

Comunicato stampa

PAGAMENTI DIGITALI: COSÌ CRESCE IL BUSINESS PER LE AZIENDE

Con il Buy Now Pay Later, possibilità di acquistare subito e pagare a 90 giorni. L'Italia però è indietro in un mercato che entro il 2030 varrà 3.600 miliardi di dollari

La relazione DESI 2022 (indice dell'economia della società digitale) della Commissione Europea: Italia 18° con un punteggio pari a 49,3, la media europea è 52,3

Milano, 3 maggio 2023 - Vendere di più e far crescere un'azienda attraverso il B2B online grazie alla possibilità di acquistare sul momento e pagare più tardi, senza carta di credito ma con un normale conto bancario. Esattamente quanto avviene con il metodo tradizionale. Si chiama "Buy Now Pay later" (BNPL), metodo di pagamento digitale esteso anche al B2B oltre che al B2C. Nello specifico, l'azienda riceve da subito l'importo eliminando il rischio di insolvenza, mentre il cliente può acquistare immediatamente il prodotto per poi pagarlo in modo differito nei 90 giorni, senza costi e interessi. Il cliente soddisfa così le proprie esigenze commerciali e l'azienda raggiunge l'obiettivo della vendita. Esattamente quanto avviene "offline". Il first mover italiano è [PausePay](#), una soluzione innovativa di CashInvoice S.p.A. che ha da sempre sviluppato modelli di business innovativi in collaborazione con investitori istituzionali e con **Allianz Trade**.

Il metodo del BNPL ha raggiunto a livello globale una quota di mercato nei pagamenti e-commerce del **3%**. Studi di settore portano a previsioni di grande crescita: entro il 2030 questo sistema di pagamento varrà oltre **3.600 miliardi di dollari**, con un aumento di oltre **450 miliardi** registrato tra il 2021 e il 2026.

Solo nel 2021, in Europa, il BNPL ha rappresentato l'**8,1%** delle transazioni di e-commerce (pari a +79 Mld di dollari). L'Italia però è ancora indietro: solo il **4%** delle transazioni e-commerce avviene con questo metodo. Un aspetto che trova conferma nella relazione **DESI 2022 (indice dell'economia della società digitale)** in cui la Commissione Europea posiziona l'**Italia al diciottesimo posto** con un punteggio pari a **49,3**, ben al di sotto della media europea (**52,3**).

Dati che hanno spinto **CashInvoice** – che offre servizi BNPL alle aziende sotto il nome di *PausePay*, in collaborazione con **Allianz Trade** - a realizzare un'indagine sul mercato italiano. Partendo da un dato di scenario: in Italia i siti internet attivi nei metodi di pagamento differiti sono diversi milioni: solo quelli con l'estensione ".it" risultano essere, ad oggi, **3.450.337**, con una crescita nel 2021 di più di **500.000**. È stato preso in analisi un campione di **520.877 siti**, identificando prima di tutto la tecnologia con cui sono stati realizzati. Analizzando però il totale delle imprese analizzate, solo il 10,3% ha un proprio eShop. Un dato che conferma una volta di più il ritardo delle imprese italiane nel processo di digitalizzazione. Ritardo che trova riscontro nell'analisi dei dati di bilancio 2021: il campione delle aziende analizzate infatti, ha un fatturato aggregato di circa **19,2 miliardi di euro**, ma secondo una stima prudente il transato online B2B vale appena **1,174 miliardi**, meno del **6,1%** del totale.

L'analisi di CashInvoice tiene anche conto della distribuzione regionale del PIL. Secondo lo studio infatti, esiste una correlazione positiva tra PIL e siti web. Quindi le regioni che presentano un prodotto interno lordo maggiore, annoverano più società con propri siti web. Questo criterio conferma ancora una volta il gap tra regioni del nord e del sud, con le prime più avanti nel processo di trasformazione digitale che vede le PMI a vocazione industriale e dei servizi di mercato e alle famiglie in fase più avanzata.

I pagamenti digitali rappresentano un aspetto estremamente importante nel processo di crescita e trasformazione delle aziende. In tal senso, una spinta concreta arriva proprio dal [“Buy Now Pay Later”](#), già molto apprezzata nel B2C dai consumatori per convenienza, spingendo quindi i merchant a dotarsi sempre più di questa forma di pagamento. Nel Regno Unito, ad esempio, il **75%** dei merchant ritiene che BNPL sarà un servizio chiave per la crescita del proprio e-commerce nei prossimi anni.

“Il BNPL è un metodo di pagamento già presente sul mercato, con un tasso di diffusione molto importante anche per il futuro – commenta Luca Scali, il CEO del Gruppo CashInvoice -. Stiamo parlando di una tecnologia che aiuta le aziende in un momento storico molto particolare: il 2022 è stato un anno articolato in un contesto difficile. I bilanci delle imprese mostrano ancora gli effetti della pandemia, e il quadro macroeconomico con tassi inflattivi importanti, con il costo del denaro cresciuto oltre le attese, pone problemi sfidanti per le imprese. PausePay, è il metodo che garantisce allo stesso tempo vendita e incasso per il venditore e acquisto immediato per l'acquirente business. È la più classica delle operazioni win win”.

CashInvoice è oggi l'unico gruppo Fintech che opera sull'intera filiera digitale della Finanza Alternativa, e si avvia a chiudere un bilancio più che positivo con ottime prospettive per il 2023. CashInvoice, infatti, ha raggiunto un fatturato superiore ai 2Mil., si è assicurata programmi di funding per oltre 500Mil. *“Con l'ingresso nel capitale di **Fasanara Capital** - continua Scali – il player di riferimento del Fintech a livello mondiale, veniamo premiati per il duro lavoro e il costante approccio innovativo ai processi e ai prodotti da noi ideati e gestiti per il mercato Business.”*

[PausePay, il Buy Now, Pay Later per il B2B in Italia, è un servizio di CashInvoice da poco diventata S.p.A. SB \(benefit\), in partnership con Allianz Trade, e rappresenta la prima piattaforma in Italia di Buy Now, Pay Later dedicata al canale Business.](#)