***Kontakt dla prasy:***

*Magdalena Katolik*

*Tel.:+ 48 793 265 710*

*E-mail:* *magdalena.katolik@capgemini.com*

***Kontakt dla prasy:***

*Aleksandra Witkowska*

*Tel.:+ 48 693 407 831*

*E-mail:* *aleksandra.witkowska@linkleaders.pl*

**Czy pandemia spowoduje koniec płatności gotówkowych?**

**Raport Capgemini: płatności na świecie w 2020 r.**

**Pandemia pchnęła firmy do konieczności przeprowadzenia szybkiej transformacji cyfrowej. Zmieniło się m.in. podejście do płatności bezgotówkowych – zarówno przedsiębiorców, jak i konsumentów, którzy dotychczas nierzadko byli do tego rodzaju transakcji nastawieni negatywnie. Gotówka wciąż jest najpopularniejszą metodą płatności, jednak jak wskazuje opublikowany przez firmę Capgemini** [**World Payments Report 2020**](https://worldpaymentsreport.com/)**, udział płatności bezgotówkowych stale rośnie, a szczególnie znaczący wzrost mogliśmy obserwować
w ostatnich miesiącach. Oczekuje się, że liczba użytkowników tzw. portfeli cyfrowych wzrośnie z 2,3 miliarda w 2019 roku do 4 miliardów w 2024 roku, a tym samym obejmie 50 proc. światowej populacji. Czy możemy spodziewać się zupełnego odejścia od płatności gotówkowych?**

Raport Capgemini przewiduje, że stopa wzrostu dla globalnych transakcji bezgotówkowych w latach 2019-2023 ma wynieść 12 proc. Już w okresie 2018-2019 obserwowaliśmy duży wzrost tego rodzaju płatności – ich wykorzystanie zwiększyło się wówczas aż o 14 proc., a wzrost ten wywołany był rosnącą popularnością płatności z wykorzystaniem smartfonów, dynamicznie rozwijającym się handlem elektronicznym, wprowadzaniem portfeli cyfrowych i innowacjami w zakresie płatności mobilnych. Liderem transakcji bezgotówkowych w 2019 roku był region Azji i Pacyfiku, wyprzedzając Europę i Amerykę Północną – to
w Chinach, Indiach i na rynkach Azji Południowo-Wschodniej obserwujemy największy postęp w zakresie wdrażania innowacji płatniczych (wzrost o 31,1 proc.).

* Pandemia przyspieszyła tempo innowacji w obszarze płatności i bardzo szybko przekształciła je
w nową normalność, wymagając od firm z sektora finansowego, aby stały się innowatorami niemal
z dnia na dzień. Obecnie bardziej niż kiedykolwiek, dostawcy usług płatniczych muszą usprawniać
i dywersyfikować swoje oferty, kłaść nacisk na szybkość, wygodę i bezpieczeństwo. Już dziś widać,
że banki zaczynają priorytetowo traktować transformację technologiczną, dobierając do współpracy wizjonerskich partnerów, którzy są w stanie tworzyć wizjonerskie organizacje, wpasowujące
się w tę nową normalność i spełniające oczekiwania klientów - mówi **Daniel Jarzęcki, BSv FPIA Consulting Director w Capgemini**.

W Polsce również zauważamy dużą zmianę podejścia do płatności bezgotówkowych. Lokalni przedsiębiorcy zaczynają postrzegać wprowadzenie możliwości tego rodzaju transakcji jako zapewnienie sobie i swoim klientom bezpieczeństwa sanitarnego oraz komfortu w dokonywaniu transakcji. Na tę zmianę znaczący wpływ miała sytuacja wywołana przez pandemię, jednak badania już dziś wskazują, że dzięki temu impulsowi,
w perspektywie długofalowej zmienią się przyzwyczajenia konsumentów.

**Zwiększona konkurencja zmusza tradycyjnych dostawców usług płatniczych do (r)ewolucji**

Klienci odchodzą od gotówki w miarę wzrostu popularności płatności cyfrowych. Nowi gracze szybko stają
się coraz bardziej popularni. Raport pokazuje, że 50 proc. klientów już dziś wybiera nowo powstałe banki, które mają własny podstawowy system bankowy i bezpośrednio konkurują z instytucjami o dłuższej tradycji, czasami specjalizując się w obszarach niedostatecznie obsługiwanych przez większe organizacje. Dodatkowo, z badania Capgemini wynika, że aż 38 proc. konsumentów podczas pandemii znalazło nowego dostawcę usług płatniczych.

* Płatności alternatywne będą z pewnością w dalszym ciągu zwiększać przestrzeń do płatności bezgotówkowych, ponieważ konsumenci poszukują szybkości, wygody i lepszej obsługi klienta. Szacuje się, że liczba użytkowników tzw. portfeli cyfrowych wzrośnie z 2,3 miliarda w 2019 roku do 4 miliardów w 2024 roku, a tym samym obejmie 50 proc. światowej populacji – dodaje Daniel Jarzęcki.

**Technologia ma pomóc firmom płatniczym w radzeniu sobie ze zwiększonym ryzykiem**

Ponieważ rynek wciąż ulega ewolucji i dostępnych jest coraz więcej opcji płatności, organizacje finansowe muszą borykać się ze zwiększonym ryzykiem w swojej działalności. Dyrektorzy ds. płatności twierdzą, że firmy są narażone na zagrożenia związane m.in. z cyberbezpieczeństwem, nowymi regulacjami prawnymi, operacyjnymi czy biznesowymi. Aż 87 proc. z nich uważa, że istnieje duże prawdopodobieństwo wystąpienia luk w cyberprzestrzeni, wywołanych szybkim wprowadzaniem nowych procesów w czasie pandemii,
co w konsekwencji zwiększa ryzyko cyberataków. Firmy płatnicze aktywnie korzystają zatem również
z technologii wspomagających minimalizację nowych zagrożeń. Organy regulacyjne już dziś w bardzo dużym stopniu koncentrują się na niwelowaniu ryzyka w przypadku płatności bezgotówkowych, by banki i firmy technologiczne mogły skupić się na własnej działalności oraz współpracy. Aż 60 proc. dyrektorów banków uważa, że współpraca z odpowiednimi partnerami ma kluczowy wpływ na ulepszenie oferty kierowanej
do konsumentów. Tylko w ten sposób możliwe będzie podniesienie jakości usług przy jednoczesnej minimalizacji niepewności wywołanej pandemią.

**Metodologia badania**

Tegoroczny raport World Payments zawiera informacje na temat 44 rynków płatności w różnych regionach geograficznych. Dla ogólnoświatowych makroopisowych wykresów zdefiniowano sześć regionów: Europa, Ameryka Północna, Dojrzała Azja i Pacyfik, Azja wschodząca, Ameryka Łacińska i MEA, pogrupowane według kryteriów dojrzałości geograficznej, ekonomicznej i rynku płatności bezgotówkowych. Ponad 8600 konsumentów wzięło udział w opublikowanym w raporcie badaniu Voice of the Consumer. Dodatkowa ankieta internetowa skierowana do banków, FinTechs, dostawców usług płatniczych i korporacji dostarczyła danych
od 235 respondentów, a 45 wywiadów z kierownictwem przeprowadzono z bankami, firmami płatniczymi, firmami obsługującymi systemy kart, dostawcami usług technologicznych i sprzedawcami detalicznymi.

**O Capgemini**

Capgemini to światowy lider w dziedzinie doradztwa, usług technologicznych i transformacji cyfrowej. Celem grupy jest wprowadzanie czołowych i innowacyjnych rozwiązań oraz udostępnienie klientom całej gamy możliwości cyfrowego świata, w oparciu o 50-letnią tradycję i szeroką wiedzę branżową. Firma kieruje
się przekonaniem, że wartość biznesowa technologii pochodzi od ludzi i powinna im służyć. Capgemini jest wielokulturową organizacją, liczącą ponad 270 000 pracowników, zatrudnionych w 50 krajach. Grupa odnotowała światowy przychód na poziomie 17 mld EUR (2019). W Polsce Capgemini działa od 1996 roku i jest największym zagranicznym inwestorem z sektora nowoczesnych usług biznesowych w naszym kraju. Centra biznesowe są zlokalizowane w Warszawie, Krakowie, Katowicach, Wrocławiu, Poznaniu, Opolu, oraz w Lublinie.

Zapraszamy na stronę[www.capgemini.com](http://www.capgemini.com/pl-pl). *People matter, results count.*