

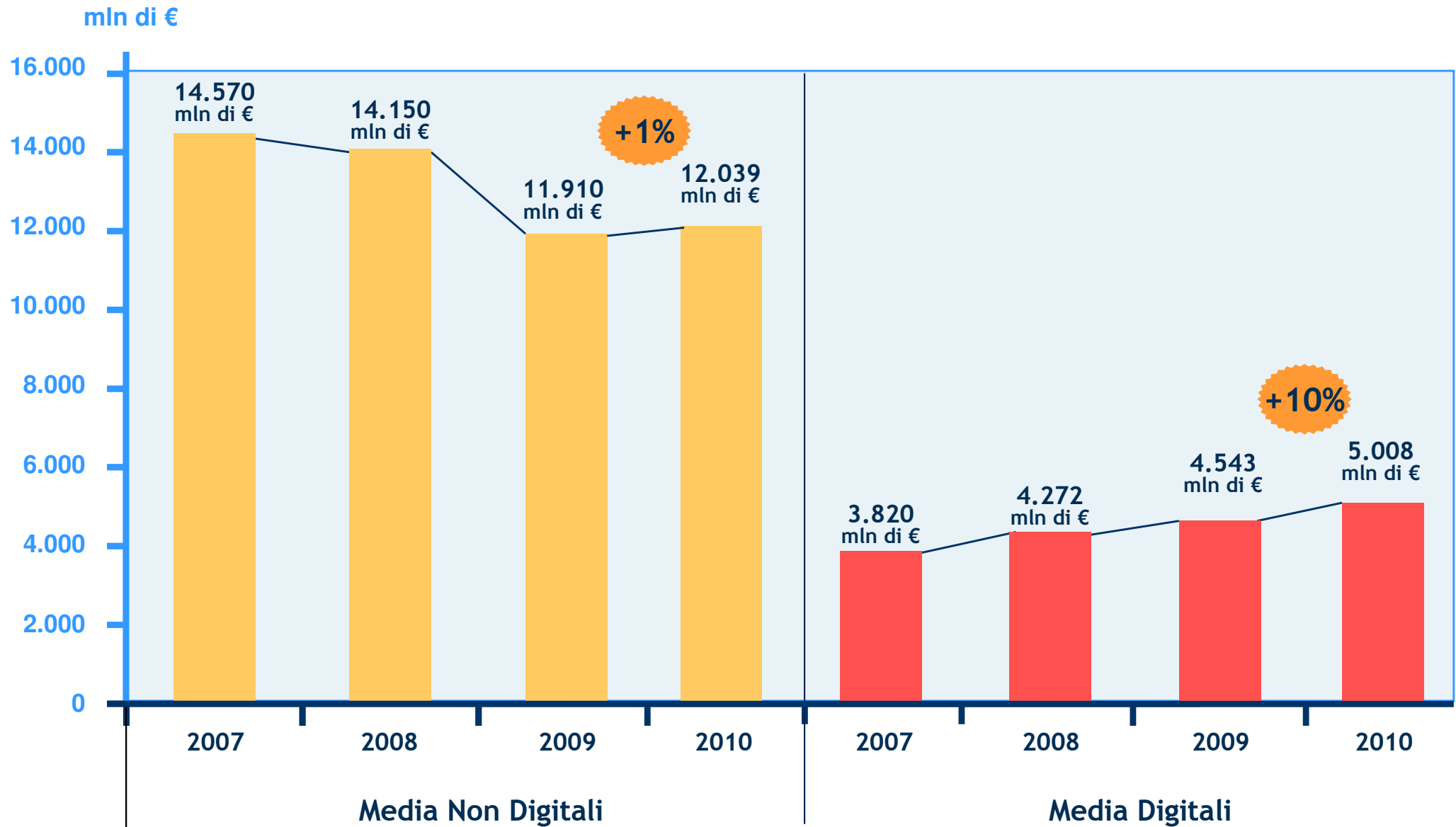


Quali scenari dal Mobile Payment?

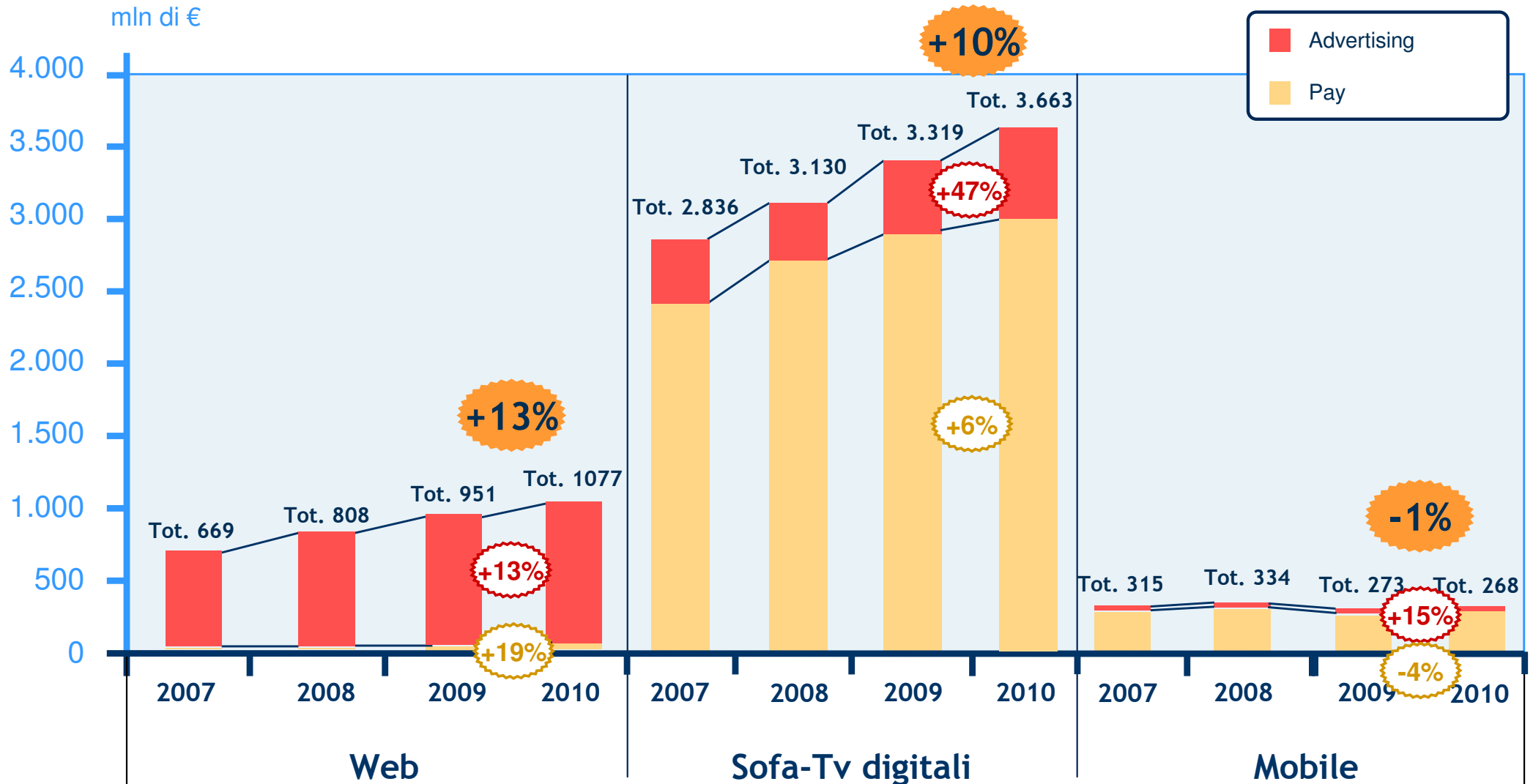
9 Giugno 2011

Filippo Renga
filippo.renga@polimi.it

La dinamica del mercato dei Media in Italia: Non Digitali vs. Digitali



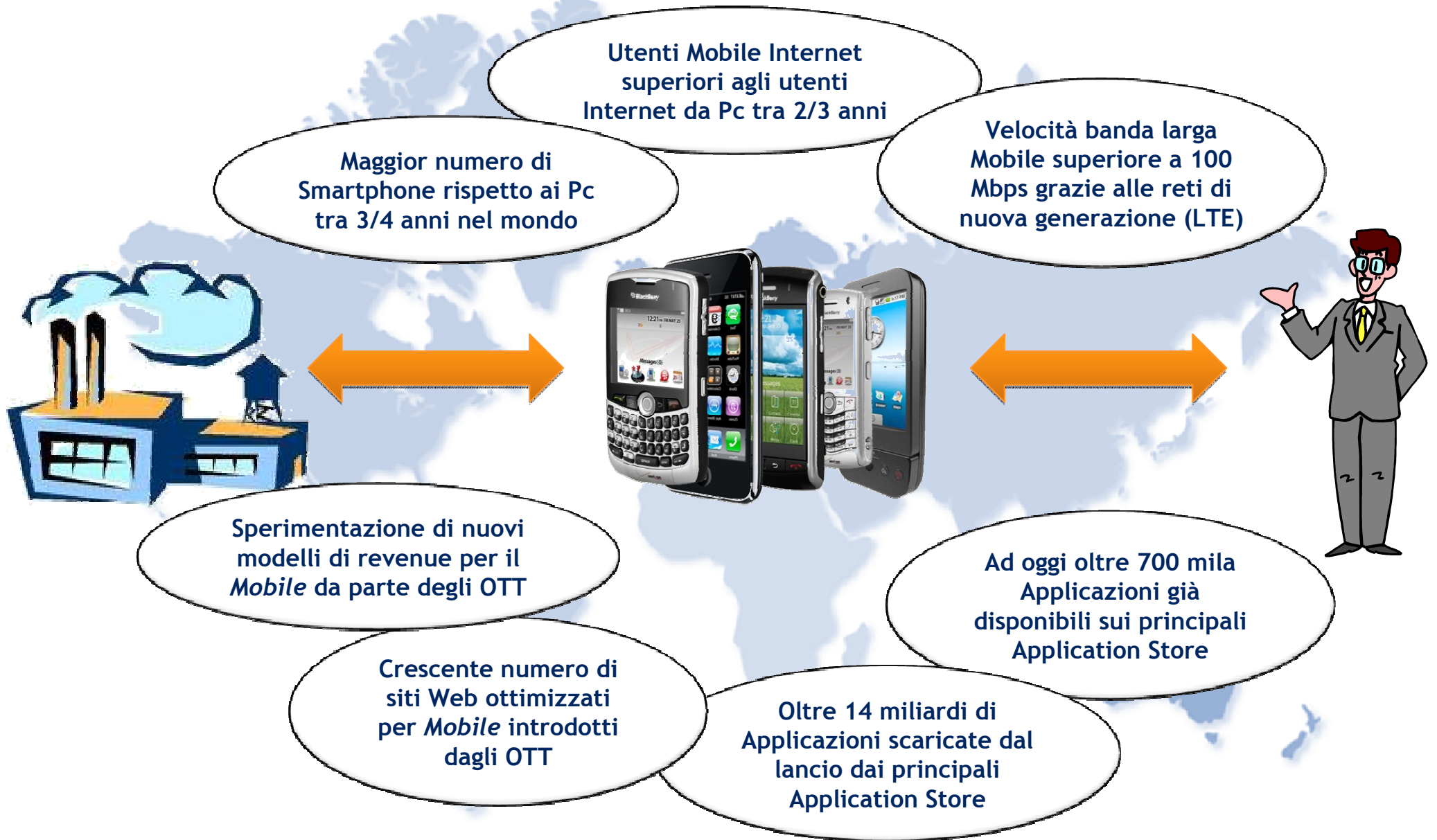
Il mercato dei New Media in Italia: la dinamica delle diverse piattaforme digitali



Si assiste alla convergenza di due fenomeni inarrestabili:

- ❑ il mondo digitale mette in crisi l'identità **“tradizionale”** degli Editori, che non possono più fare riferimento ai modelli di business del passato, ma non mette in crisi l'insieme di risorse e competenze chiave sviluppate (o almeno non tutte). E' importante identificare perciò **nuove strategie** che sappiano abbracciare le molteplici piattaforme disponibili, con elementi trasversali, ma anche peculiarità verticali per portare valore anche al canale offline tradizionale
- ❑ Le **notevoli innovazioni in atto** nel mondo delle Telecomunicazioni mobili (sviluppo di reti wireless a banda larga, diffusione di smartphone e tablet, paradigma del Mobile Internet e degli Application Store, nuovi modelli di business) evidenziano che il **Mobile** trasformerà pesantemente il mondo digitale nei prossimi anni ed **inducono a parlare di Mobile Revolution**

La Mobile Revolution: il circolo virtuoso è in atto



Il Mobile contribuisce a superare il digital divide nei pagamenti elettronici?

- Il Mobile può vantare diversi asset nel mondo dei pagamenti, come ad esempio la sua significativa penetrazione nella popolazione italiana

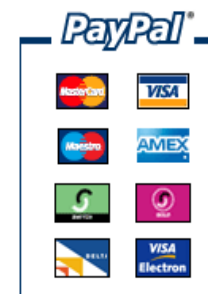
47 mln di utenti di telefonia mobile a fronte di 89 mln di Sim in circolazione (a fine 2009 - Fonte: Agcom)



VS Ca 25 mln di carte di credito e prepagate attive VS



Quasi 5 milioni di conti aperti PayPal (2011 - Fonte: PayPal press)



- Il Mobile Payment in Italia è ancora in fase embrionale, sia in termini di diffusione tra gli utenti sia in termini di utilizzo (transato), nonostante ci sia un notevole fermento soprattutto sul Mobile Remote Payment
- L'evoluzione di questo comparto potrebbe:
 - mettere a disposizione dei clienti nuovi strumenti di pagamento anche per l'acquisto di contenuti digitali
 - facilitare l'offerta pay, anche di nuovi servizi (digital goods, social network premium, ecc.)

Mobile Remote Payment

Mobile Proximity Payment

Contesto di
utilizzo

Pagamenti elettronici, anche in remoto, di beni/servizi attraverso dispositivo cellulare e rete cellulare, *quali ad esempio il pagamento della sosta o la ricarica di una smart card per il video on demand su Tv digitale terrestre*

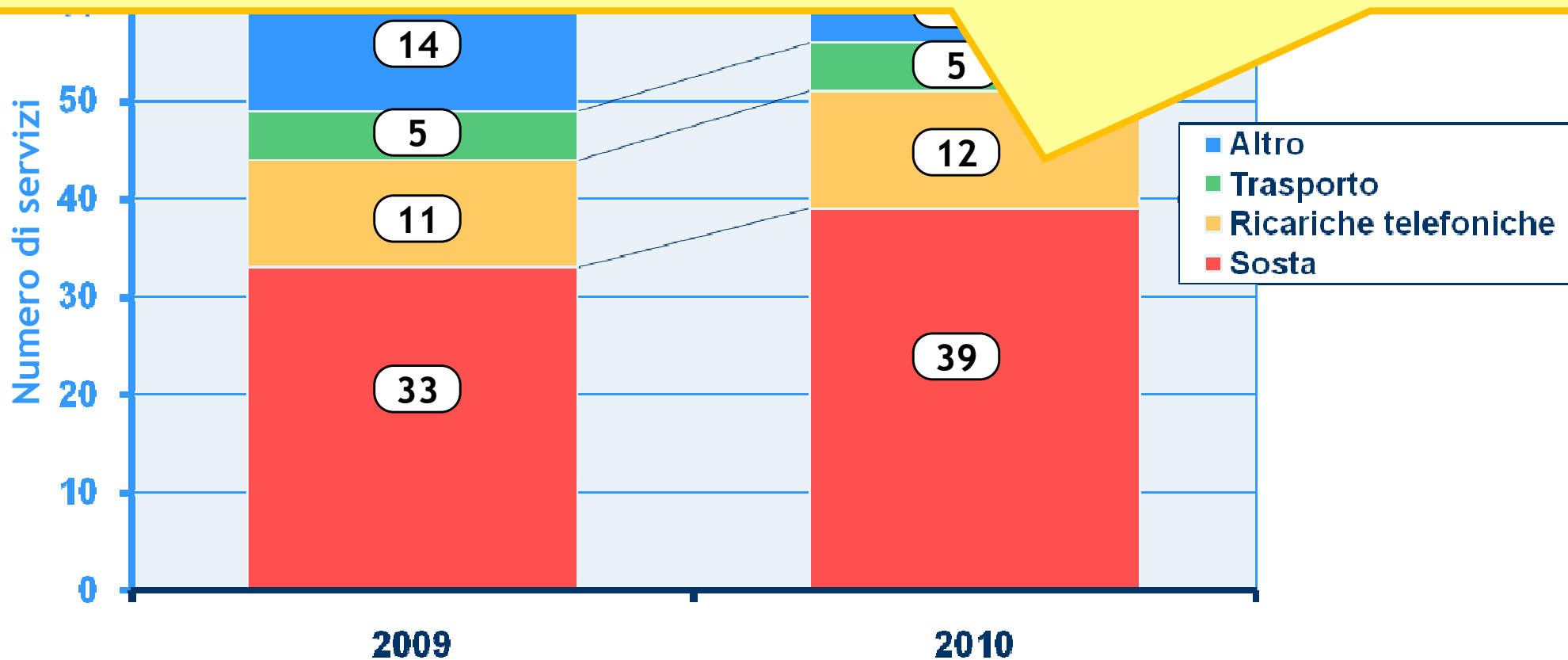
Pagamenti elettronici di beni/servizi “in prossimità” - ossia con vicinanza fisica tra acquirente e venditore - attraverso dispositivo cellulare che “emula” una carta di pagamento, *quali ad esempio l’acquisto di un giornale o la spesa presso un punto vendita della grande distribuzione*

Tecnologie di
riferimento

- Dispositivo cellulare “tradizionale” (smartphone per applicazioni)
- Rete cellulare (GSM, GPRS, UMTS, HSDPA) o Wi-Fi
- Piattaforma di interfaccia utente-cellulare (Sms, Ivrr, Ussd, mobile site, Applicazione)

- Dispositivo cellulare NFC-enabled
- Tecnologia di comunicazione “wireless” a corto raggio per il trasferimento dei dati di pagamento tra cellulare e POS/reader (NFC, codici bidimensionali, bluetooth, ...)
- Piattaforma di interfaccia utente-cellulare: “applicazione” su SIM o su telefono

- L'offerta di servizi di Mobile Remote Payment in Italia cresce poco (+2 servizi rispetto al 2009) a fronte di alcuni "fatti" rilevanti:
 - la comparsa di piattaforme multi-ercente (ad esempio Bemoov)
 - l'ampliamento di progetti esistenti (ad esempio Telepark e PosteMobile)
 - la nascita di nuovi servizi indipendenti (ad esempio, il pagamento della tassa dei rifiuti di Roma)
 - la disattivazione di alcuni servizi (ad esempio, il pagamento di skipass)
- La struttura dell'offerta continua ad essere:
 - molto frammentata - sono solo 4 le piattaforme che hanno sviluppato soluzioni multi-ercente
 - molto focalizzata - quasi il 78% dei servizi riguardano il pagamento della sosta o delle ricariche telefoniche.



Mobile Remote Payment: il Livello di Soddisfazione

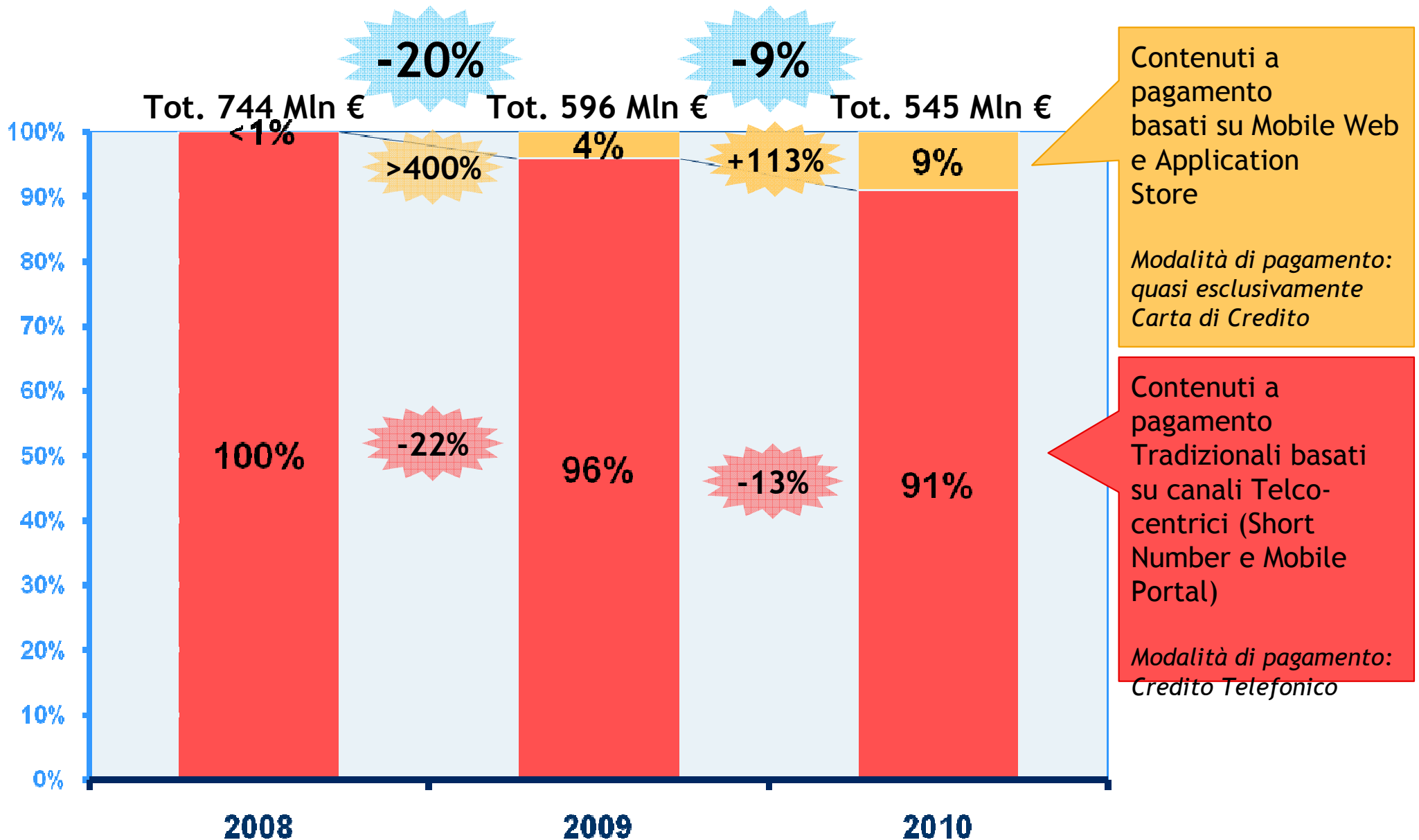


- La survey sui consumatori si è concentrata su 1.790 utenti dei servizi di **Mobile Remote Payment dei parcheggi** gestiti da Telepark (441 questionari compilati online)

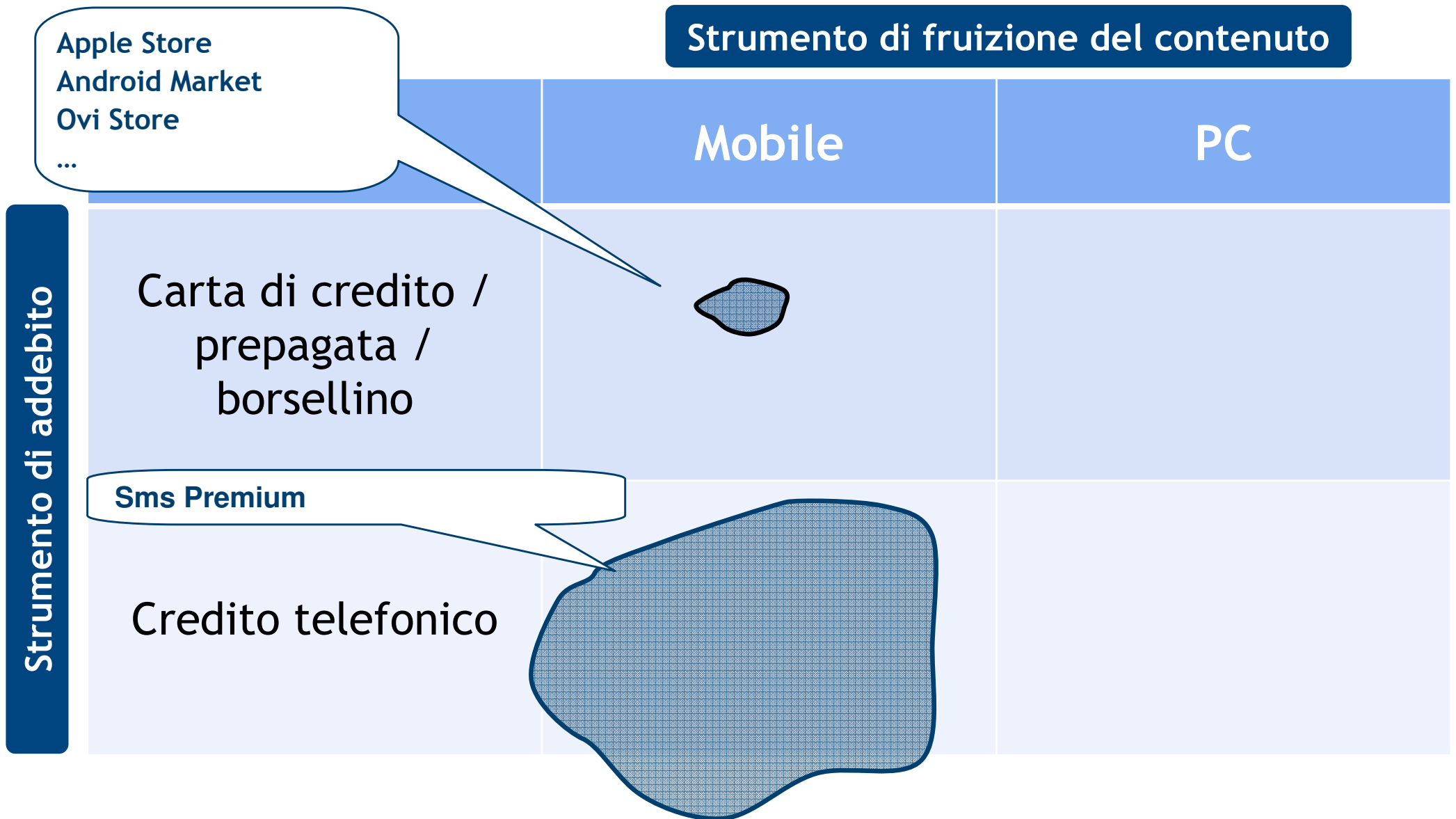
Cosa pensano gli utenti del servizio utilizzato?

- Gli utenti che hanno partecipato all'indagine sono decisamente soddisfatti, dichiarano infatti un punteggio medio di soddisfazione sicuramente elevato (8,56 su 10)
- Gli utenti utilizzano il servizio perché lo considerano semplice veloce e comodo - soprattutto per la possibilità di pagare anche le frazioni di ora
- Lo reputano sostanzialmente un sistema aggiuntivo rispetto a quelli già utilizzati, che per le sue intrinseche caratteristiche consentirebbe di pagare in mobilità

Mobile Content & Apps a pagamento in Italia: piccole applicazioni crescono...

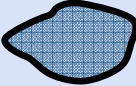
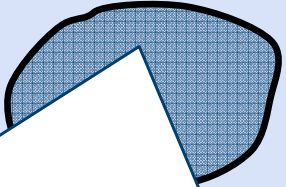


La situazione attuale: gli ambiti di utilizzo vs i sistemi di addebito



La situazione attuale: gli ambiti di utilizzo vs i sistemi di addebito

Strumento di fruizione del contenuto

		Mobile	PC
Strumento di addebito	Carta di credito / prepagata / borsellino		
	Credito telefonico		

Carta di Credito
Paypal, *worldwide*
SiPay (Carta SI), *Italia*
Google Checkout , *worldwide*
Visa Payclick, *Australia*: acquisto di contenuti digitali online sotto i 25\$. L'utente dovrà cliccare sul logo Visa Payclick nella pagina di check-out, e quindi inserire, sempre sul PC, il codice di sicurezza Payclick ricevuto al momento dell'iscrizione per completare l'acquisto del contenuto prescelto. L'addebito avviene su borsellino Payclick ricaricabile tramite carta di credito.

.....

La situazione attuale: gli ambiti di utilizzo vs i sistemi di addebito

Strumento di fruizione del contenuto

Strumento di addebito

Ca

Onebip (Neomobile), *worldwide*: acquisto di contenuti digitali da PC (es. Social Games). Il telefonino è utilizzato come strumento di addebito; l'utente inserisce il proprio numero di telefono online, cui fa seguito un Sms inviato automaticamente. Per confermare il pagamento l'utente inserisce online un codice ricevuto via Sms). L'addebito è su credito telefonico.

Cashlog (Buongiorno e Carta SI), *Italia*

Gopay, *Germania*

Zong, *worldwide*

Megapay, *worldwide*

ImpulsePay, *UK*

...

Credito telefonico

PC

MPay, *Italia*: piattaforma di ip billing sviluppata dagli Operatori di Telefonia Mobile italiani per l'acquisto di contenuti sia mobile sia online. Per gli acquisti per il telefonino l'utente deve cliccare, nella pagina di checkout, sul logo Mpay e confermare l'acquisto. L'addebito è eseguito su credito telefonico.

I vincoli all'utilizzo del credito telefonico come strumento di pagamento



Giornali e libri



Trasporto
Pubblico Locale
?



Home Cinema



Musica



Loghi e suonerie

**Beni digitali /
smaterializzabili**



Contenuti per
adulti



Cinema



Mobile Games

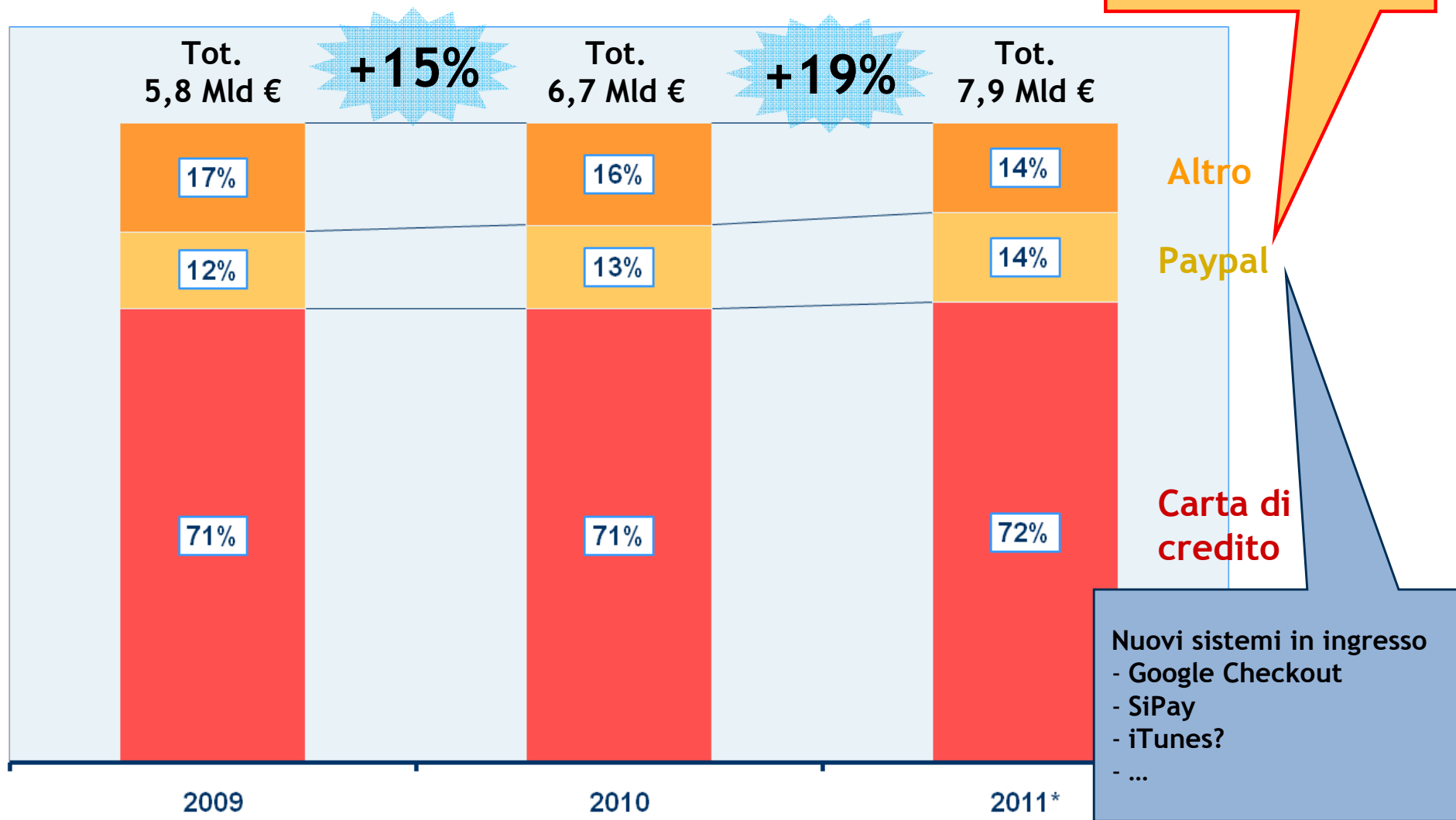


Social Games

E in altri contesti digitali?

La dinamica degli strumenti di pagamento nell'eCommerce in Italia

* Previsione effettuata in aprile 2011



Le opportunità dal Mobile Payment... con i confini di business che si spostano

