Natale, addio ai pagamenti con i contanti

tim-visa-aaf9e390

Che siano online o presso punti vendita, nella corsa ai **regali di Natale** e nei preparativi o le uscite per i festeggiamenti, **i contanti si usano sempre meno**. I consumatori, infatti, optano sempre più per la velocità e la comodità dei **pagamenti con carta contactless** e con le più innovative modalità di pagamento.

LA CRESCENTE DIFFUSIONE DEL CONTACTLESS - Sono oltre **165 milioni** le carte contactless in circolazione in Europa, a cui si vanno ad aggiungere 3,4 milioni di **terminali abilitati al pagamento mediante tecnologia NFC**. Secondo il **Digital Payments Study 2016** di **Visa**, il loro utilizzo per i pagamenti è passato dal 36% del 2015 al 52% del 2016. Si tratta di un trend osservabile non solo tra i più giovani consumatori, più esperti nell'approccio alle nuove tecnologie. Il contactless, infatti, è in crescita presso tutte le fasce di età e registra l'aumento più sostenuto nella fascia dei 55-64enni, che ha assistito a una crescita del 64% dal 2015.

contacless

IL CONTACTLESS TRASCINA I NUOVI METODI DI PAGAMENTO - L'adozione di carte contactless sta anche avendo un impatto tangibile su altri metodi di pagamento. In tutta Europa, gli utilizzatori di carte contactless si dimostrano **più aperti all'utilizzo di dispositivi mobili per i pagamenti**, sia in punti vendita fisici (52% utilizzatori di carte contactless VS 32% che non le utilizzano), sia per acquistare tramite app dell'esercente (49% VS 31%), sia per pagare semplicemente il pasto (50% VS 30%).

Oltre a godere dei benefici dei pagamenti contactless, i consumatori stanno anche cominciando a **riconoscere i vantaggi** delle nuove forme di pagamento. Nel 2016, il 44% del campione intervistato ha dichiarato di eseguire **pagamenti in mobilità via app**, rispetto al 38% dell'anno precedente. Quasi la metà dei consumatori (46%) concorda inoltre nel sostenere che poter pagare con dispositivo mobile o indossabile rende più facile l'acquisto di prodotti.

Tale valore aggiunto sta anche trainando la diffusione in Europa di **digital wallet** presso diversi canali di vendita. I consumatori europei sono interessati all'utilizzo dei cosiddetti borsellini digitali per acquisti di persona (37%), attraverso app (51%) e online (56%). Gli intervistati concordano nell'individuare tra i principali benefici di questa forma di pagamento la maggiore comodità (61%) e la possibilità di pagare sempre e dovunque (59%).

I CONSUMATORI COMBINANO L'ESPERIENZA IN PUNTO VENDITA E ONLINE - Il Digital Payments Study di Visa rivela come i consumatori amino **combinare i canali fisici e quelli online** al momento dell'acquisto, soprattutto quando si tratta di prodotti e servizi di particolare valore. Sette europei su dieci sono "**showroomer**", ovvero preferiscono vedere di persona un prodotto nel punto vendita prima di procedere all'acquisto online. Il 66% apprezza il "**webroom**", ovvero cerca il miglior prezzo online prima di acquistare il prodotto nel punto vendita fisico.

Nonostante la crescita delle vendite di regali di Natale online, i **punti vendita fisici** continuano ad essere parte importante dei comportamenti di acquisto medi. Il 60% dei consumatori apprezza ancora la possibilità di interagire con commessi e personale di vendita e quella di poter vedere il regalo di persona. "La crescente familiarità dei consumatori europei con i pagamenti con carta contactless sta portando a una normalizzazione di tutte le forme di pagamento digitale", commenta **Davide Steffanini** , direttore generale Visa in Italia; "Questo Natale vedrà una serie di metodi di pagamento diversi, utilizzati per un'ampia varietà di acquisti: dai regali da mettere sotto l'albero agli aperitivi di auguri con gli amici, fino al cenone di Vigilia o al pranzo di Natale. Quest'ampia scelta permette di pagare anche presso punto vendita in modo veloce e sicuro. Il successo nelle vendite, per questo Natale, risiederà quindi anche nell'abilità degli esercenti di fornire ai consumatori accesso ai loro metodi di pagamento preferiti".