

Nexi

Dallo smartphone al multicanale

Secondo una ricerca del Politecnico di Milano il 2018 sarà l'anno dei *mobile digital payment*. Protagonista: lo smartphone. Su questo fronte, Nexi sfida il mercato con un bouquet di proposte, dalle app ai micro pagamenti. Con un occhio al multicanale. La pay tech si propone come ponte per il passaggio verso quella cashless society dalla quale l'Italia è lontana. Avviene in contante l'80% delle transazioni, mentre la media europea sta attorno al 40%.

Sono quattro i più recenti servizi lanciati dal gruppo guidato dall'ad Paolo Bertoluzzo, a partire da Nexi Pay e Nexi Business, applicazioni per tenere sotto controllo la situazione contabile, pagare in mobilità, avere un quadro aggiornato di incassi o transazioni del negozio, fisico e online. Contro la difficoltà dei micropagamenti, co-

me il caffè del mattino al bar, viene in aiuto la campagna omonima, attiva tutto l'anno. Gli esercenti riceveranno il rimborso delle commissioni per importi sotto i dieci euro. Obiettivo: sensibilizzare il commercio sul costo delle transazioni che oscillano, dicono in Nexi, dallo 0,7% del bancomat all'1,2% delle carte di credito. Insomma, l'onere del barista per un caffè ammonterebbe a un centesimo (1%) e addio alle monetine in cassa. Infine, Nexi ha acquisito Sparkling 18, realtà italiana che realizza, per clienti top (come Eataly, Auchan, Roadhouse) app di acquisto multicanale e offre piani di fidelizzazione. In Italia i pagamenti omnichannel arriveranno a 25 miliardi entro il 2025.

F. So.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

