



65

i servizi di  
Mobile Remote  
Payment  
nel 2010  
in Italia

mio euro  
il mercato  
totale  
del Mobile  
Remote Payment

200

78

% dei servizi  
riguarda il  
pagamento  
della sosta



*I pagamenti di prossimità con il cellulare rappresentano un'opportunità da sfruttare per tutto il settore retail*

## I PAGAMENTI MOBILI MUOVONO I PRIMI PASSI



di E. Sacchi

Grandi cambiamenti sono in arrivo nel mondo dei sistemi di pagamento elettronici grazie allo sviluppo delle tecnologie -NFC e contactless, in particolare- che abilitano a transazioni in modalità mobile e che vedono nel telefono cellulare uno degli strumenti privilegiati per attuare questa "rivoluzione". È bene, però, rimanere con i piedi per terra, perché è ancora lunga la strada da compiere per arrivare ad una diffusione capillare di questi sistemi, sebbene non manchino esempi incoraggianti. Il punto di riferimento è rappresentato dal Mobile Payment, che si declina in diversi modelli, tutti centrati sul telefono cellulare come strumento di interazione principale. Una modalità che potrebbe trovare terreno fertile in Italia dove il telefono cellulare raggiunge l'85% della popolazione, con una penetrazione che è seconda solo a quella della tv e ben superiore alle connessioni Internet. A questo si associa l'evoluzione del device, che diventa sempre più uno strumento interattivo e multimediale con molteplici potenzialità (1 italiano su 3 possiede un telefono di tipo smartphone); Nel 2010 sono stati censiti 107 servizi di Mobile Payment in Italia rispetto ai 78 servizi disponibili nel 2009,

secondo quanto emerge dall'Osservatorio NFC & Mobile Payment della School of Management del **Politecnico di Milano**. Cresce poco in termini di offerta il pagamento di servizi in remoto (Mobile Remote Payment): 65 servizi nel 2010, rispetto ai 63 del 2009, e mancano ancora progetti a larga diffusione, comparabili con i migliori progetti a livello mondiale. La dimensione del mercato totale è di quasi 200 milioni di euro, quasi totalmente rappresentata dal pagamento di ricariche telefoniche.

Cresce, invece, notevolmente, l'offerta di servizi di Mobile Commerce (gestione dell'intero processo di acquisto e pagamento in remoto), passata da 12 servizi a 38. Ancora poco sviluppati, invece, i servizi di Mobile Money Transfer diversamente da quanto accade a livello internazionale.

### MOBILE PROXIMITY PAYMENT

Un capitolo a parte merita il pagamento di prossimità (Mobile Proximity Payment) in cui il cellulare emula una carta di pagamento: un sistema che ha la potenzialità per diventare pervasivo in tutto il settore retail, dalle grandi catene distributive, ai piccoli dettaglianti, alle vending machine. Nel nostro Paese, il Mobile

12

mio euro  
il transato  
del Mobile  
commerce  
nel 2010

mila  
le carte  
contactless  
emesse a fine  
2010

350

2000

i Pos  
abilitati  
alle carte  
contactless

Proximity Payment è sostanzialmente fermo - rileva l'Osservatorio- mentre si sviluppano le iniziative di Contactless Payment; in altri paesi europei, come Francia e Spagna, invece, sono state avviate alcune sperimentazioni di Proximity Payment che già partono dal telefono cellulare. "In Italia vi è una sola iniziativa pilota di Mobile Proximity Payment, risalente al 2009, ma di respiro molto limitato, si legge nell'Osservatorio, mentre sono presenti diverse sperimentazioni di pagamento con carte contactless -a fine 2010 si conta un'emissione di oltre 350.000 carte e l'abilitazione di qualche migliaio di Pos contactless- promosse da banche ed istituti finanziari. Questo percorso appare ormai avviato e, pur con i tempi propri di un grande cambiamento di sistema, esso creerà la base infrastrutturale, e in un certo senso comportamentale, per la diffusione del Mobile Proximity Payment".

#### PROGETTI A LIVELLO MONDIALE

A livello internazionale le iniziative più di successo -quelle che per prime hanno reso evidente il potenziale del Mobile Proximity Payment- hanno visto la luce in Giappone (60 milioni i telefoni cellulari con antenna NFC, e più di 1 milione di esercenti con Pos contactless). Nel 2010 si è verificato in vari paesi del mondo il lancio di diversi nuovi progetti commerciali o pilota, come, ad esempio, *Payez Mobile*, a Nizza, in Francia -progetto nato dalla collaborazione di più player finanziari e telefonici, con più di 2.500 telefoni distribuiti e 1.000 retailer coinvolti (tra cui operatori

della rete di trasporto urbano, panettieri, bar, supermercati)- e Mobile Shopping a Sitges in Spagna con circa 1.500 utenti e 500 esercenti. Altri progetti interessanti sono *Visa Pay-Wave* -il pilota recentemente promosso da *Visa* insieme a un operatore telefonico e una banca a New York, che consente di pagare il biglietto di accesso alla rete metropolitana e le corse dei taxi con il telefonino abilitato da una SD card NFC- e *PingPing* in Belgio che ha attivato alcuni circuiti privati in campus universitari e aziendali.

#### IL CONTESTO ITALIANO

"Queste altre sperimentazioni, -commenta **Giovanni Miragliotta**, responsabile della Ricerca dell'*Osservatorio NFC & Mobile Payment*- più vicine al contesto italiano sia in termini di predisposizione tecnologica dell'utenza, sia in termini di struttura e ruolo dei player coinvolti, potrebbero contribuire a creare ed alimentare nuove aspettative e dinamiche anche in Italia. Da questo punto di vista, il vero valore delle sperimentazioni estere è rappresentato dall'aver costituito una cordata reale di attori, così da poter studiare la complessità tecnologica ed organizzativa dei modelli di Proximity Payment". Uno dei principali fattori di sviluppo del Mobile Proximity Payment è rappresentato dalla diffusione del Contactless Payment, che, anche in Italia, manifesta una certa vivacità, come dimostrano le oltre 350.000 carte emesse e i circa 2.000 Pos abilitati in poco più di un anno. Il differenziale del Contactless Payment

segue a pag. 58



### INGENICO MOBILE PAYMENT A SITGES CON TELEFONI CELLULARI NFC

Ingenico è convinta che i pagamenti mobili, così come quelli effettuati in prossimità con i telefoni cellulari NFC, avranno sempre più successo e saranno uno dei fattori che caratterizzeranno i pagamenti elettronici dei prossimi anni. In questo essi saranno favoriti anche dalla diffusione di smart card contactless che costituiranno un "ponte" necessario per la diffusione anche dei terminali (la "rete di accettazione").

Ingenico è impegnata, in Italia e all'estero, a seguire e partecipare a tutte le sperimentazioni in essere che, oltre a contribuire a mettere a punti i dettagli tecnici, si prefiggono di valutare quelli che sono i "business model" più adatti.

Ingenico è partner attivo dei progetti Cityzi che si sta svolgendo a Nizza, in Francia, e del progetto "Mobile Shopping" realizzato a Sitges (Spagna), entrambi caratterizzati dall'uso diffuso di telefonini NFC.

Il progetto di Sitges, dove sono stati coinvolti 500 esercenti con terminale Ingenico EFT930G e 1500 utenti, dotati di telefono cellulare Samsung, ha dato i primi risultati dopo 6 mesi dal lancio dell'iniziativa.

Sono dati molto incoraggianti sia dal punto di vista dell'utilizzo (il 90% degli utenti coinvolti ha utilizzato il telefono per pagare i propri acquisti), sia come ritorno economico (si è dimostrato che il cliente titolare di telefono NFC è propenso a fare più frequentemente acquisti elettronici rispetto ad un titolare di carta tradizionale). Sono stati smentiti anche coloro che temono di incorrere nel rischio di frodi o di furti: i sistemi di sicurezza dei telefonini NFC usati per i pagamenti sono stati ben compresi da tutti gli utenti che per l'85%, hanno dichiarato di sentirsi "sicuri".

rispetto ai metodi di pagamento tradizionali (contante, carte con chip o magnetiche) è evidente in quei contesti dove le modalità di pagamento attuali incidono significativamente sull'intera esperienza di acquisto, in termini di allungamento dei tempi (pagare un giornale, o fare la coda per un caffè), o di scomodità (cercare le monetine per uno snack alla vending machine). A tal proposito, i dati analizzati dal progetto EPICA (Extended Pilot of Italian Contactless Applications) nel corso del 2010, mostrano che quando la distribuzione di Pos contactless è stata effettuata a favore di esercenti appropriati, in termini di categoria merceologica, e operanti in contesti circoscritti, gli utenti hanno chiaramente percepito il differenziale, mostrando un buon tasso di utilizzo medio (prossimo agli 8 uti-

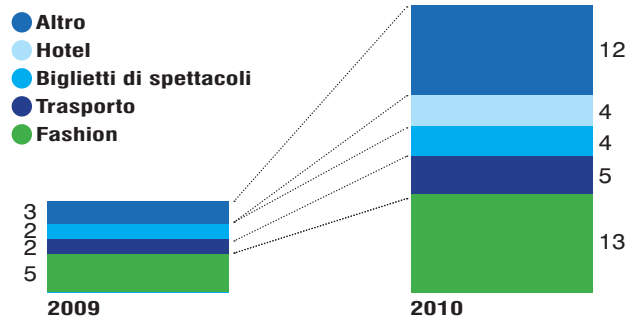
lizzi/mese per utente attivo) e la propensione ad effettuare micro-pagamenti (scontrino medio di circa 3,6 euro). Questo risultato è ancora più apprezzabile alla luce della novità dello strumento e della limitata campagna di comunicazione; ciò lascia credere che con questi strumenti sia possibile creare una base di utenti con una propensione all'utilizzo del pagamento elettronico molto superiore a quella di utenti con carte tradizionali.

### PAGARE L'OLIO CON IL CELLULARE

Un caso interessante di mobile commerce italiano viene dalla **Fratelli Carli** che ha attivato **Bemoov**, il servizio che offre ai propri clienti grazie alla collaborazione con il partner **Ubiquity** la possibilità di pagare alla consegna, attraverso il proprio

### Mobile commerce in Italia

Il Mobile Commerce ha raggiunto nel 2010 i 12 milioni di euro di transato grazie all'apporto di oltre 20 dei primi operatori di e-commerce che hanno attivato il canale mobile. Nella pagina a fianco, in tabella, alcune delle più significative esperienze di Mobile Payment a livello internazionale.



Fonte: Osservatorio Mobile Payment Politecnico Milano



## VERIFONE ITALIA

### ACI INFORMATICA GESTISCE IL TRANSATO ELETTRONICO CON PAYWARE EXPRESS

**VeriFone Italia** ha fornito la soluzione innovativa *PAYware Express* ad **ACI Informatica**, il cuore informatico e tecnologico de l'Automobile Club d'Italia. **ACI** aveva l'esigenza di gestire in modo diretto e centralizzato tutto il transato in moneta elettronica di tutte le sue delegazioni. Per fare questo aveva bisogno di acquistare direttamente i terminali Pos e di un servizio in grado di gestire meglio i rapporti con gli acquirer e le banche stesse, migliorando il proprio costo del denaro, senza modificare il conto corrente di appoggio dei delegati. La soluzione *PAYware Express* è costituita da due moduli, il primo instrada le transazioni verso le banche acquirer e il secondo memorizza lo scontrino senza rendere disponibili i dati sensibili. La soluzione **VeriFone** su tecnologia **ABS** offre un sistema di routing in grado di leggere la transazione e trasferirla direttamente alla banca di riferimento, concentrando tutte le transazioni in modo diretto e sicuro con costi limitati. All'interno dei Pos delle 1.500 delegazioni in Italia vengono gestiti più Pos virtuali configurabili con banche/acquirer differenti e con svariati servizi a valore aggiunto. All'interno dello stesso Pos convivono più applicazioni di pagamento verso più banche e soluzioni private (ricariche telefoniche, ricariche di carte prepagate, fidelity) che erogano servizi necessari per la rete, con evidente risparmio di spazio e costi. Con i sistemi **VeriFone ACI** gestisce oggi circa 1 miliardo di euro in transazioni di pagamento, differenziando i pagamenti per prodotto venduto (bollo o visure o pratiche) e per carta utilizzata, con i seguenti vantaggi: gestione automatizzata e conciliazione in tempo reale della reportistica; gestione diretta e integrazione dei propri punti cassa; diminuzione delle fee e transazione a cascata sulle delegazioni.



telefono cellulare, gli ordini effettuati tramite internet, posta o telefono. **Bemoov** è il sistema di acquisto tramite telefono cellulare realizzato da **Movincom**, un consorzio di esercenti interessati a sviluppare il canale di vendita mobile, che consente di offrire ai propri clienti la possibilità di pagare in mobilità. Con un'unica iscrizione a **Bemoov**, effettuata sui canali del proprio operatore di pagamento, è possibile utilizzare il telefonino per acquistare un'ampia gamma di beni e servizi, addebitandone il costo sui diversi strumenti di pagamento già in proprio possesso. Su [www.bemoov.it](http://www.bemoov.it) è possibile trovare gli operatori di pagamento attivi e iscriversi al servizio associando il proprio numero di cellulare allo strumento di pagamento su cui si vogliono addebitare

i propri acquisti. Per pagare un ordine **Fratelli Carli** - effettuato tramite internet, posta o telefono - basta scaricare da **Bemoov** una semplice applicazione mobile che, avviata sul proprio cellulare, nel momento in cui il corriere effettua la consegna, attiva un Sms contenente i dati necessari per procedere con il pagamento. È sufficiente inserire il codice di sicurezza nella schermata di pagamento **Bemoov** e confermare l'operazione.

Un'applicazione come questa dimostra come, nonostante la complessità dello scenario generale nel quale si muove il sistema dei pagamenti, sia possibile innovare sfruttando la tecnologia ed offrire nuovi livelli di servizio ad un cliente che non chiede altro se non di essere coinvolto.

## Mobile payment nel mondo

Servizio	Area geografica	Tipologia di applicazione	Tecnologia di attivazione	Attori coinvolti
<b>Impulse Pay</b>	UK	Remoto	Sms	Impulse Pay, Telco
<b>Mastercard Paypass</b>	Worldwide	Contactless	NFC	Mastercard, Banche
<b>Obopay</b>	India, Usa, Africa	Remoto	Sms, App	Obopay, Telco, Nokia
<b>OnePulse</b>	Londra, UK	Contactless	NFC	Oyster, TfL, Barclaycard
<b>Payez Mobile</b>	Nizza, Francia	Proximity e Remoto	NFC, Sms, App	Telco, Banche
<b>Paypal Mobile</b>	Worldwide (169 paesi)	Remoto	App, Mobile site, Sms	Paypal
<b>PingPing</b>	Belgio	Remoto e Proximity	NFC passivo, SMS, App	Mobile-for, Tuz, Belgacom e altre Telco
<b>Starbucks</b>	USA	Proximity	App, bar code	Starbucks, mFoundry
<b>VISA payWave</b>	Worldwide	Contactless	NFC	Visa, Banche

Fonte: elaborazione autore su dati Osservatorio Mobile Payment - Politecnico di Milano