

Business Card

Auriga

Auriga: pagamenti istantanei con PlainPay

Trasferimenti di danaro, prelievi e home banking sicuri in modalità mobile

Auriga è oggi tra i principali fornitori in Italia di soluzioni software all'avanguardia per la banca multicanale e il mobile payment, con una gamma completa di prodotti e di servizi in particolare per la gestione dei canali self service, Internet, mobile e filiale delle banche, e per la loro integrazione. Auriga gestisce infatti più del 50% della flotta italiana di sportelli bancomat (oltre 25mila Atm) e la fornitura di servizi di Internet banking a più di 600mila clienti. L'azienda conta, all'interno del proprio portafoglio, clienti molto grandi, gruppi bancari come Intesa Sanpaolo, Poste Italiane, Banca Marche e Cariparma (Gruppo Crédit Agricole), e alcune delle più importanti realtà di fornitura di servizi bancari come SBA, Phoenix, CSE, Federazione Marche, Cabel e Cedecra. Ha inoltre aperto recentemente la sua prima filiale estera, in Inghilterra, nel cuore del mercato bancario europeo, nell'obiettivo di sviluppare il suo percorso di internazionalizzazione nel più ampio contesto globale.

Auriga è costantemente impegnata in attività di ricerca e sviluppo di idee e servizi innovativi che possano rispondere a tutte le esigenze del mondo bancario e, soprattutto, del consumatore finale. Nel contesto delle aziende italiane che producono innovazione e rispondono al meglio ai bisogni dei consumatori, Auriga ha un posto



Vincenzo Fiore
amministratore delegato di Auriga

di rilievo, avendo sviluppato costantemente applicazioni informatiche per la banca virtuale multicanale. Nell'ambito del payment, l'applicazione PlainPay, disponibile sugli store virtuali delle principali piattaforme, è la testimonianza del costante percorso di Auriga incentrato sull'innovazione. Grazie a PlainPay è possibile effettuare pagamenti istantanei, offrendo così uno strumento di transazione economica evoluto, veloce e a basso costo. Il consumatore può effettuare acquisti senza contante e disponendo i pagamenti in tempo reale. La configurazione di questa che è stata già definita una killer application dagli analisti del settore, è estremamente

semplice. Il consumatore attiva il servizio PlainPay in banca, sceglie il conto corrente, e riceve le credenziali per la configurazione del servizio sul proprio smartphone. Infine, l'utente inserisce le credenziali ricevute in banca e grazie a un Pin personale potrà subito procedere con i pagamenti in modo estremamente semplice e intuitivo.

PlainPay è cresciuta nel tempo e oggi si configura come una piattaforma software per il mobile più estesa, in grado di offrire una pluralità di servizi mobile e uno strumento completo di interazione

con la banca. Attraverso la scansione di QR Code, infatti, l'applicazione, oltre a garantire con facilità e sicurezza trasferimenti di denaro B2C, B2B e P2P, può abilitare anche il prelievo senza carta su Atm attraverso l'uso del dispositivo mobile, l'autenticazione per l'accesso ai servizi di home banking e ancora la firma digitale dei propri documenti.

PlainPay, infine, non offre solo una modalità innovativa di pagamento, ma anche un possibile strumento di fidelizzazione della clientela per il mondo retail. PlainPay Fidelity, evoluzione più recente della "app" originale, consente infatti di accreditare punti o sconti virtuali al cliente direttamente sullo schermo del dispositivo mobile, migliorando sia la customer satisfaction sia la customer loyalty.



Auriga SpA - Strada Vassallo, 1 - 70125 Bari - IT - hone +39.080.56.92.111 - Fax +39.080.56.92.112
www.aurigaspas.com - info@aurigaspas.com

I-FINANCE

Teleborsellino

Fornitori di tecnologie, infrastrutture e sicurezza concordano: il candidato numero uno a sostituire banconote e monete è il telefonino. Magari attraverso sistemi intermedi, come gli Sms, in attesa della rivoluzione Nfc. Ma ci sono ancora molti ostacoli di natura economica, normativa e culturale

di Andrea Lawendel

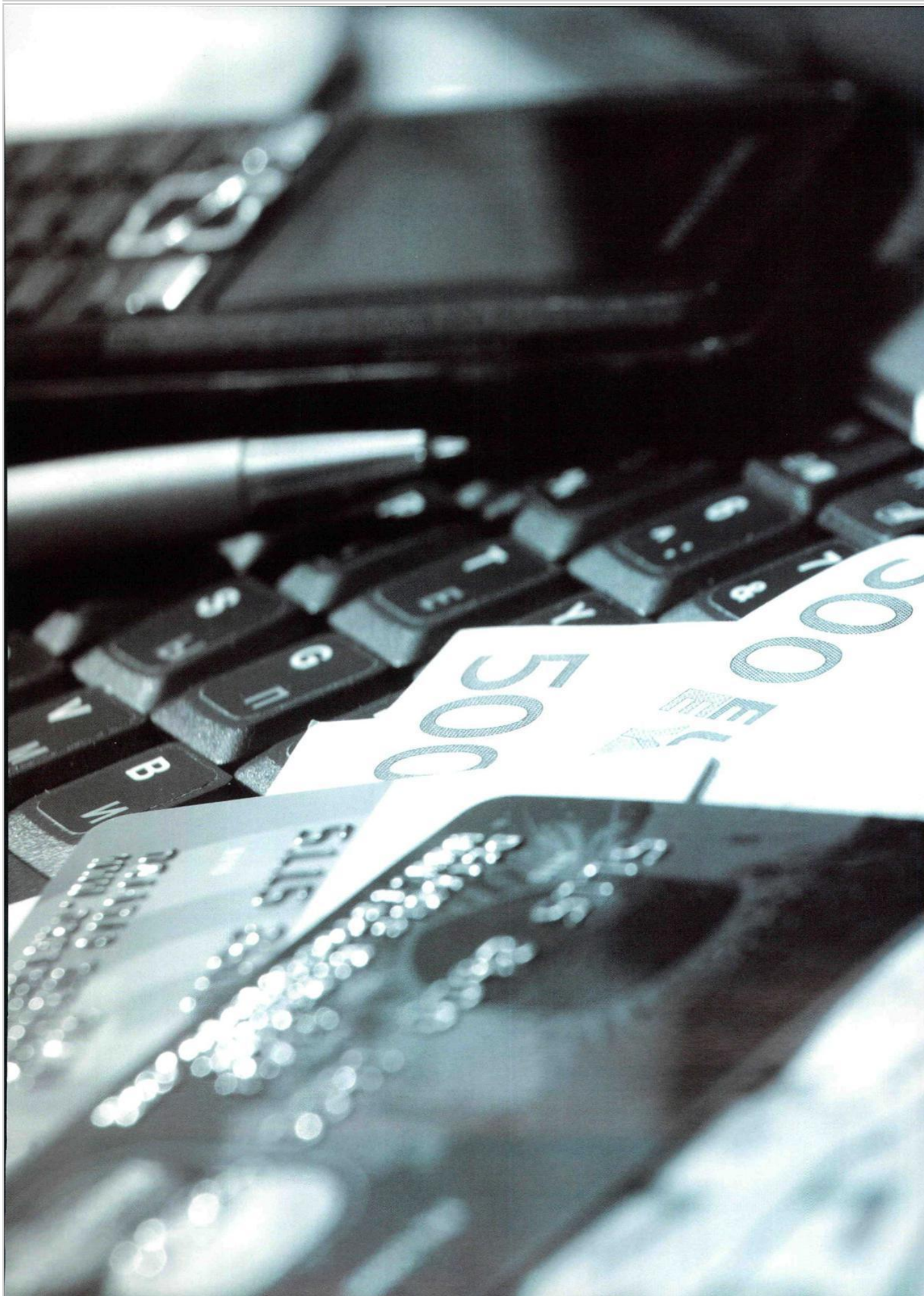
Ora che la lotta contro un uso eccessivo di denaro contante è diventata una priorità di una politica finalmente votata ad affrontare i problemi dell'evasione fiscale, del sommerso, delle infiltrazioni della criminalità organizzata nell'economia, la questione dei pagamenti mobili è al centro dell'attenzione per il ruolo fondamentale che il micropagamento avrà nel nuovo scenario che emergerà dal declino del denaro cartaceo.

Ma qui si annidano ostacoli di natura procedurale (le operazioni di pagamento), economica (le commissioni sull'ammontare di spesa), tecnologica.

Con questa tavola rotonda virtuale *Data Manager* cerca di fare il punto sulla situazione delle tecnologie a supporto del mobile payment e sulle idee che possono contribuire a un contesto favorevole al cambiamento dalla fisicità alla virtualità del denaro.

Quali sono i principali fattori tecnologici e infrastrutturali di una realtà in cui il denaro fisico contante può essere di fatto sostituito dai bit di informazione anche negli acquisti al dettaglio di modesta entità? Dal punto di vista di consumatori ed esercenti, quali saranno i terminali e le procedure dominanti per efficacia, funzionalità e sicurezza?

«Per poter sostituire il denaro contante con la moneta elettronica, anche per pagamenti di modesta entità, è necessario pensare a una tecnologia semplice e intuitiva per qualsiasi tipologia di consumatore - esordisce **Marco Moretti, head of business area Innovation di Ericsson** (www.ericsson.com) -. Ciascuno di noi ha ormai diversi wallet digitali, dalla carta di credito al bancomat, ma il più comune è senz'altro il credito sul proprio telefono



I-FINANCE

cellulare». Effettuare un piccolo acquisto attraverso un Sms, scalandone il costo dal credito del proprio telefonino, è solo uno dei tanti servizi che potremmo immaginare. «Infatti in Italia un servizio del genere è già realtà, grazie alla collaborazione di Ericsson con Ataf, azienda dei trasporti di Firenze, e i principali operatori di telefonia, che hanno lanciato il "mobile ticketing" a fine marzo». Secondo Moretti queste forme di pagamento rappresenteranno un passaggio intermedio verso un utilizzo sempre più frequente della moneta elettronica e alla graduale adozione della tecnologia Nfc (Near Field Communication) che trasforma il cellulare in un "badge" multiuso.

Praticità a parte, c'è un fattore che fa pensare all'assoluta necessità di promuovere i pagamenti elettronici. Tra ciò che pesa su imprese e privati e il carico sul sistema bancario, la gestione del denaro contante costa 10 miliardi all'anno, tra i 150 e i 200 per abitante, avverte **Attilio Serrone, vice direttore generale di Basilichi** (www.basilichi.it). «L'alternativa al "cash" verrà dall'integrazione tra le carte e i dispositivi portatili come cellulari e smartphone, gli unici largamente diffusi a livello mondiale. Ma non sarà un processo immediato a causa di ostacoli legislativi, mancanza di standard e necessità di diffondere le infrastrutture necessarie tra tutti i punti vendita. Come realtà multivendor, Basilichi è sempre aggiornata sulle tecnologie e segue con interesse le molte sperimentazioni in corso, ma nel nostro Paese ci sono ancora troppi limiti in questo senso». Attraverso la sua controllata Consorzio Triveneto, ricorda Serrone, Basilichi porta avanti progetti innovativi come il sistema sviluppato con Telecom Italia che trasforma uno smartphone in un terminale mobile per l'accettazione dei pagamenti attraverso una pinpad certificata. Sempre nell'ambito del gruppo, Moneynet ha sviluppato in anteprima mondiale un'applicazione per le operazioni di money transfer di We-



Marco Moretti
head of business area
Innovation
di Ericsson



Attilio Serrone
vice direttore generale
di Basilichi



Michele Marrone
responsabile mobility
services Eala
di Accenture

Si va verso una graduale adozione della tecnologia Nfc che trasforma il cellulare in un "badge" multiuso

stern Union attraverso il Pos, senza bisogno di andare in banca o versare il contante presso punti specializzati. «L'impressione - aggiunge - è che però manchi ancora una killer application, un vantaggio reale e diffuso che porti sia i consumatori sia gli esercenti a modificare le abitudini e ad accettare la diffusione dei pagamenti in mobilità tramite nuove tecnologie».

Non stupisce, afferma **Michele Marrone, responsabile Accenture mobility services Eala** (Europa, Africa, America Latina) (www.accenture.com), se molte nazioni europee adottano un approccio "di sistema" per lo sviluppo di un'infrastruttura abilitante, attraverso la creazione di consorzi di banche, operatori TLC o misti. «Tale scelta ha mostrato tuttavia in diversi casi limiti legati alla governance. Oltre ai fattori tecnologici e infrastrutturali ci sono importanti fattori culturali e psicologici da tenere in considerazione. Qualsiasi nuovo sistema di pagamento è infatti condannato al fallimento, laddove manchi la volontà di cambiamento di tutti gli attori in gioco. Esempificando al massimo, concetti come Groupon Mobile funzionano bene perché offrono semplicità e vantaggi concreti sia al cliente finale che agli esercenti, che diversamente in molte sperimentazioni Nfc non hanno percepito

alcun vantaggio sostanziale, rispetto all'utilizzo di strumenti tradizionali come le carte».

I vantaggi percepiti sono una chiave importante anche per **Hadley C. Taylor, senior account manager per l'area Banking e responsabile dell'offerta sulla multicanalità di Exprivia** (www.exprivia.it). Il manager lamenta il fatto che malgrado i 48

milioni di utenti e 16 milioni di navigatori mobili, con un italiano su tre che possiede uno smartphone e i 25 milioni di utenti di carte, il 90% delle transazioni oggi sia ancora in contante. I requisiti infrastrutturali per cambiare la situazione dipendono dalla modalità scelta: Mobile Proximity Payment, dove è richiesta una vicinanza fisica tra venditore e acquirente, e Mobile Remote Payment, con strumenti come il telefonino. Nel primo caso c'è anche il problema di sostituire una tecnologia affermata come i terminali Pos con qualcos'altro. «In realtà il Proximity si può realizzare con tecnologie molto meno invasive, ma quasi altrettanto efficaci, basate sui codici bidimensionali come il QR-code. Meno innovativa forse, ma potrebbe essere un forte acceleratore».

La vera transizione verso il mobile payment riguarda proprio i pagamenti "faccia-a-faccia" nei punti vendita o agli sportelli, perché riguarda una miriade di piccole e grandi spese quotidiane. «In quest'ottica Exprivia propone Pay4any, una piattaforma completa sia in Proximity che in Remote, strutturata su livelli cooperativi client e server, basata su tecnologie non invasive e immediate, ma consentendo anche l'uso di tecnologie più avanzate oggi meno praticabili. Con queste e con una piattaforma di payment flessibile e indipendente dall'evoluzione del mercato, possiamo raggiungere l'efficienza e sicurezza indispensabili per dare ai consumatori, fin d'ora, la giusta tranquillità nelle operazioni "anytime, anywhere, anything, anyone"».

Anche per **Vincenzo Romeo, innovation & technologies director di Ingenico Italia** (www.ingenico.it), si possono immagina-

I-FINANCE

re scenari di dematerializzazione dei pagamenti tra i più suggestivi, come la diffusione nel mondo fisico delle monete virtuali inventate da alcuni "social network". «Ma la prospettiva tecnologica e infrastrutturale più concreta è quella delle soluzioni di mobile payment che possano favorire, innanzitutto, l'incremento delle transazioni cashless, riducendo i costi dei sistemi tradizionali in entrambi i componenti del sistema, esercente e consumatore. Come costruttori di Pos, una parte significativa del nostro R&D è orientata a disegnare prodotti di accettazione il più possibile economici, semplici da usare, pronti per le tecnologie mobili e Internet. Un esempio sono i prodotti che stiamo proponendo per trasformare uno smartphone in un dispositivo sicuro di accettazione dei pagamenti». Romeo cita due altre importanti direzioni di sviluppo a cui Ingenico sta lavorando. Una riguarda il reclutamento dei Pos per unire pagamenti offline (sul punto vendita) e online (wallet remoti). «L'esperienza che stiamo facendo con Paypal in USA ne è un esempio. La seconda, quella di integrare nei pagamenti le loyalty e i coupon dematerializzati e presenti nel telefono, che è quanto stiamo facendo con Isis».

«L'Italia è oggi ancora il Paese del contante, per cultura e tradizione - sostiene **Vincenzo Fiore, Ceo di Auriga** (www.aurigaspa.com) -, ma siamo convinti che il mobile payment possa presto diventare la vera killer application per diffondere l'uso della moneta elettronica su larga scala anche per i piccoli pagamenti quotidiani. Si parla molto di nfc, ma un vero standard è ancora di là da venire, e la reale introduzione della tecnologia non è immediata. La scelta di Auriga è stata così quella di percorrere la strada del software e del mobile remote payment, dando vita ad una "app" facile da installare e da utilizzare come Plainpay, che non richiede device particolari o costi hardware da sostenere,



Hadley C. Taylor
senior account manager
per l'area Banking
e responsabile dell'offerta
sulla multicanalità
di Exprivia



Vincenzo Romeo
innovation
& technologies director
di Ingenico Italia



Vincenzo Fiore
Ceo
di Auriga

Manca una killer application, un vantaggio reale che porti consumatori ed esercenti a cambiare abitudini

da privati o esercenti, per poter essere utilizzata (come nel caso dell'nfc), ma che una volta scaricata sul proprio smartphone dotato di una connessione Internet permetta all'utente di pagare in modo semplice attraverso la lettura di QR Code».

Che il cellulare si posizioni come strumento ideale per sostituire il contante in un futuro prossimo è evidente anche per **Guido Mangiagalli, head di Cashlog** (www.cashlog.com), **Gruppo Buongiorno** (www.buongiorno.com). In particolare per contenuti digitali di importi di bassa entità è particolarmente adatto il pagamento attraverso il credito telefonico. «Secondo l'Osservatorio del Politecnico di Milano, nel 2011 in Italia oltre 700 milioni di euro di contenuti digitali sono stati pagati con il cellulare e questo avviene in uno scenario tecnologico multiplatforma, attraverso smartphone basati su iOS, Android, BlackBerry e Windows Phone. Le soluzioni per i micropagamenti devono perciò garantire grande semplicità d'uso e sicurezza in modo trasversale su tutte le piattaforme. Con Cashlog, la soluzione di Buongiorno per i mobile payment tramite addebito su credito telefonico, offriamo il pieno supporto per acquisti di contenuti digitali con un solo click senza utilizzo di

carte di credito o inserimento di password per importi fino a 15 euro».

Qual è a questo proposito l'opinione di un infrastrutturale per eccellenza come **Telecom Italia** (www.telecomitalia.com)? **Alfonso Mariconda, responsabile innovazione e industry relations, new projects development**, crede in particolare nelle solu-

zioni di mobile payment basate su tecnologia Nfc Sim-based, perché «consentono di ricreare sul mobile una user experience analoga a quella dello scambio di denaro in prossimità. Riguardo alla sicurezza, oltre al ridotto raggio di azione - nell'ordine di qualche centimetro - della tecnologia Nfc, che di fatto rende difficili eventuali azioni accidentali o fraudolente, va considerato che nella versione Sim-based tutti i dati che necessitano di un elevato livello di sicurezza sono memorizzati sulla Sim, con criteri analoghi a quelli dei chip delle carte di pagamento». Per Mariconda la Sim garantisce interoperabilità e portabilità, ovvero il funzionamento su qualunque terminale mobile e, attraverso l'adozione di soluzioni standard, come le specifiche Nfc Sim-based di Gsma adottate da Telecom, anche su qualunque operatore mobile.

Come esperto di tecnologie di sicurezza, **Alexander Moiseev, managing director di Kaspersky Lab Italia** (www.kaspersky.com/it), riconosce il ruolo fondamentale del telefonino. Ma avverte anche che «le nuove tecnologie però devono sempre essere analizzate dal punto di vista della sicurezza, verificando possibili vulnerabilità o modalità per aggirare i meccanismi di protezione. È inoltre fondamentale che i termini della tutela degli utenti e della responsabilità legale siano ben chiari sin dall'inizio. Quindi la best practice comprende regole chiare, processi trasparenti e l'adozione delle più avanzate tecnologie di sicurezza».

Antonio Bosio, direttore product & solutions di Samsung Electronics Ita-

I-FINANCE

lia (www.samsung.com/it), riassume il senso della prima parte della discussione sottolineando come la tecnologia ha per sua natura lo scopo di semplificare e ottimizzare la vita dalle persone. Se questa porta con sé benefici tangibili e possibilmente immediati, è molto probabile che possa condurre anche alla modifica di abitudini radicate come il contante utilizzato per le piccole spese.

«Grazie agli smartphone, che già ci semplificano molte attività giornaliere oltre la comunicazione, abbiamo oggi nelle nostre tasche uno strumento che ci permette anche di pagare il caffè o il biglietto dell'autobus semplicemente avvicinandolo alla cassa grazie alla tecnologia Near Field Communication, sempre più spesso disponibile tra le funzionalità integrate in questi dispositivi. Tutti gli attori che possono avere un ruolo nella filiera abilitante ai micro pagamenti manifestano un grandissimo interesse per l'iniziativa e molti di essi hanno già reso disponibili o renderanno disponibili a breve gli elementi di servizio pertinenti con la propria area di competenza».

Anche supponendo di risolvere buona parte dei problemi a livello di software, terminali, infrastrutture, interfacce e messa in sicurezza, uno strumento davvero alternativo al denaro necessita di regole chiare e una revisione di ruoli ormai radicati. Quali regole e misure implementare per incentivare una significativa transizione verso l'e-payment?

Siamo solo all'inizio di un lungo processo che richiede necessariamente un quadro regolatorio affinché gli m-payment diventino uno strumento efficiente e sicuro, ammette **Moretti** (Ericsson). «In questo contesto occorre l'impegno di tutti gli attori coinvolti - aziende, istituzioni, operatori e partner tecnologici - al fine di definire regole e nuovi modelli di business efficaci per sostenere questi servizi e la loro evoluzione e renderli presto un nuovo standard. Nel nostro caso abbiamo fatto un enorme sforzo per creare le condizioni che soddisfacessero tutti gli attori, Ataf, operatori mobili ed Ericsson, con il vantaggio di poter replicare il servizio immediatamente, sia nello stesso



Guido Mangiagalli
head
di Cashlog,
Gruppo Buongiorno



Alfonso Mariconda
responsabile innovazione
e industry relations, new
projects development
di Telecom Italia

**Nel 2011 in Italia
oltre 700 milioni di euro
di contenuti digitali
sono stati pagati
con il cellulare**

contesto delle aziende di trasporto, che in mercati simili come per esempio i parcheggi a pagamento».

Dopo più di un decennio di gestazione, l'Europa si è data una regolamentazione che effettivamente apre il mercato dei micropagamenti a nuovi players, conferma **Marro-ne** (Accenture). Sicuramente il Governo e la Pubblica Amministrazione giocano un ruolo importante nella transizione, ma un contributo "pesante" verrà dai servizi innovativi che soggetti come Google, Paypal (e a breve Apple e Facebook) stanno lanciando, e che possono creare la motivazione necessaria per l'adozione di nuovi comportamenti da parte di consumatori ed esercenti. «Fondamentale rimane tuttavia il coinvolgimento di player nazionali e in particolare delle banche: rinunciando a giocare la partita del "mobile wallet", creerebbero infatti le premesse per un dominio duraturo del mondo "cashless" da parte dei padroni del Web».

Regole e manovre più incisive sono assolutamente necessarie per favorire la divulgazione di strumenti di e-payment o meglio di m-payment, è il parere di **Fiore** (Auriga): «Lo Stato, come del resto sta facendo l'attuale governo Monti, deve assumere una posizione chiara sull'efficacia di

utilizzo di tali strumenti per la lotta all'evasione fiscale e al riciclaggio di denaro proveniente da fonti illegali, e come strumento importante anche per la riduzione degli altissimi costi legati alla gestione del contante. In qualche modo, deve "forzare" gli Italiani all'uso della moneta elettronica, come avvenuto nel caso dell'introduzione dell'obbligo del pagamento online dell'F24 o la fatturazione elettronica per cui sembrerebbe che l'Italia sia costretta dall'Europa a renderla obbligatoria entro fine anno. Qualcosa si sta muovendo con l'art. 12, Dl 201/2011, cd. "Decreto salva-Italia", che ha sensibilmente modificato le disposizioni circa il limite massimo per i pagamenti in contanti che passa dai 2.500 euro ai 1.000, favorendo quindi implicitamente l'utilizzo degli strumenti di moneta elettronica e perché no dei pagamenti mobile. Un incentivo ulteriore, nel campo dei micro pagamenti, potrebbe venire da una riduzione dell'Iva per i prodotti e servizi pagati via smartphone.

Anche **Taylor** (Exprivia) cita le direttive europee Payment Service Directive e la nuova Electronic Money Directive che guidano la regolamentazione dei pagamenti elettronici nel Sepa, lo "spazio di pagamento europeo", ma auspica tuttavia una presa di posizione da parte del Governo nazionale in una fase che potrebbe far decollare l'utilizzo del sistema di pagamenti presso tutte le organizzazioni pubbliche e portare grandi masse di utenti a un utilizzo quotidiano.

«Gli studi a livello di sistema - dice Taylor - indicano che il mercato italiano del mobile payment potrebbe valere circa 3 miliardi di euro nel 2015 e portare nelle casse pubbliche 20 miliardi in più tra emersione del sommerso e risparmio sui costi del contante. Spesso le difficoltà nell'utilizzo di soluzioni vantaggiose come Pay4Any di Exprivia sta più nella complessità del processo di registrazione al servizio, nella mancanza di formazione del cliente e del mercato. La propensione all'uso di soluzioni di remote payment invece risulta sempre molto elevata, come l'apprezzamento di utenti ed esercenti».

Le banche, ricorda infine Taylor, sono protagoniste indiscusse del mondo dei

I-FINANCE

pagamenti e lo saranno anche con la diffusione del mobile payment. Ma dovranno attivare una strategia di presidio del segmento, magari attraverso la standardizzazione delle commissioni anche per le operazioni da telefono. Per questo mondo, il futuro aprirà notevoli spazi di collaborazione con i nuovi attori del mercato (le Imel - Istituto di Moneta Elettronica - e le Payment Institution) e con le telco.

A livello Europeo, concorda **Romeo** (Ingenico), il progetto Sepa, coordinato dall'Epc (European Payment Council), rappresenta uno sforzo enorme verso la regolamentazione dei pagamenti cashless nella direzione dell'incremento dell'offerta dei servizi e della riduzione dei costi. «Come Ingenico siamo coinvolti, a vari livelli, in questi processi di regolamentazione, nella definizione degli standard tecnici e con un focus particolare su tutto quanto possa facilitarne l'adozione presso gli esercenti. Molti soggetti non tradizionali ambiscono a entrare nel mercato dei pagamenti elettronici e quindi le regole devono garantire che i livelli di sicurezza dei sistemi di pagamento siano adeguati affinché ci sia la fiducia da parte di esercenti e consumatori nel loro utilizzo diffuso e continuo».

«Il primo elemento è sicuramente la fiducia - afferma perentorio **Moiseev** (Kaspersky) -. Per avere la fiducia dei consumatori è necessario sviluppare non solo misure di sicurezza adeguate, ma anche creare un ecosistema che integri una serie di procedure e che garantisca la protezione di tutti gli aspetti dell'e-payment. Il fattore chiave è sicuramente la trasparenza, in modo che tutti gli attori del processo sappiano quali sono le regole e come reagire nel caso si verifichi qualsiasi problema». Sfortunatamente, ammette tuttavia **Moiseev**, oggi siamo lontani da questi parametri e alcuni vendor non stanno implementando le tecnologie necessarie per garantire la massima sicurezza degli utenti. «Da un punto di vista legale, infine, non esiste una chiara attribuzione di competenza o meccanismo particolare, quindi ogni banca o istituzione segue le proprie policy e la situazione si complica ulteriormente quando devono interagire



Alexander Moiseev
managing director
di Kaspersky Lab Italia



Antonio Bosio
direttore product
& solutions
di Samsung
Electronics Italia

La best practice comprende regole chiare, processi trasparenti e le più avanzate tecnologie di sicurezza

Paesi diversi con legislazioni differenti».

Dal punto di vista elettronico, ribatte **Bosio** (Samsung) il livello di sicurezza degli smartphone Nfc è estremamente elevato, certamente non inferiore a quello delle carte di credito elettroniche. «L'Nfc introduce però anche un ulteriore vantaggio pratico: le ricerche dimostrano che mediamente il tempo che trascorre tra l'istante in cui smarriamo il telefono e l'istante in cui ce ne accorgiamo è significativamente inferiore rispetto a quanto accade nel caso del portafogli. Ecco quindi che, grazie al fatto che siamo abituati a portare il telefono sempre con noi, riduciamo la probabilità di un impiego illegittimo dello strumento di pagamento virtualizzato nel terminale o nella Sim card rispetto a quanto accadrebbe nel caso della carta di credito tradizionale».

In rappresentanza di Telecom Italia anche **Mariconda** sottolinea come la tecnologia Nfc Sim-based possa diventare abilitante per tutta una serie di applicazioni: pagamenti, trasporti, loyalty, couponing, controllo accessi e così via. «Le applicazioni di pagamento saranno sviluppate e commercializzate da banche e operatori finanziari, che garantiranno il rispetto di regole e procedure come sicurezza, accettabilità, certificazione

degli attori, criteri di remunerazione, tracciabilità, anti-riciclaggio. Ma per quanto riguarda i micro-pagamenti ritengo che la ricerca di nuovi modelli commissionali sia la chiave per l'affermazione dell'm-payment e dell'e-payment in generale». Per i macro-pagamenti, aggiunge **Mariconda**, forse è necessario definire altri meccanismi per diminuire l'utilizzazione del contante, come un ulteriore abbassamento dell'importo oltre cui, per garantire la tracciabilità, non si può usare denaro.

«Credo che dal punto di vista del cliente finale - sostiene infine **Mangia-galli** (Cashlog) - le esigenze principali siano la trasparenza, la semplicità e la sicurezza del processo di pagamento indipendentemente dalla piattaforma tecnologica. Cashlog, come soluzione di pagamento attraverso il credito telefonico, può contare sulle misure di sicurezza proprie delle reti degli operatori telefonici, è in grado di consentire acquisti sicuri per i clienti che la scelgono come metodo alternativo per l'acquisto di beni digitali».

La parola conclusiva della nostra tavola rotonda spetta a **Attilio Serrone** (Bassilich), secondo il quale in Italia un concreto aiuto per la transizione dalla carta moneta agli e-payment nelle loro varie declinazioni, è arrivato sicuramente dal Governo Monti, che nel suo primo atto normativo ha voluto inserire alcuni provvedimenti che disincentivano l'utilizzo del contante, mostrando così grande attenzione a questo tema. «Ma la strada è ancora lunga, almeno nel nostro Paese, dove continua a esserci un problema grave di economia sommersa, ma anche culturale, come dimostrano tutte le statistiche europee che ci vedono nelle ultime posizioni nell'uso della moneta elettronica».

Sul fronte degli esercenti, la riduzione delle commissioni, in particolare sui micro-pagamenti, è una precondizione per poter diffondere qualsiasi tipo di strumento elettronico di pagamento, a prescindere dalla tecnologia usata. Riteniamo, invece, che per gli acquirenti sia fondamentale una sicurezza effettiva e percepita, abbinata a funzionalità di scontistica o raccolta punti tali da rappresentare un reale benefit».

DM