

MULTIMEDIA

## Arriva M-Pay il paga-mobile

STEFANO CARLI

In nome in codice è M-Pay, "pagamenti mobili", su quello definitivo stanno ancora discutendo ma arriverà a breve. Perché il 13 giugno si parte. E questa è una certezza. L'ultima di una serie che ha prodotto il miracolo: la filiera della telefonia mobile italiana ha accantonato liti, polemiche e contenziosi e in nove mesi ha prodotto quello che in Italia non si vedeva da tempo, e non solo nel campo della telefonia, un progetto di sistema.

► segue alle pagine 10 e 11

STEFANO CARLI

Segue dalla prima

Un standard italiano realizzato da aziende italiane per unire le forze e lavorare assieme a far decollare un nuovo mercato, senza però rinunciare alla competizione.

Intanto la «cosa», M-Pay è la piattaforma unica per fare acquisti in mobilità da qualsiasi terminale (notebook, tavolette e smartphone), con un sistema unico per tutti gli operatori mobili (i quattro storici e i virtuali) che utilizzerà per gli acquisti il credito telefonico delle sim. Vuol dire che le prepagate si vedranno scalare il costo dell'acquisto dal credito, gli abbonati se lo troveranno in bolletta il bimestre successivo. A gestire questo sistema saranno due *system integrator* italiani, i maggiori, **Engineering** e **Reply**, che non si limitano a fornire software ma entreranno direttamente sul mercato ricavandone una quota sulle transazioni.

Sono anni che tutti gli operatori mobili sviluppano test di prova su sistemi di pagamento da telefonini. Vodafone ne ha fatta una con i biglietti degli autobus, Tre con una convenzione con alcuni cinema, Tim con dei parcheggi. Ma sono rimasti test. E spesso bisognava attivare un credito parallelo a quello telefonico. Ultimamente anche questo scoglio era stato superato ma si è visto che il mercato non decollava.

«Le esperienze che ciascuno di noi ha fatto in casa propria hanno dimostrato che così la massa critica non si fa e tra tutti è maturata la convinzione che l'unica via era di mettersi assieme e creare un ecosistema», spiega Roberto Forte, responsabile Tv Mobile e Portale di Tre.

Questa convinzione a quanto pare è maturata lo scorso settembre, agli avvisi di una stagione che iniziava a portare grosse novità: i tablet di Apple stanno diventando un boom; a poco a poco iniziano a arrivare sul mercato le tavolette targate Android di Samsung, Acer e via via gli altri. Gli eBook sono quindi alla vigilia dell'uscita dal getto dei terminali dedicati, tipo il Kindle di Amazon che adesso, infatti, starebbe forse pensando a una «sua» tavoletta. Negli Usa il Wall Street Journal di Rupert Murdoch inizia a farsi pagare gli articoli online via smartphone. In Italia la strada è aperta proprio da questo giornale: da settembre gli utenti mobili di Repubblica possono comprare online via telefonino e pagando con il credito abbonamenti settimanali al quotidiano, prima con Vodafone e poi con Time Wind. Altri editori si apprestano a seguire, ma trattare con ogni singolo operatore allunga i tempi e complica le soluzioni.

E' in questo clima dunque che Tim, Vodafone, Wind e Tre decidono che è ora di mettersi attorno a un tavolo. E nel giro di poche settimane, come la novità comincia a circolare tra gli addetti ai lavori, Poste Mobile e Fastweb, ossia i due maggiori operatori virtuali italiani, chiedono di entrare a far parte del progetto. A questo punto i tempi si velocizzano. I sei scelgono un advisor, individuato nella PwC, Price Waterhouse Coopers. L'advisor mette a punto un bando di gara per individuare gli integratori di sistema. Partecipano in sette, sei italiani e uno straniero: vincono **Engineering** e **Reply**, forti anche del fatto di essere già presenti nel settore (garanzia di tempi di sviluppo più brevi): la prima con Tim, la seconda con Vodafone. Meno di cinque mesi a tappe forzate e ora tutto è pronto, meno il nome, ma questo è appena un dettaglio.

Come funzionerà M-Pay? Dal punto di vista dell'utente si è detto, la parte più interessante è però nella piattaforma e negli accordi tra gli operatori. «Sin dal primo giorno al tavolo comune il problema maggiore è stato come evitare i rischi di un sistema chiuso, bloccato, con il pericolo attirare l'accusa di aver costituito un cartello», spiega oggi Gianluca Meardi, responsabile Technology & Media di PwC,

che ha seguito la trattativa. La soluzione è stata quella di una piattaforma aperta in cui i prezzi non siano unificati e appiattiti. Non solo dal punto di vista degli operatori, ma anche da quello dei gestori del sistema.

La cosa meno complicata sono stati gli investimenti (e questo ha indubbiamente facilitato le cose). Pochi quelli degli operatori mobili, che hanno soprattutto dovuto integrare i rispettivi software; un po' più ele-

vati, nell'ordine di qualche milione di euro, quelli dei due integratori.

Dunque: ogni operatore mobile farà confluire sulla piattaforma i contratti che ha già stipulato con gli editori (e infatti a sostegno dell'iniziativa c'è già tutto il gotha dell'editoria italiana): entreranno da subito Espresso e Rcs, il Sole24Ore e Mondadori, che finora aveva l'accordo con la sola Tim. E entrerà anche il Messaggero, che ha ritardato apposta l'ingresso per entrare nella nuova piattaforma. Ogni telecom mobile resterà titolare dei suoi contratti. E ogni editore potrà avere con ciascun operatore accordi diversi. In pratica potranno essere diverse le percentuali sui ricavi che ogni editore lascerà nelle casse dell'operatore mobile tramite la cui sim è stato venduto un suo prodotto. E una altra quota percentuale, stavolta uguale, resterà nelle

casse dell'integratore di sistema. Questo all'inizio. Poi, un po' per volta, saranno proprio i due integratori di sistema, **Engineering** e **Reply**, a muoversi sul mercato andando a offrire il servizio ai nuovi fornitori di contenuti: lo standard sarà lo stesso, la tecnologia e la piattaforma pure, ma la gestione del servizio di inserimento nella piattaforma e la riscossione possono essere offerti a condizioni diverse, e questo metterà in competizione i due integratori. «E' per noi un cambiamento importante - spiega Gianluca Pogli, responsabile Broadband, Media Services & Telco di **Engineering** -

Consolida infatti la strategia di rafforzare progressivamente la nostra presenza nel settore dei servizi».

Ma anche per le telco mobili questa iniziativa rappresenta un cambiamento. Fino a poco tempo fa si pensava che il core business di un operatore mobile sarebbe stato progressivamente sempre più un compito di marketing, di confezione di pacchetti di servizi, con un peso via via inferiore del ruolo tradi-

zionale di gestore di traffico. Ora la strategia torna un po' indietro: con M-Pay gli operatori danno di fatto in outsourcing ai due gestori di piattaforma il compito di andare a cercare nuovi fornitori di contenuti e nuovi prodotti, il cui prezzo sarà a quel punto deciso da **Engineering** e **Reply** (che in questo caso guadagneranno anche una quota di ricavi più alta per remunerare il loro marketing).

«Il punto di forza di M-Pay, la piattaforma e la scelta del consorzio è proprio qui, nel coinvolgere più attori e concentrare le risorse di tutti per far crescere il mercato - spiega Massimiliano De Carolis, responsabile Business Development e Mobile Advertising di Vodafone - E il ruolo particolare dei due integratori è quello di andare a portare l'offerta alle realtà più piccole, alla "coda lunga" dei produttori di contenuti. Solo così, con un'offerta unificata, si renderà agevole ed economico l'arricchimento dell'offerta. Ad oggi infatti ci sono solo una trentina di produttori di contenuti nel mercato del mobile payment: sono troppo pochi per far crescere un mercato».

Questo è un mercato di micropagamenti ma moltiplicati per milioni di transazioni. Una tipologia alla quale, ad esempio, le carte di credito si adattano con minore flessibilità. «Non deve essere infatti un caso che il mobile market di Apple attivi 8 miliardi di download che sono però per l'80% gratuiti», aggiunge Forte di Tre. E comunque sul mercato italiano ci sono solo 3,5 milioni di carte di credito attive e almeno 50 milioni di sim.

Quanto alla tipologia di prodotti da comprare pagando con il credito telefonico, per ora si parte con i contenuti digitali: giornali e libri, musica e video. Ma nel mirino c'è già dell'altro. «Per adesso ci muoviamo su beni digitali, per restare entro i limiti del sistema giuridico - spiega De Carolis di Vodafone - Però beni digitali e smaterializzati sono anche biglietti di cinema e di trasporti pubblici, bus o treni. E non solo. Stiamo lavorando perfino con lo Shenker, la scuola linguistica, per corsi online mobili da acquistare "in pillole". Ed è solo l'inizio».

«In effetti per acquisti di maggior valore e soprattutto per comprare beni non più digitali ma fisici serve un accordo con un operatore bancario che dia le garanzie di legge - afferma Meardi di PwC - Ma questa è

una seconda fase del progetto». Che forse, però, si è già messa in moto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**LA SCHEDE**

**La sim batte sul tempo la memoria estraibile**

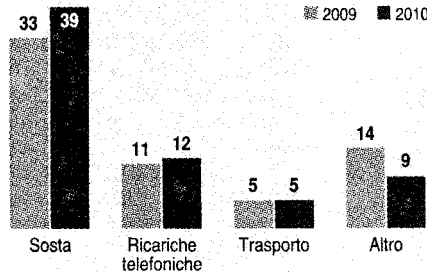
Il progetto italiano sui pagamenti mobili non è l'unico in pista, ma è forse quello più avanzato quanto a time-to-market, visto che parte il 13 di giugno. In Francia sono ancora in corso una serie di test in diverse città. In Germania gli operatori si sono mossi in una direzione diversa, più o meno come negli Usa, nel senso di una partnership da subito con il mondo bancario.

Il modello più simile a quello italiano è il britannico Pay4it: che ufficialmente è partito diversi mesi fa ma che non sembra ancora decollare. La ragione è nel fatto che là si è scelto di mettere a punto uno standard e basta, ossia senza costruire un progetto completo che integri e coordini i ruoli delle telecom mobili e i system integrator. Il risultato è che oggi ci sarebbero oltre una decina di società che fanno il lavoro che nel progetto italiano è assegnato a **Engineering Reply**. Troppa frammentazione, pochi guadagni e pochi stimoli ai gestori di piattaforma. Proprio quello che qui da noi si punta ad evitare.

Questo è poi il primo stadio. Ancora non si parla per esempio di NFC, Near Field Communications e di "contactless". Ma per le telco è importante partire subito per mettere un punto fermo: il sistema di identificazione è nella sim. L'alternativa sarebbe utilizzare una memoria esterna, una Sd Card che a quel punto potrebbe essere direttamente emessa da una banca: un vero e proprio borsellino elettronico a sé stante.

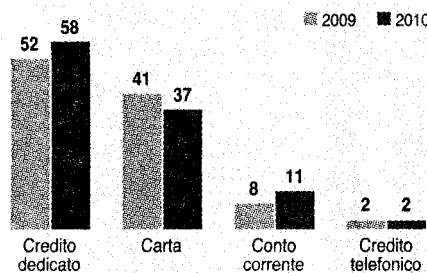
**I servizi dal Mobile Payment**

Numero di servizi



**I pagamenti dal cellulare**

Modalità utilizzate, in %



**Identificazione con la sim pagamento con il credito telefonico o in bolletta**

**Anche Engineering e Reply opereranno in concorrenza tra di loro**



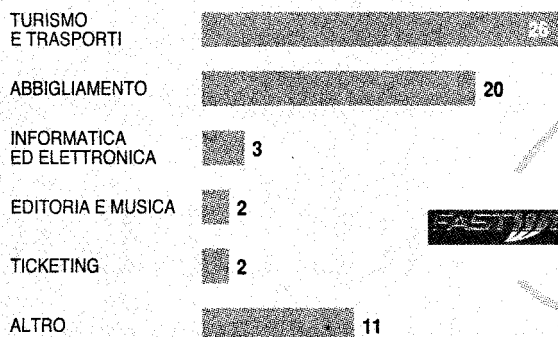
**Apple attiva 8 miliardi di download ma l'80% di essi è gratuito**

Nelle due foto a destra, in basso, Rosario Amodeo, Ad di **Engineering** e Mario Rizzante, presidente di **Reply**. I due System Integrator gestiranno la piattaforma M-Pay

*Poi si aggiungono Poste Mobile e Fastweb. Fra tre settimane il via operativo alla piattaforma*

**Il mobile commerce in Italia**

In %



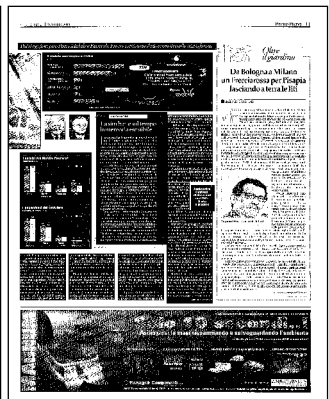
Fonte: Osservatori Politecnico Milano



*Tutto si è svolto in pochi mesi: a settembre Tim, Vodafone, Wind e Tre si mettono attorno a un tavolo*

# Cellulari: progetto M-Pay ecco perchè tra le telecom adesso è scoppiata la pace

*Un progetto di sistema tutto made in Italy*



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.