



Investireoggi » Fisco » Pagamenti elettronici, sempre meno contante in circolazione

Pagamenti elettronici, sempre meno contante in circolazione

Boom di pagamenti elettronici durante il lockdown. Secondo Bankitalia, le transazioni contacless sono salite del 55% e indietro non si torna.

di [Mirco Galbusera](#), pubblicato il 05 Novembre 2020 alle ore 15:00



Sarà dura, ma alla fine anche l'Italia si adeguerà alla nuova era dei pagamenti elettronici. Il **Contactless** è infatti in piena crescita soprattutto per via della pandemia che obbliga a utilizzare sempre meno il contante.

Banconote e monete, infatti, sono infette. E' scientificamente provato e i virus possono resistere sulle superfici anche per molto tempo. Carte di credito e bancomat saranno quindi gli strumenti sempre più preferiti. E' una questione di sicurezza, oltre che di comodità. Ed è per questo che il governo Conte punta a digitalizzare il più possibile i pagamenti dal prossimo anno.

Boom di pagamenti elettronici durante il lockdown

Secondo **Alessandra Perrazzelli**, Vice Direttrice Generale Banca d'Italia, intervenuta al **Salone dei Pagamenti** 2020,

"in Italia l'industria dei pagamenti digitali è cresciuta dall'inizio dell'emergenza sanitaria. I pagamenti e-commerce hanno raggiunto una quota del 40% nel lockdown, prima era al 25%. Le transazioni contacless hanno registrato il salto più consistente dal 35 al 55%".

Grazie ai pagamenti elettronici l'economia ha potuto muoversi anche con la chiusura dei negozi fisici. I consumatori hanno potuto comodamente acquistare ogni cosa a distanza. Così, i servizi di pagamenti domestici sono stati delle risorse fondamentali per le aziende e i

consumatori. Hanno consentito una maggiore continuità delle attività quotidiane. E il processo di digitalizzazione è diventato ormai irreversibile.

La platform economy

Secondo Perrazzelli, *“l’industria dei settori di pagamenti e’ sempre più affollata e questo porta alla sperimentazione di nuovi prodotti e servizi. Si sta assistendo ad una progressiva diffusione di quella che viene chiamata la **platform economy** e cioè l’adesione di modelli operativi che integrano su una unica piattaforma diverse esperienze di acquisto”*.

Sfruttando i propri punti di forza, gli intermediari finanziari potranno trasformarsi in hub e offrire ai propri clienti una vasta gamma di prodotti.

Ovviamente l’adozione di nuovi modelli non è senza conseguenze. Potrebbe esserci per esempio un abbandono di prodotti tradizionali per sceglierne altri più competitivi.

Cambiano le abitudini di spesa

In Italia, l’arrivo della pandemia ha favorito in maniera significativa l’evoluzione delle abitudini di spesa dei consumatori imprimendo un’accelerazione significativa verso l’adozione dei pagamenti elettronici. Due milioni di persone hanno effettuato acquisti online per la prima volta. In tempi normali – fa notare **Enzo Quarenghi** di Visa – *“ci sarebbero voluti anni per ottenere un risultato di questo genere”*.

Lo sviluppo ha riguardato due direttrici, l’online da un lato e la modalità di pagamento contactless dall’altro. Per quanto riguarda quest’ultima, oggi la media europea dei pagamenti effettuati in questo modo nei punti vendita è arrivata al 75%. Con una crescita del 20% rispetto al periodo pre-Covid.

Ciò è stato possibile perché sia i consumatori sia i punti vendita si sono orientati verso questa soluzione, ritenuta più sicura perché evita il contatto fra le mani e i terminali legati all’utilizzo delle carte di credito e fra le mani e le banconote.

Cashback e pagamenti elettronici

L’iniziativa che si intende lanciare – aggiunge Quarenghi – ossia il **cashback**,

“ritengo sia potentissima ed estremamente efficace. Ci porrebbe all’avanguardia rispetto a quanto fatto da altri Paesi europei, che hanno messo in piedi qualcosa di simile e anche strumenti, quali le lotterie, che però non sono altrettanto incisivi”.

In questo senso il governo è conscio di quale è il punto di partenza, arretrato, da cui ci si muove. Basti pensare che nell’epoca pre-Covid i pagamenti digitali in Italia avevano una quota del 25%, fra le più basse in Europa. Perciò il sistema degli incentivi, tenendo conto delle caratteristiche proprie degli italiani, potrà risultare premiante. Mentre costrizioni e obblighi non sarebbero ugualmente stimolanti.

Ma in quali settore riscontra maggior ritrosia all’uso del digitale nei pagamenti? Quarenghi fa notare che il problema sta nella **piccola e media impresa**, dove si sconta un retaggio culturale più reticente.

Tuttavia i consumatori privati sono sempre più propensi all’uso di strumenti che semplificano la vita nel quotidiano. In particolare in un momento come questo, in cui anche il contatto fisico viene descritto come **potenziale fonte di rischio** o comunque come un’occasione cui occorre prestare molta attenzione.