



EY Digital Payments

Executive summary

Dicembre 2021

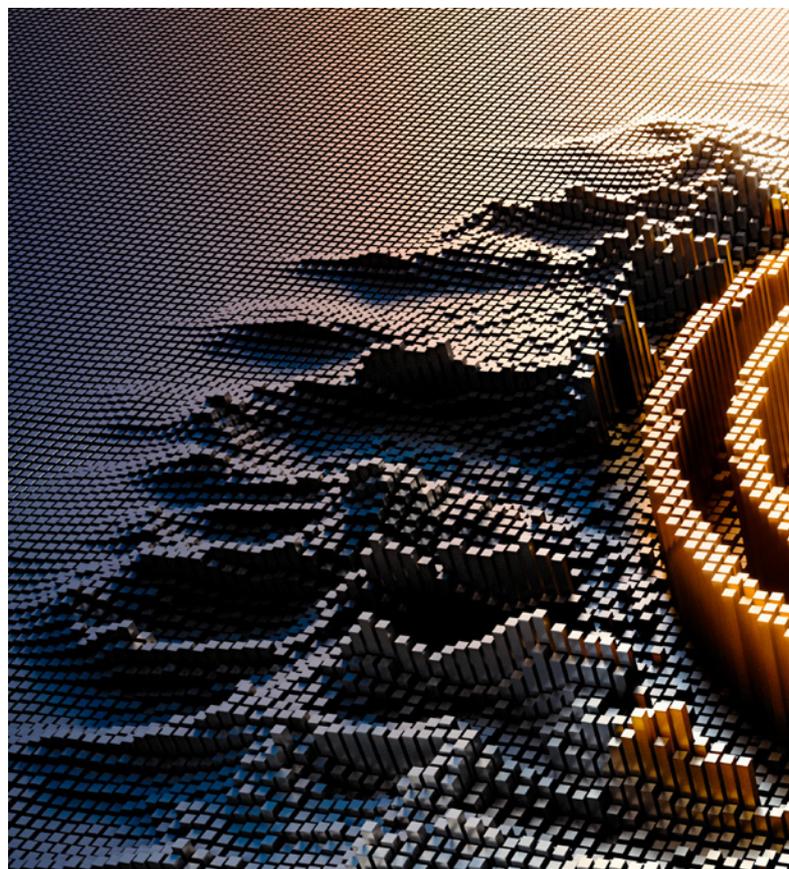
Genesi ed evoluzione dei pagamenti digitali

Con il termine pagamenti digitali vengono indicati i servizi di trasferimento del denaro tra privati o tra istituti finanziari, che si differenziano dai metodi tradizionali come bonifici, assegni, contante, e che si basano su carte di debito, credito o prepagate, su tecnologia POS (Point-of-Sale) oppure sulle piattaforme di e-commerce, o ancora che fanno leva su tecnologie più innovative come mobile e smart, proximity e instant payments. Nonostante i drastici cambiamenti della società, delle abitudini dei consumatori e delle tecnologie degli ultimi decenni, i metodi di pagamento digitali come le carte di credito si sono a malapena evoluti dal 1950, anno in cui il mondo ha visto entrare in servizio la prima "carta". L'idea scaturì curiosamente dall'imbarazzo di Frank McNamara, businessman newyorkese, che dimenticatosi il portafoglio mentre cenava fuori pensò a una carta di credito multiuso come un modo per evitare situazioni simili in futuro.

Bisogna poi aspettare fino all'inizio degli anni 90, quando l'avvento di Internet e del World Wide Web portò alla luce l'e-commerce come nuovo canale d'acquisto e il 1998, in cui Wei Dai iniziava a proporre l'idea di una moneta virtuale basata su tecnologie crittografiche al fine di decentralizzare i pagamenti.

Il filo invisibile che lega tutte queste tematiche è la progressiva digitalizzazione e semplificazione della transazione, che oggi vede un esteso set di tecnologie basate su smartphone, wearable, POS evoluti e infrastruttura blockchain. In questo contesto, diversi attori che offrono servizi di pagamento stanno vivendo un momento delicato in cui, a causa della riduzione delle *interchange fees*, assistono ad un'erosione dei loro profitti: per questo motivo, è diventato fondamentale avventurarsi in opportunità di business e ampliamento dell'offerta "*beyond payments*" ovvero al di fuori del mero servizio finanziario.

La prima carta di pagamento nasce nel 1950 dall'imbarazzo del businessman newyorkese Frank McNamara, dimenticatosi il portafoglio mentre era a cena fuori



Alleato fondamentale per affrontare questo cambiamento sono i dati e la loro monetizzazione.

Sfruttando la grande mole di dati che ogni giorno vengono acquisiti grazie alle transazioni, è infatti possibile tracciare abitudini di spesa, identificare cluster di clienti e definire analisi predittive basate sulle numerose variabili a disposizione.

Una strategia estensiva di *data & analytics* può essere usata come leva anche nella collaborazione con i *merchant* che, tramite informazioni sulle serie storiche dei consumatori, possono utilizzarle per ottimizzare la logistica del magazzino, lanciare promozioni personalizzate e altre attività correlate per massimizzare il tasso di conversione.

Oggi si parla di “Beyond Payments”: oltre i servizi finanziari tradizionali e guidato dai dati per l’offerta di prodotti personalizzati e a valore aggiunto



Per gli operatori del settore è di estrema importanza saper intercettare le nuove tendenze e capire se effettivamente esse possano trasformarsi in vere e proprie opportunità di business da integrare nei propri servizi, anche applicando partnership specifiche con Fintech e istituti di pagamento tradizionali.

La sfida più grande per tutti gli operatori del settore rimane quella di trovare il giusto punto di equilibrio tra un adeguato livello di sicurezza e privacy, e allo stesso tempo rendere l'esperienza di pagamento sempre più semplice, fluida e trasparente.

Nessun servizio che non sia in grado di valorizzare entrambi questi aspetti sarà in grado di imporsi sul mercato.

All'interno della ricerca verranno discussi approfonditamente questi ed altri tra i più importanti trend protagonisti dell'innovazione, affiancati dal punto di vista unico raccolto direttamente dai leader del settore dei pagamenti in Italia e in Europa.



La sfida più grande è trovare il giusto equilibrio tra sicurezza e usabilità nell'esperienza di pagamento

Benchmark internazionali e sfide regolamentari

Negli anni 20 del terzo millennio il mondo dei pagamenti vede l'alba di una nuova rivoluzione: dopo aver sdoganato l'addio ai contanti, oggi è il momento di abbracciare le valute totalmente digitali. Ad oggi, ben 81 Paesi nel mondo, pari al 90% del PIL globale, stanno portando avanti sperimentazioni sulla digitalizzazione delle monete nazionali o CBDC (Central Bank Digital Currencies). Tra i modelli internazionali più avanzati si posiziona sicuramente la Cina con il suo e-CNY (o yuan digitale), già testato da 3,5 milioni di aziende e da 20 milioni di persone con un valore totale delle transazioni di 5,39 miliardi di dollari, in diversi settori fra cui il retail e l'e-commerce, i trasporti e l'intrattenimento.

La manovra è guidata fermamente dal governo cinese con l'obiettivo di ristabilire l'influenza degli altri istituti di credito e ottenere parzialmente il controllo sulla mole di dati in mano a Tencent e Ant Financial, che attualmente tengono saldamente il duopolio dei pagamenti digitali per la potenza asiatica.

Lo yuan digitale ha le stesse caratteristiche dello yuan fisico, ma presenta ai negozianti che decideranno di accettare questo metodo di pagamento un diverso compromesso tra costi e benefici: infatti, se da una parte non debbano corrispondere nessuna *fee* per la transazione, dall'altra l'anonimità associata al pagamento preclude una profilazione accurata della clientela.

Per quanto riguarda l'Unione Europea, la BCE ha annunciato l'inizio di un'investigazione di 24 mesi a partire da ottobre 2021 per una valutazione di fattibilità sull'emissione di un euro digitale ed iniziare la sua eventuale implementazione. Le questioni chiave da affrontare riguardano certamente gli aspetti legati alla privacy e al tracciamento delle transazioni, nonché il disegno di un modello distributivo efficace e sicuro rispetto alle attività illecite e al rischio di minare la stabilità finanziaria e la politica monetaria dell'Unione.



81 paesi al mondo

hanno già avviato sperimentazioni sulla digitalizzazione delle monete nazionali, mentre la BCE presenterà i risultati dell'investigazione sulla fattibilità dell'euro digitale nel 2023

Tale iniziativa mira anche a provare la fattibilità tecnica di un euro digitale basato su una blockchain Distributed Ledger Technology (DLT), che abiliterebbe una serie di servizi a valore aggiunto resi possibili grazie alla programmabilità della moneta. L'applicazione degli *smart contracts* al mondo dei pagamenti, infatti, contribuirebbe alla diffusione di nuovi casi d'uso, per esempio abilitando automaticamente il trasferimento di fondi in corrispondenza al verificarsi di condizioni oggettive e predeterminate nella rete, in maniera totalmente trasparente: uno degli innumerevoli esempi riguarda l'erogazione di un prestito finalizzato esclusivamente all'acquisto di un bene specifico, una volta dimostrati i requisiti di solvibilità.

Nell'ipotesi che lo studio dia risultati positivi, l'implementazione di un euro digitale presenterebbe diversi vantaggi potenziali: i trasferimenti di denaro, non essendo più vincolati ad intermediari come banche e camere di compensazione, verrebbero processati in tempo reale, abbattendo al contempo complessità e costi per la transazione. Non da ultimo, la Banca Centrale avrebbe a disposizione uno strumento fondamentale per la lotta all'evasione fiscale ed al riciclaggio di denaro, nonché per facilitare l'attuazione di politiche monetarie e di supporto all'economia reale come *quantitative easing* ed influenza diretta sui tassi di interesse.

Un intervento così forte del regolatore, certamente auspicabile e necessario, ha messo in luce anche una sorta di reazione verso la tendenza contraria di decentralizzazione finanziaria (o DeFi), termine con cui si descrive un sistema finanziario che opera senza il bisogno di intermediari tradizionali e centralizzati, consentendo a chiunque disponga di una connessione Internet di parteciparvi.

Ad onor del vero, la DeFi inizialmente ha riscosso particolare interesse tra le persone o le imprese operanti nei mercati in via di sviluppo che non hanno trovato nel sistema bancario tradizionale un'adeguata risposta alle loro esigenze.

Inoltre questo fenomeno è particolarmente noto per le applicazioni legate alle criptovalute. Le promesse che porta con sé l'idea di un sistema finanziario decentralizzato vanno oltre i semplici trasferimenti di fondi, proponendosi di gestire tutto il ventaglio dei servizi finanziari offerti attualmente dagli operatori tradizionali - come investimenti, piani di risparmio, assicurazioni, trasferimenti e prestiti di denaro in modo più efficiente e trasparente. In sostituzione ad una banca che facilita le transazioni e i servizi tra le parti, la finanza decentralizzata pone al primo posto la tecnologia basata su DLT e gli algoritmi automatizzati.

Anche se la DeFi non sembra, ad oggi, aver risolto i problemi di inclusione finanziaria delle persone, ciò che ha realizzato è stato uno stimolo a ripensare le logiche della finanza tradizionale. Esistono già diverse piattaforme di successo che rendono facile per chiunque l'accesso ad investimenti e ad altri strumenti finanziari che prima erano disponibili solo per chi vantava patrimoni significativi. Gli attuali progetti si concentrano ad esempio sulla tokenizzazione, ovvero la divisione in "gettoni" virtuali di asset fisici e altri grandi investimenti.

Si tratta di un fenomeno che indubbiamente deve ancora esprimere la sua piena maturità, ma che il mondo finanziario sta osservando con grande attenzione: l'interesse verso le soluzioni decentralizzate è in costante crescita tra entrambe le fazioni, scettici ed entusiasti, e i regolatori cominciano a mostrarsi più aperti e proattivi non solo nell'indagarne potenzialità e minacce, ma anche nell'intervenire direttamente per rispondere alle stesse esigenze.

In questo contesto così dinamico, verranno presentati anche gli interventi di due tra le più importanti associazioni di settore in Italia di cui EY Italia è orgogliosamente membro: Assofintech e ItaliaFintech. Entrambe le associazioni hanno arricchito lo studio fornendo un approfondimento verticale sul ruolo del regolatore, grazie ad un punto di vista privilegiato sul mondo finanziario in Italia.

- ▶ *Sistemi di pagamento tra innovazione e supervisione, a cura di Assofintech e Valerio Lemma*
Un'analisi sul panorama regolamentare, tra spinte innovative e necessità di un impianto giuridico solido e favorevole per la competizione
- ▶ *Difficoltà di accesso ai conti bancari per gli AISP & Incertezza sull'impatto degli obblighi AML e CFT, a cura di Italia Fintech e Studio Legale Atrigna & Partners*
L'evoluzione dell'Open Banking: la necessità di semplificare l'accesso ai conti bancari per gli AISP e specifiche linee guida sull'adempimento dei vari obblighi AML e CFT da parte dei TPP

Focus sul mercato italiano dei pagamenti digitali

La trasformazione dell'ecosistema dei pagamenti italiano verso l'evoluzione in una "cashless society" è ormai avviata. Negli ultimi anni, complici anche le limitazioni imposte dalla pandemia, le abitudini dei consumatori sono cambiate significativamente: la flessibilità e la comodità delle nuove soluzioni tecnologiche di pagamento (in particolare le soluzioni contactless e l'e-commerce), affiancate dalle iniziative promosse dal governo come il cashback di stato o la lotteria degli scontrini, hanno permesso una penetrazione maggiore del digitale nel mondo dei pagamenti.

Il valore totale di questo mercato in Italia, basato sugli ultimi dati disponibili dell'Osservatorio Innovative Payments del Politecnico di Milano, ha il potenziale di raggiungere i 311 miliardi a fine 2021, con una crescita media a partire dal 2015 pari all'8%.

Considerando lo stesso lasso di tempo, anche gli esercenti hanno iniziato ad accettare più diffusamente i metodi di pagamenti elettronici per transazioni di piccolo importo, riducendo lo scontrino medio dei pagamenti digitali da 66,5€ (dato 2015) a 51,7€ nel 2020 e a 45,7€ nel primo semestre 2021.

Durante le c.d. riaperture, gli italiani non sono ritornati alle precedenti abitudini di pagamento, continuando a preferire i pagamenti contactless (aumentati dal 2019 del 66% nel primo semestre 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) per gli acquisti in prossimità, a cui si aggiunge il nuovo interesse per gli innovative payments, come quelli abilitati da wearable, dispositivi mobili, smart speaker, e device-free (es. pagamenti). In particolare, il transato dei soli pagamenti Mobile cresce del 108% dal primo semestre 2020 allo stesso periodo 2021.

Trend positivi per i pagamenti digitali in Italia



Fonte: Report "Osservatorio Innovative Payments" della School of Management del Politecnico di Milano, 2021

Infine, le direttive comunitarie come la PSD2 e l'ingresso in scena di nuove tecnologie come le Open API o l'Intelligenza Artificiale hanno contribuito a ridefinire il perimetro del settore con l'apertura verso nuovi attori (sia finanziari che non), con l'obiettivo di salvaguardare l'esperienza del cliente finale e dei suoi dati che, previa l'autorizzazione, possono essere condivisi con le terze parti per favorire la competizione e l'ampliamento dell'offerta. Nonostante queste premesse costituiscano condizioni effettivamente favorevoli per incrementare l'utilizzo delle soluzioni *cashless*, il Bel Paese resta a tutt'oggi ancora molto legato ai sistemi di pagamento più tradizionali, fra tutti il contante. I cittadini, infatti, percepiscono questo strumento più utile per spese di piccola entità e nella gestione delle emergenze, oltre al fatto che presso alcuni esercenti le carte vengono accettate solo per spese superiori ad una certa cifra a causa delle alte commissioni.

Anche per questo motivo, è auspicabile che un contributo fondamentale alla "rivoluzione cashless" arrivi proprio dal governo e dalle istituzioni, responsabili di far comprendere ai cittadini i benefici dei pagamenti elettronici. In questa direzione vanno i piani di intervento e sensibilizzazione fino ad ora favoriti: al fianco dei sopra citati piani come il "Cashback di Stato" o la "Lotteria degli Scontrini", si è spinto verso altre direttrici come la riduzione al limite d'uso del contante, la possibilità per gli esercenti di usufruire di un credito d'imposta pari al 30% sulle commissioni e la detraibilità della spesa effettuata con strumenti tracciabili (bonus bancomat).

Un'attenta analisi dei player operanti nel mercato italiano ha messo in luce come si tratti per lo più di aziende a carattere internazionale ed ha permesso di evidenziare come la trasversalità sia diventato un fattore chiave per il consolidamento strategico delle società che operano in questo business. Un'altra tendenza che emerge è invece quella che vede la presenza di attori che offrono servizi a valore aggiunto. Al giorno d'oggi, infatti, il solo servizio di pagamento in sé e per sé se viene considerato una mera *commodity* dai consumatori, che richiedono un'esperienza di pagamento sempre più fluida e integrata con nuove funzionalità, come la possibilità di dilazionare il pagamento, di inserire all'interno del wallet digitale le carte fedeltà, di settare obiettivi di risparmio e molto altro. Tuttavia, raggiungere questi obiettivi in autonomia richiede competenze, tempo ed investimenti eccessivamente sfidanti per un singolo player. Come si vedrà anche in seguito, la collaborazione con attori esterni per la creazione di nuovi prodotti o per aggredire un nuovo target di clienti è una delle vie più battute.

Un'anticipazione dei risultati della nostra survey

Per comprendere profondamente l'evoluzione della catena del valore e del contesto competitivo in cui banche, Fintech e player innovativi si muovono, è stata elaborata una survey dedicata da sottoporre ai protagonisti del mercato italiano. Con loro è stato aperto un confronto su opportunità e rischi del settore spaziando su differenti tematiche: quali sono le soluzioni più innovative nel mercato e la propensione all'adozione di queste ultime per l'evoluzione dell'offerta nei prossimi anni (nuovo credito al consumo e "buy now pay later", blockchain e decentralizzazione, finanza comportamentale, Super App etc.).

Più della metà degli intervistati (54%) indica tra i principali trend innovativi il Buy Now Pay Later, seguiti dai prodotti basati su blockchain e le Super App di pagamento (entrambi menzionati nel 39% dei casi), cioè singole applicazioni che racchiudono al loro interno un'ampia offerta di funzionalità legate all'esperienza di pagamento, tra cui chat e pagamenti peer-to-peer, bollette, gestione degli abbonamenti, strumenti di budgeting, e così via.

Inoltre, a margine delle risposte puntuali e quantitative, è stato lasciato spazio agli intervistati di fornire commenti e spunti di riflessione per raccontare estensivamente la loro visione sulle continue evoluzioni di questo settore e sulle strategie con cui affrontare le principali criticità legate al business dei pagamenti.

Prodotti basati su blockchain, Buy Now Pay Later e Super App

sono i principali trend innovativi di mercato selezionati dagli intervistati

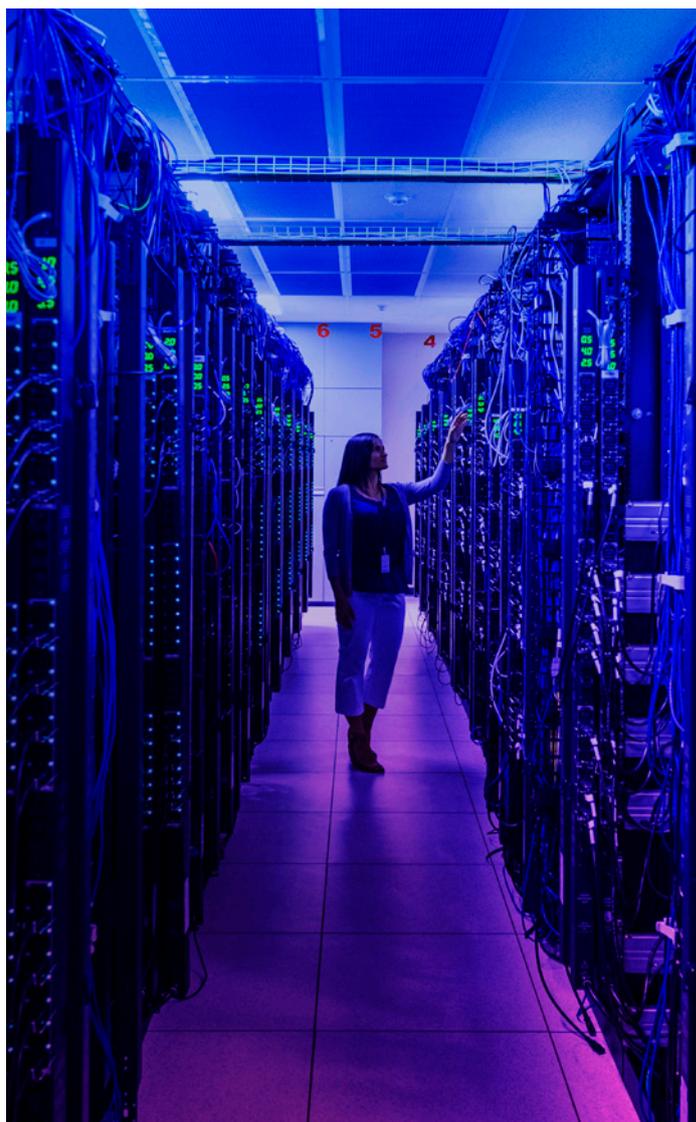
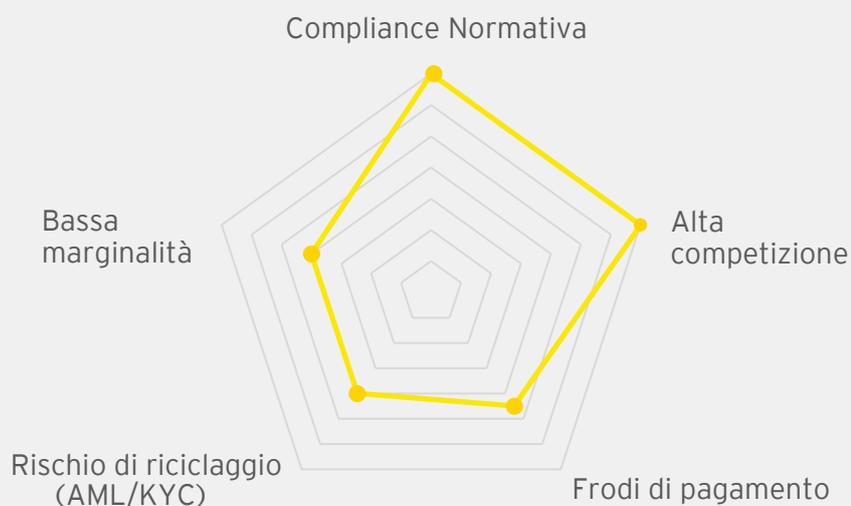


Grafico 1

Quali sono i principali rischi nel mondo dei pagamenti?



Alta competizione

50% dei player Fintech

Compliance normativa

60% dei grandi istituti di pagamento

Dalle evidenze emerse si può notare come, oltre ai ben noti temi sulla corretta rilevazione di frodi di pagamento e riciclaggio, la compliance normativa e l'alta competizione vengano viste come le principali criticità per gli operatori del settore (riferimento: grafico 1). La regolamentazione stringente è percepita tanto più come un rischio soprattutto dai player di maggiori dimensioni (circa il 60%), i quali spesso operano su più geografie e devono garantire la compliance verso diversi regolatori.

Per i player Fintech, invece, la spinta normativa può trasformarsi in un'opportunità se vista sotto l'ottica di fornire servizi di compliance ad altri istituti facendo leva su una forte infrastruttura tecnologica: un esempio su tutti sono i servizi per la verifica della Strong Customer Authentication per la PSD2 forniti tramite Open API.

Grafico 2**Quali sono le principali opportunità offerte dal mondo dei pagamenti?**

80% dei player vede nella collaborazione con le Fintech la maggiore opportunità del settore

50% spinge l'estensione dell'offerta grazie ai dati

Per il 50% di loro, il rischio più significativo è rappresentato dall'alta competizione: il continuo evolversi delle abitudini dei consumatori e l'ingresso di attori esterni al mondo finanziario nel business dei pagamenti secondo il paradigma dell'Open Finance rendono il settore estremamente dinamico e competitivo. Dopo aver indagato i maggiori ostacoli, ai player è stato chiesto di indicare ciò che vedono come principali opportunità di settore. L'utilizzo efficace dei dati collegati alle operazioni e ai contesti di pagamento è un tema sempre più attuale per offrire prodotti e servizi mirati al cliente finale e va

vista nell'ottica di costruire una *customer experience* a 360 gradi attorno al processo di pagamento stesso (riferimento: grafico 2).

Le banche e i grandi istituti hanno a disposizione un'opportunità unica abilitata dall'enorme quantità di dati di transazione già a disposizione, ma non sempre sono in grado di sfruttare i Big Data per estrarre insight a valore aggiunto in grado di far evolvere il loro business.

Da qui il tema cruciale della collaborazione con player tecnologici e realtà Fintech innovative: per ben l'80% degli intervistati è proprio questo il vantaggio principale derivante dall'operare in questo mercato. Solo il 36% indica anche l'abilitazione di nuovi modelli di business derivanti dalla collaborazione con attori finanziari tradizionali, come le banche. A seguire vengono indicati il miglioramento e l'estensione dell'offerta grazie all'uso dei dati derivanti dai pagamenti (50% del campione), mentre un ulteriore 25% vede questo business come una possibilità di estensione della customer base.

Il tema della collaborazione torna anche come fattore chiave nell'applicazione di una strategia di ecosistema che coinvolga banche, Fintech, merchant, consumatori e regolatore: la capacità di saper sfruttare correttamente un approccio all'insegna dell'Open Innovation ricopre massima importanza per la maggior parte dei rispondenti (voto 10/10), con una media superiore a 9.

Le collaborazioni, tuttavia, non hanno tutte lo stesso peso specifico e ad essere maggiormente favoriti come partner sono i player fintech o molto innovativi, non solo per le competenze tecnologiche che sono in grado di mettere in campo, ma soprattutto per la flessibilità dimostrata in termini di approccio metodologico: un fattore chiave è la capacità di andare sul mercato in modo semplice e veloce, con processi agili e già pronti all'integrazione con sistemi ed attori esterni. Questa tendenza è ancora più accentuata per i player di piccole dimensioni, che quindi prediligono la collaborazione con i loro peer piuttosto che con i grandi istituti tradizionali. Non è mai la mancanza di volontà nello stringere un'alleanza con gli incumbent a frenare le collaborazioni con le Fintech, quanto piuttosto le infrastrutture legacy e i processi decisionali lenti e complessi dal punto di

Quanto è importante applicare una strategia d'ecosistema (in cui vengono coinvolte banche, fintech, merchant, consumatori) per l'innovazione di settore in una scala da 1 a 10?

10/10

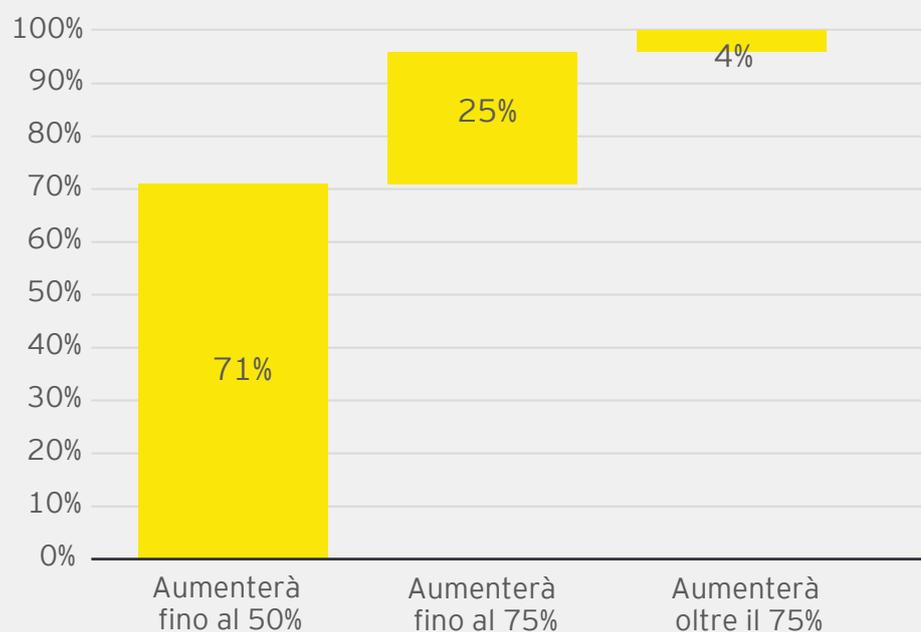
Una strategia di Open Innovation è fondamentale per il 60% degli intervistati

9

Risposta media

Grafico 3

Secondo l'Osservatorio Innovative Payments del Politecnico di Milano, nel 2020 i pagamenti digitali hanno rappresentato il 33% del totale dei pagamenti. Come evolverà questa percentuale entro il 2025?



100%

degli intervistati pensa che: i pagamenti digitali continueranno a crescere

1/4

degli intervistati pensa che: arriveranno a rappresentare fino al 75% dei pagamenti totali entro il 2025

vista della compliance, che pongono le due tipologie di attori su velocità completamente diverse, inadatte alla cooperazione e al go-to-market.

Agli intervistati è stato anche chiesto di tracciare una proiezione evolutiva sulla crescita del mercato dei Digital Payments in base al numero delle transazioni. Partendo dal dato più positivo degli ultimi anni tracciato dall'Osservatorio Innovative Payments, secondo cui i pagamenti digitali nel 2020 hanno rappresentato ben un terzo dei consumi totali, è stato chiesto agli intervistati di fare una previsione su come questa percentuale possa evolvere entro il 2025.

Se nessuno di loro ha dichiarato che il fenomeno sia destinato a fermarsi o ad invertire la tendenza, oltre il 70% del campione è concorde nell'aspettarsi che i pagamenti digitali arrivino a rappresentare fino alla metà delle operazioni totali (che per il rimanente 50% saranno eseguite con metodi tradizionali come il contante). Il 25% si spinge fino a prevedere una crescita sul totale dei pagamenti fino al 75%, mentre solo una piccola percentuale auspica che si possa superare anche questa soglia (riferimento: grafico 3).

Rispetto a quelli che saranno i principali modelli di crescita per i player europei attivi nel mondo dei pagamenti, il 46% indica le operazioni di

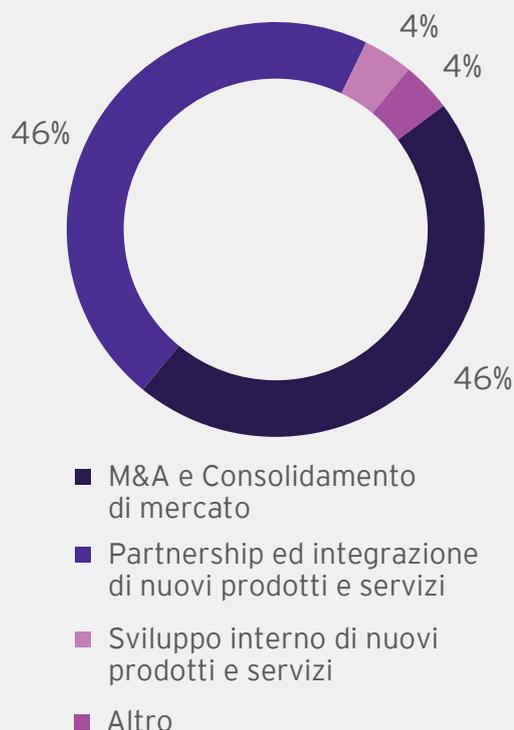
M&A e di consolidamento di mercato da parte di grandi operatori: stessa importanza ha lo stringere partnership con altri attori e conseguente integrazione di prodotti e servizi (46%). Secondo alcuni, la dimensione del singolo player gioca un ruolo fondamentale nell'adozione dell'una o l'altra strategia: gli incumbent già consolidati si concentreranno principalmente su collaborazioni e integrazione di servizi esterni, mentre gli operatori più piccoli continueranno ad essere oggetto di acquisizioni e fusioni (4%). Infine, solo una piccola parte degli intervistati (4%) pensa che l'innovazione organica possa arrivare principalmente dallo sviluppo interno all'azienda (riferimento: grafico 4).

Queste considerazioni vanno lette anche alla luce del contesto Fintech nel nostro paese: per 3 player su 4 l'innovazione non si muove alla stessa velocità in tutti i paesi europei e la maggior parte di loro considera l'Italia come uno dei Paesi meno innovativi.



Grafico 4

Quale sarà il principale modello di crescita per i player di pagamento europei?



Solo il 10%

Crede che il 2025 sia una data ragionevole per l'accettazione comune di criprovalute nei negozi fisici e virtuali

Le motivazioni fornite dagli attori intervistati sono molteplici: la mancanza cronica di finanziamenti sufficienti per le startup finanziarie, la burocrazia talvolta soffocante per i nuovi entranti ma allo stesso tempo poco protettiva in termini di proprietà intellettuale e, non da ultimo, l'assenza di iniziative istituzionali davvero efficaci nel promuovere modelli innovativi.

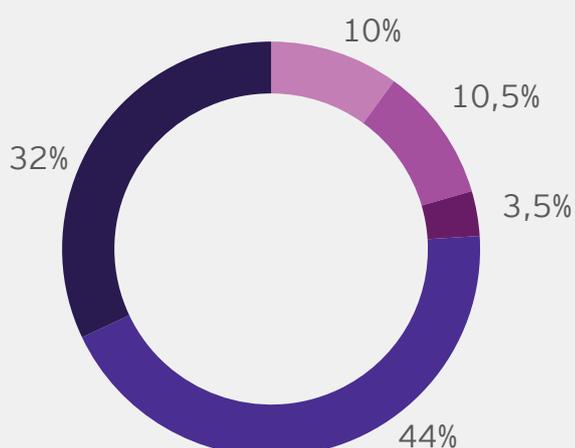
Un campione comunque rilevante ritiene che l'Italia possa essere considerata un esempio virtuoso per la qualità e il numero di proposte innovative derivanti dall'ecosistema di startup locali, mentre spesso a frenare l'adozione delle soluzioni è in primo luogo la scarsa percezione e consapevolezza dei consumatori, nonché la diffidenza rispetto all'effettiva sicurezza degli strumenti tecnologici.

Il tema della consapevolezza e della formazione torna con forza nella sezione del questionario dedicata alle criptovalute: nonostante le implementazioni di soluzioni finanziarie basate su blockchain siano state indicate tra le tendenze di settore più rilevanti, quasi il 60% degli intervistati non ritiene che si assisterà ad un'accettazione diffusa dei pagamenti in cripto-valute entro il 2025 (riferimento: grafico 5). Le motivazioni sono da ricercarsi in primis nella scarsa cultura di consumatori e commercianti sul tema, la quale è in parte collegata all'assenza di una regolamentazione comunitaria, trasparente e ben definita.

Altri attori indicano come deterrenti elementi quali la tecnologia ad oggi non sufficientemente avanzata per gestire in tempo reale un grande numero di transazioni, la volatilità degli strumenti

Grafico 5

Pensa che il crescente interesse sul tema porterà ad un'accettazione diffusa nei negozi fisici e virtuali dei pagamenti in crypto-valute (stablecoin) entro il 2025?



- Sì
- No, a causa dei vincoli imposti dal regolatore
- No, a causa della difficoltà di controllo su inflazione e moneta circolante
- No, a causa della scarsa fiducia/cultura di consumatori e commercianti
- Altro

e non da ultimo la sostenibilità del business, che vede nelle grandi fluttuazioni di mercato l'attuale modello di ricavo principale per gli operatori che si occupano di garantire in qualsiasi istante la conversione trasparente e sicura delle crypto in valuta fiat corrente, a fronte di una commissione per remunerare la loro funzione di market maker.

Ipotizzando uno scenario in cui la criptovaluta si assesti su un valore costante nel tempo o venga ancorata alla moneta fiat (stablecoin e CDBC) i costi aggiuntivi legati alle commissioni attuali potrebbero non essere più coperti da un incremento di valore della singola valuta digitale e quindi gravare sull'acquirente o merchant, penalizzando ulteriormente l'utilizzo di questa tipologia di strumento.

In ogni caso, la crescente curiosità sul tema e il progressivo numero di utenti che dispone di un portafoglio crypto, non più come mero mezzo speculativo e di guadagno nel breve termine ma come una valida alternativa per diversificare il proprio portafoglio di investimenti, porterà inevitabilmente ad un aumento della domanda di questo tipo di servizi ed al conseguente adeguamento dell'offerta.

Per gli approfondimenti di contesto su questo e degli altri temi toccati brevemente in questo summary si rimanda alla visione del report completo, in cui viene tracciata una descrizione accurata dei trend affiancata dall'analisi totale dei dati raccolti.

Uno sguardo al futuro dei pagamenti

Siamo alle porte del 2022 e probabilmente in questo momento i vari leader del mondo dei financial services e dei pagamenti hanno la sensazione di vivere in un futuro che nelle loro menti sembrava dovesse concretizzarsi almeno in 5 anni da oggi. Il COVID-19 ha cambiato il settore dei pagamenti per sempre e l'adozione di soluzioni fintech, di pagamenti innovativi e del digitale in generale non è più ad uso esclusivo di Millennials e Gen Z ma è esplosa in tutte le fasce d'età.

Un mondo a diverse velocità: basti pensare che dai dati della survey emerge che il 78% degli executive intervistati pensano che l'innovazione nei pagamenti non si muova alla stessa velocità in tutti i paesi europei. Alcune aree geografiche, come l'Asia-Pacific, per motivi storici risultano essere almeno un quinquennio avanti merito di regolamentazioni meno stringenti che hanno permesso lo sviluppo di Super Apps (e.g. WeChat Pay in Cina).

E-commerce e digital economy sono il principale macro-trend che spingono il settore dei pagamenti sempre verso ulteriori innovazioni di frontiera. Basti pensare che nel 2021 si stimano vendite retail e-commerce per 5 Trilioni di dollari. Le Fintech operanti nel mondo dei pagamenti oggi raggiungono valutazioni impensabili solo un paio di anni fa: Stripe, leader global nell'online payment processing oggi vale 95 Miliardi di dollari, Bolt Payments lanciata nel 2016 dalla mente geniale di Ryan Breslow, ai tempi studente ventenne di Stanford, oggi è pronta a chiudere un round da 777 milioni di dollari con una valutazione prossima agli 11 miliardi e infine Klarna, il colosso svedese del buy-now-pay-later (BNPL) principale unicorn del panorama europeo.

Proprio il BNPL merita una nota di approfondimento anche all'interno di questo executive summary. Il crescente interesse e utilizzo di questi prodotti è un esempio di tendenza oggi circoscritta in larga misura alla Gen Z e ai Millennials ma che può darci già oggi una prospettiva futura del cambiamento del settore.

Molti Millennials non possiedono una carta di credito e sempre di più si allontanano dal credito vedendo nel BNPL un'alternativa valida. La proposta di valore è chiara: termini di finanziamento variabili in molti casi senza interessi aggiunti, convenienza attraverso un portale di accesso unico, *digital first* e, dopo il primo utilizzo, *one-click*. Questo ci porta a definire il BNPL non come una semplice opzione di pagamento in aggiunta ai metodi esistenti, ma piuttosto come l'opportunità di introdurre lo shopping online ad un'intera nuova fascia demografica già attiva o nuove fasce demografiche come la generazione Alpha "pronte a spendere" tra qualche anno.

Come si può notare la disruption sta già avvenendo e i player tradizionali hanno bisogno di capire che strategia adottare dove la convergenza tra tecnologia e istituzioni finanziarie è un vero e proprio *new normal*.

Un *new normal* che se proiettato su un futuro vicino verrà ancora di più spinto da fattori macroeconomici inevitabili che influenzeranno i ricavi del business dei pagamenti. In prima istanza, l'inevitabile declino dell'utilizzo del contante e il ritorno alla crescita economica globale incrementerà esponenzialmente il numero di transazioni elettroniche.

Contemporaneamente, i margini d'interesse rimarranno probabilmente ridotti: a conferma di ciò, la scelta strategica di settembre 2021 della FED di lasciare i tassi invariati fra lo 0 e lo 0,25%.

Il perdurare di questi trend macroeconomici sarà fattore chiave per la sostenibilità del fatturato delle imprese del settore, creando un maggiore incentivo a perseguire nuove fonti di reddito basate sulle commissioni e ad espandersi oltre la loro tradizionale attenzione verso aree adiacenti come marketplace, servizi di digital identity e servizi a valore aggiunto, come programmi di reward. Ultimo ma non meno importante la creazione di modelli di business per la sostenibilità, che sfruttando i dati dal mondo dei pagamenti traccino in maniera sempre più precisa l'impatto ambientale di persone e aziende.

I temi trattati denotano una sempre più crescente importanza strategica; alcuni governi e istituzioni stanno sviluppando infrastrutture di pagamento come parte della politica industriale per controllare i flussi di denaro e possedere piattaforme digitali e di dati. Questi cambiamenti hanno portato e porteranno ancora a una proliferazione di nuove regolamentazioni (in Europa Digital Finance Package e la futura PSD3), nuovi sistemi di pagamento nazionali (Mir in Russia o TROY in Turchia) ed evoluzione dei network dei pagamenti come l'EPI (European Payment Initiative), sostenuta dalla Commissione europea e da venti grandi banche europee, con l'obiettivo di creare un sistema di pagamento paneuropeo e una rete interbancaria per rivaleggiare con Mastercard e Visa, ed eventualmente sostituire i sistemi di pagamento nazionali europei come Bancomat in Italia, la Carte Bancaire in Francia e la tedesca Girocard.

Concludendo, in un solo biennio, le proiezioni delle preferenze dei metodi di pagamento dei diversi consumatori sono cambiate radicalmente accelerate dall'esplosione dell'e-commerce ma anche, nel mondo fisico, dal distanziamento sociale che ha visto esplodere il *to-tap to-pay* via cellulare o via carta fisica.

La spinta innovativa è come sempre guidata dal consumatore finale. Pagare deve essere un gesto fluido, divertente ma che non dimentichi di integrare standard di sicurezza molto elevati. La customer experience è il fattore critico di successo e questo sarà sempre più possibile grazie a standard di settore, tecnologia aperta e resilienza in quello che all'interno del mondo dei financial services è il settore dai cambiamenti più repentini. La traiettoria è definita e le tecnologie a disposizione, sempre più complesse, come un ossimoro ci portano verso il mantra dell'esperienza cliente, la semplicità, e in ultima istanza verso un'affermazione che nei prossimi anni pronunceremo senza timore: "Il futuro dei pagamenti è l'invisibilità".

Contatti

Andrea Paliani

Client Technology & Innovation Leader for Europe West Italy
Andrea.Paliani@it.ey.com

Andrea Ferretti

Markets & Business Development Leader for Financial Services Italy
Andrea.Ferretti@it.ey.com

Innovation Team Financial Services Italy

Carlo Alberto Minasi

Chief Innovation Officer
Carlo.Alberto.Minasi@it.ey.com

Federica Baiocchi

Federica.Baiocchi@it.ey.com

Mario Gjata

Mario.Gjata@it.ey.com

Pietro Lado

Pietro.Lado@it.ey.com

EY | Building a better working world

EY esiste per costruire un mondo del lavoro migliore, aiutare a creare valore nel lungo termine per i clienti, le persone e la società, e costruire fiducia nei mercati finanziari.

Supportati dall'uso di dati e tecnologia, i team di EY in oltre 150 Paesi creano fiducia attraverso servizi di revisione e aiutano i clienti a crescere, trasformarsi e portare avanti il business.

Operando nel campo della revisione, consulenza, assistenza fiscale e legale, strategia e transaction i professionisti di EY si pongono le migliori domande per trovare risposte innovative alle complesse sfide che il mondo si trova oggi ad affrontare.

"EY" indica l'organizzazione globale di cui fanno parte le Member Firm di Ernst & Young Global Limited, ciascuna delle quali è un'entità legale autonoma. Ernst & Young Global Limited, una "Private Company Limited by Guarantee" di diritto inglese, non presta servizi ai clienti. Maggiori informazioni su raccolta e utilizzo dei dati da parte di EY e sui diritti individuali che ricadono sotto la legislazione sulla protezione dei dati sono disponibili su ey.com/IT/privacy. Le Member Firm di EY non prestano servizi legali dove non è consentito dalle normative locali. Per maggiori informazioni sulla nostra organizzazione visita ey.com.

© 2021 EY Advisory S.p.A.
All Rights Reserved.

ED None

Questa pubblicazione contiene informazioni di sintesi ed è pertanto esclusivamente intesa a scopo orientativo; non intende essere sostitutiva di un approfondimento dettagliato o di una valutazione professionale. EYGM Limited o le altre member firm dell'organizzazione globale EY non assumono alcuna responsabilità per le perdite causate a chiunque in conseguenza di azioni od omissioni intraprese sulla base delle informazioni contenute nella presente pubblicazione. Per qualsiasi questione di carattere specifico, è opportuno consultarsi con un professionista competente della materia.

ey.com/IT