**Pressekontakt Capgemini Norge:**

*Nina Zimmer*

*Press Contact & External Communications Norway*

*Tel.: + 47 907 70 195*

*E-mail: nina.zimmer@capgemini.com*

**World Payments Report 2020:   
Tar covid-19 knekken på kontant betaling?**

***Økt betalingsvolum, endrede forbrukervaner og økt risiko har skapt et nytt landskap for betalingsaktørene***

**Oslo, 6.oktober, 2020 – Endringstakten skyter fart for selskaper som leverer betalingsløsninger, i takt med veksten i antall transaksjoner, tøffere konkurranse, samt alle de utfordringene som ble forsterket med covid-19-krisen, ifølge [World Payments Report 2020](http://www.worldpaymentsreport.com) som** [**Capgemini**](https://www.capgemini.com) **publiserte i dag.**

«Covid-19 har akselerert innovasjonstakten innenfor betalingsløsninger. Selskapene som leverer betalingsløsninger har måttet digitalisere seg nærmest over natten», sier Anirban Bose, CEO Capgemini Financial Services og styreleder i Capgemini.

«Pandemien har virkelig satt fart på kontaktløs betaling og utviklingen av online betalingsløsninger i Norge. Det norske markedet har ligget noe bak våre nordiske naboer når det kommer til kontaktløs betaling, men det forspranget har vi nå hentet inn. Mer enn 72 prosent av BankAxept-betalingene i Norge var kontaktløse i juli, mot bare en tredjedel i januar i år», sier Thierry Morin, spesialist på betaling i Capgemini Invent i Norge.

Allerede før pandemien nådde betalingsvolumene nye høyder. Dette er forventet å vare, men i et tempo som reflekterer både den økte avhengigheten av kontantløse transaksjoner og en moderert global økonomi. Rapporten anslår en årlig økning på 12 prosent for kontantløse transaksjoner i perioden 2019-2023. Kontantløse transaksjoner steg nærmere 14 prosent fra 2018-2019 og nådde svimlende 708,5 milliarder transaksjoner i 2019, den høyeste veksten det siste tiåret. Stillehavsregionen i Asia gikk forbi Europa og Nord-Amerika i antallet kontantløse transaksjoner i 2019. Totalt hadde regionen 243,6 milliarder transaksjoner det året. Veksten ble drevet av økt bruk av smarttelefoner, netthandel, overgang til digital lommebok og betalingsinnovasjoner med mobil/QR-kode, ledet av Kina, India og andre sørøstlige asiatiske markeder (31,1 prosent vekst).

**Økt konkurranse tvinger de tradisjonelle aktørene til å utvikle seg**

Forbrukerne velger bort kontanter, i takt med at interessen for digitale betalingsløsninger øker. Med det øker gjennomslagskraften til nye aktører i markedet. Årets rapport viser at 30 prosent av forbrukerne benytter seg av én eller flere av betalingsløsningene til BigTech-selskapene. Hele 50 prosent oppgir at de for enkelte betalinger velger bort løsningene fra de tradisjonelle bankaktørene og benytter en ikke-tradisjonell bankaktør for betalinger. Dessuten oppgir mer enn 38 prosent at de har oppdaget og tatt i bruk nye betalingsløsninger siden april i år, da store deler av samfunnet opplevde nedstengning.

«Det norske markedet har lenge ligget langt fremme på betalingsmarkedet, men den raske veksten internasjonalt kan påvirke posisjonen vår i Norge. Nøkkelen er å bli en del av løsninger som sømløst harmonerer på tvers av landegrensene i Europa, og her har Norge utfordringer. Vi har en periode vært koblet av det felles-nordiske initiativet P27, som skal bidra til grenseuavhengige realtidsbetalinger i Norden, tilpasset det arbeidet som gjøres i Euro-sonen. Sover vi i timen nå, risikerer vi å havne på utsiden når disse løsningene utvikler seg videre til neste nivå i vår del av verden», sier Morin.

Nettbank og direkte kontooverføring har forblitt den foretrukne betalingsmetoden gjennom den globale pandemien, ifølge 68 prosent av forbrukerne i undersøkelsen. Kontaktløs betaling kommer på andreplass, hvor 64 prosent av respondentene oppgir at de bruker denne teknologien ofte. Digitale lommebøker (inkludert QR-baserte betalingsløsninger) er det foretrukne valget for 48 prosent av respondentene.

Alternative betalingsmetoder fortrenger kontantbetalinger, da forbrukerne søker raske, bekvemmelige og sømløse brukeropplevelser. Antallet brukere av digital lommebok er forventet å stige fra 2,3 milliarder i 2019 til 4 milliarder innen 2024. Det tilsvarer femti prosent av jordas befolkning. Usynlige eller automatiserte betalinger, slik som vi finner i Amazon Go-butikker og Uber, er på vei til å nå en vekstrate på 51 prosent mellom 2017-2022.

**Teknologi og samarbeid i møte med økt risiko**

I et marked som møter utfordringer fra disruptiv teknologi, med stadig nye betalingsmetoder tilgjengelige, må betalingsaktørene håndtere økt risiko knyttet til forretningsområder, reguleringer og driftsmodeller. Ledere hos disse aktørene oppgir at virksomheten hyppig utsettes for risiko knyttet til cybersikkerhet (42 prosent) og reguleringer (37 prosent). 87 prosent av lederne oppgir at de opplever seg sårbare for cyber-kriminalitet, i sammenheng med at kriminelle utnytter nye mulighetsrom under korona-nedstengingen. Situasjonen øker risikoen for cyberangrep, hvitvasking og terrorfinansiering. Betalingsaktører jobber nå aktivt med teknologi som kan beskytte mot de nye utfordringene.

Aktørenes controller-funksjoner og økonomiledelse opplever utfordringer med B2B-transaksjoner og ineffektive løsninger, og har blitt tvunget i retning digitale løsninger for redusert risiko, mer automatiserte løsninger og mer robust vern mot cyberkriminalitet. Det fører til at bank- og betalingsaktører som tilbyr forbedret API-integrasjon, risikostyring, og betaling og sporing i sanntid stiger i kurs.

Selv om ledere i banksektoren oppgir *innovasjon av kundereisen* (79 prosent) og *digital transformasjon* (75 prosent) som de viktigste driverne i deres strategiske initiativer fra og med 2020, virker en betalingstranformasjon å være uunngåelig. Som en del av denne transformasjonen kan samarbeid hjelpe mot den usikkerheten som fulgte covid-19, når regulatoriske myndigheter søker å adressere risiko spesielt knyttet til kontantløse betalinger. Bankene jobber for å etablere backend-systemer tilpasset et digitalt brukergrensesnitt for kundene, enten ved å etablere egne inhouse-løsninger eller gjennom samarbeid med eksterne teknologiaktører. I tillegg til å utvikle egen kompetanse internt, oppgir 60 prosent av banklederne at å jobbe med tredjeparter gjennom verdikjeden tar dem raskere til målet.

«Samarbeid med sterke FinTech-aktører er en effektiv strategi for etablerte aktører som har behov for å tette gapet i verdikjeden der de ligger etter, for å bli bedre i stand til å møte forventningene fra kundene. I et marked hvor store deler av økosystemet endrer seg, er evnen til samarbeid en nøkkelfaktor. Dessuten er det helt avgjørende at både aktørene og regulerende myndigheter i finansnæringen samkjører den videre utviklingen i det norske markedet med de viktigste initiativene i Europa», sier Morin.

**Metode**

Årets rapport gir innsikt fra 44 betalingsmarkeder over flere geografiske områder. For verdensomspennende grafer på makronivå definerte vi seks regioner: Europa, Nord-Amerika, de modne stillehavsmarkedene i Asia, fremvoksende markeder i Asia, Latin-Amerika, og MEA, gruppert etter geografiske hensyn, økonomiske hensyn, og markedsmodenheten for kontantløse betalinger. Mer enn 8600 forbrukere deltok i «Voice of the consumer»-undersøkelsen. I tillegg ga en webundersøkelse til banker, FinTechs, tilbydere av betalingsløsninger, firmaer for kortutvikling, tilbydere av teknologitjenester og forhandlere ytterligere data fra 235 respondenter, i tillegg til 45 lederintervjuer.

**Om Capgemini**

Som en global leder innen konsulentvirksomhet, digital transformasjon, teknologi- og ingeniørtjenester er Capgemini i forkant av innovasjon gjennom å hjelpe kundene å realisere muligheter innen skytjenester, digitalisering og plattformsløsninger. Med over 50 års erfaring og dyp bransjeekspertise gjør Capgemini kundene i stand til å realisere sine ambisjoner innenfor et spekter av tjenester som spenner fra strategi til operasjonalisering. Capgemini er overbevist om at forretningsverdien av teknologi skapes av og gjennom mennesker. Capgemini er et multikulturelt selskap med 270 000 ansatte i nesten 50 land. Med oppkjøpet av Altran, rapporterte konsernet en total omsetning i 2019 på 17 milliarder Euro.

Besøk oss på [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com/#_blank). *People matter, results count.*