

IN PILLOLE

POSTE MOBILE RAGGIUNGE QUOTA 500 MILA SIM

■ *PosteMobile supera il traguardo del mezzo milione di sim vendute in meno di un anno. Anche sul piano tariffario PosteMobile si presenta al mercato con una importante novità. Da oggi fino al 30 novembre parte infatti la campagna «Caro vecchio operatore, ti saluto!» rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare verso un altro operatore e potrà parlare a soli 11 centesimi al minuto con tutti gli altri operatori. Stessa tariffa anche per gli sms «Il successo di PosteMobile è l'effetto dell'introduzione di tecnologie e servizi d'avanguardia e di una strategia commerciale che inverte la tendenza al rincaro», ha commentato l'ad di Poste, Massimo Sarmi.*

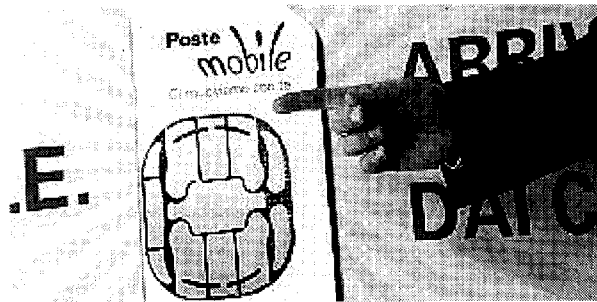


Panorama

POSTEMOBILE, VENDUTE

500MILA SIM PosteMobile, operatore telefonico di Poste Italiane, supera il traguardo del mezzo milione di Sim e annuncia il varo di piani tariffari scontati.





**È boom di clienti per Poste Mobile
Acquistate oltre 500 mila Sim in un anno
Sarmi: «Premiata la nostra rivoluzione»**

ROMA. PosteMobile supera il traguardo del mezzo milione di Sim vendute in meno di un anno dal suo lancio. Un risultato che premia la «rivoluzione» del Gruppo Poste, con l'integrazione tra sistemi di telefonia e servizi di pagamento telematici. «Il successo di PosteMobile – commenta Massimo Sarmi, ad di Poste Italiane – è l'effetto dell'introduzione di tecnologie e servizi d'avanguardia e di una strategia commerciale che inverte la tendenza al rincaro dei costi e propone le tariffe più convenienti».



Alessandro Albano,
responsabile
dei sistemi
di pagamento
di Poste Italiane.



MONETICA

Così il cellulare si collega con la carta ricaricabile

In attesa di avviare la migrazione al chip,
Poste Italiane rende possibili alcune transazioni
di Postepay anche tramite sim card.

MONETICA

STRATEGIE MULTICANALE

Così il cellulare si collega con la carta ricaricabile

In attesa di avviare la migrazione al chip, Poste Italiane rende possibili alcune transazioni di Postepay anche tramite sim card.

ELEANNA KAKOLYRIS

Pagare la bolletta telefonica con carta di credito fa ormai parte delle normali opzioni a disposizione degli utenti. Meno diffusa, invece, l'opzione opposta, cioè l'utilizzo della scheda telefonica come un prolungamento della carta di pagamento. A offrire questa possibilità è *Postepay*, la carta di credito ricaricabile di Poste Italiane che utilizza i circuiti Visa Electron e Mastercard. Come? Tramite il servizio di telefonia PosteMobile, che ha fatto entrare la società guidata da **Massimo Sarmi** nel novero degli operatori telefonici. «La sim card del nostro servizio di telefonia mobile (PosteMobile, appunto, ndr), interagisce con la card Postepay e con il conto corrente Bancoposta», spiega **Alessandro Albano**, responsabile dei sistemi di pagamento di Poste Italiane. «E permette di effettuare transazioni e scambi di denaro da uno strumento all'altro». L'associazione tra sim card di PosteMobile e carta di pagamento Postepay accentua

il carattere multicanale dell'ex ente di Stato. E anticipa la migrazione al chip, che a breve interesserà anche Postepay. *BancaFinanza* ha approfondito l'argomento con Albano.

Domanda. Prima di tutto: come funziona la vostra scheda telefonica? E in che modo la si può utilizzare per effettuare transazioni che saranno addebitate su Postepay?

Risposta. Prima di tutto una precisazione: PosteMobile, società del gruppo nata per gestire la telefonia cellulare, è un operatore «virtuale», in quanto Poste Italiane non ha una rete propria di ripetitori. Quindi per offrire il servizio di telefonia noleggia la rete di antenne di Vodafone che fornisce anche il prefisso e i numeri necessari a raggiungere i cellulari. Con la sim di PosteMobile siamo in grado di offrire nuovi strumenti di pagamento che permettono di pagare bollette, inviare telegrammi, fare bonifici, vaglia, giroconti, e via dicendo. Insomma, il prodotto è



una sorta di portafoglio elettronico. La sim è associata a una carta prepagata Postepay o a un conto BancoPosta. In questo modo si può trasferire denaro da e verso carte Postepay, controllare il credito residuo e ricaricare la sim, trasferire denaro dal conto corrente nella carta prepagata, controllare il saldo e gli ultimi tre movimenti del conto o della carta associati alla sim.

D. Come vengono prodotte le ricevute che attestano l'avvenuta transazione?

R. Per fare un esempio, una volta conclusa la procedura di pagamento di un bollino premarcato, vengono inviati un sms di conferma e una e-mail all'indirizzo e-mail di Poste.it del cliente. L'importo del bollettino e la commissione di un euro vengono addebitati sulla carta o sul conto associati alla sim, mentre i costi di accesso al servizio da cellulare e della ricevuta cartacea, se richiesta, sono scalati dal credito telefonico. Altra peculiarità del sistema è il tipo di carta prepagata che viene associata alla sim. E una carta ibrida Rfid, per effettuare transazioni in modalità contactless sul circuito Mastercard Paypass. Tramite un chip e le radiofrequenze, le informazioni di pagamento vengono trasmesse dalla carta a un lettore compatibile semplificando ulteriormente le opera-

zioni. La finalità di questa tecnologia è inevitabilmente la guerra al contante, ma, per continuare con l'analogia, gli attacchi non sono ancora decisivi, vista la limitata diffusione sul territorio della struttura di accettazione compatibile con la tecnologia contactless.

D. Quali sono i canali di distribuzione e di ricarica?

R. PosteMobile si avvale della rete distributiva dei 14 mila uffici postali, ma sfrutta anche internet e il call centre. Per i titolari di Postepay o di un conto corrente postale, oltre al canale internet, sono a disposizione anche 4.500 sportelli Postamat. Inoltre, in base a un recente accordo, è possibile ricaricare la sim anche presso 6.500 sportelli Atm del gruppo Intesa Sanpaolo.

D. Come viene garantita la sicurezza?

R. Le classiche Postepay a banda magnetica a breve verranno sostituite con carte con microchip. Invece, per proteggere i sistemi sviluppati sulla sim ci siamo concentrati su trasporto dei dati, cifratura dei contenuti dell'operazione, inaccessibilità delle applicazioni su partizione sim e firma digitale per le operazioni finanziarie dispositive.

D. Può entrare nel dettaglio?

SICUREZZA

«A breve, le Postepay a banda magnetica verranno sostituite con carte con microchip», dice Alessandro Albano, responsabile dei sistemi di pagamento di Poste Italiane. «Invece, per proteggere le sim ci siamo concentrati su trasporto dei dati, cifratura dei contenuti, inaccessibilità delle applicazioni su partizione sim e firma digitale per le operazioni finanziarie dispositive».

R. Certo. Innanzitutto ciascuna sim è dotata di una chiave unica diversa da utente a utente che consente di tracciare in tempo reale ogni operazione identificando in modo univoco la macchina da cui è partita. Secondo quanto sviluppato dalla divisione di ricerca e sviluppo di PosteMobile coadiuvata dalla divisione Ict di Poste Italiane, l'interfaccia utente non prevede traffico di dati ma l'invio di sms binari in modalità flash in modo da raggiungere lo standard di sicurezza secondo il protocollo 3Gpp. Inoltre, per garantire maggiore sicurezza nelle transazioni economiche, oltre al codice Pin di accensione del telefonino, la prima volta che si entra sul menu PosteMobile è richiesto l'inserimento del codice Pop, presente sul retro della Sim, che permette di generare il codice dispositivo Pmpin (PosteMobile Pin). E questo codice viene richiesto ogni volta che si utilizza un servizio.

D. In tempi recenti le possibili applicazioni nell'ambito della pubblica amministrazione si sono allargate. Avete sfruttato anche voi questa opportunità?

R. In questo ambito il prodotto più significativo è sicuramente Inps card. Si tratta di una carta prepagata creata in collaborazione con l'Inps ed è disponibile per tutti i pensionati a partire da giugno 2004. A chi ne fa uso viene accreditata la pensione ogni primo giorno del mese. Così è possibile prelevare agli sportelli automatici Postamat il denaro caricato. Inoltre la carta, che gira su circuito Maestro ed è dotata di pin, può essere utilizzata anche come Pagobancomat per fare acquisti presso gli esercenti convenzionati al circuito. Gli scopi principali sono incrementare la sicurezza e diminuire i costi a essa connessi: meno denaro contante da recapitare e carte che, in caso di furto, possono essere bloccate, significa contenere le occasioni di furto sia a danno di Poste Italiane, sia a danno dei pensionati. Tuttavia la diffusione della carta resta ancora limitata a causa della tipologia di cliente a cui si rivolge, in generale restia ad accettare le innovazioni e i cambiamenti.

D. Quali progetti state prendendo in considerazione?

R. Attualmente stiamo sviluppando la tecnologia necessaria a esportare la vendita e la ricarica delle Postepay su altre reti, in modo da snellire ulteriormente le procedure. ■



Il marchio di Poste italiane mette on air la nuova campagna

Tlc, oltre 500 mila sim per PosteMobile

DI GIOVANNI GALLI

PosteMobile coglie i frutti della sua politica tariffaria nell'ambito della telefonia mobile. Il marchio del gruppo Poste italiane ha superato il traguardo del mezzo milione di sim vendute in meno di un anno dal suo lancio grazie a servizi esclusivi e un'attenzione alle esigenze dei consumatori. I 500 mila clienti dell'operatore telefonico del primo operatore postale al mondo a entrare nel mercato della telefonia mobile «hanno premiato», fa sapere il gruppo, «la rivoluzione tecnologica della sim PosteMobile che ha introdotto l'integrazione tra sistemi di telefonia e servizi di pagamento telematici, trasformando il telefonino in un vero e proprio portafoglio elettronico». Con il risultato raggiunto, PosteMobile ha così consolidato «la sua significativa presenza sul mercato della telefonia mobile in Italia e confermato il trend di crescita costante».

«Il successo di PosteMobile», commenta **Massimo Sarmi**, amministratore delegato del gruppo Poste italiane, «è l'effetto dell'introduzione di tecnologie e servizi d'avanguardia e di una strategia commerciale che inverte la tendenza al rincaro dei costi e propone le tariffe più convenienti nel confronto con gli altri operatori. In questo modo», conclude l'a.d., «abbiamo contribuito a far crescere ed evolvere un mercato maturo». Da oggi al 30 novembre sarà on air la campagna «Caro vecchio operatore, ti saluto!» rivolta a chi chiederà la portabilità del numero



Massimo Sarmi e il logo PosteMobile

di cellulare verso un altro operatore e potrà parlare a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali. Tariffa di 11 cent anche per gli sms.

Per aderire alla promozione sarà sufficiente acquistare una sim scegliendo uno dei piani tariffari a disposizione e richiedere la portabilità del proprio numero di cellulare di altro operatore. Accanto all'offerta tariffaria più competitiva sul mercato, PosteMobile propone una gamma esclusiva di servizi. Dal cellulare sarà possibile inviare telegrammi, pagare bollettini di conto corrente, eseguire bonifici e postagiro per trasferimenti di denaro su un conto corrente bancario o postale. Si può inoltre trasferire denaro da e verso carte prepagate Postepay, effettuare la ricarica del proprio cellulare prelevando l'importo dalla Postepay o dal conto corrente BancoPosta, verificare il saldo e gli ultimi tre movimenti del proprio conto BancoPosta o della propria Postepay.



POSTE MOBILE**Oltre 66mila
le sim vendute
in Lombardia**

In meno di un anno gli uffici postali della Lombardia hanno distribuito oltre 66.000 Sim card.

PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute, grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori.

Gli oltre 66.000 clienti dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici. Con il risultato raggiunto PosteMobile ha così consolidato la sua significativa presenza sul mercato della telefonia mobile in Italia e confermato il trend di crescita costante.



Postemobile "record"

PosteMobile, operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane, ha superato il mezzo milione di sim vendute. Il lancio era avvenuto meno di un anno fa. Per l'ad Massimo Sarmi le tariffe sono «sempre più convenienti».



Servizi**Con 500mila
sim vendute
PosteItaliane
intacca i colossi**

>> Lo chiamano “portafo-
glio elettronico”, ma è una
sim. PosteMobile supera il
traguardo del mezzo milio-
ne di Sim vendute in meno
di un anno dal suo lancio
grazie ai servizi e una po-
litica tariffaria attenta alle
esigenze dei consumatori.
E già lancia una sfida: dal
ieri (giorno in cui Vodafone
ha cambiato i piani tariffari
dei suoi clienti, dopo l’apri-
pista Tim) al 30 novembre
parte infatti la campagna
“Caro vecchio operatore, ti
saluto!” rivolta a chi chie-
derà la portabilità del nu-
mero di cellulare verso Po-
ste Mobile da un altro ope-
ratore e potrà parlare a 11
cent al minuto con tutti sen-
za scatto alla risposta per
chiamate nazionali. <<



Servizi

Con 500mila sim vendute Poste Italiane intacca i colossi

>> Lo chiamano “portafoglio elettronico”, ma è una sim. PosteMobile supera il traguardo del mezzo milione di Sim vendute in meno di un anno dal suo lancio grazie ai servizi e una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori. E già lancia una sfida: dal ieri (giorno in cui Vodafone ha cambiato i piani tariffari dei suoi clienti, dopo l'apripista Tim) al 30 novembre parte infatti la campagna “Caro vecchio operatore, ti saluto!” rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare verso Poste Mobile da un altro operatore e potrà parlare a 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali. <<



PosteMobile, vendite record

In un anno oltre 66mila card sim distribuite in Lombardia

PosteMobile: oltre 500 mila sim acquistate in Italia. In Lombardia più di 66mila le card vendute. Nuova tariffa: 11 cent al minuto con tutti e senza scatto alla risposta. In meno di un anno gli uffici postali della Lombardia hanno distribuito migliaia di sim card. PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute, grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori. Gli oltre 66mila clienti dell'operatore telefonico del Gruppo Poste (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno premiato la rivoluzione tecnologica della sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici. Con il risultato raggiunto PosteMobile ha così consolidato la sua significativa presenza sul mercato della telefonia mobile in Italia e confermato il trend di crescita costante. Anche sul piano tariffario si presenta al mercato con una importante novità. Da ieri al 30 novembre è partita la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto!" rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare verso un altro operatore e potrà parlare a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali. Tariffa di 11 cent anche per gli sms. Per aderire alla promozione sarà sufficiente acquistare una Sim scegliendo uno

dei piani tariffari a disposizione e richiedere contemporaneamente la portabilità del proprio numero di cellulare di altro operatore. Il titolare che chiederà di trasferire la propria numerazione a PosteMobile sarà avvisato con un sms dell'avvio della procedura. Un altro messaggio informerà della avvenuta migrazione verso PosteMobile. La tariffa del piano "Convenienza" sarà applicata dieci giorni dopo e verrà confermata con l'invio di un ulteriore sms. Chi è invece già cliente PosteMobile e non ha ancora chiesto la portabilità del numero di altro operatore, può accedere ai vantaggi del piano "CONvenienza" compilando il modulo di "Richiesta di Portabilità" che si trova sul sito www.postemobile.it, sezione Assistenza, inviandolo al numero di fax gratuito 800.242.626. Accanto all'offerta tariffaria più competitiva sul mercato, PosteMobile propone una gamma esclusiva di servizi. Dal cellulare è possibile inviare telegrammi, pagare bollettini di conto corrente, eseguire bonifici e postagiro per trasferimenti di denaro su un conto corrente bancario o postale. Si può inoltre trasferire denaro da e verso carte prepagate Postepay, effettuare la ricarica del proprio cellulare prelevando l'importo dalla Postepay o dal conto corrente BancoPosta, verificare il saldo e gli ultimi 3 movimenti del proprio conto BancoPosta o della propria Postepay.

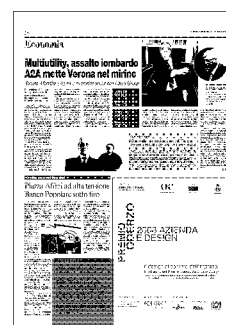
dei piani tariffari a disposizione e richiedere contemporaneamente la portabilità del proprio numero di cellulare di altro operatore. Il titolare che chiederà di trasferire la propria numerazione a PosteMobile sarà avvisato con un sms dell'avvio della procedura. Un altro messaggio informerà della avvenuta migrazione verso PosteMobile. La tariffa del piano "Convenienza" sarà applicata dieci giorni dopo e verrà confermata con l'invio di un ulteriore sms. Chi è invece già cliente PosteMobile e non ha ancora chiesto la portabilità del numero di altro operatore, può accedere ai vantaggi del piano "CONvenienza" compilando il modulo di "Richiesta di Portabilità" che si trova sul sito www.postemobile.it, sezione Assistenza, inviandolo al numero di fax gratuito 800.242.626. Accanto all'offerta tariffaria più competitiva sul mercato, PosteMobile propone una gamma esclusiva di servizi. Dal cellulare è possibile inviare telegrammi, pagare bollettini di conto corrente, eseguire bonifici e postagiro per trasferimenti di denaro su un conto corrente bancario o postale. Si può inoltre trasferire denaro da e verso carte prepagate Postepay, effettuare la ricarica del proprio cellulare prelevando l'importo dalla Postepay o dal conto corrente BancoPosta, verificare il saldo e gli ultimi 3 movimenti del proprio conto BancoPosta o della propria Postepay.



Telefonia mobile

Poste, negli uffici del Veneto distribuite 32 mila Sim card

VENEZIA — In meno di un anno gli uffici postali del Veneto hanno distribuito poco meno di 32.000 Sim card PosteMobile. Grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori, la telefonia mobile di Poste Italiane ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute. PosteMobile si presenta inoltre con una novità. Fino al 30 novembre parte infatti la campagna «Caro vecchio operatore, ti saluto!» rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare e potrà quindi parlare a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali. Per aderire alla promozione è sufficiente acquistare una Sim scegliendo uno dei piani tariffari a disposizione e richiedere contemporaneamente la portabilità del proprio numero di cellulare di altro operatore.



POSTE MOBILE: OLTRE 500 MILA SIM ACQUISTATE IN ITALIA IN CALABRIA PIU' DI 21.000 LE CARD VENDUTE

Nuova tariffa: 11 cent al minuto con tutti e senza scatto alla risposta

Reggio Calabria, 2 ottobre 2008 - In meno di un anno gli uffici postali della Calabria hanno distribuito oltre 21.000 Sim card. PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute, grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori. Anche i clienti calabresi dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici. Con il risultato raggiunto PosteMobile ha così consolidato la sua significativa presenza sul mercato della telefonia mobile in Italia e confermato il trend di crescita costante. Anche sul piano tariffario PosteMobile si presenta al mercato con una importante novità. Dal 1° ottobre al 30 novembre parte infatti la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto!" rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare verso un altro operatore e potrà parlare a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali. Tariffa di 11 cent anche per gli sms. Per aderire alla promozione sarà sufficiente acquistare una Sim scegliendo uno dei piani tariffari a disposizione e richiedere contemporaneamente la portabilità del proprio numero di cellulare di altro operatore. Il titolare che chiederà di trasferire la propria numerazione a PosteMobile sarà avvisato con un sms dell'avvio della procedura. Un altro messaggio informerà della avvenuta migrazione verso PosteMobile. La tariffa del piano CONvenienza sarà applicata dieci giorni dopo e verrà confermata con l'invio di un ulteriore sms. Chi è invece già cliente PosteMobile e non ha ancora chiesto la portabilità del numero di altro operatore, può accedere ai vantaggi del piano CONvenienza compilando il modulo di "Richiesta di Portabilità" che si trova sul sito www.postemobile.it, sezione Assistenza, inviandolo al numero di fax gratuito 800.242.626.

Accanto all'offerta tariffaria più competitiva sul mercato, PosteMobile propone una gamma esclusiva di servizi. Dal cellulare è possibile inviare telegrammi, pagare bollettini di conto corrente, eseguire bonifici e postagiro per trasferimenti di denaro su un conto corrente bancario o postale. Si può inoltre trasferire denaro da e verso carte prepagate Postepay, effettuare la ricarica del proprio cellulare prelevando l'importo dalla Postepay o dal conto corrente BancoPosta, verificare il saldo e gli ultimi 3 movimenti del proprio conto BancoPosta o della propria Postepay.

In Italia PosteMobile acquistate mezzo mln di sim

ROMA. In meno di un anno PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute, grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori. anche sul piano tariffario ci sono novità. Da ieri al 30 novembre parte infatti la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto", rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare verso un altro operatore e potrà parlare a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per le chiamate nazionali.

Tariffa di 11 cent anche per gli sms. ◀

Novità per i servizi di telefonia PosteMobile, 4mila card in distribuzione

POTENZA- In meno di un anno gli uffici postali della Basilicata hanno distribuito oltre 4.000 Sim card PosteMobile. In Italia è stato superato il traguardo del mezzo milione di card vendute che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico grazie ai nuovi servizi e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori. I clienti dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno così premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici.

Anche sul piano tariffario PosteMobile si presenta al mercato con una importante novità. Dal 1° ottobre al 30 novembre



Ufficio postale

parte infatti la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto!" rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare verso un altro operatore e potrà parlare a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali.



Poste Mobile**ABRUZZO**

**Vendute
oltre
11.500 Sim**



■ A meno di un anno dal lancio, Poste-Mobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di Sim vendute. Grazie ai nuovi servizi che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico e a una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori, gli uffici postali dell'Abruzzo hanno già distribuito oltre 11.500 card.

NOVITÀ. 11 CENT AL MINUTO CON TUTTI SENZA SCATTO ALLA RISPOSTA

Poste mobile: 30mila le Card vendute in Piemonte



UFFICIO POSTALE DI CORSO DANTE

In meno di un anno gli uffici postali del Piemonte hanno distribuito circa 30 mila Sim card.

PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute, grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori.

I clienti dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici. Con il risultato raggiunto PosteMobile ha così consolidato la sua significativa presenza sul mercato della telefonia mobile in Italia e confermato il trend di crescita costante.

Anche sul piano tariffario PosteMobile si presenta al mercato con una importante novità. Dal 1° ottobre al 30 novembre parte infatti la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto!" rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di

cellulare verso un altro operatore e potrà parlare a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali.

Tariffa di 11 cent anche per gli sms. Per aderire alla promozione sarà sufficiente acquistare una Sim scegliendo uno dei piani tariffari a disposizione e richiedere contemporaneamente la portabilità del proprio numero di cellulare di altro operatore.

Accanto all'offerta tariffaria più competitiva sul mercato, PosteMobile propone una gamma esclusiva di servizi.

Dal cellulare è possibile inviare telegrammi, pagare bollettini di conto corrente, eseguire bonifici e postagiuro per trasferimenti di denaro su un conto corrente bancario o postale.

Si può inoltre trasferire denaro da e verso carte prepagate Postepay, effettuare la ricarica del proprio cellulare prelevando l'importo dalla Postepay o dal conto corrente BancoPosta, verificare il saldo e gli ultimi 3 movimenti del proprio conto BancoPosta o della propria Postepay.

SERVIZI**PosteMobile offre
nuove tariffe**

In meno di un anno gli uffici postali del Piemonte hanno distribuito circa 30 mila sim card di PosteMobile. In Italia le sim card vendute sono oltre mezzo milione. PosteMobile fino al 30 novembre offrirà una tariffa a 11 centesimi al minuto senza scatto alla risposta per le chiamate nazionali a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare verso un altro operatore.

POSTEMOBILE

La telefonia è in crescita

In meno di un anno gli uffici postali dell'Emilia Romagna hanno distribuito circa 30.000 Sim card.

PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori.

I 30.000 clienti emiliano romagnoli dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici.

Anche sul piano tariffario PosteMobile si presenta al mercato con una importante novità. Dal 1° ottobre al 30 novembre è in atto infatti la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto!" rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare e potrà parlare e inviare sms a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali.



Nuova tariffa: 11 centesimi al minuto verso tutti senza scatto alla risposta

PosteMobile, in Lucania oltre quattro mila sim acquistate: un portafoglio elettronico

In meno di un anno gli uffici postali della Lucania hanno distribuito oltre 4.000 Sim card PosteMobile. In Italia è stato superato il traguardo del mezzo milione di card vendute che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico grazie ai nuovi servizi e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori.

I clienti dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno così premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici.

Anche sul piano tariffario PosteMobile si presenta al mercato con una importante novità.

Dal 1° ottobre e fino al 30 novembre la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto!" rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare verso un altro operatore e potrà parlare a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali. Tariffa di 11 cent anche per gli sms. Chi è invece già cliente PosteMobile e non ha ancora chiesto la portabilità del numero di altro operatore, può accedere ai vantaggi del piano CONvenienza compilando il modulo di "Richiesta di Portabilità" che si trova sul sito www.postemobile.it, sezione Assistenza, inviandolo al numero di fax gratuito 800.242.626. Accanto all'offerta tariffaria più competitiva sul mercato, PosteMobile propone una gamma esclusiva di servizi. Dal cellulare è possibile inviare telegrammi, pagare bollettini di conto corrente, eseguire bonifici e postagi per trasferimenti di denaro su un conto corrente bancario o postale.



Economia In Breve



POSTE ITALIANE

Sim card: 30 mila vendute in Emilia

■ ■ In meno di un anno gli uffici postali dell'Emilia Romagna hanno distribuito circa 30 mila Sim card, mentre in Italia PosteMobile ha superato il traguardo del mezzo milione di card vendute. Sul piano tariffario, invece presenta al mercato un'importante novità: dal 1° ottobre al 30 novembre è in atto, infatti, la campagna «Caro vecchio operatore, ti saluto!» rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare. L'utente potrà parlare e inviare sms a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali.



POSTE Con PosteMobile

La telefonia cresce in ER

In meno di un anno gli uffici postali dell'Emilia Romagna hanno distribuito circa 30.000 Sim card.

PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori.

I 30.000 clienti emiliano romagnoli dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici.

Anche sul piano tariffario PosteMobile si presenta al mercato con una importante novità. Dal 1° ottobre al 30 novembre è in atto infatti la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto!" rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare e potrà parlare e inviare sms a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali.



POSTE Con PosteMobile

La telefonia cresce ancora

In meno di un anno gli uffici postali dell'Emilia Romagna hanno distribuito circa 30.000 Sim card.

PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori.

I 30.000 clienti emiliano romagnoli dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici.

Anche sul piano tariffario PosteMobile si presenta al mercato con una importante novità. Dal 1° ottobre al 30 novembre è in atto infatti la campagna "Caro vecchio operatore, ti saluto!" rivolta a chi chiederà la portabilità del numero di cellulare e potrà parlare e inviare sms a soli 11 cent al minuto con tutti senza scatto alla risposta per chiamate nazionali.





L'azienda pubblica non è solo un operatore virtuale: con le nuove funzioni il telefonino diventa strumento di pagamento



In alto, Roberto Giacchi. Sotto, l'offerta del servizio PosteMobile

Poste con Accenture sui servizi mobili

PosteMobile è stato il primo operatore virtuale a effettuare una chiara distinzione tra il ruolo del gestore telefonico come fornitore della rete e quello che offre servizi utilizzando la rete dei carrier tradizionali. Per realizzare la propria offerta di operatore di telefonia mobile, il gruppo Poste ha affidato ad Accenture il compito di sviluppare e gestire l'infrastruttura di erogazione dei servizi ai propri clienti. «La scelta è legata in parte alla tipologia di offerta, che permette di associare a una sim strumenti di pagamento per fare bonifici o saldare i bollettini con addebito sul conto Banco Posta, trasferire denaro su un altro conto o sulla carta prepagata PostePay, ricaricare il credito telefonico, controllare il saldo e i movimenti: tutto direttamente dal cellulare», racconta Roberto Giacchi, ad di PosteMobile.

«Inoltre, il sistema informativo ci consente di gestire in autonomia la relazione con il cliente». La soluzione prevede nodi di rete intelligente di Alcatel Lucent, una suite di software per il billing e il Crm, rispettivamente Oracle Portal e Siebel-Oracle, più una piattaforma di distribuzione. Tutte queste componenti sono state assemblate e integrate, attraverso 102 interfacce, con i sistemi di Vodafone e di Poste Italiane, compresi i terminali di 13.800 uffici postali per facilitare la commercializzazione allo sportello. «L'architettura si basa su una piattaforma sviluppata nel nostro Innovation center for broadband di Roma, in cui si innescano le applicazioni verticali di Poste Italiane che beneficiano di una serie di funzionalità di base comuni. Per esempio, l'autenticazione della sim», precisa Michele Marrone, managing partner di Accenture per il mercato dei mobile services. «In pratica, le funzionalità necessarie per inserire in tempi rapidi le applicazioni e abilitare nuovi servizi non vengono più replicate ma messe a fattor comune». L'obiettivo è estendere la gamma dell'offerta di Poste: le previsioni di adesione sono state ampiamente superate con 400 mila utenti conquistati con cinque mesi di anticipo sulla tabella di marcia. «Grazie a questo investimento PosteMobile più che un operatore virtuale è un operatore strutturato che punta a servizi a valore aggiunto. In futuro aumenteremo gli strumenti finanziari e includeremo alcune categorie merceologiche che si prestano a essere vendute e acquistate tramite cellulare», conclude Giacchi.

Monica Battistoni



Brevi di economia

Sim Card a gonfie vele

EMILIA-ROMAGNA - In meno di un anno gli uffici postali dell'Emilia Romagna hanno distribuito circa 30.000 Sim card. PosteMobile ha superato in Italia il traguardo del mezzo milione di card vendute grazie ai nuovi servizi, che fanno del telefonino un vero e proprio portafoglio elettronico, e ad una politica tariffaria attenta alle esigenze dei consumatori.

I 30.000 clienti emiliano romagnoli dell'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane (il primo operatore postale al mondo ad entrare nel mercato della telefonia mobile) hanno premiato la rivoluzione tecnologica della Sim PosteMobile che ha integrato telefonia e servizi di pagamento telematici.



Le occasioni della settimana

**Vuoi cambiare
operatore
telefonico? Ecco
chi ti fa
risparmiare**

Vuoi cambiare operatore telefonico? Poste Mobile ha creato un piano molto conveniente per il tuo **cellulare**: 11 centesimi al minuto, senza scatto alla risposta, per le chiamate ai numeri nazionali e per gli sms. Fino al **30 novembre**.
www.postemobile.it

Poste Italiane Tops 3.5 Million General Purpose Prepaid Cards

By Loraine DeBonis, Executive Editor

Italy is known for art, fashion and great food. But BancoPosta, the financial services unit of Poste Italiane, the Italian post office, is gaining recognition for one of the most successful general purpose reloadable prepaid card programs in the world. Boasting 3.5 million Postepay Visa prepaid cards issued since 2003, Poste Italiane has made Postepay a nationally recognized brand that, according to CEO Massimo Sarmi, is "synonymous with prepaid."

Convenience, security, low cost and effective marketing are some of the reasons Sarmi gives for the popularity of the Postepay card. With a built-in distribution channel of 14,000 post offices across Italy, Poste Italiane offers its €5 (\$7.40) card to anyone with a valid government-issued ID. Cardholders can use their cards to shop anywhere (or online) Visa or Visa Electron cards are accepted worldwide,

withdraw money at post offices and Postamat and Visa/Visa Electron ATMs, buy postal money orders and recharge their mobile phones. In addition, cardholders can check their balances and transaction information online, by mobile phone or by visiting the neighborhood post office.

"Italians trust the post office and support its products," says Fiona Duncan, Visa Europe's vice president of innovation, new product and channel. The post office has long been the place Italian citizens have gone to collect their government benefits, purchase money orders or do their banking. Adding prepaid to the mix was a logical next step in serving customers' financial needs, particularly those without bank accounts, experts say.

Poste Italiane provides a more affordable financial services product compared to a traditional bank account, according to Francesco Guzzetta, business leader for product sales at MasterCard Worldwide. A recent survey by the Italian Antitrust Committee reported an average cost of €182 (\$269.15) per year for a bank account. "As a result, many people think banks are too expensive or they perceive a bank as an unfriendly environment—

*Lessons from
One of the Most
Successful GPR
Card Programs
in the World*

ou have to go through security, people are behind glass," Guzzetta tells Paybefore. By contrast, consumers already are going to the post office daily. "It's seen as a friendlier environment, but here's still enough trust there."

Not all Postepay cards are for those without access to traditional financial services, however. Banked customers rely on the cards to shop, what they consider to be more secure, online. "Many people have anxiety about using their credit or debit card online, so they prefer using a prepaid card," says Duncan.

Poste Italiane did not provide specific details about usage of its cards, but according to a 2006 Visa Europe case study, loads averaged €200 (\$295.86). Sarmi notes that the post office also has contests and promotions frequently to increase usage. For example, the Postepay-Visa Rugby World Cup 2007 competition was a big success. Cardholders who used Postepay that summer had a chance to win two VIP packages to see the final match in Saint Denis, five packages for the semi-final match and other prizes. We also offer a free service for renewing expired cards," he explains. Customers

Cont'd on page 34



Massimo Sarmi, Poste Italiane

Poste Italiane Tops 3.5 Million General Purpose Prepaid Cards

Cont'd from page 33

Postepay *Prepaid Visa at a Glance*

Issuing fee: €5 (\$7.40)

Reload fee: €1 (\$1.48)

Withdrawal fee: €1 (\$1.48)

Postepay cards can be reloaded in the following ways:

At the post office:

- Using cash
- Using a debit card (Postamat Maestro)
- Transferring money from one Postepay card to another

At domestic ATMs:

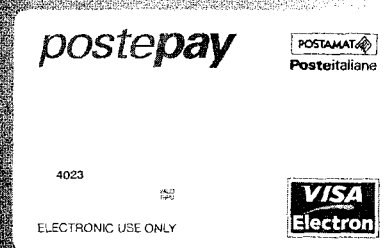
- Using a Postamat card
- Transferring money from one Postepay card to another
- Using another bank payment card with an international network

Through Poste Italiane Website:

- Using BancoPosta online, the Poste Italiane's Internet banking site
- Transferring money from a Postepay card to another

Through PosteMobile SIM Card:

- Transferring money from BancoPosta account or from Postepay (if connected to the SIM card)



can call a toll-free number and ask for a new card to replace the expired one. The new card will be delivered to the customer's address and activated with a call to the same number. The service is completely free and during the first month customers can reload the card for free.

While 14,000 locations may not seem like much to U.S.-based prepaid card program managers that are used to numbers like 50,000 for Green Dot Corp., 83,000 for Blackhawk Network and 145,000 for InComm, the

geographic area and population that those locations serve are significantly smaller.

Getting the Message Out

Insiders in the Italian prepaid market cite distribution as key to the success Poste Italiane has enjoyed, but they also stress the efficacy of its marketing. Within the first 45 days after the launch, more than 60,000 cards were issued, growing to nearly 300,000 within months.

Marketing materials targeted the potential consumer segments

for Postepay cards—youth, pensioners, the unbanked and those who want to shop online but do not want to use their credit or debit cards.

"Postepay is accessible, and the card is complete and flexible," Sarmi tells Paybefore. To get that message to Italian consumers, Poste Italiane invested in a broad marketing campaign that included "above the line" and "below the line" strategies, he explains. For instance, it advertised on national TV, radio and in newspapers, but also distributed

5 million leaflets through its branch network and used sales representatives to promote the cards at busy locations such as airports and supermarkets.

Excellent communication about the product, how it works, where to obtain it and how to use it," says Visa Europe's Duncan, is a lesson program managers in other countries can learn from Poste Italiane.

Making card reloading convenient is another important factor, observers say. "The key lesson from Poste Italiane is that the distribution and the servicing of the card, meaning reloads, should be outside bank branches. If you stick to the bank branches, you only address a captive audience," says MasterCard's Guzzetta.

Understanding the Market

While Poste Italiane is in a comfortable position as the market leader in Italy, there is room for more prepaid products in the market, according to Tanya Martin, manager in the London offices of Edgar, Dunn and Company's financial advisory firm. "Targeted general purpose prepaid cards were there first," she notes, "but other verticals such as corporate, incentive and even gift are continuing to show signs of growth."

"The growth rate for prepaid [overall] in Italy has been about 85 percent for the past four years," says Gianluigi Rocca, head of strategic marketing, cards for SIA-SSB S.p.A., a payments processor that processes prepaid transactions for 35

financial institutions including BancoPosta. "The reason behind it," he says, "is we are used to a prepaid solution for many things including mobile minutes."

Italian consumers have been using prepaid mobile phones since the mid-90s. "There is definitely room for more products as the concept and proposition fit well with the local culture," says Duncan. She recommends that prepaid providers differentiate their products through added functionality, which helps the consumer and improves usage. For example, a program manager might provide a variety of ways for consumers to access and load the cards or include a remittance capability for immigrants. She also suggests value-added features such as loyalty rewards or purchase protection.

The popularity of the Postepay product has prompted Italian banks to offer similar products at the behest of their account holders. "A lot of bank customers started asking for a prepaid product, so banks started issuing prepaid cards in a reactive mode," says Guzzetta. The typical card is one for shopping online or to give to a relative, he explains. "Banks until today did not invest a lot in prepaid."

Now Italian banks are starting to look at prepaid as a way to bring the youth segment into the bank, according to Guzzetta. Some also are starting to offer reload services outside the bank branches by making agreements with networks; for

example, cardholders could reload at a bar or tobacco store.

"Those who accurately segment the market and have the strongest distribution channels will be the ones that gain card volume and usage," predicts Edgar, Dunn's Martin.

"The Italian market is different from that in the United States," adds Rocca. "It's currently dominated by general purpose reloadable prepaid cards, but we are experiencing more and more demand for gift cards programs [closed-loop and network branded]. We believe some significant gift card programs will be launched in 2008."

Banking on Technology

Clearly positioned as the dominant general purpose reloadable prepaid card in Italy, Poste Italiane is not stopping there. Relying on its strong brand and investing heavily in technological innovation, the limited public company has expanded its prepaid suite of products to include gift cards, corporate incentive cards, contactless and mobile top-up prepaid cards that tie into PosteMobile, an MVNO the post office created in 2007. The flagship card is Visa branded, but Poste has partnered with MasterCard for its gift, contactless and mobile offerings.

"We already work with both [Visa and MasterCard]," says Poste Italiane's Sarmi. "Our plan is to develop effective products, working together with both the

Cont'd on page 36

Poste Italiane Tops 3.5 Million General Purpose Prepaid Cards

Cont. 2 from page 35

The key lesson from Poste Italiane is that the distribution and the servicing of the card, meaning reloads, should be outside bank branches. If you stick to the bank branches, you only address a captive audience.

—Francesco Guzzetta, MasterCard Europe

circuits, to create synergies and to exploit their specific strengths.”

In March 2008, Poste Italiane reported spending 44 percent of its €608 million (\$899 million) in expenditures in 2007 on information and communication technology, which it said was “in line with the company’s strategy identifying technological innovation as a critical success factor.”

When asked how technology fits into Postepay, Sarmi says, “Poste Italiane is committed in the field of innovative research for new technologies such as the contactless prepaid card, or the opening of the new reloading

channel, the mobile phone, with our partner PosteMobile.

“We are always providing new targets with new kinds of products,” Sarmi continues. “That is the reason for our wide range of prepaid products.”

The strategy seems to be working—The Poste Italiane Group has reported positive operating performance for the sixth consecutive year, with net profit in 2007 increasing nearly 25 percent over the previous year and reaching €843.6 million (\$1.2 billion). Revenues from financial services totalled €4.5 billion (\$6.6 billion) in 2007, representing a 2.7 increase of €117 million (\$173 million) from 2006.

That compares to €5.5 billion (\$8.14 billion) in postal service revenues for the same period.

What can others in prepaid learn from Poste Italiane’s example? Distribution, easy reloading, effective marketing and pricing are all cited as critical factors in Poste Italiane’s prepaid program. Moreover, “to get the segmentation right really is key for new entrants [in the European market],” says Edgar, Dunn’s Martin. “We’re really not seeing enough segmentation as new companies come into the European space. Innovation within each of their selected segments is one of the reasons Poste Italiane has been and will continue to be successful.” ☉

Poste Italiane raggiunge i 3,5 milioni* di carte di credito prepagate multiuso

Una lezione da uno dei programmi di carte di credito prepagate multiuso di maggior successo al mondo.

Di Loraine DeBonis, Executive Editor - * Dati al febbraio 2008

L'Italia è conosciuta per l'arte, la moda e il buon cibo. Ma BancoPosta, la divisione di Poste Italiane che si occupa dei servizi finanziari, sta ottenendo grandi riconoscimenti con uno dei programmi di carte di credito prepagate multiuso di maggior successo al mondo. Con ben 3,5 milioni di carte prepagate Postepay Visa emesse dal 2003, Poste Italiane ha fatto di Postepay (che, secondo il CEO Massimo Sarmi, è ormai "sinonimo di prepagato") un marchio riconosciuto a livello nazionale.

Convenienza, sicurezza, basso costo e marketing efficace sono alcune delle ragioni, a detta di Sarmi, della popolarità del programma di carte Postepay. Con un radicato canale di distribuzione formato da 14.000 uffici postali in tutta Italia, Poste Italiane offre le sue carte a partire da 5 € (\$7.40) a chiunque sia in possesso di un documento ufficiale di identità in corso di validità. I titolari possono usare la carta per effettuare acquisti (anche online) ovunque nel mondo siano accettate carte Visa o Visa Electron, prelevare contanti presso gli uffici postali e presso gli sportelli automatici Postamat e Visa/Visa Electron, fare vaglia postali e ricaricare i propri telefoni cellulari. È anche possibile avere saldo ed estratto conto online, dal telefono cellulare o recandosi all'ufficio postale più vicino.

"Gli italiani si fidano dell'ufficio postale e ne sostengono i prodotti", dice Fiona Duncan, vice presidente innovation e acceptance di Visa Europe. L'ufficio postale è da tanto tempo il luogo in cui gli Italiani si recano per riscuotere le pensioni, fare un vaglia o effettuare le operazioni bancarie. Secondo gli esperti, aggiungere il prepagato a questo insieme di cose era il logico passo successivo per soddisfare i bisogni finanziari del cliente, in particolare di coloro che non hanno un conto in banca.

Secondo Francesco Guzzetta, business leader alla vendita prodotti di MasterCard Worldwide, il prodotto finanziario offerto da Poste Italiane è più accessibile se confrontato a un tradizionale conto bancario. Una recente indagine dell'Antitrust italiano ha infatti dimostrato come un conto corrente bancario costi in media all'anno € 182 (\$269.15). "Ecco perché sono in molti a pensare che le banche siano troppo care o percepiscono la banca come un luogo inospitale: devi passare il controllo della sicurezza, la persona è lì dietro al vetro...", dice Guzzetta a Paybefore. Al contrario, il cliente è abituato ad andare frequentemente all'ufficio postale "che viene considerato come un ambiente più accogliente e di fiducia".

Comunque le carte Postepay non vengono utilizzate solo da chi non ha un conto corrente bancario: anche i clienti titolari di un conto fanno affidamento alle carte soprattutto per gli acquisti online perché si sentono più sicuri "dal momento che sono molti quelli ad avere timore all'idea di usare la carta di credito o di debito on-line. Per questo preferiscono usare una prepagata," dice Duncan.

Malgrado Poste Italiane non abbia fornito dettagli specifici sull'uso delle sue carte, secondo un caso di studio di Visa Europe del 2006, le ricariche erano in media di € 200 (\$ 295,86). Sarmi fa notare come l'ufficio postale spesso attivi concorsi e promozioni per aumentarne l'uso:

"Ad esempio, la Rugby World Cup 2007 Postepay-Visa è stata un successo enorme. I titolari che nel corso dell'estate hanno usato Postepay hanno potuto vincere due pacchetti VIP per vedere la finale a Saint Denis, cinque pacchetti per la semifinale e altri premi. Offriamo anche un servizio gratuito per rinnovare le carte scadute," spiega.

I clienti possono infatti chiamare un numero verde e chiedere la sostituzione della carta scaduta con una nuova, che recapitata a domicilio, può essere attivata chiamando sempre lo stesso

numero. Un servizio completamente gratuito, che dà la possibilità ai clienti di ricaricare la carta senza alcun costo aggiuntivo nei primi mesi.

Anche se 14.000 uffici postali possono sembrare non così numerose ai gestori di programmi di carte prepagate con base negli USA (abituati a cifre come 50.000 per Green Dot Corp., 80.000 per Blackhawk Network e 145.000 per InComm), le dimensioni dell'area geografica e la popolazione servite da questi uffici sono nettamente inferiori.

Far arrivare il messaggio

Gli addetti ai lavori del mercato italiano delle prepagate considerano la distribuzione come la chiave del successo di Poste Italiane, anche se sottolineano ugualmente l'efficacia del marketing. Nei primi 45 giorni successivi al lancio, le carte emesse erano più di 60.000, arrivate a quasi 300.000 in pochi mesi.

Il materiale di marketing era indirizzato ai segmenti dei potenziali utenti delle carte Postepay: giovani, pensionati, chi non aveva un conto corrente bancario, chi voleva fare acquisti online senza usare la propria carta di credito o di debito.

"Postepay è accessibile ed è una carta completa e flessibile," dice Sarmi a Paybefore. Per far arrivare questo messaggio ai consumatori italiani, Poste Italiane ha investito in una vasta campagna di marketing attraverso strategie "above the line" e "below the line". Come ad esempio le pubblicità sulla TV nazionale, la radio e i giornali; ma anche la distribuzione di 6 milioni di volantini tramite la propria rete di uffici postali o attraverso la rete commerciale utilizzata per promuovere le carte in luoghi ad alta frequentazione come aeroporti e supermercati.

"L'ottima comunicazione sul prodotto, sul suo funzionamento, su dove ottenerlo e su come usarla," afferma Duncan di Visa Europe, "è una lezione che i manager degli altri paesi potrebbero imparare da Poste Italiane.

La convenienza/comodità della ricarica è un altro fattore importante, dicono gli osservatori. "La lezione basilare di Poste Italiane è che la distribuzione e il funzionamento della carta, intendendo le ricariche, dovrebbero avvenire al di fuori delle filiali bancarie. Se rimani attaccato al concetto della filiale, ti indirizzerai solamente a un pubblico involontario," dice Guzzetta di MasterCard.

Capire il mercato

Con Poste Italiane nella comoda posizione di leader di mercato, secondo Tanya Martin, manager della sede londinese della società di consulenza finanziaria Edgar, Dunn and Company, in Italia c'è comunque spazio per altri prodotti prepagati. "Anche se le carte prepagate multiuso sono arrivate prima," fa notare, "altri prodotti verticali come carte aziendali, incentive card e anche gift card stanno continuando a mostrare segnali di crescita."

"Il tasso di crescita [complessivo] del prepagato in Italia è stato di circa l'85% negli ultimi quattro anni," dice Gianluigi Rocca, a capo di strategic marketing, carte presso SIA-SSB S.p.A., specializzata nel processing dei pagamenti e che gestisce le transazioni prepagate per 35 istituti finanziari, BancoPosta inclusa. "La motivazione recondita," afferma, "è che siamo abituati a una soluzione prepagata per molte cose, inclusi i minuti che passiamo al cellulare."

I consumatori italiani usano le prepagate telefoniche cellulari dalla metà degli anni '90. "C'è indubbiamente spazio per altri prodotti, visto che il concetto e il proposito si addicono alla cultura locale," afferma Duncan. Il suo suggerimento è che i fornitori di prepagate differenzino i prodotti ricorrendo a una maggiore funzionalità, aiutando il consumatore e migliorandone l'uso. Ad esempio, un program manager può fornire svariate modalità per permettere ai consumatori di avere accesso alle carte e di ricaricarle; o per permettere agli immigrati di effettuare trasferimenti; suggerendo anche caratteristiche a valore aggiunto come premi fedeltà o protezione degli acquisti.

La popolarità del prodotto Postepay ha stimolato le banche italiane a offrire prodotti analoghi su richiesta dei propri correntisti. "Visto che un sacco di clienti hanno cominciato a chiedere alle

banche un prodotto prepagato, queste ultime hanno iniziato a emettere le carte prepagate per semplice reazione,” dice Gazzetta, spiegando che la carta tipica è quella che ti permette di comprare su Internet o che puoi dare a un tuo parente. “Le banche fino a oggi non hanno investito molto nel prepagato” aggiunge Guzzetta,

Ora le banche italiane stanno cominciando a guardare al prepagato come un modo per portare in banca il segmento giovani, secondo l’opinione di Guzzetta. Alcune stanno anche iniziando a offrire un servizio ricarica al di fuori della filiale bancaria, grazie ad accordi stipulati con le reti; un esempio è la possibilità di effettuare le ricariche al bar o in tabaccheria.

Secondo le previsioni di Edgar di Dunn’s Martin, “a guadagnare in volumi di vendita e in utilizzo delle carte sanno coloro i quali riusciranno a segmentare accuratamente il mercato e a disporre dei più potenti canali di distribuzione”.

“Il mercato italiano è diverso da quello statunitense,” aggiunge Rocca. “Quello italiano è attualmente dominato da carte prepagate ricaricabili multiuso, anche se stiamo vivendo un crescente aumento della domanda di programmi gift card (vincolati o meno all’utilizzo presso un singolo esercizio commerciale). A nostro avviso il 2008 vedrà il lancio di alcuni importanti programmi gift card”.

La banca attraverso la tecnologia

Indubbiamente posizionata come leader del mercato prepagato in Italia, Poste Italiane non si ferma qui. Facendo affidamento sul forte marchio e investendo massicciamente nell’innovazione tecnologica, la spa ha allargato il proprio pacchetto di prodotti prepagati a gift card, incentive card per le aziende, carte contactless e una carta prepagata ricaricabile per il cellulare che si allaccia a PosteMobile, l’operatore virtuale di rete mobile creato nel 2007. La carta principale è a marchio Visa ma Poste ha stretto una partnership con MasterCard per le sue offerte gift, contactless e mobile.

“Già lavoriamo con entrambe [Visa e MasterCard],” dice Sarmi, “e miriamo a sviluppare prodotti efficaci, lavorando con ambo i circuiti per creare sinergie e sfruttarne gli specifici punti di forza.”

A marzo Poste Italiane ha dichiarato di aver destinato il 44% dei 608 milioni di euro (\$899 milioni) complessivamente spesi nel 2007 a tecnologie di informazione e comunicazione “in linea con la strategia aziendale che identifica nella innovazione tecnologica un fondamentale fattore di successo.” Quando gli si chiede in che modo la tecnologia si sposa con Postepay, Sarmi risponde che “Poste Italiane è impegnata nel campo della ricerca innovativa di nuove tecnologie, come la carta contactless prepagata o come l’apertura del nuovo canale ricaricabile, ossia il telefono cellulare con il nostro brand PosteMobile”.

“Ci poniamo sempre nuovi obiettivi da raggiungere con nuove tipologie di prodotti,” continua Sarmi, “questo è il motivo per cui la nostra gamma di prodotti è così ampia.”

La strategia sembra funzionare. Sono sei anni consecutivi che il Gruppo Poste Italiane registra risultati operativi in positivo: nel 2007 l’utile netto è cresciuto di quasi il 25% rispetto all’anno precedente, raggiungendo € 843,6 milioni (\$1,2 miliardi). I ricavi dai servizi finanziari per il 2007 ammontano a € 4,5 miliardi (\$6,6 miliardi), con un aumento del 2,7% - € 117 milioni (\$173) sul 2006, contro € 5,5 miliardi (\$8,14 miliardi) in ricavi per servizi postali per lo stesso periodo.

Quelli del settore del prepagato cosa possono imparare dunque dall’esempio di Poste Italiane? Distribuzione, facilità di ricarica, un marketing e una politica dei prezzi efficaci sono tutti fattori fondamentali nel programma prepagato di Poste Italiane. Inoltre, “una segmentazione adeguata è veramente importante per operare nuovi ingressi [nel mercato europeo],” dice Edgar di Dunn’s Martin. “Di segmentazione non ne stiamo vedendo a sufficienza, con l’ingresso di nuove compagnie nello spazio europeo. L’innovazione in ciascuno dei segmenti prescelti è uno dei motivi per cui Poste Italiane ha avuto e continuerà a riscuotere successo.”

Visa prepagata Postepay in sintesi

Costo emissione: €5 (\$7.40)

Costo ricarica: €1 (\$1.48)

Costo per disdetta: €1 (\$1.48)

Le carte Postepay possono ricaricarsi nei modi seguenti:

All'ufficio postale:

- Tramite contanti
- Tramite carta di debito (Postamat Maestro)
- Con trasferimento di denaro da una carta Postepay a un'altra

Presso i bancomat nazionali:

- Con una carta Postamat
- Con trasferimento di denaro da una carta Postepay a un'altra
- Usando un'altra carta bancaria di pagamento con una rete internazionale

Attraverso il sito web di Poste Italiane:

- Usando BancoPosta online, il sito internet bancario di Poste Italiane
- Con trasferimento di denaro da una carta Postepay a un'altra

Attraverso la SIM PosteMobile:

- Trasferendo denaro dal conto BancoPosta o da Postepay (se collegata alla SIM)

“La lezione basilare di Poste Italiane è che la distribuzione e il funzionamento della carta, intendendo le ricariche, dovrebbero avvenire al di fuori delle filiali bancarie. Se rimani attaccato al concetto della filiale, ti indirizzerai solamente a un pubblico involontario”.

- Francesco Guzzetta, MasterCard Europe