



I Mobile Payments: la rivoluzione 3.0

Arianna Azzolini
Marketing – Daily Banking
Milano, 4 dicembre 2013



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

| La banca per un mondo che cambia



- BNP Paribas e BNL
- La rivoluzione della tecnologia e degli attori
- La strategia del Gruppo BNP Paribas
- I Mobile Payment di BNL
 - YouPass
 - Mobo



14° Gruppo Europeo

In all sectors (1)

Prima Banca
nell' Eurozona (1)

190,000 dipendenti di
150 nazionalità

Presente in circa
80 Paesi

€ 94.4 bn

Equity consolidato
al 31/12/2012

22 milioni di clienti
e più di 7000 filiali

© BNP Paribas - Crédits photos - LaCompany - PASQUIER Jean-Erick

Una Banca leader a livello globale



BNL e BNP Paribas in Italia



BNP PARIBAS

- Portafoglio completo di Prodotti e Servizi

Retail Banking	Banking	BNL GRUPPO BNP PARIBAS	ARTIGIANCASSA GRUPPO BNP PARIBAS	BNL POSITIVITY GRUPPO BNP PARIBAS	BNL FINANCE
	Personal Finance	Findomestic BNL			
	Leasing / Fleet Management	BNP PARIBAS LEASE GROUP	ARVAL BNP PARIBAS GROUP		
	Factoring	IFITALIA GRUPPO BNP PARIBAS			
Investment Solutions	Wealth Management	BNP PARIBAS INVESTMENT PARTNERS	BNL-BNP PARIBAS PRIVATE BANKING		
	Insurance	CARDIF GRUPPO BNP PARIBAS			
	Securities Services	BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES			
	Real Estate	BNP PARIBAS REAL ESTATE			
Corporate & Investment Banking	CIB	BNP PARIBAS BNL CORPORATE & INVESTMENT BANKING			

- Brand affermati e riconosciuti:** BNL, Findomestic, BNP Paribas
- 19.000** dipendenti (di cui **14.000** in BNL)



BNL GRUPPO BNP PARIBAS

Rete Distributiva



Agenzie Retail:	891
Centri Private:	36
Centri Affari Territoriali:	16
Trade Centers:	5
Centri CREO per PMI:	51
POS:	42.121
ATM:	2.033

Clienti



Individuals:	2,3 M
Private Banking:	31.700
Small Business:	117.900
Local Authorities:	16.000
Mid-Large Corporate:	21.000

L'Italia per BNP Paribas rappresenta uno dei 4 'domestic markets'
BNP Paribas in Italia è un Gruppo bancario leader di mercato



Rivoluzione delle abitudini

L'innovazione ha influito sempre più sul comportamento dei consumatori



Mobilità

La mobilità ha **modificato il comportamento di acquisto dei consumatori**:



- **Oltre il 60%** delle ricerche preliminari all'acquisto sono fatte da mobile
- **Il 67%** dei consumatori si informa sul prodotto da acquistare on line ma acquista poi il bene in un negozio tradizionale

Prossimità

In un mondo dove le relazioni sono sempre più virtuali c'è sempre **meno una vicinanza**



emotiva e i consumatori utilizzano i social network per esprimersi.

- **Il 77%** di chi acquista on line (a livello europeo) consulta le recensioni on line di altri utenti

Semplicità

Le innovazioni più significative **semplificano l'esperienza del cliente**, concentrandosi sulle reali esigenze e desideri dei consumatori.



- **Il 61%** degli acquirenti on line ha abbandonato un acquisto durante la fase di check out

Sicurezza

La **sicurezza** è un aspetto primario sia per i consumatori sia per i commercianti.



La sfida è trovare il giusto equilibrio tra facilità d'uso e sicurezza.

- **Il 33%** dei clienti non si fida di effettuare pagamenti su Internet



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

Rivoluzione delle tecnologie

L'accelerazione dell'evoluzione tecnologica contribuisce anche a creare nuove opportunità per i pagamenti innovativi



Un impatto significativo sui pagamenti

- **156 volte:** è, in media, il numero di volte al giorno che un possessore di smartphone consulta il proprio cellulare (1)
- **6 mln (+15%):** gli utenti italiani con smartphone NFC (2)
- **150.000:** POS contactless in Italia alla fine del 2013 (2)
- **854.000:** POS contactless in Europa (3)
- **+142%:** crescita del mobile commerce in Italia (2)
- **+33%:** incremento degli utenti italiani che hanno acquistato on line nel 2012 (12 mln di utenti) (2)

Fonti: (1) Star 3G, (2) Politecnico di Milano: Osservatorio Mobile & NFC, (3) VISA



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

Rivoluzione degli attori in campo

I nuovi attori prendono posizione nella catena del valore accanto alle banche



Catena del valore

Banche +
Circuiti

Storicamente **Banche e Circuiti** erano i soli attori coinvolti nel pagamento



Ricerca

Pagamento

Post vendita

Grandi **aziende di commercio elettronico** e grandi **player di internet** si sono posizionati su tutta la catena del valore



amazon

Google

Ricerca

Pagamento

Post vendita

Nuovi
entranti:
aziende di
commercio
elettronico e
start up

Piccoli nuovi entranti con posizionamento di nicchia

foursquare

boku
Pay by Mobile™

MyBank

facebook

iZettle

Guyster

Linxo
www.linxo.it

Ricerca

Pagamento

Post vendita



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

I vantaggi delle Banche



1

Sono attori trust
offrono servizi a
valore aggiunto che
vanno oltre il
pagamento (es.
gestione del bilancio)

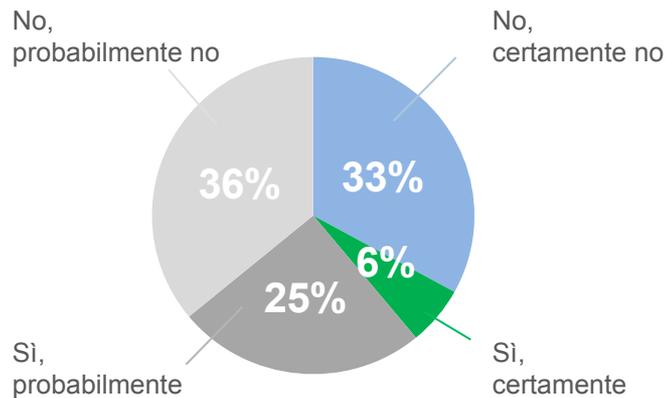
77% dei francesi

Per i pagamenti mobile
si affiderebbero alla
propria Banca

2

**Hanno una conoscenza
globale**
dei clienti privati e degli
esercenti che consente
una buona comprensione
dei loro bisogni e dei loro
comportamenti

sareste pronti a pagare
con il vostro cellulare?



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

L'approccio di BNP Paribas è quello di facilitare, semplificare e rendere sicura l'esperienza di pagamento → acquisto dei consumatori



Oggi

Domani

Pago

Pago sempre, ovunque e da qualsiasi dispositivo



Flessibilità

Buongiorno Sig./Sig.ra

Buongiorno Sig. Rossi
Buongiorno Sig.ra Verdi

Riconoscimento

30 minuti per acquistare un biglietto del treno

10 secondi da smartphone in tutta sicurezza

Velocità

Paura di sniffing dei dati carta

Una soluzione semplice e sicura



Fiducia



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

L'obiettivo di BNP Paribas è quello di supportare i commercianti nelle nuove modalità di vendita



NUOVI MODELLI

@ the store



Home delivery
→



Drive in
→



Real time geo located delivery
→



INTERNAZIONALIZZAZIONE



TASSO DI CONVERSIONE DEGLI ACQUISTI



SEMPRE PIÙ VELOCE



CONVERGENZA DEI CANALI DI ACQUISTO



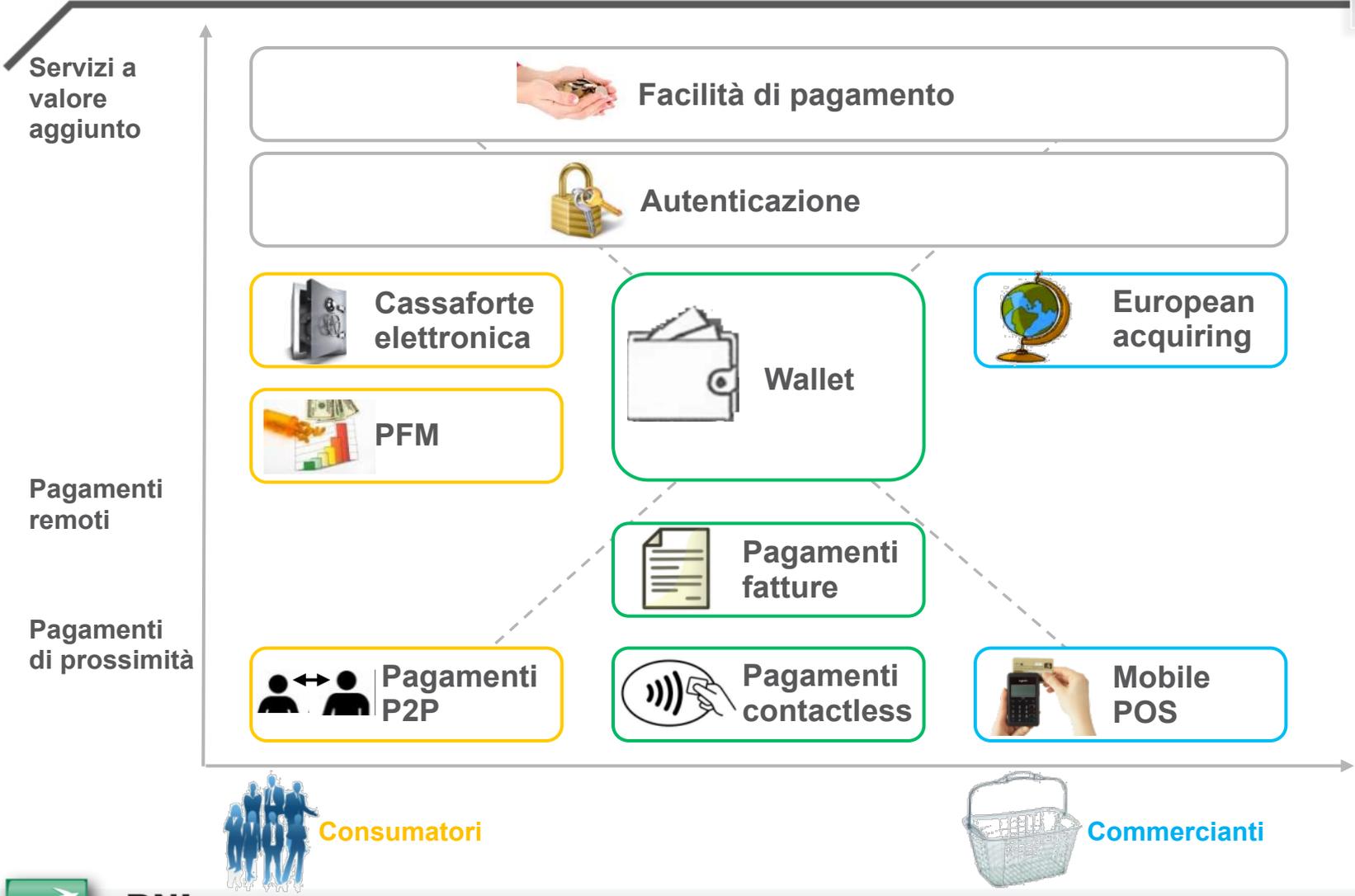
EQUILIBRIO SEMPLICITÀ / SICUREZZA



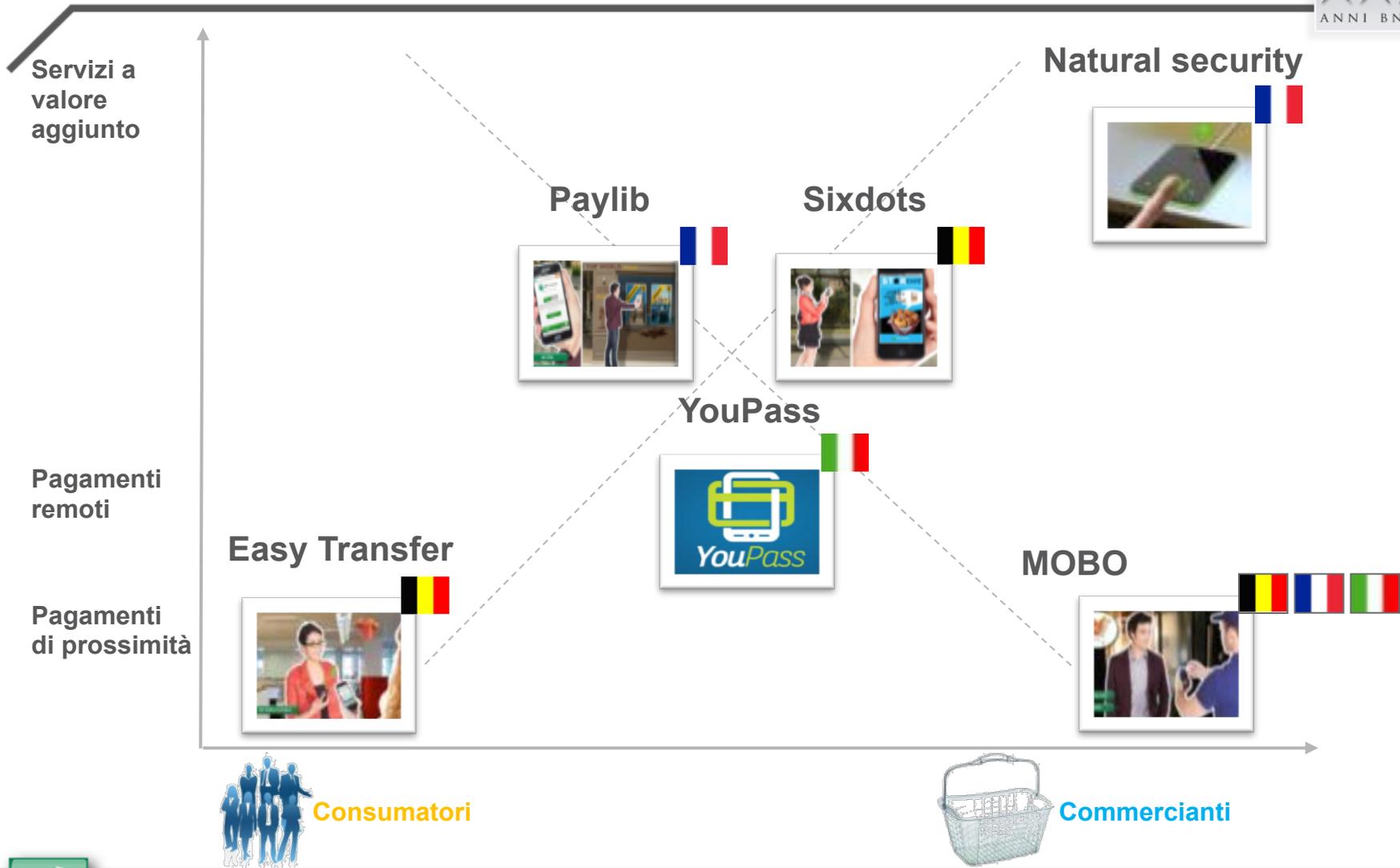
BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

Una strategia con il wallet al centro della value proposition



Una strategia comune ma soluzioni tecnologiche differenti



BNL - il pilota

Era ottobre 2012...



ottobre 24, 2012 - New Technologies

BNL presenta YouPass per gli acquisti con il cellulare



Tra i primi in Italia, BNL lancia **You Pass un'innovativa modalità di pagamento tramite smartphone**. La fase di sperimentazione del nuovo servizio ha preso il via il 22 ottobre con la presentazione del progetto presso Eatly a Roma. Un secondo appuntamento è previsto il 30 ottobre a Milano presso la libreria Feltrinelli di piazza Piemonte. In questa prima fase di test sono stati coinvolti circa 150 utenti tra dipendenti e clienti della Banca.



- Avviata prima fase pilota ad **ottobre 2012** ad con Vodafone e H3G
- Lanciato un secondo pilota a **luglio 2013** con WIND
- Il progetto **Mobile Payments di BNL** si basa su un “modello cooperativo” dove ogni attore contribuisce con la sua parte specifica alla creazione della catena del valore, mettendo al centro i bisogni del cliente
- **SIA** è stato scelto come Partner tecnologico in qualità di TSM SP



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

BNL - il pilota I feedback



I principali aspetti positivi:

- velocità della transazione
- curiosità per la nuova tecnologia
- utilizzo semplice della APP di pagamento



Le principali difficoltà riscontrate:

- scarsa diffusione dei POS contactless
- scarsa formazione degli esercenti



L'offerta YouPass per il lancio commerciale



L'innovazione in ambito Acquiring: i nuovi terminali POS

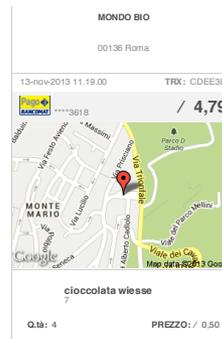


Mobile POS

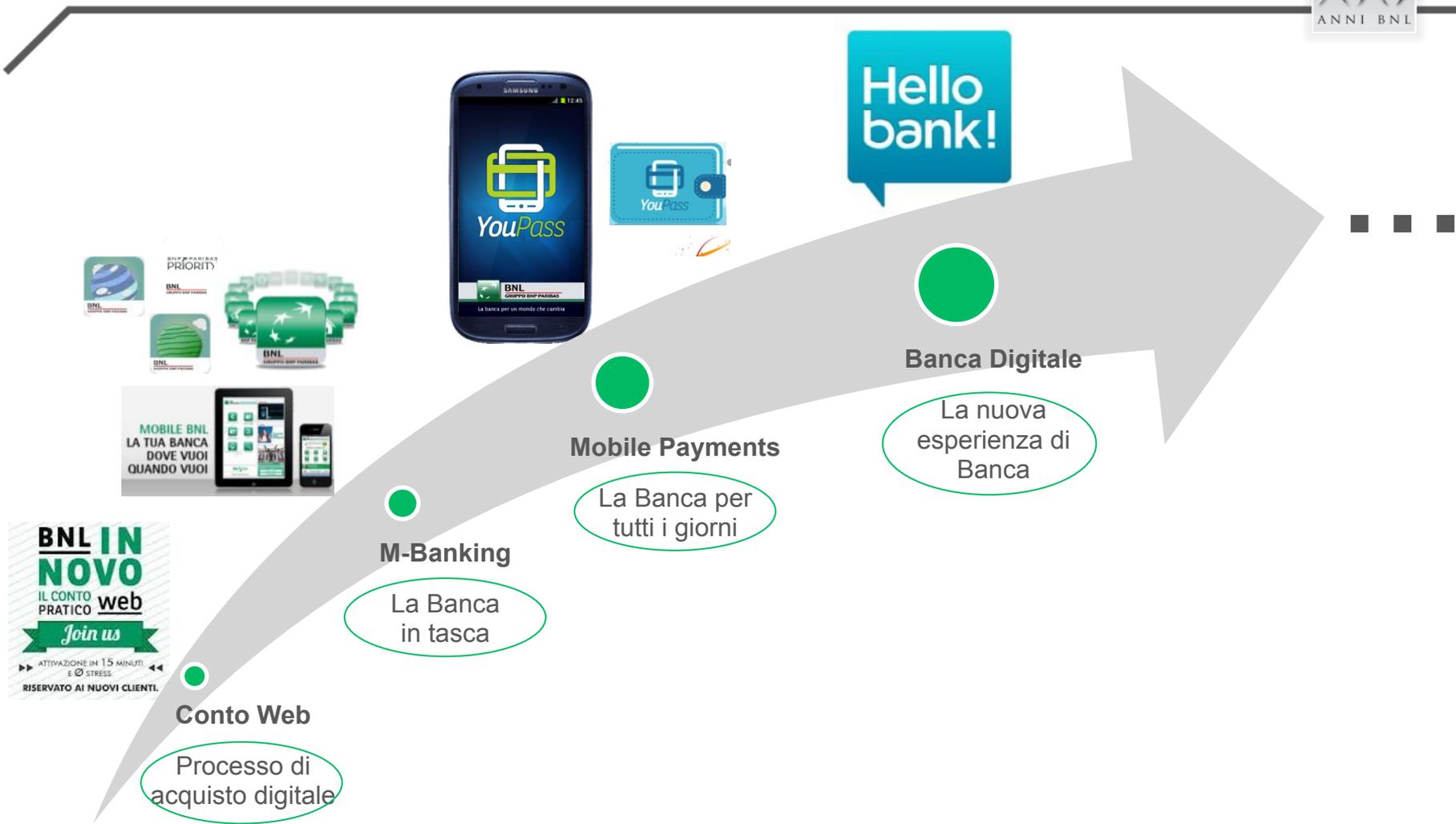
La vera **rivoluzione si basa sulla trasformazione** di dispositivi mobili anche in strumenti di incasso grazie all'aggiunta di un piccolo lettore di carte.

La soluzione ideale per:

- allargare l'accettazione della moneta elettronica in **ogni possibile condizione di mobilità**
- coinvolgere gli esercenti che intendono offrire uno strumento di pagamento innovativo alla clientela, riducendo i costi fissi, non sempre sostenibili, per la gestione del POS



La rivoluzione 3.0 è già iniziata!



BNP Paribas presenta...



Grazie!

Arianna Azzolini
arianna.azzolini@bnlmail.com

