

Le attese del mercato sulla chiusura d'anno. Tra IA agentica e dispositivi tech indossabili

Pagamenti digitali, crescita 2025

No al contante? Sì ma se il cashless è un sistema affidabile

DI MARCO A. CAPISANI

Il mercato dei pagamenti digitali chiuderà il 2025 in crescita a valore del 6%, secondo le attese del mercato riunito ieri alla prima giornata del Salone dei pagamenti (in calendario a Milano fino a domani), confermando un andamento che ha già caratterizzato i primi sei mesi di quest'anno. Contrazione dei consumi ed erosione della capacità di spesa delle famiglie italiane non sembrano bloccare l'avanzata di un mercato che, l'anno scorso, ha visto il 43% dei consumi conclusi in digitale al sorpasso sul 41% saldato in contante (il restante 16% è coperto da bonifici e assegni), secondo secondo l'Osservatorio innovative payments del Politecnico di Milano. A trainare il sempre maggior ricorso ai pagamenti digitali non poteva mancare l'innovazione tecnologica a partire dall'intelligenza artificiale (IA) nella sua ultima declinazione agentica così come il tema sempre attuale della cybersicurezza ma emerge anche l'abitudine sempre più diffusa di condividere le spese, regolare i conti e saldare i pagamenti tra amici. Il tutto sempre attraverso i cellulari, che si confermano il principale canale di utilizzo.

Tuttavia, prossimamente, non c'è solo il fronte del consumatore finale o del negoziante nello sviluppo dei pagamenti digitali, bensì anche quello di velocizzare e rendere maggiormente trasparenti le transazioni da azienda ad azienda o quello delle stablecoin, come annunciato ieri da Bancomat (vedere *ItaliaOggi* del 29/10/2025). In sintesi, «la crescita dei pagamenti digitali continua come esito di un progressivo spostamento dall'uso del contante», confer-

ma **Luca Corti**, country manager Italia di Mastercard. «Trend alimentato da una sempre maggiore facilità d'uso, accessibilità e velocità».

Le principali novità del Salone. La stessa Mastercard lancia Sophia, prototipo di digital human nell'ambito dell'intelligenza artificiale agentica, con l'obiettivo di rispondere in tempo reale a domande complesse, supportare eventi live e arricchire esperienze. Quindi la novità nella novità è che Sophia potrà essere d'aiuto in vari momenti della strategia aziendale, dall'assistenza clienti all'esperienza d'acquisto, senza dimenticare la comunicazione istituzionale. Seguendo invece un altro trend già ben in evidenza, quello dei dispositivi tecnologici indossabili (wearable), Visa insieme a Intesa Sanpaolo, Tapster e Snowit presenta SkiTap26, nuovo bracciale indossabile pensato per accompagnare il consumatore sulle piste da sci e realizzato in vista dei Giochi olimpici di Milano Cortina 2026. Tra le sue funzioni, infatti, ci sono sia i pagamenti avvicinando il polso ai terminali di pagamento, avendo prima associato il bracciale a una carta Intesa Sanpaolo su circuito Visa, sia l'accesso alle piste da sci (il cliente può attivare anche una sola delle due funzioni). In parallelo, Nexi avvia due collaborazioni strategiche con Visa e Mastercard per facilitare le aziende nel trasferimento di denaro sulle carte di credito e di debito dei propri clienti, tra l'altro in casi come rimborsi, pagamenti di premi assicurativi e risarcimenti. Da notare infine che Mastercard declina a suo modo la possibilità di trasferimento di denaro tra amici con il

«tap to send», funzione che permette di inviare o ricevere denaro avvicinando un cellulare all'altro, questa volta senza dover inserire numeri di conto o altro.

Dalla familiarizzazione del digitale a un'espansione a 360°. Nel 2025 quasi un pagamento digitale su due avviene nella ristorazione, stando all'Osservatorio consumi cashless della fintech SumUp, seppur con qualche differenza tra regione e regione: ad Aosta si predilige il cashless soprattutto al bar, ad Ancona in caffè e ristoranti mentre Venezia sventa per i pagamenti senza contanti nei fast food. Di contro, a Trento si acquistano con carta più spesso i biglietti per cinema e concerti mentre a Trieste sono i taxi a trainare la spesa digitale. A Potenza un pagamento su dieci va ai parrucchieri. Nel complesso, nei primi nove mesi del 2025, sempre secondo SumUp, continua a ridursi pure lo scontrino medio cashless poco sotto i 32 euro (-6,9%).

Non è tutto rosa e fiori. Il 22% degli italiani dichiara che, almeno in un'occasione nell'ultimo mese, non è riuscito a completare con successo un pagamento con carta e nel 69% dei casi il motivo è stato un problema tecnico, come Pos non funzionanti o assenza di connessione, più che un rifiuto da parte dell'esercente (29%), come riporta l'indagine di Altroconsumo B2You riassumendo nella frase: la transizione cashless in Italia non è più un problema culturale, ma una questione di affidabilità del sistema.

— © Riproduzione riservata —





Nel 2024 il 43% dei consumi è stato concluso in digitale, sorpassando il 41% in contante, secondo i dati dell'Osservatorio innovative payments del Politecnico di Milano