

SALTO ELETTRONICO

La pandemia in pochi mesi ha accelerato il processo di trasformazione digitale.

Alessandro Zollo sta guidando in questa direzione **Bancomat Spa**, la società dei circuiti di pagamento e prelievo più diffusi in Italia, con quasi 40 anni di storia. “È iniziata l’era della smaterializzazione delle plastiche”

“Oggi possiamo quasi definirci una fintech. Certo, una fintech molto particolare, con quasi 40 anni di storia e oltre 120 banche come azionisti”.

Alessandro Zollo, amministratore delegato di **Bancomat Spa**, fotografa così la trasformazione digitale compiuta negli ultimi anni dalla società dei circuiti di pagamento e prelievo più diffusi in Italia. “Tre anni fa le banche socie hanno deciso di portare Bancomat nel mondo digitale”, ricorda. Secondo l’ad di Microsoft, Satya Nadella, la pandemia ha concentrato anni di trasformazione digitale in pochi mesi. Le cifre di Bancomat confermano il fenomeno: nei primi sei mesi del 2021, le operazioni con PagoBancomat sono cresciute quasi del 50% rispetto all’anno precedente,

fino a raggiungere un valore di 46 miliardi di euro. L’incidenza delle transazioni contactless è arrivata al 38% complessivo e al 50% per i pagamenti sotto i 30 euro. Le operazioni con PagoBancomat nella grande distribuzione sono passate dai 32,1 milioni del 2020 ai 50,7 milioni del 2021. L’utilizzo di BancomatPay è cresciuto dell’80%.

Data la diffusione dei servizi Bancomat sul territorio - le carte sono 34 milioni - i numeri possono essere letti come la prova del cambiamento delle abitudini degli italiani. Zollo è convinto che “il modo migliore per supportare il pagamento elettronico sia incentivarne l’uso”. Un’idea alla base delle mosse compiute dalla società negli ultimi mesi: dall’azzeramento delle commissioni alle banche sui micropagamenti fino a 5 euro con PagoBancomat (il 2,3% delle transazioni totali) all’innalzamento a 50 euro del tetto per il pagamento contactless senza inserimento del pin. Fino al lancio del cashback su BancomatPay.

Pochi mesi fa Bancomat ha firmato un memorandum d’intesa con Sia, la società hi-tech controllata da Cassa depositi e prestiti tramite Cdp equity. L’accordo prevede lo sviluppo, da parte di Sia per Bancomat, di un nuovo hub tecnologico, oltre alla costituzione di una newco per la gestione delle attività di processing di Bancomat, PagoBancomat e BancomatPay. “L’idea è di diventare parte operativa del pagamento e di rendere i servizi più semplici e *time-to-market*, senza perdere economicità e sicurezza”. Un’altra partnership è quella firmata con PostePay. Sul fronte dei pagamenti fisici, il patto prevede la migrazione delle attuali carte e l’emissione di nuove carte PostePay co-badged, abilitate a pagamenti e prelievi sui circuiti PagoBancomat e Bancomat. A livello digitale, il servizio Bancomat Pay sarà integrato nell’app Postepay. L’intesa, rileva una nota di Bancomat, mette assieme 60 milioni di carte e 3,2 miliardi di transazioni annue. “Gli accordi con PostePay e Sia”, fa sapere la società, “dovrebbero prendere corpo nell’ultima parte dell’anno”.

A che punto è l’evoluzione dei metodi e dei sistemi di pagamento in Italia?

Il Paese è nel pieno della transizione dal contante, ancora dominante, all’elettronico. Fino a poco tempo fa, il pagamento digitale era limitato quasi



del tutto alle carte, che resteranno centrali ancora per molto tempo. È iniziato però un processo di smaterializzazione delle plastiche: gran parte delle carte oggi in circolazione saranno fruibili in futuro tramite smartphone.

L'Italia è più indietro rispetto ad altri paesi nella digitalizzazione dei pagamenti?

Prima dell'emergenza sanitaria, la situazione era allarmante. Il Covid, però, ha forzato una trasformazione del rapporto col pagamento. E questo vale tanto per i commercianti quanto per i consumatori. I primi hanno valorizzato lo strumento Pos, i secondi si sono abituati a comprare la pizza su internet perché non potevano uscire. Inoltre, iniziative come il cashback di Stato hanno aiutato ad accelerare il processo. La trasformazione era già in atto, ma, senza la pandemia, avrebbe richiesto molto più tempo.

Il ritardo nel passaggio ai pagamenti digitali può essere dovuto anche a preoccupazioni sulla sicurezza?

La sicurezza è fondamentale, ma va sottolineato che, in questo campo, abbiamo già raggiunto livelli eccellenti: le frodi, nel caso di PagoBancomat, sono solo 3 per ogni milione di transazioni.

Le ragioni principali del ritardo sono tecnologiche o culturali?

Senza dubbio culturali. Il problema tecnologico

Alessandro Zollo,
amministratore
delegato di Bancomat
Spa.

esiste per chi, per esempio, è poco avvezzo a usare lo smartphone, ma si tratta di una fascia di popolazione ormai molto ristretta. Si può dire che, almeno fino ai 50enni, la questione non si pone. E non si può negare che la resistenza ad adottare i pagamenti digitali abbia a che vedere con la tracciabilità. Tra l'altro, il tema dell'identificazione e del tracciamento dei nostri dati personali lo sperimentiamo ogni giorno, quando motori di ricerca e siti web ci chiedono l'autorizzazione all'uso dei cookie. Le commissioni, invece, non c'entrano affatto: il pagamento elettronico è un servizio che va remunerato e lo è in tutto il mondo. Spesso, anche più che in Italia.

Che cosa state facendo, a livello di comunicazione, per incoraggiare all'uso dei pagamenti digitali?

Ci troviamo in una posizione singolare: da un lato, siamo un'azienda con obiettivi commerciali, che ha quindi un piano di comunicazione per il marketing dei suoi prodotti; dall'altro, come leader di mercato, abbiamo la responsabilità di ricoprire un ruolo educativo. In altre parole, ci rivolgiamo in ottica commerciale a chi usa senza difficoltà carte e smartphone per pagare, mentre parliamo in ottica educativa a chi è ancora restio e va accompagnato verso l'elettronico. La digitalizzazione deve guardare all'inclusione sociale, che include l'educazione finanziaria.

In quanto rappresentanti di un sistema, qual è il rapporto con la pubblica amministrazione?

In questo caso esercitiamo una funzione che definirei tecnico-consulenziale. La monetica è un settore particolare, in cui servono competenze specifiche che sono nel nostro dna. Siamo pronti a mettere le nostre competenze a disposizione per sostenere l'evoluzione e la diffusione dei pagamenti digitali in Italia, come già accaduto per il cashback di Stato. Del resto, la pubblica amministrazione può essere il volano per l'adozione dei pagamenti elettronici: quando i cittadini cominceranno a pagare con metodi innovativi anche in comune, per esempio, vorrà dire che avranno abbracciato davvero il digitale.

Nei piani c'è anche l'internazionalizzazione?

Da quasi vent'anni l'Europa si interroga sulla creazione di un circuito continentale, alternativo a Visa e MasterCard. Il digitale offre forse l'occasione per realizzare il progetto. Con BancomatPay abbiamo realizzato un prodotto che, grazie all'Instant Payment, ci rende interoperabili a livello europeo. **F**