

ECONOMIA

A<sup>-</sup> A<sup>+</sup>

Giovedì, 5 novembre 2020 - 13:38:00

## Salone dei pagamenti 2020, Intesa Sanpaolo: cambiamenti nei pagamenti digitali

Digitalizzazione, innovazione e accessibilità le parole chiave per rispondere al cambiamento nelle abitudini di pagamento dei consumatori.



### Intesa Sanpaolo: Mercato, esercenti e consumatori: cambiamenti a tuttotondo nei pagamenti digitali

Nel corso della giornata odierna del **Salone dei pagamenti 2020**, si è tenuto il workshop: "Mercato, esercenti e consumatori: cambiamenti a tuttotondo nei pagamenti digitali" di **Intesa Sanpaolo**.

Tanti gli argomenti del panel: dalle **novità normative**, all'allargamento dell'**infrastruttura di accettazione** dei grandi e piccoli esercenti, fino alle nuove tendenze di consumo. **Digitalizzazione, innovazione e**

**accessibilità** le parole chiave che caratterizzano le ultime novità di offerta per rispondere al cambiamento nelle abitudini di **pagamento dei consumatori**. Un Cambiamento culturale e un quadro normativo di un mercato che ha avuto un'accelerazione dovuta alla **pandemia**. Sono cambiati gli approcci degli esercenti e dei consumatori oltre ai cambiamenti normativi: sempre meno persone utilizzano i contanti, tutto ciò favorito dalla spinta del nostro stesso governo con il **piano Cashless**.

### Salone dei pagamenti 2020, Intesa San Paolo: Le dichiarazioni di Raffaella Mastrofilippo

**Raffaella Mastrofilippo**, Responsabile Prodotti Transazionali e Piattaforme di Payment, **Intesa Sanpaolo**, ha parlato così nel suo intervento: "Stiamo vedendo un'evoluzione senza precedenti, che era già tracciata e che ha subito un'accelerazione. Questo ha rinnovato l'urgenza di costruire delle soluzioni. Come banca da sempre l'attenzione è stata nell'essere oltre la banca, attraverso tutte le soluzioni su tutti i canali. Abbiamo più di **12mln di clienti** nei nostri canali, **6,2 mln** che usano l'app di **Intesa Sanpaolo**. Qualunque soluzione deve essere facilmente vivibile, deve essere presente in tutte le situazioni e soprattutto deve avere un forte connubio tra componente fisica e digitale. Interconnessione di servizi tramite l'**open banking** e **accessibilità** da tutti i canali sia per chi paga sia per chi deve accettare il pagamento. Bisogna rendere il **pagamento digitale** un fatto quotidiano. Abbiamo investito su tutte

queste soluzioni, pensiamo alle metropolitane con il "Tap&go", o a soluzioni di accettazione con il numero di cellulare.

Siamo i primi ad aver utilizzato soluzioni con il **pagamento mobile**. Tra le ultime partnership c'è quella con **Swatch** per consentire anche i pagamenti attraverso **Swatchpay**. Un pagamento veloce che rientra anche in un ambito della gestualità, tutti indossiamo l'orologio, si potrà pagare con un semplice movimento del polso.

I punti chiave sono il **cambiamento culturale**, questi momenti dapprima tristi possono generare dei momenti di innovazione. Il **cambiamento della abitudini** è stato accelerato da questo momento. Durante il lock down il **61% dei consumatori** che ha fatto la spesa online ha dichiarato che avrebbe mantenuto queste modalità.

**L'accessibilità** è tema fondamentale, deve essere possibile accedere ai servizi senza essere esperti.

In Italia abbiamo - conclude **Raffaella Mastrofilippo**, Responsabile Prodotti Transazionali e Piattaforme di Payment, **Intesa Sanpaolo** - **l'84% delle transazioni** ancor in **contanti**, abbiamo grandi prati su cui poter migliorare la nostra presenza, le iniziative del governo sono fondamentali per accelerare di più. La creazione di partnership, che è possibile con il mondo dell'**open banking** rappresenta un'evoluzione fondamentale per creare un **ecosistema** che sempre più riesca ad evolversi migliorando la presenza del **pagamento digitale**."

### Salone dei pagamenti 2020, Intesa San Paolo: l'intervento di Mario Morelli

**Mario Morelli**, Head of Cash Mngmt & Merchant Services IMI CIB, **Intesa Sanpaolo**, ha sottolineato durante il suo intervento: "Come **banca di sistema** abbiamo rivolto al **consumatore finale** le iniziative che stanno favorendo il passaggio verso l'obiettivo della **Cashless society**, come osservatori e non solo, abbiamo agito in maniera concreta per favorire questo passaggio, sia supportando piccoli **Retail** con azioni mirate, lanciando prodotti di pagamenti tra **consumatori innovativi** e facendo emergere con il **contactless** dei settori di nicchia, come esempio il **pagamento sul trasporto pubblico locale**. Su questo aspetto oggi siamo un paese un riferimento.

Mi sento di dire con certezza - continua **Morelli** - che abbiamo reso più agevole lo sviluppo di un **ecosistema digitale** sicuro accessibile a tutti. Bisognava fare un passo deciso verso la **digitalizzazione** del nostro paese, l'abbiamo fatto con l'accordo concluso a giugno scorso con **Nexi**. Abbiamo identificato in Nexi il partner qualificato per essere più competitivi. Questo accordo vede il cliente come parte centrale. La partnership vuole essere **industriale** e vuole permettere di essere più competitivi in un settore con **elevati tassi di crescita**. Importante mantenere e valorizzare la relazione commerciale con i nostri clienti, dedichiamo la massima attenzione al cliente.

Vogliamo contribuire da un punto di vista sistemico al raggiungimento di una dimensione che permetta di sostenere gli investimenti nello sviluppo dell'ecosistema generale. C'è voglia di posizionarci anche in un contesto nazionale, con questa partnership possiamo competere in maniera più strutturale con i competitor più grandi. Vogliamo favorire la realizzazione di un **polo tecnologico dei pagamenti digitali**.

In sintesi la nostra è una voglia di continuare ad essere protagonisti nel processo di digitalizzazione dei pagamenti nel nostro paese.

Il contesto generale ha modificato i trend sullo sviluppo dei pagamenti digitali. Un trend a cui abbiamo assistito e che è stato influenzato dal contesto è **l'e-commerce**, che di per sé negli ultimi anni ha avuto un incremento rispetto al **pagamento tradizionale**, trainato dai cosiddetti **Retail tradizionali**. Essendo player di riferimento sulla **grande distribuzione** abbiamo osservato come un settore tradizionale abbia incentivato gli investimenti sull'e-commerce: grandi insegne hanno attuato sviluppi di **fatturato online** dove in pochi mesi hanno fatturato quello che facevano in anni.

Dal punto di vista dell'accettazione stiamo lavorando sulla possibilità di poter vivere la stessa esperienza di acquisto che si vede nel **punto di vendita fisico**. **L'e-commerce** non deve essere una replica del punto di vendita fisico, ma deve essere una composizione diversa e efficiente. Anche il B2B ha avuto un ruolo importante in questo processo.

Quello che ci chiedono le aziende è il desiderio di poter avere sistemi di accettazione semplici e facilmente accessibili, **Bancomat Pay** permette di pagare inserendo solamente il numero di cellulare. Sono modalità che cerchiamo di spingere a favore dell'ecosistema per favorire un accesso più semplice.

Altro trend che osserviamo è la **sicurezza**: il consumatore e le aziende chiedono **transazioni sicure**, l'e-commerce è un trend in crescita che però va accompagnato con prodotti e servizi sistemici a favore delle aziende e del consumatore. Anche i **social media** rientrano in questo processo, perché il consumatore viene ingaggiato dal cliente anche sui canali social. Ulteriore elemento di offerta è quello del dato: **riscuorire a coniugare il dato comportamentale e i social media insieme al pagamento ci potrà permettere di offrire una scelta consapevole al consumatore e all'azienda di conoscere meglio il suo consumatore.**" ha concluso **Mario Morelli**, Head of Cash Mngmt & Merchant Services IMI CIB, **Intesa Sanpaolo**.

### Salone dei pagamenti 2020, Intesa San Paolo: Le parole di Signoretti (Nexi)

**Filippo Signoretti**, Head of Acquired Merchant Books, **Nexi**, ha aggiunto durante il workshop: "Si sta assistendo a un'accelerazione e a un cambiamento dei comportamenti dei consumatori. C'è un ricorso sempre maggiore a **e-commerce** e a **pagamenti a distanza**. Il trend più evidente è quello di poter incassare a distanza a fronte di una sempre maggiore remotizzazione.

Come **Nexi** l'obiettivo era quello di indentificare **soluzioni semplici e sicure** per andare incontro a queste rinnovate esigenze, in primis la possibilità di mandare senza dover essere in negozio i pagamenti anche per quelle categorie merceologiche che non avevano messo in piedi un sistema di e-commerce. "**Pay by link**" va in questa direzione: la possibilità di mandare un link di pagamento attraverso mail o telefono. Abbiamo provato a fare anche qualcosa in più, la **digitalizzazione** comporta la possibilità di mostrare al pubblico gli oggetti che vuole vendere, in questo caso l'iniziativa **Social commerce** che permette la possibilità di avere a disposizione una **vetrina online** dove caricare i prodotti e gestire gli ordini, oltre ai pagamenti.

Abbiamo da un lato chi ha la necessità di vendere un bene fisico e dall'altro chi eroga dei servizi, la soluzione dell'**easy calendar** che permette di prendere appuntamento e pagare anticipatamente la prestazione e a quel punto presentarsi e gestirle. Queste soluzioni che nascono da esigenze di continuare a vendere fuori al negozio si affiancano a quelle instore che stiamo arricchendo, tra cui gli **Smart POS** che segnano il paradigma di passaggio dall'aver una macchinetta che accetta pagamenti ad avere un punto di accesso ai sistemi che aggiungano altri servizi utili nella gestione del **business degli esercenti**.

Le esperienze di acquisto si stanno ibridando, tra fisico e online. I Trend di omnicanalità sono partiti dal mondo del Retail e si stanno espandendo su altre categorie merceologiche.

L'esperienza finale può diventare un'esperienza diversa dove anche il pagamento si può presentare come un **pagamento digitale**. L'omnicanalità si sta espandendo anche ad altri settori, adesso queste esperienze verranno calate su nuovi player di dimensioni medie o anche più piccole. Stiamo studiando come portare questa soluzione anche a retailer che hanno delle dimensioni inferiori. "

Loading...

Commenti

TAGS:

salone dei pagamenti 2020

salone dei pagamenti intesa sanpaolo

salone dei pagamenti nexi

intesa san paolo

morelli intesa sanpaolo

mastrofilippo intesa sanpaolo

intesa sanpaolo pagamenti digitali