

Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano  
www.osservatori.net

### COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Mobile Payment & Commerce

*I pagamenti digitali in Italia crescono del 3,6% nel 2014 nonostante la riduzione dei consumi. Ma mentre i pagamenti di vecchio tipo, con carta di credito, segnano un +1,6%, i pagamenti digitali innovativi i cosiddetti “New Digital Payment” (che includono eCommerce, ePayment, Mobile Payment & Commerce a distanza e in prossimità, Mobile POS e Contactless Payment) crescono del 20% e valgono il 12% del transato con carta. Determinanti il raddoppio del Mobile Commerce e la crescita del pagamento di bollettini e biglietti via Smartphone.*

**Lo smartphone fa dimenticare il contante agli italiani**

## **Pagamenti e acquisti via Mobile crescono del 55%, ma si può fare di più**

*In Italia il Mobile Payment & Commerce da remoto, attraverso le app del proprio smartphone, si sta diffondendo rapidamente: vale circa 2 miliardi di euro nel 2014 e si prevede varrà tra 4 e 5 miliardi di euro nel 2017. Sono 3 milioni i biglietti dei mezzi pubblici acquistati via smartphone, 2 milioni i servizi di car-sharing e 1 milione le ore di sosta. In attesa della maggior diffusione delle soluzioni SIM-based e HCE e dell'arrivo di Apple Pay, gli italiani iniziano a pagare “in prossimità” grazie alle carte Contactless e ai Mobile POS, per un transato totale di 300 milioni di euro.*

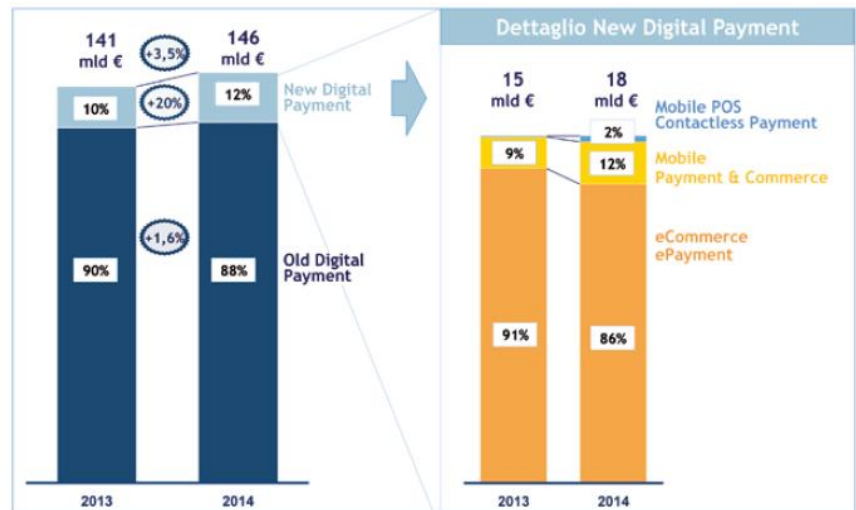
*Segui gli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano anche su Twitter: @Osserv\_Digital  
#OMPAY15*

Milano, 19 febbraio 2015 - “Gli italiani non hanno ancora rinunciato al contante, ma i pagamenti digitali innovativi (New Digital Payment)<sup>1</sup> li stanno progressivamente abituando a utilizzare la carta di credito con maggiore frequenza e per beni di piccolo importo, soprattutto tramite acquisti e pagamenti via cellulare”, afferma **Alessandro Perego, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce**. Infatti, mentre i pagamenti elettronici con carta di credito crescono nel 2014 solo dell'1,6% passando da 126 a 128 miliardi di €, i New Digital Payment ottengono un incremento del 20%: passano da 15 a 18 miliardi di € e conquistano il 12% dell'intero mercato dei pagamenti digitali, che può così registrare un incremento complessivo del 3,6% e arrivare a quota 146 miliardi di €. “Tuttavia è possibile fare qualcosa in più e ci attendiamo una crescita media, tra il 2015 e il 2017, pari al 7% annuo, che porterà questo mercato a raggiungere 176 miliardi di euro. Per agevolare questa crescita occorrono sia un intervento normativo che proponga incentivi e diffonda conoscenza, sia l'impegno, da parte del mondo dell'offerta, a puntare sui New Digital Payment”, aggiunge Alessandro Perego.

<sup>1</sup> eCommerce, ePayment, Mobile Commerce, Mobile Payment (Remote e Proximity), Mobile POS e Contactless Payment

Queste sono alcune delle evidenze emerse dall'Osservatorio Mobile Payment & Commerce della School of Management del Politecnico di Milano\*, presentato in occasione dell'evento "Non manca più nessuno", nel quale è stato approfondito il ruolo giocato dal comparto mobile nella diffusione dei pagamenti elettronici.

Il mobile gioca un ruolo fondamentale nei New Digital Payment che comprendono: eCommerce; ePayment, ovvero il pagamento da PC di ricariche e bollette; Mobile Commerce, acquisto di beni e servizi o contenuti cellulare via smartphone tramite App o Mobile site; Mobile Payment (Remote e Proximity), ovvero i pagamenti di ricariche telefoniche, parcheggi, mezzi pubblici, multe via smartphone; Mobile POS e Contactless Payment, che rappresentano i pagamenti mediante carta contactless.



L'eCommerce di prodotti, servizi e contenuti digitali e l'ePayment detengono la quota principale: assieme valgono l'86% dei pagamenti digitali innovativi. E mentre l'eCommerce registra una crescita del 18% toccando i 12,8 miliardi di €, l'ePayment vale quasi 2,5 miliardi di euro, in gran parte transati per il pagamento di ricariche e bollette.

Ma la componente più dinamica dei nuovi pagamenti è rappresentata dal Mobile Payment & Commerce di beni e servizi: nel 2014 cresce del 55% e supera i 2 miliardi di €.

Alla base di questa crescita complessiva, c'è la componente del **Mobile (Remote) Commerce di beni e servizi** che continua nella sua crescita e raddoppia, passando da 610 milioni di euro nel 2013 a 1,2 miliardi di euro nel 2014, pari al 9% del totale transato via eCommerce (nel 2013 rappresentava il 4,5%). Questa dinamica è spiegata da un lato dal crescente numero di esercenti che stanno attivando iniziative di vendita anche tramite App o Mobile site (circa 110 esercenti tra i primi 200 nell'eCommerce offrono una soluzione di Mobile Commerce, erano 75 nel 2013), dall'altro, da un cambio evidente di predisposizione da parte degli utenti. *"Gli italiani infatti non vedono più il Mobile solo come un canale per gli acquisti in mobilità, ma sempre più come uno strumento comodo anche per gli acquisti e i pagamenti più tradizionali"*, afferma Valeria Portale, Responsabile della Ricerca dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce.

Il **Mobile Remote Payment di beni e servizi**, ovvero il pagamento dei biglietti di trasporto pubblico locale, parcheggi, ricariche telefoniche e bollettini, cresce e raggiunge i 160 milioni di euro.

Le ricariche telefoniche continuano a rappresentare il 70% del mercato (+22% rispetto al 2013). Crescono anche i pagamenti di bollette e bollettini (+37% rispetto al 2013).

Ma il vero protagonista è il trasporto pubblico: quadruplica, infatti, il transato per servizi legati al mondo del trasporto (biglietti dei bus, pagamenti delle soste e car sharing) anche se in valore assoluto rimane ancora marginale. Nel 2014 sono stati acquistati più di 3 milioni di biglietti, pagati oltre 2 milioni di servizi di car sharing e pagate 1 milione di soste attraverso il telefono cellulare. In Italia, dei 235 servizi di Mobile Remote Payment (erano 135 nel 2013), il 77% è legato al trasporto pubblico.

**Il Mobile Remote Payment & Commerce di contenuti digitali** cresce di circa il 20% nel 2014, sorpassando i 760 milioni di euro, spinto dal mondo delle Applicazioni che rappresenta oltre il 38% di questo mercato.

*“La maggior propensione degli italiani a utilizzare lo smartphone per fare acquisti e l’aumento dell’offerta di prodotti acquistabili via mobile da parte degli esercenti, fa prevedere una crescita del Mobile (Remote) Commerce di beni e servizi di quasi il 40% annuo, arrivando tra i 3 e i 3,4 miliardi di euro a fine 2017. I contenuti digitali, il primo servizio acquistato via cellulare dagli italiani, proseguirà con un tasso di crescita compreso tra il 10 e il 20% annuo”,* afferma **Giovanni Miragliotta, Responsabile della Ricerca dell’Osservatorio Mobile Payment & Commerce.**

*“In totale, stimiamo quindi che il Mobile Remote Payment & Commerce varrà tra i 4 e i 5 miliardi di euro nel 2017, spinto dal Mobile Commerce di beni e servizi.”*

**Il Mobile Proximity Payment & Commerce**, ovvero gli acquisti e pagamenti “in prossimità” e agevolati dalla tecnologia NFC, non è ancora decollato, ma gli italiani sono pronti a utilizzarlo. Sono circa 12 milioni gli utenti con in mano un telefono cellulare NFC e oltre 250.000 i POS contactless attivi. Ancora poche le SIM NFC (si stimano circa 800.000 SIM già in mano ai consumatori), ma con la promessa da parte degli operatori telefonici di raggiungere quota 5 milioni entro la fine del 2015. *“Grandi aspettative ricadono su questo segmento di mercato”,* afferma **Valeria Portale.** *“Prevediamo che nel 2017 si possano raggiungere 4,8 milioni di utenti attivi per un transato di oltre 6 miliardi di euro, nel caso in cui alcuni fattori abilitanti venissero messi in atto: l’avvio delle iniziative di tutte le Banche e degli operatori telefonici, la distribuzione massiva delle SIM NFC, il raggiungimento di accordi da parte di Apple con almeno le tre principali banche italiane, l’arrivo delle soluzioni HCE sul mercato italiano e una forte azione promozionale”.*

La possibilità di pagare in negozio con **carte contactless e Mobile POS** si sta invece allargando: le transazioni hanno raggiunto i 300 milioni di euro nel 2014.

L’infrastruttura contactless è, infatti, cresciuta nel 2014: 1 carta su 8 è contactless (si stimano 12 milioni di carte a fine 2014, raddoppiate rispetto al 2013) e 1,2 milioni (pari al 10% del totale) sono le carte attive (hanno effettuato almeno una transazione in modalità senza contatto); 1 POS su 6 è attivo in modalità contactless (250.000 a fine 2014, +67% rispetto al 2013). Tuttavia solo 1 transazione su 300 di quelle con carta è contactless, per un transato complessivo pari a circa 200 milioni di euro. È un risultato ancora limitato, ma in forte crescita rispetto al 2013 (cinque volte in più), grazie anche agli sforzi messi in atto dagli esercenti che, con l’aiuto dei circuiti e degli acquirer, hanno fatto alcune azioni per abituare il cliente a questo tipo di pagamenti (ad esempio girando il POS verso il cliente ed invitandolo a svolgere il pagamento in autonomia).

*“Il futuro dei pagamenti digitali è legato alla sfida della diffusione del Mobile Payment & Commerce ‘di prossimità’ e il 2015 è un anno cruciale per il comparto: si aprirà la competizione*

*delle diverse filiere dell'offerta", afferma Alessandro Perego. "Da una parte la filiera cosiddetta 'SIM-based' che vede coinvolti operatori telefonici e banche in una configurazione collaborativa (nelle infrastrutture abilitanti). Dall'altra filiere basate sulle più recenti tecnologie HCE (Host Card Emulation) che potranno consentire ad alcune banche di offrire soluzioni di pagamento su cellulare direttamente senza utilizzare la SIM. Ed infine Apple Pay. Si accettano scommesse su chi vincerà la partita conquistando quote maggiori di mercato. Certo, dipenderà molto dalla strategia commerciale degli attori che hanno già investito molto. Quello che più importa, lato consumatori, è che le regole del gioco sono ormai per buona parte definite e qualsiasi soluzione non potrà che arrivare rapidamente ed essere estremamente sicura e facile da usare".*

\* L'edizione 2014 dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce è realizzata con il supporto di Banca Mediolanum, CartaSi, Consorzio CBI, Edenred Italia, Ingenico, Intesa Sanpaolo, Netsize, Olivetti, PayPal, Pay Reply, PosteMobile, RetAPPS, SIA, Sinergia Iccrea, Telecom Italia, Vodafone Italia; 3 Italia, AirPlus International, Banca Nazionale del Lavoro, BPM, Banca Popolare di Sondrio, Basilichi, Cashlog, CheBanca!, Deutsche Bank, Divisione Consumer - Gruppo BPER, Engineering, Equens, GS1 Italy | Indicod-Ecr, Konvergence, Sella digital solution, SisalPay, Vipera e Wind Telecomunicazioni.

\*\*\*

**Ufficio stampa School of Management del  
Politecnico di Milano**  
Barbara Balabio  
Tel.: 02 2399 9578  
email [barbara.balabio@polimi.it](mailto:barbara.balabio@polimi.it)  
Skype barbara.balabio  
[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

**Ufficio stampa Osservatori Digital Innovation del  
Politecnico di Milano**  
Mirandola Comunicazione  
Marisandra Lizzi - Marco Ferrario  
[marisandra@mirandola.net](mailto:marisandra@mirandola.net) -  
[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net)  
Tel.: 0524/574708 - 348/3615042 - 320/7910162  
Skype: marisandralizzi - marco.ferrario3

*La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti, e circa 80 fra dottorandi e collaboratori alla ricerca, dal 2003 accoglie le attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nei campi management, economia e industrial engineering. Fanno parte della Scuola il Dipartimento di Ingegneria Gestionale, le Lauree e il PhD Program di Ingegneria Gestionale e il MIP, la business school del Politecnico di Milano. Nel 2007 ha ricevuto l'accreditamento EQUIS e dal 2009 è nella classifica del Financial Times delle migliori Business School d'Europa; nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA (Association of MBAs). Gli Osservatori ICT & Management della School of Management del Politecnico di Milano ([www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati ecc.*

*Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano ([www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati ecc.*

*Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Big Data Analytics & Business Intelligence, Canale ICT, Cloud & ICT as a Service, Cloud & ICT nella Pubblica Amministrazione, Collaborative Business Application, Digital Business - Innovation Academy, eCommerce B2c, eGovernment, eProcurement nella PA, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione dei Processi Collaborativi di Progettazione, Gioco Online, HR Innovation Practice, ICT & PMI, ICT & Professionisti, ICT Accessibile e Disabilità, ICT nel Real Estate, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione digitale nelle Utility, Innovazione Digitale nel Turismo, Internet of Things, Intranet Banche, Mobile & App Economy, Mobile Banking, Mobile Enterprise, Mobile Marketing & Service, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, New Media & New Internet, Smart Manufacturing, Smart Working, Startup Digitali, Supply Chain Finance.*