

La PayTech

Nexi, pagamenti e tecnologia

Siamo gli ultimi nostalgici del contante? Gli italiani sono decisamente meno avvezzi ai pagamenti digitali dei loro corrispettivi europei: secondo gli ultimi dati raccolti sul tema, la percentuale di pagamenti effettuati tramite carte di credito, debito, piattaforme online o app per smartphone nel nostro Paese tocca il 26% sul totale dei consumi delle famiglie, contro il 46% che indica la media dei pagamenti negli altri Paesi dell'Unione europea. Avvicinare il più possibile la percentuale italiana a quella della media europea è l'obiettivo di Nexi, società che si occupa dei sistemi di pagamento.

La PayTech – termine che le viene affiancato per definire la sua specializzazione nei metodi per portare a termine una transazione e per la sua natura fortemente tecnologica – può contare in Italia su una rete di distribuzione dei suoi prodotti che si basa su 150 banche. I suoi servizi vengono usati ogni giorno da 30 milioni di cittadini per pagare in qualche modo e, senza i suoi prodotti, 890 mila esercenti di negozi in giro per lo Stivale non potrebbero incassare i soldi delle vendite. La società, che a breve spegnerà due candeline, è nata il 10 novembre 2017 a seguito del rebranding di Icbpi e CartaSi, due gruppi acquistati nel 2015 da Advent International, Bain Capital e Clessidra per un totale di 2,15 miliardi. Attualmente gestisce, insieme alle banche di cui è partner, 1,4 milioni di Pos, 41 milioni di carte di pagamento, 13 mila e 400 Atm e 420 mila postazioni di e-banking. Dal novembre 2017 sono entrate in Nexi – tra acquisizioni e società confluite – Basilichi, Setefi,

Attualmente gestisce, insieme alle banche partner, 1,4 milioni di Pos, 41 milioni di carte di pagamento, 13.400 Atm e 420 mila postazioni di e-banking

i merchant book di Carige, di Deutsche Bank, di MPS e Sparkling, per un totale di 2 miliardi. Una cifra che si aggiunge al piano industriale previsto dalla stessa Nexi per lo sviluppo di nuove tecnologie. Ma Nexi ha collezionato nella sua storia anche un altro importante tassello: il 16 aprile 2019 è sbarcata a Piazza Affari con la più grande Ipo del 2019 in Europa, con un enterprise value pari a 7,3 miliardi di euro. Al momento è quotata sull'indice Mta di Borsa Italiana.

Perché è così fondamentale traghettare la società verso un numero sempre più crescente di pagamenti digitali? Per Nexi gioca un ruolo chiave nel supportare la crescita del Paese, ma anche nel migliorare i servizi delle istituzioni e delle imprese. «La digitalizzazione dei pagamenti può portare benefici concreti a tutto il Paese perché semplifica la vita dei cittadini, favorisce lo sviluppo delle imprese, migliora l'efficienza della pubblica amministrazione — ha detto Marco Ferrero, direttore commerciale di Nexi —. Vogliamo aumentare la diffusione dei pagamenti digitali, e per farlo, lavoriamo insieme a tutte le banche partner per promuovere quotidianamente sul mercato prodotti e servizi innovativi e digitali, sempre più semplici veloci e sicuri».

Tra le categorie su cui la società ha deciso di puntare ci sono i giovanissimi, Millennials e Generazione Z. Secondo uno studio di Reply più del 50% dei nativi digitali prevede un minore utilizzo del contante in futuro. A loro Nexi ha dedicato Yap, l'app gratuita basata su una prepagata virtuale che consente di effettuare transizioni anche online o di scambiarsi denaro, di condividere un conto (magari con gli amici con cui si va a giocare a calcetto, per poter pagare il campo senza dover svuotare le tasche in cerca degli spiccioli). Il servizio sfrutta la sicurezza dello smartphone, richiedendo la password più l'impronta digitale o il riconoscimento facciale per dare il via alla transizione.

Al. Sca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Manager
Marco Ferrero,
direttore
commerciale Nexi

