



M-Payment, il futuro nei sistemi di pagamento

All'alba di una nuova tecnologia nei sistemi di pagamento, indagine sulla propensione all'utilizzo del telefonino come strumento d'acquisto.



Nuove frontiere per il telefonino

La larga diffusione e l'evoluzione tecnologica raggiunta preannunciano l'utilizzo del cellulare come strumento di pagamento anche in Italia.

L'utilizzo del telefono cellulare per funzionalità non strettamente legate alla telefonia (registrazione di immagini, ascolto di musica, scambio di dati,...) è oggi un fenomeno affermato, frutto della rapida diffusione dell'innovazione tecnologica sviluppata in tempi recenti.

Tuttavia, già si intravedono nuove frontiere per il telefonino che potrebbe trasformarsi in uno strumento di pagamento e di accesso a vari tipi di operazioni finanziarie. Diversi operatori (produttori di telefoni, carrier di telefonia mobile, gestori di circuiti di carte di credito) sono già impegnati nell'implementazione di nuove tecnologie che consentiranno di utilizzare il cellulare per effettuare pagamenti al pari del contante o di una carta di credito.

Le potenzialità del business risiedono prevalentemente nell'elevata penetrazione raggiunta dal telefono cellulare. Nei paesi sviluppati o emergenti la quasi totalità della popolazione è dotata di cellulare. Inoltre, anche nei momenti in cui non viene utilizzato per telefonate o altri servizi, il telefono rimane a portata di mano del possessore quindi, al momento di un acquisto, è sempre disponibile come o più di altri strumenti di pagamento.

Ad oggi alcune modalità di utilizzo del telefono come strumento di pagamento sono già attive, seppure applicate in un ristretto numero di situazioni, soprattutto all'estero e ancora in via sperimentale (al momento sono stati avviati progetti per testare la nuova tecnologia in Giappone, Corea, Stati Uniti, Francia e Regno Unito).

Tuttavia, quanto preannunciato da parte di alcuni operatori interessati ad entrare nel nuovo business lascia ipotizzare diverse possibilità di evoluzione di questo nuovo servizio anche in Italia, sia in termini di tecnologia utilizzata (digitazione di un codice sulla tastiera del telefono per ordinare il pagamento, lettura del

telefono attraverso un lettore presente sul punto vendita) sia in termini di servizi fruibili (oltre che semplici pagamenti, il servizio potrebbe consentire di trasferire denaro da un cellulare all'altro o di sottoscrivere un credito revolving).

Nonostante non ci sia ancora un'informazione chiara sulle modalità con cui il cellulare verrà dotato della tecnologia necessaria per renderlo un mezzo di pagamento, sulle modalità con cui il nuovo servizio verrà concretamente proposto agli utenti, né sulle tempistiche di realizzazione dello stesso o di ingresso nel business da parte degli operatori coinvolti, l'Osservatorio Findomestic ha deciso di dedicare una sezione a questo nuovo mercato.

Fermo restando che le possibilità di sviluppo dello stesso saranno strettamente legate alla capacità di comunicazione degli operatori, agli standard di sicurezza che si riusciranno a garantire e alla capacità di adesione dei partner coinvolti (sia gli operatori che forniranno il servizio sia i distributori), si è ritenuto interessante andare a testare, allo stato attuale, il grado di conoscenza, interesse e propensione all'utilizzo del nuovo servizio da parte dei potenziali utenti.

A tal fine è stata effettuata un'indagine quantitativa sulla popolazione italiana, andando ad intervistare un campione di 400 individui, composto da persone che hanno dichiarato di utilizzare il telefono cellulare con almeno una funzionalità aggiuntiva rispetto alle telefonate (sms, mms, navigazione su internet, agenda elettronica...), nell'ipotesi che tali utenti possano essere maggiormente recettivi nei confronti di innovazioni tecnologiche relative a tale strumento.



...al momento sono stati avviati progetti per testare la nuova tecnologia in Giappone, Corea, Stati Uniti, Francia e Regno Unito.



Panorama attuale degli strumenti di pagamento

Bancomat e carte di credito a confronto.

Le persone
tra 35 e 44 anni
che utilizzano
il bancomat

81,5%

Essendo il mobile payment un'alternativa ad altri strumenti tradizionali, si è ritenuto utile dare uno sguardo ad alcune modalità di pagamento, abitualmente utilizzate dai consumatori, che si ipotizza insistano sulla stessa fascia di mercato in cui potrebbero inserirsi i nuovi servizi.

I dati raccolti mostrano che il 64,9% degli intervistati dichiara di utilizzare il bancomat, mentre solo il 30,9% dichiara

di utilizzare la carta di credito.

Per il bancomat l'utilizzo è più diffuso nelle persone in età compresa tra 35 e 44 anni (81,5%) e nelle regioni settentrionali (67,7%). Si riscontra il minore utilizzo tra i giovani di età compresa tra 18 e 24 anni (45,5%) e al Sud (45,3%).

Per la carta di credito si rileva un maggiore utilizzo per le persone di età compresa tra 35 e 44 anni (46,2%) e nell'Italia centro-meridionale (34,0%) a fronte di un utilizzo inferiore alla media tra i giovanissimi (15,9%) e al Nord-est (23,7%).

La percentuale di utilizzatori di carta di credito e bancomat (%)

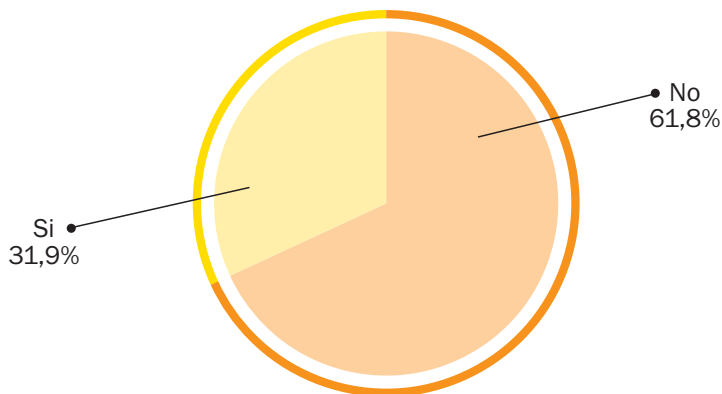


Il livello di conoscenza dell'M-Payment

Un italiano su tre ne ha sentito parlare ma nessuno ne ha fatto uso.

Come accennato, sono già attive alcune modalità di pagamento che utilizzano il cellulare, seppure applicabili in contesti limitati e prevalentemente all'estero. Pertanto è stato testato l'effettivo livello di conoscenza presso gli italiani dell'esistenza di tali servizi di pagamento tramite cellulare, siano essi attivi in Italia o all'estero: il 31,9% degli intervistati dichiara di esserne a conoscenza. La conoscenza è meno diffusa nelle persone in età compresa tra 35 e 44 anni (23,1%), cioè proprio tra i massimi utilizzatori di bancomat e carta di credito. I consumatori più informati in tal senso possiedono un titolo di studio elevato (47,5% la percentuale per i laureati) ed utilizzano internet quotidianamente (39,7%).

La percentuale di chi è a conoscenza dell'esistenza di servizi di pagamento tramite cellulare



La propensione all'utilizzo

In assenza di occasioni di utilizzo, otto italiani su dieci non sono ancora interessati al servizio. Sono i giovani i più recettivi che, in prospettiva, lo utilizzerebbero per sostituire gli acquisti abitualmente pagati con contanti.

Data comunque la limitata conoscenza attuale dell'esistenza del nuovo strumento di pagamento, è stata fornita agli intervistati una definizione generica del servizio ossia è stato chiesto loro "di pensare ad uno strumento di pagamento che preveda la possibilità di utilizzare il cellulare per pagare i propri acquisti".

L'interesse verso un possibile utilizzo risulta contenuto: solo il 7,9% degli intervistati, infatti, dichiara di essere interessato, percentuale composta da un 6,9% di consumatori "abbastanza interessati" e solo da un 1% di consumatori "molto interessati". L'elevata percentuale di disinteresse potrebbe risentire della mancata chiarezza sull'effettivo servizio cui gli utenti potrebbero accedere, sulle concrete modalità e condizioni di utilizzo e sugli standard garantiti dallo stesso.

L'assenza di interesse caratterizza larghe fasce della popolazione, comprendendo la maggior parte dei consumatori in età superiore a 35 anni: oltre questa soglia, infatti,

l'interesse diminuisce all'aumentare dell'età diventando nullo per gli ultra sessantatrenni. I giovani, più recettivi verso lo sviluppo di nuove tecnologie, risultano invece essere la fascia più attenta a questi nuovi servizi (il 18,7% degli intervistati dichiara di essere molto o abbastanza interessato). L'attenzione verso i nuovi sistemi di pagamento aumenta in funzione del titolo di studio, raggiungendo la percentuale massima nelle persone laureate (13,1%); non emergono evidenze nel rapporto tra l'interesse dichiarato e la frequenza di utilizzo di internet, se non per il fatto che la percentuale più bassa (1,8%) si tocca proprio nelle persone che non utilizzano mai la rete. L'attenzione verso questa nuova

modalità di pagamento è più accentuata nell'Italia nord-orientale (10,5%), mentre è minima nel Mezzogiorno (1,9%).

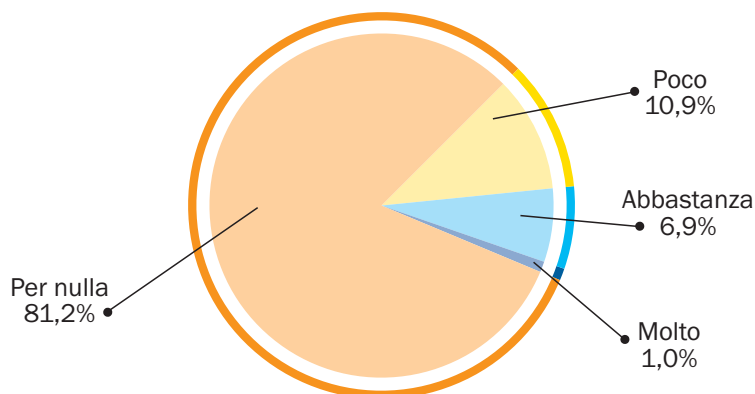
Nell'ipotesi di utilizzo di questo nuovo sistema di pagamento, la maggior propensione si riscontra per gli acquisti abitualmente pagati tramite contanti: in questo caso, infatti, la percentuale di disponibilità ad un ipotetico utilizzo raggiunge il 71,1%.

I consumatori risultano invece più restii a sostituire il bancomat e la carta di credito (ben il 42,1% degli intervistati non sostituirebbe questi strumenti) e ancor meno l'utilizzo dell'assegno (solo il 19,7% delle risposte è positivo).

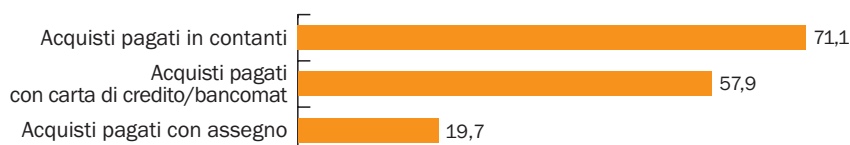
Più propensi alla sostituzione del contan-



L'interesse per un possibile utilizzo di servizi di pagamento tramite cellulare



Le tipologie di acquisto per le quali verrebbe utilizzato il nuovo servizio di pagamento tramite cellulare (%)

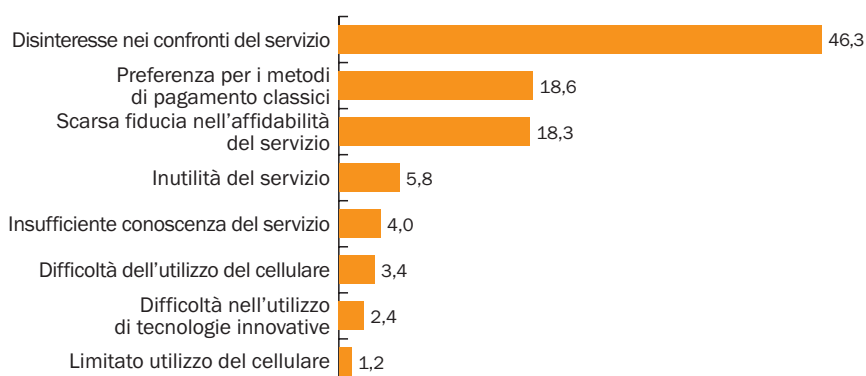


te risultano essere i giovani fino a 24 anni (81,8%), le persone con titolo di studio intermedio (73,8%) e i residenti nelle regioni del Centro-Sud (oltre il 70%). Per bancomat e carte di credito la percentuale è invece più elevata per le persone tra 25 e 34 anni (70,6%), gli individui con titolo di studio elevato (70,4%) e i residenti nel Nord-ovest (oltre il 60%).

Per coloro che si sono dichiarati per nulla propensi all'utilizzo del nuovo servizio (81,2% degli intervistati) la principale motivazione è data dal mancato interesse verso strumenti di pagamento tramite cellulare (46,3% delle risposte). La seconda motivazione scelta è la preferenza per i metodi di pagamento classici (18,6% degli intervistati), mentre solo il 5,8% dei consumatori considera il servizio inutile. Difficoltà nell'utilizzo del cellulare o di tecnologie innovative, infine, raccolgono

insieme il 5,8% delle risposte e rappresentano così una motivazione più sentita rispetto alla mancata conoscenza del nuovo servizio (4,0%).

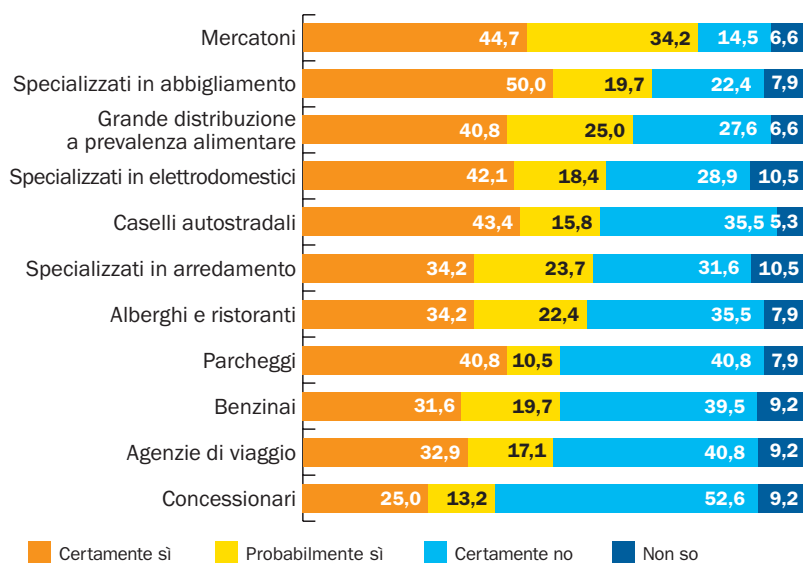
I motivi di non utilizzo del nuovo servizio di pagamento tramite cellulare (%)



I canali in cui verrebbe utilizzato

Abbigliamento, grande distribuzione, supermercati e caselli autostradali.

La tipologia di punto vendita in cui verrebbe utilizzato il nuovo servizio di pagamento se disponibile (%)



Per la diffusione dei nuovi servizi di pagamento è fondamentale, oltre all'adesione del pubblico, anche l'effettiva possibilità di utilizzo del sistema presso i rivenditori. Tuttavia non a tutti i canali di acquisto può essere associata un'uguale propensione all'utilizzo del servizio da parte della clientela. È, infatti, stato chiesto agli intervistati di indicare in quale tipologia di punto vendita utilizzerebbero il nuovo sistema di pagamento.

Osservando le risposte positive, quindi "certamente sì" e "probabilmente sì", è emersa una più marcata propensione all'utilizzo presso le grandi superfici despecializzate (mercatoni e grande distribuzione a prevalenza alimentare) e presso gli specializzati in abbigliamento e elettrodomestici. Decisamente inferiore risulta tale propensione presso agenzie di viaggio e concessionari di autoveicoli. I consumatori sembrerebbero dunque più propensi ad affidarsi al nuovo mezzo di

pagamento per acquisti ad alta frequenza, mentre risultano più restii a sostituire i tradizionali mezzi di pagamento per acquisti più rari e di importo unitario più elevato.

Per quali importi verrebbe utilizzato

La propensione maggiore è per gli importi sotto i 100 euro.

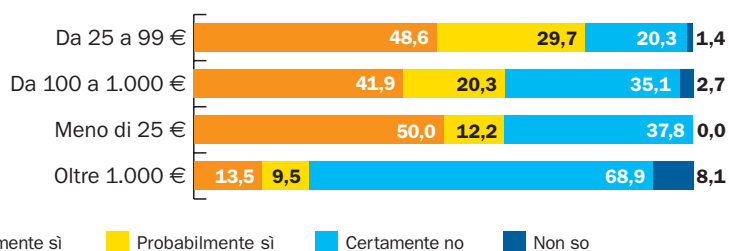
Come per i canali di acquisto è stata riscontrata una differente propensione alla sostituzione dei tradizionali mezzi di pagamento, allo stesso modo il ricorso al cellulare non è indipendente dall'entità degli importi da pagare. Gli intervistati esprimono i maggiori consensi verso il nuovo servizio nel caso di importi contenuti, raggiungendo la massima propensione per le spese comprese tra 25 e 99 euro, con il 78,0% di

risposte positive (individui che certamente o probabilmente utilizzerebbero il servizio).

La percentuale tende a ridursi per le spese di piccola entità (inferiori a 25 euro), per le quali verosimilmente l'utilizzo del contante è ancora molto diffuso. Le risposte diventano invece marcatamente negative per importi superiori a 1.000 euro (solo il 23% utilizzerebbe il servizio).

Tali risultati confermano che la propensione verso il nuovo servizio è maggiore per i consumi di importo limitato, quindi più frequenti, e per i quali presumibilmente lo strumento è percepito come valido sostituto del contante.

Le fasce di importo per le quali verrebbe utilizzato il nuovo servizio di pagamento (%)



La preferenza per il gestore del servizio

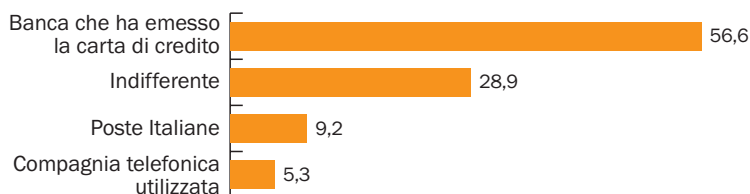
I consumatori preferirebbero la propria banca.

Agli intervistati è stato chiesto inoltre di esprimere la propria preferenza in termini di operatore che desidererebbero gestisse il nuovo servizio di pagamento. Dall'indagine emerge che i consumatori privilegiano la propria banca, che raccoglie il 56,6% dei consensi. Marginale invece sembrerebbe essere il ruolo accordato alle compagnie telefoniche, che raccolgono solamente il 5,3% dei consensi. Quasi un terzo degli intervistati, infine, dichiara di essere indifferente di fronte alla scelta di un ideale gestore del nuovo servizio (28,9%).

In generale, per le compagnie telefoniche maggiori consensi sono accordati dalle donne (6,5% contro una percentuale nulla rilevata tra gli uomini), dagli individui con meno di 35 anni (7,7%) e dai residenti nel Nord-ovest (10,5%). Per i residenti nel Nord-est e gli individui in età compresa superiore ai 35 anni le risposte sono polarizzate tra la scelta della banca e l'indifferenza per il gestore.

Maggiore consenso per Poste Italiane viene accordato dai giovani con meno di 35 anni (15,4%) e dai residenti nelle regioni centro-meridionali (13,9%), risultato che riflette il brand positioning dell'operatore presso tali segmenti di popolazione.

L'operatore preferito per la gestione del nuovo servizio di pagamento (%)



» L'utilizzo del Mobile Payment è associato agli acquisti abituali e più frequenti.

Il potenziale utente del mobile payment.

In conclusione, dall'analisi dei risultati dell'indagine emergono alcuni tratti caratteristici del mercato potenziale in cui potrebbe inserirsi il nuovo servizio.

- Il consumatore più interessato è giovane (ha meno di 35 anni) e mostra una propensione a sostituire i tradizionali metodi di pagamento più elevata della media.
- L'utilizzo del nuovo servizio di pagamento sembra essere associato ad acquisti abituali o comunque ad elevata frequenza, come si evince dalle tipologie di negozio

che raccolgono i maggiori consensi. Molto contenuta, al contrario, è la propensione all'utilizzo nel caso di punti vendita in cui si effettuano acquisti di carattere episodico.

- Il nuovo servizio di pagamento, infine, non sembra insistere sullo stesso segmento di utilizzo di carta di credito e bancomat, per i quali la propensione alla sostituzione è contenuta ed i massimi fruitori ricadono in una fascia di età (35-44 anni) in cui l'interesse verso il nuovo servizio è minimo.
- Gli intervistati sembrerebbero invece più propensi a utilizzare il pagamento tramite cellulare per quegli importi (compresi tra 25 e 100 euro) per i quali risulterebbe vantaggiosa la sostituzione del contante.