

Multimedia

Addio carta di credito, adesso si paga con l'orologio: il boom dei wearable

FRANCESCA VERCESI ▶ pagina 18

Addio carta di credito Il caso ora si paga con l'orologio

Si dovranno chiarire l'affidabilità di certe rilevazioni e le conseguenze, sulla psiche e la privacy, di un eccesso di dipendenza da dati. Ma questo è il tempo dell'iperconnessione, che dovrebbe renderci la vita più facile, o forse solo più tracciata e tracciabile. Intanto, dopo aver monitorato il sonno, il glucosio e la distanza percorsa correndo, si può anche decidere di comprarsi uno snack a fine allenamento. Per pagarli, non servono bancomat né smartphone. Basta indossare uno smartwatch, un anello o un bracciale.

Si chiama con il termine inglese "wearable" e rappresenta l'ennesima onda d'innovazione tecnologica, questa volta indossabile, che incorpora il pagamento. I *device* di nuova generazione, che usano la tecnologia Nfc (Near-field communication), la stessa dei pagamenti con carta contactless, piacciono. E se a fare scuola sono Cina e Stati Uniti, anche l'Europa si sta entusiasmando. Da una ricerca di MasterCard presentata al Mobile World Congress di Barcellona, infatti, 175 milioni di cittadini europei si sono detti disposti a sperimentare i metodi di pagamento attraverso *device* indossabili. Del resto i pagamenti contactless nel 2018 sono aumentati del 171% e l'uso ne sarà favorito anche tramite i wearable.

È un settore che, sebbene non abbia raggiunto le previsioni euforiche immaginate da società come Tractica, che ipotizzava un mercato da 500 miliardi di dollari entro il 2020, promette comunque bene. Così bene da aver portato il colosso del

la ricerca CCS Insight a stimare che le vendite globali di dispositivi indossabili potranno crescere (e molto) nei prossimi anni. Il mercato potrebbe arrivare a valere quasi 30 miliardi di dollari entro il 2023. E se nel 2016 erano 90 milioni gli "indossabili" presenti sul mercato, le stime al 2023 parlano ora di 260 milioni. I cinesi, come accennato, sono prodigiosi acquirenti di questi dispositivi grazie ai prezzi bassi, all'enorme spinta demografica e a una popolazione giovane.

I GADGET DI ANDROID

L'esempio più immediato per pagare via wearable è l'Apple Watch, usando Apple Pay. Una volta configurato sull'iPhone, basta poco per attivare la funzione sull'orologio. Lo stesso dicasi per i Samsung con Samsung Pay: anche il Gear S3 e il Gear Sport usano la tecnologia Nfc per dialogare con i bancomat dei negozi. Il Gear S3 ha anche la tecnologia Mst (Magnetic secure transmission), compatibile con i Pos di nuova generazione. E presto altri orologi si aggungeranno, soprattutto da quando sul mercato è arrivato Google Pay, che ha esteso le funzioni di pagamento anche ai gadget basati su Android. Apple, Google, Samsung, Fitbit o Garmin, quindi, offrono già soluzioni per pagare con il proprio *smartwatch* o bracciale smart.

L'Italia è il quinto mercato europeo per tecnologia indossabile (dodicesimo nel mondo) ma sarà il terzo entro il 2022, secondo Euromonitor. Le vendite, infatti, sono state pari a 207 milioni di euro nel 2017, con una crescita del 108% rispetto all'anno precedente e il 2018 ha conferma-

to la tendenza. E, a sentire Euromonitor, farà sempre più status indossarli. Dice Emiliano Imbimbo, responsabile Digital issuing products di Nexi, che «il potenziale è grande perché i pagamenti digitali in Italia sono solo il 25 per cento del totale delle spese delle famiglie, contro una media del 43 nell'Unione europea. Il Regno Unito è al 68 per cento mentre i Paesi nordici sono oltre l'85. In Italia la crescita viaggia a una media annua dell'11%. Per questo è plausibile pensare che i wearable daranno una spinta alla diffusione dei *digital payments*».

AL POLSO C'È NEXI

Nexi, che dei pagamenti digitali è leader in Italia, ha stretto già accordi con Fitbit e Garmin per mettere i pagamenti via wearable a disposizione dei clienti di 100 banche partner: significa che 4,5 milioni di carte in Italia, grazie a Nexi, sono abilitate ai servizi di pagamento *contactless* tra-

mite gli *smartwatch* di Fitbit e Garmin. «Come PayTech delle banche, puntiamo a far sì che il nostro Paese si allinei alla media europea investendo in tecnologie e innovazione. Non è questione di "se", bensì di "quando"», spiega Imbimbo. Che conclude: «I clienti delle nostre banche partner possono effettuare acquisti in tutti i negozi dotati di un pos *contactless*, pari al 75 per cento degli esercizi commerciali in Italia. Basta avvicinare lo *smartwatch* al dispositivo di pagamento e inserire un codice segreto». Nexi sta per siglare ulteriori accordi con altri brand. Per ora ci si concentra sugli *smartwatch*.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FRANCESCA VERCESI, ROMA

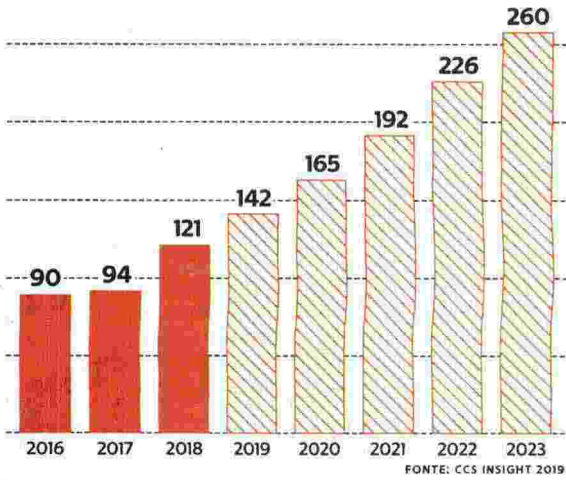
Dopo il boom in Cina e negli Usa, i dispositivi per i pagamenti digitali che si indossano volano pure in Europa. E in Italia nel 2018 il mercato è raddoppiato

I numeri



I DATI E LE PREVISIONI
SULLA DIFFUSIONE GLOBALE DEI DISPOSITIVI WEARABLE

IN MILIONI DI UNITÀ



BLOOMBERG/GETTY IMAGES

+108

PER CENTO

L'aumento 2017
delle vendite di
wearable in Italia,
confermato
anche nel 2018

Un terminale
di pagamento su
uno smartwatch
Fitbit

