

11 Indagini Il digitale si impone fra le abitudini di pagamento degli italiani

Indagini Il digitale si impone fra le abitudini di pagamento degli italiani

di PIETRO CASTAGNA

Si è chiusa venerdì scorso la prima edizione virtuale del **Salone dei Pagamenti** digitali, organizzata da ABIServizi, dedicata all'evoluzione dell'industria dei pagamenti e agli scenari innovativi che per essa si dischiudono nella fase attuale. L'emergenza sanitaria in corso nel nostro Paese ha creato condizioni favorevoli all'accelerazione della crescita di numerosi mercati, fra cui quello dei pagamenti effettuati con strumenti alternativi alla carta moneta. Un settore cui hanno spesso creato ostacoli sia l'elevata età media della popolazione italiana sia l'approccio conservativo di consumatori e responsabili degli acquisti. Ma il progressivo diffondersi dell'e-commerce e delle modalità di pagamento connaturate a questo canale, oltre che l'opera di sensibilizzazione svolta dal sistema bancario e dall'attività di comunicazione dei principali operatori hanno prodotto risultati significativi. Il Salone ha proposto, nel corso di tre fitte giornate di incontri, workshop e networking con più di 10 sale conferenze digitali da esplorare liberamente attraverso una mappa 3D navigabile, 37 sessioni di dibattito, 22 workshop e oltre 200 relatori per più di 70 ore di interventi. Nella sua prima edizione virtuale, la manifestazione è ruotata intorno a un nocciolo duro di argomenti chiave per il futuro del settore: l'open banking, l'economia dei dati e i nuovi servizi digitali, l'open innovation e le nuove tecnologie, la direttiva PSD2 - il nuovo quadro normativo eu-

I dati salienti emersi da una ricerca realizzata da Mastercard in collaborazione con AstraRicerche. Lo studio ha analizzato l'evolversi del "digital shift" fra luglio e ottobre 2020, ovvero durante i mesi intercorsi dalla fine del lockdown primaverile alla vigilia dell'ultimo Dpcm restrittivo. Tutto nella cornice della prima edizione virtuale del **Salone dei Pagamenti** digitali, svoltasi fra il 4 e il 6 novembre



ropeo sui servizi di pagamento -, la rivoluzione dell'euro digitale, il piano cashback del Governo. Tutti temi affrontati da esperti e professionisti del settore all'interno dei diversi moduli previsti dal programma. "La pande-

mia - ha affermato il Presidente di ABI, Antonio Patuelli, nel corso della sessione plenaria della prima giornata dei lavori - sta modificando profondamente la vita di tutti noi. E in questo scenario i pagamenti elettronici si sono ri-

ABI Associazione Bancaria Italiana



velati, nel quadro dell'emergenza Covid, più che all'altezza delle attese. I cambiamenti verificatisi sono stati epocali, imprevedibili e hanno portato a innovazioni inimmaginabili. Stiamo vivendo una vera e propria rivoluzione".

IL RISVEGLIO

L'accelerazione dovuta all'emergenza sanitaria, al lockdown e al distanziamento sociale ha indotto i titolari di carte a utilizzarle con crescente frequenza. Si parla di un paio di milioni di carte dormienti che si sarebbero risvegliate compiendo la loro prima transazione e-commerce. Nello specifico, i pagamenti mobile sono stati protagonisti di un raddoppio del numero delle operazioni: prima del lockdown ogni titolare faceva 10 transazioni via mobile ogni 100, mentre oggi siamo arrivati a 25. Dopo il boom della tecnologia registrato nei primi mesi dell'emergenza sanitaria, siamo ora entra- ▶

ti in una fase di consolidamento dei pagamenti digitali che, a partire dagli strumenti contactless e mobile, ormai accompagna stabilmente gli italiani nella loro vita quotidiana. Questo, in sintesi, è anche il nucleo essenziale della conclusione cui è giunta la seconda wave - la prima era stata resa nota a giugno - della ricerca "Paying digital, living digital: evoluzione dello stile di vita degli italiani prima e dopo il Covid-19", realizzata da Mastercard, in collaborazione con AstraRicerche. La recente riedizione del sondaggio effettuata a ottobre ha puntato i riflettori sull'evoluzione effettiva del rapporto degli italiani con le tecnologie e gli strumenti di pagamento digitali più innovativi. E l'indagine ha evidenziato che oggi, in Italia, otto consumatori su dieci dichiarano di utilizzare spesso anzitutto le carte di pagamento; quelle contactless sono ormai ritenute di uso comune dal 78% delle persone intervistate.

FATTORE SICUREZZA

"L'avvicinamento degli italiani a uno stile di vita più digitale, di cui i pagamenti costituiscono una parte importante, è continuato anche dopo i mesi più duri dell'emergenza. Secondo le analisi più recenti, oltre l'80% dei nostri con-

sumatori dichiara di utilizzare frequentemente le carte per i propri acquisti quotidiani, segno che l'incremento nella fruizione di esperienze d'acquisto digitale, maturate durante il lockdown, sono perdurate e si sono radicate", ha commentato Michele Centemero, Country Manager Italia di Mastercard, che ha proseguito: "I fattori che spingono i consumatori in tutta Italia a propendere per i pagamenti digitali abbandonando l'uso del contante risiedono nella maggiore sicurezza percepita, anche in termini sanitari, e in una migliore rapidità e facilità di utilizzo".

SENSIBILITÀ ITALIANA

La ricerca evidenzia poi una profonda sedimentazione della conoscenza e dell'utilizzo di queste forme di pagamento, mostrando come l'Italia sia sempre più sensibile al tema. Il "digital shift" è avvalorato dagli ottimi risultati, in termini di accettazione delle carte, anche nei diversi punti di vendita delle reti commerciali, senza mostrare particolari differenze tra Nord, Centro e Sud Italia. Secondo il 47% del campione, gli esercenti preferiscono le carte ai contanti; solo per il 29% di questi ultimi il bilancio è differente. Nella classifica degli strumenti di pagamento, sor-

prendono positivamente anche i dati relativi alla proiezione futura della propensione al loro utilizzo. Le carte di pagamento, infatti, superano il contante e si attestano al primo posto, indicate da 79,8% degli italiani, facendo registrare una crescita del 4% rispetto alla prima wave della ricerca, realizzata a giugno. Le carte contactless seguono stabilmente al secondo posto (68,8%) e sono particolarmente apprezzate dagli utilizzatori più giovani, fra 15 e 24 anni (76%).

I TREND

Le più innovative forme di pagamento mobile evidenziano un trend in crescita, declinato come segue: pagamenti via smartphone (+3,2%), app dedicate (+1,9%) e app bacarie (+1,8%). I cosiddetti wearable rappresentano inoltre una soluzione indicata da un italiano su tre e la loro diffusione è in netto incremento: oltre il 33% del campione dichiara di conoscere queste nuove modalità, particolarmente all'interno di una fascia d'età oscillante fra 18 e 44 anni. "I pagamenti mobile e via app sono probabilmente quelli sui quali gli italiani hanno continuato a rivolgere più curiosità e attenzione negli ultimi mesi, avendoli sperimentati per la prima volta proprio

quest'anno. Utilizzare il proprio smartphone per fare acquisti attraverso le app o in modalità NFC consente più che mai di rendere il gesto del pagamento qualcosa di immediato e istantaneo, a vantaggio di una consumer experience senza interruzioni e sicura", ha sottolineato Centemero. Per quanto concerne le motivazioni alla base dell'utilizzo dei pagamenti digitali, si sta delineando un trend interessante: un consumatore su tre identifica nelle carte di pagamento la modalità più sicura, capace di garantire la tutela del proprio denaro e dei propri dati sensibili. Un approccio che raggiunge il 43% nella fascia di età tra i 45 e i 54 anni di età. Ma non solo: le carte di pagamento sono ritenute anche le più semplici da usare (45%). Mentre la comodità e l'ottimizzazione dei tempi caratterizzano soprattutto il vissuto delle contactless (31% e 33%). Lo stesso dicasi per i nuovi device NFC, siano essi smartphone (15%) o personal device (17%). Dato il perdurare dell'emergenza sanitaria una valenza estremamente positiva, a livello psicologico, è stata additata nel prudenziale distanziamento consentito dal contactless, con le carte (34%) al primo posto, seguite dai device personali (21%).

