

La strategia di Mountain View

# Arriva Google Pay, i pagamenti con lo smartphone

—Mancava un tassello al mosaico di pagamenti contactless con lo smartphone ed è arrivato: Google ha lanciato anche in Italia Google Pay.

Serve a fare acquisti nei negozi fisici con gli smartphone Android (in Italia rappresentano oltre l'85% del mercato) ma può essere utilizzato anche sui siti web. Google punta sulla facilità d'uso: si registra una carta di pagamento all'interno dell'app, si avvicina lo smartphone a un Pos contactless e si paga. Google Pay si aggiunge a sistemi analoghi degli operatori (Vodafone e Tim), degli altri produttori di dispositivi (Apple e Samsung, con Huawei che potrebbe presto scendere in campo), di banche e app (Satispay, Tinaba).

«A fine 2017 in Italia abbiamo registrati i primi volumi nei "mobile proximity payment" — spiega Ivano Asaro, direttore dell'Osservatorio Mobile Payment del Politecnico di Milano —. Cifre ancora piccole, intorno ai 70 milioni di euro. Tuttavia, i pagamenti contactless l'anno scorso sono arrivati a 18 miliardi complessivi. Circa 3-4 anni fa i volumi hanno preso a salire e poi sono esplosi. Ci aspettiamo che una dinamica simile possa innescarsi nei prossimi anni per gli smartphone».

## 85%

**i cellulari**  
che in Italia  
utilizzano  
il sistema  
Android



**Ceo**

L'amministratore delegato di Google, Sundar Pichai, 46 anni, nato in India

Per utilizzare Google Pay è necessario avere una carta di un emittente autorizzato. Hanno aderito al servizio Boon, Hype, Banca Mediolanum, N26, Nexi (che ha oltre 150 banche partner), Revolut, Tim Pay, Widiba. Poste Italiane e Carta BCC sono in arrivo nei prossimi mesi.

Una lista da cui mancano molti nomi importanti, ma Google è al lavoro per allargare la platea. E allo stesso tempo rassicura sui dubbi legati a sicurezza e privacy: «I dati relativi alla carta non vengono mai trasmessi in chiaro durante la transazione, che avviene attraverso la tecnologia Nfc», ci ha spiegato Florence Diss, responsabile di Google per l'Europa

del settore Commerce Partnership. Quanto alla privacy, tema assai sensibile per l'azienda (a maggior ragione dopo la diffusione dell'accordo segreto con Mastercard per scambiarsi dati sui clienti), Diss chiarisce che «i dati delle transazioni effettuate su Google Pay non sono utilizzate per erogare pubblicità mirata o per alcun tipo di targetizzazione del pubblico».

**Paolo Ottolina**

© RIPRODUZIONE RISERVATA