

FOCUS



VINCENZO FIORE,
AMMINISTRATORE DELEGATO
AURIGA SPA

**MOBILE PAYMENT E CONTACTLESS SONO
UNA REALTÀ NON PIÙ COSÌ LONTANA.
QUALE SCENARIO POSSIAMO DELINEARE A
BREVE-MEDIO TERMINE?**

Già da tempo si parla del Mobile Payment come la nuova frontiera nel mondo dei sistemi di pagamento, quella capace finalmente di innescare una pesante inversione di marcia nel massiccio uso del denaro contante che si fa in Italia, riuscendo semmai dove le carte di credito non hanno fino ad oggi potuto, visto che ancora, come emerge da un'indagine Doxa, il **60% degli italiani** non esce di casa senza avere in tasca almeno 65 euro. In effetti, trasformare il cellulare in un portafoglio elettronico offre interessanti opportunità, grazie all'immediatezza e alla comodità di uno strumento *always on*, che tutti portiamo sempre con noi. Tuttavia, sfortunatamente, in Italia, al momento il mercato sembra essere ancora sostanzialmente timido.

Nel nostro paese pur potendo riscontrare alte aspettative da parte dei consumatori, soprattutto se si guarda ai Native Mobile, quei giovani adulti che sono cresciuti con il cellulare e ne fanno un uso intenso, e pur avendo un elevatissimo indice di penetrazione dei device mobili avanzati come gli smartphone (1 italiano su 3 possiede uno smartphone), il numero dei servizi di Mobile Payment offerto è ancora limitato rispetto allo scenario internazionale. Le motivazioni sono tante, prima fra tutte un'estrema frammentazione di soluzioni e modalità operative dovute alla eterogeneità degli attori coinvolti (telco, produttori di device, sviluppatori di OS), la mancanza di una strategia condivisa tra i fornito-

ri di soluzioni e il potenziale mercato di adozione (enti pubblici, enti locali, banche, esercenti), ma anche la mancanza di standard tecnologici riconosciuti.

Comunque è d'obbligo dare risposte alle aspettative dei consumatori, mettendo a loro disposizione servizi innovativi adeguati alle loro esigenze, facili da utilizzare, ma soprattutto sicuri. Quest'ultimo aspetto non è infatti da sottovalutare in quanto spesso emerge dalle ricerche che l'**atteggiamento favorevole** del consumatore verso servizi di Mobile Payment

BancaMatica

mag/giu '11

72

**Welcome,**

Auriga Spa provides flexible solutions based on modular technology to financial institutions that breaks down the traditional channel silos. These solutions deliver a true competitive advantage by enabling stronger and deeper relationships to be developed between customers and their bank.

The company has become the trusted advisor and partner of choice for a wide range of financial institutions in Europe and can support any bank or banking group in the development of business in a market characterized by fierce competition and deep structural change.

News**Delivering multi-channel banking**

By Brendan Thorpe, Business Development Manager, Auriga Spa

The concept of multi-channel banking has been around for some time now. Yet whilst the idea has been well understood, the fact that very few banks can genuinely claim to have delivered it is a testament to the challenges that it raises. The move from the traditional channel-based view of retail banking to the customer-pace in banks across the world means many institutions are now having to find new ways of overcoming them. A key problem is the fact that the customer-centric technology used to manage the bank-customer interaction - demands that



convive con una certa reticenza e una persistente remora verso l'aspetto sicurezza e privacy. Pur non esistendo ancora un'ampia offerta di servizi, questo percorso verso il Mobile Payment appare ormai avviato e sarà di certo "la strada del prossimo domani".

Auriga ha già seguito questa strada e propone soluzioni innovative nella gestione del conto corrente e dei pagamenti in mobilità con **applicativi quali SimplyMobile e Plain Pay**, l'ultima nata per il Mobile Proximity Payment

QUALI SONO LE PRINCIPALI CRITICITÀ NELLO SVILUPPO DI PROGETTI CHE ORMAI SONO NECESSARIAMENTE MULTI-COUNTRY E CROSS-BORDER?

Le criticità, come si diceva poc'anzi, nel decollo del Mobile Payment o dei pagamenti tramite carte contactless, sono molteplici e vanno ricercate in vari ambiti. L'Italia potenzial-

mente potrebbe essere tra le capofila nello sviluppo di progetti finalizzati allo sviluppo e alla diffusione di sistemi di pagamento tramite cellulare, per l'elevato grado di penetrazione di questi *device* tra la popolazione, e poiché sembrerebbe che il 38% degli italiani (la media europea è del 26%) sia favorevole al loro utilizzo come strumento di pagamento, ma non è così. La crisi economica internazionale e il persistente calo del mercato IT in Italia, che nel 2010 secondo Assinform ha registrato un -1,4%, hanno determinato un peso notevole nella riduzione di investimenti in progetti innovativi dal grosso impatto sulla collettività.

Ma c'è da sottolineare a mio avviso anche l'incapacità di identificare per lo sviluppo un soggetto promotore forte in grado di coinvolgere il maggior numero di attori tra aziende, enti locali e esercenti, al fine di generare un sistema virtuoso ad alta circolarità, che una volta rodato potrebbe valicare i confini nazionali.

Certo bisogna anche considerare nel caso delle carte contactless o dei sistemi di pagamento che utilizzano la tecnologia NFC, l'onerosità dell'investimento iniziale, sia che si tratti dell'emissione delle nuove carte, dell'installazione dei nuovi Pos contactless, o che si parli di cellulari **dotati di tag NFC** e dei relativi dispositivi capaci di leggerli. I costi in entrambi i casi sono davvero imponenti. Ecco perché noi pur continuando ad investire in una ricerca che va in più direzioni, abbiamo sviluppato soluzioni come PlainPay che bypassa il problema dell'investimento iniziale e offre la possibilità a tutti di utilizzare fin da subito un sistema per il mobile proximity payment, senza doversi dotare di particolari device e con possibilità di potere esportare la soluzione anche all'estero in modo altrettanto facile. Ciò non toglie che prima o poi i vari produttori mondiali di cellulari NFC riusciranno a far crescere le loro quote di mercato, o i loro concorrenti, come Google e Apple, riusciranno a tirar fuori soluzioni software per i pagamenti che taglieranno fuori la sim card, ma ciò richiederà ancora tempi lunghi, nel frattempo bisogna partire.

BancaMatica

mag/giu '11

73



so "Planet Card
I be present at the
edition of Planet...

ient: ATM
e with more
gations in Italy
srt from Auriga, is a
sbor independent...

re of retail
s of the study by
duced in...

an Thorpe
Development
r

al that is taking
e challenges and
sces demands on
t be met within a
its because

Architecture

Self Service

Web Banking

Internet

Branch Banking

Mobile Banking

Phone Voice based services

Finance

©Wind, 04 May 2011
BBC News - Business

VIDEO: Spotify turns up the heat on Apple

©Wind, 04 May 2011
BBC News - Business

AUDIO: Man who tastes chocolate for a living

©Wind, 04 May 2011
BBC News - Business

VIDEO: UK house prices 'stale'