

"Innovazione dei pagamenti l' Italia ha punte di eccellenza"

"SU MOLTI AMBITI SIAMO ALL' AVANGUARDIA A COMINCIARE DALLA CREATIVITÀ NELL' IDEARE NUOVE SOLUZIONI". COSÌ LUCIANO CAVAZZANA, PRESIDENTE E AD DI INGENICO ITALIA Milano I wallet Alipay, utilizzabile nei negozi italiani convenzionati con Unicredit, che prevede un sistema di accettazione dei pagamenti tramite un bar-code integrato nel Pos. La soluzione di open payment realizzata nell' ambito dei trasporti pubblici per il Malpensa Express, che consente di pagare il biglietto direttamente tramite carta di credito (smartphone, se dotato di una carta virtualizzata). Questo significa che è possibile pagare le corse dei treni direttamente al tornello di accesso, senza acquistare il titolo di viaggio cartaceo, ma semplicemente accostando (con un "tap") la propria carta di credito contactless. Due esempi di innovazione nel sistema di pagamenti, che in Italia evolve più lentamente che altrove, con tutto ciò che ne deriva sia in termini di maggiori costi per la gestione del contante, a carico delle banche, che poi li scontano sulla clientela, sia di contrasto all' evasione fiscale. «Su questo fronte non bisogna lasciarsi andare al catastrofismo all' italiana: su molti ambiti siamo all' avanguardia, a cominciare dalla creatività nell' ideare nuove soluzioni. Manca però tutto il contesto intorno per facilitare una rapida evoluzione verso un sistema cashless», sottolinea Luciano Cavazzana, che oltre a essere presidente e amministratore delegato di Ingenico Italia è anche senior vice presidente Emea-Banks & Acquirers Business Unit a livello di gruppo. «Innovare nel settore dei pagamenti elettronici significa creare le condizioni e le infrastrutture affinché la moneta elettronica possa essere accettata in ogni situazione della vita quotidiana: sia nel negozio (e non necessariamente alle casse) sia negli acquisti online, oltre che nei piccoli scambi di denaro tra persone. Ovunque ci si trovi e ovunque si possa fare business» aggiunge Cavazzana, ricordando che la concorrenza è serratissima, con i Paesi dell' Est Europa che corrono su questo fronte e guadagnano



rapidamente terreno sul fronte della produttività rispetto all' Italia, che resta indietro insieme alla Germania. Una vera innovazione nei modi di effettuare pagamenti, che possa cambiare le abitudini dei consumatori, dei commercianti e degli altri operatori, deve poter essere fruibile da tutti: sia dai grandi esercizi commerciali, che nei piccoli negozi, ma anche presso i servizi al pubblico. «L' abitudine all' uso dei pagamenti elettronici può iniziare proprio nelle piccole spese quotidiane, come il caffè o l' acquisto del biglietto dei mezzi pubblici », ribatte Cavazzana. Questo comporta anche realizzare dei sistemi che siano veloci, semplici e sicuri. In questo ambito la multinazionale punta sul nuovo dispositivo iPos, che permette di integrare in un unico strumento il Pos e il tablet dotato di applicativo di vendita e di trasformare il punto cassa in un momento di interazione con il cliente. Si concretizza quindi il passaggio da Pos (Point Of Sale) a Poi (Point of Interaction), garantendo non solo l' accettazione del pagamento elettronico, ma anche l' offerta di servizi di business. Ed è proprio sull' offerta di nuove funzionalità che si giocherà buona parte della competizione per la maggiore marginalità rispetto all' offerta base. (l.d.o.) © RIPRODUZIONE RISERVATA