

Un'analisi di mercato internazionale relativa al mobile payment:

I servizi di mobile payment in aumento in tutto il mondo

- **La recente indagine GFT analizza i mercati chiave in Europa, Asia e America**
- **Gli “outsider” del settore, sia grandi sia piccoli – dalle start up alle società più importanti – beneficiano del successo con concept dirompenti**
- **Una diversa gamma di opportunità e sfide emerge nel settore finanziario**

Milano, 27 ottobre 2016 – GFT, il fornitore globale di servizi di advisory, business consulting, IT e servizi software per il settore dei servizi finanziari, annuncia oggi il lancio di un whitepaper che delinea lo sviluppo del mobile payment su scala globale e indica importanti suggerimenti per il settore finanziario nel suo complesso.

Le soluzioni di mobile payment continuano ad avere sempre più rilevanza a livello internazionale, con alcuni pionieri, nell'emergente settore, nell'Asia-Pacifica e nelle regioni Africane, dove solo pochi individui possiedono un conto corrente tradizionale. All'interno dell'Europa: Regno Unito, Spagna e Italia sono considerate all'avanguardia nell'innovazione del mobile payment, mentre in Germania, c'è ancora la necessità di ottimizzare l'esperienza nel retail e di un cambiamento di mentalità da parte del consumatore, che deve ancora approcciarsi al mobile payment. Il whitepaper GFT, intitolato *'Mobile Payments 2016: un'analisi del mercato attuale, impatti e suggerimenti per il settore bancario'* mostra una completa panoramica in otto mercati chiave: Germania, Svizzera, Spagna, Italia, Regno Unito, USA, Brasile e Cina. Nel paper, GFT analizza l'evoluzione di questi mercati chiave, raffrontando i progressi che sono stati fatti rispetto a quanto riportato da GFT nel precedente report del 2012, relativo ai trend nei pagamenti mobile. Come si è sviluppato il mercato da allora e dove è determinante agire nel settore bancario? La nuova analisi fornisce risposte precise.

Bernd-Josef Kohl, Executive Director di GFT Germania, commenta: "Il futuro delle operazioni di pagamento è determinato da catene di creazione di valore in evoluzione, che stanno continuamente crescendo e diventando più complesse". In molti paesi, nuove aziende stanno entrando sul mercato, e non appartengono solo al settore finanziario. Da un lato, ci sono i produttori di smartphone che uniscono la loro posizione dominante sul sistema operativo mobile a idee di business dirompenti, mentre dall'altro lato, potenti internet company provenienti dagli Stati Uniti (e sempre più dalla Cina) sono particolarmente interessate alla monetizzazione dei dati dei loro clienti attraverso un mobile wallet. Kohl continua, "Ulteriori competitor nel settore bancario delle transazioni di pagamento, sono le start-up Fintech, sempre più numerose".

Una grande opportunità di mercato per le banche - ma il tempo stringe

In tutta Europa, molti paesi hanno già adottato alcuni meccanismi di pagamento contactless. Entro il 2020 in Germania, tutti i terminali POS dovranno supportare questa tipologia di pagamenti. Questo implica, per il settore bancario, una vasta gamma di nuove opportunità di

business. Kohl continua, "Grazie alla loro infrastruttura e a molti anni di esperienza nei servizi di pagamento, gli istituti di credito hanno le condizioni ottimali per assumere un ruolo fondamentale nel futuro ecosistema mobile". Le principali istituzioni finanziarie possono anche incrementare la consolidata fiducia instaurata con i loro clienti - soprattutto in termini di tutela della privacy. Secondo un sondaggio* recentemente pubblicato, tre consumatori su quattro si fiderebbero maggiormente di un'applicazione sviluppata dalla propria banca per lo svolgimento di un'operazione di pagamento mobile con il proprio smartphone, rispetto a solo un consumatore su 10 relativamente ad un provider del settore IT o internet.

Inoltre, il mercato dell'Eurozona sarà esposto ad un'ulteriore dinamica attraverso l'introduzione di nuovi servizi di instant payment. Entro il 2018, i pagamenti in tempo reale dovrebbero essere possibili nell'Eurozona - inizialmente tra le imprese e i consumatori. I requisiti di legge, con cui l'Unione Europea intende rafforzare la competitività e la sicurezza nel mercato del mobile payment, creano un'ulteriore pressione sugli istituti di credito. Con l'attuazione della Direttiva Europea sui Servizi di Pagamento (PSD2), tali imprese saranno obbligate a garantire che i fornitori terzi abbiano libero accesso ai conti dei clienti che essi detengono, un cambiamento importante per la attuale natura di "protezione" del rapporto con il cliente.

Grazie alla profonda comprensione dei trend di mercato emergenti e alla completa conoscenza delle aziende operanti nel settore finanziario, GFT ha delineato numerosi suggerimenti relativi ai modelli di business, alle opportunità di accesso al mercato e ai potenziali modelli di cooperazione. Kohl spiega, "L'attenzione deve chiaramente essere concentrata sull'esperienza dell'utente finale. Il corretto contatto con il cliente rappresenta un elemento fondamentale nella creazione di servizi vincenti di mobile payment. È l'esperienza degli utenti, in particolare, che decreta la differenza tra il successo di mercato e un fallimento clamoroso - e questo si traduce, in modo determinante, in fidelizzazione della clientela o perdita totale dei clienti".

Il nuovo whitepaper GFT offre valutazioni molto utili per quanto riguarda lo sviluppo atteso dei sistemi di pagamento mobile e dei volumi previsti nei prossimi anni: può essere scaricato [qui](#).

* Fonte: ING-Diba

Informazioni su GFT

GFT Technologies SE (GFT) svolge un'attività di consulenza per i cambiamenti del business e l'evoluzione tecnologica. Per affrontare le sfide più critiche, le primarie istituzioni di servizi finanziari a livello mondiale si affidano a GFT, che si prefigge di rispondere agli attuali e costanti cambiamenti normativi – e, allo stesso tempo, di innovare processi e modelli per soddisfare le richieste della rivoluzione digitale. GFT unisce capacità consulenziali, creative e tecnologiche con una cultura di innovazione e conoscenze specialistiche del settore finanziario, per trasformare il business del cliente.

Utilizzando la piattaforma per l'innovazione CODE_n, GFT è in grado di fornire a start-up internazionali, pionieri della tecnologia e aziende leader, l'accesso a un network globale, che consente di sfruttare i trend dirompenti nei mercati dei servizi finanziari e valorizzare il loro modo di pensare "out of the box".

Con sede in Germania, GFT ha conseguito ricavi consolidati per circa 374 milioni di euro nel 2015. GFT è presente in 12 paesi, con un team globale di circa 4.500 dipendenti. GFT è quotata al Frankfurt Stock Exchange nel TecDAX (ISIN: DE0005800601).

Press Contact:

Anja Ebert
Press Spokeswoman
GFT Technologies SE
Schelmenwasenstraße 34
70567 Stuttgart, Germany
T +49 711 62042-108
anja.ebert@gft.com
www.gft.com

Contatti GFT Italia:**Paola Sinigaglia**

Ufficio Stampa GFT - paola@paolasinigaglia.it
Mobile: +39.340.1065021 - Skype: paola.sinigaglia1

Dante Laudisa

Marketing & Communication Director, GFT Italia
Via A. Campanini, 6 -20146 Milano (MI) Tel: +39.02.581588613, Fax: +39.02.58158621
dante.laudisa@gft.com www.gft.com/it