



# SIA EXPO 2011

**The beating heart of the European payments evolution**

## II Mobile Proximity Payment in Italia

**Alessandro Perego – Co-direttore Osservatori ICT & Management  
School of Management del Politecnico di Milano**

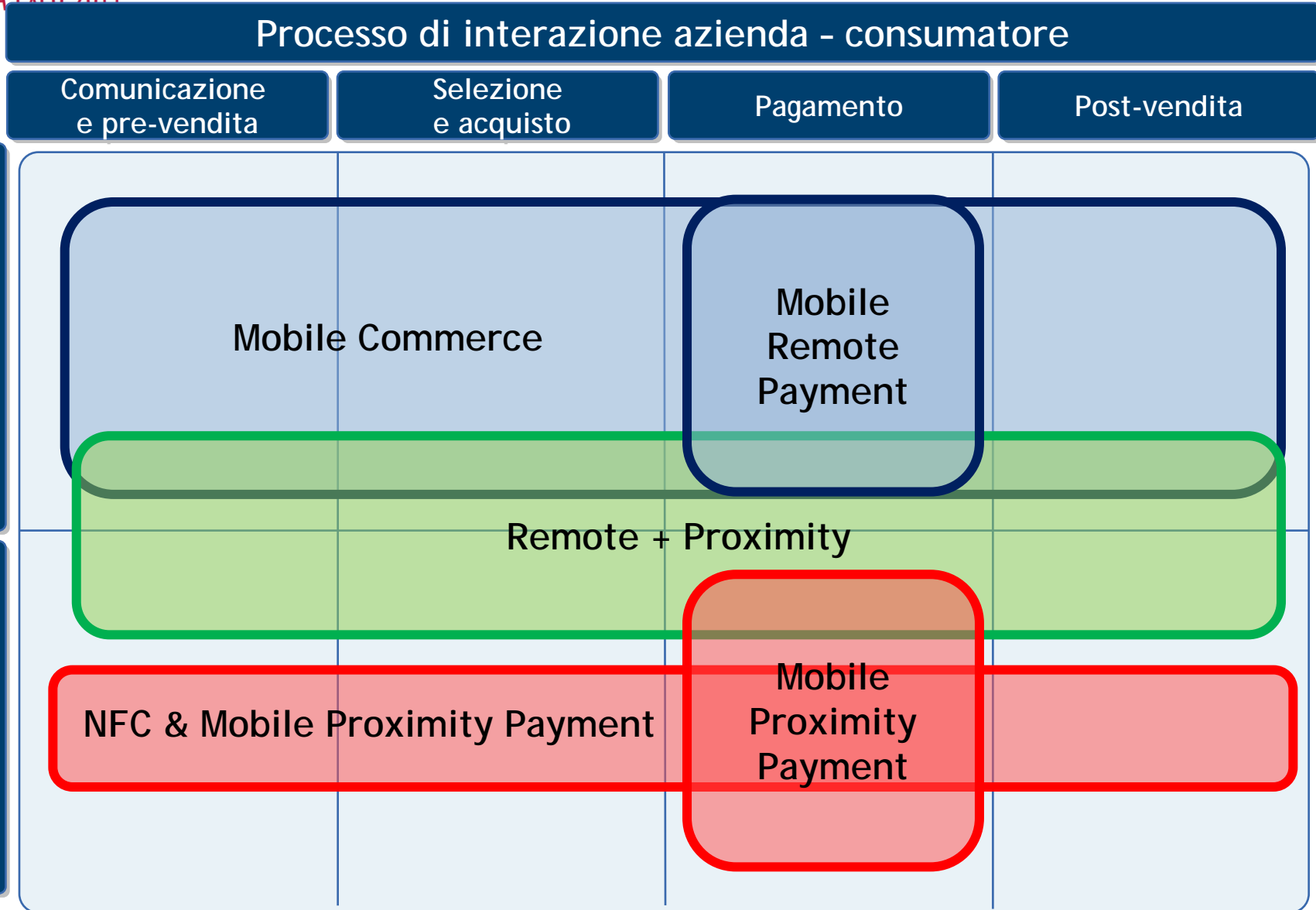
Milan, 17<sup>th</sup> October 2011

---



SIA EXPO 2011

# Il "dominio" del Mobile Payment





SIA EXPO 2011

# Lo stato del Mobile Proximity Payment in Italia

Il Mobile Proximity Payment in Italia è ancora in fase di avvio: crescono le iniziative di Contactless Payment che creeranno la base infrastrutturale, ed in un certo senso comportamentale, per il Mobile Proximity Payment e vi sono (o sono in fase di lancio) interessanti progetti pilota



Sono attivi diversi progetti di Contactless Payment:

- Si contano più di 300.000 carte di pagamento contactless in circolazione
- Più di 2.000 POS contactless attivi, concentrati nell'area di Milano
- Diverse decine di migliaia di POS già installati ma ancora «dormienti»
- Nell'ambito dei servizi di Trasporto Pubblico Locale, si sta rendendo Contactless la rete delle convalidatrici (ad esempio nelle grandi città)

Sono stati realizzati alcuni progetti pilota di Mobile Proximity Payment

- Sperimentazione Visa-Creval 2009
- Sperimentazione ATM-Telecom Italia 2010
- ...

Altri progetti sono invece in fase di lancio

- Sperimentazione Intesa Sanpaolo
- Smart Pass (Mastercard, Vodafone, CartaSi)
- ...



SIA EXPO 2011

# Gli snodi per la diffusione del Mobile Proximity Payment

*Quale il valore per esercenti e consumatori?  
Come cambiano i processi commerciali e di relazione con i consumatori? Quali le "reason why" lato esercenti e consumatori?*

Quali sono le condizioni per favorire la diffusione del Mobile Proximity Payment?





SIA EXPO 2011

# Il valore per esercenti e consumatori



## Acquisti presso Retailer

Al supermercato i consumatori possono scannerizzare i prodotti tramite cellulare per ottenere informazioni aggiuntive. In cassa si avvicina il cellulare al POS per effettuare il pagamento. Lo storico dei pagamenti è consultabile direttamente sul cellulare



## Micro-pagamenti

È possibile pagare il caffè o una bibita presso una vending machine o un giornale all'edicola semplicemente avvicinando il cellulare ad un POS, evitando così l'utilizzo delle monetine e velocizzando il pagamento



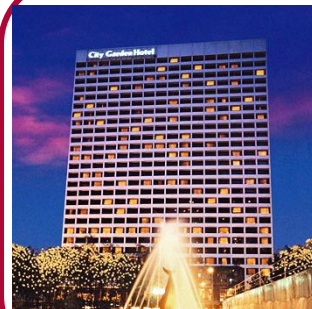
## Coupons & Loyalty

È possibile caricare la carta fedeltà sul cellulare, consultare il saldo punti e avere aggiornamenti su novità e promozioni. Inoltre, in base allo storico del comportamento di acquisto e alla posizione attuale è possibile ricevere coupon sconto elettronici



## Ticketing

È possibile entrare in metropolitana semplicemente avvicinando il cellulare al lettore posto vicino alle barriere d'ingresso pagando in questo modo direttamente l'importo del biglietto



## Hotel

Una volta effettuata una prenotazione ad un hotel tramite il cellulare è possibile ricevere la chiave di accesso alla stanza sul cellulare, che aprirà la porta senza il bisogno di alcun check-in



SIA EXPO 2011

# Gli snodi per la diffusione del Mobile Proximity Payment

*Quale paradigma tecnologico si affermerà e con quali tempi?*

Sarà l'NFC la tecnologia per il Proximity Payment o altre soluzioni tecnologiche? Quale è l'orizzonte temporale per la sua diffusione? Quale sarà il posizionamento del Secure Element?

*Quale il valore per esercenti e consumatori?*

Come cambiano i processi commerciali e di relazione con i consumatori? Quali le "reason why" lato esercenti e consumatori?

**Quali sono le condizioni per favorire la diffusione del Mobile Proximity Payment?**

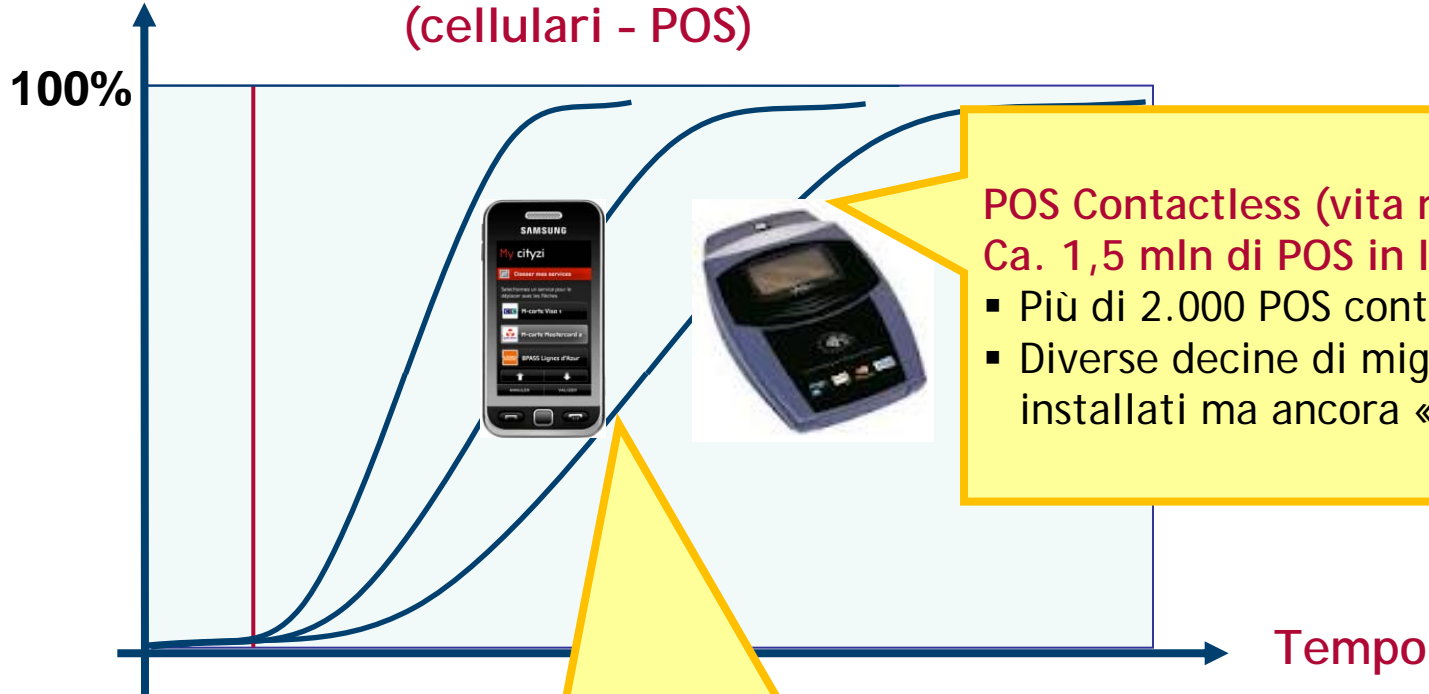




SIA EXPO 2011

## Il paradigma tecnologico

Diffusione %  
(cellulari - POS)



**Cellulari NFC (vita media 18 mesi)**  
**Ca 47 mln di utenti in Italia**

- Pochi modelli commercializzati (Samsung Wave, Samsung Nexus S, Nokia C7, ecc.)
- Numerosi annunci di futuri lanci (RIM, Apple?, ecc.)

**POS Contactless (vita media 5 anni)**  
**Ca. 1,5 mln di POS in Italia**

- Più di 2.000 POS contactless attivi
- Diverse decine di migliaia di POS già installati ma ancora «dormienti»

**+**

Alcune **tecnologie ponte** (sticker, micro SD, ecc.) che consentono di abilitare i cellulari non nativamente NFC



SIA EXPO 2011

# Gli snodi per la diffusione del Mobile Proximity Payment

*Quale paradigma tecnologico si affermerà e con quali tempi?*

Sarà l'NFC la tecnologia per il Proximity Payment o altre soluzioni tecnologiche? Quale è l'orizzonte temporale per la sua diffusione? Quale sarà il posizionamento del Secure Element?

*Quale il valore per esercenti e consumatori?*

Come cambiano i processi commerciali e di relazione con i consumatori? Quali le "reason why" lato esercenti e consumatori?

**Quali sono le condizioni per favorire la diffusione del Mobile Proximity Payment?**



*Quale configurazione di filiera?*

Si affermeranno modelli collaborativi Telco-Banche (servizio Cityzi e QuickTap)? O modelli promossi dai grandi OverTheTop (Google, Apple)? O in prima battuta modelli più semplici promossi da un solo attore, Banca o Telco (Rabobank, Visa NY)?



SIA EXPO 2011

# Le configurazioni di filiera

... abbiamo identificato 5 «scuole di pensiero» per il Mobile Proximity Payment...



Scuola di pensiero 1

*«Waiting for Google»*

Es. Google Wallet



Scuola di pensiero 2

*Telco - Banche collaborative*

Es. Cityzi a Nizza



Scuola di pensiero 3

*Telco stand-alone*

Es. Cep-T in Turchia



Scuola di pensiero 4

*Banca stand-alone*

Es. Rabobank



Scuola di pensiero 5

*«Remote + Proximity»*

Es. Banca Sella

Gli OTT sono i player che potranno "perturbare" la situazione attuale. Senza voler entrare nel business dei pagamenti, ma trasferendo la potenza del proprio sistema di advertising anche nel mondo fisico.

Il Mo

Le Banche e le Telco devono collaborare per ottenere il successo dell'iniziativa garantendo competenze specifiche, interoperabilità, reach e customer care sufficienti per portare ad una diffusione di massa.

Italia

Una singola Telco "brucia le tappe", definisce le modalità di erogazione del servizio, si adopera per sviluppare il mercato, collabora con un insieme ristretto di banche.

Il business dei pagamenti già ora offre rendimenti bassissimi; la «torta» non è abbastanza grande per supportare l'ingresso di un ulteriore player. Quindi le banche potranno sviluppare in modo autonomo delle soluzioni di MPP.

17

Passeranno anni prima che si diffondano adeguatamente l'infrastruttura di POS Cless e i telefoni NFC. E' necessario immaginare altre modalità di pagamento che si appoggino al telefono e alla rete GSM.



SIA EXPO 2011

# Gli snodi per la diffusione del Mobile Proximity Payment

*Quale paradigma tecnologico si affermerà e con quali tempi?*

Sarà l'NFC la tecnologia per il Proximity Payment o altre soluzioni tecnologiche? Quale è l'orizzonte temporale per la sua diffusione? Quale sarà il posizionamento del Secure Element?

*Quale il valore per esercenti e consumatori?*

Come cambiano i processi commerciali e di relazione con i consumatori? Quali le "reason why" lato esercenti e consumatori?

**Quali sono le condizioni per favorire la diffusione del Mobile Proximity Payment?**



*E' possibile utilizzare il credito telefonico per pagare?*

In particolare, possono gli operatori telefonici gestire il credito telefonico come strumento per l'acquisto di servizi non digitali? Si configureranno come IMEL/PI? Si inseriranno nella filiera nuovi IMEL/PI per cogliere questa opportunità?

*Quale configurazione di filiera?*

Si affermeranno modelli collaborativi Telco-Banche (servizio Cityzi e QuickTap)? O modelli promossi dai grandi OverTheTop (Google, Apple)? O in prima battuta modelli più semplici promossi da un solo attore, Banca o Telco (Rabobank, Visa NY)?

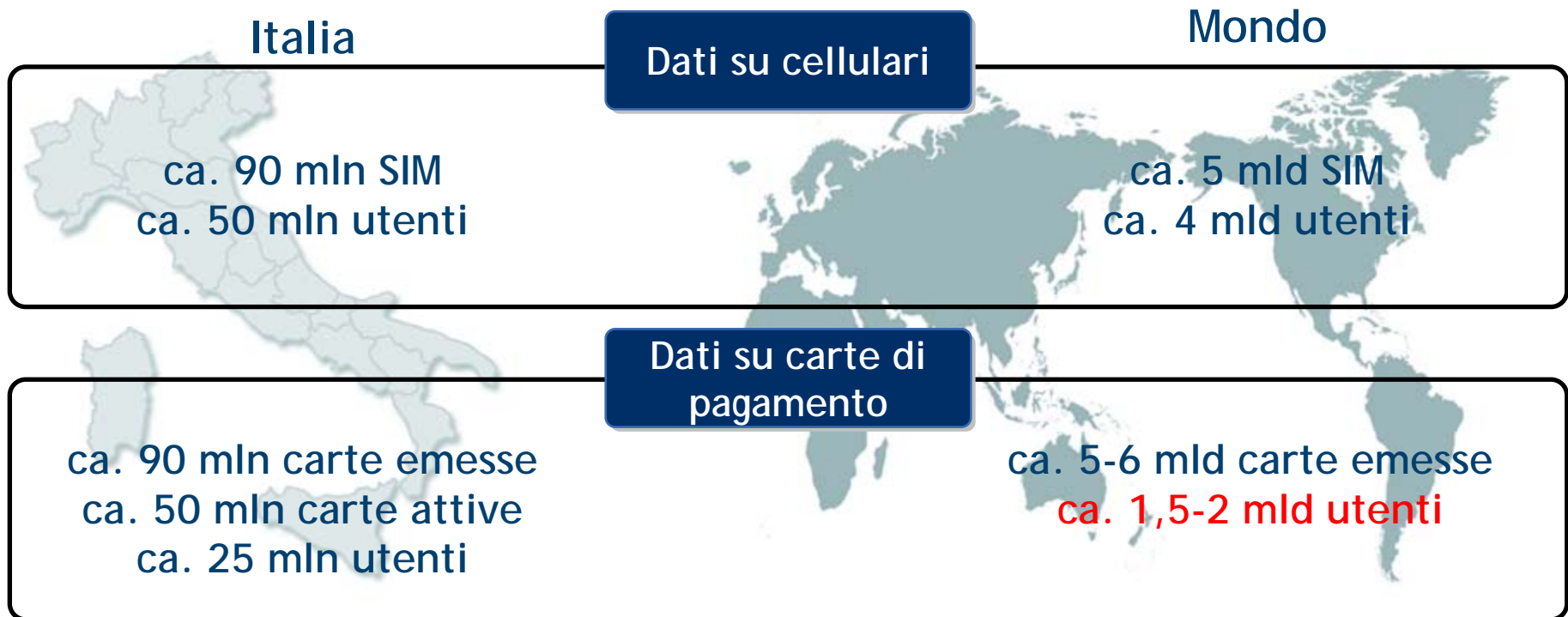


SIA EXPO 2011

## Il credito telefonico

Non trascuriamo le potenzialità che potrebbe avere l'**utilizzo del credito telefonico** come strumento di pagamento (in tal caso una Telco dovrebbe diventare IMEL/PI) in quanto:

- consente di raddoppiare il **reach** (50 mln di italiani usano il cellulare vs. 25 mln di italiani usano una carta)
- appare adatto per **micro-pagamenti** - che rappresentano oltre l'80% delle transazioni "cash" - se consideriamo che il credito telefonico è tradizionalmente associato all'acquisto di contenuti digitali di importo molto limitato





SIA EXPO 2011

# Gli snodi per la diffusione del Mobile Proximity Payment

*Quale paradigma tecnologico si affermerà e con quali tempi?*

Sarà l'NFC la tecnologia per il Proximity Payment o altre soluzioni tecnologiche? Quale è l'orizzonte temporale per la sua diffusione? Quale sarà il posizionamento del Secure Element?

*Quale il valore per esercenti e consumatori?*

Come cambiano i processi commerciali e di relazione con i consumatori? Quali le "reason why" lato esercenti e consumatori?

**Quali sono le condizioni per favorire la diffusione del Mobile Proximity Payment?**

*E' possibile utilizzare il credito telefonico per pagare?*

In particolare, possono gli operatori telefonici gestire il credito telefonico come strumento per l'acquisto di servizi non digitali? Si configureranno come IMEL/PI? Si inseriranno nella filiera nuovi IMEL/PI per cogliere questa opportunità?

*Quale configurazione di filiera?*

Si affermeranno modelli collaborativi Telco-Banche (servizio Cityzi e QuickTap)? O modelli promossi dai grandi OverTheTop (Google, Apple)? O in prima battuta modelli più semplici promossi da un solo attore, Banca o Telco (Rabobank, Visa NY)?

