

Economia TELEFONIA MOBILE / LE NUOVE FRONTIERE

Shopping a colpi di CELLULARE

Si potrà pagare avvicinando l'apparecchio alla cassa. E per ricevere un oggetto a casa sarà sufficiente fotografarlo. Presto

DI ALESSANDRO LONGO

Niente più code in drogheria. Il pane si paga con il cellulare: basta accostarlo alla cassa. E, se fuori dal negozio c'è un artista di strada che strimpella, chi non ha moneta in tasca può mandargli dei soldi attraverso il telefonino: il suonatore se li troverà accreditati sulla sim o su una carta di credito prepagata che potrà usare senza bisogno di un conto corrente. Se poi arriva la sera, e nella vetrina di un negozio già chiuso fa capolino l'oggetto del desiderio, niente paura: basta scattargli una foto, sempre con il cellulare, per riceverlo a casa il giorno successivo.

Sono tre scenari che in Italia diventeranno realtà a partire dalle prossime settimane: banche e operatori telefonici hanno infatti finalmente abbandonato gli indugi e

ora corrono spediti verso il lancio di nuovi servizi di pagamento via telefonino. In prima linea c'è Intesa Sanpaolo. «Tra circa un mese e mezzo i nostri correntisti potranno comprare via cellulare in 2 mila esercizi: hanno aderito marchi come Zara, Auto-grill ed Esselunga», dice Marco Siracusa, direttore marketing privati. In una prima fase funzionerà solo con sim dell'operatore Noverca, poi con tutte le altre. La sola condizione è avere un cellulare con tecnologia Nfc (Near field communications), il cui principale produttore è Samsung. Intesa Sanpaolo si occuperà anche di distribuire i cellulari adatti. Bisognerà quindi associare - tramite il servizio della banca - il numero del cellulare a una carta di pagamento. Va fatto una sola volta. Poi, per pagare basterà avvicinare il cellulare a un let-

tore pos contactless e l'addebito sulla carta di credito associata sarà automatico, e senza costi di commissione extra. La stessa regola vale per gli altri servizi di pagamento mobili che stanno debuttando. Come quello di Banca Sella, che non richiederà cellulari speciali, bensì comunissimi smartphone (iPhone e modelli Android). Partirà il mese prossimo, come applicazione gratuita per cellulare. Si potrà così pagare semplicemente scattando una fotografia a un codice Qrcode (un'immagine grafica) pubblicato dal negoziante. Per trovarlo occorrerà andare in Rete e consultare uno dei 3 mila siti e-commerce: invece di inserire il numero di carta di credito, basterà scattare la foto al codice sul monitor del computer. L'addebito è su carta di credito, di qualsiasi banca: si dovranno quindi mettere i

Elaborazione fotografica di G. Zennaro e G. De Paolis

Portafogli con l'antenna



dati di pagamento nell'applicazione. «Stiamo facendo accordi con esercenti che potranno mettere il Qrcode sui prodotti esposti», dice Enrico Susta, responsabile Sistemi di Pagamento del Gruppo **Banca Sella**.

È l'alba dei veri pagamenti fai-da-te: senza casse e persino quando il negozio è chiuso. Il Qrcode funzionerà insomma come l'evoluzione del codice a barre, consentendo non solo di leggere il prezzo, ma anche di avviare il pagamento. Per l'utente, significa risparmiare tempo.

I Qrcode permetteranno anche di comprare, per esempio, biglietti o abbonamenti ai giornali. Arriveranno a casa lettere del tipo: «Scatta una foto qui per rinnovare il tuo abbonamento». Sul tabellone che pubblicizza un concerto, basterà fotografare il codice per comprare i biglietti, che arriveranno in formato digitale sul cellulare (come già per la carta d'imbarco per l'aereo).

L'applicazione di **Banca Sella** permette di usare i Qrcode anche per i pagamenti interpersonali. Per esempio a un tassista. Già oggi è possibile pagare via sms la corsa di alcuni taxi a Milano e, da pochi giorni, a Torino.

Lo scambio di denaro tra persone, anche all'estero, è effettuabile in vari altri modi, utilizzando i cellulari: per esempio con l'operatore Poste Mobile (di Poste Italiane) o con un servizio di Ericsson. Il beneficiario del pagamento via cellulare non deve per forza avere un conto in banca: può ri-

tirare i soldi da agenzie come MoneyGram e Western Union.

Svincolare dall'obbligo di avere un conto corrente: c'è lo stesso concetto dietro la piattaforma Mobile Pay, con cui gli utenti di tutti gli operatori italiani possono comprare beni digitali utilizzando il credito telefonico (prepagato o con bolletta). Basta navigare su un sito che accetta questo pagamento e con un "clic" si paga, senza carta di credito. È possibile da metà ottobre, con servizi offerti da 15 aziende (emittenti tv come Mediaset, editori come il Gruppo Espresso e il Sole24Ore): per vedere partite di calcio in diretta sul computer o sul cellulare; per comprare le versioni digitali dei giornali in edicola o e-book.

Non c'è bisogno di un conto corrente neanche con il servizio Smartpass di Vodafone, che debutterà a novembre. È la prima carta di credito che si ricarica come un cellulare, quindi anche tramite contanti, in 200 mila punti in Italia (tabaccai, edicole, negozi). Si tratta del primo passo verso il lancio di un servizio per pagare via cellulari Nfc: Vodafone prevede di farlo in estate.

I chip Nfc dei cellulari servono non solo per pagare, ma anche per ospitare informazioni personali. Come i dati dell'abbonamento a un mezzo di trasporto pubblico. In questo modo, il cellulare integra e sostituisce la tesserina dell'abbonamento. Avviene già a Milano, nella metro, con un servizio di Telecom Italia e Atm. L'utente arriva ai

varchi della metropolitana, avvicina il cellulare, dov'è caricato l'abbonamento, e viene autorizzato a passare. Per ora è una sperimentazione rivolta a 400 utenti selezionati, ma «contiamo di fare il lancio commerciale del servizio a Natale», dice Marco Pavanello, direttore marketing e sviluppo innovazione per Atm. A quel punto, funzionerà non solo per la metro, ma anche per i mezzi di superficie. Ad Atm conviene perché risparmia: riduce i costi di distribuzione degli abbonamenti.

Tutte queste novità suonano come una svolta per quelli del Politecnico di Milano. «Dopo tanti anni di rinvii, vediamo finalmente un giro di alleanze tra operatori telefonici, banche ed esercenti», dice Andrea Rangone, responsabile degli Osservatori per il Politecnico. Perché? «Ci sono tre motivi», aggiunge Alessandro Perego, esperto della materia: «Primo: questi servizi stanno decollando in tutta l'Europa e gli italiani non vogliono restare indietro. Secondo: in un momento così difficile, per banche e operatori è un'opportunità di rilancio. Terzo: nel 2012 diventeranno di massa i cellulari Nfc e quindi operatori e banche sono spaventati: possono essere battuti sul tempo da big come Apple e Google».

Google ha lanciato qualche giorno fa negli Stati Uniti il proprio servizio per pagare con i cellulari nei negozi e ha annunciato che intende portarlo in Europa già nel 2012. ■

