

Campagna di Progetto Arca a sostegno dei senza dimora

Definire con precisione il numero reale e il profilo delle persone senza fissa dimora in Italia è molto complesso. Con tutte le cautele del caso, qualche numero comunque esiste: secondo la Fio.psd – Federazione degli organismi per le persone senza dimora – si stima che il numero si aggiri tra le 50 mila e le 60 mila unità. Nel nostro Paese sono diversi i servizi erogati per far fronte a tale problema sociale. In particolare, Fondazione Progetto Arca Onlus opera dal 1994 per offrire una risposta concreta ai bisogni sociali delle persone in stato di grave indigenza ed emarginazione. Per sostenere e ampliare i diversi servizi che offre, Fondazione Progetto Arca avvia una campagna di sensibilizzazione e raccolta

fondi tramite Sms solidale: fino al 22 gennaio sarà possibile donare 2 euro inviando un Sms al numero 45507 da cellulare personale Tim, Vodafone, Wind, 3, CoopVoce e PosteMobile; oppure 2/5 euro chiamando da rete fissa Telecom Italia, Infostrada e Fastweb, oppure 2 euro con chiamata da rete Teletu. I fondi raccolti saranno destinati ai Centri di Accoglienza, all'Unità di Strada, alla distribuzione di beni di prima necessità e viveri.



[SCELTI PER VOI]

Al via i pagamenti con smartphone

Francesca Tarissi

Il telefonino per parlare, navigare e pagare. Gli esperti ne sono certi: i tempi sono maturi e il 2012 sarà l'anno in cui inizieremo ad utilizzare il cellulare per operare sul conto corrente, trasferire denaro, saldare le bollette e, soprattutto, comprare nei negozi.

Grazie alla tecnologia NFC (Near Field Communication), che consente a due dispositivi posti a distanza ravvicinata di scambiarsi dati e informazioni, smartphone e tablet cominceranno a fare concorrenza ai bancomat e alle carte di credito. Basterà infatti impugnare il proprio cellulare e accostarlo al Pos dell'esercizio in cui stiamo facendo acquisti, per corrispondere il dovuto. E tra gli operatori c'è gran fermento.

Pochi giorni fa Visa Europe ha reso noto l'elenco degli smartphone equipaggiati con tecnologia Nfc idonei al pagamento in mobilità di Samsung, LG e Research In Motion (Blackberry), aprendo così la strada a produttori di tecnologia, istituti bancari e finanziari ed operatori mobili, per la conquista di un mercato molto promettente per numeri e potenziali sviluppi.

E mentre in Europa è atteso l'arrivo di Google Wallet, un portafoglio elettronico che consente di abbinare il proprio numero di telefono alla carta di credito e, tramite una app gratuita da installare sul cellulare, effettuare pagamenti presso uno dei 300 mila esercizi che, in tutto il mondo, aderiscono al circuito Mastercard, in Italia Wind, Vodafone, Tim, Fastweb, 3 Italia, e PosteMobile lavorano alacremente per la messa a punto di una piattaforma condivisa per il commercio in mobilità. L'operatore mobile virtuale Nòverca ha implementato la sua Extended Sim, una sim card 'intelligente' che consente di usufruire di servizi anche usando cellulari di vecchia generazione, integrando i servizi di pagamento mobile e iniziando la fase di test su un campione ristretto di utenti. Insomma prove tecniche di 'mobile proximity payment', il pagamento mobile di prossimità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alzheimer, il «telefono amico» che aiuta malati e familiari

Settemila telefonate l'anno per fornire informazioni o semplicemente per un momento di sollievo. È la scommessa quotidiana di «Pronto Alzheimer», la linea telefonica (02.809767) per il sostegno, l'assistenza e l'orientamento ai malati e i loro familiari. Fino al 30 gennaio la Federazione Alzheimer Italia è impegnata nella campagna di sensibilizzazione e raccolta fondi via telefono per sviluppare e proseguire nell'attività di «Pronto Alzheimer». È possibile donare 2 euro inviando un sms al 45503 daii cellulari Tim, Vodafone, Wind, 3, Postemobile, CoopVoce e Tiscali o chiamando lo stesso numero da rete fissa.



Un aiuto per i malati di Alzheimer

Fino al 30 gennaio con due euro si sostiene un Sos telefonico prezioso



Si chiama "Pronto Alzheimer" ed è il primo servizio telefonico in Italia per il sostegno, l'assistenza e l'orientamento ai malati e ai loro familiari. Promosso dalla Federazione Alzheimer Italia, questo servizio è attivo dal 1993. E in questi 18 anni ha risposto a quasi 120.000 richieste di aiuto per fornire informazioni, consulenze legali, previdenziali e psicologiche, ma anche un semplice momento di sollievo. Per permettere che

questo servizio continui a esistere, la Federazione Alzheimer Italia ha dato il via a una campagna di raccolta fondi. Fino al 30 gennaio sarà possibile donare due euro inviando un sms al 45503 da tutti i cellulari privati TIM, Vodafone, Wind, 3, Postemobile, CoopVoce e Tiscali o da telefono abilitato Telecom Italia oppure chiamando da rete fissa Telecom, Infostrada, Fastweb, TeleTu e Tiscali (info: www.alzheimer.it).

Opinion leader

23.01.2012 - Mobile Payments: scenario di mercato e innovazioni



Qual è lo scenario di sviluppo del mercato del mobile payments?

Quando parliamo di servizi di mobile payment ci riferiamo comunemente a servizi di Mobile Banking, di Remote Payment, di Money Transfer e di Proximity Payment.

I primi consentono di effettuare transazioni informative e dispositive, come il trasferimento di credito tra conti correnti e/o carte di credito e debito e viceversa.

I Remote payment possono essere relativi ai contenuti digitali o a beni e servizi non digitali. Il Mobile Money

Transfer consente di trasferire denaro person to person.

Infine, i servizi di Proximity Payment abilitano gli acquisti presso i retailer con pos contactless mediante l'utilizzo di un terminale mobile e di una sim abilitante che svolgono il ruolo di strumento di pagamento alternativo al contante e alle carte di credito fisiche.

Si prevede un significativo sviluppo del mercato del mobile payment in Italia: nel 2010 i servizi fin qui elencati hanno registrato tassi di crescita sostenuti, tra il 20% ed il 50%, ed è prevedibile una continua crescita nei prossimi anni. I principali driver di crescita sono rappresentati dalla crescente penetrazione degli smartphone, dal miglioramento della user experience dei servizi, dalla digitalizzazione di prodotti e servizi da parte dei merchant, e dal continuo sviluppo delle offerte e tecnologie abilitanti, mi riferisco a offerte dati flat, terminali NFC, crescita delle applicazioni, sviluppo e-wallet.

Per contro, le barriere che tuttora persistono sono rappresentate da un basso livello di standardizzazione ed interoperabilità delle soluzioni, dalla carenza di coordinamento tra i key player, dalla scarsa fiducia dei clienti sulla sicurezza delle transazioni e dagli elevati sforzi commerciali necessari a coinvolgere i merchant nell'adozione del servizio.

Quali sono i possibili posizionamenti da parte dei player di Mercato? Con quali modelli di business?

L'ecosistema del mobile payment è popolato da diversi attori: dagli operatori mobili, ai service provider, alle "big companies di internet" come Google e Amazon ai produttori di terminali fino ad arrivare agli innovatori tecnologici come Facecash, Square o Intuit.

Molteplici sono anche i modelli di business sviluppati che hanno in parte sostituito il tradizionale modello "sms premium", consistente nell'acquisto di contenuti tramite sms con addebito su credito telefonico. In questo modello l'operatore mobile o il service provider aggregatore, ad esempio Boku, Zong, Fortumo, trattengono una percentuale del valore della transazione, retrocedendo una revenue share al fornitore di contenuti.

Nel modello di business "sms transfer", utilizzato prevalentemente per il money transfer internazionale, l'operatore trattiene invece una commissione sulla transazione, a copertura dei costi della rete di agenti e a remunerazione del servizio offerto.

Modelli sviluppati negli ultimi anni sono poi quelli della mobilitazione di transazioni online mobile, come avviene con PayPal, Amazon, Google checkout, in cui l'operatore può trattenere una commissione fissa su ogni operazione effettuata più una percentuale del valore della transazione e quello dell'"Application store". In quest'ultimo caso tipicamente allo sviluppatore delle applicazioni viene riconosciuta una revenue share del 70% da parte del gestore dello store

Come si posiziona PosteMobile nel mercato del mobile payments e con quale value proposition?

PosteMobile nasce alla fine del 2007 come operatore virtuale che ha nella propria mission l'obiettivo di "semplificare" la vita dei propri clienti attraverso un'offerta di servizi a valore aggiunto, tra cui appunto un portafoglio completo di servizi di mobile payment. Ad oggi, i clienti PosteMobile effettuano all'incirca 1,5 milioni di transazioni al mese, per un controvalore transato di quasi 20 milioni di euro.

PosteMobile consente ai propri clienti di associare la sim card a uno strumento di pagamento e di fruire di servizi distintivi di m-payment trasferendo il denaro presente sul conto corrente o la carta associata alla SIM. Tali servizi includono: m-Banking, ovvero la possibilità di effettuare servizi informativi e dispositivi sul proprio conto BancoPosta o Postepay; Remote Payment di beni non digitali, cioè la possibilità sia di utilizzare l'm-commerce per l'acquisto di libri, elettronica di consumo, biglietti ferroviari e aerei e abbigliamento sportivo, sia di effettuare il pagamento di bollettini e telegrammi; Money Transfer, domestico ed internazionale. Inoltre, grazie alla recente costituzione di "MobilePay" la piattaforma di pagamento unica e condivisa dai sei maggiori operatori mobili italiani, PosteMobile offre la possibilità di acquistare contenuti digitali con addebito sul credito telefonico (Remote Payment di beni e contenuti digitali).

I servizi VAS di PosteMobile, commercializzati con il nome di Servizi Semplifica, garantiscono carattere di forte distintività dell'offerta, sia per l'ampiezza del portafoglio, sia per la semplificazione della user experience. Tali servizi sono infatti accessibili sia direttamente dal menù della SIM, sia attraverso l'applicazione "PosteMobile Store" scaricabile gratuitamente dai principali market. La disponibilità di fruizione dei servizi tramite Sim consente la penetrazione su target meno evoluti che non hanno uno smartphone, allargando così l'addressable market dei servizi di m-payment.

Il modello di business prevalentemente adottato da PosteMobile è un modello di fee fissa per il servizio di accesso offerto al cliente più una revenue share sul valore delle transazioni. La fee di accesso viene addebitata direttamente sul credito telefonico del cliente mentre la revenue share è riconosciuta dai partner commerciali a valle dell'acquisto.

Quali tecnologie ritiene interessanti per lo sviluppo del mobile payments? Quali avete adottato o ritenete utili adottare nel prossimo futuro?

Nei prossimi anni, la diffusione di nuove tecnologie quali lettori di codici QR (quick response) ed NFC (near field communication), congiuntamente allo sviluppo di nuove applicazioni di mobile payment, garantiranno una crescente adozione di modalità di pagamento "digitale".

In particolare, un ruolo di primo piano lo avrà la tecnologia NFC, nei confronti della quale è stato di recente rinnovato l'interesse da parte di Operatori Mobili, Banche, aziende operanti nel settore dei pagamenti e produttori di chip. Tale interesse è stato sicuramente spinto anche dall'entrata in gioco di Google che ha lanciato il primo telefono NFC Android a Dicembre 2010, il "Nexus S", svelando in seguito il proprio "Google Wallet".

La diffusione di tecnologia NFC renderà possibile, tra le altre cose, un'evoluzione dei pagamenti verso una realtà contact-less: apparecchi mobili, collegati ad un mWallet, usati per effettuare acquisti presso retailer abilitati, carte di credito e debito contactless, PoS mobili.

PosteMobile ha già avviato lo sviluppo di soluzioni NFC e QR per i pagamenti, da affiancare all'ampio portafoglio di servizi di mobile payment offerti attualmente ai propri clienti. Ed in attesa della disponibilità di terminali NFC, PosteMobile ha già realizzato diversi trial per servizi contactless in ambito trasporti con ATM Milano e ATM Ravenna, e accessi per le Imprese.

Corrado Soda, laureato all'Università Federico II di Napoli in Ingegneria Gestionale, nel 2001 ha lavorato per la società di consulenza direzionale Value Partners fino al 2009. Ha sviluppato le sue esperienze professionali sia in Italia sia all'estero, principalmente nel settore delle telecomunicazioni. Dal novembre 2009 è Responsabile di Strategia e Sviluppo di Nuovi Business per PosteMobile.



speciale telecomunicazioni

Welcome

COSÌ LONTANI, COSÌ VICINI

di Eleonora Rambaldi **2**

Leader

IL FUTURO DELLE RETI

di Eleonora Rambaldi **3**

Speciale Acquisti di Telecomunicazioni

TELECOM EXPENSE MANAGEMENT: ISTRUZIONI PER L'USO

di Eleonora Rambaldi **7**

ESPLORARE NUOVE OPPORTUNITÀ: IL CASO BEST

di Eleonora Rambaldi **9**

IL VALORE DEL CAPITOLATO: IL CASO SIRTI

di Eleonora Rambaldi **11**

MOBILITY E PROCUREMENT

di Bernardo Nicoletti **16**

ICT SUPPLY MANAGER: RUOLO ED EVOLUZIONE

di Eleonora Rambaldi **19**

Outsourcing

SVILUPPO E MANUTENZIONE APPLICATIVA:

LE LEVE DI EFFICIENTAMENTO

di Stefano Dettori **22**

Viaggi & Business

IL PARTNER IDEALE: COME SCEGLIERLO?

di Gianluca Bozza **25**

Strategy

ACQUISTARE VALORE DAL MERCATO:

IL PIANO STRATEGICO DEGLI ACQUISTI

di Francesco Cali **27**

Buyer's Corner

AGGIUNGERE VALORE E CONTRIBUIRE ALLA CRESCITA

DEL FATTURATO

di Cesare Businelli **31**

Fai un affare, scegli **PosteMobile Business.**

Conveniente, flessibile e con servizi di qualità.

**TUTTI I PIANI
PM IMPRESA SONO:**

- Prepagati
- Senza tassa di concessione governativa
- Senza scatto alla risposta
- Con tariffazione al secondo



Numero Verde 800.160.000

www.postemobile.it

Poste mobile
Gruppo **Posteitaliane**

**SCOPRI
L'OFFERTA
PER LE
AZIENDE**

Vai all'Ufficio Posteimpresa più vicino e scegli la soluzione che più soddisfa le esigenze del tuo business. Puoi consultare la lista degli Uffici Posteimpresa su poste.it

PosteMobile presenta “PM Impresa Tutto Incluso Mail”

Il nuovo piano prepagato per rispondere al meglio alle esigenze di business di piccole e medie imprese

Poste
mobile

PosteMobile presenta “PM Impresa Tutto Incluso Mail”, il nuovo piano prepagato con tariffazione al secondo effettivo di conversazione e senza scatto alla risposta, particolarmente **vantaggioso per le piccole e medie imprese che effettuano elevati volumi di traffico voce ed SMS** e che hanno l'esigenza di gestire mail, attività, appuntamenti e navigare in Internet in mobilità.

Ogni mese, a fronte di un canone di **88€ per ogni SIM** sul quale viene attivato, il piano offre:

- **2000 min di traffico voce** verso tutti i numeri mobili e fissi nazionali;
- **2000 SMS** verso tutti i cellulari nazionali;
- il servizio “**BlackBerry Internet Service**”, che consente di gestire da remoto in modalità “push” la webmail aziendale, con **500 MBytes di traffico** nazionale di tipo mail ed Internet sviluppato sull' APN BlackBerry.net;
- un telefono **BlackBerry® Curve 8520** in comodato d'uso (con assistenza tecnica).

Superata la soglia inclusa nell'offerta, il traffico voce sarà tariffato 12 cent/min; ogni SMS 12 cent e 2,5€/Mbyte (a sessioni anticipate di 10 KB) il traffico dati BlackBerry.

Abbinata al Piano una **speciale promozione** che dal 5 dicembre **sconta** il canone mensile da **88€/SIM a 75€/SIM** per l'intera durata del contratto (24 mesi) a chi attiva “PM Impresa Tutto Incluso Mail” entro il **31 dicembre 2011** facendo contestuale richiesta di portabilità del numero.

“PM Impresa Tutto Incluso Mail” si unisce all'offerta di piani prepagati dedicati a piccole e medie imprese, **tutti senza scatto alla risposta e con tariffazione al secondo: “PM IMPRESA”**, per le imprese che hanno l'esigenza di creare una Rete Mobile Aziendale; “PM IMPRESA PIU'” per le imprese che effettuano elevati volumi di traffico mensile e che vogliono mantenere il controllo della spesa. Incluso nel piano anche un telefono in comodato d'uso con assistenza tecnica; “PM IMPRESA PIU' MAIL” l'offerta con traffico voce e internet inclusi per le aziende che desiderano gestire il proprio ufficio in mobilità e “PM IMPRESA TUTTO INCLUSO” per le

aziende che effettuano elevati volumi di traffico voce, dati ed SMS. Alle aziende che hanno la necessità di effettuare frequentemente chiamate verso l'estero, PosteMobile propone inoltre l'opzione “**Il Tuo Mondo Business**” che a fronte di un canone mensile di 9€ per SIM offre una tariffa di **9 cent/min** per tutte le chiamate dall'Italia verso Zona 1 e Zona 2, senza scatto alla risposta e con tariffazione al secondo. L'opzione prevede due plafond mensili di 120 minuti, uno per il traffico verso Zona 1 e il secondo per il traffico verso Zona 2, superati i quali si applicano le tariffe standard.

L'offerta di PosteMobile per le piccole e medie imprese è completata dal servizio “**BlackBerry BES Express**”, la soluzione per le aziende dotate di un proprio Server di posta elettronica, che coniuga i vantaggi di sicurezza e funzionalità del servizio BlackBerry Enterprise (dedicato alle Grandi Aziende) con la semplicità e i costi del servizio “**BlackBerry Internet Service**”.

Tutti gli importi indicati sono da intendersi IVA esclusa e validi per il solo traffico nazionale (con l'approvazione della Manovra Finanziaria (legge di conversione del d.l. 138/2011) l'aliquota ordinaria IVA è stata innalzata dal 20 al 21%. Fino a nuova comunicazione, PosteMobile si farà carico dell'incremento d'imposta lasciando invariate le tariffe).



Posteimpresa

PosteMobile Business,
dalla parte della tua Azienda.

Poste
mobile
Gruppo Posteitaliane

Per maggiori informazioni sulle offerte descritte, su modalità, condizioni e costi di acquisto della SIM; sulla compatibilità e altri dettagli relativi a Piani, tariffe, servizi e promozioni; per info su copertura, modalità di attivazione e recesso, è disponibile il numero gratuito per la clientela business 800.160.000 oppure la sezione Business del sito www.postemobile.it. Per conoscere le condizioni d'uso da telefono mobile del proprio Conto BancoPosta e/o della propria Postepay, è possibile consultare i Fogli Informativi presenti negli Uffici Postali o visitare il sito www.poste.it