



Mobile Payment: stato attuale in Italia e opportunità

Osservatorio Mobile Payment School of Management del Politecnico di Milano

12 Giugno 2009

In collaborazione con

commSTRATEGY
New Media Strategic Insight

Patrocinatori



e-committee

INDICOD-ECR
Istituto per le imprese di beni di consumo
Member of

movin.com
sharing the future

accenture
High performance. Delivered.

Axis
strategic vision

LOTTOMATICA
italiaservizi

noverca
see the next future

Partner

beeweb
TECHNOLOGIES

**Banca Popolare
di Sondrio**

Capgemini
CONSULTING. TECHNOLOGY. OUTSOURCING

**Poste
mobile**

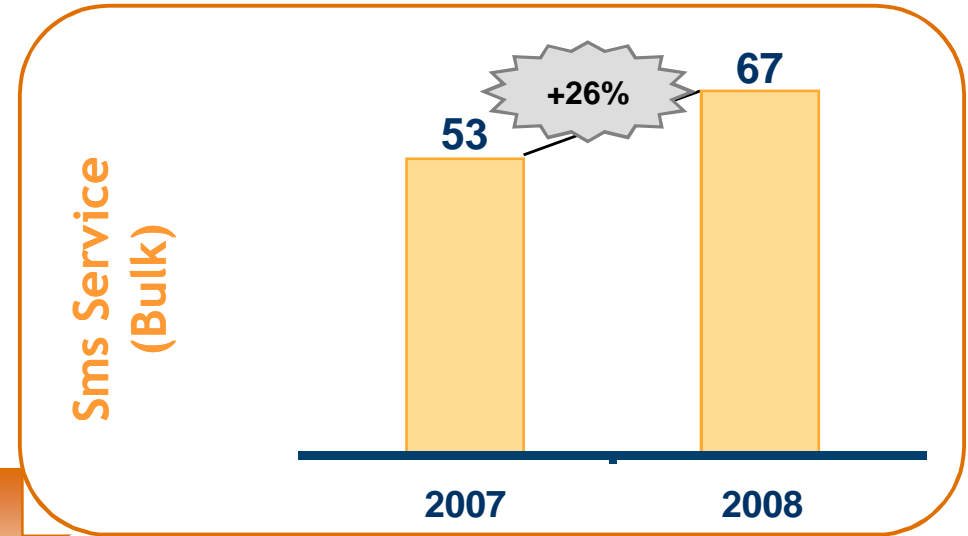
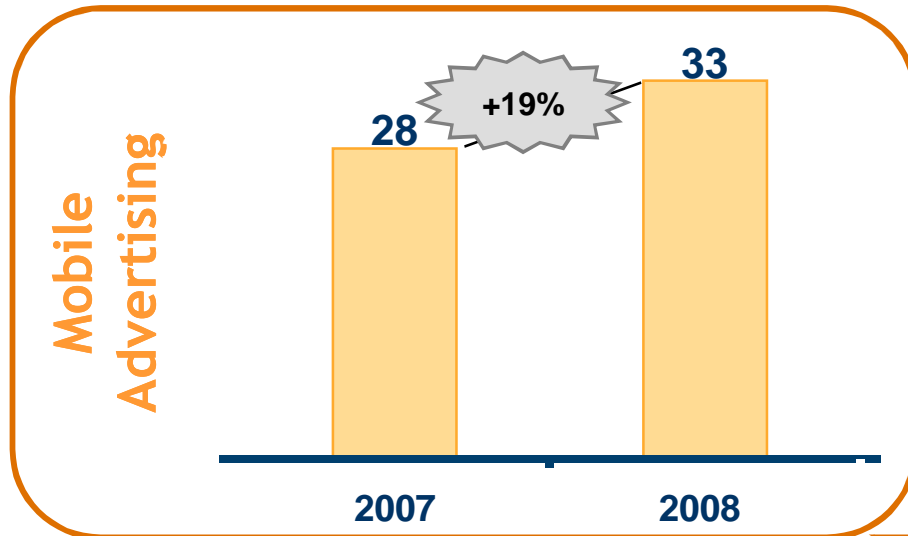
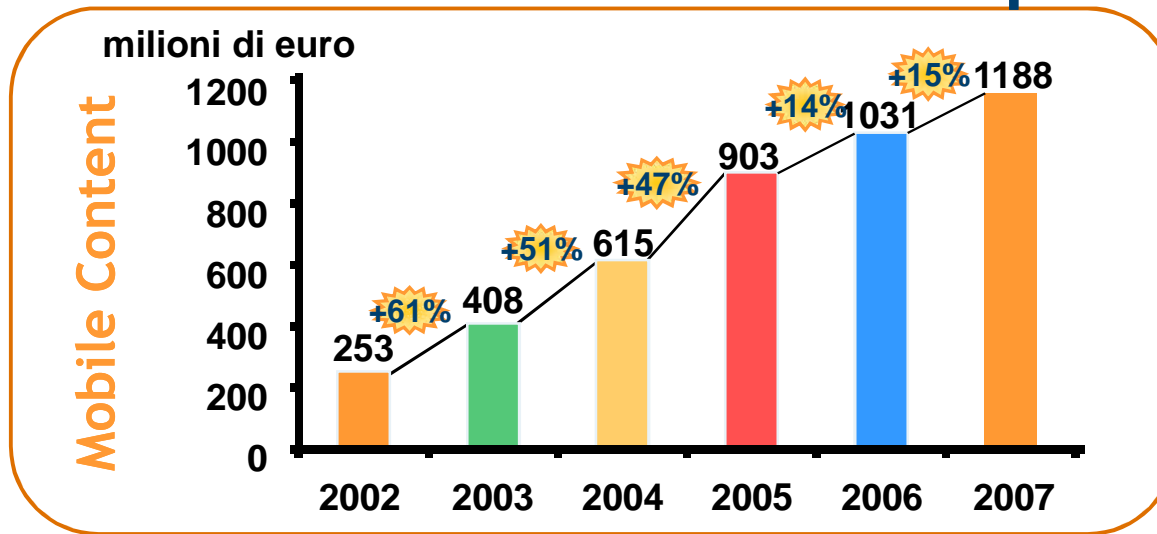
SIA SSB
SEMOPS
Sistema Mobile Payment Service

Ubiquity
ubiquitous computing

VISA



La premessa in Italia



Osservatorio Mobile Payment

Il Mobile Payment nel mondo



FINLANDIA

Mobile Ticket (2001)

Helsinki City Transport & INA Finland Oy
Servizio che permette di pagare il biglietto per la rete del trasporto pubblico locale di Helsinki via Sms. Nel 2007 circa 20% del totale dei biglietti Singoli venduti è stato fatto da Mobile, il numero arriva a circa 33% quando si considerano solo i biglietti di tram

1

onebip™ WORLDWIDE

(UK, US, Germania +30 paesi)

(2006)

One Bip

Servizio che permette di effettuare micropagamenti on-line tramite il proprio credito telefonico. Il servizio richiede una prima registrazione del utente, la conferma avviene via Sms. Nel 2007 i siti che consentono questa forma di pagamento erano 2.000 e in UK più di 20.000 utenti attivi

FONESHOP BRASILE

Foneshop (2008)

Redecard

Sistema che trasforma il telefonino di un venditore qualsiasi in un POS di carte di credito,



Globe

GCASH

PHILIPPINES

Gcash (2004)

MABS, paybox & Globe Telecom

Sistema di trasferimento di denaro P2p che consente lo spostamento di denaro via Sms tra utenti delle Filippine con Hong Kong e Malaysia. A marzo 2008, il servizio registra 1,5 milioni di utenti

MONETA



SUD COREA

Moneta (2001/2005)

SKTelecom, Korean Banks, Mastercard & Visa

Applicativo che abilita pagamenti per prodotti e servizi collegato ad una carta di credito. A febbraio 2007 gli utenti registrati sono 1,5 mln



KENYA

M-Pesa (2007)

Safaricom & Kenya Commercial Bank

Sistema che permette di effettuare trasferimenti di denaro P2p via Sms, verrà lanciato il servizio di P2p remittance con Vodafone UK. Gli attuali utenti registrati sono 2,3 mln, in due anni sono stati trasferiti circa 215 mln di Euro.



L'Osservatorio Mobile Payment

Gli obiettivi

- Analizzare l'**offerta** di servizi di Mobile Payment in Italia, approfondendo le **dinamiche di domanda e offerta**
- Analizzare gli **impatti** di questi servizi sui Merchant: **benefici, costi, criticità**
- Studiare la **filiere** alla base dell'offerta dei servizi, analizzandone i principali attori
- Valutare il livello – quantitativo e qualitativo – di **utilizzo degli strumenti di Mobile Payment**





L'Osservatorio Mobile Payment

Un framework di riferimento

I servizi di Mobile Payment sono quei servizi che abilitano i pagamenti tramite telefono cellulare

GESTIONALE



Contesto

Remote

Indipendente dalla vicinanza degli interlocutori

Proximity

Vicinanza fisica (raggio di azione ristretto)

Tecnologie di rete

- Rete cellulare (GSM, GPRS, UMTS, HSDPA)

- Bluetooth
- RFID (ad esempio NFC)
- Wi-fi
- ...

Piattaforma tecnologica

- Sms
- Mobile browsing
- Applicativi client
- Ivrr

- NFC embedded nel telefono

Applicazioni

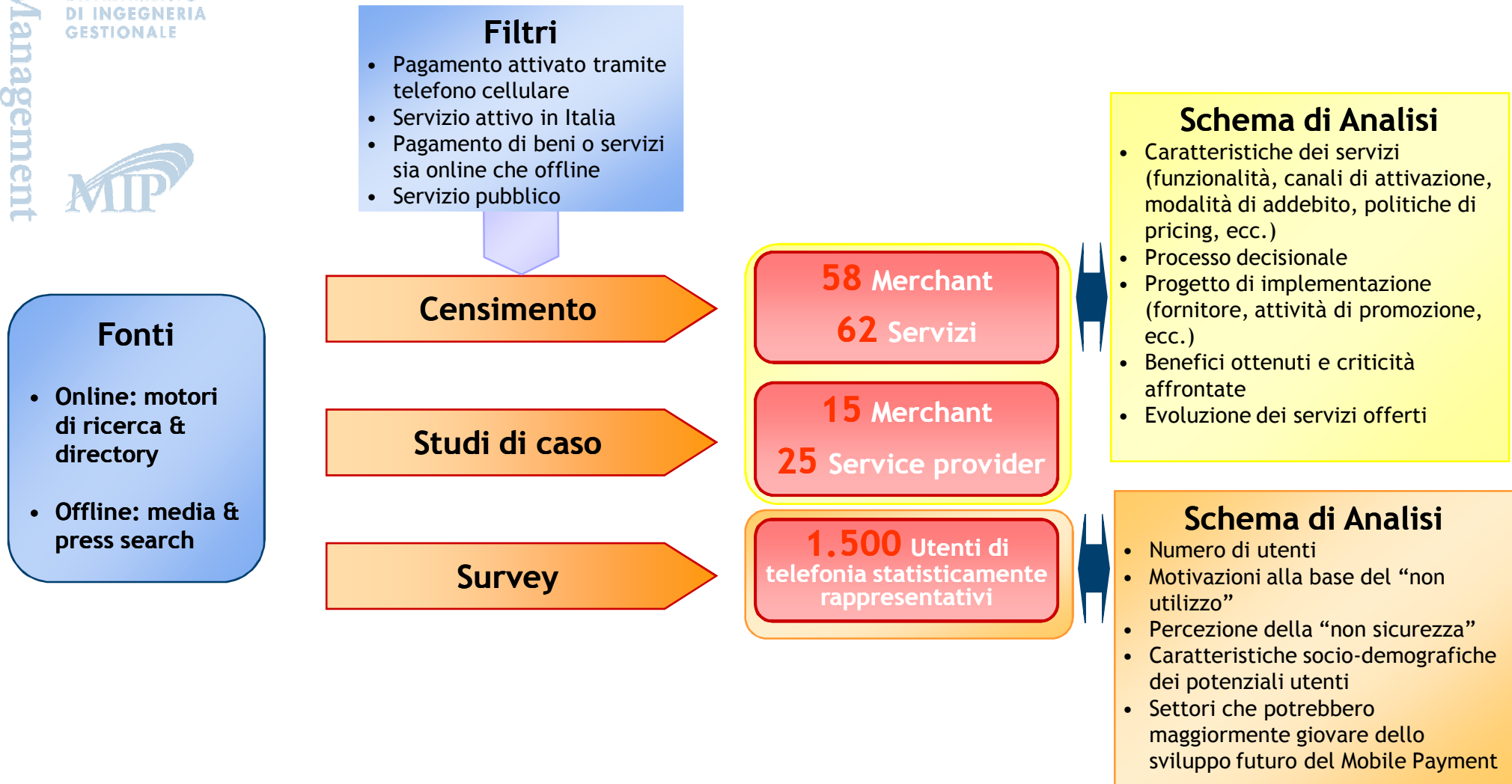
- Mobile Ticketing
- Mobile Parking
- Mobile Commerce

- Solo sperimentazioni in Italia
- Casi interessanti in estremo oriente



L'Osservatorio Mobile Payment

La metodologia



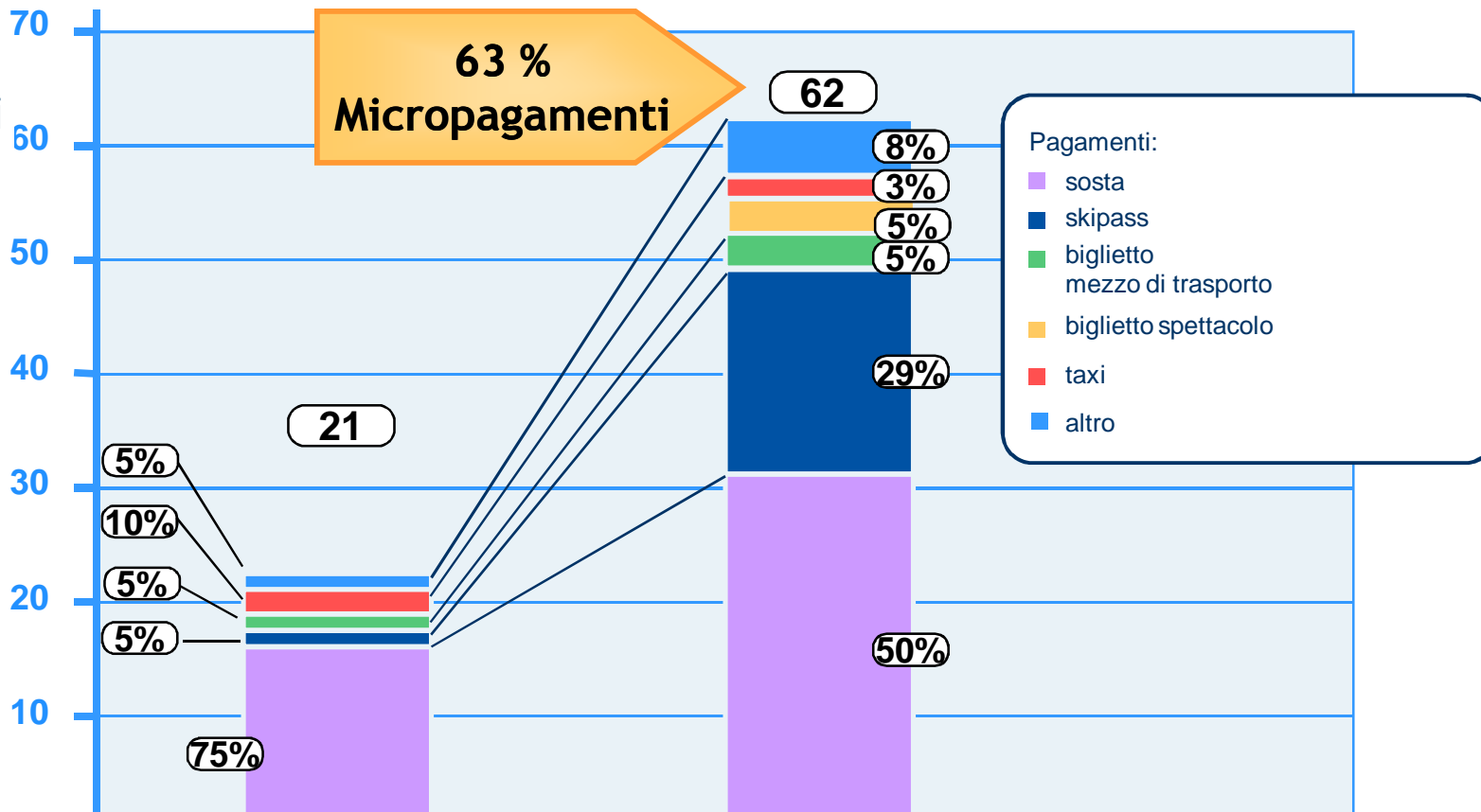


Numero di Servizi attivi



L'offerta di servizi in Italia

I servizi di Mobile Payment in Italia



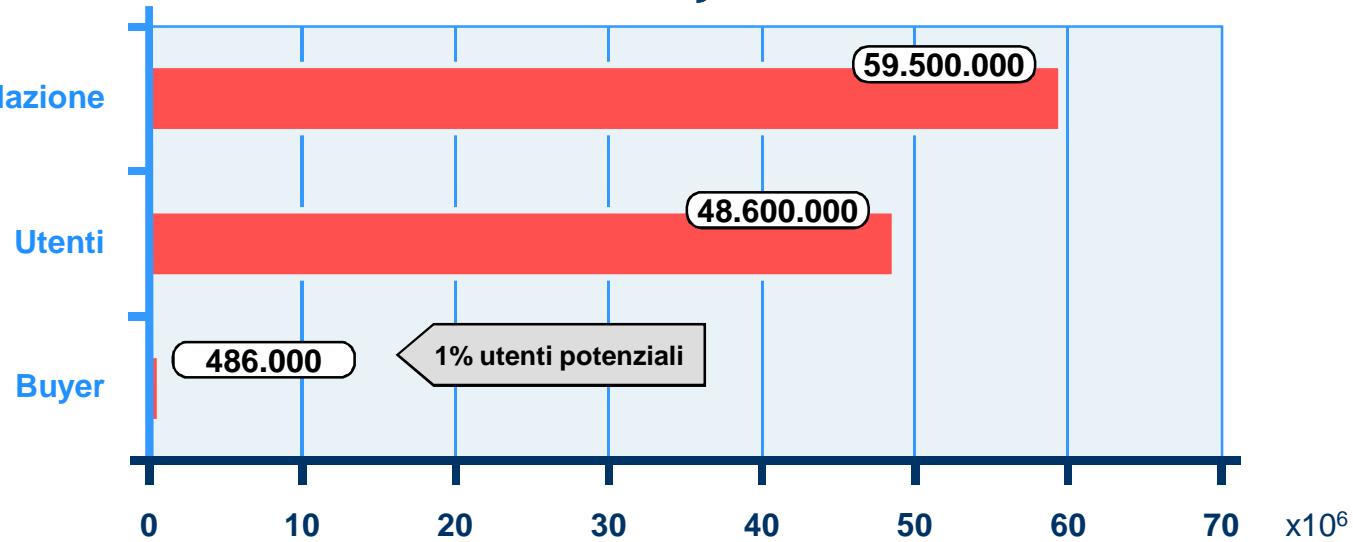
Attualmente in Italia sono state avviate solo due sperimentazioni di servizi di Mobile Proximity Payment. Tali sperimentazioni si limitano a zone geografiche ben definite e su un bacino di utenti sperimentale.



La domanda di servizi in Italia

Gli utenti

Gli utenti di Mobile Payment



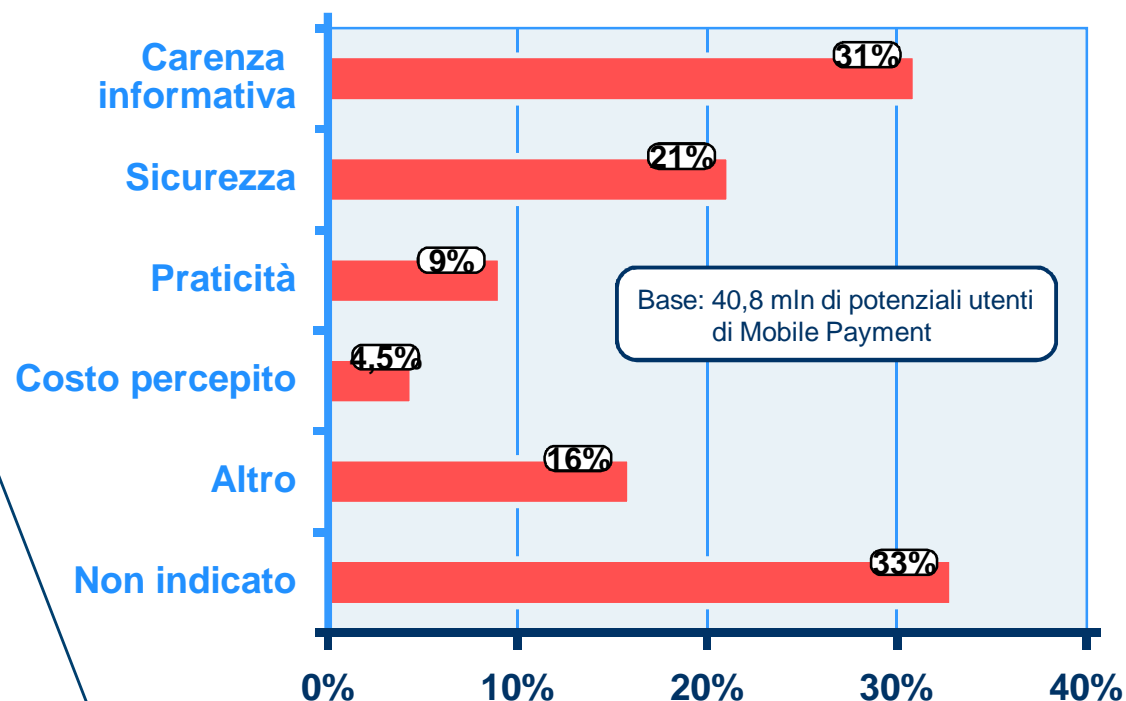
- Ancora limitato il numero di utenti attuali
- Potenziale molto elevato



La domanda di servizi in Italia

Le motivazioni del “non utilizzo”

Le motivazioni del “non utilizzo”



Le motivazioni del non utilizzo riflettono le problematiche connesse alla fase iniziale di sviluppo del canale, pur a fronte di una predisposizione da parte degli utenti:

- mancanza di informazioni
- percezione di scarsa sicurezza (potrebbe limitare la diffusione di questi sistemi) è dovuta a:
 - timore di commettere errori;
 - paura del furto del cellulare



Le barriere all'adozione

Attuali

- ❑ Mancanza di un modello di condivisione dei ricavi che non penalizzi utenti, merchant e gestori del pagamento (soprattutto per i Micropagamenti)
- ❑ Poca conoscenza delle opportunità da parte dei merchant
- ❑ Scarsa conoscenza dei servizi da parte dell'utente
- ❑ Complessità dei servizi per l'utente finale
- ❑ Mancata percezione di sicurezza

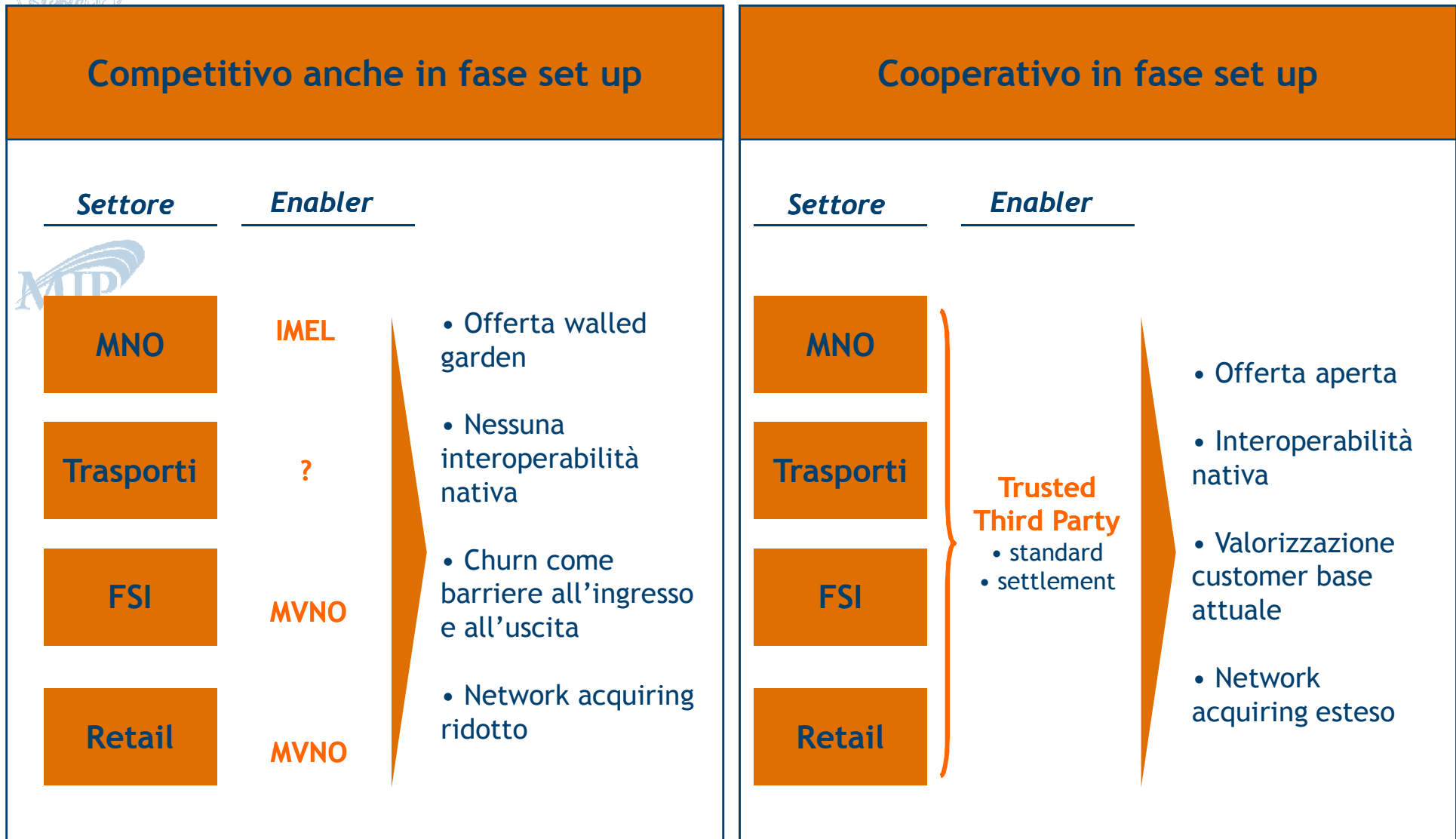
Di lungo termine

Le principali barriere sono riconducibili a tre fattori principali:

- ❑ **Tecnologici**: la diffusione delle tecnologie contactless nei terminali sia emittenti (telefoni cellulari) sia riceventi (POS presso i punti vendita) richiede tempi e un commitment particolare
- ❑ **Normativi**: è difficile per un'azienda gestire i pagamenti, ma con l'ingresso della Psd a novembre 2009 questa situazione potrebbe cambiare rapidamente offrendo nuove opportunità per il mercato
- ❑ **Di filiera**: riconducibili al ruolo e al posizionamento competitivo che intendono ricoprire i vari attori, che risulta ancora fortemente incerto e in alcuni casi conflittuale



Gli scenari evolutivi





L'Osservatorio NFC & Mobile Payment 2009

Gli obiettivi

Identificare e classificare i principali **ambiti applicativi** delle tecnologie NFC e delle soluzioni di Mobile Payment e analizzare in dettaglio **alcuni casi di eccellenza a livello internazionale** relativi a **ambiti applicativi** più interessanti oggetto dell'indagine

- **Mobile Remote Payment:** pagamenti a distanza tramite rete cellulare (Gsm, Gprs, Umts, Hsdpa, ecc.)
- **Mobile Proximity Payment:** pagamenti in prossimità (ossia vi è una vicinanza fisica tra acquirente e prodotto/servizio acquistato) tramite tecnologie a corto raggio come RFId (in particolare NFC) o Bluetooth
- **Contactless Payment:** pagamenti tramite carte (di credito, di debito o prepagate) contactless
- **Mobile Proximity Marketing & Service:** campagne di Marketing ed erogazione di servizi su telefono cellulare attraverso tecnologie a corto raggio (RFId, Bluetooth, 2d code)



L'Osservatorio NFC & Mobile Payment 2009

Gli obiettivi

- **Identificare e classificare i principali ambiti applicativi** delle tecnologie NFC e delle soluzioni di Mobile Payment e analizzare in dettaglio **alcuni casi di eccellenza a livello internazionale** relativi agli ambiti applicativi più interessanti oggetto dell'indagine
- Analizzare **la domanda di soluzioni NFC & Mobile Payment** in Italia
- Studiare **la filiera alla base dell'offerta** dei servizi NFC & Mobile Payment e comparare la situazione dell'Italia con la situazione (ed i percorsi) **di alcuni rilevanti sistemi paese a livello internazionale** (Giappone, Corea, Uk, ecc.)
- Promuovere e sviluppare **progetti pilota** con i principali player di questo mercato, con finalità di **dimostrazione/divulgazione** verso il mercato



Mobile Payment: stato attuale in Italia e opportunità

Osservatorio Mobile Payment School of Management del Politecnico di Milano

12 Giugno 2009

In collaborazione con

commSTRATEGY
New Media Strategic Insight

Patrocinatori



Partner

