

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ
18–20 июня 2015

БУДУЩЕЕ ЭЛЕКТРОННОГО КОШЕЛЬКА И МОДЕРНИЗАЦИЯ
ГЛОБАЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ
Панельная сессия

19 июня 2015 — 11:45–13:00, Мерседес Бар

Санкт-Петербург, Россия
2015

Модератор:

Марк Спелман, Глобальный управляющий директор, Accenture

Выступающие:

Шелль Мортен Йонсен, Глава по региону Европа, исполнительный вице-президент, Telenor Group

Владимир Комлев, Генеральный директор, АО «Национальная система платежных карт»

Дэвид Ла Рос, Генеральный директор в Центральной и Восточной Европе, IBM

Василь Лацанич, Вице-президент по маркетингу, член правления, ОАО «МТС»

Виктор Орловский, Старший вице-президент по развитию цифрового бизнеса, Сбербанк России

Камран Сиддики, Исполнительный директор группы в Центральной и Восточной Европе, на Ближнем Востоке и в Африке, Visa Inc

Олег Фирер, Главный исполнительный директор, Net Element Inc

Давид Ян, Председатель совета директоров, основатель компании, ABBYY

M. Spelman:

Good morning, ladies and gentlemen: a very warm welcome. My name is Mark Spelman. I am Global Managing Director of Accenture. I am the moderator of today's session on the future of the e-wallet. I will speak in English. I think our panellists will speak in a mixture of Russian and English, so if you want to follow, use channel two on the headsets for English or channel one for Russian. The future of the e-wallet is a fascinating topic, because as we think about what is happening in this industry, we can look at the way that consumer behaviours are changing, and also think about it not just in terms of the changes, but in terms of what is happening in the generations. We can think about how young people today are buying products and services. That has an impact in terms of what companies in this industry need to do in terms of innovation. It has issues, obviously, around convenience, but it also has critical issues around security. We have got the topic of consumer behaviours. How are they changing? What does that mean for innovation? What does it mean for security? We have the topic of how business models are changing, and what that means for platforms. So there are a lot of areas for us to cover. We have got a broad spectrum of panellists here, and I am going to do my very best to involve everybody from a cross-section across the industry. But as we go through this panel discussion, I am also very keen to involve you, as well. What we are going to do, in terms of the format, is that we are going to have a few interventions first, have a little bit of a discussion, involve you, as the audience, and then we will have some more interventions, so that we will not just go through nine speakers, and then come and have a discussion. So that is going to be the format. In terms of starting our discussion, I would like to begin with Vladimir Komlev, who is the General Director of the JSC National System of Payment Cards. And I am very keen that we start by getting a little bit of a Russian perspective on what is happening with this whole sort of issue of the e-wallet. Once we get the Russian perspective, what we will then try to do is see how some of the international trends impact and

can bear on what is happening in Russia. So let us start, and Vladimir, please kick us off with a few introductory comments.

В. Комлев:

Thank you so much.

Доброе утро, уважаемые дамы и господа!

Я рад быть первым спикером на этой сессии.

Платежная система «Мир», которую я представляю, совсем молодая и еще не начала работать в полной мере — мы планируем выпустить первые платежные карты этой системы только в декабре. Тем не менее вопросы инноваций, а также изменений в платежном ландшафте, и в средствах платежа в будущем, занимают нас уже сегодня. Со следующего года мы планируем приступить к полноценному развитию инновационных платежных продуктов, и электронные кошельки представляют очень важный элемент платежного пространства уже сегодня.

Что мы, как платежная система, замечаем и анализируем сегодня, какие видим тенденции не только на российском, но и на глобальном платежном рынке? Основная тенденция такова: из средства оплаты, из источника цифровых денежных средств электронный кошелек все больше превращается в средство интерактивного взаимодействия потребителя с точкой, в которой происходит оплата. Это не сами деньги, которые платятся с какого-то кошелька, как в классическом примере PayPal: вы наполняете один кошелек и переводите с него деньги на другой. Электронный кошелек сегодня становится механизмом интерактивного выбора источника для совершения конкретной платежной операции и механизмом надежной, безопасной аутентификации человека в процессе платежа. Это всегда удобство, это минимальное количество телодвижений, минимальное количество кликов, с помощью которых можно провести платеж, и это всегда разные среды и разные условия проведения платежа.

Основную тенденцию я вижу в поиске оптимального варианта использования электронных кошельков и ухода от наиболее привычного сегодня форм-фактора платежной карты в область, где, выбрав нужный источник средств для оплаты, вы можете быстро, удобно и безопасно провести платеж с одного устройства — как правило, это смартфон. Думаю, основная тенденция состоит в поиске наиболее удобного, быстрого и безопасного способа совершения платежа и взаимодействия потребителя с точкой приема платежа.

M. Spelman:

Thank you very much indeed. Let us get a consumer reaction to that, so I am interested to go to Sberbank next, and Victor Orlovskiy. Victor, how is this changing the business model in Sberbank, and what are some of the changes that you are seeing through your bank?

В. Орловский:

Очевидно, что бизнес-модель кардинально меняется. Если проследить историю вопроса, то PayPal, о котором говорил мой коллега, был первым дисраптором в мире денег. Сначала были наличные, потом появились безналичные деньги, позже появились международные платежные системы: PayPal, затем (в такой хронологии) Bitcoin (2007), Square (2009), Stripe (2010), Ripple (2012), Apple и Google Pay (2014—2015). Мы видим, что количество и разнообразие методов оплаты очень быстро растет и, на мой взгляд, будет продолжать расти, то есть будут появляться все новые и новые конкурентные методы оплаты.

Все методы оплаты условно делятся на следующие: если я отдал коллеге деньги, и вы это видели, — это передача денег без посредника, хотя вы видели передачу; если я отдал деньги на улице и никто этого не видел, — то это конфиденциальная передача денег.

Чем эти деньги отличаются от карты и от любого электронного банковского носителя? Тем, что деньги в вашем кармане — это финансовый результат, а деньги у банка — это обязательство вернуть вам этот финансовый результат. Что будет развиваться сейчас? Будут развиваться оба направления.

До того, как наличными стали бумажные деньги, были лисьи хвостики, металлические пластинки. Наличные деньги все больше будут переходить в электронный формат. Очень быстро развиваются Bitcoin, и все, что связано с Blockchain. Сначала всегда происходят технологические изменения, кто-то придумывает технологию, а затем наращивается инфраструктура. Недавно я видел в YouTube ролик о покрытии биткойнами магазинов на главной улице Пало-Альто. Bitcoin существует с 2007 года, а в 2011 году первый магазин в Пало-Альто стал принимать биткойны. Как вы думаете, когда стал принимать биткойны последний магазин на главной улице Пало-Альто? Через полтора месяца. Многие сомневались, что это произойдет, но это случилось. Думаю, на практике таких изменений будет происходить все больше и больше. Спасибо.

M. Spelman:

Victor, I would like to just push you a little bit: give us your view about the speed, though, at which things like the m-wallet are actually moving in Russia. We understand that we are moving from cash more to the m-wallet. How quickly is that really happening, though? Tell us a little bit more about speed.

В. Орловский:

Я боюсь давать прогнозы о том, что случится через неделю или через год, но очевидно, что скорость проникновения электронных средств будет возрастать, в том числе и в России. Даже Центральный банк, который является консервативной организацией, сейчас обсуждает программу

следующего Инновационного форума под эгидой Центрального банка, где вопросы криптовалют стоят в повестке обсуждения. Они стоят в повестке обсуждения и Центрального банка России, и Центрального банка Америки. И это хорошо, потому что по-настоящему консервативные организации, которые должны быть консервативными, воспринимают технологические изменения, а значит, за этим будут следовать и законодательные изменения. Прогресс не остановить запретом. Если себестоимость продукции, в данном случае — денежных переводов, а также безопасность денежных переводов и хранения денег, будут улучшаться с помощью технологий, то нам не остановить прогресс, как бы мы ни пытались. Сначала он нас пугает, а в результате мы в него включаемся.

Тут сидят представители замечательных компаний, например «МОБИ.деньги» — вижу Ивана Кузнецова. Уверен, что и «Яндекс.Деньги» присутствует, и многие другие. Я уверен, что прогресс в этом направлении будет очевиден и в это будут вкладываться деньги. Спасибо.

M. Spelman:

I am sure we are going to come back to this whole question about the pace of change, but Vasyl, I wanted to come to you next, and get a perspective from MTS. Tell us how you see the future of the e-wallet through your lens and your company.

В. Лацанич:

Thank you, Mark.

Перед нами не стоит вопрос создания какой-то валюты типа «биткойн». Для нас это направление не представляет интереса, потому что им занимаются другие институты, включая банки, центральные банки и общества. Нам важно, чтобы все это было буквально at fingertips, то есть легко управляемо нашим клиентом, и наш клиент мог раздавать, принимать и передавать

аналог наличной валюты, обязательства, кредитные возможности и в любой момент использовать их по мере необходимости.

Хорошая новость состоит в том, что в России развитие электронных денег и электронных кошельков пошло по очень интересному пути. Зачастую оно опережает многие подобные продукты, развивающиеся в других странах. Это не просто путь управления чужими картами и счетами. В большинстве случаев современные мобильные приложения сделаны для того, чтобы управлять банковским счетом либо картами. Тот же PayPal, о котором сегодня уже говорилось, является всего лишь медиатором между карточным счетом и счетом продавца, на который зачисляются деньги. На мой взгляд, это вчерашний день, это неинтересно. Интересна возможность создавать множественные потоки денег в кошелек в виде наличных и кредитных средств, карточных и депозитных денег и так далее, а также множественное распространение этих денег по разным потребительским потребностям и корзинам.

Вчера мы обсуждали электронную торговлю, в которой мы активно участвуем путем вхождения в капитал компании Ozon. Электронная торговля невозможна без денег, а электронные деньги являются самым естественным средством расчетов в электронной торговле, где мы тоже присутствуем. Нам крайне интересно развивать варианты кошельков, с помощью которых люди смогут распоряжаться своими деньгами в любой момент в любом месте, так как наши сети это позволяют. Наш приобретенный вес — 75 миллионов абонентов, которых мы обслуживаем в России — позволяет нам надеяться, что продукт, который мы создадим, будет иметь хороший потенциал массовости. В свою очередь, имея потенциал массовости, он будет всеобщим приемлем как мерчантами, так и потребителями. Самое главное для нас, чтобы это становилось массовым явлением и чтобы мы могли встроиться в уже существующие валютно-кредитно-пластиковые схемы как правильный кошелек.

Не последним является то, что, в отличие от наличных денег, которые мы сегодня обсуждали, и даже кредитных карт, электронный кошелек обладает гораздо бóльшим потенциалом и возможностями, чем просто расчетный инструмент. Это также точка концентрации программы лояльности, это точка CRM-обслуживания абонента и кросс-предложения, которые можно делать ему, базируясь на его затратах. Вы скажете, что это возможно и в карточном бизнесе, но это не тот ежемоментный онлайн-способ достижения клиента, который нам предоставляет электронный кошелек — он гораздо более развит. Несколько прекрасных компаний в России уже делают это очень эффективно, поэтому мы считаем, что надо использовать подобный опыт. Мы должны предоставить его нашим клиентам в лучшем виде и дать им возможность в любой момент свободно распоряжаться своими деньгами, вне зависимости от того, открыт ли в данный момент банковский офис, работает ли магазин и есть ли у него в кармане наличные средства или обязательства. Для нас это одно и то же — главное, чтобы в руках у него был универсальный инструмент управления.

M. Spelman:

Thank you very much. One more intervention, and then I am going to come to the audience, because I am interested to get some of your reactions to what you have heard, but also what you see as some of the key trends in Russia around the e-wallet. So a bit of audience reaction in a moment, but I am going to go to David, because David, you have developed Platius, and you obviously see through that platform quite a lot of the trends that are going on at the retail end, particularly around the e-wallet. So tell us a little bit about what you really see in terms of trends, and give us your perspective on what is happening at the moment in the Russian market.

Д. Ян:

Я буду говорить по-русски — это лучше отразит наше присутствие в России на сегодняшний день.

Сегодня мы являемся свидетелями очередной потрясающей технологической революции. Эта революция заключается в том, что смешиваются онлайн и офлайн. Наш experience, связанный с Интернетом, и опыт, связанный с приобретением товаров и услуг в рознице, превращаются в единый жизненный опыт, и технологии, в частности мобильные платежи, способствуют этому.

Посмотрите, что происходит: откуда взялась компания Uber? Четыре года назад в Кремниевой долине я был свидетелем того, как небольшая компания становится компанией с капитализацией в 50 миллиардов долларов — по-видимому, это самая крупная капитализация среди всех стартапов мира на сегодняшний день. Что это за явление? Это явление состоит в том, что традиционный бизнес стал владельцем своих потребителей, customer ownership, средства взаимодействия потребителей и мерчанта — это то, о чем говорил Владимир Комлев. В своих интервью CEO компании Starbucks говорит о том, что customer connection — это то, что драйвит бизнес. Посмотрите на капитализацию Starbucks. Эта офлайн-компания, какой она всегда была, сегодня имеет капитализацию с мультипликатором 30 price-to-earnings. а ведь в S&P 500 средний мультипликатор 17 price-to-earnings. Почему у реального бизнеса такая фантастическая капитализация? Потому что сейчас это уже не традиционный бизнес, а технологический. Starbucks становится технологической компанией. Uber не агентство по вызову такси, а технологический бизнес. Именно эту революцию мы сегодня наблюдаем, и именно поэтому 37 опрошенных крупнейших рестораторов и ресторанных сетей США объявили, что в 2015 году они будут внедрять в своих розничных точках систему мобильных платежей и современной лояльности, social mobile loyalty.

Мне кажется очень важным, что мы сегодня можем не только наблюдать за этой технологической революцией, но и быть ее участниками. Технология Platius, которую мы четыре года назад начали разрабатывать и запатентовали, оказалась в нужном месте в нужное время. Мы очень рады, что, с приобретением 51% в этой компании, Сбербанк, хочет с ее помощью сделать систему мобильных платежей национального масштаба. Я думаю, это сложная, но возможная задача.

Я провожу много времени в Кремниевой долине и в России, и мы читаем и наблюдаем, что темпы проникновения мобильных платежей фантастические, о чем говорил и Виктор. Пластиковым картам для проникновения в розницу потребовались десятки лет, и сейчас в крупных городах России только 20% покупок производится с их помощью. В крупных городах США эта цифра сейчас существенно выше, но, тем не менее, на это потребовалось 30—40 лет. Аналогичная скорость проникновения мобильных платежей исчисляется годами. Восемнадцать процентов всех платежей в Starbucks в этом году будет происходить с помощью мобильного приложения.

Россия оказывается в уникальной ситуации, когда мы можем наблюдать подобное проникновение: в 2019 году порядка 20% всех платежей в рознице могут быть совершены с использованием носимого устройства — это может быть браслет, умные часы или смартфон. Я думаю, для осуществления этой революции бизнес должен объединиться и со стороны финансовой сферы, и со стороны розничной сферы, и со стороны технологических предпринимателей.

В. Орловский:

Марк, я бы хотел добавить. Василь говорил о том, что форма платежа крайне важна, и это абсолютно так. Давид привел пример Starbucks. Пока раздавали карты, конверсия в программу лояльности была меньше

процента, и для Америки это было очень хорошо. Но как только включили мобильное приложение, в котором можно сказать «я лояльный клиент» и получать скидки и тому подобное, она превысила 20%. Казалось бы, какая разница: карта или мобильное устройство? Но разница, как мы видим, оказалась в сотни раз. Спасибо.

M. Spelman:

David, I wanted to go back to your number: you said 20% mobile payments in 2019. I want to go to the audience, and I want you to give me some reactions. Do you see that happening in Russia: 20% mobile payments in 2019? Do you think it is going to happen faster? Do you think it is going to happen slower? Why? What do you see as some of the consumer trends going on in Russia at the moment? Let us get a bit of a reaction from the audience. There is a microphone coming round. Give us some feedback. What do you see going on in the Russian market at the moment? I would like to get some audience reaction. Put your hand up if you have got a comment. Let us try to get a little bit of audience reaction going. So what has happened in the Russian market? Yes. You first.

A. Semerikov:

I am focussed on digital – digital marketing, IT marketing – and I can tell that among my clients and among their clients, the percentage of payments by mobile phones, e-wallets, is growing. But one of the most significant trends that I see in Kaliningrad – I am from Kaliningrad – is the growth of blockchain technologies. In our society, especially between young start-ups, young technology entrepreneurs, blockchain technologies and payments by Bitcoin are growing. I think that in the span of almost two years, the number of people in Kaliningrad alone who have money has grown from five to 500, and they are trying to be evangelists and to make more people pay by Bitcoin and blockchain. For me, as an entrepreneur, it is very important to know your opinion about the future of

blockchain technologies, of crypto-currencies, and how it will affect the regulated bank systems.

M. Spelman:

We will come back to Bitcoins.

A. Семериков:

Наша компания занимается предоставлением услуг Интернета в 56 городах России. Проникновение Интернета, фиксированного и мобильного, достаточно высокое в сравнении даже с европейскими странами, а климатические условия в России такие, что народ предпочитает находиться в indoor. У нас довольно большая сеть Wi-Fi и более восьми миллионов уникальных пользователей ежемесячно, и я уверен, что, благодаря Wi-Fi и тому, что российские пользователи с носимыми устройствами в большей степени пользуются Интернетом в indoor, 20% — это пессимистический прогноз по проникновению различных инновационных способов платежей для российского рынка. Мне кажется, что темп будет более высокий.

В. Фридлянд:

Виталий Фридлянд, генеральный директор Fujitsu в России.

Я думаю, что один из основных трендов, которые мы будем наблюдать в ближайшее время, — это соединение биотехнологической аутентификации с мобильными решениями. Сами по себе вопросы сохранения персональных данных любой транзакции очень тесно связаны с информационной безопасностью и с IT-роумингом. А для этого нам необходимы средства «защиты от дурака», которые могут быть сделаны только на уникальных технологиях. Этот тренд уже заметен в России, мы со Сбербанком проводим в школах первый опыт применения биотехнологической идентификации вместе с мобильными решениями. Я

думаю, это тренд будущего в России. Я глубоко убежден, что Россия может идти на шаг впереди других стран.

M. Spelman:

Thank you for that. I think that the question of trust and confidence will impact speed very significantly, so I think that is very important.

Из зала:

Добрый вечер.

Меня зовут Павел, компания «Иторум».

Поскольку наш бизнес сильно ориентирован на онлайн-часть, мы заметили, что, как только мы запускаем электронные приложения, они очень сильно увеличивают конверсию — клиенты начинают заходить именно через мобильные приложения. Но основной трафик по электронным деньгам мы можем разбить на два момента: те анонимные системы, к которым до сих пор относится, пожалуй, только WebMoney, и те, которые имеют поддержку и аутентификацию клиента, то есть проходят полный QIC. Только когда будет больше интеграции и возможностей пополнять свои кошельки легко, спокойно, одним нажатием клавиши, а не использовать, например, кредитную карточку для проводки, тогда эти электронные платежи будут идти быстрее. Сейчас часто бывает удобнее и быстрее сфотографировать карточку, которая автоматически переходит на платеж. Я думаю, именно интеграционная часть сильно продвинет электронный кошелек вперед.

M. Spelman:

Okay, are there any other reactions that people would like to provide? Are we all right? Oleg, I am going to come to you. Do you want to just sort of pick up on some of the comments there, and particularly the issue about security,

authentication, and how that is playing into platforms going forward? Would you like to react to that, and also give us a few comments?

O. Firer:

Obviously, security is a very important factor when we talk about internet acquiring and mobile commerce. As several people in the audience mentioned, application drives usability and the adaptation of various new innovative technologies. Biometrics is a key technology that is being used in an offline environment, so I agree that the fact that technology is driven by security is a very important factor.

M. Spelman:

Vasyl, I think you wanted to comment on that.

В. Лацанич:

Я бы хотел вернуться к предыдущему пункту относительно того, удобно ли пользоваться электронными кошельками, если есть карточки. У нас есть принципиальное видение того, что электронный кошелек не является или необязательно является продолжением, дополнением либо заменой карточке. Если у вас есть карточка любой системы и банковский счет — это очень хорошо, и, в принципе, you are all set. Но есть вещи, которые отличают нашу страну от многих других и предоставляют нам огромные возможности. Касаются они оборота наличных средств — мне помогут коллеги из Сбербанка. Да, есть некоторые проблемы с аутентификацией, с «антидураковыми» устройствами и так далее, но в наличных средствах есть проблемы грандиозного размера: безопасность, подделка, воровство и все остальное. Мы хотим помочь людям именно в этой сфере.

Какой сейчас процент оборота наличных средств в стране? Я полагаю, гораздо больше 70%.

Из зала:

Больше 85%.

В. Лацанич:

По нашей статистике, больше 70% — вероятно, мы не все учитываем. Итак, более 85% средств в стране сейчас находятся за пределами нашего сегодняшнего разговора, а мы тут пытаемся улучшить опыт 15% платежей в стране. У этих 15% все уже хорошо, проблемы — у остальных 85%. Как сделать их опыт, их транзакции более безопасными, удобными, быстрыми, надежными и вездесущими? Я полагаю, что здесь могут помочь электронные кошельки.

Starbucks — прекрасный пример для любителей кофе. Люди, по крайней мере в России, в большинстве своем рассчитываются там наличными деньгами. Помогать нужно им, а не тем, у кого уже есть три карточки, пять счетов, Apple Watch, Google Wallet, QIWI-кошелек и так далее — у них и так все в порядке. Мы очень активно работаем и будем работать над тем, чтобы помочь превратить наличные деньги в электронные и таким образом улучшить их, обезопасить, сделать более удобными и массовыми. Это 85% денежного оборота в стране.

В. Орловский:

Марк, я могу дать прогноз, что в следующие десять лет совершенно точно появится хотя бы одна страна в мире, которая перестанет выпускать деньги в виде наличных бумажек и перейдет на наличные деньги не в виде обязательства банка, а в виде чипа. И наличные деньги этого государства перекочат из того, что мы тысячи лет воспринимаем как деньги, в те же деньги, но только в виде электронного кошелька. Это произойдет хотя бы в одной стране через 10 лет.

M. Spelman:

Vladimir, do you want to comment?

В. Комлев:

Я согласен с тем, что говорит Василь: удобство для потребителей — это действительно самый важный момент. Помимо того, что за счет технологий мы меняем саму технологическую цепочку и выстраиваем более сложные системы, не надо забывать, что выстраивание таких технологий может менять и саму бизнес-модель, и надо быть к этому готовыми и обращать на это внимание.

Сегодня электронные кошельки в точках приема, если говорить про физический мир, развиваются двумя путями. Первый путь — это device-centric модель, когда кошелек жестко привязан к производителю того или иного смартфона, а второй путь — это когда предлагается некая технология, доступная всем. Посмотрим, как, например, сегодня развивается Apple Pay. Все технологии завязаны на очень секьюрном, очень удобном способе оплаты на точки продаж с помощью телефона. Apple не раскрывает никому ни своих кодов, ни технологий, но эта компания практически встала между потребителем и магазином, и на своем девайсе замкнула процесс выбора, с какого счета будет происходить оплата.

Сегодня всем удобны VISA, MasterCard, мы надеемся, что когда-то будет платежная система «Мир», и в целом бизнес-модель не меняется, но в общей цепи производства платежа между потребителем и магазином появился новый игрок. На своем, доступном только ему устройстве, потребитель выбирает, как будет произведен платеж. Мне кажется, кроме изменений технологий здесь нужно очень внимательно смотреть на то, как меняется бизнес-модель — нет ли каких-то тенденций, что всем привычный платеж с банковской карты вдруг окажется в руках тех или иных успешных технологических компаний, которые начнут определять, какой картой и

каким способом в определенный момент удобнее платить. С моей точки зрения, тенденции в изменении бизнес-моделей являются не менее важными, чем технологические изменения, и идут с ними в тесной связке.

M. Spelman:

Thank you very much. We have had some discussions around consumer behaviours and how they are changing; what is happening to business models; and some issues about security. I want to bring in some of the international panellists now, to get their reflections on their experiences. Let me start with Telenor. You have got a lot of experience, not just in what is happening in Scandinavia, but also obviously in some of the emerging markets as well. What is Telenor's view on where the e-wallet is going? What are some of the trends that you see, and any reflections on the discussion that we have just been having around the Russian market?

K.-M. Johnsen:

I would just like to put it a little bit in perspective. Telenor is a company originating in Norway, but with mobile operations in Scandinavia, Eastern Europe, and Asia. We have around 200 million customers, of which 170 million plus are in Asia, so, of course, we have big exposure there. Since we are in St. Petersburg, I can also mention that we own a third of VimpelCom, which is a big mobile operator in Russia and several other countries, with a big customer base. We mobile operators have daily retail relationships with our customers. So we are of course looking at how we bring more value, more perceived benefit, to that model, going into the future. Transactions, payments, financial services could be a natural extension of that. Many people in the LDTs want to disrupt our model, and there is a lot of talk about that, but when we look at the banking industry, we have the potential sometimes to disrupt that business, because we are coming in without a legacy. A legacy is, of course, always a problem. Let me bring two

examples of how we work on this concretely in Telenor. One is from Asia. In Asia, people start their relationship, they come onto the internet, via the mobile device. In many countries, there is no banking system that works for normal people. So if you are working somewhere in Pakistan, and you want to transfer money to your relatives in a different part of Pakistan, the transaction cost could easily eat up half of the money you want to transfer to your family. So sometimes people take time off to physically transport money to their family, which is an insane use of people's time. So by introducing Easypaisa in Pakistan many years ago (a very successful approach), we are now cutting those transaction costs to a fraction of what they were, meaning that people get to keep their money, and they can be back at work doing what they should be doing, rather than wasting their time. For society, that brings a huge upside. Looking at a more European example, we bought into a bank in Serbia. We split it with Société Générale. They took all the commercial lending; we took the licences and the people, and reinvented the bank completely. In Serbia, you do not get any interest, basically, on the money you have in the bank, and the banking model is based on high transaction fees. We slashed them to a fraction of what they were before, and we give interest on deposits. That causes people to keep their money in the account, rather than taking it out and converting it to euro. And, by the way, in the account, you can convert to euro with the click of one button, so it is very easy to choose the currency that keeps you safe at night. Looking from the perspective of society, transaction cost is a huge impediment to growth. When we come in and look at a new industry like banking – it is new for us – we can have the luxury of building from scratch. If I could build a mobile operator from scratch today, I would build it much more efficiently than those that were built up from the 1990s throughout the 2000s, because of legacy, again. Taking those two examples, we see that by coming into the model with fresh eyes and always looking at how to make it easier, cheaper, and better, you are able to disrupt the old model – or, as in the case of Pakistan, give tens of millions of people the chance to use a

service that previously was not available at all unless you were willing to part with half of your salary. Obviously, mobile operators such as ourselves can play quite a big role in the development of payment systems and ease of use. I think we will see a lot of development here, and I agree with those who said that the development will go very fast. Once we are on 3G and 4G, and, basically, 4G has coverage almost everywhere, there will be no real obstacles left. This audience is an advanced audience. You do not go to your local bank very often any more. But I guess many of you still connect to a bank via the desktop. In Asia, they will start with a mobile phone; they will not go wired desktop at all. In Europe, we will also end up in a situation where people gradually move away from the desktop over to using their mobile phones for almost everything – transactions in banking or payment through near-field communications and what have you. Here we will work with good companies like the people in the front row here, and their competitors and others, to develop those services going forward.

M. Spelman:

Some interesting challenges exist there around volume growth and transaction costs. We might want to respond to that. So, Kamran, I am interested to get the Visa reaction to all of that. You told me you have just flown in from San Francisco, so you obviously see a lot of things going on in different parts of the world. Given what you have just heard from Telenor there about the pace of growth, the question of transaction costs, how do you see this landscape? Give us some perspectives through the Visa lens.

K. Siddiqi:

Thank you. We are still in the early stages of a profound transformation of payments, and this is being made possible by the advancement in personal technology. I carry this around, as many of you may, and it is not a mobile phone; this is my personal device. I live a big chunk of my life through this. It just so

happens that I can also have voice conversations on it. This is what is driving this profound change. The four major forces that are shaping payments are mobile, cloud computing, big data, and social networks, and it is how these four forces are coming together that is having a profound impact on how we live our lives. The architects of the future of payments are software developers. They are the ones who are defining what is possible, and my panellists spoke of a number of examples, including Uber and so on. The enabler of this interconnected and deeply connected world will be things called APIs. Now, this is a technical thing people talk about: Application Programming Interfaces. So if you look at Uber, for example, software developers got together, and they connected with Google and said, "We do not have to invent the map again." And Google opened itself up; Uber connected with it, and it was software developers who changed the future. At Visa, we are doing four things, really, which we believe are at the hub and at the core of future payments. One is what we call tokenization, and, like APIs (Application Programming Interfaces), tokenization is something we will all come to learn about in the future. The key to tokenization is that it changes the way we think about security in payments. Security and trust are absolutely foundational to payments. Without trust, there can be no payments business. The way tokenization works is that it changes how we view the relationship between innovation and security. If you look back a year or two years in time, when it came to advancement, when it came to new things, it was always a choice, and a trade-off, between speed and ease of use on one side, and security on the other. So people would think of an innovation and then figure out later whether or not it could be secure. That world is almost coming to an end, because security has to be part of the innovation from the very beginning. And this is a very dramatic change for us in payments, for banks, for anyone who wants to be in this business: that you have to start with security, built in. Tokenization is what we did with Apple, so when you look at Apple Pay, the card details and data just never leave the device anymore. Tokenization is a way by which you create one-time

methods of payment, and the mobile phone remains secure, and the information stays there. The other thing we are doing is cloud computing. Information can be stored securely in the cloud and not at a point-of-sale device, for example. So when we think of innovation, it is actually advancements in security that are making that possible, as well. The third thing we are doing is co-creation, and the term we use for that is co-opetition as opposed to competition. The way we do that is that we are opening up our platform the way Google opened up its platform to Uber, and we work with partners, our clients, and developers, to, say, let developers talk and connect what has already been done, so that you do not have to re-create; you do not have to re-create Google Maps, for example. This is going to be a fundamental pillar of how we create this connected world. The last thing I will talk about is innovation centres. We are building innovation centres around the world, and they will come to many different countries. The point of that is to make developers sit across from each other and create the future by connecting platforms. So these four forces will change payments very dramatically, and, as you have heard from people, the pace of change is accelerating very dramatically, faster than we think it is happening, but it is still in the early stages. So I think we are in for many years of very dramatic changes, and we do not know what all these changes will be, but it is a very exciting time to be in payments.

M. Spelman:

I must ask you one question, which is, you did not directly answer the question about Apple Pay: opportunity for or threat to the industry?

K. Siddiqi:

I think it is not productive to categorize things into opportunities and threats, because in this interconnected world, people need to be able to connect with each other to create the customer experience. And over a period of time, what

we are seeing is that the most successful companies in Silicon Valley and other places are those that are able to connect with others and say, "There is a value chain, and there are some things that we do well in that value chain." So it is not us versus them, or whether you threaten my existence or not. The consumer wants simplicity, and nobody can do it on their own.

M. Spelman:

I think that is a very important message. I think simplicity and convenience is the other one. David, I wanted to come to you, because I know that when we talked, you were also very passionate about this issue of trust and of how you build confidence in the platforms. Give us a little bit of your experience and wisdom, particularly given the size and scale of IBM and what you do. Talk to us a little bit about how you see this whole marketplace, particularly through your lens.

D. la Rose:

Thanks. Let me comment a little bit on some of the discussion that we have already had, because I think you made a good point around speed, and while I think security will impact the speed of this transformation, I think the other thing that will impact it is legacy, and we talked a little bit about that. From an IBM perspective, I agree with my colleague here: the four forces that are impacting us here are around cloud and big data and what analytics we apply to that. Security is wrapped around it, but also we touched earlier on consumer behaviours changing, and I would call that the notion that the systems of engagement have changed. Whereas it used to be one-on-many, it is now one-on-one. We are the only client for many airlines, because we interact with them on an individual basis, and we can interact with them on any device that we might have. So I think, from an IBM perspective, that we see ourselves as an enabler in a lot of these areas: an enabler to accelerate the speed. I agree with security being the foundation point for development, but if you look at the two extremes, we have

got organizations on the panel here that are large enterprises, that come with some level of legacy that they need to adapt to the new world. And we see new entrants like telecommunications now playing into this arena as well, whereas five or six years ago, we would not have seen that. So the larger enterprises are having to adjust their legacy systems to this new world, and are now competing with the Ubers of this world that start from no legacy and build it from the ground up. They start with security in mind; they develop it on the cloud. If I come back to your point, which was what could inhibit or accelerate the speed of transformation, I think legacy is an element, as is security. Russia is not bound by a lot of the legacy that we have in other parts of the world: in parts of Western Europe, in parts of the United States, and even in the Asia-Pacific. So I think that the speed, particularly in this territory, is going to be at the rate and pace that we have heard about today. And what we do in terms of enabling both enterprise and mid-market clients is centred around that: how do we help them move faster?

M. Spelman:

Victor, did you want to come back on that? I think there are interesting points there about speed, security, and how the business models are changing. Just respond to that.

В. Орловский:

Я бы хотел прокомментировать то, о чем говорил мой сосед Камран относительно Apple Pay и Android Pay — возможность это или угроза?

Удобно смотреть на индустрию, где уже случилась революция, чтобы понять, что будет значить революция для той индустрии, в которой она происходит сейчас. Лет пять назад мы были в одном крупном американском банке, называть который я не буду. Председатель совета директоров этого банка был до этого председателем совета директоров и, по-моему, CEO

крупнейшего американского музыкального мейджора. Их всего четыре в мире — можете посмотреть в Интернете, о ком я говорю. Мы тогда только что вернулись из Силиконовой долины и говорили про инновации. Знаете, как он выглядел? Кто-нибудь смотрит бои без правил или видел нокаут Тайсона? Он выглядел, как тот человек, которого Тайсон нокаутировал. Он сказал: «Ребята, эти парни из Силиконовой долины вас порвут и всех нас порвут, потому что с ними нельзя договариваться — мы пробовали, мы пытались с ними договориться». С тех пор прошло много времени — существуют ли музыкальные мейджоры? Существуют. Существуют ли банки? Существуют. И iTunes себе живет, и много разных сервисов — просто бизнес-модель кардинально поменялась. Мьюзик-мейджоры уже никогда не будут зарабатывать столько денег, сколько они зарабатывали, пока не было iTunes.

От кого это сегодня зависит, угроза это или возможность? К сожалению, сегодня это зависит от Apple и Google, а не от банков и мобильных операторов. Они диктуют правила: если они захотят это превратить в opportunity, это будет opportunity; если они захотят побывать Тайсоном на арене, то это будет угроза для тех, кто в спарринге. Нашу задачу как банка я вижу в том, чтобы быть равными партнерами с этими гигантами из Силиконовой долины; чтобы на этом ринге — а это ринг — мы могли стоять с ними в паре. Тогда Тайсон напротив нас превратится в нашего партнера, а не соперника, который нас нокаутирует. Спасибо.

M. Spelman:

Okay, I am interested in Telenor's view on the business model here, because you are looking at it a little bit outside-in. You talked about it from how you do not have to be encumbered by legacy. How do you see the business model evolving going forward? Because it seems to me at the heart of a lot of the debate about the speed at which the future wallet or e-wallet gets adopted is around views

about the new business models going forward. What would Telenor's view be on that?

K.-M. Johnsen:

Well, we are pretty humble about the fact that there are many things we do not know about how you run a credit card business or a bank or all these kinds of things. So we are trying to build that, step by step. But I think you start with transactions; you do the credit card business; you start with small loans. For us, we do it all the time, and we are subsidizing and financing handsets; we have always done this; we know how that business works. So the step forward to consumer credit is not that big. In some countries, we have credit scoring systems that are just as good as the ones the banks have, because that is a necessity for us to survive, and I think the mobile industry can benefit from that. Then let us put it into the context of the question you raised to provoke us a little bit. Apple Pay: threat or opportunity? I think the answer that came here from Kamran was great. Why look at it as threats or opportunities? These are facts of life. Look at how the pressure coming from new innovations is forcing the sort of old industries to think in new ways. The banking industry, the telecom industry, the mobile industry: we need that push. Society should welcome it. It gives more value to people. And then it is up to us how we innovate to be relevant for the future. We think that we can also innovate by going into financial services, which is much more than transactions on an Apple iPhone. It can be all the things I mentioned before: that is, an added-value relationship to the customers.

M. Spelman:

Thanks for that. Kamran, I am just interested to build on that. Thinking in new ways – obviously, there is a lot of concern about who owns the data in this whole e-wallet value chain, and there is a whole debate about the platforms. How do you look at that, as one of the big sort of players in the industry, in terms of the

platforms, particularly around this whole thing about interconnectedness? I would be interested in your views on that.

K. Siddiqi;

Certainly. As I was saying about threats and opportunities, again, I think that when we start talking about ownership of data, we create problems for ourselves. Intimately, the only person that owns data is the consumer. It is the consumer's data. They are users of data, and this idea of ownership is a little bit flawed, because it sort of says that somehow I have proprietary knowledge of something, and again, to my mind, that is not useful. There is data available; it depends on who wants to use it well, regardless of who thinks they own it. Ownership causes a defensive mechanism, and that is why I am a little cautious about this idea of owning data. The other thing I would say about platforms is that if you look at the lives of young people – because these young people are going to be a little bit older in three to five years – they live in an instant world where their entire world comes together, and they experience in the moment a complete globality. Those who are on Facebook, those who do things are not asking themselves, “Am I doing a domestic conversation, or am I doing international? Am I doing it on somebody else's platform?” The consumer is not concerned with this. The consumer wants to see the world in one place, one touch. When we think of platforms, the value of anyone's platform, including Visa's, is simply a function of how many other people can connect to the platform. If you build walls around your platform, you will be left alone in the world in your own little shell while the world moves on, which is why this term that I used earlier – API, or Application Programming Interface – is the future. And platforms need to connect to each other in a way that makes a global conversation, a global event, happen at the touch of an app, and that is the future. So, again, if you want to measure the success of your platform, measure how many other people are using it, because

that is the representation of the value of your platform to the rest of the world, and that is all that matters.

M. Spelman:

David, do you want to build on that, this whole idea about how you leverage the platform, how you connect into it?

Д. Ян:

Я бы хотел дать комментарий по поводу очень правильного вопроса, который Вы задали: опасность это или возможность? Это касается и платформы.

Мне кажется, этот вопрос абсолютно в точку. Давайте вернемся к уже набившему оскомину примеру Uber. Это опасность или возможность для такси-сервисов всего мира? Для самих таксистов это возможность. Для владельцев медальонов желтых такси — это серьезная опасность. Именно те, кто сейчас оказывает услуги, находясь на линии взаимодействия с customers, и кто научится использовать существующие платформы для того, чтобы владеть данными, окажутся у бизнеса через 5—10 лет.

Еще один пример — компания Nike, которая начинала с кроссовок и одежды, а сейчас стала технологической платформой. Они продают далеко не кроссовки — они продают спортивный experience, они продают абсолютно другой тип взаимодействия. Один из наших клиентов, компания «Кофе Хауз», этим и озадачилась: чем она будет отличаться в России от многих других сетей кофеен и ресторанов? Она будет отличаться тем, что она владеет своими потребителями. Так что вопрос, угроза это или возможность, задан абсолютно в точку: каждый владелец бизнеса должен решить, будет он у руля через десять лет или нет.

M. Spelman:

David, do you want to comment on that? And then I will go to Vladimir.

D. Ia Rose:

Yes. I think we have not touched on who owns the data. So you then start to open up this whole discussion about data privacy – and I think that is a big topic at the moment, particularly in Russia, and for the rest of Europe – which I would like to throw in and get some comments from my Russian colleagues here. Do they see that as an inhibitor? Do they see that as something that is going to slow down the pace? The other thing, too, that we talked a little bit about when we talked about data, and we have not touched on, is how we are using analytics to actually gain insight from the data that we have got. Uber is a great example. You rate the driver on the experience that you had; the driver also rates you, and they start to profile you as a client: where you travel, how you travel, how you behave, what your reactions are. So I think this concept of how you can differentiate yourselves with analytics on the big data to provide insight as a competitive advantage is also a big topic.

M. Spelman:

Yes, that is very good; thank you. Vladimir?

В. Комлев:

Я бы хотел отметить следующее. Сейчас мы обсуждаем, насколько конкретные компании из Силиконовой долины могут изменить эту бизнес-модель. Я бы хотел подчеркнуть, что лично я большого риска для существующей платежной индустрии как для бизнес-модели не вижу. Она будет меняться, но кардинально изменить ее по своему желанию эти люди не смогут, у них нет эксклюзивного права на технологии. Казалось бы, такие стабильные и непоколебимые позиции Apple как производителя лучших

смартфонов — уже большой вопрос. Apple занимает 18% мирового рынка в целом, цифры различаются от страны к стране, но пример последних лет — платформа Android компании Samsung, которая во многом опередила Apple. Не надо забывать о том, что где-то, наверное, сейчас растет новая компания Apple, которая завтра придет с изящной гениальной новой идеей, и бизнес-модель, на которую претендует Apple, станет вчерашним днем. Чем быстрее эта бизнес-модель будет меняться в быстро меняющемся технологическом мире, тем быстрее будут меняться и связанные с этим бизнес-модели.

Сколько лет уже говорят о том, что банки — это вчерашний день, но банки по-прежнему здесь, и это длится тысячелетиями. Банковская функция как таковая никуда не исчезает. Она немного меняется, меняются технологии, но в целом взаимоотношения остаются теми же самыми.

Я думаю, что эксклюзивных прав на технологию сегодня нет ни у кого. Технология — это очень живая вещь, ее усложнение подчас приводит к тому, что она становится слишком тяжелой и с ней становится невозможно работать. Она становится небезопасной. Тот, кто предложит более изящное и простое решение, завтра может снова изменить всю бизнес-модель.

Чем быстрее меняется мир, тем меньше времени у каждой новой компании на то, чтобы привнести что-то свое и изменить бизнес-модель. Десятилетий на то, чтобы менять и переворачивать ее в свою пользу, сегодня нет ни у кого, и надо отдавать себе в этом отчет.

M. Spelman:

I like the phrase about the “agile business”. I think you are absolutely right that technology is going to move extremely quickly. How do you keep organizations agile so that they can adapt to new technologies? Victor? And then I’m going to come to the audience again.

В. Орловский:

Я хотел бы дать два коротких комментария.

Первый комментарий связан с владением данными. На мой взгляд, сегодня владение данными и умение обрабатывать эти данные можно сравнить с нефтяным бизнесом двадцатого века. У кого есть данные, кто умеет с ними работать, тот сегодня в нефтянке. Можно говорить, что неважно, где скважина, в Саудовской Аравии или в России, — нефть ведь можно купить. В целом это так, но хорошо, когда скважина находится на вашей территории. Так же и с данными. Во-первых, хорошо, когда данные находятся у вас; во-вторых, хорошо, если вы умеете их обрабатывать. Это ключевое преимущество 21 века.

Теперь по поводу открытости и закрытости. Был такой президент в «Ситибанке» — Викрам Пандит, надеюсь, он и сейчас жив и здоровствует. Он рассказывал мне про свою встречу с Джобсом, когда Джобс уже был болен и практически умирал. Викрам решил его почеленджить: «Твоя компания рано или поздно умрет, потому что она закрытая, не открытая. У тебя закрытые технологии, проприетарные, твоя компания умрет». Джобс ему на это ответил: «Ничего подобного, ты путаешь два понятия — быть открытым и быть популярным. Мы не открытые, мы популярные».

Это тоже некая тенденция 21 века: надо быть популярным, а не открытым. Если вы популярны, то, будучи закрытым, вы зарабатываете в пять раз больше, чем Samsung на своих телефонах, и ваша маржинальность растет, и в кармане у вас 200 миллиардов долларов наличными, которые могут купить практически весь рынок достаточно большой по капитализации страны. Спасибо.

M. Spelman:

Okay, let us just get a quick bit of audience reaction to some of the things that you have heard about the future of the e-wallet. Does anyone want to come back

to some of the things they have heard about business models, about the whole question of innovation security? Let us get some reaction to what you have heard. Are you optimistic about where e-wallets are going in Russia, or are you pessimistic? I would like to know what your reaction is. Is anybody going to be brave enough? Yes, well done. Just introduce yourself.

Из зала:

Расскажите, пожалуйста, как, по Вашему мнению, можно научить население России пользоваться электронными деньгами? Как сделать так, чтобы деньги с карточки не снимались два раза в месяц, в день выплаты аванса и в день выплаты заработной платы? И как этот вопрос решается в других странах?

M. Spelman:

With regard to the question there about education, I think one of the interesting observations I would just make on that one is: just look around the average age in this audience. I was actually going to ask you to put your hand up if you were under 35, but I will not actually ask you to do that! But I think one of the interesting things is how much of the issue here is actually about education, versus if you look at what our 11 to 15-year-olds do today, in terms of their behaviours around how they shop. It is worth just sort of thinking about some of the behavioural changes that we see, perhaps, for older people relative to younger people. So, panel, we might want to respond to that in a second. Are there other questions, other observations, that people would like to make? Yes?

Из зала:

Меня зовут Егор Шадурский, и я хотел бы задать следующий вопрос. На мой взгляд, вы сейчас говорите об уже прошедшем дне, потому что есть другое явление — криптовалюты. Если говорить о криптовалюте как о

платежной системе, то большой вопрос, насколько быстро она разовьется. Есть альтернативные технологии, включая биткойн, которые позволяют иначе организовывать сам принцип транзакции по более выгодным тарифам. Например, на данный момент три транзакции в сфере Bitcoin — это одна тысячная процента.

Я знаю, что IBM уже уделяет внимание изучению этого вопроса и планирует внедрить эти технологии у себя, как и Samsung.

Хотелось бы понять, как участники данной дискуссии, прежде всего НСКП, относятся к этому вопросу в России? Планируется ли развивать в этом направлении давно известный проект «Алтын»? Это вопрос к Виктору и к IBM.

M. Spelman:

Thank you very much indeed. Are there any other questions or reactions for the panel before we wrap up? Does anyone else want to come back to any topic? Yes, thank you.

Из зала:

Денис Сальников, «Банковские технологии».

Вопрос ко всем участникам этой дискуссии: способны ли национальные регуляторы влиять на процессы, которые мы здесь обсуждаем, или они уже ни на что не влияют? Какова их роль в дигитализации финансового рынка, в дигитализации денег? Спасибо.

M. Spelman:

Thank you very much indeed. What I would like to do is ask the panellists just to reflect on the conversation. What is the one key insight that you would like to share with the audience, based on this discussion? And perhaps you would just like to pick up on some of the points that have just been raised in that final round.

So, Oleg, let us start with you. What would be the one key take-away that you would focus on around the future of the e-wallet, based on our discussion, based on the comments that we have heard? What would be the key message that you would like to share?

O. Firer:

The way that you have talked today indicates that, especially in Russia, they are limited to one payment type. I think it is important to understand that, in the future, when we talk about digital wallets, they should be similar to what Apple Pay is doing by allowing multiple payment types and not just limiting the wallet to its role as a payment mechanism: allowing identification, ticketing, and other value-added applications that will presumably increase customer interaction and customer adoption of such a method of payment. I think Apple Pay is actually doing a good job in that regard. Obviously, there are not a lot of transactions today, but, you know, hopefully in the future there will be more. Talking about partnerships, as Peter said, it is partnerships that are going to drive acceptance and value-added offerings that could be part of the e-wallet.

M. Spelman:

Okay, thank you very much. David? What is your takeaway?

Д. Ян:

Я абсолютно согласен с большинством членов этой панели в том, что владеть бизнесом будет тот, кто будет владеть данными, а значит, своими пользователями.

Я бы хотел добавить, что недостаточно просто владеть этими данными — нужно их понимать. Очень важны будут семантический анализ и понимание, экстракция из информации знаний — в АBBYУ мы этим занимаемся.

Думаю, что через десять лет мы не узнаем процесс транзакции в рознице, в ресторанах, в магазинах, в кинотеатрах.

В. Орловский:

Давид все уже сказал, я могу только подчеркнуть, что скорость изменений в этой области будет фантастически быстрая. Нам всем нужно быть готовыми к тому, что решения нужно будет принимать очень быстро и еще быстрее их реализовывать.

К. Siddiqi:

I think the world will move very quickly beyond a lot of the examples we have used to describe what is happening in the world, and when we talk of big data, I would like to think that there are two really important things: one about data and the other about platforms. When it comes to big data, the biggest and best data you can get – and I think Mark alluded to that – is if you have teenage children. That is the best source of data you will ever have, if we really understand what works for them and what does not. The insights that you get are remarkable, because they are living that future. So the first thing that I would say is that the best thing about big data is small data: talk to your children. We do not know what the future holds. Nobody saw Uber coming; nobody saw Apple Pay coming. We do not know what will come. And it becomes vitally important to go back to my point that says it is not about threats and opportunities; it is about saying, “Are you open, and are you connected with the rest of the world?” And that is measuring your platform on how many software developers around the world want to work with you. If you do that, they will define the future, and they will tell you what your platform is worth, and what it should be doing. So I think it is the simplicity of saying, “Open up. Open up your platforms. Open up your systems, and just talk to some young people.”

M. Spelman:

Telenor, your conclusion?

K.-M. Johnsen:

I think we are definitely in a time of extremely fast change, and I think we should embrace it, because a lot of what we see, whether it is Uber, whether it is mobile banking, payments with your mobile phone, all of these things bring money back into a transparent transaction forum. This is a major attack on the grey and black economies. Someone told me that there is a little bit of grey and black economy in Russia. I cannot evaluate that, but maybe there is a little bit, so you could benefit from that as well. Where I think we have a little bit of an issue is going forward with data. Why are we having a discussion around that? It is because people are forced to sign 30 pages of documents they do not understand at all. I think we need to move on to a way where we can interact with customers regardless of what companies are called, where people can trust that they are dealing with someone who is careful with their data. It is not about who owns the data: the customer should own the data, not a company that can sell it on without the customer understanding it. So these kinds of things are barriers that we have to come through to build more trust, but the general direction of embracing new technology is good for society. It makes life easier for people, so we should embrace it.

M. Spelman:

Thank you very much. Victor?

В. Комлев:

Я бы хотел очень кратко сформулировать вывод по итогам этой конференции. В сегодняшнем, быстро меняющемся мире необходимо,

здесь я скажу по-английски, keep your eyes wide open и не пропустить те возможности, которые возникают практически повседневно.

D. Ia Rose:

I will leave you just with one message, and that is: do not underestimate the security aspect. I think that for us, that is the most important and the earliest discussion that we have with all of our clients who are moving fast in this: do not underestimate the security aspect.

M. Spelman:

Okay, panel, thank you very much indeed. I think my takeaway out of all of this is that if you think about the e-wallet in terms of demand and supply, on the demand side, we have talked a lot about how consumer behaviour is changing. I think we should not underestimate the speed at which consumer behaviour is changing. I think there was a good point about education: certain sectors clearly will need some help with education, but particularly if we look, as Kamran said, at our younger people: their habits are changing very fast, and I think you just need to look round the world at what is going on there. I think on the supply side, we had a very interesting discussion about what is happening to business models, what is happening to platforms. I think a large part of this point about who owns the data is actually driven by fear of what people can do with the data. It is the sense that if we have, if you like, more confidence and trust in how the data is being used, if the transparency issue becomes very important, I think that will help in terms of the acceleration of trends going forward. So I hope that what you will take away is the 2019, the 20% mobile wallet. I think that is probably the benchmark. I think my conclusion from this conversation is the speed of change – it is probably going to happen faster than we think. With that, thank you very much to all the panellists; thank you to you; thank you for engaging, and enjoy the rest of the conference. Thank you very much.