



# I 56 pionieri extra-bancari

Offrono sconti fino al 20 per cento  
con l'utilizzo dei loro strumenti

## Trend La mappa degli istituti di pagamento autorizzati

**I**l mercato dei pagamenti è in continua evoluzione. E non riguarda soltanto gli istituti di credito. In Italia operano 56 Istituti di pagamento e di moneta elettronica autorizzati dalla Banca d'Italia, in grado di offrire servizi simili alle banche, come la gestione di conti di pagamento, bonifici, Rid, bollette e bollettini, fino all'emissione di carte di pagamento. Qualche nome? Sisal e Lottomatica, forse i più noti. Ma anche Western Union, Qn (buoni pasto) o Factor Coop (grande distribuzione).

Sono enti non bancari e il loro numero è destinato a crescere, perché il mercato fa gola e nuovi player si stanno affacciando sul territorio nazionale. E così l'offerta si arricchisce e aumenta la qualità dei servizi. «Ci sono già alcuni casi di successo — spiega Carlo Maiocchi, direttore divisione corporate & PA di Sia —. Riescono perché sono stati gradualmente contaminati dalla cultura bancaria, mantenendo lo stesso approccio e la stessa serietà di un istituto di credito verso i sistemi di pagamento. Chi compie il

salto culturale aiuta lo sviluppo del mercato in termini di volumi. Questo poi creerà un'onda lunga che darà una mano agli altri. La strategia vincente? Aggredire nicchie di mercato e aumentare la fidelizzazione dei clienti».

Tra i vantaggi per chi, persona o impresa, sceglie un Istituto di pagamento c'è di sicuro il risparmio. «La riduzione dei costi può arrivare fino al 20% — sottolinea

Gregorio Fogliani, presidente di Qui! Group —. Specializzandosi in settori particolari, che possono andare dal turismo alle telecomunicazioni fino alla gdo, gli Istituti di pagamento possono diventare molto competitivi e interessanti». Per questi enti non bancari è importante leggere i bisogni dei clienti in modo da proporre gli strumenti giusti. Facili da usare e veloci. Di un certo *appeal*.

Come possono essere le carte legate ai circuiti di *loyalty* che garantiscono sconti per ogni acquisto. «Lo sconto va dal 4 al 40% nei nostri 23 mila negozi convenzionati in tutta Italia», dice Fogliani.

Ma il vero sviluppo del settore Ip (Istituti di pagamento) arriverà con le nuove tecnologie del mobile payment. «Pensiamo che ci sia un ottimo potenziale di crescita per il mercato nei prossimi anni — dichiara Christian Ceroni, country manager Italy di Six Payment Service che opera in Italia con una succursale dal 2010 —. Oggi, gli italiani utilizzano poco le carte, ma lo faranno sempre di più. Basta pensare al provvedimento del governo che vieta l'uso di contanti per un acquisto oltre i

1.000 euro. Al momento, il mobile payment sta lavorando su tante idee e proposte per costruire un modello di business attrattivo per i clienti, deve puntare su una tecnologia facilmente fruibile e guardare di più a quelle che sono le vere esigenze di chi userà questo sistema di pagamento elettronico».

**P. CAR.**