

Benvenuti nella cashless society

Anche in Italia si moltiplicano i servizi di pagamento via smartphone. E ora scende in campo **Sisal**, forte dei suoi 40mila punti vendita

DI GIOVANNI IOZZIA

Pagheremo tutto senza denaro. Perché il denaro sarà ovunque tranne che nel portafoglio: nello smartphone, in auto, negli elettrodomestici e persino sui polpastrelli e negli occhi. Perché saranno gli oggetti a pagare la bolletta e potremo autorizzare un versamento con l'impronta digitale o con l'iride. Fantascienza? No, lavori in corso con continenti che sono più vicini al futuro, come la Cina, e altri, come l'Europa, dove si va avanti a macchia di leopardo, con la Svezia che è ormai una cashless society, una società senza contanti, e altri Paesi che cominciano solo ora a reagire per non diventare colonie delle digital company globali.

Quella dei pagamenti digitali è una tempesta perfetta: le tecnologie sono sempre più diffuse, le imprese che propongono nuovi servizi finanziari si moltiplicano, cambiano le regole con il

recepimento a inizio 2018 della direttiva europea PSD2 (Payment Service Directive 2).

«L'evoluzione della normativa, che spinge verso l'apertura e l'innovazione del mercato insieme con una maggiore tutela e sicurezza per gli utenti, attira una pluralità di attori che spinge quelli tradizionali a correre più velocemente», spiega Valeria Portale, direttore dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce del Politecnico di Milano. «I pagamenti non passano più solo dalle banche». Per questo c'è grande fermento. Sono già scesi in campo Apple e Samsung con sistemi collegati ai loro smartphone. Anche Google ha lanciato un suo sistema di pagamento, per il momento in India. E Facebook lo scorso autunno ha ottenuto una licenza bancaria in Irlanda: tutti attendono di sapere quando la userà per proporre nuovi servizi ai suoi "abitanti", che solo in Italia sono oltre 30 milioni. E poi ci sono le startup, come Satispay, la fintech italiana più finanziata del 2017 (18,5 milioni) che ha sviluppato un sistema di pagamento basato sullo smartphone.

È il momento del PayTech, per usare un neologismo coniato da Paolo Bertoluzzo, amministratore delegato di Nexi, la società nata dalla trasformazione di Icpb-CartaSi, leader nelle transazioni con la carta di credito, che si sta giocando la sua partita come supporter della trasformazione digitale delle banche. La fotografia 2017 scattata dall'Osservatorio del Politecnico dice che il mercato vale già 46 miliardi e supererà i 100 nel 2020. Con le carte di credito sono stati effettuati pagamenti per 220 miliardi, il 28% della spesa degli italiani ma siamo ancora al 24° posto in Europa. I pagamenti contactless (quando teniamo in mano la carta) sono il 15% delle transazioni (18 miliardi). Il mobile payment, cioè i pagamenti effettuati con



lo smartphone nei negozi, sono ancora poca cosa: 100 milioni. «Da una parte devono aumentare i punti vendita che li accettano, dall'altro bisogna creare l'abitudine in chi compra», osserva la Portale. «Ma il mobile payment è destinato a crescere velocemente nei prossimi anni».

Occhio, quindi, a quello che accadrà nei negozi, dalle parti delle casse. In quelle di alcune grandi catene, per esempio, sono già apparsi i marchi di Alipay e WeChatPay i sistemi di pagamento digitale più utilizzati in Cina e quindi al mondo. Per il momento sono riservati ai turisti cinesi in Italia, che sono comunque circa 3 milioni l'anno. «La nuova frontiera dei pagamenti digitali è il retail», dice [Francesco Maldari](#), Responsabile Payments and Services del Gruppo [Sisal](#), area che ormai rappresenta oltre la metà del fatturato della società. «Dopo la rivoluzione dell'e-commerce, la digitalizzazione sta trasformando il business degli acquisti in store». Ma non c'è solo l'accelerazione verso la società senza contanti. «Quello che ci aspettiamo è che anche i tradizionali modelli e schemi legati al cashless, e quindi alle carte, possano essere messi in crisi da nuovi sistemi di pagamento digitale». Per questo anche [Sisal](#) sta puntando con decisione verso questo mercato, con un investimento di 20 milioni e con un asso nella manica: una rete di 40mila punti vendita che stanno di fatto diventando punti di diffusione della nuova cultura del pagamento digitale.

«Abbiamo creato un'unità dedicata per sviluppare prodotti in grado di accompagnare i consumatori verso l'adozione di nuovi strumenti digitali», racconta Maldari. «La nuova app [SisalPay](#), per esempio, permette di archiviare tutte le proprie ricevute cartacee in formato digitale o di ricaricare ancora più velocemente il proprio credito telefonico



tramite QRcode». La risposta è stata incoraggiante: oltre 20mila utenti registrati in poco più di due mesi. «Ma questo è solo il primo passo», anticipa il manager [Sisal](#). «Arriveranno nuove soluzioni, funzioni e servizi a valore aggiunto per guidare la rivoluzione digitale dei pagamenti».

Che ha 5 filoni di sviluppo più uno, spiega Valeria Portale: il mobile wallet, cioè il telefono come strumento di pagamento; l'instant payment, che semplificherà e velocizzerà i trasferimenti di denaro; la biometria (per pagare basterà un'impronta o l'iride); l'Internet of Things (gli oggetti connessi); i pagamenti attraverso i canali social (Facebook&C). E poi ci sono le criptovalute, bitcoin e le sue sorelle, con la tecnologia sottostante: la blockchain. Ma questo è tutto un altro discorso. **F**

A sinistra, Valeria Portale, direttore dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce del Politecnico di Milano. A destra Francesco Maldari, Responsabile Payments and Services del Gruppo [Sisal](#).



ES SARAWUTH / SHUTTERSTOCK.COM