

L'inchiesta

Usare lo smartphone al bar, al ristorante o su un taxi nel nostro Paese è ancora un'eccezione. Colpa della mancanza di una tecnologia univoca e degli alti costi di intermediazione imposti dalle banche. Ma da Satispay a SisalPay fino agli «xPay» qualcosa sta cambiando

PAGARE CON L'APP: IN CINA 68 MILIARDI NEGLI USA 25 E L'ITALIA SENZA STANDARD? 70 MILIONI

Nel nostro Paese si effettuano 37 operazioni pro capite all'anno con carta contro la media Ue di 104 per cifre (alte) di 65 euro

ApplePay applica una commissione che può arrivare al 2% della transazione, mentre Samsung ha deciso di non applicare «fee»

Considerati i ritmi di crescita, la fetta di mercato del «mobile proximity payment» in cinque anni potrebbe toccare i 6,5 miliardi

di **MASSIMILIANO DEL BARBA**

Ricorderemo, fra qualche anno, come è fatta una moneta? Spesso, le rivoluzioni sono silenziose. Ad esempio nel 1948 a duecento associati della compagnia assicurativa statunitense McNamara venne dato un coupon da utilizzare in 14 ristoranti di New York per portare fuori a pran-

zo i propri clienti. Era una tessera di cartone e la chiamarono Diners, come le tavole calde di Manhattan. Avevano appena inventato la carta di credito: oggi Diners è entrata nel circuito Mastercard, una delle cinque emittenti che di fatto controllano il mercato della moneta elettronica globale.

Facciamo la spesa al supermercato, paghiamo una cena, compriamo musica, abiti e gadget tecnologici sul web. Il tutto grazie alle 16 cifre stam-

pate a rilievo su un pezzetto di plastica 8 per 5. In realtà lo fanno molto più all'estero che in Italia, perché qui l'utilizzo del contante è ancora molto diffuso. Anzi, preponderante: l'86% delle transazioni, secondo il report 2018 sui pagamenti curato da Ambrosetti. Motivazioni storico-culturali, ma anche strutturali: la ridotta taglia media degli esercenti, infatti, non facilita il passaggio alla dematerializzazione della moneta a causa dei costi fissi di gestione dei circuiti — i cosiddetti Pos — e di quelli variabili legati alla gestione della transazione — cioè le *fee* che si spartiscono banche e gestori delle carte. E che in Italia eliminare il contante di tasca non sia di fatto conveniente lo certifica Bankitalia: pagare con carta di credito, calcolando la somma delle spese sostenute dai singoli operatori al netto dei flussi intermedi, costa l'1,95% in rapporto al valore medio per operatore contro il 2% del cash (veicolare il contante costa 10 miliardi di euro l'anno).

C'è poi un problema di numero di transazioni: 37 pro-capite all'anno contro le 104 della media Ue. Certo, l'introduzione della tecnologia *contactless* (una su due, oggi in circolazione) ha facilitato di molto l'utilizzabilità delle carte per le piccolissime spese, scese a 45 euro da una taglia media di 65 per operazione perché non strisci, non fermi, non digiti pin, ma qualcosa, nel nostro Paese, sembra comunque non funzionare. E, mentre estraendo timidamente il bancomat giuriamo al barista o al tassista che, davvero, non abbiamo contanti in tasca per pagare il cappuccino o la corsa fino in aeroporto, ci stiamo letteralmente perdendo la nuova ondata fintech che si chiama *mobile proximity payment*, i pagamenti in negozio con l'app: avvicini lo smartphone e il gioco è fatto. Immediato usare il borsellino elettronico, puoi persino prenderti una bottiglietta d'acqua al distributore automatico. Il problema è che, stando ai dati forniti dal Politecnico di Milano, nel nostro Paese meno dell'1% delle transazioni avviene via app.

Complicato e forse fuorviante fare un paragone con l'estero. La Cina, ad esempio, è il mercato più grande dei pagamenti da mobile in negozio, con un valore delle transazioni che nel 2016 ha toccato i 67,7 miliardi di dollari. Lì anche gli ambulanti sono abilitati ed è normale mostrare al cameriere il telefonino in luogo di carta o contante. Al secondo posto gli Stati Uniti con 24,9 miliardi. Seguono Regno Unito, Corea del Sud e Giappone, tutte sopra il miliardo di transato. E in Italia? «Siamo a 70 milioni — ammette il direttore dell'Osservatorio del Polimi Ivano Asaro —. Praticamente nulla, poiché il grosso dei pagamenti con il telefonino avviene ancora in modalità tutto sommato tradizionale, cioè utilizzando un'app per l'e-commerce come Amazon o Eprice. Il nostro trend è ancora dominato dalle carte *contactless* — aggiunge —. Crediamo ci vorranno ancora 5 anni di incubazione per veder fiorire questo mercato».

Se la domanda per ora non si vede, sul lato dell'offerta invece qualcosa si muove. Dallo scorso autunno è attivo anche in Italia ApplePay, il bor-

sellino elettronico di Cupertino che digitalizza la carta di credito del possessore di iPhone, mentre lo scorso giovedì è sbarcato anche l'analogo servizio di Samsung (ancora non si hanno notizie invece di GooglePay). A fianco dei due giganti sono poi cresciute altre realtà made in Italy. A cominciare dall'app di Nexi, nata dall'esperienza di Cartasi e dell'Istituto centrale delle banche popolari italiane (800 mila download e 150 banche partner) per passare a Tinaba, Satispay, Jiffy e alla pleora di app proprietarie che mirano a fidelizzare i consumatori su una specifica attività. È il caso di EniPay, l'app per rifornirsi al distributore, o della trasformazione digitale di Sisa che, da operatore di *betting* (Bingo e Lotteria fra gli altri), sta cambiando pelle abilitando la sua rete di 40 mila tabaccherie, bar ed edicole ai pagamenti di bollette, multe e oneri attraverso SisaPay, che in due mesi ha registrato l'iscrizione di 25 mila utenti. «In Cina — ragiona di Francesco Maldari, responsabile Payments and Services in Sisa — dal contante si è passati direttamente ai pagamenti digitali attraverso strumenti come le chat, senza passare dalle carte di credito. In Italia, ad aprire le porte dei negozi digitali saranno invece gli smartphone».

Dietro la transizione alla moneta digitale c'è, in effetti, una non trascurabile questione tecnologica che incide pesantemente sui ritardi italiani. Prova a spiegarla ancora Asaro del Polimi: «Sono tre le tecnologie che abilitano il pagamento da telefonino: la comunicazione di prossimità Nfc, (quella per intendersi che usano Apple e Samsung), il QrCode, che ha registrato una gigantesca crescita in Cina attraverso AliPay e WeChat Pay, e il modello WhatsApp, utilizzato in Italia da app come Satispay, Tinaba e Jiffy. Il problema è che nessuna, a oggi, si è dimostrata vincente». È andata diversamente in Gran Bretagna, dove l'Nfc domina il mercato, o in Svezia, dove è il QrCode ad essersi preso la grossa fetta del mercato. In quest'ultimo caso, tuttavia, la spinta decisiva è stata data dalle banche, che si sono consorziate per spingere verso questa soluzione creando l'app Swish.

La mancanza di uno standard assimilabile a quello delle carte di credito (un solo Pos e un solo strumento di pagamento) e la mancanza di un attore che faccia da regia sono infatti da annoverare fra le cause del ritardo italiano. E questa confusione si riverbera sui commercianti: «Notiamo una grande differenza di approccio fra i gestori delle grandi catene e i piccoli esercenti — commenta Massimo Tessitore, che è il responsabile della multicanalità in Intesa Sanpaolo —. Noi abbiamo abilitato un wallet con tecnologia Nfc e lo stiamo sperimentando in un centinaio di bar e in alcuni store di Esselunga. Le persone d'altronde procedono per gradi, ma dobbiamo dire che il governo, almeno finora, non ha mai preso posizioni serie sulla lotta al contante». La mancanza di una sanzione per chi non adempie all'obbligo di installare il Pos ne è la dimostrazione.

C'è anche da dire, però, che il sistema bancario ha

reagito con generale freddezza allo sbarco di ApplePay in Italia. A oggi, infatti, solo alcuni istituti, fra cui Unicredit e Mediolanum, hanno sottoscritto un accordo con la Mela. Il motivo? Con Apple bisogna spartirsi la torta delle transazioni (si parla, ma il dato non è certificato, di una commissione variabile che può toccare anche il 2% della transazione). Diversa la strada intrapresa da Samsung, che ha deciso di non applicare *fee*. Vedremo. Chi sta tentando di aggirare l'intermediazione bancaria, invece, sembra crescere (almeno in prospettiva). Satispay nel 2017 ha transato 35 milioni di euro in 26 mila esercizi abilitati grazie soprattutto al *payback* (un sistema che accumula punti e offre sconti) e alle partnership con Esselunga e Coop, mentre Tinaba ha appena sottoscritto un accordo con 5 mila taxi fra

Roma e Milano per pagare con il QrCode.

«Ci sono 10 milioni di italiani che sono abituati a usare o PayPal o il mobilebanking. La prospettiva — azzarda Alberto Dalmasso, Ceo di Satispay — è quella che passino all'app nel giro di cinque anni», il che equivarrebbe a un transato di 6,5 miliardi. Possibile? Nel frattempo la direttiva Psd2 apre all'arrivo di potenziali nuovi attori non propriamente finanziari interessati a mettere in pratica la cosiddetta convergenza digitale (Skyscanner o Booking potrebbero gestire direttamente i pagamenti di viaggi e voli accedendo al nostro Iban) e c'è chi già vede all'orizzonte un'altra rivoluzione silente. Eliminate le carte, presto potrebbero scomparire anche gli smartphone a favore della *biometria*, l'autorizzazione ai pagamenti attraverso i tratti biometrici dell'utente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alipay

Lanciata nel 2004 dal Ceo di Alibaba Jack Ma, oggi si divide con WeChatPay un mercato da 67 miliardi di dollari



SisalPay

Disponibile da gennaio, l'app del gruppo guidato da Emilio Petrone permette di pagare bollette e adempimenti



Satispay

La start up fondata da Alberto Dalmasso per pagare in negozio con lo smartphone ha il 50% del mercato italiano

