

Conto corrente con un touch, i progressi nei pagamenti

L'ATTIVITÀ CREDITIZIA SI STA CONCENTRANDO SOPRATTUTTO SUL CANALE MOBILE CON SERVIZI SEMPRE PIÙ ALL'AVANGUARDIA RESTA DA PERFEZIONARE L'INTEGRAZIONE DELLE VARIE PIATTAFORME E ANCHE I COSTI DELLE AZIENDE CALANO

Marco Frojo

Milano

Se fino a poco tempo fa il mobile banking era un servizio accessorio, adesso non solo rientra nell'offerta base di ogni istituto di credito ma deve rispondere anche alle crescenti esigenze dei clienti. L'accesso al proprio conto tramite smartphone o tablet deve essere veloce, intuitivo, sicuro, deve essere perfettamente integrato con gli altri canali e deve consentire di svolgere qualsiasi operazione che non richieda necessariamente la presenza dello sportello fisico. Gli istituti di credito, a giudicare dagli sforzi che stanno profondendo nello sviluppo delle applicazioni mobile, sono perfettamente consapevoli di questo trend e alcune di loro stanno addirittura incoraggiando i correntisti a usare con maggiore frequenza questa modalità di accesso. Essa consente infatti di ridurre le code nelle filiali e i costi operativi. Una volta sostenuti gli investimenti per lo sviluppo dell'infrastruttura informatica, infatti, le spese gestionali non crescono, se non minimamente, al crescere degli utenti.

Questo significa che ogni ulteriore utente contribuisce ad abbattere il costo medio della gestione dei clienti. La diffusione del mobile banking si basa soprattutto sull'alto tasso di penetrazione dei dispositivi mobili. Secondo una ricerca condotta dal Politecnico di Milano, in Italia ci sono 32 milioni di

utenti di smartphone che hanno una diffusione pari al 60% dei possessori di telefoni cellu-

lari e oltre il 50% dell'intera popolazione italiana. I tablet, invece, hanno raggiunto 7,5 milioni di unità nel 2013, un valore più che raddoppiato rispetto a quello dell'anno precedente. "Le banche sono tra gli attori di mercato che prima hanno colto il fenomeno e sono le società maggiormente impattate dall'evoluzione dello scenario - rilevano i ricercatori dell'ateneo milanese - Ciò ha richiesto un'evoluzione della strategia d'offerta dei servizi bancari calibrata sul nuovo profilo evoluto del cliente".

Nel 2013 circa il 20% dei clienti attivi sull'internet banking è stato attivo anche attraverso lo smartphone. Un quarto dei clienti attivi sull'in-

ternet banking tramite Pc ha scaricato un'app per smartphone; a questa velocità, entro la fine di quest'anno, la maggioranza degli utenti su Pc avranno anche un'app di mobile banking sul proprio smartphone. "Accanto al trend di sviluppo dell'offerta, oramai già avviato, vi è un fenomeno meno visibile, ma altrettanto significativo e rilevante nel lungo periodo: l'adattamento delle organizzazioni, sia in termini di

strategie che di processi operativi, dedicato alla gestione di un canale, come quello del mobile, sta oggi ricoprendo un ruolo molto importante nel nuovo modo di fare banca", si legge nella ricerca del Politecnico. L'altra grande direttrice dello sviluppo dei servizi in mobilità è il cosiddetto mobile payment che, con l'arrivo dello smartwatch della Apple e di molti altri dispositivi abilitati ai pagamenti, è destinato a rice-

vere un notevole impulso.

Nel 2014, intanto, si è registrato un progresso del 20% a 18 miliardi di euro nei cosiddetti New digital payment. Secondo il Politecnico "il mobile gioca un ruolo fondamentale nei New digital payment", che comprendono eCommerce, ePayment (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 (pagamenti di ricariche telefoniche, parcheggi, mezzi pubblici, multe via smartphone); Mobile POS e Contactless payment, che rappresentano i pagamenti mediante carta contactless. Gli istituti di credito italiani hanno

I PROTAGONISTI

Carlo Messina (1)
Ceo di intesa
sanpaolo



Victor Massiah (2),
amm.re
delegato
gruppo
Ubi
Banca



Fabio Gallia (3)
amm.re
delegato e
direttore
generale
Bnl



Liliana Fratini Passi (4)
Direttore
Generale
Consorzio Cbi



Gli istituti di credito italiani hanno da tempo proposto sul mercato soluzioni per il mobile payment



da tempo proposto sul mercato soluzioni per il mobile payment: Intesa Sanpaolo ha lanciato il servizio Move and Pay, Ubi Banca ha sviluppato Enjoy Mobile Payment; ci sono poi Bnl Youpass e BperCard Mobile Payment. Non sono state però solo le banche ad occupare questo settore, si sono mossi in forza anche gli operatori telefonici: sono nati così Tim Wallet, Vodafone Smart Pass Nfc e Proximity di PosteMobile.

Il limite di queste soluzioni è però dato dal fatto che non interagiscono fra di loro. Chi, per esempio, ha attivato Move and Pay può effettuare pagamenti solo all'interno di quel circuito e lo stesso vale per Enjoy Mobile Payment e per Bnl Youpass. Chi sta lavorando al superamento di queste barriere è il consorzio CBI, che ha già sviluppato il servizio bancario telematico che consente a due soggetti economici, siano essi aziende private o enti della pubblica amministrazione, di

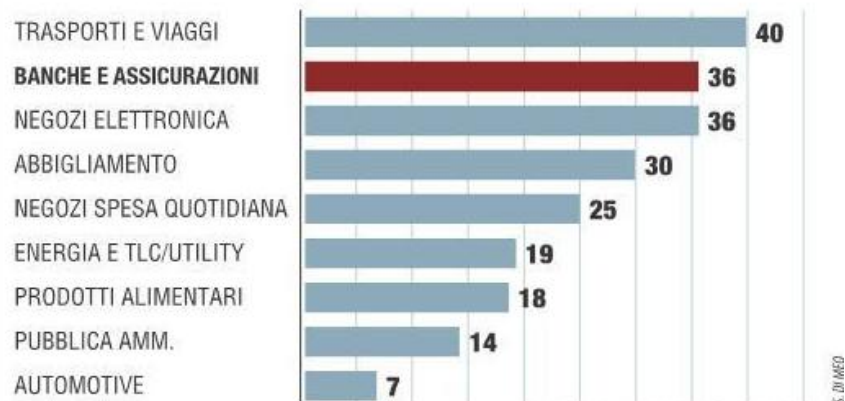
lavorare tra di loro avvalendosi dei servizi di tutte le banche con le quali intrattengono rapporti. "Il mobile payment è un trend molto importante, su cui il sistema bancario sta puntando molto - spiega Liliana Fratini Passi, direttore generale del consorzio CBI - Noi come consorzio stiamo lavorando a una soluzione che consenta ad ogni servizio di dialogare con tutti gli altri. Contiamo di presentare la nostra offerta nella seconda metà di quest'anno". Fratini Passi spiega che l'obiettivo è quello di far diventare la piattaforma Cbill, che ha uniformato il pagamento di tutti i bollettini di pagamento, il WhatsApp dei pagamenti. "Con WhatsApp posso comunicare con chiunque a prescindere dall'operatore telefonico che usa - spiega il direttore generale di CBI - Lo stesso deve accadere con i pagamenti a prescindere dalla banca su cui ci si appoggia e dall'applicazione che si usa".

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LE APPLICAZIONI PIÙ SCARICATE

In %



Fonte: Osservatorio Mobile Marketing & Service, dati Doxa

S. DI MARE