

I bresciani preferiscono i pagamenti con le carte



Dal bar al teatro i bresciani preferiscono pagare con le carte piuttosto che con i contanti. Il 2022 ha fatto segnare, tra città e provincia, un aumento del 17% delle transazioni cashless. Un dato non eclatante, forse, ma che restituisce l'idea di un progressivo cambiamento nelle abitudini degli

acquirenti di casa nostra. Da sottolineare, semmai, c'è anche il calo dello scontrino medio, che ora vale 40 euro. Ovvero il 4,8% in meno rispetto al 2021. Da notare, infine, come dopo la «sbornia» dovuta (anche) alla pandemia, gli acquisti online stanno lasciando spazio a quelli nei negozi. A PAGINA 12 E 13

A Brescia meno contanti in tasca: dal bar al teatro si paga con carta

Nel 2022 le transazioni sono cresciute del 17% per uno scontrino medio più basso: vale 40 euro

Ilaria Rossi

i.rossi@gioernaledibrescia.it

■ Addio rotoli di banconote e tasche appesantite dalle monetine. Sempre più bresciani si convertono al cashless, anche se in una provincia affezionata al contante le abitudini sono spesso dure a morire. E infatti il nostro territorio, seppur abbastanza in linea con la tendenza media nazionale, non brilla nella corsa ai pagamenti digitali. Che sono in costante e inesorabile crescita - è vero -, ma meno che in altre zone dello Stivale.

Ma facciamo un passo indietro. Nel primo semestre del 2022 i pagamenti con carte contactless, smartphone e smartwatch hanno visto sul territorio nazionale una crescita del 22% sullo stesso periodo del 2021, raggiungendo quota 182 miliardi di euro. Una cifra che, arrivati a fine anno, dovrebbe rappresentare oltre il 40% del totale speso dagli italiani, avvicinandosi sempre di più alla somma sborsata in contanti. È quanto emerge dall'Osservatorio Innovative Paymen-

ts della School of Management del Politecnico di Milano, che ha analizzato il numero delle transazioni digitali e le prospettive future.

E a Brescia? A fornire qualche dato declinato in chiave locale è l'Osservatorio Pagamenti Cashless di SumUp, che ha analizzato la tendenza dei pagamenti digitali regione per regione, scandagliando anche i settori più coinvolti dalla crescita.

È emerso che, nella nostra provincia, nel 2022, le transazioni medie per esercente sono cresciute del 17% rispetto al 2021; mentre il valore del transato ha avuto un incremento dell'11,3% e lo scontrino medio è calato del 4,8%. Percentuali che confermano come, a fronte di importi che sono sempre più piccoli, continua ad aumentare il numero di transazioni effettuate con carta, smartphone e smartwatch. Una tendenza confermata anche da Carlo Massoletti, presidente di Confcommercio Brescia, che evidenzia come al contante i clienti preferiscano sempre più carte e app.

A confronto. Rispetto ad altre province italiane, Brescia si posiziona al 26esimo posto della classifica, guidata da Aosta, Como, La Spezia e Firenze, dove il numero di transazioni cashless è cresciuto rispettivamente del 44,2% ad Aosta; 30,4% a Como; 39,3% a La Spezia e 34,3% a Firenze. La cugina Bergamo, invece, è più in basso e si attesta in 44esima posizione. Per quel che riguarda i settori, la crescita cashless più importante rispetto al 2021 è quella che riguarda i tassisti, per i quali il numero medio di transazioni a bordo è salito del +87%. Si pagano senza contanti biglietti per concerti, cinema e teatro (+65%), come anche colazioni, pranzi e cene nei caffè e ristoranti (+51%).



Coinvolti dal trend del pagamento digitale anche hotel e strutture ricettive, con un aumento di transazioni del +46%, e centri sportivi e Spa, che crescono del +41%. Tra le novità più interessanti post-pandemia c'è il trend del catering e delivery, dove le transazioni crescono del +24%, e quello dei food truck, una delle tendenze più diffuse del mangiare all'aperto, con +18%.

Ciò che emerge, quindi, è che i commercianti stanno partecipando alla trasformazione anche in settori tradizionalmente associati ai contanti (come le edicole o i bar), apprezzando la possibilità di essere pagati in modo semplice e immediato. //

I NUMERI

Cashless: avanti piano.

Nel 2022 a Brescia le transazioni medie per esercente sono cresciute del 17% in un anno, mentre il valore del transato ha avuto un incremento dell'11,3%. Lo scontrino medio, invece, nella nostra provincia è calato del 4,8%.

I Pos raddoppiano.

Nel Bresciano il numero dei Pos installati continua a crescere: erano 42mila nel 2016 e sono diventati 93mila nel 2020. Un incremento in linea con quello registrato a livello regionale.



Cashless. Ormai sempre più bresciani usano la carta sia per le piccole che per le grandi spese



Pagamenti digitali. Sono aumentati del 22% nel primo semestre di quest'anno rispetto allo stesso periodo del 2021

Dopo il boom online, torna la voglia di fare shopping nei negozi

Superata la pandemia, si sgonfia la bolla dell'e-commerce: il 53% preferisce gli acquisti «fisici»

Commercio

■ Sarà un Natale di ritorno alla normalità. I bresciani, e non solo, sembrano aver ritrovato la voglia di tornare a passeggiare tra le vetrine e di fare shopping nei negozi (possibilità preclusa negli scorsi inverni a causa della pandemia): una tendenza partita dalle grandi città e che ora si registra in tutto il Paese.

La modalità di acquisto dei regali sembra però essere cambiata. Come conferma Carlo Massoletti, presidente di Confcommercio Brescia, «queste festività sembrano certificare il generale trend nazionale di arretramento dell'e-commerce dopo la "bolla" determinata dal Covid, durante il quale gli acquisti online avevano subito una forte impennata a causa delle molte limitazioni di cui era oggetto il commercio fisico». Questo non significa, però, che l'acquisto online sia del tutto abbandonato, anzi, quanto piuttosto che la modalità di spesa è diventata sempre più «ibrida». Infatti, secondo i dati dall'Osservatorio e-commerce B2C, per il Black Friday - l'occasione più recente in termini di promozioni - gli acquisti online degli italiani sono comunque cresciuti dell'8% rispetto allo stesso periodo del 2021. Tuttavia, sempre secondo l'Osservatorio, resiste ancora un 53% della popolazione che preferisce acquistare in negozio per svariate motivazioni.

Dalla qualità del servizio alla rapidità di consegna.

«Comprare un prodotto - prosegue Massoletti - viene vissuto come un'esperienza "unica", perché ormai lo smartphone è diventato un mezzo per arricchire anche l'acquisto in negozio, magari mostrando una recensione o una promozione vista sul sito dello stesso rivenditore. Spesso si arriva proprio dall'esercente con la richiesta di un capo che si è visto online, ma che si preferisce comprare in negozio». Proprio l'online rimane uno degli strumenti preferiti per ricevere o trovare suggerimenti sui regali: i social media e le newsletter risultano le prime fonti di ispirazione per i consumatori.

Rimane comunque un Natale complesso con l'inflazione e il caro bollette che limiteranno fortemente gli acquisti delle famiglie. Secondo una recente stima infatti, una famiglia quest'anno spenderà per i regali di Natale 157 euro contro i 169 dell'anno scorso. «In un periodo di calo per i consumi non possiamo che accogliere positivamente questa voglia di ritornare a frequentare i centri storici, i mercati e gli esercizi» commenta Stefano Boni, direttore generale di Confesercenti della Lombardia orientale. «Sicuramente - prosegue - la pandemia ha fatto sì che molte attività si aprissero all'online, ma è chiaro che al consumatore lo store fisico offre un servizio che il digitale non fornisce». //

ARIANNA COLZI

