



**LA PRINCIPALE SFIDA DI NEXI È QUELLA DI FARE IN MODO CHE TUTTI I PAGAMENTI SIANO DIGITALI. È UNA SFIDA MOLTO IMPORTANTE IN UN MONDO IN CUI È SEMPRE PIÙ EVIDENTE CHE I CONTANTI SARANNO SUPERATI DALLA TECNOLOGIA.**

L'Italia è uno dei Paesi più evoluti in termini di adozione di strumenti tecnologici, ad esempio il mobile, ma il numero dei nostri pagamenti digitali è ancora troppo basso rispetto alla media europea.

La mission di Nexi è puntare sull'innovazione degli strumenti di pagamento, sullo stimolo al loro utilizzo e sull'impegno costante per guidare e consigliare i clienti ogni giorno. Per saperne di più abbiamo intervistato Emiliano Imbimbo, Responsabile Digital Products di Nexi.

#### **QUAL È LA SITUAZIONE DEI PAGAMENTI DIGITALI IN ITALIA?**

Nel nostro Paese i pagamenti digitali vengono usati per circa il 25% degli acquisti: siamo distanti dalla media europea, che viaggia a velocità quasi doppia, dal 68% della Gran Bretagna e dall'oltre 85% che si registra in alcuni Paesi del Nord Europa. Finalmente anche in Italia il settore ha ormai superato una dimensione di nicchia e si è attivato un circolo virtuoso. Chi utilizza i pagamenti digitali riconosce i vantaggi di questo strumento in termini di sicurezza ed efficienza delle transazioni e spinge altri a fare lo stesso. Negli ultimi anni, infatti, il tasso di crescita è dell'11%-12% annuo.

#### **A COSA È DOVUTO QUESTO RITARDO RISPETTO AL RESTO D'EUROPA?**

È un fattore principalmente culturale. In Italia non mancano gli strumenti, anzi, circa il 92% degli italiani ha in tasca almeno una carta di pagamento e il nostro è tra i Paesi con il maggiore numero di POS per esercente. È importante capire che l'utilizzo del digitale

# CON NEXI PAGAMENTI DIGITALI PIÙ SICURI, PIÙ COMODI E PIÙ VELOCI

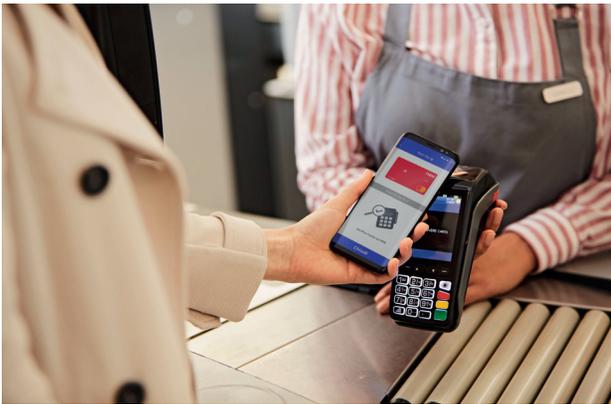
I PAGAMENTI DIGITALI IN ITALIA SONO ANCORA POCHI RISPETTO ALLA MEDIA EUROPEA MA HANNO ORMAI SUPERATO UNA DIMENSIONE DI NICCHIA. QUESTO GRAZIE ANCHE ALL'INTRODUZIONE DI SEMPRE NUOVI STRUMENTI DI PAGAMENTO E ALL'IMPEGNO DI AZIENDE COME NEXI CHE AFFIANCANO I CLIENTI A 360 GRADI.

**DI GIANNI MARTINELLI**

nei propri acquisti è una risorsa economica per il Paese oltre a rendere nel quotidiano i pagamenti più sicuri, veloci e pratici per tutti. Per diffondere l'utilizzo dei pagamenti digitali, come Nexi, lavoriamo su tre fronti: l'innovazione degli strumenti di pagamento, lo stimolo al loro utilizzo, l'impegno costante per affiancare i clienti quotidianamente.

#### **LE MODALITÀ DI PAGAMENTO PIÙ EVOLUTE, PER ESEMPIO I MOBILE WALLET, POSSONO ESSERE UNO STIMOLO ALLA CRESCITA DEL SETTORE?**

Sì, siamo convinti che le soluzioni tecnologicamente più all'avanguardia possano essere di grande aiuto. Basti pensare che in base alla ricerca dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce del Politecnico di Milano il 66% degli utenti che utilizzano app di pagamento è pienamente soddisfatto della propria esperienza. È un aspetto che va tenuto in forte considerazione: gli utenti apprezzano molto la velocità e l'immediatezza, soprattutto quelli in fascia di età 18-35 anni. Un altro aspetto particolarmente apprezzato, anche



SOPRA, L'UTILIZZO DELLE APP PER I PAGAMENTI, SEMPRE PIÙ APPREZZATA AL POSTO DI CARTE E CONTANTI. A DESTRA, EMILIANO IMBIMBO, RESPONSABILE DIGITAL PRODUCTS DI NEXI.

dagli over 35, è la lista dei movimenti ben ottimizzata, senza dimenticare i vantaggi nell'utilizzo dell'app al posto di carte e contanti.

**QUINDI LA FUNZIONALITÀ DI PAGAMENTO DA MOBILE È DESTINATA A CRESCERE?**

Sta già crescendo a ritmi davvero sostenuti in tutta Europa: in base al 'Commerce index 2019', si sta verificando sul mercato un'impennata dei digital wallet, con un +400% negli acquisti in negozio trainata dal lancio di Apple Pay, Google Pay e Samsung Pay in molti Paesi nel corso del 2018 e dall'utilizzo sempre più frequente di WeChat Pay e Ali-pay da parte dei viaggiatori cinesi.

**POSSIAMO DIRE, QUINDI, CHE I MOBILE WALLET SONO UNA REALTÀ CHE SI STA CONSOLIDANDO. QUAL È, INVECE, IL TREND DEL FUTURO? È VERO CHE LA TECNOLOGIA INDOSSABILE FA PARTE DEI DEVICE CHE POTREBBERO CRESCERE MAGGIORMENTE?**

Effettivamente la 'tecnologia indossabile', cioè orologi, bracciali, anelli che consentono di effettuare, tra le altre cose, anche pagamenti contactless, stanno suscitando una curiosità sempre maggiore. Negli States sono molto diffusi, ma anche in Europa cominciano a prendere piede in modo significativo. In base a una ricerca di MasterCard presentata al Mobile World Congress svoltosi a Barcellona nel 2018, 175 milioni di cittadini europei sarebbero disposti a sperimentare i metodi di pagamento attraverso device indossabili. Anche perché i pagamenti contactless nel 2018 sono aumentati del 171%, e questo ne favorisce l'utilizzo anche tramite device innovativi, come appunto gli wearables. Si tratta di un mercato che, nel mondo, è passato da un valore di 16,07 miliardi di dollari del 2016 ai 26,43 del 2018, con proiezione a 73,27 nel 2022 per valore di dispositivi venduti. Già alla

fine del 2018 il numero di pezzi in circolazione nel mondo era di 593 milioni, l'80% dei quali smartwatch, e saranno 722 milioni alla fine di quest'anno.

**QUAL È LA SITUAZIONE IN ITALIA SUGLI WEARABLES?**

L'Italia si posiziona attualmente come il quinto mercato europeo per tecnologia indossabile, e dodicesimo nel mondo. La buona notizia è che saremo il terzo mercato del vecchio continente entro il 2022, essendo il nostro il Paese con il più alto tasso di crescita, come conferma la ricerca di Euromonitor di maggio 2019. Le vendite di indossabili in Italia, infatti, sono state pari a 207 milioni di dollari nel 2017, con una crescita del 108% rispetto all'anno precedente, tendenza positiva confermata anche nel 2018.

**SIETE IL LEADER IN ITALIA NEI PAGAMENTI DIGITALI: STATE PUNTANDO ANCHE SUL SEGMENTO WEREABLES?**

La nostra mission è rendere ogni pagamento digitale, perché più comodo, più sicuro, più veloce. Presidiamo, quindi, tutte le tecnologie, le tendenze e le novità che possono favorirne la diffusione nel nostro Paese. Gli wereables sono uno dei trend futuri e per questo motivo Nexi ha scelto di mettere a disposizione i pagamenti tramite smartwatch per i clienti di oltre 100 banche italiane. Abbiamo già stretto accordi con Garmin e con Fitbit. 4,5 milioni di carte sono abilitate ai due servizi di pagamento contactless che consentono di





LA DIFFUSIONE DEGLI INDOSSABILI HA MODIFICATO MOLTE AZIONI QUOTIDIANE, DAI PAGAMENTI AL FITNESS.

plimente avvicinando lo smartwatch al dispositivo di pagamento e viene conclusa in totale sicurezza, perché prima di confermare ed effettuare un pagamento, il cliente deve inserire un codice segreto, precedentemente impostato.

#### COME È GARANTITA LA SICUREZZA DEGLI ACQUISTI?

Sono soluzioni estremamente sicure. La massima sicurezza della transazione è garantita dal fatto che non vengono memorizzati i dati della carta fisica sul dispositivo e, in fase di pagamento, viene utilizzato il codice che identifica la carta virtuale e non quella reale.

Per garantire ancora maggiore sicurezza, ogni volta che ci si toglie l'orologio dal polso o dopo 24 ore dal precedente inserimento, viene richiesto di immettere nuovamente il proprio codice PIN.



#### È VERO CHE SMARTWATCH E FITNESS TRACKER SONO DESTINATI A CRESCERE IN MODO PIÙ SIGNIFICATIVO?

La ricerca di maggio 2019 effettuata da CCS Insight conferma che gli smartwatch prenderanno sempre più piede e che le funzioni più gettonate saranno, appunto, i pagamenti contactless, oltre alle video chiamate. La sempre più ampia diffusione degli indossabili permetterà alle persone di compiere azioni quotidiane sempre più facilmente in situazioni diverse. Come per esempio quando si è fuori per una corsa, ci sarà la possibilità di uscire solamente con il proprio orologio. Mentre si corre, saranno raccolte migliaia di informazioni su passo, battito cardiaco e distanza percorsa; a corsa finita si potrà entrare in un bar e comprare uno sport drink pagando in semplicità con lo stesso orologio, lasciando a casa tutto il superfluo come portafoglio e smartphone.

effettuare acquisti in negozio tramite gli smartwatch compatibili. I due nuovi servizi si affiancano ad Apple Pay, Google Pay e Samsung Pay, già da tempo attivi per i clienti di carte di pagamento Nexi e utilizzabili non solo via smartphone ma anche sugli smartwatch compatibili.

I clienti delle banche partner di Nexi, quindi, possono effettuare acquisti in tutti i negozi dotati di un POS contactless, pari al 75% degli esercizi commerciali in Italia. La transazione viene effettuata sem-

#### COME NEXI, COSA VI ASPETTATE DA QUESTO SEGMENTO DI MERCATO PER IL FUTURO NEL NOSTRO PAESE?

L'Italia sta dimostrando di essere avanti sui mobile payment che stanno crescendo anno su anno di oltre il 50%. La nostra aspettativa è, quindi, che la componente wearable abbia prospettive di crescita importanti. Non va sottovalutata la nuova tendenza 'chic over geek': avere degli 'indossabili' sarà sempre più uno status. **MK**

## CHI È NEXI?

NEXI È LA PAYTECH LEADER IN ITALIA, OPERANTE IN PARTNERSHIP CONSOLIDATE CON CIRCA 150 ISTITUTI BANCARI CHE RAPPRESENTANO L'80% DEL NUMERO DI SPORTELLI DEL SISTEMA BANCARIO IN ITALIA. ATTRAVERSO LA SUA TECNOLOGIA CONNETTE BANCHE, PUNTI VENDITA E CITTADINI, RENDENDO POSSIBILI I PAGAMENTI DIGITALI. LA MISSIONE DI NEXI È RENDERE DIGITALE OGNI PAGAMENTO E AGEVOLARE LO SVILUPPO DELLA DIGITALIZZAZIONE DEL NOSTRO PAESE.

NEXI OPERA IN TRE SEGMENTI DI MERCATO:

- MERCHANT SERVICES & SOLUTIONS: INSIEME ALLE BANCHE PARTNER SERVE CIRCA 890.000 COMMERCianti E GESTISCE 1,4 MILIONI DI TERMINALI POS;
- CARDS & DIGITAL PAYMENTS: NEXI E LE BANCHE PARTNER GESTISCONO 41 MILIONI DI CARTE DI PAGAMENTO RIFERIBILI A CIRCA 30 MILIONI DI TITOLARI;
- DIGITAL BANKING SOLUTIONS: NEXI GESTISCE 13.400 ATM, CIRCA 420MILA POSTAZIONI DI E-BANKING E OLTRE 900 MILIONI DI TRANSAZIONI NEI SERVIZI DI CLEARING (DATO 2018).

INOLTRE STA SVILUPPANDO IL SISTEMA OPEN BANKING, IN COLLABORAZIONE CON IL CONSORZIO CBI, AL QUALE HANNO GIÀ ADERITO LE PRINCIPALI BANCHE ITALIANE.