

Bancomat prepara la svolta ed entra nel business dei pagamenti digitali

di Alessandro Graziani



(12963)

🕒 3' di lettura

Bancomat guarda al futuro e si prepara a entrare nel mercato dei pagamenti digitali. Una vera e propria svolta per il leader italiano delle carte di debito che, attraverso il PagoBancomat, entra in un business finora dominato dalle carte di credito (Visa, Mastercard) e dagli operatori digitali (a partire da Apple Pay). La svolta, che offrirà nuove opportunità ai possessori di carte di pagamento in Italia, è solo uno dei pilastri contenuti nel nuovo piano industriale di Bancomat Spa, l'ex consorzio trasformatosi in società per azioni di proprietà delle 132 banche italiane e utilizzato da 440 istituzioni finanziarie. La società gestisce i circuiti di pagamento e prelievo più diffusi, e più noti, in Italia identificati rispettivamente dai marchi Pagobancomat e Bancomat. Con una quota di mercato di circa l'80% è il leader del mercato dei pagamenti con carta di debito in Italia, con oltre 87 miliardi di euro di pagamenti, oltre 1,5 miliardi di operazioni su base annua effettuate su 2,1 milioni di Pos e circa 37 milioni di carte in circolazione.

Il nuovo corso di Bancomat Spa ha preso l'avvio ufficiale lo scorso 2 maggio quando l'ex consorzio trasformatosi in Spa ha nominato come amministratore delegato Alessandro Zollo, ex vicedirettore Abi con trascorsi professionali in Icbpi, Value Partners e Arthur D. Little, che ha subito messo mano al nuovo piano industriale. Obiettivo: valorizzare la società, puntando soprattutto sullo sviluppo dei servizi digitali. «Il nuovo piano prevede investimenti per 40 milioni, di cui gran parte destinati proprio al digitale - spiega Zollo - e intendiamo in tempi rapidi rafforzare le competenze della società con nuove skills professionali commerciali e di marketing orientati all'innovazione tecnologica».

Il sistema dei pagamenti è entrato in una fase di discontinuità normativa (direttiva Psd2) e tecnologica (con nuovi operatori come Apple o Samsung). «Entriamo nel business digitale partendo dalla consapevolezza che in Italia le carte rimarranno per anni lo zoccolo duro del sistema dei pagamenti», spiega Zollo che motiva questa convinzione partendo dai dati attuali. «In Italia attualmente su 100 pagamenti, l'83% viene fatto con cash e solo il 17% tramite pagamenti elettronici. Di questo 17%, il 60% va sulle carte. Anche se lentamente rispetto agli altri Paesi europei, l'uso del contante è destinato a ridursi e le carte di debito - opportunamente collegate con i pagamenti digitali - saranno vincenti ancora per molto tempo». A favore di Bancomat, secondo il suo amministratore delegato, gioca la sicurezza del circuito («standard di sicurezza elevati e frodi pari a zero») e la fiducia del cliente grazie alla user experience acquisita.

I nuovi trend dell'offerta digitale puntano all'utilizzo della carta di debito per transazioni di m-proximity, e-commerce e m-payment tramite app. Grande attenzione anche ai pagamenti della Pubblica Amministrazione che, se e quando faciliterà i pagamenti digitali, potrebbe fare da volano alla riduzione dell'uso del contante a favore delle carte.

Il futuro utilizzo della carta di debito per i pagamenti online è certamente la funzione che interessa e coinvolge il maggior numero di italiani. Basti pensare che in Italia ci sono attualmente oltre 115 milioni di carte di pagamento di circolazione, di queste 1 su 2 è una carta di debito, e 1 su 3 è una carta Pagobancomat. «È la carta in cui gli italiani hanno riposto fiducia - commenta Zollo - a noi il compito di capitalizzare quella fiducia per affiancare i clienti nel passaggio dai pagamenti elettronici a quelli digitali».