

Giorni contati per il contante?

Nell'epoca del digitale che tutto semplifica e molto smaterializza, ancor prima della pandemia, la strada era tracciata: la società del prossimo avvenire promette di archiviare banconote e argent de poche. Ad accendere la competizione, l'invasione di campo delle BigTech nel settore dei pagamenti digitali, cui rispondono i leader dei servizi di transazioni elettroniche.



di loro valute digitali, le Cbdc», prevede Marc Schlupe, Managing Director di Worldline Svizzera, entità nata a fine 2018 dalla fusione fra Six Payment Services (di cui era Ceo) con la francese Worldline, attuale numero uno europeo nella gestione dei pagamenti e delle transazioni, e quarta a livello mondiale.

La Cina, trainata dalle App di Tencent e Alibaba, rispettivamente WeChat Pay e AliPay, fa corsa in testa. Più esitante e molto meno compatta, l'Europa. «Qui, l'adozione dei pagamenti elettronici è decisamente più avanzata nei Paesi nordici, dove la quota di transazioni in contanti nel settore del commercio al dettaglio è inferiore al 10%. Se si guarda all'Europa nel suo complesso, c'è sempre stata una significativa variazione da nord a sud, presumibilmente dovuta a differenze culturali, ma anche a scelte politiche. In Paesi come l'Italia, la Grecia o il Portogallo le transazioni in contanti rappresentavano ancora più dell'80% di quelle elaborate nel 2020», rileva Marc Schlupe.

Che le Big Tech, dopo essersi lanciate nel campo dei pagamenti digitali per sviluppare un servizio finalizzato al proprio business, abbiano presto allargato l'orbita dei loro interessi incominciando a proporre App per wallet digitali in cui gli utenti possono comodamente caricare le loro carte di credito o debito per effettuare da mobile pagamenti contactless in negozi, ristoranti e molti altri luoghi, è di per sé eloquente. Alcune appoggiandosi a collaborazioni con start up fintech già iniziano a offrire servizi di prestito e a sfruttare gli effetti di rete per espandersi nel mercato delle assicurazioni, della gestione del risparmio e degli investimenti.

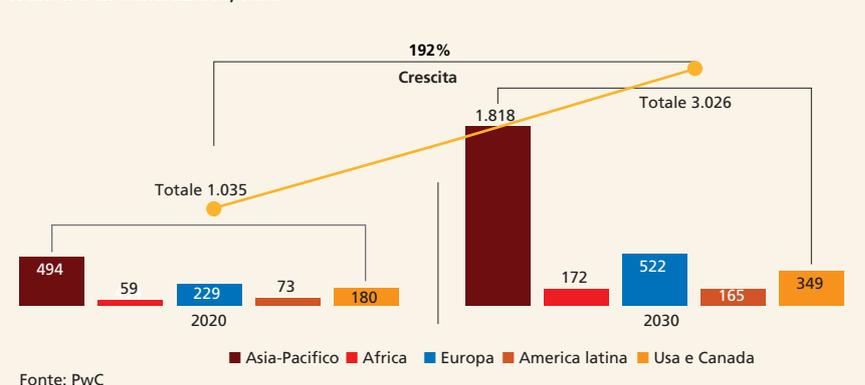
Dal profilo tecnico, il circuito dei pa-

gamenti sta affrontando un'evoluzione di notevole portata, che moltiplica le alternative al contante. «Se vedremo o meno una società veramente cashless non è però tanto una questione tecnologica quanto piuttosto politica. Il dibattito è iniziato già da un po', specialmente in Scandinavia, e diventerà più intenso con le Banche centrali che stanno considerando l'emissione

Difficile dire a quando e se mai si avrà una società senza contanti. La corsa del cashless comunque è indiscutibilmente lanciata: nettamente in testa i Paesi dell'Asia-Pacifico.

Il volume delle transazioni cashless triplicherà nei prossimi 10 anni

Numero di transazioni, mld



Dal canto loro, se gli svizzeri continuano a prediligere i contanti, dal manifestarsi del coronavirus l'uso ne è sensibilmente diminuito, a vantaggio dei pagamenti digitali. È la carta di debito il mezzo di pagamento più popolare (31%), che ha scalzato dal primo posto la carta di credito in termini di fatturato e il contante per numero di transazioni, sebbene raramente venga utilizzata online, soprattutto per importi elevati, saldati invece tramite fattura o dispositivo mobile. Altri fattori quali il luogo in cui viene effettuata la transazione e caratteristiche personali, come classe di età, fascia di reddito e sesso possono incidere, come emerge dai dati presentati dallo Swiss Payment Monitor 2021 dell'Università di San Gallo e dalla Zhaw di Zurigo, che confermano il sondaggio sui pagamenti della Bns.

Nonostante le variazioni regionali, la tendenza generale depone chiaramente verso un costante aumento dei pagamenti digitali, che a livello globale già raggiungono un volume di 1 trilione di transazioni, il 65% per ora in Cina e Usa. «Le motivazioni sono molteplici: pagare elettronicamente è più conveniente; in molte situazioni usare i contanti non è possibile, ad esempio su internet, o sarebbe complicato, come quando si viaggia all'estero; i politici vi spingono o costringono i consumatori, ad esempio per contrastare l'evasione fiscale, riciclaggio e lavoro in nero; i commercianti beneficiano di costi e rischi inferiori non dovendo più gestire il contante; e così via», prosegue Managing Director di Worldline Svizzera.

In particolare, a imporsi come nuovo standard è la modalità contactless, che permette di evitare di inserire la carta nel terminale e, al di sotto di un certo importo (in Svizzera raddoppiato da 40 a 80 franchi complici le misure igieniche dettate dalla pandemia), non richiede nemmeno il Pin, mentre qualora si utilizzi un e-wallet come Apple Pay o Samsung Pay, l'autenticazione avviene grazie al riconoscimento facciale o l'impronta digitale. «Il che conferma come la qualità dell'esperienza dell'utente e la convenienza anche per il retailer siano fattori determinanti nell'evoluzione dei pagamenti elettronici. Guardando al domani, le carte virtuali potranno essere memorizzate in orologi intelligenti, indossabili, ma anche venir collegate a dispositivi (come un frigo o un'auto) che, connessi a internet, effettueranno automaticamente gli ordini

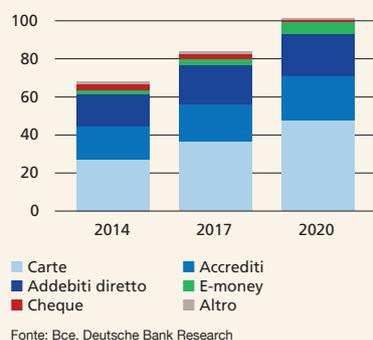
«Se in futuro vedremo davvero società senza contanti non è tanto una questione tecnologica quanto piuttosto politica. Il dibattito è iniziato già da un po', specialmente nei Paesi scandinavi, e diventerà più intenso con le Banche centrali che stanno considerando l'emissione di loro valute digitali, le cosiddette Cbdc»

Marc Schlupep,
Managing Director di
Worldline Svizzera



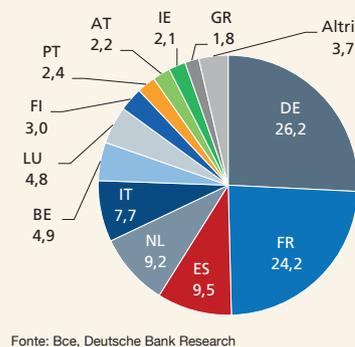
Anche in Europa prosegue la crescita dei pagamenti cashless

Eurozona, numero di transazioni, mld, 2020



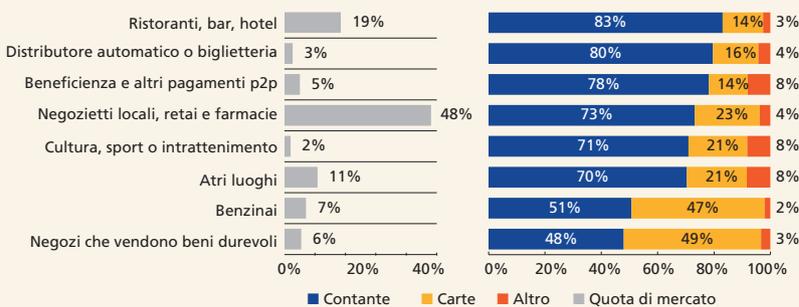
A dettare il trend nell'Ue le principali economie

Numero di transazioni in mld, 2020



Il luogo di acquisto determina il mezzo (e vince ancora il contante)

Pagamenti effettuati per luogo di acquisto (sx) e tipo di pagamento (dx), in base al numero di operazioni effettuate, 2019



in base a criteri predefiniti senza che il consumatore sia parte attiva di questo processo. Nel mondo fisico, i pagamenti saranno poi abilitati in base a prestabilite azioni del consumatore e l'autenticazione biometrica», esemplifica Marc Schlupep.

Restare al passo con gli ultimi sviluppi è fondamentale nella gara al rialzo tecnologico instauratasi tra le Big Tech, forti delle competenze tecnologiche e della loro penetrazione di mercato, e gli ope-

«Sebbene a ritmi inferiori della Cina, l'affermazione dei pagamenti cashless prosegue anche in Europa. Nel 2020 il volume è aumentato del 3,7% su base annuale, a 101,6 miliardi, e il valore dell'8,7% a 167,3 trilioni di euro. Il contante rimane però il mezzo più utilizzato al punto vendita, ad esempio, per bar, ristoranti e hotel, mentre si scende sotto il 50% per i negozi di beni durevoli.

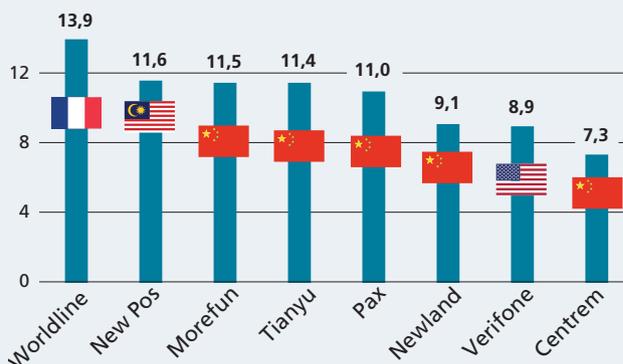
Da pioniere a leader delle transazioni elettroniche

Con una presenza fisica in oltre 50 Paesi, Worldline è l'unico player europeo nei servizi di pagamento elettronico a competere con i concorrenti del mercato globale. Grazie all'integrazione di Ingenico, a fine 2020, il gruppo francese è diventato quarto a livello internazionale e primo in Europa: con 4,8 miliardi di euro di ricavi e 20mila dipendenti (700 in Svizzera) assicura a un milione di commercianti e 1.200 banche e istituzioni finanziarie un'offerta che abbraccia l'intero ecosistema dei pagamenti, dalla gestione dei terminali al digital banking. Inoltre è il più grande merchant acquirer e il terzo maggior operatore di payment acceptance online. Pioniere nella trasformazione delle transazioni dal 1973, quando si aggiudicò il primo contratto mondiale per la gestione di carte di credito, oggi Worldline si confronta con i tanti cambiamenti nell'industria dei pagamenti. «In tale contesto, diventa fondamentale anticipare le tendenze, reagire rapidamente e concentrarsi sul cliente, per offrire un portafoglio di servizi di alta qualità che copra tutte le esigenze da un'unica fonte, nonostante la crescente complessità», dichiara Marc Schluep, che del Gruppo è entrato a far parte in seguito all'acquisizione nel 2018 della Six Payment Services. «Una mossa strategica, questa, che non solo ha rafforzato la competitività grazie a costi unitari più bassi, ma ha anche garantito che i nostri clienti possano usufruire più rapidamente di servizi nuovi e migliori grazie al raggruppamento delle attività di innovazione. Inoltre, la maggiore portata geografica è di grande importanza, soprattutto per i fornitori di servizi online globali o per le società presenti in un gran numero di Paesi dentro e fuori l'Europa», sottolinea Schluep che, all'epoca Ceo di Six Payment Services, è poi stato nominato managing director di Worldline Svizzera.

Per restare allo stato dell'arte, ogni anno il Gruppo investe in media 300 milioni di euro in innovazione e rafforza costantemente le proprie partnership. «È sugli aspetti meno ovvi che puntiamo per distinguerci in un mercato ormai altamente standardizzato, per esempio il forte ancoraggio locale con

Un'europea guida il mercato dei Pos

Mln di unità Pos consegnate nel 2020 per produttore



Fonte: Nilson Report 2021

un servizio clienti regionale, la grande portata geografica o le innovazioni come il nostro codice Qr code», nota il managing director di Worldline Svizzera. Ultima novità in ordine di tempo, il servizio WL Crypto Payments, lanciato a settembre insieme a Bitcoin Suisse: malgrado il volume di transazioni elaborato con monete virtuali sia ancora estremamente basso in Svizzera, si è voluto iniziare a supportare quei commercianti interessati a offrire ai clienti la possibilità di pagare con Bitcoin o Ether, sia presso il punto di vendita che nell'e-commerce. «L'introduzione del servizio ha richiesto di allinearci con la Finma e le organizzazioni di autoregolamentazione e, dal punto di vista tecnico, è stata necessaria un'integrazione end-to-end del metodo di pagamento nelle nostre infrastrutture di accettazione e acquisizione», precisa Marc Schluep. L'attenzione che Worldline riserva alle criptovalute e alla blockchain spiega anche perché sia stata coinvolta nel progetto "Trusted Blockchain" della Commissione europea: un'occasione da un lato per ampliare le sue conoscenze, dall'altro per contribuire a un'iniziativa importante per l'intera società, con l'obiettivo di svincolarsi dalla dipendenza tecnologica da Stati Uniti e Cina.

ratori storici del settore delle transazioni come Visa e Mastercard. I grandi circuiti di carte rischiano di vedere erosa la propria posizione dai metodi di pagamento emergenti. «L'open banking permette ai fornitori di servizi di pagamento di terze parti di avviare un pagamento da banca a banca con il consenso del proprietario del conto, senza la necessità di utilizzare i circuiti delle carte. In Europa, la Direttiva sui Servizi di pagamento 2 (Psd2) entrata in vigore nel settembre 2020 fornisce il rispettivo quadro di riferimento, e centinaia di fintech innovative stanno lottando per questo mercato enorme e lucrativo. Tuttavia, Visa e Mastercard non stanno assistendo passivamente, ma si sono posizionate acquisendo piattaforme di open

banking, come ad esempio Vocalink nel Regno Unito e parti di Nets per Mastercard, o la piattaforma europea di open banking Tink per Visa», nota il Managing Director di Worldline Svizzera.

Sugli allori non può riposare nemmeno un pioniere dei pagamenti digitali come PayPal, d'altronde nata sotto il segno di un innovatore come Elon Musk, quando nel 2000 la sua banca online, X.com, ebbe l'intuizione di acquisire un'azienda software che aveva sviluppato un metodo di pagamento semplice ed efficace, la Confinity di Peter Thiel (a sua volta uno dei maggiori venture capitalist della Silicon Valley, primo investitore esterno nel 2004 di Facebook, anche se ha appena lasciato il Cda di Meta), per poi venderla

due anni dopo a eBay. Per mantenersi competitiva, ogni anno PayPal si apre a servizi che vanno al di là dell'e-commerce facendo leva sulla sua rete, ad esempio nel 2022 dovrebbe introdurre l'offerta della copertura sanitaria ma anche sessioni di counseling per lavoratori.

Le nuove dinamiche del settore dei pagamenti stanno mettendo in discussione anche il tradizionale ruolo di intermediari delle transazioni degli istituti bancari. Un assaggio lo offre Apple Pay, che negli Stati Uniti già offre una propria carta di credito, una mossa che non pochi istituti hanno percepito come un'invasione di campo. «Sia che si tratti della concorrenza delle neobanche, dunque banche integralmente digitali che mettono a

In Europa, nel 2020 sono state Germania, in forte crescita, e Francia a realizzare circa la metà delle operazioni di pagamento cashless. L'interesse cresce anche in Svizzera, dove in media si possiedono ormai a testa quattro tipologie di mezzi alternativi al contante. Sono in particolare rapidità, semplicità d'uso e sicurezza a decretarne il successo.

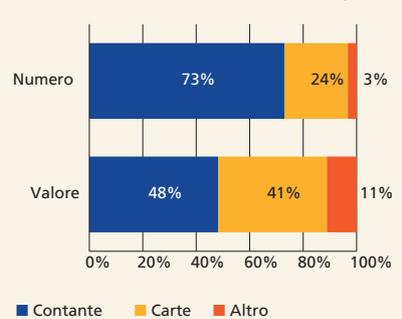
disposizione i propri servizi tramite App rappresentando un'alternativa a basso costo al classico rapporto bancario, sia che si tratti di fintech e colossi come Apple che si frappongono tra le istituzioni finanziarie e i loro clienti fornendo servizi bancari a più alto margine in un formato rivitalizzato, le banche stanno combattendo su più fronti. Pertanto sono chiamate - e già lo stanno facendo - a ripensare i loro ruoli, come interagiscono con la clientela e come fanno leva sulla fiducia, il loro bene più prezioso», commenta Marc Schluep.

Dal canto loro, le Big Tech sono pronte a dispiegare i propri potentissimi mezzi per inseguire la preda fiutata. Le ragioni che hanno spinto Amazon, Apple, Google, Facebook, Alibaba, Tencent & Co. a entrare nei pagamenti sono più di una. In primo luogo, queste aziende si sforzano di posizionarsi come 'compagni di vita' dei loro utenti, affiancandoli con le loro super-app durante tutta la giornata, per svolgere le più svariate attività: inviare messaggi, giocare, fare ricerche su internet o guardare un film, prenotare viaggi, un taxi o altri servizi, fare shopping, ...e naturalmente pagare. «Questo porta al secondo punto: i dati generati dagli utenti. Mentre i comuni dati di navigazione sono utilizzati per il marketing mirato - strategia che ha permesso a Google e Facebook di diventare le più grandi piattaforme pubblicitarie a livello globale -, quelli raccolti attraverso queste super-app possono essere sfruttati in senso molto più ampio. Ad esempio, sulla base dei dati degli utenti di Alipay, Ant Financial, il braccio dei servizi finanziari di Alibaba, ha abbastanza informazioni per decidere sulle richieste di prestito in soli 3 secondi, e l'azienda fornisce anche assicurazioni e molti altri servizi finanziari ai suoi utenti», avverte il Managing Director di Worldline Svizzera.

Parlando poi di pagamenti digitali, si pone in primo piano la questione della sicurezza. Per quanto il volume delle

Mezzi utilizzati per pagamenti al punto vendita e p2p

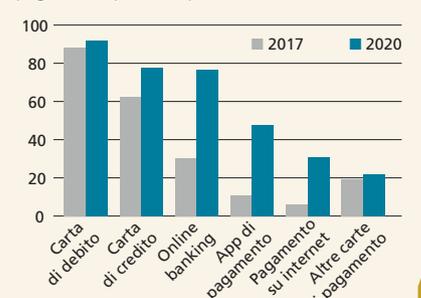
Volume e valore delle transazioni, 2019



Fonte: Bce

Anche in Svizzera cresce la popolarità delle alternative al contante

Sondaggio Bns: "Quali dei seguenti mezzi di pagamento possiede personalmente?"



Fonte: Bns

Rapidità, semplicità d'uso e sicurezza dietro il successo del cashless

Sondaggio Bns: "Quale è il criterio più importante quando si tratta di decidere per quale mezzo di pagamento optare?"



Fonte: Bns

transazioni elettroniche sia massicciamente aumentato negli ultimi anni, i tassi di frode sono rimasti relativamente stabili. Sia l'industria dei pagamenti che i regolatori investono costantemente per aumentare la sicurezza. Per esempio, la direttiva europea sui servizi di pagamento 2 ha reso l'autenticazione a due fattori, la cosiddetta Secure Customer Authentication, lo standard di legge, e sviluppi come la tokenizzazione stanno rendendo i pagamenti elettronici molto più sicuri.

Ci si potrebbe anche chiedere quanto del futuro dei pagamenti digitali dipenda dalla diffusione delle valute virtuali. Nel 2019 sembrava che la svolta sarebbe arrivata da Libra, la stablecoin profetizzata da Facebook. Poi rebrandizzata Diem, ha però visto sfilarsi i principali investitori, intimoriti dall'ostilità mostrata dagli enti regolatori statunitensi verso il progetto, che si è chiuso con la vendita alla Silvergate Bank. Era ancora prematuro? «Personalmente credo che le valute digitali siano destinate prima o poi ad affermarsi. Tuttavia, la politica avrà un peso decisivo, come si è visto in questo caso. Governi, banche centrali e autorità di regolamentazione perderebbero la sovranità sulla politica monetaria se una criptovaluta riuscisse ad affermarsi contro le valute fiat. Si

può quindi supporre che saranno le Cbdc a conquistarsi una posizione nel lungo termine, mentre le criptovalute private come Bitcoin o Ether rimarranno un fenomeno marginale», prevede Marc Schluep, che ricopre anche il ruolo di Global Head of Strategy & Scheme Management Merchant Services per Worldline a livello internazionale. Il Gruppo accetta a oggi oltre 350 metodi di pagamento. Una cifra che rivela l'enorme eterogeneità delle alternative sul mercato e suggerisce un futuro consolidamento. «Varie ragioni inducono a ipotizzarlo. Innanzitutto, i pagamenti sono un business di scala. Non importa che attraverso un'infrastruttura di pagamento si elaborino un milione o un miliardo di transazioni, i costi rimangono più o meno gli stessi. Di conseguenza, i grandi fornitori possono operare con costi unitari molto più bassi e hanno quindi un vantaggio competitivo decisivo sui più piccoli. In secondo luogo, dal punto di vista del consumatore, è importante che un metodo di pagamento non funzioni solo nel mercato nazionale, ma possa essere usato anche a livello internazionale. Il che porterà automaticamente a fusioni almeno regionali», conclude Marc Schluep.

Susanna Cattaneo