano del cliente e lo integra con la sua vita quotidiana, permettendogli di risparmiare tempo



- «Safetech Suite of Fraud and Security Solutions» detiene i dati del pagamento al di fuori dell'ambiente del venditore ed offre strumenti per incrementare la visibilità sulle frodi
- Il servizio, offerto secondo modalità di pricing flessibili, offre ai merchant un incrementato livello di sicurezza sulle transazioni

security and fraud

acceptance and capture



- World Pay permette, con un'unica soluzione di accettazione, la ricezione oltre 200 tipologie di pagamento
- World Pay viene incontro all'esigenza dei clienti di pagare con lo strumento di pagamento desiderato, offrendo allo stesso tempo ai merchant una unica soluzione di accettazione



- Edo Interactive permette a commercianti e banche di personalizzare le offerte in relazione alle abitudini di spesa dei clienti
- La soluzione, offerta secondo fee «performance based», aiuta i commercianti e le banche a creare un offering multicanale, sia per i prospect che per i già clienti

Value added service

Back-up



Innovation Value Hotspots' in Payments Acquisition – B2B

origination



- ErsteConfirming è un tool per il cash management e la supply chain che assiste le imprese ed i loro fornitori nella gestione delle fatture
- Migliore gestione della liquidità e costi di finanziamento più bassi per il fornitore.
- Prezzi più vantaggiosi e migliori termini di pagamento e di consegna per l'acquirente



- SWIFT 3SKey è la soluzione di sicurezza personale multi-banca e multicanale sviluppata in collaborazione con la comunità bancaria internazionale
- Un token unico accettato da tutto il mercato riduce i costi e complessità per le aziende
- Le banche risparmiano i costi di gestione di una propria infrastruttura di sicurezza

security and fraud

Deutsche Bank



- DB Autobahn App Market permette, attraverso un unico login, l'accesso ad oltre 150 servizi offerti da varie divisioni della banca
- L'interoperabilità di queste applicazioni assicura che il cliente possa adattare la soluzione ai propri ambienti di pagamento e tecnici

acceptance and capture



The Royal Bank of Scotland

- RBS Smart Collect garantisce la riconciliazione end-to-end dei pagamenti in ingresso, sulla base di conti virtuali
- La soluzione consente alle aziende di riconoscere in automatico i pagatori e le diverse fonti di ricavi. Essa migliora il controllo sul credito, riduce il rischio di credito e la qualità della reportistica

Value added service