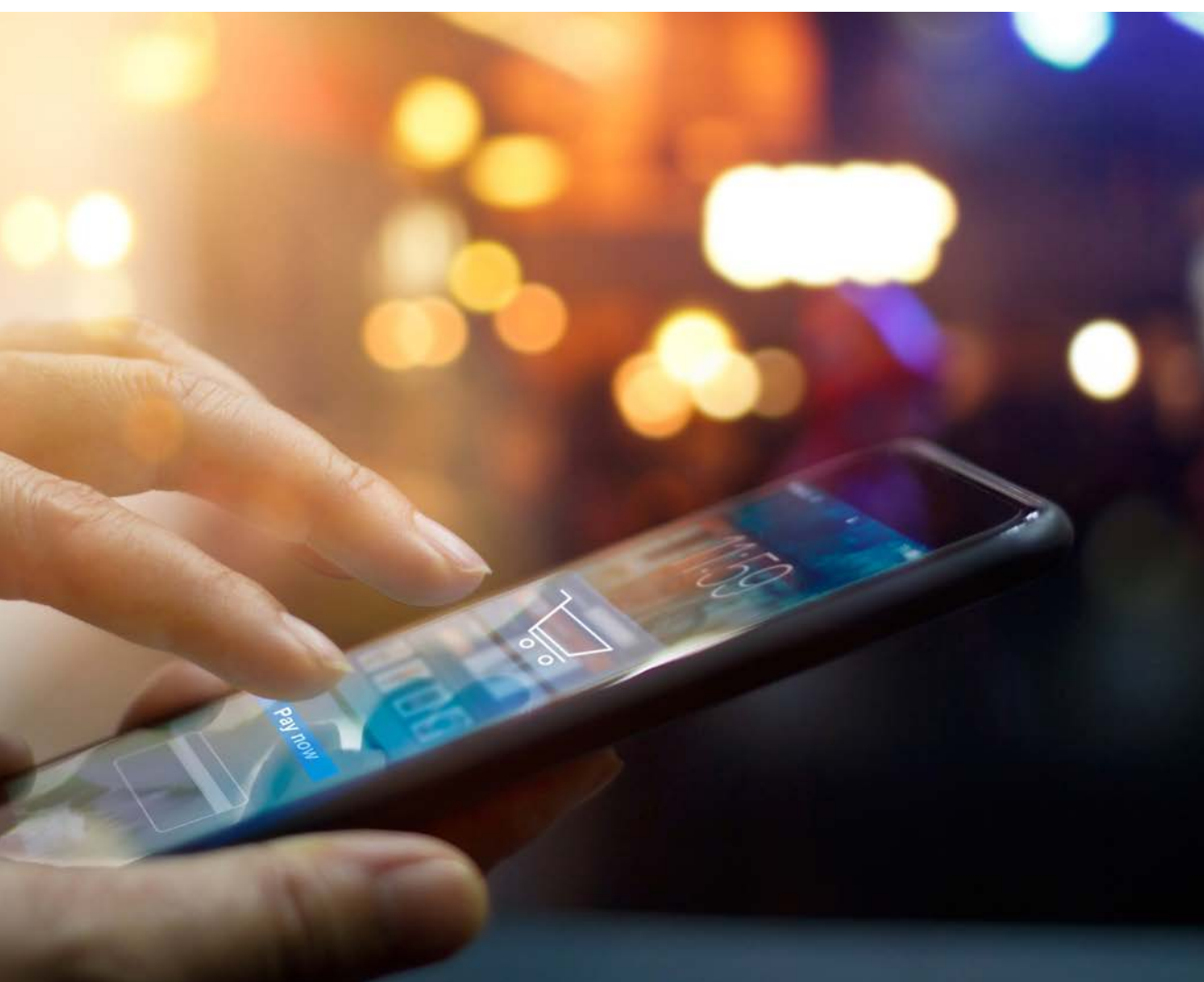


Pagamenti digitali in Italia: evoluzione o rivoluzione?



Executive Summary

L'Italia sta proseguendo il proprio percorso verso la *cashless society*, con una crescita media dei pagamenti digitali negli ultimi anni a doppia cifra (CAGR +11% nel periodo 2015-2019). Il Paese continua tuttavia ad essere distante da quelli nordici e UK, mantenendo un gap rispetto alla media europea (77 vs. 177 transazioni pro-capite nel 2019).

I recenti accadimenti stanno in parte modificando le abitudini dei consumatori, che si sono spostati verso gli acquisti online (incremento a doppia cifra su alcuni settori merceologici, tra cui +70% Food & Grocery e +32% Arredamento e Home living). Tuttavia, lo shock dei consumi dato dal periodo di pandemia ha rallentato il percorso di evoluzione dei pagamenti digitali, che si stima a crescita zero per il 2020. Dal 2021 ci si aspetta un ritorno alla crescita di questi pagamenti, in linea con gli anni passati, confermando anche il trend sui pagamenti online avviato nel 2020 (incremento del peso dei pagamenti digitali online di circa il 2% rispetto alle previsioni di inizio anno).

La sfida è aperta per ridurre il gap rispetto agli altri paesi europei e occorre uno sforzo congiunto da parte degli operatori del mercato (es. Governo, associazioni di categoria, Prestatori di Servizi di Pagamento).

Lo studio illustra l'andamento nel tempo dei pagamenti digitali in Italia attraverso l'analisi dei principali driver sottostanti, con l'obiettivo di identificare le direttrici di crescita future e alcune azioni da intraprendere.

1.

Contesto di riferimento

Il mercato dei pagamenti è in profonda trasformazione, spinto dalle nuove tecnologie (es. *Open API*, *Distributed Ledger Technology*, Intelligenza Artificiale), che abilitano servizi innovativi e facilitano la collaborazione tra i player. *FinTech* e *Techfin* guidano l'innovazione, mentre il legislatore con interventi normativi ad hoc (es. PSD2) mira a creare condizioni paritarie tra gli operatori garantendo, al contempo, la protezione dei consumatori.

Esperienze di pagamento più veloci e semplici, nuove esigenze e maggior fiducia nella sicurezza degli strumenti stanno avvicinando i consumatori ai pagamenti digitali. In Italia si assiste ad una spinta verso questa tipologia di pagamenti (+11% annuo tra il 2015 e il 2019), accompagnata da un decremento dello scontrino medio (da 68€ a 54€), che ne evidenzia una maggiore diffusione anche per le operazioni quotidiane di basso importo¹. Il comparto si muove tuttavia con velocità differenti: i pagamenti digitali online mostrano una crescita più sostenuta rispetto al canale fisico (circa 17% vs. 10%), seppur con una incidenza relativa sul totale (11-12%)¹.

Nonostante il trend di crescita, l'Italia risulta al 23° posto in Europa (su 28) per stato di avanzamento della *cashless society*, ancora lontana dalle prime posizioni guidate dai paesi scandinavi e UK².

In questo contesto di innovazione e di cambiamento, si inserisce l'emergenza sanitaria e le conseguenti misure di distanziamento sociale che stanno modificando le abitudini dei consumatori, aprendo il dibattito sul ruolo della digitalizzazione a supporto del *new normal* e sull'impatto atteso per i pagamenti digitali.

Questa analisi si focalizza sui pagamenti effettuati dal consumatore finale presso i Point-of-Sales, sulle piattaforme di acquisto online, nonché sui trasferimenti p2p, forme di pagamento maggiormente significative nella determinazione del percorso di sostituzione al contante (c.d. percorso verso la *cashless society*). Il perimetro degli strumenti di pagamento include, oltre alle carte, gli e-wallet ed in generale tutti i pagamenti innovativi (es. Apple Pay, Google Pay).

¹ Fonte: Innovative Payments: Collaborare paga, Osservatorio Innovative Payments, 2020

² Classifica calcolata sulla base del Cashless Society Index. Fonte: Verso la Cashless Revolution: i progressi dell'Italia e cosa resta da fare, Ambrosetti 2020

2.

Le dinamiche di evoluzione dei pagamenti digitali

Osservando il mercato si identificano tre driver che influenzano i pagamenti digitali: fattore macroeconomico, diffusione e accesso alle infrastrutture di mercato, propensione all'utilizzo e all'accettazione dei pagamenti digitali. Parallelamente, si inseriscono le iniziative dello Stato e dei *Regulator* (europeo ed italiano) volte ad incentivare l'utilizzo dei pagamenti digitali e potenziare le infrastrutture sottostanti.



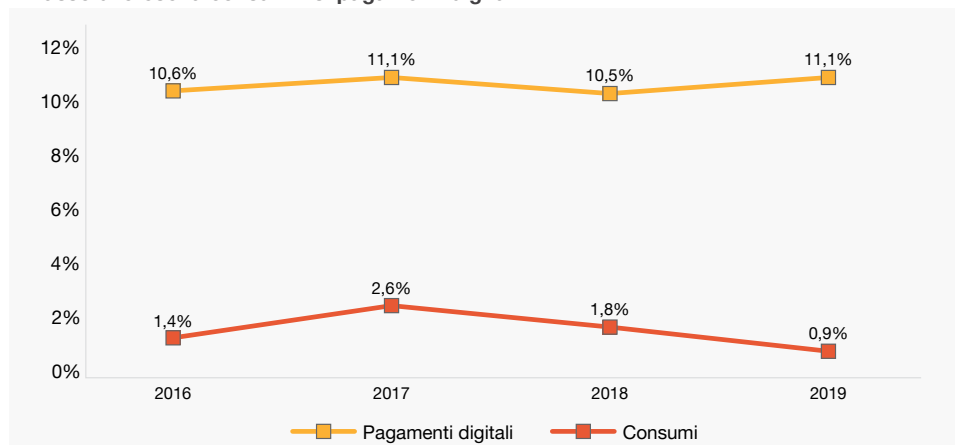
1. Fattore Macroeconomico

In generale i consumi influenzano l'andamento complessivo del comparto pagamenti in funzione dei cicli di espansione o contrazione dell'economia. Dal 2015 al 2019 i consumi (CAGR +1,68%)³ hanno avuto un impatto positivo sulla crescita dei volumi transati attraverso strumenti digitali.

► **Grafico 1**

Tuttavia, la sola crescita dei consumi non giustifica un aumento a due cifre del comparto dei pagamenti digitali (CAGR +11%): il fattore macroeconomico risulta quindi poco esplicativo del fenomeno.

1. Tasso di crescita consumi vs. pagamenti digitali





2. Diffusione e accesso alle infrastrutture di mercato

Le infrastrutture di mercato rappresentano il fattore abilitante per la diffusione dei pagamenti digitali. Per valutarne la maturità, è importante considerare gli elementi che seguono:

- *device* per l'accettazione dei pagamenti digitali;
- soluzioni di pagamento sistemiche avviate da player di mercato e dallo Stato;
- soluzioni innovative di pagamento sviluppate da *FinTech*;
- nuovi schemi di pagamento che abilitano differenti servizi e *use case*.

Lato sistemi di accettazione, l'Italia si dimostra oggi solida (numero di POS presenti sul territorio nazionale pari a 59 terminali ogni 1000 abitanti nel 2019) e più matura rispetto alla media dell'Unione Europea (33 terminali ogni 1000 abitanti nel 2019)⁴.

► Grafico 2

Si evidenzia inoltre un trend di crescita sostenuto nel tempo (CAGR del 16% dal 2015 al 2019)⁵, supportato anche grazie alle iniziative del Regolatore che si sono succedute in questi anni (es. obbligo di accettazione - tramite varie riforme fin dal 2012⁶ - dei pagamenti tramite POS anche per piccoli importi).

Negli anni sono state promosse iniziative sia di carattere pubblico sia privato volte a rendere più solida ed efficiente l'infrastruttura dei pagamenti digitali in Italia e a favorirne il processo di diffusione, tra cui:

- lo sviluppo della piattaforma PagoPA, nel 2016, con l'obiettivo di digitalizzare l'avvio della disposizione e l'incasso dei pagamenti alla Pubblica Amministrazione (tasso di crescita nell'ultimo anno pari a +89%)⁷;

- l'introduzione del servizio Bancomat Pay, nel 2018 (attivo su tutto il circuito bancario), che consente di inviare e ricevere denaro real time, tra possessori di carte, direttamente tramite smartphone.

Alle soluzioni di pagamento sistemiche avviate da player di mercato e dallo Stato, si affiancano soluzioni innovative sviluppate da *FinTech*. Nel 2019 erano presenti sul mercato domestico 46 *FinTech* operanti nel settore dei pagamenti, in crescita del 28% rispetto al 2018, con un turnover pari a 129 mln € (+ 65% YoY), numeri che testimoniano l'attrattività del comparto e che si sommano alla diffusione delle soluzioni di pagamento innovative che si stanno sviluppando nel contesto europeo⁸.

► Grafico 3

La diffusione dei pagamenti digitali, ancora relativa, influenza tuttavia la marginalità del comparto (EBITDA delle *FinTech* comparto payments pari al -9% nel 2019) per effetto della tipicità del business che necessita di alti volumi per generare profitti.

Tra le principali aree di business si rilevano sia nuovi servizi e modalità di accettazione con relativi servizi a valore aggiunto sia nuove soluzioni di pagamento, offrendo a merchant e consumatori nuove opportunità ed esperienze distinte.

⁰³ Fonte: Rielaborazione PwC su dati Istat

⁰⁴ Fonte: rielaborazione PwC su dati ECB, Payments Statistics, 2020

⁰⁵ Fonte: Rielaborazione PwC su dati ECB, Payments Statistics, 2020

⁰⁶ Fonte: Decreto Legge 179/2012

⁰⁷ Fonte: <https://www.pagopa.gov.it/pagopa/dashboard/>

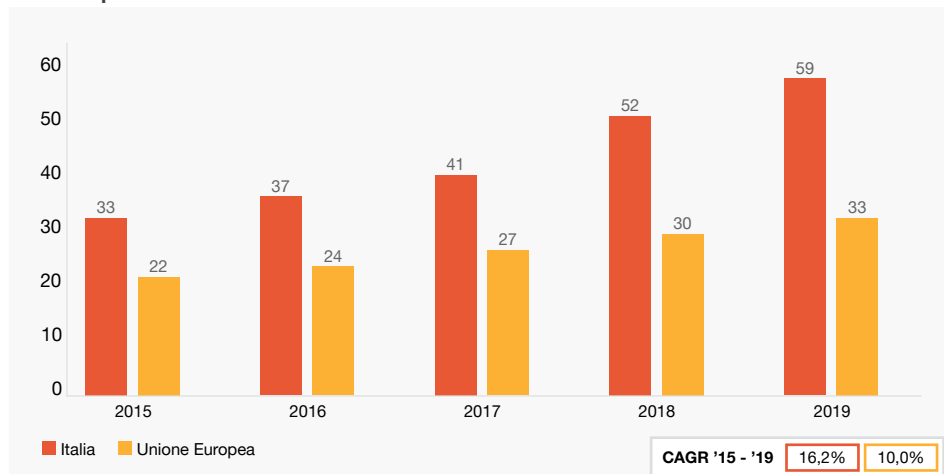
⁰⁸ Fonte: *FinTech Calls for Fuel*, PwC 2020

Nuove soluzioni di pagamento fanno leva anche sui bonifici istantanei (SCT Inst) come strumento di pagamento alternativo al contante per il segmento retail: l'abilitazione di use case, servizi specifici al cliente finale e canali di utilizzo ne incentivano l'effetto sostituzione (es. carte IBAN based, p2p, servizi di inizializzazione). Dalla loro introduzione nel 2017, i pagamenti istantanei hanno visto una crescita costante, seppur con una adozione ancora limitata (oltre il 6% la percentuale di bonifici istantanei sul totale bonifici nel Q2 2020, 209 i Prestatori di Servizi di Pagamento attivi in Italia)⁹. Nella recente pubblicazione dell'European Commission "Retail Payment Strategy"¹⁰ si sottolinea come condizioni assimilabili ai pagamenti nazionali, regole uniformi e interoperabilità delle soluzioni consentiranno di raggiungere una piena diffusione dello schema entro il 2021.

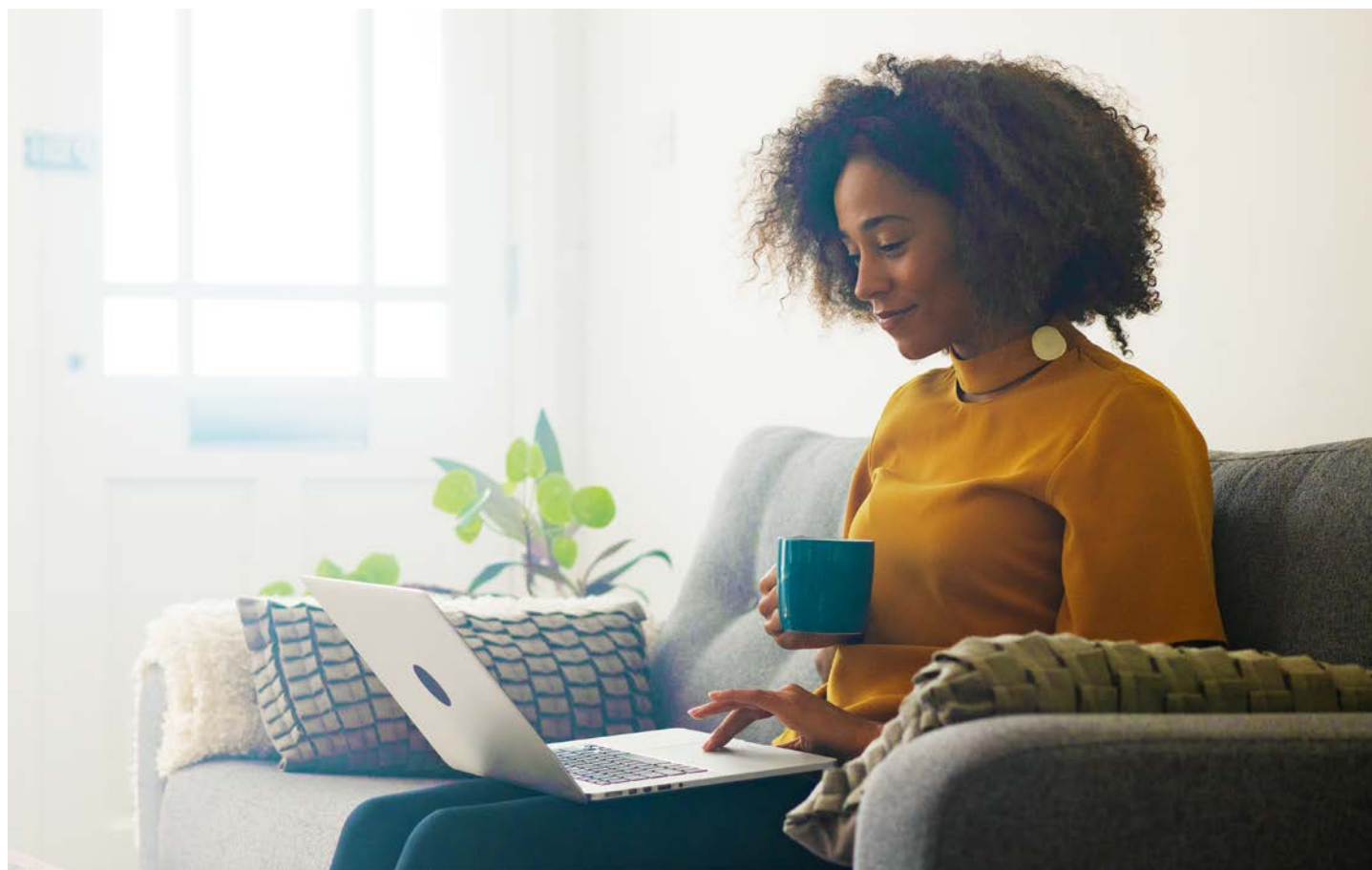
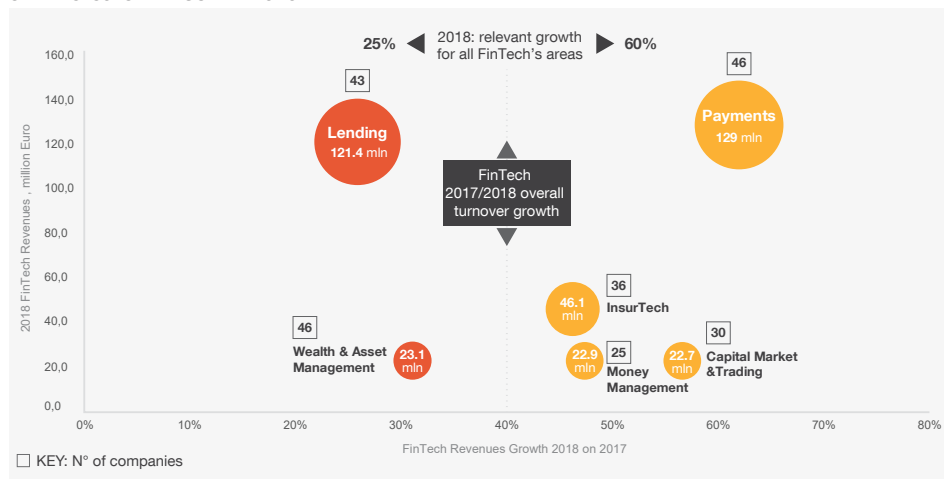
La disponibilità delle infrastrutture e la diffusione crescente di soluzioni/schemi di pagamento sono elementi necessari ma non sufficienti per l'evoluzione del comparto.

⁹ Fonte: https://www.ecb.europa.eu/paym/integration/retail/instant_payments/html/index.en.html
¹⁰ Fonte: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0592&from=EN>

2. # POS per 1.000 abitanti



3. Il mercato FinTech in Italia



3. Propensione all'utilizzo dei pagamenti digitali

Per valutare più in dettaglio la crescita rilevata dal 2015 al 2019 e analizzare i futuri trend di sviluppo, è importante capire il comportamento e le abitudini degli attori del comparto e, in particolare:

- la propensione all'uso da parte dei consumatori;
- la propensione degli esercenti ad accettare i pagamenti digitali.

L'Italia è ancora lontana dalla media europea nell'adozione dei pagamenti digitali (circa 77 transazioni pro-capite vs. 177 nel 2019)¹¹ sebbene stia crescendo ad un tasso maggiore¹².

Grafico 4

Gli effetti del trend positivo osservato sono da attribuirsi, tra l'altro, ad un progressivo evolversi dei consumatori nell'uso degli strumenti digitali e ad un avvicinamento ai canali remoti di acquisto¹³, incentivato dalle nuove soluzioni innovative disponibili e dalle rinnovate esperienze d'uso (es. *card-less* mobile payment, transazioni *c-less*, transazioni *one-click* su e-commerce).

Questa crescita è stata supportata anche dalle misure introdotte dal governo italiano, sempre più impegnato nel sostenere lo sviluppo digitale del paese (es. 2017 con l'introduzione dell'obbligo di POS per gli esercenti).

Grafico 5

I volumi registrati devono essere letti come indicatori della corsa verso il digitale intrapresa dall'Italia, che comporta molteplici benefici per il sistema-Paese: riduzione dei costi diretti di gestione del contante (ad oggi in Italia pari a circa 10 miliardi di Euro all'anno)¹⁴, diminuzione del valore generato dall'economia sommersa, maggiore sicurezza delle transazioni e stimolo generale all'innovazione e all'economia digitale.

L'elemento determinante nel percorso di evoluzione del comparto resta la propensione all'utilizzo e all'accettazione degli strumenti già a disposizione. Sarà quindi necessario continuare ad investire a livello Paese sul fattore culturale per tragguardare la direttrice segnata dai *best in class* europei.

¹¹ La maggiore crescita dell'Italia nel periodo 2015-2020 mostra una riduzione del gap rispetto alla media europea, il cui tasso di crescita è abbassato dai paesi *best in class* già da tempo familiari con i pagamenti elettronici (es. Svezia e Danimarca) e che presentano una penetrazione dei pagamenti digitali elevata (es. superiore a 80% in Svezia). Fonte: rielaborazione PwC su dati "ECB Payments Statistics, 2020"

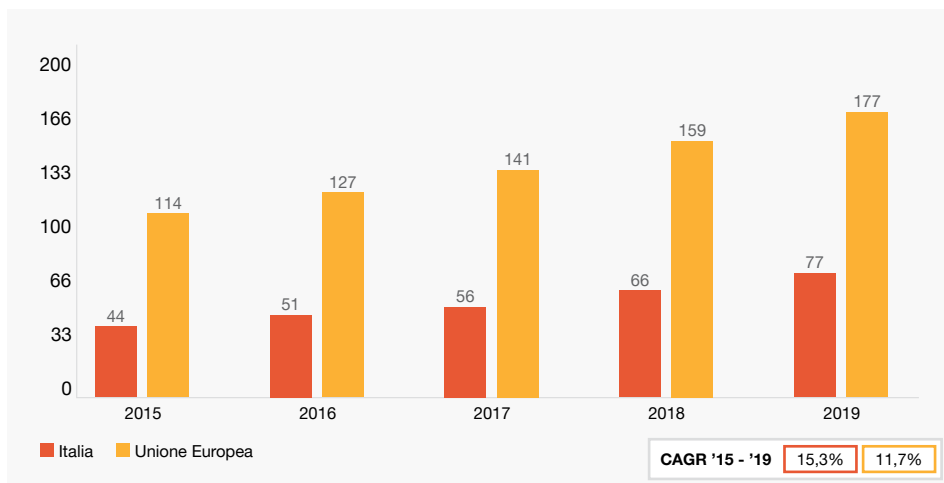
¹² Fonte: rielaborazione PwC su dati "ECB Payments Statistics, 2020"

¹³ Gli acquisti online da dispositivi mobile sono arrivati a pesare nel 2019 il 40% dell'e-commerce complessivo rispetto al 34% del 2018.

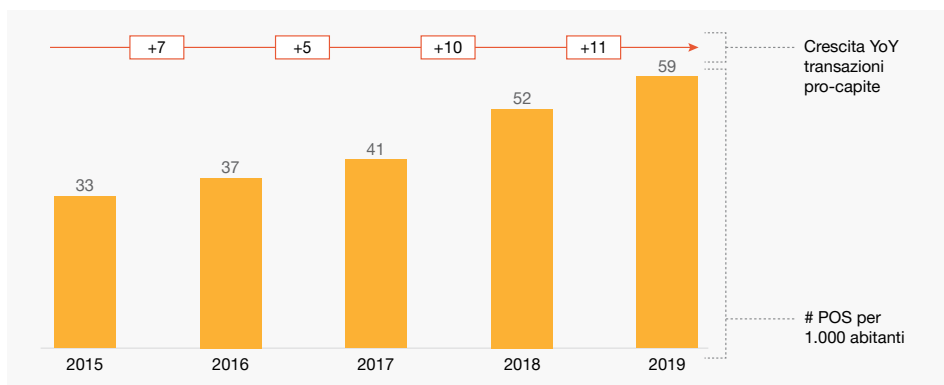
Fonte: Osservatorio eCommerce B2C, 2019 - Osservatori.net

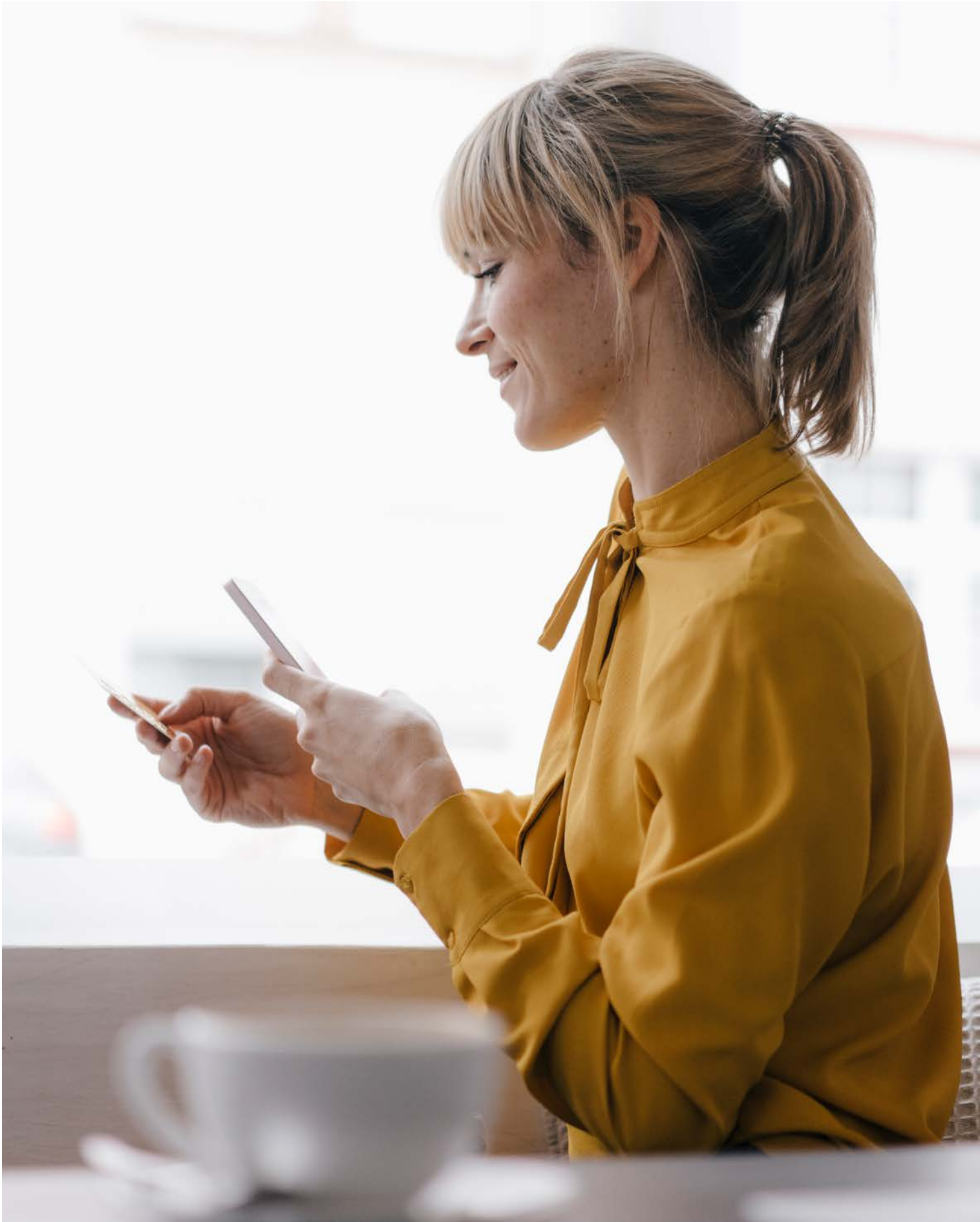
¹⁴ Fonte: The European House – Ambrosetti

4. # Transazioni pro-capite



5. Crescita POS e transazioni pro-capite (#)





Lo shock di mercato generato dal COVID-19 nel 2020



Nei primi mesi del 2020 abbiamo assistito ad una crescita del comparto costante e in linea rispetto agli anni precedenti (circa +10%), con l'e-commerce che ha mantenuto il *boost* di fine 2019 (circa +20% YoY nei primi due mesi del 2020)¹⁵.

Da marzo in poi l'emergenza sanitaria e le nuove abitudini imposte dal *new normal* hanno influenzato la crescita, con effetti diretti e indiretti sul settore dei pagamenti. I consumatori si sono dovuti adattare ad un nuovo contesto sociale digitale, che ha spinto la crescita del canale online, accelerando i trend già in atto.

Complessivamente, i pagamenti digitali nel primo semestre dell'anno hanno presentato una decrescita dei volumi rispetto al 2019 tra 15-20%, a causa della chiusura degli esercizi commerciali durante il periodo di lockdown, diversamente il canale online ha risentito in maniera inferiore dell'effetto Covid-19 (calo tra il 2 ed il 5%)¹⁶.

Nel dettaglio, l'e-commerce ha mostrato un'accelerazione significativa su alcune categorie merceologiche avvicinando nuovi consumatori ai canali online (1,3 mln i nuovi Clienti dell'e-commerce nel primo semestre del 2020)¹⁷ e incrementandone il peso sul totale dei pagamenti digitali, in particolare nel periodo di lockdown (+2-3% rispetto al 2019).

➤ **Grafico 6**

In seguito all'allentamento delle misure restrittive emanate dal Governo, si è assistito ad un parziale ritorno ai valori pre COVID-19, con il recupero delle transazioni su canale fisico e la continua crescita dei pagamenti e-commerce.

Secondo uno studio, in collaborazione con KPI6, emerge come il COVID-19 abbia in parte modificato la percezione degli utenti verso gli strumenti di pagamento digitali. Analizzando le conversazioni degli utenti sui principali social media, forum e blog, la percentuale di persone che mostra un sentiment positivo verso gli strumenti di pagamento digitali è cresciuta durante il lockdown, per poi tornare ai livelli precedenti non appena ridotte le restrizioni del Governo.

➤ **Grafico 7**

Alla luce dell'andamento dei pagamenti digitali nel corso del 2020, pur osservando alcuni cambiamenti nelle abitudini dei consumatori, non vi è stata una rivoluzione dei pagamenti digitali come si immaginava ad inizio emergenza e che ad oggi registra un assestamento dei trend.

Parallelamente, stiamo assistendo ad una serie di interventi e misure puntuali del Regolatore e dei player di mercato, per agevolare la transizione verso gli strumenti digitali e l'adozione dei canali a distanza, anche in risposta al contesto emergenziale.

¹⁵ Fonte: Rielaborazione di PwC su dati pubblici di mercato

¹⁶ Fonte: Rielaborazione PwC su dati pubblici di mercato

¹⁷ Fonte: Osservatorio Innovative Payments Polimi, 2020

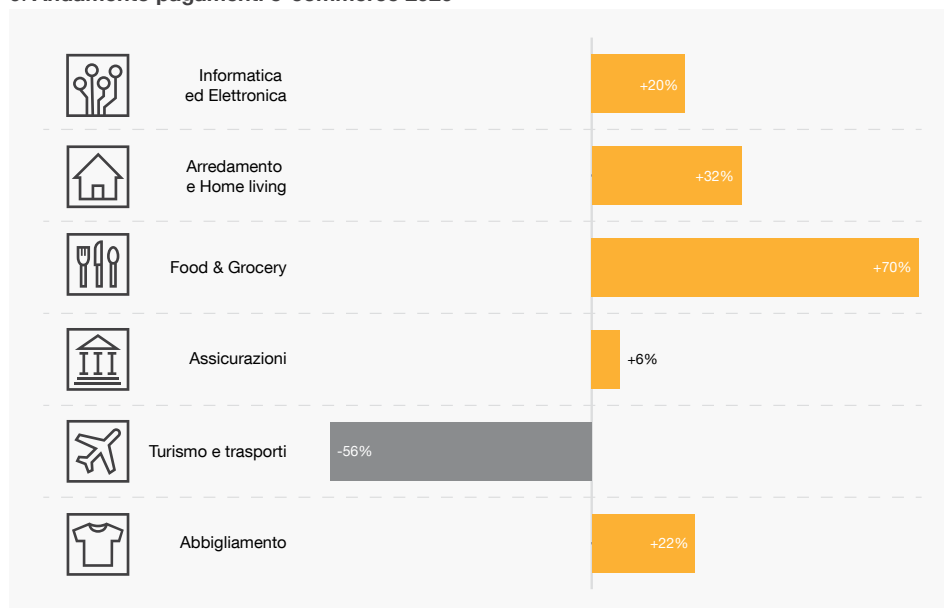
Ad esempio, *FinTech* e *Paytech* italiane hanno sviluppato servizi per sostenere i piccoli commercianti durante il periodo di lockdown, con iniziative mirate:

- utilizzo dei QR code per facilitare i servizi di food delivery;
- sviluppo smart POS per una migliore, e più customer friendly, gestione dell'attività aziendale.

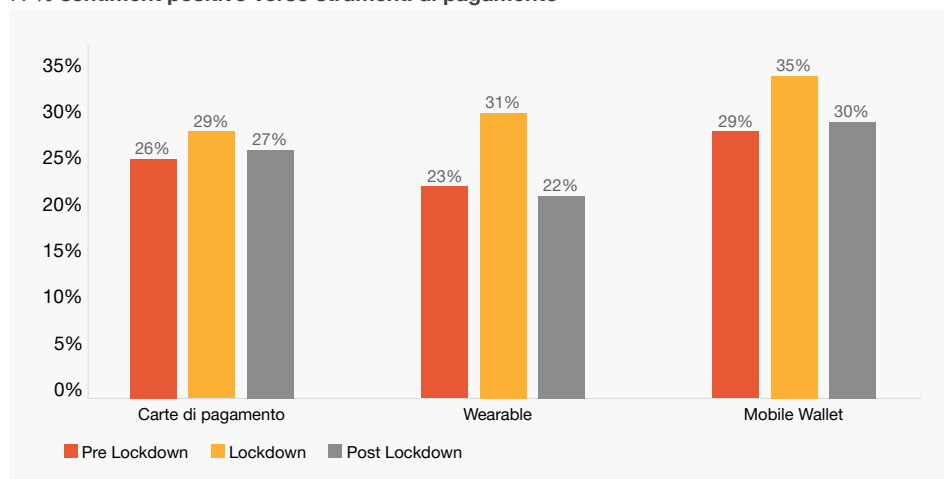
Allo stesso tempo il *Regulator* italiano ha promosso iniziative finalizzate a limitare l'uso del contante ed incentivare i pagamenti digitali. Tra le principali:

- riduzione della soglia di utilizzo consentita per singolo pagamento in contanti da 3.000 € a 2.000 € dal 1° luglio 2020, con successivo abbassamento a 1.000 € dal prossimo 1° gennaio 2022¹⁸;
- concessione di credito d'imposta ai merchant, pari al 30%, sulle commissioni addebitate per le transazioni digitali, a partire da luglio 2020;
- introduzione della cosiddetta "lotteria degli scontrini"¹⁹ e del *cashback* POS (*cashback* fino a 300€ per acquisti con strumenti digitali fino a 3000€);
- innalzamento, da gennaio 2021, del limite su transazioni *contactless* da 25 € a 50 €, al di sotto dei quali non sarà previsto l'inserimento del codice PIN.

6. Andamento pagamenti e-commerce 2020



7. % sentiment positivo verso strumenti di pagamento



¹⁸ Fonte: Decreto Legge 26 ottobre 2019, n. 124 (art.18)

¹⁹ Sistema di estrazione premi instant win per coloro che, effettuando acquisti pagando con strumenti di pagamento elettronici, decidono di partecipare a tale iniziativa.

Oltre il breve periodo: cosa aspettarsi?

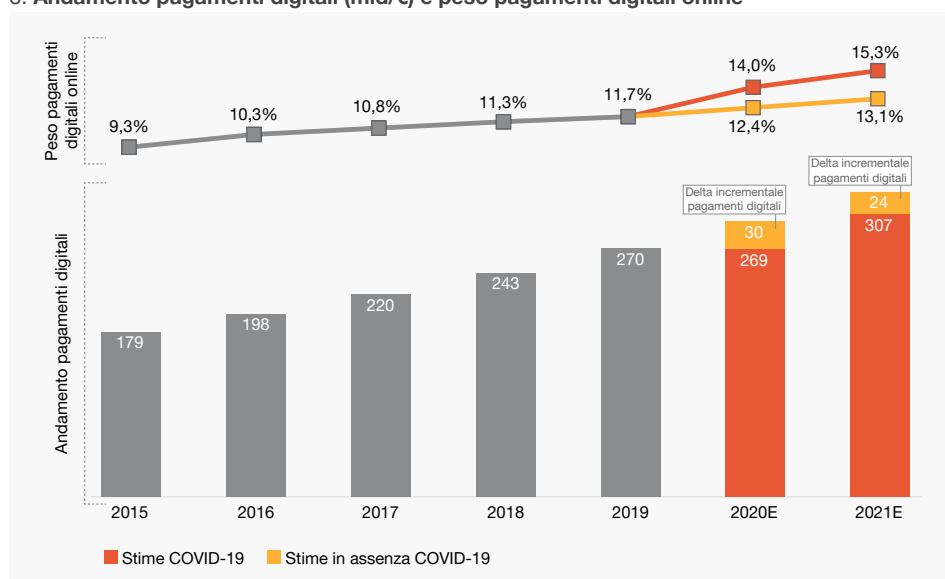
Alla luce delle analisi condotte, l'Italia si conferma un mercato maturo dal punto di vista infrastrutturale, con particolare riferimento agli abilitatori tecnologici (presenza POS, iniziative sistemiche e disponibilità di schemi di pagamento). Per quanto attiene le soluzioni innovative, tuttavia, si ravvisano spazi di crescita, soprattutto sul comparto *FinTech* che dovrà svilupparsi maggiormente a livello nazionale. Il Paese potrà comunque continuare a beneficiare delle soluzioni proposte da player internazionali (es. Stripe, Klarna).

Lo shock dei consumi (attorno al 10%)²⁰ generato dal contesto pandemico comporterà, per il 2020, una contrazione della crescita dei pagamenti digitali, con volumi che si dovrebbero attestare in linea con il 2019 (circa 270 miliardi di euro)²¹. Le misure di distanziamento imposte dal Governo hanno dato una spinta agli acquisti online, che ci si aspetta incrementeranno il proprio peso sul totale dei pagamenti digitali.

In ipotesi di controllo della situazione sanitaria nei prossimi mesi, dal 2021 con la ripresa dei consumi (stima di circa il +5%)²², si assisterà ad un ritorno alla crescita dei pagamenti digitali in linea con gli anni precedenti. Allo stesso modo, il trend dei pagamenti digitali online si consoliderà, confermando il percorso intrapreso nel 2020 (peso circa +2% - cfr. nel grafico sottostante)²³.

▼ Grafico 8

8. Andamento pagamenti digitali (mld/€) e peso pagamenti digitali online



²⁰ Fonte: Proiezioni macroeconomiche per l'economia italiana di Banca d'Italia, luglio 2020

²¹ Fonte: analisi PwC su dati di mercato

²² Fonte: Proiezioni macroeconomiche per l'economia italiana di Banca d'Italia, luglio 2020

²³ Fonte: analisi PwC su dati di mercato

²⁴ Fonte: analisi PwC su dati di mercato

Il dinamismo che contraddistingue il mercato dei *digital payments* e gli evidenti spazi di crescita (penetrazione pagamenti digitali pari al 25% dei consumi al 2019), evidenziano l'attrattività del settore per i Prestatori di Servizi di Pagamento. Ipotizzando che l'Italia, nel prossimo quinquennio, registri una spinta sulle transazioni pro-capite rispetto alla media europea, pur mantenendo l'attuale gap (100 trx pro-capite del 2019) si potrebbero raggiungere complessivamente circa 700 mld/€ transati, con benefici per il sistema paese nella gestione del contante (penetrazione pagamenti digitali al 2025 del 56% vs. 45% secondo la curva di crescita attuale)²⁴ ed economici per gli operatori del comparto.

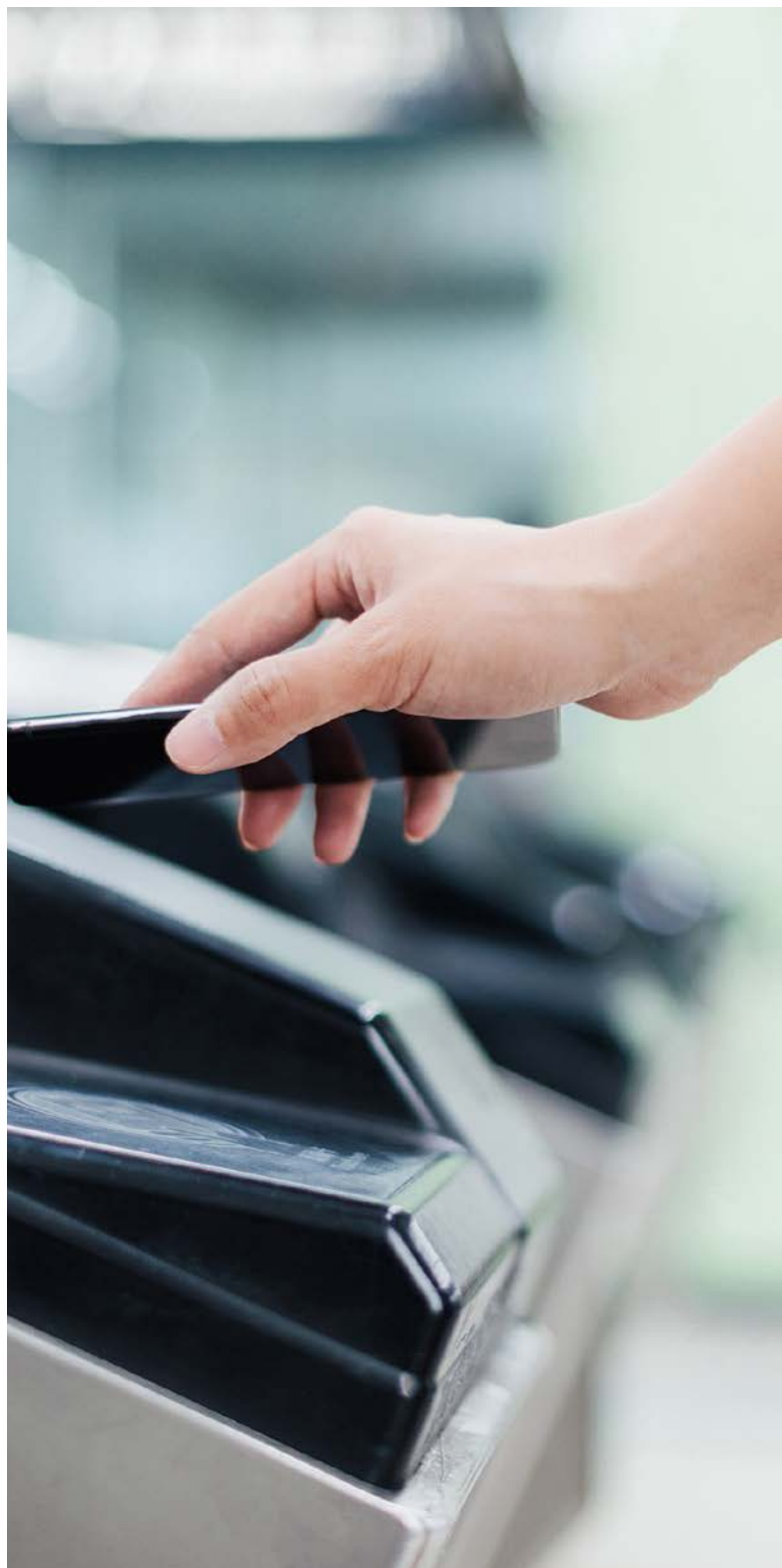
La sfida per far crescere i pagamenti digitali in Italia e ridurre il gap rispetto ai paesi europei avanzati è ancora in corso. La rivoluzione digitale del comparto dovrà essere il risultato congiunto di un impegno collettivo tra *Regulator* e player di mercato, mediante iniziative mirate che incentivino maggiormente l'utilizzo di strumenti digitali e la loro accettazione, insistendo sul fattore culturale (vale a dire sul consumatore finale e sul merchant), elemento cruciale per la crescita del comparto.



Sono quindi diverse le direttrici su cui il Governo, le Associazioni di categorie e gli operatori del comparto dovranno focalizzare l'attenzione nei prossimi anni per mantenere la propria competitività e promuovere lo sviluppo dei pagamenti digitali:

- modelli commissionali volti a ridurre le *fee* medie applicate ai merchant - in linea con i tavoli di lavoro già avviati dal Governo con i principali operatori di sistema - ad esempio riducendo i costi per le transazioni di basso importo o applicando logiche di pricing dinamiche (conversione modelli da costo fisso a costo variabile ovvero sgravi fiscali ulteriori al raggiungimento di determinate soglie di fatturato convertite in incasso totalmente digitale);
- soluzioni commerciali distintive per incentivare la clientela ed i merchant all'utilizzo e all'accettazione di servizi di pagamento digitali (es. *cashback*, programmi di *loyalty* e fidelizzazione);
- *customer experience* innovative per un'esperienza integrata tra i diversi canali di utilizzo, facendo anche leva sulla proposizione sviluppata da *FinTech*;
- sensibilizzazione delle fasce di clientela più orientate ad utilizzare il contante con comunicazioni mirate, puntando su semplicità di utilizzo, sicurezza e premialità.

Quanto fatto fino ad ora ha dato e darà una spinta all'uso dei pagamenti digitali: il momento è favorevole per accelerare la corsa verso la *cashless society*.



Contatti

Marco Folcia | Partner
marco.folcia@pwc.com
+39 347 3786843

Co-autori

**Paolo Gusmerini, Sara Marcozzi,
Valentina Grilli, Niccolò Polcri**

Con il contributo di

Domenico Agnello, Luca Passoni

