

Cara community di Stripe,

lo scorso anno, le attività che utilizzano i prodotti Stripe hanno generato 1.900 miliardi di dollari di volume totale, con un aumento del 34% rispetto al 2024 ed equivalente a circa l'1,6% del PIL globale. I nostri servizi finanziari programmabili oggi supportano più di 5 milioni di attività direttamente o tramite piattaforme (incluse tutte le principali aziende di IA), molte delle maggiori società blue chip (il 90% dell'indice Dow Jones Industrial Average), gran parte delle più grandi società tecnologiche (l'80% del Nasdaq 100) e una porzione significativa delle start-up appena nate (a oggi, il 25% di tutte le società del Delaware è stato costituito con [Stripe Atlas](#)). Oltre ai pagamenti, queste attività utilizzano Stripe per accelerare la loro crescita gestendo addebiti, abbonamenti, conformità fiscale, prevenzione delle frodi, finanza integrata, tesoreria globale e molto altro. [Link](#), il modo più semplice per pagare online, è ora utilizzato da oltre 200 milioni di persone.

Stripe ha mantenuto una solida redditività, il che ci ha permesso di continuare a investire massicciamente nello sviluppo di prodotti (con oltre 350 aggiornamenti l'anno scorso) e nelle acquisizioni. Dal nostro ultimo aggiornamento abbiamo infatti acquisito [Privy](#), che supporta oltre 110 milioni di wallet programmabili, e [Metronome](#), che supporta gli intricati modelli di addebito a consumo utilizzati da aziende come [OpenAI](#), [Anthropic](#), [Confluent](#) e NVIDIA. Metronome si unisce alla nostra suite per i ricavi, che è sulla buona strada per raggiungere quest'anno un tasso di crescita annuale di un miliardo di dollari.

Tutto sommato, il 2025 è stato un anno forte per la internet economy e siamo lieti di vedere risultati eccezionali per così tanti clienti Stripe.

Un processo di differenziazione

Fondamentalmente, i mercati competitivi fungono da processo di differenziazione. Indirizzano profitti, capitali e talenti verso i luoghi di maggiore impatto, decretati come tali dai clienti e dai loro portafogli. In passato, questa differenziazione avveniva in modo sistematico: erano necessari decenni perché un nome familiare venisse spodestato, o perché un nuovo arrivato raggiungesse dimensioni significative.

Il processo di differenziazione agisce ora in modo molto più rapido, e vincitori e vinti vengono consacrati più rapidamente e più intensamente. Oggi, un terzo delle società quotate in borsa negli Stati Uniti, il più redditizio, rappresenta due terzi della capitalizzazione di mercato totale, la quota più alta dal 1963 (anno in cui si è iniziato a raccogliere dati). E nella maggior parte dei casi si tratta di concentrazione dei profitti, non solo di valutazioni: il principale 10% di S&P 500 per capitalizzazione di mercato rappresenta ora circa il 59% dei profitti totali dell'indice, un dato più alto rispetto alla storia recente.

Le 50 aziende più grandi rappresentano il 59% dei profitti

Concentrazione del reddito netto nell'S&P 500



Fonte: FMP

Questo fenomeno è dovuto soprattutto a una divisione in due dei settori. Nel retail USA, ad esempio, le vendite dei negozi fisici sono cresciute di appena il 5% negli ultimi 3 anni, mentre le vendite e-commerce sono aumentate del 30% nello stesso periodo (entrambi al netto dell'inflazione). Nel trasporto aereo, nell'ultimo decennio le tre maggiori compagnie USA (American, Delta e United) hanno aumentato la propria quota di ricavi e profitti, e Delta e United hanno di fatto totalizzato quasi tutti i profitti delle compagnie aeree statunitensi nel 2025. Nel **settore sanitario**, le quote di profitto di ospedali e assicuratori si sono contratte significativamente dal 2019, mentre l'health tech supererà presto i 110 miliardi di dollari di EBITDA entro il 2029. Ogni settore ha le sue dinamiche particolari, ma lo schema è chiaro: un gruppo di aziende si sta distaccando. In generale, la domanda di software, computer e investimenti in data center ha trainato quasi la metà di tutto l'aumento del PIL USA nel 2025, e la percentuale potrebbe crescere ulteriormente.

Il retail USA si divide in due

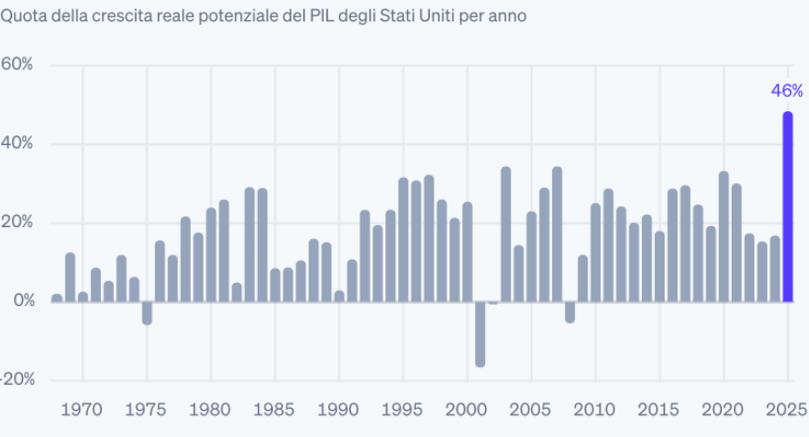
Vendite reali (corrette per l'inflazione) negli Stati Uniti; 2022 = 100



Fonte: analisi di Stripe dei dati del Bureau of Economic Analysis

La domanda di computer e software rappresenta quasi la metà della crescita degli Stati Uniti

Quota della crescita reale potenziale del PIL degli Stati Uniti per anno



Fonte: Bureau of Economic Analysis, Congressional Budget Office, analisi di Stripe

In base a ciò che possiamo dedurre dalle tante attività che hanno iniziato a utilizzare Stripe nel 2025, non ci sono segni di rallentamento in questo processo di differenziazione. Nel 2025 si è unito a Stripe un numero di aziende ancora maggiore rispetto al passato, di cui oltre la metà (il 57%) con sede al di fuori degli Stati Uniti. Questo nuovo gruppo è di gran lunga il più performante che abbiamo mai visto, in grado di crescere circa il 50% più velocemente rispetto al gruppo del 2024. Il numero di aziende che hanno raggiunto i 10 milioni di dollari di RAR entro tre mesi dal lancio è raddoppiato in confronto al 2024.

Il fenomeno sembra riconducibile a una più ampia espansione e accelerazione nel nostro settore. Dopo anni di relativa calma, il numero di app iOS rilasciate a dicembre 2025 è aumentato del 60% su base annua (possiamo solo immaginare quali siano i punteggi di sonno del team revisioni di App Store). Anche la produzione di codice sta accelerando: i push su GitHub, cresciuti di circa il 10-12% negli anni precedenti, sono aumentati del 41% tra il terzo trimestre del 2024 e il terzo trimestre del 2025.

Poiché sviluppare diventa più facile, siamo all'opera per rendere Stripe ancora più semplice da integrare, anche per gli **agenti**. Abbiamo recentemente introdotto le **sandbox disponibili su richiesta**, che consentono di iniziare a utilizzare Stripe direttamente dagli strumenti di programmazione basati sull'IA come **Manus**, **Base44**, **Replit** e **Vercel**. Quando un prodotto è pronto per il lancio, quella sandbox si converte in un account Stripe live che mantiene intatta la propria configurazione. Sono state create in questo modo più di 100.000 sandbox.

Stiamo anche migliorando Stripe Atlas, il modo più semplice al mondo per costituire un'attività, che lo scorso anno ha registrato un aumento del 41% nelle costituzioni di aziende. Le società Atlas stanno monetizzando prima: nel 2025, il 20% delle start-up Atlas ha creato un addebito per il primo cliente entro 30 giorni dalla costituzione, rispetto all'8% del 2020.

Guardando queste cifre, sorge una domanda ovvia: il 2025 è un'anomalia o l'inizio di un nuovo assetto economico? Il tempo darà il verdetto, ma la nostra ipotesi migliore è che l'accelerazione riscontrata nel 2025 sia l'inizio di una più ampia inflessione nell'imprenditorialità e nella creatività, facilitata dall'avanzamento degli LLM, i grandi modelli linguistici. Abbiamo una roadmap di progressi ambiziosa. Stripe sarà il modo migliore per avviare un'attività nell'era dell'IA.

Fin da subito globali

Le aziende che aspirano a "diventare globali" erano soggette in passato a una progressione costante e sequenziale: conquistare una fetta di mercato in casa, per poi espandersi all'estero. Coca-Cola ha impiegato 20 anni per imbottigliare la sua prima bibita a Cuba, mentre McDonald's e Starbucks hanno aspettato rispettivamente 27 e 16 anni prima di servire i loro primi clienti in Canada.

Dopo l'arrivo del World Wide Web, i servizi gratuiti hanno iniziato a essere globali già dal lancio, nonostante i loro meccanismi di monetizzazione operassero in ritardo. Quando Facebook è passato da una rete riservata ai soli college a una piattaforma pubblica nel 2006, chiunque avesse un browser poteva creare un account, ma non era detto che chi avesse denaro potesse fare pubblicità. Il supporto per le valute internazionali è arrivato solo nel 2009, cinque anni dopo la fondazione dell'azienda. [Google](#), d'altro canto, ha accettato il suo primo pagamento in GBP da un'inserzionista nel Regno Unito (un'azienda di vendita per corrispondenza di aragoste vive!) solo nel 2002, quattro anni dopo il lancio globale del suo prodotto di ricerca.

Negli ultimi anni, il modello di espansione da Paese a Paese si è dissolto. Per una nuova generazione di aziende presenti su Internet, il "mercato interno" è Internet stesso. Quasi ogni prodotto noto di IA spopola in ogni Paese altrettanto noto. [ChatGPT](#), [Claude](#), [Replit](#), [Lovable](#), [Base44](#), [Vercel](#), [Cursor](#), [Midjourney](#) e molti altri sono stati lanciati fin da subito a livello globale.

E questo non riguarda semplicemente i ricavi incrementali di una base di utenti internazionali long-tail, i quali in molti casi rappresentano l'intera fetta di mercato. Tra le attività Stripe con ricavi prevalentemente internazionali, il 30% di tali ricavi proviene da Paesi che non costituiscono né il mercato interno dell'attività, né una delle prime 10 economie globali.

Ciò è dovuto in gran parte a un'infrastruttura che non fa più percepire la domanda estera come straniera. Lo scorso anno abbiamo permesso alle aziende di lanciare un checkout localizzato in oltre 100 Paesi contemporaneamente, completo di prezzi locali per massimizzare la conversione, oltre 120 metodi di pagamento e conformità fiscale locale supportata fin da subito.

A volte il miglioramento dell'infrastruttura si avverte solo dopo decenni, altre volte la domanda latente si manifesta da un giorno all'altro. [Gamma](#) è una piattaforma di IA con sede in California, usata da 70 milioni di persone per creare presentazioni. Quando ha iniziato ad accettare pagamenti UPI in India grazie a Stripe, i ricavi provenienti da quel Paese sono aumentati di colpo del 22% nello stesso mese.

Ironicamente, le società più vincolate dalle barriere della geografia finanziaria sono le stesse fintech. Dopo dodici anni dal lancio di Chime, è possibile aprire un nuovo conto Chime solo negli USA. Nubank, fondata nel 2013, ha servito solo il Brasile per i primi sei anni, e ha aggiunto solo due Paesi negli ultimi sei. Il nostro stesso prodotto [Issuing](#) è disponibile in appena 22 Paesi a circa sette anni dal lancio: è un'espansione più veloce della maggior parte dei casi, ma non ancora quanto vorremmo.

Anche questo sta cambiando. L'ultimo gruppo di società fintech, come Sling Money, DolarApp, [Félix](#) e KAST, sta strutturando le app finanziarie come globali già dall'inizio. Anche noi lo scorso anno abbiamo lanciato il nostro primo prodotto globale, [Financial Accounts](#), che consente alle aziende di trattenere, inviare e ricevere fondi, e che fin dal primo giorno è disponibile in oltre 100 Paesi. Il progresso è in gran parte dovuto alle stablecoin, la cui assenza di confini consente alle fintech di creare infrastrutture che funzionano ovunque. Per la prima volta è possibile rendere globali fin da subito i servizi finanziari.

Un progresso stabile

Forse è [inverno per le criptovalute](#), ma è estate per le stablecoin. Dopo un decennio in cui i volumi delle stablecoin hanno seguito le ondulazioni dei prezzi dei crypto-asset, l'anno scorso si è definita una chiara divergenza. Nel 2025 il prezzo del Bitcoin è sceso precipitosamente (ed è ora in calo del 50% rispetto a ottobre), ma il volume dei pagamenti in stablecoin è raddoppiato a circa [400 miliardi di dollari](#), il 60% dei quali si stima rappresenti pagamenti B2B. Su [Bridge](#), la piattaforma di orchestrazione di stablecoin che abbiamo acquisito, i volumi sono più che quadruplicati. Man mano che l'adozione di stablecoin nel mondo reale continua a ritmo sostenuto, i relativi pagamenti avanzano silenziosamente e inesorabilmente.

Questa crescita è stata catalizzata da una profusione di nuove funzionalità. Un fondatore di Y Combinator può ora ricevere finanziamenti in stablecoin, trattenerli in un conto finanziario Stripe e utilizzarli per pagare i suoi primi ingegneri, che potrebbero trovarsi ovunque nel mondo. Le piattaforme SaaS utilizzano le stablecoin per riscuotere pagamenti ricorrenti grazie a un nuovo [smart contract](#) che evita ai proprietari di wallet di dover firmare manualmente ogni transazione. Le aziende che utilizzano le stablecoin per espandersi a livello internazionale dispongono ora di strumenti migliori per integrare i wallet digitali direttamente nei loro prodotti principali. Con Privy, aziende come Ramp e Deel hanno un'unica API per fornire wallet facili da usare in entrambi i [modelli](#) custodial e non-custodial. Ciò rende possibile creare fin da subito prodotti completamente globali.

Anche l'interoperabilità tra criptovaluta e valuta fiat sta migliorando rapidamente. Ad aprile, Bridge ha collaborato con [Visa](#) per introdurre carte che consentono ad aziende e consumatori di spendere le proprie stablecoin proprio come qualsiasi altra carta. Il pagamento viene detratto da un saldo in stablecoin e convertito automaticamente nella valuta locale, mentre l'azienda riceve i fondi proprio come qualsiasi altro pagamento, serenamente isolata dai meccanismi sottostanti delle stablecoin. [Phantom](#), uno dei wallet di criptovaluta più popolari con 20 milioni di utenti attivi ogni mese, sta utilizzando Bridge per implementare carte in stablecoin per i suoi clienti.

Mentre ci prepariamo a un mondo in cui l'adozione di stablecoin sarà massiccia, abbiamo dedicato lo scorso anno alle blockchain. Le blockchain di oggi sono state progettate per il trading e la DeFi, mentre non ci si è focalizzati abbastanza sulle caratteristiche fondamentali per i pagamenti (inclusi throughput, affidabilità, prevedibilità dei costi e privacy). Bitcoin elabora meno di 10 transazioni al secondo. L'anno scorso, la foga del trading di memecoin su una delle principali blockchain ha ritardato i bonifici per un utente Bridge di oltre 12 ore e ha fatto schizzare di 35 volte i prezzi per transazione. Sebbene tali problemi operativi siano già significativi, non faranno che intensificarsi con il massiccio aumento dell'interesse per le transazioni che prevediamo. A nostro avviso, gli agenti saranno molto probabilmente presto responsabili della maggior parte delle transazioni su Internet, e probabilmente serviranno blockchain che supportino più di un milione, o addirittura un miliardo, di transazioni al secondo.

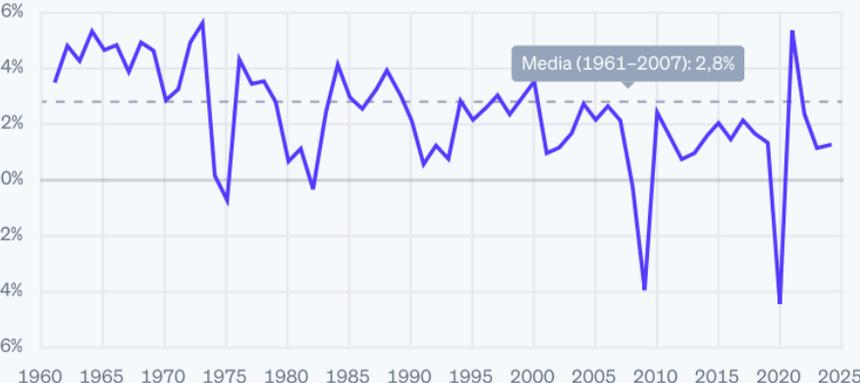
A settembre abbiamo presentato [Tempo](#), una blockchain incubata insieme a Paradigm, che offre corsie di pagamento dedicate, sub-second finality, privacy opt-in e interoperabilità con i sistemi di conformità e contabilità. Queste caratteristiche possono sembrare prosaiche, ma contano molto nel mondo reale. Aziende come Visa, Nubank e Shopify stanno già testando Tempo per vari casi d'uso, inclusi i bonifici globali, la finanza integrata e le rimesse. [Klarna](#), il cui CEO un tempo si proclamava scettico sulle criptovalute, è diventata la prima banca a lanciare una stablecoin (KlarnaUSD) sulla testnet di Tempo utilizzando l'[Open Issuance](#) di Bridge per rendere più veloce ed economico il regolamento dei pagamenti transfrontaliero. L'architettura di Tempo è anche adatta ai pagamenti agentici e alle microtransazioni. La mainnet di Tempo verrà lanciata presto, e non vediamo l'ora di scoprire cosa creeranno con essa le aziende più ambiziose.

Il capitale circolante circola, con Capital

Dal 2008, la crescita del PIL pro capite è stata un lento 1,0% nei paesi OCSE, in calo rispetto al 2,8% annuo, in media, per i 46 anni precedenti (quando iniziano i dati). Si è tentati di cercare spiegazioni locali (l'invecchiamento della forza lavoro in Giappone, la Brexit, il mix energetico in Europa e così via), ma ci sono buone prove che un colpevole significativo sia il netto calo globale della disponibilità di capitale.

Crescita lenta del PIL dell'1,0% nei Paesi dell'OCSE dal 2008

Variazione in percentuale



Fonte: OCSE, analisi Stripe

In effetti, a seguito della crisi finanziaria globale, nella maggior parte dei Paesi dell'OCSE sono aumentati i requisiti patrimoniali per le banche, mentre è diminuito l'accesso al capitale per le piccole imprese. Le riforme di Basilea III hanno innalzato gli standard patrimoniali per le grandi banche in tutto il mondo. In Irlanda, i prestiti bancari alle piccole imprese sono scesi di oltre il 66% tra il 2011 e il 2019. Nel Regno Unito, i prestiti alle piccole aziende sono diminuiti nel 2012 e sono rimasti deboli da allora.

Gli Stati Uniti sono andati leggermente meglio, con un accesso più facile al capitale da parte di finanziatori non bancari e una crescita del PIL pro capite dell'1,7% negli ultimi 15 anni. Ma le tendenze generali, a seguito del Dodd-Frank Act, sono le stesse: inasprimento delle regole bancarie e ridotto accesso al capitale per le piccole imprese. Dal 2010, i prestiti superiori al milione di dollari sono aumentati del 68%, mentre i prestiti inferiori al milione di dollari sono diminuiti del 5%. Negli Stati Uniti lo scorso anno è stato approvato solo il 41% delle richieste di prestito per piccole imprese, in calo rispetto al 50% del 2015.

I prestiti alle imprese statunitensi inferiori a un milione di dollari sono diminuiti del 5% dal 2010

Dollari costanti 2017, indice: T2 2010 = 100



Fonte: Federal Deposit Insurance Corporation, Bureau of Economic Analysis, analisi Stripe

Abbiamo creato [Stripe Capital](#) per aiutare a risolvere la scarsità globale di accesso al capitale, specialmente per le piccole imprese. Per le attività che utilizzano Stripe per accettare pagamenti, i dati sui ricavi in tempo reale sono un input semplice da cui scaturisce una decisione di prestito. Le attività rimborsano i prestiti sotto forma di una piccola percentuale sulle loro vendite successive, attingendo effettivamente capitale circolante in anticipo dalla loro stessa crescita. Il volume dei finanziamenti è aumentato del 45% dal 2024 al 2025, e Stripe Capital supporta oltre 81.000 attività (molte delle quali hanno avuto accesso ai fondi di Capital direttamente tramite la piattaforma SaaS verticale su cui operano, come [GlossGenius](#) per i saloni di bellezza, [Tekmetric](#) per le autofficine, [Pixieset](#) per i fotografi e così via).

Negli ultimi due anni abbiamo condotto uno [studio](#) randomizzato per comprendere l'impatto di Capital: se aiutiamo le attività a "oliare gli ingranaggi", con quale rapidità possono crescere? A quanto pare, molto più velocemente. Le attività che hanno accettato offerte Capital sono cresciute di 27 punti percentuali in più nell'anno successivo rispetto ad attività equiparabili che non lo hanno fatto.

Le attività con offerte Stripe Capital sono cresciute 27 punti percentuali più velocemente

Decili di variazione del tasso di crescita



Fonte: dati Stripe

Le medie nascondono un'ampia variabilità. Per le attività finanziate a più rapida crescita, il decile è aumentato oltre tre volte più velocemente rispetto alle attività equiparabili; il decile successivo è cresciuto di quasi 100 punti più velocemente. Un esempio rappresentativo: Xirsys, un'attività di hosting server domiciliata in California, ha utilizzato il finanziamento di Stripe Capital per configurare server aggiuntivi in Cina, India e Giappone, raddoppiando successivamente i propri ricavi. In particolare, anche le attività con punteggi di credito bassi sono cresciute dall'11 al 18% più velocemente dopo aver ricevuto il finanziamento.

È solo un'ipotesi per ora, ma ci chiediamo se l'accesso al capitale diventerà un fattore più importante nei risultati economici dei prossimi anni, man mano che i progressi nell'intelligenza artificiale aumenteranno i ritorni sugli investimenti.

Uscire dalla modalità a basso ricavo

Per le attività mature, sono poche le leve di crescita garantite note e visibili, e le più allettanti non sempre funzionano.

Prendiamo la pubblicità. Nel 2019, Gillette ha vinto un Leone d'Argento a Cannes per la sua pubblicità "The Best Men Can Be". Più tardi, quello stesso anno, P&G ha subito una svalutazione di 8 miliardi di dollari perché quella pluripremiata campagna non è riuscita comunque a stimolare la crescita. Più di recente, una campagna per Indian Railways [ha vinto](#) un Grand Prix e sei Leoni d'Oro a Cannes nel 2025 per la sua lotteria giornaliera in stile biglietto d'oro (ogni giorno, un biglietto del treno poteva vincere 10.000 rupie), ma la campagna è stata [chiusa](#) dopo otto settimane senza "nessun aumento percepibile nelle vendite dei biglietti".

Ecco perché, dopo 15 anni, siamo ancora sinceramente entusiasti di Payments. A differenza di percorsi di crescita più speculativi, ottimizzare la configurazione dei pagamenti è un metodo quasi garantito per generare ricavi extra, ed è tra le operazioni che permettono di far crescere di più il ROI.

Microsoft, ad esempio, valuta la performance precisa di ciascuno dei suoi fornitori di servizi di pagamento su base mensile. Tra il 1° giugno e il 1° ottobre, Stripe ha fornito un aumento significativo dei tassi di autorizzazione per Microsoft utilizzando una combinazione di Adaptive Acceptance, utilità di aggiornamento carte, token di rete e altro ancora. Di conseguenza, Microsoft sta ora indirizzando una quota maggiore dei suoi pagamenti attraverso Stripe.

[L'aeroporto di Gatwick](#) riscontrava situazioni continue di pagamenti non riusciti, contestazioni e reclami dei clienti con il suo precedente fornitore di servizi di pagamento. Dopo il passaggio a Stripe, l'accettazione dei pagamenti è aumentata di 2,5 punti percentuali. Dopo un test A/B che riguardava il suo ex fornitore di servizi di pagamento, [FICO](#) ha implementato Stripe aumentando di un punto percentuale i tassi di autorizzazione. L'azienda di telemedicina Ro ha potuto riscontrare un aumento del 2% nei tassi di autorizzazione e una diminuzione del 3% nell'attività di contestazione degli ultimi 12 mesi con Stripe, che corrispondono a decine di milioni di dollari ogni anno.

La maggior parte delle attività opera oggi in quella che chiamiamo modalità a basso ricavo, che si basa su un'infrastruttura di pagamenti non ottimizzata che perde dollari a destra e a manca a causa di tassi di conversione, autorizzazione e prevenzione delle frodi che dovrebbero essere invece migliori.

La modalità ad alto ricavo assomiglia a un checkout che si adatta in modo diverso a ogni cliente. La cosa migliore sarebbe prezzare i prodotti nella valuta locale e offrire il giusto set di metodi di pagamento locali più rilevanti tra i centinaia disponibili. Presentare i pagamenti BLIK ai clienti in Polonia aumenta le conversioni al pagamento in media del 46%; lo stesso avviene offrendo Pix ai clienti brasiliani, con un aumento medio della conversione pari al 31%. Tutto questo si basa su un investimento decennale nell'IA, che include il nostro [Payments Foundation Model](#) e servizi basati sull'IA come [Stripe Radar](#), [la suite di ottimizzazione dei pagamenti](#) e [Authorization Boost](#), che ottimizzano silenziosamente il volume di transazioni di miliardi di dollari ogni giorno.

Eppure c'è ancora tanto margine di miglioramento. L'anno scorso abbiamo iniziato a testare un nuovo metodo di autenticazione che permette ai clienti di appoggiare la propria carta al telefono. Il tocco convalida il chip NFC della carta, provando efficacemente che il titolare ne ha il controllo. DoorDash, un partner che ha collaborato a questa prova, ha visto aumentare significativamente la conversione rispetto ai controlli antifrode precedenti, riducendo al contempo i tassi di storno. Abbiamo anche creato nuovi modelli per Radar, per gestire una gamma più ampia di vettori di frode emergenti in risposta al boom dell'IA, in particolare i tentativi molto comuni di rubare l'inferenza dell'IA abusando delle prove gratuite o usando meccanismi simili.

Ai CEO vogliamo dire: le campagne pubblicitarie appariscenti sono divertenti, ma non va trascurata la crescita dei ricavi. I responsabili dei pagamenti meritano quasi sicuramente più riconoscimento. Perché non organizzare per loro una cerimonia di premiazione per le ottimizzazioni dei pagamenti nel sud della Francia? Come alternativa meno soleggiata, ci piacerebbe vederli a San Francisco [questo aprile](#).

I cinque livelli del commercio agentico

Gran parte del recente entusiasmo per l'IA ha riguardato una qualche forma di utilizzo di strumenti: modelli in grado non solo di ragionare sui dati nel corpus di pre-addestramento, ma capaci anche di cercare sul Web, usare un browser, distribuire codice o intraprendere azioni simili più in generale su Internet. Il caso d'uso più rilevante per il nostro mondo è il commercio agentico, ovvero l'idea di far comprare articoli alle IA per conto degli utenti.

Come avviene spesso quando si tratta di IA, il commercio agentico ha la pecca di essere stato pubblicizzato troppo e troppo presto in alcuni ambiti. Si ha ormai un quadro utopistico di agenti autonomi in grado di pianificare ed eseguire acquisti conoscendo ogni minima voglia dell'utente. Secondo noi, è utile costruire una visione più ampia del commercio agentico attraverso step più piccoli.

Livello 1: Eliminazione dei moduli web

È l'utente che fa ricerche e decide cosa comprare. Ma compilare moduli web non piace a nessuno. Sarebbe comodo poter inviare semplicemente l'URL all'agente e fargli compilare i dettagli di pagamento e spedizione, restituendo una conferma.

Il sistema non prende nessuna decisione, ma si limita a digitare e a fare clic su "Acquista" per conto dell'utente.

Livello 2: Ricerca descrittiva

Non serve più cercare prodotti o attributi specifici, ma iniziare a descrivere situazioni.

Ho bisogno di materiale per la scuola per una bambina di terza elementare a Roma, inclusi vestiti (niente che pizzichi o sia stretto!), matite, quaderni e un portapranzo. Le piacciono i KPop Demon Hunters e il tennis. La scuola inizia a settembre.

Il sistema ragiona su meteo, materiali, taglie, durata, gusti, recensioni e tempi di consegna. I prodotti specializzati e di nicchia diventano più facili da trovare. La ricerca per parole chiave, fastidiosamente imprecisa, diventa un ricordo del passato.

Livello 3: Persistenza

Non è più necessario ripresentarsi.

Trovami vestiti per la scuola per Roberta.

Il sistema conosce già le preferenze e ricorda eventuali requisiti, dedotti da conversazioni e acquisti precedenti. È ancora l'utente che decide cosa comprare, ma lo sceglie da un insieme di opzioni che riflette già i suoi gusti e il suo budget.

Livello 4: Delega

L'utente smette del tutto di scegliere.

Acquista materiale per la scuola, senza superare i 400 EUR.

Il sistema gestisce la ricerca, il processo di valutazione e gli acquisti per conto dell'utente, che si fida della capacità del sistema di valutare le opzioni e di scegliere articoli adatti, e che si limita perciò unicamente a fissare un budget. Questo scenario è quello a cui la maggior parte delle persone pensa oggi quando si parla di commercio agentico.

Livello 5: Anticipazione

Non c'è alcun prompt.

Il sistema conosce già il calendario scolastico, le preferenze dei figli e il budget tipico. L'utente non fa altro che ricevere una notifica: "ecco la lista di tutto ciò che è stato acquistato per la scuola". Questa è la visione più futuristica: le cose di cui abbiamo bisogno appaiono esattamente prima che ne abbiamo bisogno, senza dover nemmeno chiedere.

Oggi, il settore è in bilico tra i livelli 1 e 2.

Ci viene in mente quel periodo a metà degli anni '90 in cui è stata definita la struttura di Internet che usiamo oggi. Netscape ha sviluppato browser web grafici. HTTP e HTML sono diventati il livello applicativo condiviso. URL e DNS hanno guadagnato importanza. All'epoca, nessuno sapeva esattamente quali protocolli o attori sarebbero stati predominanti. C'era un AltaVista per ogni Google.

Siamo in un momento altrettanto raro ora con il commercio agentico, che potrebbe avere un impatto sulle future generazioni. Come avvenne con Internet alle origini, il futuro successo del commercio agentico dipende dall'interoperabilità universale. La nostra ascesa in tutti e cinque i livelli dipende dalla nostra capacità di collaborare.

A tal fine, non abbiamo affatto perso tempo: ecco alcuni punti salienti dell'anno appena concluso.

- Con OpenAI, abbiamo sviluppato l'[Agentic Commerce Protocol](#) (ACP) per stabilire un linguaggio tecnico condiviso tra piattaforme di IA e aziende. È open-source e funziona con diversi fornitori di servizi di pagamento e piattaforme di IA.
- Abbiamo introdotto i [token di pagamento condiviso](#), una nuova primitiva di pagamento che permette agli agenti di avviare pagamenti senza esporre le credenziali. Anche le aziende che non elaborano i pagamenti con Stripe possono inoltrare come credenziali sicure questi token ai propri vault o ad altri elaboratori.
- Abbiamo lanciato l'[Agentic Commerce Suite](#), che fornisce alle aziende strumenti di vendita compatibili con diverse interfacce e protocolli di IA (inclusi l'ACP e lo Universal Commerce Protocol che Google [ha presentato](#) il mese scorso) con un'unica integrazione. Alla base di tutto ciò continuano a funzionare in modo prevedibile Checkout, Payments e la protezione contro le frodi. Tra i marchi che stanno già attivando la nostra Agentic Commerce Suite vi sono Anthropologie, Urban Outfitters, Etsy, Coach e Kate Spade.
- Abbiamo lanciato i [pagamenti tramite macchine](#), mediante cui gli sviluppatori potranno addebitare direttamente agli agenti le chiamate API, l'utilizzo di MCP e le richieste HTTP utilizzando micropagamenti in stablecoin. Gli stessi agenti autonomi stanno emergendo come nuovo tipo di cliente per le aziende su Internet.
- Abbiamo collaborato con [OpenAI](#) per supportare le prime esperienze di shopping all'interno di ChatGPT. Stiamo anche collaborando con [Microsoft](#) per portare capacità simili su Copilot.

Non c'è modo di prevedere esattamente a che punto sarà il commercio agentico alla fine del 2026, ma è chiaro che siamo andati già ben oltre la pura pubblicità, entrando in una fase di sviluppo e sperimentazione nel mondo reale. Probabilmente, il ritmo del cambiamento d'ora in poi potrà solo accelerare.

Se tutto va bene, queste creaturine non se ne staranno rinchiusi in giardini recintati, ma sfrecceranno lungo le autostrade completamente aperte dei protocolli.

Una Repubblica delle Autorizzazioni

Al giorno d'oggi, imprenditori e innovatori hanno a disposizione strumenti e una portata che le generazioni di industriali precedenti non avrebbero nemmeno potuto immaginare. Speriamo di poter assistere presto ai frutti di questo lavoro dell'ingegno umano: maggiore produttività e migliori standard di vita ovunque.

L'anno scorso, Joel Mokyr è stato insignito del Premio Nobel per l'economia. Mokyr è universalmente noto per aver sottolineato l'importanza della cultura rispetto agli input economici tradizionali di capitale, lavoro e tecnologia. Gli industriali del diciottesimo secolo non avevano solo il carbone o la geografia dalla loro parte: avevano una nuova cultura, una "mentalità del miglioramento" che vedeva lo status quo come imperfetto e correggibile.

Nel suo "The Political Economy of Technological Change", Mokyr ha anche [osservato](#) come le nuove tecnologie abbiano spesso fallito in passato nonostante la loro superiorità economica, e questo perché il processo decisionale tecnologico coinvolge non solo fornitori e clienti, ma anche un'ampia varietà di "aggregatori" esterni al mercato (regolatori, comitati, tribunali) che influenzano ciò che viene adottato.

Mentre l'IA e Internet espandono la portata di ciò che è possibile, gli impedimenti sintetici all'adozione e all'adattamento diventeranno sempre più costosi. La nostra economia in netta separazione mostra che la crescita dipende dall'applicazione di conoscenze utili, non è il risultato inevitabile della loro disponibilità in astratto.

L'IA racchiude la promessa di migliorare enormemente la scoperta di farmaci... ma il potenziale sarà realizzato solo se renderemo più veloce ed economico il processo normativo, inclusi gli studi clinici.

Gli imprenditori in Europa possono dare impulso a economie tiepide con nuovi strumenti... ma solo se verranno alleviati fardelli come l'EU AI Act, ben intenzionati ma controproducenti. Gli approcci di nuova generazione all'energia nucleare potrebbero inaugurare un'era di abbondanza energetica... ma solo se rivedremo i regimi normativi vetocratici. Il trasporto e la logistica autonomi, dai camion a lungo raggio ai droni, potrebbero ridurre drasticamente il costo dei beni fisici... a condizione che non lasciamo che le ordinanze locali si accumulino fino a costituire un ostacolo.

Mokyr ha scritto dell'importanza della Repubblica delle Lettere nel catalizzare la rivoluzione industriale. Oggi abitiamo in una Repubblica delle Autorizzazioni: un setaccio di aggregatori esterni al mercato. Sebbene molte delle restrizioni siano motivate e sensate, oggi è davvero importante che sappiano bilanciare attentamente benefici ottenuti e possibilità precluse.

Abbiamo il privilegio di supportare molte aziende che dimostrano con tenacia ciò che è possibile. Mistral AI e Bending Spoons stanno facendo vedere che l'eccezionale talento europeo può perforare il permafrost normativo. Zipline e Varda stanno guadagnando, centimetro dopo centimetro, le autorizzazioni per un nuovo intricato hardware. Spring Health e Maven Clinic stanno realizzando insieme un nuovo livello software per l'assistenza sanitaria moderna.

Continuiamo a credere sia nell'importanza delle idee per alimentare il progresso economico, sia nel fatto che molte delle migliori idee siano sottovalutate. Il catalogo di pubblicazioni di [Stripe Press](#) ospita molte delle persone, delle storie e dei modelli che pensiamo possano contribuire alla prossima tornata di sviluppi. Il team ha recentemente festeggiato un milione di libri venduti. [Works in Progress](#), la nostra rivista di idee sottovalutate per migliorare il mondo, è da poco disponibile anche come abbonamento cartaceo (richiedete anche il vostro all'indirizzo worksinprogress.co/print, ne vale la pena).

Gran parte di questa lettera è stata dedicata ai progressi dell'IA, a cui talvolta è difficile star dietro. La differenza qualitativa tra i prodotti appena rilasciati e lo stato dell'arte dell'anno scorso è netta.

Ci viene in mente la caduta in un grande buco nero. Se mai doveste sperimentare una sfortuna simile, in realtà non sentireste nulla di speciale nell'attraversare l'orizzonte degli eventi: il percorso attorno è regolare, ma varcando quella soglia lo spazio dei futuri possibili cambia irrevocabilmente.

Scriviamo questa lettera in quello che potrebbe rivelarsi l'avvento di una singolarità diversa, e speriamo molto più benefica. Se nel 2026 molte cose sembrano simili agli anni precedenti, è anche chiaro che il prossimo decennio apparirà diverso da quelli appena trascorsi.

Siamo entusiasti come non mai del fatto che un'imprenditorialità vibrante e culture sagge possano contribuire a società future di maggiore successo, e speriamo che Stripe possa fare la sua parte. E se state promuovendo voi stessi la crescita economica, come imprenditori, leader aziendali o costruttori di infrastrutture finanziarie, ci auguriamo di darvi il benvenuto a [Stripe Sessions](#) ad aprile. Come sempre, ci sarà molto da discutere.

Al prossimo anno,

Patrick e John