



FIN
TECH
POLAND

Super Aplikacje

Trendy w bankowości
2025–2030

Spis treści

Wprowadzenie	3
SuperAplikacje – nowa era cyfrowej bankowości	4
Wyzwania na drodze do SuperAplikacji	7
SuperAplikacje jutra – wizja i kierunki ewolucji	10
Anatomia sukcesu – kluczowe elementy SuperAplikacji	13
SuperAplikacje w praktyce – przegląd globalnych, europejskich i polskich wdrożeń	16
Kluczowe wnioski	24
Co jeszcze czeka na banki?	25
Źródła	26

Wprowadzenie

SuperAplikacje to jeden z dziewięciu kluczowych trendów, które wyodrębniliśmy w naszym kompleksowym raporcie 'Trendy w bankowości 2025–2030'. Stworzyliśmy ten materiał, aby liderzy instytucji finansowych otrzymali konkretne, oparte na danych i globalnych analizach, wskazówki dotyczące przyszłości sektora. Dzięki temu będą w stanie przygotować swoją organizację na nadchodzące zmiany, odróżniając szanse od chwilowego szumu informacyjnego.



Piotr Grodzki
CEO Speednet

Dostrzegając ogromny potencjał SuperAplikacji w zakresie budowania głębszych relacji z klientami, generowania przychodów oraz pozyskiwania unikalnych danych o preferencjach użytkowników, uznaliśmy ten trend za fundamentalny dla przyszłych strategii rozwoju banków. Szczegółowa analiza SuperAplikacji jest kluczowa dla zrozumienia jej wpływu na obecne modele biznesowe, określenia niezbędnych inwestycji technologicznych oraz identyfikacji potencjalnych barier regulacyjnych.

W niniejszym raporcie skupimy się na dogłębnym zbadaniu fenomenu SuperAplikacji w kontekście sektora bankowego. Przyjrzymy się bliżej ich charakterystyce, korzyściom i ryzykom związanym z ich wdrożeniem, a także przedstawimy przykłady rynkowe i potencjalne scenariusze rozwoju tego trendu w perspektywie najbliższych lat.

Naszym celem jest dostarczenie instytucjom finansowym szczegółowych informacji i praktycznych wniosków, które pomogą im w ocenie strategicznego znaczenia SuperAplikacji i podjęciu świadomych decyzji dotyczących ich przyszłej implementacji.

Niniejszy raport stanowi pogłębioną analizę jednego z kluczowych trendów zidentyfikowanych w naszym obszernym opracowaniu "Trendy w bankowości 2025–2030".

Komentarz eksperta

Transformacja Sektora Bankowego

Raport Speednet trafnie identyfikuje SuperAplikacje jako przełomowy moment w ewolucji sektora bankowego. Jako FinTech Poland obserwujemy fundamentalną zmianę paradygmatu: banki przestają być jedynie dostawcami produktów finansowych, stając się centrami cyfrowego życia klientów. Integrując one finanse z usługami codziennego użytku, redefiniując rolę banku w społeczeństwie.

Przewaga konkurencyjna tradycyjnego sektora

Wbrew narracji o dominacji bigtechów, banki dysponują kluczowymi przewagami w procesie budowania SuperAplikacji. Wysoki poziom zaufania społecznego (69% respondentów uważa, że banki lepiej chronią prywatność niż BigTechy - Deloitte/Ipsos, 2019), wieloletnie doświadczenie regulacyjne, dostęp do unikalnych danych finansowych oraz stabilność kapitałowa tworzą silne fundamenty rozwoju złożonych ekosystemów cyfrowych. Te elementy umożliwiają bankom realizację długoterminowych inwestycji bez konieczności szybkiego zwrotu z inwestycji.

Nowa strategia retencji i dywersyfikacji

SuperAplikacje stają się nowym narzędziem retencji klientów poprzez zwiększenie częstotliwości interakcji i budowanie efektu sieciowego. Integrując usługi codziennego użytku - transport, rozrywkę, e-commerce - banki stają się cyfrowym asystentem życia cyfrowego. Klienci coraz rzadziej muszą korzystać z wielu aplikacji - centrum ich aktywności staje się jedna platforma.

Jednocześnie obserwujemy znaczącą zmianę modelu biznesowego banków - strategiczną dywersyfikację portfolio usług. Banki ewoluują w kierunku platform wielofunkcyjnych, łączących rdzeń usług finansowych z integracją handlu elektronicznego, usługami lifestyle'owymi i narzędzi technologicznych. Dzięki temu zyskują możliwość budowania niezależnych od marży odsetkowej strumieni przychodów, co zwiększa ich odporność na zmiany cyklu koniunkturalnego i polityki monetarnej.

Polskie banki, dzięki ugruntowanej pozycji w zakresie bankowości mobilnej jak PKO BP (IKO: 8 mln użytkowników), mBank (3,46 mln użytkowników) czy Alior Pay - naturalnie przesuwają się w kierunku modeli platformowych. Jednocześnie rosnąca konkurencja ze strony niebankowych graczy (Allegro, Żabka z 11 mln użytkowników Żappki, InPost z 13 mln użytkowników) dodatkowo przyspiesza tę transformację.

SuperAplikacje stanowią odpowiedź na rosnące oczekiwania konsumentów wobec zintegrowanych doświadczeń cyfrowych i kluczowy element budowy przewagi konkurencyjnej w erze cyfrowej bankowości.

SuperAplikacje to nie tylko technologia – to nowy model bankowości, wymagający współpracy sektora finansowego i technologicznego. Odpowiedzialna transformacja w kierunku platformy usług codziennego użytku może zwiększyć inkluzywność finansową, innowacyjność rynku i satysfakcję klientów.



Piotr Brewiński
CEO of FinTech Poland

SuperAplikacje – nowa era cyfrowej bankowości

Banki przestają być jedynie dostawcami produktów finansowych. Stają się wręcz twórcami cyfrowego doświadczenia dla swoich klientów za pomocą SuperAplikacji (ang. SuperApps).

W bankowości oznacza to, że bank przestaje być tylko dostawcą produktów finansowych, a staje się centrum życia cyfrowego klienta.

Model SuperAplikacji opiera się na jednej kluczowej funkcji (np. bankowość, ale nie tylko), wokół której budowany jest ekosystem usług, mini-aplikacji i integracji z partnerami zewnętrznymi.



Krajobraz SuperAplikacji: gdzie jesteśmy dzisiaj?



Użytkownicy bankowości cyfrowej nie postrzegają już potrzeb finansowych jako odrębnych aktywności - stają się one częścią szerszego doświadczenia cyfrowego. Już 90% Europejczyków korzysta z internetu przez urządzenia mobilne, podczas gdy tylko 31% użytkowników internetu w UE korzystało w tym celu z komputerów stacjonarnych (Eurostat, 2023). W Polsce dołączenia się z internetem 86% osób korzysta z urządzeń mobilnych, co, mimo że jest wartością poniżej średniej europejskiej, nadal oznacza ogromny potencjał (Eurostat, 2023). Co więcej, wzrosty w obszarze zakupów online pokazują rosnący wpływ platform e-commerce – w 2024 r. 77% użytkowników Internetu kupiło lub zamówiło towary lub usługi online w ciągu poprzednich 12 miesięcy, co stanowi wzrost z 59% w 2014 r. Zmiana nawyków konsumentów skłania się w kierunku transakcji cyfrowych i stanowi świetną okazję dla banków, aby mogły zwiększać zaangażowanie klientów poprzez wprowadzenie kolejnych funkcjonalności.

Wyraźnie widzimy, że banki obecnie ewoluują w kierunku platform integrujących różnorodne usługi i funkcjonalności w ramach jednego interfejsu. SuperAplikacje stają się naturalnym kierunkiem rozwoju banków, które bazują w tej kwestii na swoich atutach, takich jak zaufanie klientów (69% ludzi wierzy, że banki lepiej chronią prywatność niż BigTech - Deloitte/Ipsos, 2019), dostęp do danych finansowych czy zaawansowana infrastruktura bezpieczeństwa.

Zmiany implementowane przez banki jednak wykraczają poza zwyczajne poszerzenie funkcjonalności swoich aplikacji mobilnych - to fundamentalna zmiana w postrzeganiu roli banku w cyfrowym życiu klienta. Poprzez integrację usług finansowych z codziennymi aktywnościami, banki dążą do wzmocnienia swojej pozycji jako centralnego punktu w ekosystemie cyfrowych interakcji użytkownika.

Dylemat bankowości: centrum ekosystemu czy niewidzialny dostawca?



Należy jednak zauważyć, że pojawiła się teza, iż bankowość niekoniecznie jest idealnym punktem startowym do budowy ekosystemu SuperAplikacji. Głównym argumentem jest to, że podstawowa funkcja banku – płatność – choć niezbędna, nie jest przez użytkowników postrzegana jako przyjemna. W przeciwieństwie do social mediów czy e-commerce, które oferują bardziej angażujące doświadczenia, banki kojarzą się z koniecznością. Budowanie ekosystemu wokół banku może nieść komunikat, że "całe życie kręci się wokół pieniędzy", co może nie rezonować z młodszyimi pokoleniami. Prelegenci na spotkaniach branżowych w tym kontekście zaznaczają, że SuperAplikacje mogą wyrastać z bardzo różnych biznesów, a granice ich rozwoju nie są jasno określone i na obecnym etapie wymagają dalszej eksploracji.

Analitycy i obserwatorzy rynku wskazują także na istnienie dwóch pozornie sprzecznych trendów w sektorze finansowym: z jednej strony banki dążą do budowy SuperAplikacji, a z drugiej popularność zyskuje "embedded banking" (bankowość osadzona) czy "invisible banking" (niewidzialna bankowość), gdzie usługi bankowe integruje się w tle innych ekosystemów. Ta dychotomia stawia przed bankami strategiczne pytanie: czy dążyć do bycia centralną platformą dla klienta, czy też stać się

niewidocznym, ale wszechobecnym dostawcą usług finansowych w ramach ekosystemów innych graczy? Wybór odpowiedniej ścieżki zależy od wielu czynników, w tym wielkości banku, jego grupy docelowej, posiadanych zasobów technologicznych oraz apetytu na ryzyko. Niektóre instytucje mogą próbować łączyć oba podejścia, oferując własną platformę dla najbardziej zaangażowanych klientów, jednocześnie dostarczając swoje usługi poprzez API do zewnętrznych partnerów.

Warto pamiętać

Zmiana paradygmatu

Klienci oczekują, że usługi finansowe będą naturalnie wplecione w ich cyfrowe życie, a nie stanowić odrębną, często uciążliwą aktywność. SuperAplikacje są odpowiedzią na tę potrzebę integracji i personalizacji.

Banki na rozdrożu

Instytucje finansowe muszą zdefiniować swoją rolę – czy chcą być centralnym hubem dla klienta, oferującym szeroki wachlarz usług, czy raczej preferują model "niewidzialnej" bankowości, dostarczając swoje produkty poprzez platformy partnerów.

Atuty i wyzwania

Banki dysponują cennym kapitałem zaufania i dostępem do danych, jednak utylitarny charakter ich podstawowych usług może stanowić barierę w budowaniu angażujących ekosystemów na wzór platform społecznościowych czy e-commerce.



Wyzwania na drodze do SuperAplikacji

Implementacja modelu SuperAplikacji, mimo obiecujących perspektyw, niesie ze sobą szereg znaczących wyzwań dla instytucji finansowych. Skuteczne ich przezwyciężenie jest kluczowe dla sukcesu na tym nowym polu bitwy o klienta cyfrowego.

Technologiczne bariery wejścia: walka z dziedzictwem przeszłości



Kompleksowość techniczna

Integracja wielu systemów i usług w jednej platformie. Wiele tradycyjnych banków korzysta z systemów (mainframe, COBOL), które nie wspierają zwinnego rozwoju ani elastycznych, nowoczesnych integracji. Z badania Publicis Sapient wynika, że tylko 35% banków ma odpowiednią infrastrukturę technologiczną, co podkreśla ilość pracy do wykonania w tym zakresie. Przez lata banki nagromadziły spory dług technologiczny, co niezwykle utrudnia innowacje lub skalowanie. Wprowadzenie nowych usług (np. ubezpieczenia, mobilność, BNPL) wymaga kosztownych integracji, często budowanych jako obejścia, ponieważ bankowy mainframe nie został zbudowany do szybkiego podpięcia nowego interfejsu przez API. Długi czas wdrożeń zmian w systemach core'owych, trwający miesiącami, dodatkowo komplikuje sytuację. Utrzymanie dostępności, wydajności i integracji tylu usług naraz to duże wyzwanie operacyjne. Banki stają przed koniecznością modernizacji swoich systemów rdzeniowych lub znalezienia sposobów na ich inteligentne obejście poprzez warstwy pośrednie i mikroserwisy, co samo w sobie jest projektem złożonym i kapitałochłonnym. Strategie takie jak "strangle fig pattern" (stopniowe zastępowanie starego systemu nowymi komponentami) mogą być jedną z dróg, ale wymagają długoterminowej wizji i konsekwencji.

Bezpieczeństwo danych w świecie wielu interfejsów: priorytet numer jeden



Doświadczenie użytkownika: jak nie zgubić klienta w gąszczu funkcji?



Gąszcz regulacji i europejskie preferencje konsumentów, czyli nawigacja w złożonym otoczeniu



Bezpieczeństwo

Ochrona danych przy rosnącej liczbie punktów styku. Centralizacja danych osobowych, finansowych, zdrowotnych i behawioralnych zwiększa atrakcyjność dla cyberataków i jest ogromnym ryzykiem. Możliwość ataków typu phishing czy credential stuffing to realne zagrożenia. Każdy partner zewnętrzny to nowe źródło ryzyka. GDPR wymaga ograniczenia zbieranych danych, uzyskania zgód i zapewnienia odpowiedzialności, co jest trudne do spełnienia przy wielofunkcyjnej aplikacji.

Doświadczenie użytkownika

Zachowanie prostoty przy rosnącej funkcjonalności. Użytkownicy oczekują prostoty i szybkości, a nie przeladowanej aplikacji. Istnieje ryzyko zbyt wielu funkcji i braku przejrzystości. Trudno jest zaprojektować interfejs jednocześnie dla zaawansowanych i okazjonalnych użytkowników. Kluczowe staje się personalizowanie interfejsu użytkownika – pokazywanie tylko tego, co istotne – co wymaga dobrej analityki i potencjalnie AI. Tempo innowacji w sektorze bankowym wydaje się spadać, a jako jedną z przyczyn, obok regulacji i konkurencji, wskazuje się dojrzałość smartfona jako platformy – funkcje finansowe na smartfonach zostały już w dużym stopniu wyeksploatowane. Utrzymanie uwagi użytkownika w aplikacji oferującej mnogość usług jest kluczowe. Banki muszą inwestować w zaawansowane systemy analityczne i mechanizmy personalizacji, aby dostarczać istotne treści i funkcje we właściwym momencie, unikając jednocześnie efektu przytłoczenia informacjami. Rozważenie modułowej budowy interfejsu, gdzie użytkownik sam może konfigurować widoczne elementy, może być jednym z rozwiązań.

Doświadczenie użytkownika

Zgodność z wymogami prawnymi dla różnych typów usług. Każda usługa (płatności, ubezpieczenia, pożyczki, mobilność) ma własne przepisy (np. PSD2 dla płatności, GDPR dla danych, Solvency II dla ubezpieczeń, AML/KYC dla onboarding). Oferowanie różnych usług wymaga innych licencji i podlega osobnym ciałom nadzorującym. Działanie w wielu krajach UE oznacza dostosowanie się do lokalnych przepisów, a bez wyjścia na zagraniczne rynki trudno osiągnąć skalę potrzebną dla SuperAplikacji. Różnice regulacyjne między krajami, nawet w obrębie UE, stanowią dodatkowe wyzwanie.

Preferencje europejskich konsumentów

Europejczycy często preferują aplikacje wyspecjalizowane, a nie "wszystko w jednym". Są oni przyzwyczajeni do większej specjalizacji usług i często znają wyspecjalizowane aplikacje jako pierwsze, co utrudnia zmianę

nawyków. Istnieje również silna świadomość prywatności i niechęć do centralizacji danych w jednej aplikacji. W przeciwieństwie do Azji, w UE istnieje rozwinięta infrastruktura usług, więc potrzeba SuperAplikacji nie jest aż tak odczuwalna.

Ryzyko monopolu: czy SuperAplikacje staną się nowymi "gatekeeperami"?



Ryzyko monopolizacji i regulacje antymonopolowe

Zbyt duża platforma łącząca kluczowe usługi rodzi obawy regulatorów. Akt o rynkach cyfrowych (DMA) w UE aktywnie przeciwdziała monopolizacji. Centralizacja danych może sugerować monopolizację i zamykanie konsumentów w ekosystemie. Organy regulacyjne nie chcą, aby SuperAplikacje stały się nową formą infrastruktury. Banki, rozwijając SuperAplikacje, muszą uważnie monitorować wytyczne DMA i innych regulacji antymonopolowych, aby uniknąć oskarżeń o praktyki ograniczające konkurencję. Może to oznaczać konieczność zapewnienia interoperacyjności, dostępu dla stron trzecich na uczciwych warunkach oraz transparentności w zakresie wykorzystania danych.

Warto pamiętać

Technologia jako fundament i bariera

Modernizacja przestarzałych systemów IT jest kluczowym, lecz kosztownym i złożonym wyzwaniem dla banków dążących do stworzenia SuperAplikacji.

Balans między funkcjonalnością a użytecznością

Zapewnienie bezpieczeństwa danych i intuicyjnego interfejsu przy jednoczesnym oferowaniu szerokiej gamy usług wymaga zaawansowanej personalizacji i starannego projektowania UX.

Nawigacja w złożonym otoczeniu

Skuteczne wdrożenie SuperAplikacji w Europie wymaga umiejętnego poruszania się w gąszczu regulacji (GDPR, PSD2, DMA), zrozumienia specyficznych preferencji konsumentów oraz unikania praktyk monopolistycznych.

SuperAplikacje jutra – wizja i kierunki ewolucji

Mimo licznych wyzwań, potencjał SuperAplikacji do zrewolucjonizowania interakcji klienta z bankiem i usługami codziennymi jest ogromny. Przyjrzyjmy się, jak może wyglądać przyszłość tych wszechstronnych platform.

Banki będą systematycznie rozszerzać zakres zintegrowanych usług, koncentrując się na obszarach naturalnie powiązanych z płatnościami i weryfikacją tożsamości - od systemów transportu miejskiego, przez platformy e-commerce, po administrację publiczną. Ta ewolucja wykracza poza proste agregowanie usług - zmierza w kierunku stworzenia kompleksowego środowiska, gdzie bank staje się zaufanym pośrednikiem w coraz szerszym spektrum cyfrowych interakcji. Poprzez SuperAplikację tradycyjne usługi bankowe staną się fundamentem szerszego ekosystemu transakcyjnego i konsumenckiego.

**Nowe ścieżki
rozwoju i rola
graczy
pozabankowych:
kto jeszcze wejdzie
do gry?**



Przewiduje się dalszy rozwój w kilku kierunkach:

- Dalsza integracja usług przez banki, idąc za przykładem PKO BP i jego współpracy z Samsungiem czy mBanku z Morele.
- Rozwój ekosystemów wokół graczy z dużymi bazami zalogowanych użytkowników (np. Allegro, Żabka, InPost), którzy będą stopniowo dodawać nowe funkcjonalności. Polskie firmy pozabankowe, takie jak Allegro, Żabka czy InPost, mają duży potencjał ze względu na mniejszą presję regulacyjną i duże bazy zaangażowanych użytkowników. Ich strategie mogą polegać na stopniowym dodawaniu usług finansowych (np. płatności odroczone, pożyczki, ubezpieczenia) do swoich istniejących, popularnych platform, wykorzystując dane o zachowaniach zakupowych klientów do personalizacji oferty. To stawia przed bankami wyzwanie, ale także otwiera możliwości partnerstw.

- Dla banków tradycyjnych zarysowano trzy główne ścieżki: bankowość osadzona (Embedded Banking), platformizacja i budowa SuperAplikacji, oraz tworzenie aplikacji "Light" – prostszych, skoncentrowanych na jednej funkcji lub dedykowanych określonym segmentom klientów. Aplikacje "Light" mogłyby np. oferować uproszczony interfejs do podstawowych operacji płatniczych dla seniorów, lub specjalistyczne narzędzia do zarządzania budżetem dla młodych osób wchodzących na rynek pracy, unikając przy tym złożoności pełnoprawnej SuperAplikacji.

Ewolucja banku i personalizacja dzięki AI: finanse szyte na miarę



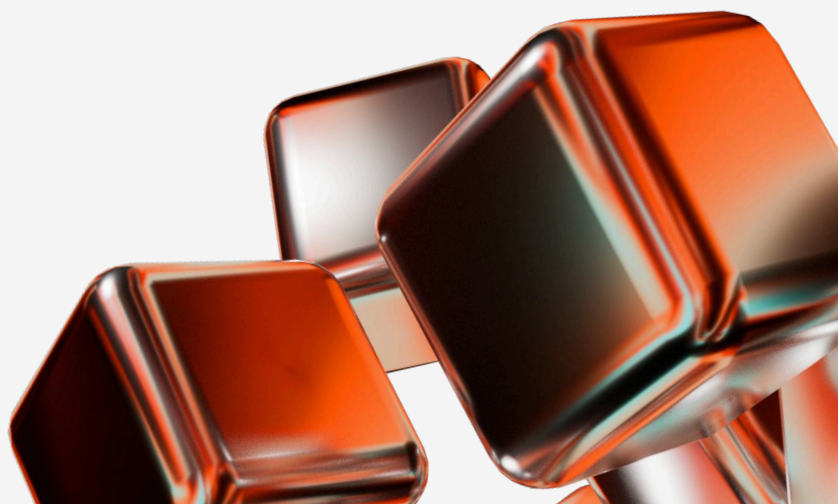
Obecnie obserwujemy zmianę zachowań użytkowników, zwłaszcza młodszych, którzy “urodzili się z telefonem w ręce”. Słowo "bank" nie zawsze pomaga w sprzedaży, a tradycyjne nazwy mogą mieć negatywne konotacje. Banki mogą rozważać tworzenie nowych marek lub submarek dla swoich SuperAplikacji, aby zdystansować się od tradycyjnego wizerunku i lepiej trafiać do nowych segmentów klientów, dla których finanse są narzędziem, a nie celem samym w sobie.

Kluczowe staje się utrzymanie uwagi użytkownika w aplikacji oraz czytelne i intuicyjne prezentowanie szerokiej gamy usług. W tym kontekście rośnie znaczenie sztucznej inteligencji (AI), która ma pomagać w personalizacji oferty i podpowiadaniu użytkownikowi odpowiednich funkcji we właściwym momencie. Zastosowanie AI może obejmować proaktywne powiadomienia (np. o zbliżającym się terminie płatności rachunku, możliwościach inwestycyjnych dopasowanych do profilu ryzyka), inteligentne chatboty zdolne do obsługi złożonych zapytań, a także dynamiczne dostosowywanie interfejsu do aktualnych potrzeb i kontekstu użytkownika (np. inne funkcje eksponowane podczas podróży, inne podczas codziennych zakupów).

Nowe interfejsy: czy czeka nas rewolucja w interakcji?



Pojawienie się kolejnych sposobów interakcji poprzez wprowadzenie nowych interfejsów lub urządzeń (np. zaawansowane interfejsy głosowe, okulary AR/VR integrujące usługi finansowe z otoczeniem) może stanowić przełom. Chociaż obecnie są to technologie niszowe, ich potencjalny wpływ na sposób interakcji z usługami finansowymi w ramach SuperAplikacji może mieć ogromne znaczenie.



Warto pamiętać

Strategiczna elastyczność

Przyszłość nie należy do jednego modelu; banki będą musiały elastycznie wybierać między budową własnych SuperAplikacji, tworzeniem uproszczonych wersji "Light", a integracją w ramach bankowości osadzonej, jednocześnie konkurując i współpracując z graczami pozabankowymi.

AI jako katalizator personalizacji

Sztuczna inteligencja będzie kluczowa dla dostarczania spersonalizowanych doświadczeń, utrzymania zaangażowania użytkowników i efektywnego zarządzania złożonością oferty w rozbudowanych ekosystemach SuperAplikacji.

Gotowość na nowe sposoby interakcji

Choć smartfon pozostaje dominującą platformą, banki powinny monitorować rozwój nowych interfejsów (głos, AR/VR), które mogą zdefiniować kolejną generację usług finansowych.



Anatomia sukcesu – kluczowe elementy SuperAplikacji

Trend SuperAplikacji jest zjawiskiem szerokim i wielowymiarowym, a jego sukces zależy od umiejętnego połączenia wielu, często zróżnicowanych, elementów w spójny i wartościowy dla użytkownika ekosystem. Nie chodzi tu jedynie o dodanie kilku funkcji do aplikacji bankowej, ale o stworzenie platformy, która integruje się z codziennym życiem klienta. Poniżej przedstawiamy kluczowe komponenty, które tworzą ten złożony trend:

1

Fundamentalnym elementem tego trendu jest solidny rdzeń finansowy, który stanowi punkt wyjścia i bazę zaufania dla użytkownika. Obejmuje on:

- Wszechstronny system płatności (tzw. all-in-one), umożliwiający transfery P2P, płatności kodem QR i NFC, integrację z terminalami płatniczymi oraz wygodne opłacanie rachunków.
- Dostęp do mikrouслуг finansowych, dostosowanych do bieżących potrzeb klienta.
- Usługi Bancassurance, czyli możliwość zakupu i zarządzania polisami ubezpieczeniowymi (zdrowotnymi, podróżnymi, komunikacyjnymi, na życie) bezpośrednio w aplikacji.
- Rozwiązania leasingowe oraz narzędzia do zarządzania flotą pojazdów.
- Inteligentnego asystenta finansowego opartego na AI (jak np. Kate od KBC lub Revolut AI), który wspiera użytkownika w wyszukiwaniu transakcji, analizie wydatków, automatycznych sugestjach oszczędzania, dostarcza spersonalizowane powiadomienia i oferuje doradztwo finansowe.

2

Kolejnym istotnym wymiarem trendu SuperAplikacji jest głęboka integracja z handlem elektronicznym (E-commerce) i szeroko pojętym rynkiem (Marketplace). Bankowość przestaje być odizolowaną wyspą, a staje się aktywnym uczestnikiem transakcji handlowych, co realizowane jest poprzez:

- Wewnętrzne platformy marketplace, oferujące produkty i usługi od różnych dostawców.
- Bezpośrednie usługi e-commerce, umożliwiające zakupy online, czego przykładem jest integracja mBanku z platformą Morele poprzez mOkazje Zakupy.

3

Trend SuperAplikacji silnie manifestuje się również poprzez integrację usług do codziennego użytku oraz lifestyle'owych, dzięki czemu aplikacja staje się nieodzownym towarzyszem życia użytkownika. Wśród nich znajdziemy:

- Usługi mobilnościowe, takie jak rezerwacja przejazdów (taksówki, carsharing), dostęp do wynajmu rowerów i hulajnóg, opłaty za parking i autostrady, czy płatności za paliwo i ładowanie pojazdów elektrycznych (np. KBC Mobile umożliwiający zakup biletów komunikacji miejskiej).
- Możliwość rezerwacji podróży: lotów, pociągów, autobusów, hoteli.
- Funkcje zamawiania jedzenia i zakupów spożywczych z dostawą.
- Zakup biletów na wydarzenia kulturalne i do kina.
- Dostęp do dokumentacji medycznej (czego przykładem jest funkcja Helena w KBC Mobile).
- Narzędzia do wspólnego rozliczania wydatków (jak Dividr w KBC Mobile).

4

Za sprawnym działaniem tak złożonego ekosystemu stoją zaawansowane narzędzia i technologie wspierające, które są jego silnikiem napędowym:

- Systemy zarządzania tożsamością cyfrową, w tym integracja z krajowymi systemami identyfikacji (eID) oraz usługi podpisu cyfrowego.
- Ciągły rozwój technologiczny samej aplikacji, zapewniający jej wydajność, bezpieczeństwo oraz mobilną omnikanalowość (spójne doświadczenie na różnych urządzeniach).
- Dla określonych grup klientów, istotnym elementem może być portfel kryptowalutowy i możliwość handlu cyfrowymi aktywami.

5

SuperAplikacje uwzględniają również potrzeby przedsiębiorców, oferując wsparcie dla biznesu (szczególnie MŚP i freelancerów) poprzez:

- Funkcje zarządzania nieruchomościami.
- Narzędzia do wystawiania faktur i przyjmowania płatności, śledzenia wydatków, przygotowania danych podatkowych, a także dostęp do kredytów firmowych i scoringu kredytowego.

Warto pamiętać

Wielowymiarowość trendu

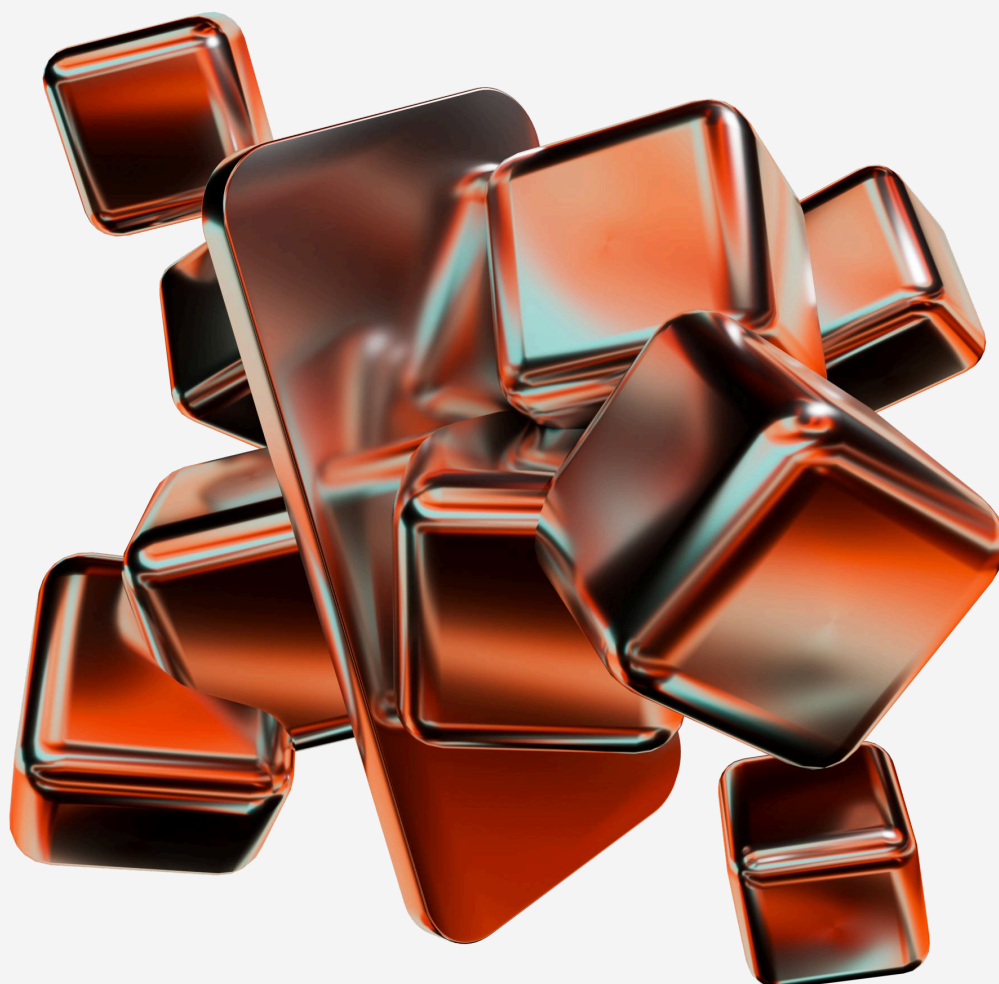
SuperAplikacja to nie pojedynczy produkt, lecz złożony trend integrujący finanse, e-commerce, usługi codzienne i technologie wspierające w jeden, spójny ekosystem.

Synergia komponentów

Poszczególne elementy składowe trendu SuperAplikacji wzajemnie się uzupełniają, tworząc wartość dodaną dla użytkownika, której nie oferowałyby jako osobne, izolowane usługi. Kluczem jest ich synergiczne działanie.

Technologia i personalizacja jako spoiwo

Zaawansowane technologie, w tym AI, zarządzanie tożsamością i elastyczna architektura, są niezbędne do personalizacji oferty i efektywnego zarządzania tak szerokim spektrum funkcjonalności.



SuperAplikacje w praktyce – przegląd globalnych, europejskich i polskich wdrożeń

Teoria i koncepcje SuperAplikacji nabierają realnych kształtów w postaci konkretnych wdrożeń na całym świecie. Obserwacja liderów i pionierów pozwala zrozumieć różne modele adaptacji i czynniki, które wpłynęły na ich sukces.

Dynamiczny rozwój SuperAplikacji transformuje sposób, w jaki użytkownicy na całym świecie komunikują się, dokonują transakcji i korzystają z usług. Choć Azja jest kolebką tego zjawiska, Europa i Polska również adaptują ten model, dostosowując go do lokalnych uwarunkowań.



Globalni liderzy: azjatyckie potęgi innowacji – od komunikatora do wszechstronnego ekosystemu

Globalny rynek SuperAplikacji jest zdominowany przez graczy z Azji, którzy z sukcesem zintegrowali szeroki wachlarz usług w ramach jednej platformy, często wyrastając z komunikatorów lub platform e-commerce.

WeChat (Chiny)



Absolutny lider i wzór SuperAplikacji. Początkowo komunikator, przekształcił się w ekosystem obejmujący płatności (WeChat Pay), media społecznościowe, gry, e-commerce, rezerwacje, usługi publiczne i tysiące mini-programów tworzonych przez zewnętrzne firmy. Z ponad 1,4 miliarda aktywnych użytkowników miesięcznie (2024), WeChat jest integralną częścią codziennego życia w Chinach.

Alipay (Chiny)



Wywodzący się z platformy e-commerce Alibaba, Alipay zaczął jako system płatności online. Dziś jest to wszechstronna platforma oferująca płatności mobilne i QR, zarządzanie majątkiem, ubezpieczenia, pożyczki, a także dostęp do usług publicznych (transport, podatki, opieka zdrowotna) poprzez mini-aplikacje. W 2024 roku Alipay zyskał 130 milionów nowych użytkowników.

Gojek (Indonezja) i Grab (Singapur)



Te dwie SuperAplikacje z Azji Południowo-Wschodniej rozpoczęły działalność od usług transportowych (przejazdy motocyklowe i samochodowe). Szybko rozszerzyły swoją ofertę o dostawy jedzenia, paczek, zakupy spożywcze, usługi finansowe (płatności, pożyczki, ubezpieczenia), a nawet telemedycynę i usługi dla domu. Gojek ma ponad 190 milionów pobrań, a Grab ponad 180 milionów użytkowników.

Paytm (Indie)



Zaczynając jako platforma do doładowań telefonów komórkowych i płatności rachunków, Paytm stał się wiodącą SuperAplikacją w Indiach. Oferuje szeroki zakres usług finansowych, w tym portfel cyfrowy, płatności, pożyczki, ubezpieczenia, inwestycje, a także rezerwacje biletów, zakupy online i gry. Posiada ponad 300 milionów użytkowników.

Kaspi.kz (Kazachstan)



Unikalny przykład SuperAplikacji fintechowej, która zintegrowała płatności, marketplace e-commerce i usługi finansowe (pożyczki, depozyty). Dodatkowo oferuje rezerwacje podróży i dostęp do platform rządowych. Kaspi przetwarza znaczną część transakcji elektronicznych w Kazachstanie, a około 70% populacji korzysta z aplikacji. Liczba użytkowników wynosiła 13,5 miliona.

Rappi (Kolumbia)

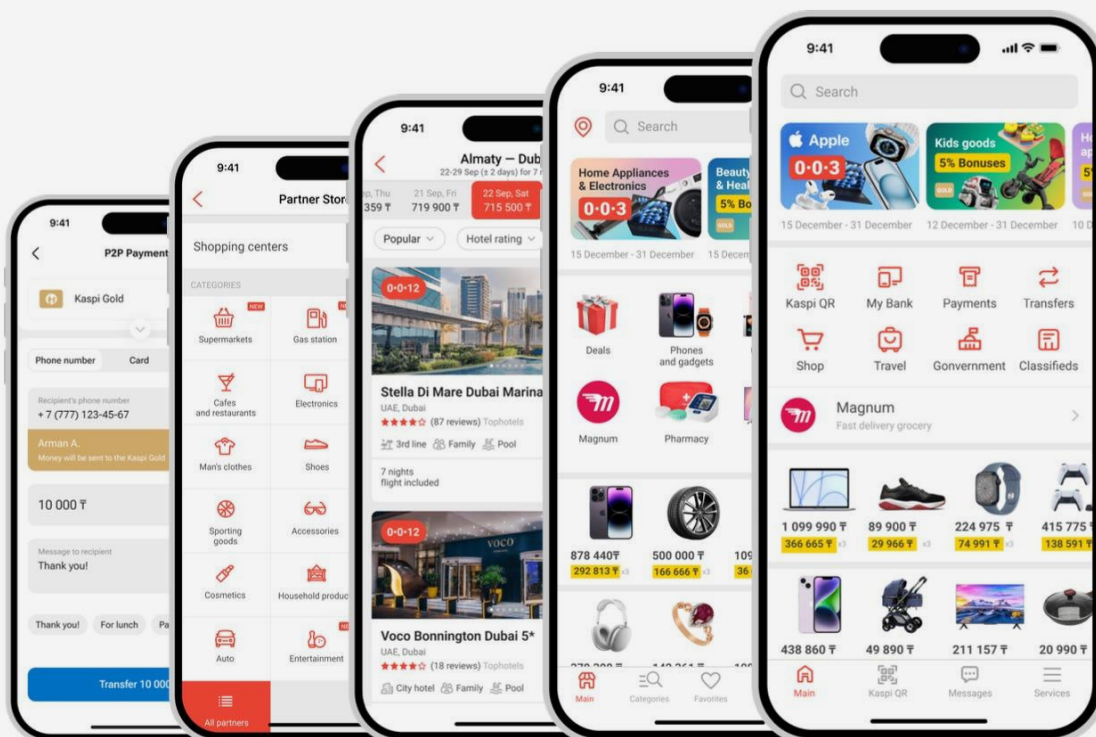


Działająca w Ameryce Łacińskiej SuperAplikacja, która rozpoczęła od dostaw na żądanie. Obecnie jej oferta obejmuje dostawy jedzenia, artykułów spożywczych, produktów z aptek, zakupy w sklepach partnerskich (RappiMall), rezerwacje lotów i hoteli (RappiTravel) oraz usługi płatnicze i portfel cyfrowy (RappiPay). Posiada ponad 30 milionów użytkowników.

KakaoTalk (Korea Południowa)



Pierwotnie popularny komunikator, który rozwinął się w SuperAplikację oferującą również płatności (KakaoPay), gry, zakupy, usługi transportowe, a nawet bankowość cyfrową (KakaoBank). Ma ponad 50 milionów użytkowników.



Source: Kaspi.kz materials

Europejska droga: ewolucja w cieniu regulacji i specyficznych preferencji konsumenckich

Europa podchodzi do modelu SuperAplikacji bardziej ostrożnie, co wynika z odmiennych preferencji konsumentów, silniejszej ochrony prywatności (GDPR) oraz bardziej rozdrobnionego i uregulowanego rynku. Zamiast wszechogarniających platform, obserwujemy raczej ewolucję istniejących aplikacji bankowych i fintechowych w kierunku integracji dodatkowych, starannie wybranych usług. Europejska droga do SuperAplikacji wydaje się być bardziej ewolucyjna niż rewolucyjna, stawiając na "modułowy, oparty na zaufaniu model SuperAplikacji". Taki model zakłada, że banki, wykorzystując swoje ugruntowane zaufanie i infrastrukturę bezpieczeństwa, staną się zaufanymi bramami do usług stron trzecich, zamiast próbować budować wszystko samodzielnie. Kluczowe stają się tu otwarte API, staranny dobór partnerów oraz zapewnienie użytkownikom kontroli nad udostępnianymi danymi. Jednocześnie banki muszą wykazać, że potrafią lepiej chronić prywatność niż globalni giganci technologiczni, co jest istotnym czynnikiem dla europejskich konsumentów.



Revolut (Wielka Brytania)



Często wymieniany jako europejski pionier zmierzający w kierunku SuperAplikacji finansowej. Zaczynając od wielowalutowych kart i tanich przelewów międzynarodowych, Revolut systematycznie rozbudowuje swoją ofertę o usługi bankowe (konta, kredyty), inwestycje (akcje, kryptowaluty, towary), ubezpieczenia (podróżne, zdrowotne), rezerwacje noclegów (Stays), atrakcji turystycznych, a nawet plany eSIM. Revolut inwestuje również w AI, rozwijając inteligentnego asystenta finansowego. Posiada ponad 35 milionów użytkowników globalnie (stan na 2025).

KBC Mobile (Belgia)



Aplikacja belgijskiego KBC Bank jest wielokrotnie nagradzanym przykładem udanej integracji usług bankowych z funkcjami lifestyle'owymi. Oprócz standardowych operacji bankowych, KBC Mobile umożliwia zakup biletów komunikacji miejskiej, opłacanie parkingu, wypożyczanie rowerów miejskich, a nawet dostęp do dokumentacji medycznej (Helena) czy wspólne rozliczanie wydatków (Dividr). Wiele z tych usług jest dostępnych również dla osób niebędących klientami banku. Kluczowym elementem jest asystent AI "Kate", pomagający w nawigacji i personalizacji. Aplikacja ma ponad 2,3 miliona użytkowników w Belgii.

Polski rynek: banki kontra nowi gracze w wyścigu o wszechstronną aplikację dla klienta

Polski rynek, charakteryzujący się wysoką adopcją bankowości mobilnej i otwartością na nowe technologie, również jest świadkiem ewolucji w kierunku bardziej zintegrowanych aplikacji. Banki coraz częściej wykorzystują możliwości oferowane przez otwartą bankowość (PSD2) do agregacji informacji o kontach z innych instytucji oraz oferowania usług dodanych (VAS). Dyrektywa PSD2, mimo początkowych wyzwań, stwarza ramy dla bezpiecznego udostępniania danych za zgodą klienta, co jest fundamentem dla wielu funkcji SuperAplikacji, takich jak zintegrowane zarządzanie finansami osobistymi (PFM) czy inicjowanie płatności z kont w innych bankach.

mBank



Jeden z liderów bankowości cyfrowej w Polsce, znany z innowacyjnego podejścia i dbałości o doświadczenie użytkownika. Aplikacja mBanku oferuje nie tylko usługi bankowe, ale także produkty inwestycyjne, ubezpieczenia, program rabatowy mOkazje oraz, co jest istotnym krokiem w kierunku SuperAplikacji, integrację z platformą e-commerce Morele.net poprzez mOkazje Zakupy, umożliwiając zakupy online bezpośrednio z poziomu aplikacji bankowej. Bank rozwija również aplikację dla młodszych użytkowników (mBank Junior). W 2024 roku aplikacja mobilna mBanku miała około 3,46 miliona aktywnych użytkowników.

Alior Bank



Bank ten jasno komunikuje strategiczny kierunek rozwoju w stronę SuperAplikacji pod nazwą Alior Pay. Ma ona integrować "prawie całą bankowość indywidualną" z funkcjami takimi jak interakcja z bankiem w czasie rzeczywistym, e-tożsamość, spersonalizowana komunikacja oraz wersje dostosowane do potrzeb dzieci i seniorów.

PKO Bank Polski



Największy bank w Polsce również podejmuje działania wpisujące się w trend SuperAplikacji. Przykładem jest współpraca z Samsungiem, której celem jest m.in. rozbudowa platformy online, rozwój sprzedaży w e-commerce oraz w oddziałach stacjonarnych. W efekcie sukcesywnego rozwoju aplikacji IKO liczba jej aktywnych użytkowników na koniec I kwartału 2024 r. osiągnęła 8 milionów, co daje jej pierwsze miejsce wśród aplikacji bankowych w Polsce.

Bank Pekao



Stawia na rozwój aplikacji PeoPay jako "wiodącej na rynku aplikacji mobilnej opartej o zautomatyzowane procesy sprzedaży i obsługi".

Inni gracze bankowi



Banki takie jak BNP Paribas (z aplikacjami GOMobile, GODEALER, GOonline Biznes), BOŚ Bank (planujący dedykowaną aplikację dla firm) czy Nest Bank (stawiający na hiperpersonalizację, AI i biometrię) również rozwijają swoje platformy mobilne, dodając nowe funkcje.

Gracze pozabankowi

Istotny potencjał w tworzeniu SuperAplikacji mają również duże platformy pozabankowe z lojalną bazą użytkowników.



Allegro

Największa platforma e-commerce w Polsce, rozwijająca własne usługi finansowe (Allegro Pay) i logistyczne, ma naturalne predyspozycje do budowy ekosystemu.



Żabka (Żappka)

Aplikacja popularnej sieci sklepów typu convenience store, która zyskała miliony użytkowników (około 11 milionów do 2023 r.), oferując promocje, płatności (Żabka Pay), a także testując integracje z innymi usługami (np. nadawanie paczek).



InPost (InPost Mobile)

Aplikacja lidera rynku paczkomatów, z ogromną bazą użytkowników (ponad 13 milionów do października 2024 r.), która oprócz zarządzania przesyłkami mogłaby integrować dodatkowe usługi.



Blik

Popularny system płatności mobilnych, który sam w sobie nie jest SuperAplikacją, ale stanowi kluczowy komponent dla wielu polskich aplikacji dążących do tego miana.



mObywatel

Popularny system płatności mobilnych, który sam w sobie nie jest SuperAplikacją, ale stanowi kluczowy komponent dla wielu polskich aplikacji dążących do tego miana.

Warto pamiętać

Sukces azjatyckich SuperAplikacji, opartych na komunikatorach lub e-commerce, jest ważny, ale europejskie i polskie wdrożenia muszą uwzględniać lokalną specyfikę: złożone regulacje (GDPR, PSD2) i preferencje konsumentów (specjalizacja, prywatność).

Obserwujemy różne modele i strategie budowy SuperAplikacji: od globalnych gigantów, przez fintechy, po banki i graczy pozabankowych z silnymi ekosystemami.

W Europie prawdopodobny jest rozwój modułowych "SuperAplikacji zaufania", gdzie banki, dzięki zaufaniu, stanowią bezpieczną bramę do usług partnerów poprzez otwarte API, transparentność i kontrolę danych użytkownika.

Kluczowe wnioski

Nowy paradygmat interakcji

SuperAplikacje redefiniują rolę banku, przekształcając go z dostawcy produktów finansowych w centralny punkt cyfrowego życia klienta, integrujący finanse z codziennymi aktywnościami w odpowiedzi na zmieniające się oczekiwania konsumentów.

Wieloaspektowe wyzwania

Droga do stworzenia skutecznej SuperAplikacji jest najeżona wyzwaniami technologicznymi (modernizacja systemów IT), operacyjnymi (bezpieczeństwo, UX), regulacyjnymi (GDPR, PSD2, DMA) oraz koniecznością adaptacji do specyficznych preferencji europejskich konsumentów.

Strategiczna elastyczność i rola AI

Przyszłość SuperAplikacji nie jest jednolita; banki będą musiały elastycznie dobierać strategie (SuperAplikacje, "Light" app, bankowość osadzona), konkurując i współpracując z graczami pozabankowymi, przy czym sztuczna inteligencja odegra kluczową rolę w personalizacji i zaangażowaniu użytkownika.

Kompleksowość ekosystemu

Sukces SuperAplikacji zależy od umiejętnego połączenia solidnego rdzenia finansowego z szerokim wachlarzem usług e-commerce, lifestyle'owych i wspierających biznes, tworząc synergiczny i wartościowy dla użytkownika ekosystem.

Globalne inspiracje, lokalne adaptacje

Choć azjatyckie modele SuperAplikacji wyznaczają trendy, europejskie i polskie wdrożenia muszą uwzględniać lokalną specyfikę rynkową, regulacyjną i kulturową, często stawiając na "modułowe SuperAplikacje zaufania" wspierane przez otwartą bankowość.

Co jeszcze czeka na banki?

Niniejsze opracowanie stanowi pogłębioną analizę jednego z kluczowych trendów zidentyfikowanych w naszym obszernym raporcie "Trendy w bankowości 2025–2030".



Ten kompleksowy dokument, przygotowany w wyniku szczegółowej analizy sektora finansowego we współpracy z zewnętrznymi agencjami foresightowymi, przedstawia dziewięć kluczowych zjawisk, które będą kształtować krajobraz bankowości w nadchodzących latach.

Jego celem jest dostarczenie liderom instytucji finansowych strategicznego kompasu, opartego na danych i globalnych analizach, umożliwiającego zrozumienie przyszłych wyzwań i możliwości.

Raport opiera się na **rzetelnych danych, a nie spekulacjach**. Metodologia badawcza oparta jest na modelu trzyfazowym: Obserwacje, Badania, Interpretacje, mającym na celu identyfikację trendów technologicznych w bankowości.

Podstawą analizy, na której oparto raport, było **127 źródeł**, w tym:

- Strategie banków z Polski i UE.
- Foresightowe raporty branżowe.
- Dane pochodzące od firm takich jak Deloitte, Eurostat czy Gartner.
- Raporty wiodących firm analitycznych.
- Raporty o implementacjach rynkowych.

Źródła

Raport „SuperAplikacje” został przygotowany na bazie raportu „Trendy w bankowości 2025 – 2030” wzbogaconego o wnioski zebrane podczas spotkania „Przyszłość mobilnej bankowości i SuperApps w Polsce” zorganizowanego przez Speednet i Fintech Poland 6.05.2025 w Warszawie.

Strategie banków polskich

- Alior Bank: „Bank na co dzień, Bank na przyszłość” Strategia Alior Bank S.A. 2023-2024
- Bank BNP Paribas: PREZENTACJA KORPORACYJNA GRUPY KAPITAŁOWEJ BNP PARIBAS BANK POLSKA S.A. LISTOPAD 2024
- Bank Millennium: „STRATEGIA 2028 - Wartość i Wzrost” Strategia Banku i Grupy Banku Millennium 2025 – 2028
- Bank Ochrony Środowiska: „Twój partner w zielonej transformacji” Strategia Banku Ochrony Środowiska S. A. na lata 2024-2026
- Bank Pekao: „Odpowiedzialny Bank. Nowoczesne bankowanie” Strategia Banku Pekao na lata 2021-2024
- Bank Poczty: „Bank blisko Ciebie i Twoich potrzeb” STRATEGIA BANKU POCZTOWEGO S.A. NA LATA 2023-2026
- Citi Handlowy: Strategia Grupy Banku Handlowego na lata 2022-2024
- ING Bank Śląski: Podsumowanie strategii ING Banku Śląskiego S.A. na lata 2022-2024
- ITwiz: Bank BNP Paribas na półmetku realizacji założeń strategii IT
- mBank: Strategia Grupy mBanku na lata 2021-2025
- NEST BANK: Wyniki finansowe i biznesowe 2023
- PKO Bank Polski: „Strategia Wzrostu i Rozwoju” Grupa Kapitałowa PKO Banku Polskiego 2025-2027
- Santander Bank: „Pomagamy osiągać więcej” Strategia Grupy Santander Bank Polska 2024 -2026

Strategie banków europejskich, firm płatniczych i fintechów

- Adyen: Retail Report 2023 Connecting ambitions
- Affirm: Affirm Investor Forum 2023
- Barclays: “Prepared for the road ahead” Annual Report 2022
- BBVA: BBVA Group 3Q24 Corporate Presentation
- BNP Paribas: “GROWTH TECHNOLOGY SUSTAINABILITY” 2025 Technology & Operational Performance
- BNP Paribas: 2025 STRATEGIC PLAN
- BNP Paribas: Payments: 8 key trends for 2024 and beyond
- CaixaBank: Corporate Presentation 9M24
- Danske Bank: “Focused Nordic leader with strong profitability” Investor update Copenhagen, June 7, 2023
- Deutsche Bank: Deutsche Bank’s strategic evolution to 2025 #PositiveImpact
- Deutsche Bank: Strategy outlook and ambition for 2025 #PositiveImpact
- Evident AI Index: Key Findings Report October 2024
- HSBC: Strategic Report 2023
- Klarna: Interim Report January - June 2024
- Klarna: January to September 2024 Results
- Nordea: Digital innovation in the financial industry – how we take the next steps
- Rabobank: Interim Report 2024
- Rabobank: Investor Presentation H1 2024
- Revolut: 2023 ANNUAL REPORT
- Santander: Institutional Presentation 9M’24
- UniCredit: The Compass 2025: Group Investment Strategy December 2024

- VISA: The future of payments: 10 key priorities for 2024

Raporty firm analitycznych

- Accenture: “Banking on AI” Banking Top 10 Trends for 2024
- ARIX Research: Banking in 2030 – How will the current global trends, especially AI, shape the post-COVID19 pandemic future of the European banking industry and its employees?
- BCG + GFF: Building Bridges for the next decade of Finance
- BCG: “Fortune Favors the Bold” GLOBAL PAYMENTS REPORT 2024
- BCG: “Prudence, Profits, and Growth” GLOBAL FINTECH 2024 2ND EDITION, COAUTHORED BY BCG AND QED INVESTORS
- BIS: “BIS Working Papers” Finternet: the financial system for the future
- Capgemini: RETAIL BANKING TOP TRENDS 2024
- Citi: AI in Finance
- Citi: Cross-Border Payments 24x7
- Citi: Securities “Services Evolution 2024” Disruption and transformation in financial market infrastructures
- Clifford Chance: FINTECH TRENDS 2024: FIVE TRENDS TO WATCH
- Convera: „Fintech2025+” Trendy, technologia i transformacja w globalnym handlu
- Crédit Agricole: AMBITIONS 2025
- Datos Insights: Risk Insights & Advisory Fintech Spotlight: Q1 2024
- Deloitte: “Shaping the future of payments” Trends and insights for 2025
- Deloitte: Digital Banking Maturity 2024
- Deloitte: Tech Trends 2024, An Australian Perspective
- Economist Impact: Banking in 2035: global banking survey report
- Economist Impact: Banking in 2035: three possible futures
- EY: Elevating ETFs - digital assets, market trends and sector trajectories
- Finextra: THE FUTURE OF AI IN FINANCIAL SERVICES 2025
- Finextra: THE FUTURE OF DIGITAL BANKING IN EUROPE 2024
- Finextra: THE FUTURE OF PAYMENTS 2025 – DIGITAL, INSTANT, PROFITABLE?
- Future Today Institute: 2024 TECH TRENDS REPORT, FINANCIAL SERVICES & INSURANCE
- Global Payments: “Staying out front: How payments are driving differentiation” 2025 Commerce and Payment Trends Report
- HSBC: Global Payment Trends, October 2024
- ITONICS: Banking & Finance Industry Trends Report 2025
- JUNIPER Research: Top 10 Fintech Payments Trends 2025
- KPMG: Pulse of Fintech H1’24
- KPMG: Pulse of Fintech H2’23
- McKinsey & Company: “Global payments in 2024: Simpler interfaces, complex reality” The 2024 McKinsey Global Payments Report
- McKinsey & Company: “On the cusp of the next payments era: Future opportunities for banks” The 2023 McKinsey Global Payments Report

- McKinsey & Company: The state of retail banking: Profitability and growth in the era of digital and AI
- McKinsey Global Institute: The next big arenas of competition
- NTT Data: Trends in Finance for 2024
- Oliver Wyman + WeBank: GLOBAL DIGITAL BANKING: DEVELOPMENT AND INNOVATION TRENDS
- Oliver Wyman: A COMPREHENSIVE ANALYSIS OF BANK-FINTECH M&A, How bank-fintech synergy can drive M&A success
- Opoint: 2024 in Review: Fintech Trends Shaping Tomorrow
- Plugnpay: Fintech Megatrends 2024 Report
- PUBLICIS SAPIENT: "Guide to Next" 5 Trends Shaping the Financial Services Industry in 2025
- PWC: Banking Trends & Figures 2024
- PWC: Next in banking and capital markets 2024: Turn uncertainty into opportunity
- Raconteur: FUTURE OF FINANCE, 25/05/2023
- Raconteur: FUTURE OF PAYMENTS, 04/06/2023
- Raconteur: FUTURE OF PAYMENTS, 29/05/2024
- RFI Global: Financial Services Trends and Predictions 2025
- S&P Global: Global Banks Outlook 2025: Cautiously Confident
- Splunk: "State of Security" The Race to Harness AI
- TUUM: Resources
- WEF: The Future of Global Fintech: Towards Resilient and Inclusive Growth
- JUNIPER Research: Top 10 Fintech & Payments Trends 2025
- KEARNEY: Global Economic Outlook 2024-2028
- PUBLICIS SAPIENT: "Guide to Next" 5 Trends Shaping the Financial Services Industry in 2025
- S&P Global: "See the Big Picture: Themes Shaping 2025" Generative AI: From Hype to Value
- S&P Global: 2024 Global Trends in AI
- S&P Global: Global Banks Outlook 2025: Cautiously Confident
- UBS: Year Ahead 2025
- WNS: Top 5 Banking & Financial Services Trends for 2025
- ZENDESK: CX Trends 2025

Raporty forecastingowe

- ACCENTURE: "Going for growth" Navigating the great value migration in the age of AI 2025
- ACCENTURE: Life Trends 2025
- ACTIVATE Consulting: Technology and Media Outlook 2025
- ALLIANZ: Mid-year Economic Outlook 2024-25
- ATOMICO: State of European Tech 2024 Report
- AXA: Future Risks Report 2024
- Bain & Company: "Technology Report 2024" Technology meets the moment as AI delivers results
- BARCLAYS: Outlook 2025
- BASIS TECHNOLOGIES: Reality Check The 2025 Advertising Trends Report
- BLACKROCK: 2025 Thematic Outlook
- CB INSIGHTS: Tech Trends 2025
- CONVERA: Fintech 2025+
- DELOITTE : Shaping the future of payments, Trends and insights for 2025
- DELOITTE: A study of AI's environmental footprint
- DELOITTE: Tech trends 2025
- Digital Twin in Finance Market to hit USD 13.5 Billion by 2033
- FORRESTER: Predictions 2025 B2B Marketing&Sales
- FORRESTER: Predictions 2025 B2C Marketing & CX
- FORRESTER: Predictions 2025 Technology & Security
- G7: Driving Factors and Challenges of AI Adoption and Development
- GARTNER: 2025 Top Strategic Technology Trends
- GARTNER: AI Trends and use cases 2025
- GLOBANT: Tech Trends 2025
- GOLDMAN SACHS: Markets Outlook 2025 Trading Tails and Tailwinds
- HSBC: A Fertile Ground for Investment Returns New Growth Engines for a Changing World
- IMF: World Economic Outlook 2024
- INFOSYS: Generative AI Radar Retail & Hospitality
- INFOTECH: AI Trends 2025
- INFOTECH: Tech Trends 2025
- ING: Bank Outlook 2025
- JP MORGAN: 2025 Year Ahead Investment Outlook
- JP MORGAN: Outlook 2025 Building on Strength
- Julius Bar + PWC: FAMILY BAROMETER 2024

