



La società cashless

Active is: Esplorare i driver legati al digitale

Le misure di lockdown e distanziamento sociale su vasta scala nell'ambito della lotta al COVID-19 hanno comportato modifiche significative al comportamento dei consumatori. Se alcuni cambiamenti potrebbero essere temporanei, si prevede che altri avranno importanti ripercussioni nel lungo periodo. Dallo smart working, alle attività educational a distanza sino alla spesa, si è registrata una crescita delle soluzioni digitali poiché le persone sono state a lungo costrette in casa. La spesa online e le consegne di pasti a domicilio non sono certo una novità ma durante il lockdown anche chi era contrario si è trovato costretto a farvi ricorso. Una consapevolezza e un'accettazione crescenti avranno un impatto consistente e duraturo su tali servizi, che probabilmente andrà ben al di là dell'attuale situazione legata alla pandemia.

Dietro a tali sviluppi ovvi si cela un altro trend: i pagamenti digitali. In numerose economie è indubbiamente in atto un lento ma progressivo abbandono dei pagamenti in contanti. Nell'attuale crisi i pagamenti digitali non sono stati favoriti solo dal ricorso a servizi online ma anche dai timori circa i rischi per la salute derivanti dal maneggiare banconote e monete fisiche. Non esistono evidenze sulla trasmissione del virus tramite il denaro contante, ma in un annuncio su Twitter la Bank of Thailand ha suggerito di disinfettare banconote e monete.¹ La Federal Reserve dal canto suo ha introdotto una quarantena di 10 giorni per i dollari in arrivo da Asia ed Europa.² La Banca Centrale Europea ha in seguito dichiarato che "le banconote non presentano un rischio di infezione particolarmente significativo rispetto ad altre superfici con cui le persone entrano in contatto nella vita di tutti i giorni"³. Tuttavia, nel lungo periodo tale "rischio non particolarmente significativo" potrebbe determinare una preferenza per le modalità di pagamento contactless a scapito del denaro fisico.



Anche il trend dei pagamenti digitali non è una novità, ma nel contesto attuale potrebbe ricevere ulteriore slancio. Ben prima della crisi odierna la Svezia prevedeva di divenire la prima società senza contanti nel giro di qualche anno.⁴ Il ricorso ai pagamenti elettronici è sempre più diffuso. In Svezia quattro acquisti su cinque avvengono elettronicamente e molti svedesi hanno eliminato del tutto il contante.⁵ Sostenuta dall'elevato accesso di internet e smartphone, l'app per i pagamenti da mobile Swish, creata da sei banche svedesi nel 2012, è divenuta così popolare che ora "swishing" è sinonimo di fare un pagamento con Swish. Agli utenti basta scannerizzare un QR code per trasferire denaro a società o singoli individui. Nel prossimo futuro, l'obiettivo di Swish è consentire i pagamenti contactless tramite smartphone nei negozi utilizzando un modulo Bluetooth simile alla funzione "tap and pay" di alcune carte di credito o di debito che si avvalgono di tecnologie per la comunicazione di prossimità.

Documento illustrativo di approfondimento che non costituisce offerta al pubblico di prodotti/servizi finanziari.



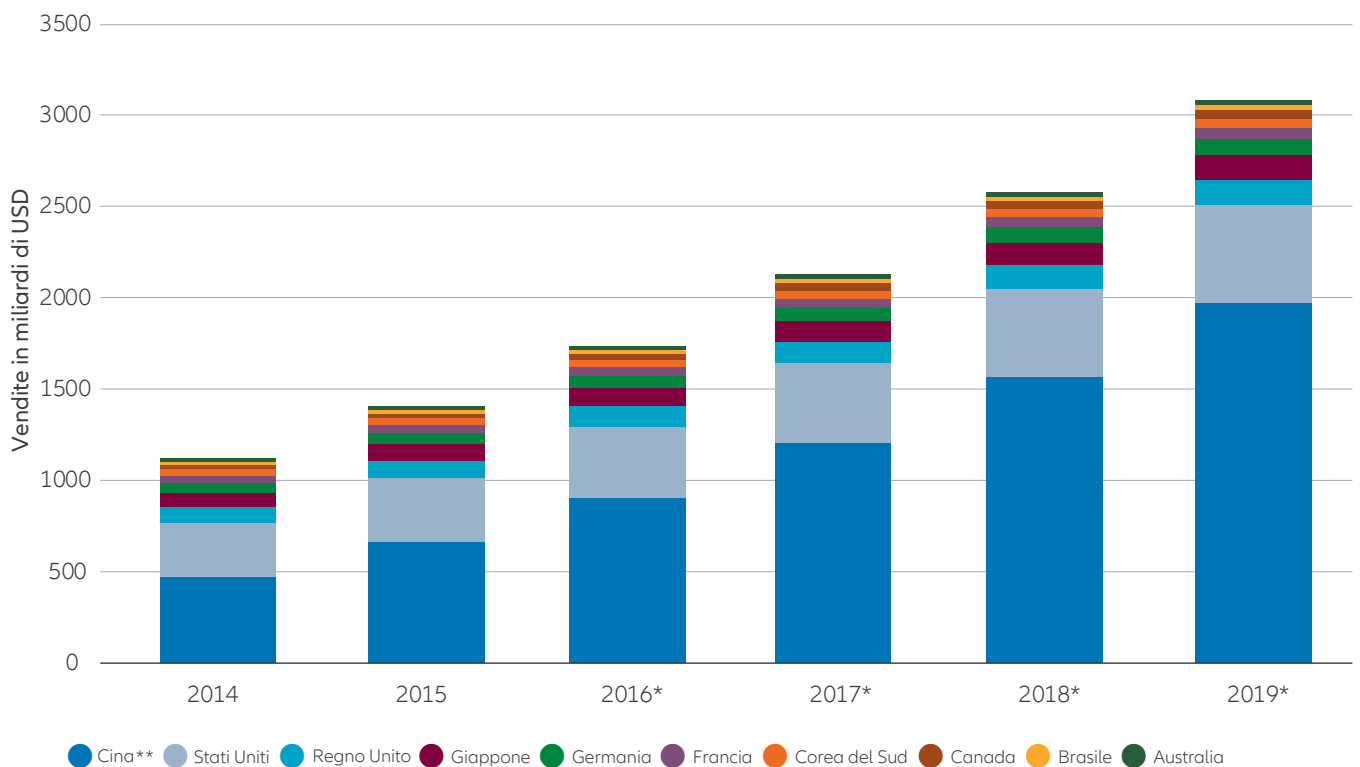
La Svezia tuttavia potrebbe essere un caso particolare poiché diversi negozi e ristoranti non accettano più i pagamenti in contanti e chiedono ai clienti di pagare tramite carta o app mobile. Anche le banche hanno branch completamente digitalizzate che semplicemente non accetteranno più il denaro fisico.⁶ La situazione è diversa in altri Paesi dove la

valuta ha corso legale e per legge non può essere rifiutata dagli esercizi commerciali. Anche in tali aree però si registra un minor ricorso al contante come mezzo di pagamento nel quadro della crescita di internet e smartphone. In Cina i portafogli mobile di Alipay e WeChatPay occupano un'ampia porzione dell'immenso mercato dell'e-commerce. Entrambi i servizi possono essere utilizzati sia online che nei negozi fisici. Nuovi metodi di pagamento alternativi come ApplePay stanno facendo il loro ingresso sui mercati globali.

La crescita strutturale dei pagamenti elettronici sostiene in particolare i provider di servizi di pagamento digitali. Tali società offrono diversi servizi e sistemi finanziari e tecnici che consentono l'accettazione di pagamenti con mezzi diversi dal contante. La generazione di ricavi deriva dall'addebito di una commissione al beneficiario per l'adesione al servizio o il noleggio/leasing dell'hardware, di una commissione di servizio ai pagatori per la messa a disposizione di strumenti di pagamento – un esempio sono le commissioni annuali sulle carte di pagamento – nonché di commissioni di modesta entità su ciascuna transazione.

Classifica dei Paesi in cui si sono registrati i volumi di e-commerce più elevati dal 2014 al 2019 (in miliardi di USD)

Principali mercati in termini di vendite al dettaglio online 2014-2019



Fonte: eMarketer; <https://www.statista.com/statistics/377624/leading-countries-retail-e-commerce-sales/> * Stima. **Hong Kong escluso. Sono compresi prodotti o servizi ordinati su internet da qualsiasi dispositivo, indipendentemente dal metodo di pagamento o di regolamento dell'operazione; non sono compresi viaggi o biglietti per la partecipazione a eventi.



Quanto ai consumatori, come detto i principali driver sono il progressivo abbandono del contante e la variazione delle modalità di consumo in favore dell'e-commerce (per natura digitale al 100%). Gli esercenti invece puntano a massimizzare l'accettazione a fronte della crescente complessità degli strumenti di pagamento a costi di transazione ottimali (incluso il costo delle frodi). Gli esercizi commerciali sono inoltre interessati a servizi a valore aggiunto al fine di facilitare l'attività operativa e ridurre i costi, nonché di accrescere le stime di fatturato. Secondo il provider di servizi di pagamento

Adyen, nel Regno Unito il 57% dei consumatori afferma che la coda alla cassa è il principale deterrente all'acquisto mentre negli USA è il fattore che spinge quattro clienti su cinque a lasciare il negozio. Online gli utenti hanno spesso problemi con l'ultima fase dell'acquisto poiché le loro modalità di pagamento preferite non sono disponibili e/o le opzioni di pagamento offerte non sono percorribili – in fin dei conti non tutti hanno una carta di credito. Sempre in base ai dati di Adyen il 45% dei consumatori britannici ha interrotto un acquisto a causa di problemi con il pagamento.⁷

Malgrado la forte crescita dei pagamenti non in contanti negli ultimi anni, il ricorso al denaro fisico è ancora frequente. In Europa il contante rappresenta quasi l'80% del volume e oltre il 50% del valore complessivo delle transazioni.⁸ Pertanto, vediamo tuttora un consistente potenziale di espansione futura. I tassi di crescita varieranno a seconda di Paesi e aree geografiche: in Europa e nei Paesi avanzati si prevede una rapida ascesa, ma i tassi di crescita saranno ancor più significativi nelle economie emergenti (seppur da livelli bassi). Data la maggiore complessità degli strumenti di pagamento, il supporto dei provider di servizi sarà fondamentale per gli esercenti che dovranno restare al passo con metodi di pagamento sempre nuovi e alternativi. Pur non avendo creato questo trend la crisi innescata dal COVID-19 ha dato un forte impulso.

I megatrend influenzano la visione del mondo di consumatori e società

In Allianz Global Investors siamo consapevoli di vivere in un mondo in costante evoluzione. In qualità di investitori, per restare al passo dobbiamo misurarci con un contesto estremamente mutevole, comprendere i driver alla base del cambiamento e valutarne l'impatto.

Guardando oltre alla volatilità legata alle notizie sul fronte politico ed economico abbiamo individuato quattro megatrend che comportano importanti cambiamenti di lungo periodo: **innovazione tecnologica, cambiamento demografico, scarsità delle risorse e urbanizzazione.**

Tramite la nostra gamma di soluzioni di investimento tematico vogliamo individuare le opportunità derivanti da tali cambiamenti strutturali investendo nei temi meglio posizionati per beneficiare dei mutamenti fondamentali a lungo termine.

L'investimento tematico consente di concentrarsi sui pattern sottostanti di lungo periodo a tutto vantaggio degli investitori.

Pagamenti digitali

I pagamenti digitali rientrano nel tema "Digital Life" nell'ambito del megatrend dell'innovazione tecnologica. Si tratta di un megatrend che analizza l'automazione della produzione e il ricorso ai servizi online sul fronte della domanda. Ci concentriamo sui temi con le migliori prospettive su un orizzonte di cinque-vent'anni. Digital Life e in particolare i Pagamenti digitali rappresentano uno dei temi interessanti in cui investire.

Wirecard

Nelle nostre soluzioni tematiche, ogni singola selezione è sottoposta a un'analisi approfondita e rigorosa per assicurare che sia (e resti) conforme ai consolidati criteri di investimento interni. Una società nel segmento dei Pagamenti digitali che di recente è stata al centro dell'attenzione – per le ragioni sbagliate – è Wirecard. In questo caso la nostra analisi aveva messo in luce già da tempo alcuni aspetti problematici in seguito alla pubblicazione di una serie di articoli e ai colloqui in materia di governance con il management della società. Di conseguenza Wirecard ha subito un declassamento sulla nostra piattaforma di investimento sotto il profilo ESG ed è stato stabilito che non fosse più in linea con i nostri standard di investimento. L'esposizione ai pagamenti non in contanti non ha quindi risentito delle recenti oscillazioni del corso azionario della società.

- ¹ Daily Mail Australia: 'How to clean your cash to rid it of coronavirus', 7 Aprile 2020
- ² Reuters: 'Fed quarantines U.S. dollars repatriated from Asia on coronavirus caution', 6 Marzo 2020
- ³ The ECB Blog: 'Beyond monetary policy – protecting the continuity and safety of payments during the coronavirus crisis', 28 Aprile 2020
- ⁴ Sveriges Riksbank: 'Payments in Sweden 2019', 7 Novembre 2019
- ⁵ Sweden.se: 'Cash is no longer king in Sweden', 11 Settembre 2019
- ⁶ KTH Royal Institute of Technology: 'Cashless future for Sweden?', 14 Ottobre 2015
- ⁷ Adyen: 'Payments 101 for fast-growing businesses', 2019
- ⁸ G4S, World Cash Report 2018

L'investimento implica dei rischi. Il valore di un investimento e il reddito che ne deriva possono aumentare così come diminuire e, al momento del rimborso, l'investitore potrebbe non ricevere l'importo originariamente investito.

I rendimenti passati non sono indicativi di quelli futuri. Le informazioni e le opinioni espresse nel presente documento, soggette a variare senza preavviso nel tempo, sono quelle della società che lo ha redatto o delle società collegate, al momento della redazione del documento medesimo. I dati contenuti nel presente documento derivano da fonti che si presumono corrette e attendibili al momento della redazione del documento medesimo. Si applicano con prevalenza le condizioni di un'eventuale offerta o contratto che sia stato o che sarà stipulato o sottoscritto. Il presente documento è una comunicazione di marketing emessa da Allianz Global Investors GmbH, www.allianzgi.it, una società di gestione a responsabilità limitata di diritto tedesco, con sede legale in Bockenheimer Landstrasse 42-44, 60323 Francoforte sul Meno, iscritta al Registro Commerciale presso la Corte di Francoforte sul Meno col numero HRB 9340, autorizzata dalla BaFin (www.bafin.de). Allianz Global Investors GmbH ha stabilito una succursale in Italia, Allianz Global Investors GmbH, Succursale in Italia, via Durini 1 - 20122 Milano, soggetta alla vigilanza delle competenti Autorità italiane e tedesche in conformità alla normativa comunitaria.

Le informazioni contenute in questo documento sono a scopo meramente illustrativo e non devono essere considerate alla stregua di previsioni, ricerche o consigli di investimento, né di una raccomandazione ad adottare alcuna strategia di investimento.

Documento illustrativo di approfondimento che non costituisce offerta al pubblico di prodotti/servizi finanziari.

Il semestre 2020

AdMaster 1225307 | 20-1767