

# Charlotte Hogg, CEO Visa în Europa: România este în top 10 țări din lume la adopția plăților cu cardul contactless

*Din portofoliul local al Visa, 74% din plățile cu cardul se realizează folosind tehnologia contactless.*

IOANA NIȚĂ

România se numără printre primele zece țări din lume în ceea ce privește rata adopției plăților cu cardul contactless, această tehnologie fiind mult mai bine primită pe plan local decât în multe alte țări din Vest, potrivit lui Charlotte Hogg, CEO-ul Visa pentru Europa, unul dintre cei mai mari jucători de pe piața mondială de plăți electronice.

„România este special în Europa, dar și în întreaga lume, din punctul de vedere al ratei de adopție a plăților cu cardul contactless care, în prezent, se ridică la circa 74% în totalul tranzacțiilor intermediare de Visa pe plan local. Rata anuală de creștere înregistrată de Visa pe piața locală este de circa 35%, ceea ce poziționează din nou România între primele țări din Europa la nivelul de dezvoltare al plăților electronice.”

Avansul de 35% înregistrat de Visa pe plan local în ultimul an fiscal încheiat pe 30 septembrie 2018 reprezintă cea mai mare creștere obținută de compania de origine americană în regiunea de sud-est a Europei. În România, creșterea valorii plăților cu cardul s-a situat la 32% în anul financiar încheiat la finalul lunii septembrie 2018, conform datelor Băncii Naționale a României (BNR). În condițiile în care s-au realizat 588 de milioane de plăți cu cardul, atât online, cât și la POS-urile comercianților tradiționali, valoarea totală a acestora fiind de 77,5 miliarde de lei.

„Fiecare țară din Europa are propriile caracteristici. România se caracterizează printr-o rată foarte mare de adopție a plăților cu cardul contactless la POS-uri și printr-o rată foarte mare de penetrare a plăților cash pentru comerț online. În Suedia spre exemplu, doar 3% din toate plățile efectuate mai sunt cash”, a punctat ea.

La 30 septembrie 2018, în România erau instalate 199.000 de POS-uri, dintre care peste 90% acceptă plăți contactless, potrivit datelor BNR, ceea ce oferă posibilitatea dezvoltării și utilizării și a altor soluții pentru



**CHARLOTTE HOGG, CEO-ul Visa pentru Europa:** România se caracterizează printr-o rată foarte mare de adopție a plăților cu cardul contactless la POS-uri și printr-o rată foarte mare de penetrare a plăților cash pentru comerț online.

*În România, creșterea valorii plăților cu cardul s-a situat la 32% în anul financiar încheiat la finalul lunii septembrie 2018, conform datelor Băncii Naționale a României (BNR), în condițiile în care s-au realizat 588 de milioane de plăți cu cardul, atât online, cât și la POS-urile comercianților.*

realizarea plăților electronice, în afară de cardul de plastic bancar, cum ar fi telefoanele mobile și ceasurile inteligente.

În prezent, două dintre băncile active pe piața din România - Banca Transilvania (BT) și ING, le pun la dispoziție clienților lor portofelele electronice care le oferă posibilitatea de a face plăți cu smartphone-ul prin intermediul tehnologiei NFC (Near Field Communication). BT a lansat în urmă cu două săptămâni și opțiunea de plăți contactless prin smartwatch în parteneriat cu Garmin - producător american de brățări de fitness, ceasuri inteligente și alte dispozitive pentru monitorizarea activității sportive și a sănătății. Astfel, prin intermediul opțiunii Garmin Pay, clienții BT pot plăti direct cu smartwatch-ul la comercianți,

prin conectarea cardurilor Visa BT cu acesta. De asemenea, recent, operatorul telecom Orange, cel mai mare jucător de pe piața locală de telefonie mobilă, și-a anunțat intrarea pe piața soluțiilor financiare digitale din România în urma unui parteneriat strategic încheiat cu Visa. Ca atare, compania telecom va oferi servicii financiare mobile prin dezvoltarea unei soluții de plăți rapide - o aplicație mobilă inovatoare, card de debit fizic și virtual, plăți mobile NFC prin smartphone și prin smartwatch. Totodată, se așteaptă ca pe piața locală să intre de anul viitor alte servicii de plăți cu telefonul mobil sau prin intermediul smartwatch-ului, cum ar fi Google Pay și Fitbit Pay.

„Tehnologia care stă la baza soluțiilor de plăți de tip Google Pay sau Apple Pay este «tokenization» sau «tokenization» care folosește un card de plastic cu un număr pe el, însă soluțiile de plată de acest tip se bazează pe conceptul de «tokenization» prin care numărul de pe cardul fizic se înlocuiește și se transformă într-un cod care poate fi folosit doar în acele circumstanțe ale momentului de plată”, a explicat Charlotte Hogg. Ea a adăugat că în spatele fiecărui dispozitiv de plată există un «token» prin intermediul cărui număr plățile sunt securizate. Token-ul a permis astfel apariția a tot mai multe modalități de realizare a plăților electronice în mod securizat.

„Pentru a continua să creștem este foarte important să oferim o varietate cît mai mare de soluții și servicii de plată - de la cardul fizic de plastic și portofelele electronice, la «wearables» (dispozitive portabile) și soluții biometrice (de recunoaștere a amprentei sau a irisului), deoarece clienții sunt foarte diferiți”, a menționat CEO-ul Visa Europa, în cadrul căreia sunt gestionate 38 de țări.

În aceste condiții în care tehnologia evoluează din toate punctele de vedere, inclusiv în ceea ce privește plățile electronice, este esențial ca rețeaua cu ajutorul căreia se fac plățile electronice să le ofere utilizatorilor în orice circumstanță acele siguranță și control asupra banilor lor. Companii au nevoie să aibă control asupra situației lor financiare, mai ales în condițiile actuale, în care momentul exact, fizic al plății începe să dispară - spre exemplu, atunci când folosești Uber, nu te oprești să plătești, ci plata este făcută automat ulterior de pe cardul tău bancar. În plus, dacă ne gândim la cele 5 mld. de dispozitive ce vor fi conectate la internet în viitorul apropiat, este posibil ca frigidierul tău să comande online laptele, iar tu nu vei fi acolo la momentul realizării tranzacției.”



## Consiliul Județean Ilfov caută administrator pentru incubatorul de afaceri Ilfov Business Hub.

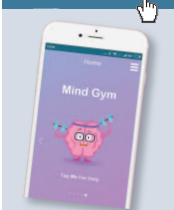
Administratorul incubatorului trebuie să fie persoană juridică, să aibă minimum 30 de luni de experiență în managementul unui hub sau parc industrial, să nu fie în faliment ori lichidare, să aibă personal calificat în managementul afacerii și să prezinte un plan de dezvoltare a unui incubator. Criteriile de selecție ale administratorului sunt afișate integral pe site-ul Consiliului Județean Ilfov [www.cjilfov.ro](http://www.cjilfov.ro). Contractul se derulează pe trei ani, iar valoarea lui este de 1.420.000 de lei, la care se adaugă TVA.

Dosarele pot fi depuse până la data de 17 decembrie 2018, ora 12.00 la sediul Consiliului Județean Ilfov, din strada Gheorghe Manu, nr. 18, sector 1, București.

Pentru clarificări și informații suplimentare, vă rugăm să ne contactați la adresa de mail [dafii@cjilfov.ro](mailto:dafii@cjilfov.ro) sau telefonic la numărul: 0751.291.472.

*Consiliul Județean Ilfov a primit în 2017 titlul de incubator de afaceri de la Ministerul pentru Mediul de Afaceri, Comerț și Antreprenariat.*

### Aplicația zilei



**Nume:** Dare - Break Free  
**From Anxiety**  
**Platformă soft:** Google Android, Apple iOS  
**Preț:** Gratis  
**Dezvoltator:** BMD Publishing  
**Funcționalitate:** aplicația le pune la dispoziție utilizatorilor un program de training în format audio pentru rezolvarea problemelor legate de anxietate, atacuri de panică, frici, griji și stres, precum și insomnii. Astfel, accesul pot înlocui o serie de tehnici pentru a scăpa de senzația de lipsă de diferite situații - de la zbură cu avionul, a conduce un autovehicul, a vorbi în public sau frica de doctor până la tuburări de alimentatie, practicarea unui sport s.a.m.d.  
Aplicația include ore întregi de traininguri audio precum și diferite tehnici de „mental training”.

Ioana Miș

### TOP 5 CELE MAI VIZITATE SITE-URI, 1 decembrie 2018

Nr. Site	Clienți unici*
1. observator.tv	659.477
2. olx.ro	643.739
3. stirileprotv.ro	619.838
4. adevarul.ro	570.953
5. cancan.ro	522.139

\*Trafic din România și străinătate, SRS& SAR

## Italienii de la Custom atacă și piața locală a cântarelor profesionale. Vrem să ajungem la o cotă de peste 10-15% în următorii 5 ani

IOANA NIȚĂ

GRUPUL italian Custom, specializat în dezvoltarea de echipamente și software pentru automatizarea punctelor de vânzare, are în plan ca odată cu intrarea pe piața locală a caselor de marcat cu jurnal electronic, să atace și segmentul cântarelor profesionale, ca urmare a achiziției producătorului Italiano Macchi din mai anul acesta, ținta noastră este să ajungem la o cotă de 10-15% în următorii ani.

„Cu ajutorul Custom putem intra acum puternic și pe alte piețe, inclusiv în România, unde avem o prezență redusă de circa 10 ani. Tinta noastră este să ajungem la o cotă de piață de circa 10-15% în următorii cinci ani pe piața din România”, a declarat Roberto Ceriani, director de vânzări în cadrul Italiano Macchi, o companie italiană fondată în 1886, specializată în furnizarea de cântare profesionale și mașini de feliat pentru industria alimentară, precum și în producerea de sisteme electronice de cântărire pentru diferite alte industrii.

Principali competitori pentru Italiano Macchi, atât pe plan local, cât și mondial,

este producătorul german Bizerba, care oferă o gamă variată de sisteme de cântărire, mașini de etichetare și de feliat pe piața din România prin intermediul RBC (Romanian Business Consult), cel mai mare integrator de soluții IT pentru retail. Pe piața-mamă, Italiano Macchi are o cotă de

Compania Italiano Macchi are 117 modele de cântare pentru punctele de vânzare, în timp ce modelele sofisticate ajung și până la 5.000 euro.

peste 20% pe segmentul sistemelor de cântărire, principalii clienți fiind comercianții mici și medii. „Suntem furnizorul numărul unu pentru magazinele mici din Italia. În total avem peste 100 de modele de cântare”, a punctat el.

Compania are sub umbrelă atât brandul Italiano Macchi, cât și Zenith, acesta din urmă fiind dedicat sistemelor pentru marile lanțuri de supermarketuri.



În România, Italiano Macchi are posibilitatea de a ajunge la cotele mari direct prin intermediul subsidiarelor locale Custom - Custom Production Europe (CPE), iar la comercianții mici cu ajutorul rețelei de dealeri ai CPE. Subsidiara locală Custom, care deține de peste 12 ani o fabrică în satul Glimboca din județul Caraș-Severin, a deschis în vara acestui an un showroom și birou de vânzări la Timișoara, în speranța vânzării la timp cu jurnal electronic, și a creat totodată și o rețea de dealeri în întreaga țară.

Per total, exceptând rețeaua CPE din România, Italiano Macchi are peste 400 de dealeri. Pe plan extern, în afara Italiei, compania are o prezență puternică pe piețele din Egipt, Franța și Portugalia.

„Până la achiziție, una dintre principalele noastre probleme era dificultatea de a ține pasul cu avansul tehnologiei fiindcă nu aveam resursele pentru a ne dezvolta atât de rapid pe cât cere piața”, a explicat Roberto Ceriani.

Mai multe detalii pe [www.zfcorporate.ro](http://www.zfcorporate.ro)

## Magazinul online Complice.ro a avut vânzări de 50.000 euro la 9 luni. Majoritatea veniturilor sunt din zona corporată

IOANA NIȚĂ

COMPLICE.RO, magazin online care pune la dispoziție o serie de produse și servicii pentru cadouri inedite, a înregistrat în primele nouă luni ale acestui an venituri de 50.000 euro, iar pentru final de an țintește afaceri totale între 60.000 și 65.000 euro, triple față de 2017.

„Anul 2018 a fost un an interesant pentru noi, în care atenția noastră a fost orientată îndeosebi spre segmentul corporat, unde am propus soluții de brand engagement, elemente care să ajute la stimularea performanței și la retenția talenților în companii. Această strategie ne-a adus la 9 luni o cifră de afaceri de 50.000 de euro. Estimăm că la finalul lui 2018 se va duce la o cifră de afaceri de 60-65.000 de euro, triplu față de 2017, iar mai bine de jumătate din această cifră se datorează clienților din zona corporată”, a declarat pentru

ZF Oana Pascu, fondator al Complice 4JOY, compania care administrează magazinul online Complice.ro.

Majoritatea cadourilor alse de clienții Complice.ro au constatat în experiențe private axate pe zona senzorială - degustări de cafea, de vin, de ciocolată, dar și cele de relaxare, de risă, dar și pe experiențe cu adrenalină. „O categorie importantă de clienți s-a îndreptat și către cadourile care implică adrenalină, cum ar fi zburul cu parapanta, foarte căutat anul acesta, sau o experiență privată cu motorul în poliigon, alături de un instructor. O tendință de remarcă și de apreciat este cea a clienților care vin cu propuneri de noi experiențe sau care își doresc să personalizeze oferta noastră.”

Bugetul pentru un cadou realizat prin intermediul Complice.ro diferă în funcție de tipul clientului. Astfel, în

OANA PASCU, fondator al Complice 4JOY

cazul cadourilor de business pentru parteneri sau de premii și recompense pentru angajați, bugetul se situează în medie la 1.100 de euro, iar dacă sunt cadouri oferite între colegii de birou, media este de 180 de euro.

„Pe de altă parte, clienții individuali alocă un buget tot mai mare experiențelor oferite celor dragi, ajungând la o valoare de 285 de euro în medie, față de 200 euro la nivelul anului trecut”, a punctat ea.

Anul acesta, Complice.ro a avut 125 de clienți în primele nouă luni, din care 30% nu sunt în prima achiziție. În total, în cei trei ani de activitate, magazinul online de cadouri inedite a reușit să atragă peste 250 de clienți. Clienții Complice.ro se împart între persoane fizice care își doresc să marcheze într-un mod special anumite momente, cum ar fi prăguri importante - schimbarea prelușului, marajul - dar și cererea în căsătorie, nunta sau aniversarea relației, și companii, care vor să-și recompenseze angajații.

Mai multe detalii pe [www.zfcorporate.ro](http://www.zfcorporate.ro)

## ZIARUL FINANCIAR

- TOTUL PENTRU BUSINESS. TOTUL ESTE BUSINESS -

# N2UL

site

# ZF.RO



zf 2.0