Comunicato stampa

Nel 2024 i pagamenti saranno globali, aperti, personalizzati e interoperabili

* *Il ritorno dei viaggi di piacere e l'ascesa dell'intelligenza artificiale tra i sei trend dei pagamenti da tenere d'occhio nel nuovo anno*

Milano, 3 gennaio 2024 - Il settore dei pagamenti è in continua evoluzione. E il 2024 promette di portare la sua buona dose di cambiamenti. A livello generale, ci aspettiamo una sorta di inversione rispetto agli anni passati: aziende un tempo esclusivamente locali si espanderanno globalmente, tecnologie proprietarie e a circuito chiuso si apriranno, soluzioni talvolta generali diventeranno sempre più personalizzate e reti un tempo isolate saranno sempre più interoperabili. Se a questo si aggiunge il potere trasformativo dell'intelligenza artificiale e il ritorno massiccio dei viaggi consumer, si può già tracciare un quadro delle tendenze che influenzeranno il settore dei pagamenti nel 2024.

1. **Creator e PMI diventano globali**

Dalla creator economy alla sharing economy, fino all’e-commerce e alle tradizionali attività commerciali, il 2024 sarà l’anno in cui le PMI diventeranno globali. In linea di massima, per le imprese di qualunque dimensione la prospettiva si è spostata al di là dei propri confini, verso l’economia globale.

Quasi 4 PMI su 5 (79%) hanno citato la vendita oltre confine come obiettivo della loro crescita, e i consumatori sono pronti a sostenerle. Circa il 72% dei consumatori, infatti, ha dichiarato di sentirsi a proprio agio nell'acquistare da aziende di altri Paesi.

I pagamenti digitali stanno trasformando le opportunità per le PMI di pagare ed essere pagate, permettendo loro di raggiungere nuovi clienti, accettare con facilità pagamenti sicuri, tracciare e monitorare le spese, aumentare la sicurezza, migliorare l'efficienza e crescere come mai prima d'ora. Le innovazioni del settore dei pagamenti consentono oggi di accedere ai guadagni in tempo reale, rendendo conveniente ricevere pagamenti consumer e B2B. Le soluzioni di pagamento, come le carte virtuali, consentiranno alle PMI di disporre di flusso di cassa, potere d'acquisto e capacità di gestione delle spese necessarie a prosperare nell'attuale mondo digitale.

Nel 2024, prevediamo che le piccole e microimprese beneficeranno di una maggiore digitalizzazione volta a velocizzare e proteggere i pagamenti, facilitando la loro espansione oltre confine.

1. **L’interoperabilità avanza**

La comodità e la velocità dei pagamenti digitali hanno trasformato il modo in cui movimentiamo il denaro, sia a livello nazionale che transfrontaliero. Ma l'esplosione di reti e metodi di pagamento – app e wallet per il trasferimento di denaro, blockchain, infrastrutture tradizionali – ha reso l'esperienza frammentata. Ogni soluzione opera spesso all'interno di un proprio ecosistema isolato.

Ma la situazione sta iniziando a cambiare. Con gli operatori del settore dei pagamenti che danno priorità all'interoperabilità, assisteremo presto a uno scenario di movimentazione globale del denaro più fluido, in cui i pagamenti trasversali a vari servizi saranno semplici quanto il singolo servizio, abbattendo le barriere e apportando una miriade di vantaggi agli utenti finali, agli istituti finanziari e ai loro clienti corporate, oltre che agli operatori fintech e ai fornitori di app.

Nel 2024, continueremo ad assistere a una collaborazione nell'ecosistema dei pagamenti – tra banche, istituti finanziari, esercenti, fornitori e abilitatori di tecnologia e issuer – che porterà una maggiore inclusione finanziaria globale, accessibilità, compatibilità tra sistemi e interoperabilità. Ci aspettiamo di assistere allo sviluppo di un maggior numero di tecnologie che aiutino sia i consumatori che le imprese a destreggiarsi tra le complessità della circolazione transfrontaliera di denaro.

1. **L’infrastruttura aperta risolve le criticità dei pagamenti facilitando il commercio**

Oggi, come consumatori, se una soluzione tecnologica non ci soddisfa, la abbandoniamo perché sappiamo che probabilmente esiste un'opzione migliore, più facile e più adatta. I pagamenti non sono immuni da questo tipo di aspettative.

Nel 2024, nella tecnologia dei pagamenti, ci aspettiamo un passaggio significativo verso un'infrastruttura più modulare e indipendente dalla piattaforma, che consentirà alle aziende di fornire più facilmente il tipo di esperienze che i consumatori chiedono.

Cosa significa in concreto? Significa che le aziende possono utilizzare i prodotti e i servizi di cui hanno bisogno nel momento in cui ne hanno bisogno. Non è disponibile una buona soluzione di token? È possibile aggiungerne una al pacchetto tecnologico esistente. C’è bisogno di una migliore esperienza omnicanale? Se ne può implementare una senza smantellare l'intero gateway di pagamento. I servizi di pagamento indipendenti dalla rete o cosiddetti "network-agnostic" creano soluzioni "plug-and-play" per problemi veramente complessi.

Non solo vedremo un numero maggiore di società di pagamenti trasformare la propria infrastruttura con questo tipo di strumenti aperti, ma sempre più aziende beneficeranno di questi nuovi livelli e funzionalità. Di conseguenza, il mondo del commercio diventerà più facile da gestire.

1. **I consumatori si aspettano soluzioni su misura. I servizi le rendono possibili per esercenti, banche e istituti finanziari**

Le aspettative dei consumatori non si limitano all'infrastruttura di pagamento. Che si tratti di un esercente o di una banca, per offrire ai consumatori l'esperienza su misura che si aspettano, in tempi rapidi, possono essere necessarie risorse tecnologiche e ingegneristiche limitate o una complessità maggiore di quella che si è disposti ad affrontare. Di conseguenza, un numero sempre maggiore di aziende si rivolge a soluzioni fornite da partner o a servizi gestiti per colmare il divario.

I servizi a valore aggiunto costruiti attraverso le partnership possono aiutare le aziende a dare ai consumatori ciò che vogliono senza dover stravolgere le attività o sviluppare nuove capacità internamente: sforzi che possono essere costosi, richiedere tempo e non garantire il successo.

Con il crescente ricorso ai pagamenti digitali, queste scelte sono sempre più urgenti e le decisioni prese oggi da esercenti, banche e istituti finanziari si ripercuoteranno probabilmente su tutta la loro attività negli anni a venire. Questi miglioramenti possono servire a sbloccare il pieno potenziale e l'efficienza di un'azienda, aiutando a costruire fiducia con i clienti e a muoversi più velocemente in un periodo di rapidi cambiamenti.

1. **L’IA porta nuove opportunità e sfide nel settore dei pagamenti**

A poco più di un anno dalla comparsa sulla scena degli Large Language Model (LLM), una delle applicazioni future più interessanti dell'IA generativa è la lotta alle frodi, in particolare l'opportunità di analizzare e imparare da una quantità di dati senza precedenti rispetto ai modelli predittivi tradizionali. L'IA di nuova generazione ha il potenziale per raccogliere informazioni da più domini e generare nuovi insight, contribuendo ad addestrare gli strumenti antifrode a prendere decisioni più informate e accurate per differenziare le transazioni fraudolente dagli acquisti legittimi.

L'IA generativa trasformerà anche il nostro modo di lavorare, migliorando i prodotti, la struttura dei dati, i modelli, le operazioni e l'infrastruttura. In Visa, stiamo già assistendo a un miglioramento netto di produttività nel coding pari al 30%, in quanto le attività ripetitive e dispendiose in termini di tempo (per esempio la generazione di codice standard) vengono gestite molto bene dagli strumenti di IA generativa, consentendo agli ingegneri di concentrarsi sulla produzione di codice di alto valore, che si traduce in prodotti differenzianti per il mercato.

L'intelligenza artificiale introduce anche nuove sfide nei pagamenti. Gli strumenti di IA generativa aiuteranno i truffatori a creare phishing più realistici, rendendo così più difficile per i consumatori individuare gli errori ortografici e grammaticali che prima li caratterizzavano. Tutto questo alza la posta in gioco per le aziende e i consumatori, che dovranno adattarsi a un panorama di minacce in continua evoluzione.

1. **Il ritorno dei viaggi**

Passata la fase peggiore della pandemia, le persone sono tornate a viaggiaree si prevede che lo slancio continuerà nei prossimi mesi. Cosa sta determinando l’impennata? La voglia di relax e di vacanze senza stress dopo anni di disagi causati dal COVID.

Secondo il Global Travel Intentions Study 2023 di Visa, oltre il 70% dei viaggiatori è consapevole dell'aumento dei costi delle vacanze, ma la maggior parte non si lascia scoraggiare e solo il 4% ha intenzione di ridurre i propri piani di viaggio. A livello globale, i viaggiatori prevedono in media 2 viaggi di piacere nei prossimi 12 mesi, e i viaggiatori alto-spendenti ne prevedono ancora di più.

Ma non tutto ciò che riguarda i viaggi è una fuga dal periodo pandemico. La preferenza per la flessibilità nell'organizzazione del viaggio rimane, e la priorità data alla sicurezza e alla pulizia sono diventati fattori determinanti nella scelta delle strutture ricettive.

A parte le piccole spese, i viaggiatori scelgono soprattutto esperienze di pagamento sicure, digitali e touch-free. Sebbene molti turisti siano consapevoli in fatto di viaggi e turismo sostenibile, [una ricerca condotta da Visa e Oxford Economics](https://usa.visa.com/content/dam/VCOM/regional/na/us/sites/documents/veei-accelerating-sustainable-tourism.pdf) ha rilevato che il 41% ritiene di non avere informazioni sulle opzioni di viaggio sostenibili e il 36% ritiene che le informazioni disponibili non siano credibili. Soluzioni come la partnership di Visa con [Ecolytiq](https://www.ecolytiq.com/), che consente ai consumatori di prendere visione delle emissioni di carbonio stimate in base alle proprie transazioni, e Travalyst, un'iniziativa globale per i viaggi sostenibili che presenta ai consumatori informazioni più coerenti e chiare sulla sostenibilità, a partire da alloggi e trasporti, possono contribuire a colmare questo divario.

**Il cambiamento può essere positivo**

In fin dei conti, il cambiamento può essere positivo, soprattutto quando si traduce in risultati migliori per i consumatori, le imprese, le comunità e le economie. E se il cambiamento significa un mondo in cui le piccole imprese possono essere sempre più al servizio del mercato globale, in cui l'infrastruttura aperta e i servizi gestiti consentano a banche, istituti finanziari, imprese e consumatori di ottenere le soluzioni di cui hanno bisogno, e in cui la movimentazione di denaro tra le reti sarà facile, fluida e sicura come attraverso una singola rete, allora il 2024 sarà un anno entusiasmante.

*Per scoprire altre tendenze emergenti nel settore dei pagamenti consulta il* [*Global Travel Insights*](https://usa.visa.com/about-visa/newsroom/press-releases.releaseId.20186.html) *di Visa Business and Economic Insights e* [*l’Accelerating Sustainable Tourism*](https://usa.visa.com/content/dam/VCOM/regional/na/us/sites/documents/veei-accelerating-sustainable-tourism.pdf) *di Visa Economic Empowerment Institute.*

**Visa**

Visa è tra i leader mondiali nei pagamenti digitali e facilita transazioni tra consumatori, esercenti, istituzioni finanziarie e governi in più di 200 Paesi e territori. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso la rete di pagamenti più innovativa, conveniente, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Crediamo infatti che le economie capaci di includere tutti ovunque possano far crescere tutti ovunque e riteniamo l'accessibilità fondamentale nella movimentazione del denaro del futuro. Per maggiori informazioni, visita [https://www.visaitalia.com/](https://nam10.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fwww.visaitalia.com%2F&data=05%7C01%7Cbantie%40visa.com%7Cdf81c3249b204849f1ba08dac3da252e%7C38305e12e15d4ee888b9c4db1c477d76%7C0%7C0%7C638037638961951760%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=ICCYvCywTADRgaet4dkuALEcOeMMcPqRjehoPsTe9BI%3D&reserved=0), oltre che il [blog Visa Italia](https://nam10.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fwww.visaitalia.com%2Fvisa-everywhere%2Fblog.html&data=05%7C01%7Cbantie%40visa.com%7Cdf81c3249b204849f1ba08dac3da252e%7C38305e12e15d4ee888b9c4db1c477d76%7C0%7C0%7C638037638961951760%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=1rd8mNVXimOY3QhfJBqHG5Kjru8oxMN1gsPnoLPGzkw%3D&reserved=0), e seguici su Twitter [@Visa\_IT](https://nam10.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Ftwitter.com%2FVisa_IT&data=05%7C01%7Cbantie%40visa.com%7Cdf81c3249b204849f1ba08dac3da252e%7C38305e12e15d4ee888b9c4db1c477d76%7C0%7C0%7C638037638961951760%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=ynAxpW99KqrZF%2Fh7uzxgIEPNQI%2BQVU745X7ULs7UGdQ%3D&reserved=0).

**Contatti ufficio stampa Visa**

Enrica Banti, Senior Manager Corporate Communication, Visa Italy [bantie@visa.com](mailto:bantie@visa.com)

Elena Gioia, DAG Communication egioia@dagcom.com +39 3277734872

Vincenzo Virgilio, DAG Communication vvirgilio@dagcom.com +39 3923400166

Matteo Rasset, DAG Communication mrasset@dagcom.com +39 333 8032644

Barbara D’Incecco, DAG Communication bdincecco@dagcom.com +39 02 89054168