

Pago con l'orologio e con l'anello Una spesa da 444 miliardi

L'aumento delle operazioni con smartphone, carte di credito e «wearable» è stato del 12%. Oltre 7 milioni di italiani usano il cellulare nei negozi. Ma siamo sempre in fondo alla classifica della Bce: 24esimi su 27 Paesi

di **GABRIELE PETRUCCIANI**

Con smartphone e smartwatch, i pagamenti sono e saranno sempre più digitali. Lo confermano i dati dell'Osservatorio Innovative Payments della School of Management del Politecnico di Milano che nel 2023, a fronte di una crescita generale del 12% in Italia, mostrano un balzo dei pagamenti del 73% tramite cellulari di ultima generazione e del 79% tramite wearable. «È la componente che sta crescendo più velocemente e che andrà a erodere la quota di mercato dei contanti e delle carte tradizionali — commenta Ivano Asaro, direttore dell'Osservatorio Innovative Payments —. E in futuro vedremo sempre più oggetti abilitati ai pagamenti. A fine 2023, per esempio, sono arrivati gli anelli dotati di tecnologia Nfc (Near field communication, ovvero comunicazione di prossimità, ndr)».

Intesa Sanpaolo, in collaborazione con Mastercard e l'azienda svedese Tapster, è stata tra le prime banche a renderlo disponibile alla clientela italiana, presentandolo all'ultima edizione del Salone dei Pagamenti. «Ma anche altri istituti di credito ora stanno guardando a questo tema — puntualizza Asaro —. Inoltre, si sta sviluppando sempre più anche il mondo dei pagamenti dalle auto o con gli elettrodomestici. Sono convinto che nel giro di un paio di anni vedremo iniziative sempre più concrete da questo punto di vista».

Da noi

Sebbene in rallentamento rispetto alla corsa post Covid, il transato con strumenti di pagamento digitale in Italia ha fatto registrare una crescita a doppia cifra nel 2023: +12%, per un controvalore di 444 miliardi di euro; un dato che include sia i

pagamenti basati su carte e wallet (436 miliardi transati) sia i pagamenti che si appoggiano su conto corrente o su conti di moneta elettronica non alimentati da carte (8 miliardi transati). Sul totale dei consumi, i pagamenti digitali arrivano a costituire il 40% del valore, un'incidenza di poco inferiore a quella del contante. Entrando più nel dettaglio, la modalità di pagamento preferita dai consumatori è quella contactless, con quasi 8 su 10 transazioni digitali in negozio che nel 2023 sono state effettuate in modalità «tap & go» con carte fisiche contactless o con dispositivi dotati di tecnologia Nfc, che insieme hanno raggiunto un valore di 240 miliardi.

I dati dell'Osservatorio confermano la forte presa di consapevolezza e conoscenza verso gli strumenti di pagamento digitali, con 7,6 milioni gli italiani che già utilizzano il proprio smartphone per pagare in negozio. Tuttavia, nonostante la crescita nettamente superiore alla media europea, l'Italia rimane ancorata in fondo alla classifica della Bce per numero di transazioni pro capite con carta (24esimo posto su 27).

Un altro fenomeno in grande ascesa negli ultimi anni è il *Buy Now Pay Later* (Bnpl), che nel 2023 ha raggiunto i 4,6 miliardi di euro di transato, attestandosi, nella sua componente online, al 6,5% di penetrazione sul totale del mercato e-commerce nazionale.

Secondo dati rielaborati da Deloitte, il mercato del Bnpl in Europa crescerà del 12% circa l'anno nel prossimo lustro, anche grazie alla maggiore integrazione delle soluzioni di Buy Now Pay Later con i sistemi Pos e all'ampliamento dell'offerta. Inoltre, anche l'estensione dell'offerta bancaria verso servizi di dilazione dei pagamenti, come le carte di credito attive

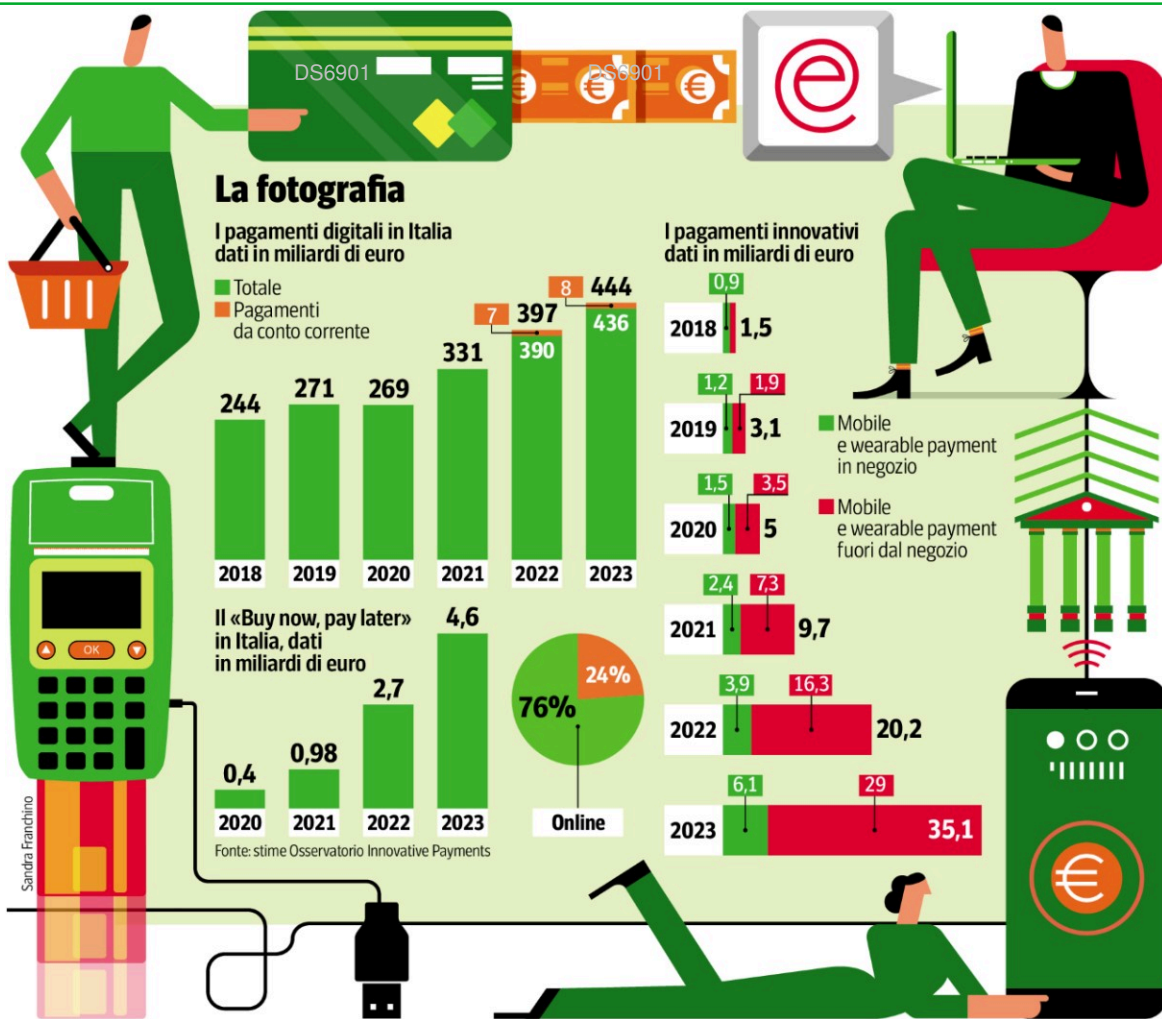
con funzione di rateizzazione, contribuirà ad accelerarne lo sviluppo, al pari dell'introduzione di modelli simili, come il Save Now Pay Later, con cui i clienti stabiliscono un obiettivo di risparmio e mettono da parte denaro ratealmente per raggiungere un obiettivo in cambio di cash-back da spendere in negozi affiliati.

I trend

Oltre al *But now pay later*, ci sono anche altri trend che stanno innovando il settore. Tra questi l'Instant Trade in, un nuovo modo di pagare collegato con il riciclo di un prodotto (è nato per incoraggiare il riutilizzo degli smartphone, il cui valore viene detratto direttamente dall'importo del nuovo telefono), il tap to pay combinato con la tecnologia SoftPos, che trasformerà un semplice telefono in un terminale di pagamento, e l'intelligenza artificiale, con algoritmi avanzati, machine learning e analisi predittive avranno un impatto importante nell'individuazione e lotta alle frodi. «Nuove formule e strumenti che stanno trasformando il ruolo che i sistemi di pagamento giocano nella relazione tra le parti e nella relazione dell'utente finale con il loro denaro — precisa Andrea Boschi, country manager in rappresentanza di Floa in Italia —. Da commodity, il sistema di pagamento diventerà sempre di più un fattore differenziante ad alto valore aggiunto», conclude Boschi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Ricerche

Ivano Asaro, direttore dell'Osservatorio Innovative Payments del Polimi di Milano