

 **Acquisti online  
senza carta di credito**

Percorso di lettura:

[www.largoconsumo.info/012010/PL-0110-005.pdf](http://www.largoconsumo.info/012010/PL-0110-005.pdf) *(Tecnologie per il commercio)*

**PosteMobile** ha stretto un accordo con **LIS – Lottomatica Italia Servizi** – che permette ai suoi clienti di acquistare i biglietti di concerti, spettacoli teatrali ed eventi sportivi con il cellulare e senza bisogno di inserire le coordinate della carta di credito. Il servizio si serve degli strumenti di pagamento BancoPosta (conto corrente e/o **Postepay**) e permette ai clienti Postemobile che hanno associato la propria Sim a uno di questi strumenti di acquistare i biglietti inserendo sul sito il proprio numero di cellulare e la data di nascita. Prima di effettuare l'acquisto è necessario registrarsi al sito [listicket.it](http://listicket.it). Il servizio non ha costi aggiuntivi, se non i 12 centesimi relativi all'Sms inviato per confermare la transazione. ■



# Ecco come si vincono le elezioni

Big Data + sentiment della Rete + matematica + social

Noi sappiamo come si vincono  
le elezioni POLITICHE 2013

di FEDERICO FERRAZZA

con la collaborazione di

Raffaele Mastrodonardo

**STEFANO IACUS È UNO STATISTICO.  
HA 44 ANNI E UNO DEI SUOI SOGNI  
È CAMBIARE LA POLITICA.**

Non è però l'ennesimo volto della società civile che ha deciso di (provare a) entrare in Parlamento: lui la politica la vuole cambiare da fuori. Grazie alla matematica. Con una formula («E molto lavoro») Stefano potrebbe essere infatti determinante alle prossime elezioni politiche del 24 e 25 febbraio.

$$P(S/D)^{-1} \times P(S) = P(D)$$

Quella che avete appena letto è la base del lavoro di Iacus. Per capire come questa formula possa essere decisiva per la politica italiana (al pari dello spread o della riduzione delle tasse) è necessario tornare indietro nel tempo, alla fine del 2010, e volare in Giappone. Stefano, ricercatore dell'università Statale di Milano, è a Tokyo per lavoro. Per caso, in quegli stessi giorni, in città c'è un altro protagonista di questa storia: il politologo quarantenne Luigi Curini, anche lui della Statale e anche lui nella capitale giapponese perché collabora con l'università di Tokyo. I due si conoscono ma non hanno mai lavorato insieme. Così, una sera, si ritrovano in un bar a scambiare quattro chiacchiere sui progetti a cui vorrebbero dedicarsi nei mesi successivi. Scoprono così che stanno pensando alla stessa cosa. L'idea è usare la grande mole di dati che si trova su blog e social media (soprattutto Facebook e Twitter) per condurre analisi del *sentiment* (cioè dell'umore delle persone) su qualsiasi tema. Insomma, mettere a punto un sistema che riesca a interpretare e a sintetizzare tutto quello che si dice in rete.

Tornati in Italia, Stefano e Luigi si mettono in contatto con un altro collega: l'economista Giuseppe Porro, 49 anni. Bisognava costituire un gruppo di lavoro per portare avanti il progetto che avevano in mente. «Ormai erano diversi gli studi scientifici che dimostravano come fosse possibile analizzare il *sentiment* su un determinato argomento a partire dai social media», mi racconta Luigi mentre siamo seduti in una delle stanze dell'università dove è nato Voices from the Blogs (VfB), il progetto di ricerca che i tre accademici hanno messo in piedi nel 2011.

Nei primi mesi c'è la fase preparatoria. «Avevamo deciso di puntare su un algoritmo realizzato da due scienziati statunitensi dell'università di Harvard, Daniel J. Hopkins e Gary King», spiega Stefano. L'equazione è questa:  $P(S) = P(S|D) \times P(D)$ . «Dovevamo solo adattare alle nostre esigenze questa formula, sulla

quale i due ricercatori americani hanno fondato una società di consulenza aziendale che analizza il gradimento online di prodotti e servizi», prosegue lo statistico.

L'obiettivo del team milanese era quello di cimentarsi prima di tutto con la politica. E il primo banco di prova arriva nella primavera del 2012 con le elezioni presidenziali francesi. Al primo turno le cose vanno abbastanza bene, ma non perfettamente. Per Sarkozy la differenza tra il dato reale e quello previsto è dell'1%, mentre per Hollande è del 5% in meno rispetto ai risultati delle urne. Molto meglio al secondo turno: la vittoria del presidente socialista viene giustamente prevista, anche se con uno scarto di 3 punti a favore di Hollande. In un report dello stesso staff di VfB leggo che questo errore sarebbe stato causato dalla sottovalutazione del tasso di astensione.

I ricercatori si rimboccano le maniche per "aggiustare" l'algoritmo e si preparano al successivo grande appuntamento elettorale: le presidenziali americane del 6 novembre 2012. È un evento importante per il lavoro della squadra di Iacus. Per la prima volta si confronta con i matematici d'oltreoceano che, per i candidati o da indipendenti, hanno seguito la campagna elettorale. Barack Obama e Mitt Romney, infatti, hanno nei loro staff ingegneri, matematici e statistici che studiano ogni dato (proveniente dalla rete e non solo) per definire scientificamente le mosse politiche durante la campagna.

Dall'ideale duello a distanza VfB ne esce bene. Grazie all'analisi di diversi milioni di tweet, il team milanese predice esattamente i risultati degli stati chiave, quelli in bilico, dove Romney e Obama si giocavano la partita. È sorprendente anche il risultato delle percentuali generali: la differenza reale tra i due candidati è del 2,2%, mentre quella pronosticata da VfB è appena superiore: 3,5%. La stessa performance si registra qualche settimana più tardi con le primarie del centrosinistra in Italia: l'errore medio nei risultati dei cinque candidati è di 1,96%.

«Di solito l'errore medio con la formula di Hopkins e King è del 2%, con gli ultimi lavori siamo riusciti a tenerci sotto», commenta Iacus mentre Curini mi spiega nel dettaglio come vengono fatte le rilevazioni: «Inizialmente analizzavamo solo i blog su un determinato tema: scaricavamo tutti i post e iniziava l'indagine. Ora ci siamo resi conto che lo strumento migliore è Twitter: ci sono molte più voci e, soprattutto, li trovi le reazioni immediate, fondamentali per capire in tempi brevi l'umore delle persone. Ci agevola anche la crescita costante del numero di utenti che usa Twitter dallo smartphone».

Grazie alle Api di Twitter, lo staff di VfB riesce a scaricare in maniera automatizzata tutti i tweet relativi a un argomento. Suc-

cessivamente si mette al lavoro una squadra di persone in carne e ossa che fa un'analisi semantica di un campione dei contenuti scaricati. «Per risultare affidabile il campione deve essere di un migliaio di tweet», dice Iacus. «A questo punto i nostri esperti di codifica dividono tutti i post in categorie e a ogni categoria associano delle parole chiave». Successivamente estendono questa categorizzazione a tutto il resto dei tweet scaricati. Ed è qui che entra in gioco la formula:  $P(S|D)^1 \times P(S) = P(D)$ .

In questa equazione il risultato  $P(D)$  - cioè la distribuzione delle preferenze in un insieme (nel nostro caso di tweet) - deriva dalla moltiplicazione tra il reciproco di  $P(S|D)$  - cioè la probabilità che venga utilizzata una certa successione di parole tenuto conto che si vuole esprimere un determinato contenuto semantico, un'opinione - e  $P(S)$ , ovvero la frequenza delle parole stesse. Così, estendendo questa formula dal campione al resto del database si ottiene il risultato complessivo, che può comprendere l'analisi di milioni di tweet.

**I**l sistema di VfB non è completamente automatizzato, ma passa per un esame "umano" dei contenuti, perché secondo i ricercatori milanesi i dizionari ontologici informatici non sempre sono in grado di interpretare correttamente un testo. Per spiegare meglio il concetto fanno un esempio: la frase "una bella fregatura" contiene al suo interno una parola solitamente positiva (bella) e una negativa (fregatura), ma è chiaro che il suo senso complessivo sia da considerarsi esclusivamente negativo.

Lavorando così, quindi, il team di VfB è riuscito a prevedere l'esito di tutte le ultime elezioni importanti, sia all'estero sia in Italia. Non mi stupisce affatto che l'umore politico degli elettori statunitensi possa emergere anche da Twitter, ma mi domando come questo sia possibile nel nostro paese, dove poco più della metà degli italiani si collega abitualmente alla rete e (secondo i dati Audiweb/Nielsen di settembre 2012) ci sono appena 3,64 milioni di utenti iscritti alla piattaforma di microblogging. Mi risponde Iacus, che è anche tra gli sviluppatori del linguaggio di programmazione R sul quale gira il tool open source con cui VfB esegue tutti i suoi calcoli: «Un tempo la distanza tra chi frequentava o meno la rete era molto più grande. Oggi non è più così. In questi mesi stiamo proprio lavorando a una ricerca che dimostri come le opinioni che si esprimono online si formino fuori da internet e quindi chi è sul web è solo un portavoce di quello che avviene in tutta la società, sia essa analogica o digitale. In questo modo si spiega come mai le nostre analisi, che si basano su Twitter, rispecchiano gli umori e i giudizi che ci sono anche offline».

I risultati di Iacus e del suo team hanno colpito molti. Per questo (anche grazie a una collaborazione con il sito del *Corriere della Sera* che gli ha dato visibilità) diversi politici, di tutti gli schieramenti, sono entrati in contatto con VfB e gli stanno commissionando analisi per capire come muoversi durante la campagna elettorale. «Le richieste, però, vanno anche oltre la politica», sottolinea Curini. «In questi mesi sono arrivate da noi anche banche e aziende che operano nei settori della cosmetica e del beverage». Ecco perché il gruppo di VfB (che nel corso degli anni si è arricchito anche del politologo 29enne Andrea Ceron) ha deciso di trasformarsi in un'azienda. «Abbiamo costituito una Srl, uno spinoff dell'università di Milano che mantiene

una piccola quota azionaria. Per qualche anno ci sarà consentito di fare sia gli accademici sia gli imprenditori, poi dovremo decidere se diventare una società completamente indipendente oppure uscire dall'azienda», spiegano.

L'offerta commerciale di VfB è ancora agli inizi. Una proposta più complessa è invece in grado di farla BlogMeter, una società nata nel 2006 con sedi a Milano, Torino e Roma. Inizialmente ha sviluppato un motore per l'analisi semantica delle conversazioni italiane in internet che esplorava soprattutto blog, focus e newsgroup. Nell'ultimo anno, però, i principali territori di osservazione sono ovviamente diventati i social media, in particolare Facebook e Twitter. A mostrarmi quello che sono in grado di fare gli strumenti di BlogMeter è Vincenzo Cosenza, social media strategist e responsabile della sede romana, che in rete è diventato famoso per il suo *Osservatorio social media in Italia e Facebook* e per la *Mappa mondiale dei social network* le cui edizioni vengono pubblicate dai principali giornali internazionali.

I dati e i grafici (con un'interfaccia facilmente comprensibile) che mi fa vedere Cosenza riguardano i principali leader politici di questa campagna elettorale: «L'analisi su Facebook, per esempio, non solo mostra in tempo reale il numero di like alla pagina o al profilo del politico ma anche (e questo è uno dei dati più importanti, ndr) il numero di persone che interagiscono con una pagina o un singolo contenuto, per esempio status o foto», spiega. La stessa cosa avviene su Twitter e in entrambi i social media è possibile monitorare anche il tempo medio con cui un politico risponde alle sollecitazioni degli utenti. Oggi tutti questi dati vengono usati insieme ai classici sondaggi elettorali ma per alcuni aspetti sono migliori. Strumenti come quelli di BlogMeter o VfB ascoltano

STEFANO IACUS  
 44 ANNI, STATISTICO.  
 È UNO DEI TRE  
 FONDATORI DI VOICES  
 FROM THE BLOGS:  
 VOICESFROMTHEBLOGS.COM

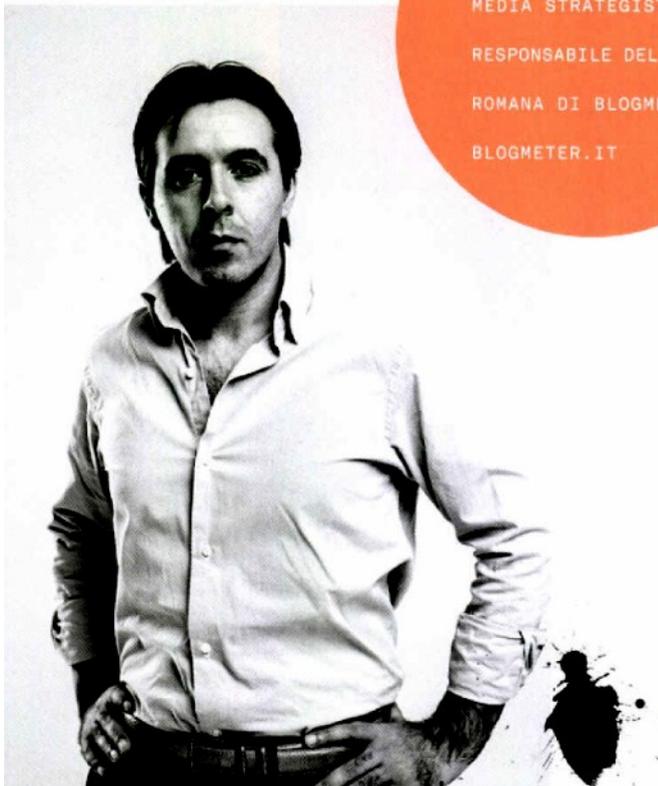


quello che si dice in rete (quindi nella società) e il dato non è alterato da sollecitazioni esterne come la domanda di un sondagista: Qualche mese fa, per esempio, nessuno avrebbe preparato un sondaggio elettorale in cui fosse prevista la possibilità di votare il Movimento 5 Stelle, rischiando di sottovalutare un fenomeno fondamentale per cercare di prevedere l'esito delle votazioni.

**I**l team di lavoro di BlogMeter è un vero concentrato di profili scientifici: «C'è chi si occupa di capire le funzionalità che devono avere i nostri crawler (i software che analizzano i contenuti di una rete, ndr) e intelligence, sviluppatori e sistemisti che realizzano questi tool e gestiscono gli aspetti tecnologici, linguisti computazionali che insegnano alle macchine come interpretare i messaggi raccolti e identificarne il *sentiment*, analisti che estraggono indicazioni quanti-qualitative utili dai dati raccolti», racconta Cosenza.

«Il nostro motore semantico», dice la linguista computazionale di BlogMeter Vanessa Nardone, «segue gli sbalzi di umore attraverso tecnologie di interpretazione automatica del linguaggio e di classificazione delle opinioni espresse in rete, fa *sentiment analysis*. Il processo di comprensione automatica delle opinioni si articola in tre fasi: l'esame di porzioni di testo e di indicatori testuali come la punteggiatura; l'estrazione del mood positivo e negativo dai messaggi mediante la previa analisi del testo; la classificazione dei documenti secondo una polarità positiva, negativa o mista. Al calcolo della polarità il motore semantico di *sentiment analysis* associa, inoltre, un punteggio - *high, medium, low*; alto, medio o basso - che descrive l'intensità con cui l'opinione è espressa nel documento».

VINCENZO COSENZA  
39 ANNI, SOCIAL  
MEDIA STRATEGIST E  
RESPONSABILE DELLA SEDE  
ROMANA DI BLOGMETER.  
BLOGMETER.IT



"I POLITICI  
NON DEVONO  
TENERE GLI  
SPIN DOCTOR"

Questi strumenti vengono usati per esempio dall'Udc che ha preparato la campagna elettorale anche a partire dai dati che gli fornisce BlogMeter. «Prima di iniziare la campagna abbiamo condotto un'analisi sulle conversazioni e le parole più rilevanti in rete e così abbiamo tirato fuori gli argomenti di maggiore interesse», racconta Marco Tosi, consulente Udc per la comunicazione sui media digitali. Grazie a questa indagine è stato possibile sia elaborare un programma che coinvolgesse almeno l'80% dell'elettorato italiano (puntato su lavoro, Sud - perché Monti è troppo visto come uomo del Nord - e donne) sia preparare i discorsi dei leader Udc, per esempio stilando una lista di possibili risposte nei talk show. Con i dati di BlogMeter lo staff del partito di Casini è riuscito anche ad affinare la strategia di comunicazione. Per esempio, si è deciso di non puntare su famiglia e pensioni nella campagna online, perché si è osservato che gli elettori interessati a questi temi non stanno su internet.

«In Italia si sta facendo qualcosa sulla scorta di quanto accade negli Usa, dove la rete è fondamentale nella vittoria alle elezioni. Ma siamo ancora all'inizio», dice Dino Amenduni, responsabile nuovi media e consulente di comunicazione politica di Proforma, l'agenzia che ha seguito le campagne elettorali del sindaco di Bari Michele Emiliano, nel 2009, e del governatore della Puglia Nichi Vendola, nel 2010: «In entrambi i casi abbiamo usato internet e un'analisi delle conversazioni online per contribuire a stilare parte del programma. Ma c'è ancora bisogno di un salto culturale: i politici devono imparare a non considerare una sorta di lesa maestà il ricorso a figure come quella dello spin doctor».

Un salto che in molte aziende italiane è stato già fatto. Postemobile è l'operatore telefonico del Gruppo Poste Italiane: è presente sul mercato dal 2007, ha oltre due milioni di clienti e usa il sistema di monitoraggio di BlogMeter. «Questo strumento ci permette di capire qual è il grado di soddisfazione dei nostri clienti, in quanto tempo siamo in grado di rispondere alle domande che ci arrivano sui social media e dove possiamo migliorare», spiega Carlo Cortesi, responsabile new media e web di Postemobile. I report vengono discussi anche nelle riunioni in cui si stabiliscono le offerte commerciali; e il pannello di controllo è accessibile ai team del marketing, del servizio clienti e della comunicazione. Non vengono comunque monitorate solo le discussioni su Postemobile, ma quelle sull'intero mercato della telefonia, concorrenza compresa.

FEDERICO FERRAZZA 34 anni, due volte papà, romano e romanista.

Chi lavora con grandi brand è anche Tweetminster, la terza protagonista di questa storia che, a differenza di VfB e BlogMeter, non opera in Italia, ma in Inghilterra. A fondarla nel 2008 a Londra è stato però il romano Alberto Nardelli (oggi 32 anni). «C'erano appena quattro parlamentari inglesi su Twitter - ora sono più di 400 - e anche i giornalisti erano pochissimi. Abbiamo però scommesso che la piattaforma sarebbe cresciuta e già a metà del 2009 i politici erano diventati 100 mentre i media cominciavano a interessarsi al fenomeno», ricorda Nardelli. «Per noi la svolta è arrivata nel 2010, quando ci sono state le elezioni politiche in Inghilterra (vinte dal conservatore David Cameron, ndr): abbiamo cominciato a realizzare delle mappe per vedere dove i candidati stavano facendo campagna elettorale, a monitorare i trend nelle discussioni politiche e anche a ricostruire i network di relazioni tra i politici».

In questo modo l'azienda di Nardelli («Siamo in cinque: io mi occupo di prodotto e strategia; gli altri sono designer e sviluppatori») si è fatta notare ed è stata assodata da Reuters, Bbc, diversi governi, ambasciate e Unione Europea per analizzare le conversazioni che nascono attorno a determinati temi o a decisioni politiche.

Il cuore della tecnologia - interamente sviluppata in casa - si basa su analisi di trend all'interno di comunità molto specifiche e selezionate (nel caso della politica: ci sono politici, giornalisti, analisti, think tank, apparati di partito). Guardando dentro queste comunità si scoprono i link più condivisi, le questioni più dibattute, gli argomenti a cui gli esperti, i media e l'opinione pubblica danno più peso. «Il nostro punto di partenza sono quindi i tweet dentro una comunità», racconta Nardelli. «Costruiamo la rete, identifichiamo i trend, estraiamo i link per aggregarli e misurarne la popolarità. Poi selezioniamo gli individui che sono più attivi e menzionati. Inoltre abbiamo messo a punto un sistema che cerca di capire quando qualcosa sta succedendo e attiva un alert. Lo proporremo ai nostri clienti nella prima parte di quest'anno come servizio a sé. Lo chiamiamo *Pre Breaking News*: vuol dire catturare notizie prima che arrivino sulle agenzie».

Una grossa fetta dei clienti dell'azienda britannica è rappresentata da società finanziarie per le quali avere una notizia anche pochi secondi prima può essere cruciale. «Già oggi Dow Jones paga 300mila dollari all'anno per un servizio che gli offre notizie esclusive 60 secondi prima che arrivino sui canali normali delle agenzie», dice Nardelli. «Noi vogliamo fare la stessa cosa per altri ambiti, per esempio quello politico».

**L**e analisi dei dati nei social media (e le scelte e le previsioni che ne derivano) trovano infatti nella politica solo una parte delle proprie applicazioni. Ci sono già diversi studi scientifici che dimostrano come l'osservazione di Twitter e simili può anticipare gli andamenti in Borsa o aiutare a comprendere la grandezza di un'area colpita da un terremoto o la propagazione di un'epidemia. Tutte le informazioni raccolte in rete servono per accorciare i tempi di reazione in una determinata situazione. Negli Usa, per esempio, le grandi case di produzione hollywoodiane stanno usando una ricerca con-



ALBERTO NARDELLI  
32 ANNI, CERVELLO  
ROMANO IN FUGA. LA  
SUA TWEETMINSTER  
HA SEDE A LONDRA.  
TWEETMINSTER.CO.UK

dotta agli Hp Labs di Palo Alto, California, che dimostra come sia possibile anticipare gli andamenti al botteghino di un film partendo dai commenti che vengono espressi su Twitter. Insomma, le tecnologie come quelle di VfB, BlogMeter e Tweetminster verranno usate sempre di più e sempre più spesso per comprendere la società. E non c'è bisogno di un'analisi sui social media per sapere che la probabilità che aziende come queste avranno successo è davvero molto alta. ■

## Vuoi sapere chi vincerà le elezioni?

Segui i nostri  
esperti dall'app  
per iPad e  
su **wired.it**



È il coordinatore di Wired.it, ma non disdegna le incursioni sulla carta.

# Week End



**In questi due giorni**

**\* dedicati al telefonino  
per imparare a sfruttarlo meglio  
spendendo meno**

Le offerte di abbonamento sono così tante che azzeccare quella giusta non è sempre facile? Nessun problema. Noi ti aiutiamo a trovare la soluzione migliore per te. Anche tra le promozioni dedicate agli smartphone



## Scelgo la tariffa giusta per me

### Telefono poco, ma a tutti

# Chi sceglie la formula **All Inclusive di Wind** con una ricarica di 8 euro ha 120 minuti e 120 sms al mese verso tutti. In più naviga su Internet dal telefonino.

# Con **Bip Mobile Super 5**, invece, i minuti si pagano a consumo e costano solo 5 centesimi.

### Uso spesso il cellulare

# **Zero Pensieri Medium** di PosteMobile si può scegliere anche in versione ricaricabile: costa 22 euro al mese e comprende 500 minuti e 500 messaggi verso tutti. In più si naviga su Internet

dal telefonino e si parla gratis con un numero a scelta.

# **Top Sim 400** è l'abbonamento di 3 per parlare con tutti: 400 minuti, 100 messaggi e la connessione a Internet sono compresi nel canone mensile di 15 euro.

### Cerco un piano senza limiti

# Con **Vodafone Relax Semplice** si parla e si mandano sms a piacimento con un forfait mensile di 41,16 euro. Nell'abbonamento è compreso anche Internet, ma con un tetto di consumo mensile.

# Anche Wind propone un abbonamento simile. È **All Inclusive Unlimited Sim Edition** e prevede chiamate, sms e Internet senza limiti. Si pagano 40,16 euro al mese, ma dopo 5 anni è previsto un aumento.

### Chiamo quasi sempre gli stessi numeri

# Chi contatta i numeri Tim può scegliere l'opzione **Timx2**: con 1 euro a settimana si fanno telefonate illimitate verso il numero preferito. Aggiungendo 2 euro, l'agevolazione si estende a tutti i numeri Tim.

# Per chi ha Wind c'è l'opzione **Noi Wind Unlimited**. Costa 7 euro al mese e dà diritto a chiacchierare senza limiti con gli amici abbonati allo stesso operatore.

### Mando tanti sms

# **Tim Young** è riservato a chi ha meno di 30 anni: con 6 euro (per i nuovi clienti) garantisce 1.000 sms al mese verso tutti e comprende anche Internet.

# **Vodafone Square** costa 4,90 euro al

mese per i nuovi clienti e assicura messaggi illimitati verso i cellulari Vodafone. In più ci sono 100 sms verso gli altri operatori e chiamate senza limiti al numero del cuore.

### Ho bisogno di Internet

# A una ricaricabile 3 si può abbinare l'opzione **Super Internet** e navigare ad alta velocità a 5 euro al mese.

# Con 74 euro all'anno chi ha una scheda **CoopVoce** naviga senza pensieri per 12 mesi sfruttando la connessione del telefonino. L'opzione si chiama Web 1 Giga senza limiti.

### Confronto anche le proposte dei gestori virtuali

Le nuove compagnie telefoniche si chiamano "virtuali" perché non hanno una rete propria: sfruttano i network degli operatori tradizionali, che garantiscono la copertura, per proporre tariffe convenienti e servizi extra. Vale dunque la pena conoscerle. PosteMobile, per esempio, si attiva negli uffici postali e con il cellulare permette di pagare anche i bollettini. Poi ci sono A-Mobile di Auchan, CoopVoce e UnoMobile di Carrefour con cui è possibile convertire i punti-spesa dell'ipermercato in minuti di telefonate. Fastweb Mobile, infine, assicura forti sconti a chi possiede Fastweb anche sul telefono di casa, mentre Bip Mobile si propone come la prima compagnia virtuale low cost.

### Vado in negozio e, prima di sottoscrivere il contratto, faccio 5 domande

1. «Il canone comprende la tassa governativa?». Ammonta a 5,16 euro e va sempre pagata se il contratto è in abbonamento.
2. «Sono già un vostro cliente: questa offerta vale anche per me?». Le promozioni più vantaggiose possono essere riservate solo a chi proviene da un altro operatore telefonico.
3. «Fino a quando valgono le condizioni che ora mi proponete?». A volte gli importi pubblicizzati sono validi per i primi mesi. Dopo può scattare una tariffa più alta.
4. «I minuti sono conteggiati a scatti?», «C'è uno scatto alla risposta?». Se la risposta è affermativa, significa che l'effettivo prezzo al minuto è maggiore di quanto reclamizzato.
5. «Sim e telefono sono sempre compatibili?». Attenzione: il telefono in promozione con l'abbonamento potrebbe non accettare le schede di altri operatori.

WEEKEND / sabato

# Scelgo lo smartphone giusto per me

## Semplice e di qualità: il sistema iOS

# **Il vantaggio** iOS, il sistema degli iPhone, è imbattibile per raffinatezza e semplicità. E può essere arricchito da migliaia di app, che si occupano di ogni cosa, dalla lista della spesa alle indicazioni stradali.

# **Lo svantaggio** La qualità si paga: gli iPhone sono fra i telefoni più cari.

## Versatile e sofisticato: il sistema Android

# **Il vantaggio** Android equipaggia centinaia di modelli, dagli smartphone da 99 euro a quelli ultrasofisticati. Il "Play Store" ufficiale è ricolmo di app, molte delle quali si scaricano gratis.

# **Lo svantaggio** Per chi è alle prime armi un telefono Android può essere un po' complicato.

## Facile ed elegante: il sistema Windows Phone

# **Il vantaggio** Con le loro "tiles" (cioè le piastrelle colorate che scorrono sullo schermo), i telefoni con Windows Phone hanno un look elegante e sono anche facili da usare.

# **Lo svantaggio** Windows Phone è l'ultimo arrivato: il numero di app disponibili non eguaglia ancora i concorrenti.



1



2



3



4

### 1\_iPhone5

L'ultimo iPhone ha uno schermo più grande e incorpora Siri, un "assistente virtuale" che risponde ai comandi dettati nel microfono: si può dirgli «Mostrami la strada di casa» o «Metti la sveglia domani mattina alle 7». Da 729 euro.

### 2\_Sony Xperia Miro

Si sceglie in quattro colori e con Facebook integrato è l'ideale per rimanere connessi con gli amici. Costa meno di 199 euro.

### 3\_Samsung Galaxy Note II

Le sue dimensioni extralarge lo rendono quasi un computer da borsetta, perfetto per chi lavora in mobilità: sul grande

schermo si possono perfino prendere appunti con il pennino. Costa circa 600 euro.

### 4\_Nokia Lumia 620

In uscita a febbraio a 250 euro, il Lumia 620 incorpora la funzione City Lens: se si fotografa una strada compaiono informazioni su negozi e locali della zona.

## Dilazione il costo del telefonino con un abbonamento "tutto compreso"

I principali operatori offrono abbonamenti che comprendono anche il telefono e in questo modo il prezzo è diluito in rate mensili. Top 400 Smart di 3, per esempio, è uno dei piani più convenienti per chi punta ad avere l'ultimo iPhone, incluso nel canone di 34,16 euro insieme a un abbondante forfait di chiamate, messaggi e Internet. Diversi modelli

possono essere abbinati anche ai piani ricaricabili Vodafone, aggiungendo un contributo minimo di 3 euro mensili. Con la formula Tutto Smartphone di Tim ci si porta invece a casa un telefonino di ultima generazione a partire da 10 euro al mese, Internet compreso. Attenzione però: con queste offerte cambiare abbonamento prima del termine può costare caro. Meglio informarsi sui costi di recesso anticipato.



**WEEKEND / domenica**

# Mi chiarisco ogni dubbio

## Posso sapere a quale compagnia appartiene un numero di telefono?

# Sì, basta comporre le cifre 4-5-6 prima del numero e, con un messaggio gratuito, si ascolterà l'informazione.

## Come mai con il nuovo cellulare il credito si esaurisce rapidamente?

# Spesso la colpa è di addebiti "invisibili" per Internet. I moderni smartphone, per esempio, restano connessi anche quando non si naviga. E perfino i modelli tradizionali hanno tasti che attivano la connessione: il rischio è di premerli inavvertitamente. Alcune tariffe, poi, prevedono costi extra quando si naviga sotto la copertura di altro operatore. La soluzione? Disabilitare le funzioni che non servono nelle impostazioni del telefonino. O, in alternativa, attivare una tariffa Internet a forfait.

## Ho chiesto di cambiare operatore. Rischio di dover pagare una penale?

# Nessuna sanzione: la legge lo esclude. Non solo: il vecchio operatore è tenuto a trasferire anche il credito rimasto sulla vecchia scheda Sim. Bisogna solo accertarsi che non ci siano spese in sospeso come, per esempio, le rate per l'acquisto dell'apparecchio.

# Il passaggio del numero al nuovo operatore (si chiama portabilità) avviene in media in tre giorni, durante i quali si continua a rimanere raggiungibili con la precedente Sim.

## Devo chiamare un Paese straniero. Riesco a capire prima quanto spenderò?

# Se si chiama un cellulare italiano, la tariffa non cambia: chi telefona dall'Italia paga come se il destinatario fosse in patria.

# Se, invece, si chiama un numero internazionale le tariffe possono essere molto alte. Chi lo fa spesso può chiedere al Servizio clienti del proprio operatore se c'è un'opzione tariffaria per ridurre i costi.

## Vado in vacanza all'estero. C'è il modo per evitare un salasso sul credito?

# Nei Paesi dell'Unione europea vige un regolamento che fissa un tetto alle tariffe: 29 centesimi al minuto per chiamare, 8 per ricevere, 9 a messaggino inviato. Gli Sms ricevuti, invece, sono sempre gratuiti.

# Per evitare sorprese, meglio bloccare la connessione automatica a Internet quando si è all'estero. Basta cercare la voce "Roaming dati" nelle impostazioni e disattivarla.

## Faccio valere i miei diritti

# Si scopre un addebito ingiustificato? O c'è un problema che il Servizio clienti non riesce a risolvere? Il primo passo è fare un reclamo scritto alla compagnia. Va inviato per raccomandata oppure via fax con: i dati del contratto, una sintetica descrizione del problema e la propria richiesta. In aggiunta, si può inviare una denuncia all'Autorità per le telecomunicazioni con il "modello D" disponibile sul sito <http://snipurl.com/modellod>

# Se non si riceve una risposta soddisfacente, trascorsi 30 giorni dal reclamo scritto si può avviare la procedura di conciliazione presso i Corecom (Comitati regionali per le Comunicazioni). La pratica non costa nulla e si può compilare con l'aiuto di un'associazione di consumatori. A quel punto, la compagnia avrà un mese di tempo per risolvere il problema.

# Un'altra mossa utile? procurarsi la Carta dei servizi. Questo documento, che è reperibile sui siti degli operatori, spiega come sporgere reclamo e indica quanto si può chiedere come indennizzo.



**ANDREA BENEDET** GIORNALISTA. ESPERTO DI ECONOMIA E RISPARMIO. SEGUE CON ATTENZIONE TUTTE LE NOVITÀ E LE NORME CHE REGOLANO IL MONDO DELLA TELEFONIA. SCRIVETEGLI A @MONDADORI.IT



# Rete 4G

## a chi serve davvero?

### LA NOSTRA INCHIESTA

Per l'inchiesta abbiamo considerato il servizio mobile 4G, che permetterebbe di navigare con velocità fino a 70 Mbps.

#### UN OCCHIO AI COSTI

Al momento (dicembre 2012) solo Tim e Vodafone propongono un'offerta 4G: abbiamo analizzato i costi delle tariffe, valutando se conviene attivarle in base a diversi profili di uso. Nella nostra simulazione abbiamo considerato solo la rete mobile e comparato tariffe che offrono un livello di navigazione paragonabile al 4G.

Promette una navigazione a 100 Mbps, ma per ora arriva a 70. E funziona solo in quattro città. Una spesa oggi inutile (e alta) per la maggior parte degli utenti.

**N**avigare con un telefonino sulla rete 4G è come avere una Ferrari: un sogno impossibile per la maggior parte delle persone. E non solo per una questione di soldi: la quarta generazione di telefonia mobile non costa certo poco, ma è soprattutto la diffusione territoriale il vero ostacolo. Fuori dalle grandi città, per ora, è impensabile navigare a una velocità superiore a 14

Mbps. E quando parliamo di città, teniamo conto che l'offerta 4G degli operatori si limita solo a Milano, Roma, Napoli e Torino. Una navigazione, insomma, non propriamente mobile. Paradossalmente la rete 4G non fa che accentuare il cosiddetto digital divide, cioè il distacco tra i centri urbani avanzati tecnologicamente e la provincia sempre più emarginata. Ci chiediamo: non sarebbe stato meglio promuovere la diffusione delle tecnologie



collaudate da tempo, prima di lanciare novità riservate a una nicchia di eletti?

## Parte la sfida alla rete fissa

La tecnologia di quarta generazione dovrebbe consentire una navigazione sul web molto veloce. Gli operatori parlano addirittura di 100 Mbps. La realtà, però, è diversa: la velocità massima a cui si può arrivare è 70 Mbps. Certo, è comunque un bel viaggiare, se si pensa che oggi la maggior parte delle persone naviga su rete mobile a meno di 10 Mbps. La tecnologia 4G, dunque, sembra essere molto vicina a competere con la rete fissa: l'adsl italiana, infatti, non va oltre i 20 Mbps e la fibra ottica varia a seconda dell'operatore (Tim parla di 30 Mbps, Fastweb promette 100 Mbps). Queste però sono tutte velocità teoriche dichiarate dai produttori. In realtà la velocità di navigazione è davvero più contenuta. E la strada per rendere accessibile a tutti le potenzialità del 4G è ancora molto lunga.

## Trova la tariffa

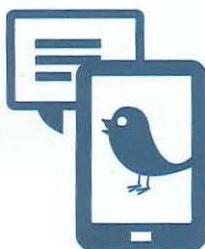
Se non sei soddisfatto del tuo piano tariffario per il cellulare il nostro calcolatore ti aiuta a trovare una nuova tariffa più conveniente.

- ❖ Vai su [www.altroconsumo.it/cellulari](http://www.altroconsumo.it/cellulari): tra le oltre 700 tariffe attivabili sul mercato italiano c'è sicuramente quella più adatta a te.
- ❖ In base a quante telefonate fai alla settimana, a quanto durano e in che fascia oraria sei solito chiamare, otterrai una classifica di tutte le tariffe in ordine di convenienza.
- ❖ Tra tutte le tariffe, verrà evidenziata quella che utilizzi attualmente: in questo modo scopri anche quanto puoi risparmiare passando a quella più conveniente.

> [www.altroconsumo.it/cellulari](http://www.altroconsumo.it/cellulari)

### PROFILO JUNIOR

Legge sempre le email; usa Facebook; naviga nei siti di informazione.



La navigazione non supera mai 1 GB al mese: in questo caso va bene una delle tariffe proposte dal mercato per la rete mobile, anche da 7Mbps.

#### POSTEMOBILE

**1 Giga per i soci Altroconsumo**  
HSPA 7 Mbps - 1 GB mensile

Costo Mensile	Costo Annuo
4,50 €	54 €

#### WIND

**Mega Unlimited**  
HSPA 14 Mbps - 10 GB mensile

Costo Mensile	Costo Annuo
20 €	245 €

#### VODAFONE

**Internet fly**  
HSPA 43 Mbps - 7 GB mensile

Costo Mensile	Costo Annuo
25 €	305 €

### PROFILO SENIOR

Guarda uno, due video o film in streaming alla settimana; fa molte videochiamate.



In questo caso la navigazione non supera i 10 GB al mese. La scelta migliore è attivare una delle tariffe a 43 Mbps per la rete mobile.

#### VODAFONE

**Internet fly**  
HSPA 43 Mbps - 7 GB mensile

Costo Mensile	Costo Annuo
25 €	305 €

#### TIM

**Ultra Internet 42.2**  
HSPA 42 Mbps - 10 GB mensile

Costo Mensile	Costo Annuo
30 €	365 €

### PROFILO EXPERT

Vede molti film in streaming, peer-to-peer con pc; preferisce i film in alta definizione.



Se il traffico dati è così elevato (o se la connessione mobile è usata da più persone in famiglia) si potrebbe attivare una tariffa 4G.

#### VODAFONE

**Internet 4G Special**  
4G 70 Mbps - 15 GB mensile

Costo Mensile	Costo Annuo
30 €	365 €

#### TIM

**Internet 4G**  
4G 70 Mbps - 20 GB mensile

Costo Mensile	Costo Annuo
35 €	425 €

## I limiti da superare

Al momento in cui scriviamo sono solo due gli operatori con offerte 4G: Tim e Vodafone. Entrambe sono molto limitate dal punto di vista territoriale: la proposta di Tim si applica solo a quattro città (Milano, Roma, Napoli, Torino); quella di Vodafone a due (Milano e Roma). I servizi inclusi sono molti: si tratta naturalmente di una serie di opportunità multimediali (accesso a film, partite di calcio...) consentite dall'alta velocità di navigazione. Non cercateli dunque negli altri piani tariffari, perché non li trovereste. Nella tabella qui accanto abbiamo inserito i costi delle sole tariffe (senza acquisto di cellulari, chiavette o tablet): in media per il 4G si spendono 30 euro al mese. Un cifra piuttosto in linea con la fibra ottica. Ricordatevi però che ci sono - ad oggi - evidenti limiti nella navigazione: 20 GB al mese per Tim; 15 GB al mese per Vodafone. Un secondo punto da non sottovalutare è che per usare il 4G ci vuole anche un cellulare di quarta generazione. Che ha prezzi piuttosto elevati.

## Con la chiavetta o il tablet

State attenti quando vi propongono di attivare la tariffa 4G unitamente all'acquisto di una chiavetta oppure di un tablet. Le proposte in giro sono di due tipi: quelle che includono l'acquisto della chiavetta con un anno di navigazione

TARIFFE NAVIGAZIONE SU RETE MOBILE							
Operatore	Tariffa	Tipo	Velocità massima in Mbps	Prezzi in euro			
				Costo di attivazione	Costo mensile	GB mensili	Costo dopo 1 anno
TIM	Internet 4G	4G	70	5	35	20	425
TIM	Ultra Internet 42.2	HSPA	42	5	30	10	365
VODAFONE	Internet 4G Special	4G	70	5	30	15	365
VODAFONE	Internet Fly	HSPA	43	5	25	7	305

incluso pagando tutto subito e quelle che fanno mensilizzare la spesa.

In quest'ultimo caso ricordate, però, che se decidete di recedere dovrete pagare non solo tutte le rate residue, ma in più una penale: Vodafone la quantifica in 99 euro; Tim non la specifica (e questo non gioca a suo favore), ma di sicuro non è sotto ai 100 euro.

E poi ci sono le offerte per i tablet. Le proposte attuali sono molto simili a quelle con chiavetta: i costi però sono decisamente più alti. Come ultima alternativa è possibile acquistare chiavetta o tablet e attivare, quindi, la tariffa 4G dell'operatore che preferite.

## Conviene? Dipende

Concludendo: conviene effettivamente passare al 4G? Se la navigazione mensile è inferiore a 10 GB, la risposta è no. In questo caso è più conveniente scegliere la rete a 42 Mbps: i costi sono inferiori e i Gb sono sufficienti. Verificate comunque che il servizio sia attivo nella vostra città, perché purtroppo è ancora diffuso a macchia di leopardo.

Solo se si naviga più intensamente, può convenire il servizio 4G. Tenendo sempre presente che fuori dalle quattro città coperte, la navigazione precipita a prestazioni comuni. Che non valgono di certo la cifra che si paga. ●

## 4G: IN ATTESA DI RETE E CELLULARI

La tecnologia 4G funziona con tablet, chiavette e con i (pochi) cellulari offerti dagli operatori. Perché la scelta sia più ampia bisogna attendere ancora un po' di tempo.

A breve la tecnologia 4G porterà con sé una serie di nuovi cellulari, adatti a sostenerla. Tuttavia oggi (n.d.r. gennaio 2013) l'offerta è ancora ridotta. Tim e Vodafone offrono solo qualche modello di cellulare, ma al di là di questi è difficile trovarne di compatibili sul mercato libero. Certo per navigare a 4G si può sempre usare l'iPad 3, il mini iPad oppure l'iPhone 5, ma bisognerà aspettare ancora qualche tempo perché la scelta sia più ampia. I produttori sono in attesa di vedere

esattamente quali reti e su quali frequenze si diffonderà il 4G in Italia: solo quando avranno qualche certezza inizieranno a pubblicizzare come "adatti alla rete 4G" i propri modelli di telefoni. Nel frattempo, se siete interessati al 4G, la cosa migliore è acquistare uno dei cellulari offerti dagli operatori telefonici oppure chiedere al vostro provider se il cellulare che avete funziona sulla rete 4G. Ma ricordatevi: anche la copertura è ben lontana dall'essere pronta.



iPhone 5



Cellulare Vodafone o Tim 4G



iPad 3 mini



Chiavetta

Scelte sicure



# Un taglio alle tariffe

Pensi di spendere troppo rispetto all'uso che fai del telefonino? Scova operatore e tariffa su misura per te.

La pubblicità confonde e non c'è una buona scelta valida per tutti. Trova le tariffe più economiche per le tue abitudini sul nostro sito, cliccando su: tariffe cellulari.

Se PosteMobile è tra queste, puoi avere ulteriori vantaggi e scegliere tra:

- piano ricaricabile "9xTutti", per chiamate e sms verso tutti a 9 cent, senza costi fissi né scatto alla risposta;
- "Con noi Italia", per chiamare tutti i numeri di PosteMobile e i telefoni fissi nazionali a 1 euro a settimana;
- "Mobile 1GigaNew" per navigare, anche con tablet, a 4,50 euro al mese.

## Confronta, scegli e risparmi

vai su [altroconsumo.it/cellulari](http://altroconsumo.it/cellulari)  
o chiama il numero 02 6961590

I suggerimenti e i giudizi di Altroconsumo sono come sempre indipendenti. Tutti i prodotti e i servizi che proponiamo sono stati sottoposti alle nostre analisi e ai nostri test comparativi.

**ALTROCONSUMO**  
Il tuo punto di forza

## Scelte sicure

Per farti risparmiare sugli acquisti e offrirti un trattamento vantaggioso su utenze domestiche e assicurazioni, contrattiamo condizioni di favore con i migliori operatori del mercato, rimanendo totalmente indipendenti.

### LA TUA ASSICURAZIONE

#### Rc Auto e Rc Moto

Tariffe personalizzate sulle polizze Rc auto, Rc moto e Rischi diversi auto e moto.  
GENIALLOYD Info: 800-999.999  
ZURICH CONNECT Info: 848-585.032

#### Viaggi

Polizza Viaggi Nostop Vacanza, con uno sconto del 20% per viaggi in Italia e all'estero, vacanze e stage.  
EUROP ASSISTANCE Info:  
www.europassistance.it o 800-443.322

### I TUOI SOLDI

#### Carta di credito Altroconsumo

Restituzione dello 0,2% dei soldi spesi; non devi cambiare banca né aprire un nuovo conto.  
Info: 800-663.399 (da telefono fisso)  
o 015-2434.614 (da estero e cellulare)

#### Conti deposito

ING DIRECT Conto Arancio: + 0,2% lordo sul tasso d'interesse base. Info: www.ingdirect.it/altroconsumo o 800-337.337 (nuovi clienti); 800-717.273 (già clienti)  
SPARKASSE Conto Dolomiti Flex: + 0,2% lordo sul tasso d'interesse base. Info: www.dolomitidirekt.it/altroconsumo.html o 800-378.378

#### NOVITÀ Conti correnti

BCCFORWEB Conto corrente completo: 3% lordo annuo sulle giacenze libere da vincoli; nessuna spesa né bolli. Info: www.bccforweb.it/altroconsumo

### I TUOI ACQUISTI

#### I prodotti dei nostri test a prezzi vantaggiosi

CENTRACQUISTI I migliori prodotti dei nostri test a un prezzo conveniente.

Info: www.centracquisti.it o 02-9976.2829

#### I pneumatici dei nostri test a prezzi speciali

PNEUS ONLINE Sconto del Per acquistare online i migliori pneumatici dei nostri test.

Info: www.pneumatici-pneus-online.it

#### I vini dei nostri test a prezzi vantaggiosi

I migliori vini dei nostri test a un prezzo esclusivo, sconto del 10% sul catalogo del negozio virtuale R2m. Info: www.vino.altroconsumo.it

### LA TUA CASA

#### Analisi dell'acqua e rilevazione del radon

Per far analizzare l'acqua o l'aria di casa.

Info: 02-6961.560

#### Fornitura di elettricità

TRENTA Family Energia Trenta con tariffazione riservata. Info: www.trenta.it o 02-6961.561

EDISON Luce Sconto Facile del 15% sulla componente energia del prezzo dell'elettricità. Info: convenzioni.edisoncasa.it (codice: altroconsumo) o 800-066.850

### IL TUO TELEFONO

#### Tariffe di telefonia mobile

POSTEMOBILE Piano ricaricabile 9xTutti: 9 cent al minuto per le chiamate verso tutti e 9 cent per gli sms. Senza scatto alla risposta, né costi fissi. In più opzioni tariffarie a prezzi vantaggiosi. Info: www.postemobile.it (vai su "Privati" e poi su "Convenzioni").

> [www.altroconsumo.it/vantaggi](http://www.altroconsumo.it/vantaggi)

## Viva voce

### ANNULLAMENTO VIAGGIO

## Perché la polizza conviene

**Q**uante volte, prenotando un pacchetto vacanze, abbiamo pensato che forse la polizza per annullamento del viaggio potevamo pure risparmiarcela.

Non così un nostro socio di Brindisi, Vito Dolcecanto: quei 140 euro li aveva pagati di buon grado quando ha acquistato da un operatore turistico specializzato (Mla Golden Globe di Napoli) una vacanza studio in America per il figlio.

### Con l'incidente, addio America

Caso vuole che un incidente al figlio renda quel viaggio impossibile. Non tutto è comunque perduto: il nostro socio attiva la "garanzia opzionale annullamento per malattia", inviando la documentazione medica tramite raccomandata a/r alla Mla di Napoli. Fa tutto nei termini dei sei giorni lavorativi previsti dalla polizza.

Poiché non riceve riscontro, contatta telefonicamente gli uffici del tour ope-

rator, dove gli confermano che il rimborso sarà liquidato nei tempi previsti dal contratto. Il tempo scorre e il termine si avvicina, ma del rimborso non c'è traccia. Chiede ad Altroconsumo di sollecitare la pratica presso Mla. Ancora una volta il socio ci aveva visto giusto: infatti l'assegno di 2.587 euro arriverà due giorni dopo la scadenza del termine previsto.

Al socio non resterà che constatare, con l'amaro in bocca: «Quando invece è stato uno dei bonifici con cui ho pagato il viaggio-studio ad arrivare in ritardo di tre giorni, non mi hanno riconosciuto lo sconto di 100 euro, che mi avevano promesso». ●

Anche tu hai problemi di questo tipo? Contatta il nostro servizio di consulenza giuridica.



02 69 61 550

lunedì - venerdì h. 9-13 14-18



Vito Dolcecanto

### SE RICEVI UN'EMAIL DA ALTROCONSUMO

Altroconsumo riesce a essere indipendente grazie al supporto dei propri soci, per questo abbiamo bisogno di far conoscere i nostri servizi. Per promuoverli utilizziamo anche società esterne, che inviano email a persone che hanno dato il consenso a riceverle. Per motivi di privacy non abbiamo accesso alle liste di persone a cui le

mandano, quindi anche i nostri soci potrebbero ricevere alcune email promozionali destinate invece a chi non è ancora socio. Noi non possiamo intervenire direttamente nell'eliminazione di indirizzi dalla lista, ma è importante sapere che ogni email deve contenere un link che permette di cancellarsi dalla lista in completa autonomia.

**INTERNET: PUBLISPEI E POSTEMOBILE LANCIANO WEB SERIE 'LIB' =  
12 EPISODI SU FACEBOOK E YOUTUBE CON LE GIOVANI STAR DEI CESARONI MICOL OLIVIERI E  
NICCOLO' CENTIONI**

Roma, 20 feb. (Adnkronos) - Una serie targata Publispei e pensata esclusivamente per il web. Oggi pomeriggio alle 18.30 sulla pagina Facebook di PosteMobile, [www.facebook.com/postemobile](http://www.facebook.com/postemobile), andra'

online il primo dei 12 episodi di 'Lib', che vedono protagonisti Micol Olivieri e Niccolo' Centioni, giovanissime star dei Cesaroni.

Lontana dal linguaggio classico del product placement e da quello della fiction tradizionale, la web serie sperimenta una forma di narrazione nuova e, nei tre minuti in cui si sviluppa ciascun episodio, racconta con ritmi serrati e atmosfere fanta-noir la storia di un amore impossibile tra un terrestre e un'aliena durante una notte quasi sospesa nel tempo in uno sperduto hotel di periferia. Da qui il titolo 'Lib' che, oltre a essere formato da alcuni dei caratteri grafici del logo PosteMobile, rappresenta anche l'acronimo di "Leave Impossible Behind": lascia l'impossibile alle spalle.

La web serie, ideata e sceneggiata da Federico Favot per la regia di Peppe Toia e la produzione di Verdiana Bixio, ha tra gli interpreti altri due giovani attori, Martina Carletti e Andrea Poggioli. Gli episodi andranno on air da oggi al 15 marzo e saranno via via caricati anche sul canale YouTube ([www.youtube.com/postemobiletube](http://www.youtube.com/postemobiletube)). (Spe/Ct/Adnkronos)

**Tendenze** Cresce il volume di beni e servizi acquistabili con lo smartphone. PayPal offre la possibilità di comprare anche i mobili di casa

# Dall'autobus alla spesa, quello che paghiamo già con il telefonino

2

**Millioni** I telefoni in Italia con tecnologia Nfc, e cioè su cui sono installati particolari chip che mettono in connessione la sim card con i lettori. Promettono di arrivare a 6 milioni entro la fine dell'anno

700

**Mila** Le ore di parcheggio pagate dagli italiani con il cellulare. I taxi pagati con smartphone sono stati 10 mila. In tutto, i pagamenti via mobile nel 2012 sono stati 6 milioni: l'80% per ricariche telefoniche

Comprare i biglietti dell'autobus, fare la spesa al supermercato o saldare il conto dei mobili alla consegna a casa. Tutto con lo smartphone. L'Italia è pronta per pagare con il cellulare? Forse. I presupposti ci sono e il 2013 potrebbe essere l'anno della svolta, secondo il rapporto dell'osservatorio Nfc & Mobile Payment del Politecnico di Milano che sarà presentato oggi. Da un lato aumenta l'offerta di servizi commerciali per smartphone (da Intesa Sanpaolo a Vodafone, da PayPal a Tim, Movicom e BeMove) dall'altro si fa sentire la spinta dei decreti Salva Italia e Sviluppo bis per combattere l'evasione e incentivare i pagamenti elettronici. E poi in Italia hanno superato quota 2 milioni nel 2012, e promettono di arrivare a 6 milioni entro la fine dell'anno, i telefoni con tecnologia Nfc sui quali sono installati particolari chip che mettono in connessione la sim card con i lettori. Così sono nate soluzioni come Google Wallet, Microsoft Wallet o le applicazioni di banche, corrieri e aziende. Per pagamenti elettronici a distanza, usati quando con lo smartphone si acquistano beni e servizi tramite carta di credito, e di «prossimità», e cioè pagamenti via cellulare veri e propri, con cliente ed esercente nelle immediate vicinanze «Nonostante le apparenze, pagare in questo modo è molto semplice. Gli americani lo chiamano contactless payment.

Che, tradotto, significa: si avvicina lo smartphone a un lettore e lo si usa come se fosse una carta di credito», spiega Alessandro Perego, responsabile scientifico dell'osservatorio. I vantaggi? «Si risparmia tempo e si ha un immediato riscontro del pagamento. Il tutto in sicurezza e dicendo addio al contante. Se infatti il cellulare viene smarrito o, peggio, rubato, lo si blocca proprio come se fosse una carta di credito».

In Italia Tim, Vodafone, Wind e 3 hanno stretto un accordo con le aziende dei trasporti di Bari e Firenze per dare la possibilità di comprare il biglietto dell'autobus via sms. E ci sono app che permettono di fare la spesa al supermercato: si aggiungono i prodotti al proprio carrello virtuale attraverso i codici a barre, si controlla in tempo reale quanto si spende, poi si arriva alla cassa, si digita un codice sul telefono e si paga. Mentre l'intesa tra PayPal e un colosso dell'arredamento consente di pagare via cellulare alla consegna dei mobili. E non basta.

Poste Mobile per prima ha introdotto le Sim a tecnologia Nfc collegate alle carte prepagate del gruppo, per diffondere questa tecnologia negli uffici postali e sui palmari dei postini attivando il pagamento di bollettini, raccomandate o pacchi.

C'è un però. Il famoso hacker americano Eddie Lee ha dimostrato in pochi minuti come, per alcuni dispositivi pre-

senti sul mercato americano, con una spesa ridicola sia possibile leggere e copiare da un terminale all'altro informazioni sensibili relative a una carta di pagamento in utilizzo, per poi sfruttare i dati a scopi illeciti. Insomma, pagare via cellulare è sicuro ma non troppo. E secondo una ricerca Ispo la parte di popolazione più anziana continua a preferire il contante, soprattutto nel vecchio continente, dove la lotta all'evasione non basta a convincere gli acquirenti a mettere da parte le banconote. «Prima di preoccuparci del progresso tecnologico — lo scrittore Erri De Luca — dovremmo ricordarci che si è persa la dimensione sociale del mercato: un tempo ci si incontrava all'aperto e si concludevano gli affari con una stretta di mano. Ora il rapporto tra compratore e venditore si è già abbastanza deumanizzato, anche senza bisogno del cellulare. Quindi sarebbe meglio dare a tutti la possibilità di pagare come credono».

**Marta Serafini**

@martaserafini

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Debutta 'Lib', web serie targata Publispei e PosteMobile con i protagonisti dei Cesaroni  
20/2/2013

12 episodi su **Facebook** e **YouTube** con le giovani star del piccolo schermo **Micol Olivieri** e **Niccolò Centioni**. La web serie sperimenta una forma di narrazione nuova e, nei **tre minuti** in cui si sviluppa ciascun episodio, racconta con ritmi serrati e atmosfere fanta-noir la storia di un amore impossibile tra un terrestre e un'aliena durante una notte quasi sospesa nel tempo in uno sperduto hotel di periferia.



Una serie targata **Publispei** e pensata esclusivamente per il **web**. Il 20 febbraio alle 18.30 sulla pagina **Facebook** di **PosteMobile**, [www.facebook.com/postemobile](http://www.facebook.com/postemobile), è online il primo dei **12 episodi** di “**Lib**”, che vedono protagonisti **Micol Olivieri** e **Niccolò Centioni**, giovanissime star dei **Cesaroni**, in un esperimento mediatico nuovo e ambizioso.

Lontana dal linguaggio classico del product placement e da quello della fiction tradizionale, la web serie sperimenta una forma di narrazione nuova e, nei **tre minuti** in cui si sviluppa ciascun episodio, racconta con ritmi serrati e atmosfere fanta-noir la storia di un amore impossibile tra un terrestre e un'aliena durante una notte quasi sospesa nel tempo in uno sperduto hotel di periferia.

Da qui il **titolo** “**Lib**” che, oltre a essere formato da alcuni dei caratteri grafici del logo PosteMobile, rappresenta anche l'acronimo di “**Leave Impossible Behind**”: lascia l'impossibile alle spalle.

La web serie, ideata e sceneggiata da **Federico Favot** per la regia di **Peppe Toia** e la produzione di **Verdiana Bixio**, ha tra gli interpreti altri due giovani attori, **Martina Carletti** e **Andrea Poggioli**. Gli episodi sono on air dal 20 febbraio al 15 marzo e saranno via via caricati anche sul canale YouTube ([www.youtube.com/postemobiletube](http://www.youtube.com/postemobiletube)).

MF

# Daily Net



● QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno XI - venerdì 22 febbraio 2013 n.34

LO DICE L'OSSERVATORIO NFC & MOBILE PAYMENT DEL POLITECNICO DI MILANO

## Pagamenti mobile, nel 2012 oltre i 900 mln di euro

IL SETTORE HA REGISTRATO UNA CRESCITA DEL 30 PER CENTO RISPETTO AI 700 MILIONI DI EURO DEL 2011

Dopo una fase iniziale di ampia diffusione degli smartphone ma di limitata disponibilità di servizi per il loro utilizzo per finalizzare gli acquisti, si sta finalmente affermando in Italia l'utilizzo del mobile payment. È quanto emerge dalla fotografia scattata dall'Osservatorio Nfc & Mobile Payment del Politecnico di Milano. I dati della ricerca, presentata a Milano presso il Campus Bovisa in occasione del Convegno "Mobile Payment, l'Italia s'è desta!", mostrano un mercato in forte crescita che prosegue il trend molto positivo già delineato nel 2011. Alla base della diffusione del mobile payment in Italia ci sono tre fattori chiave: la crescita del 20% dei servizi che consentono di completare gli acquisti online attraverso il telefono cellulare, come il pagamento dei bollettini postali e del canone Rai ma anche dei parcheggi e delle corse degli autobus; la disponibilità della tecnologia che permette di usufruire di questi servizi trasforman-



do il proprio cellulare in un bancomat, grazie all'intesa operativa raggiunta a ottobre dalle principali Telco italiane (Telecom Italia, Vodafone, Wind, H3g e Poste Mobile) sull'impiego della Sim Nfc (Near Field Communication); una legislazione che incentiva l'uso dei pagamenti elettronici, posta alla ribalta con i decreti "Salvitalia" e "Sviluppo-bis".

### Contante addio

In questo contesto, l'attaccamento degli italiani al contante vacilla: nel 2012 quasi un miliardo di euro è stato pagato dagli italiani utilizzando il cellulare come

strumento di attivazione del pagamento. Il mobile remote payment & commerce è passato infatti da 700 milioni di euro nel 2011 a oltre 900 milioni di euro nel 2012, registrando una crescita del 30%. Di questi, ben 470 milioni di euro derivano dall'utilizzo del mobile payment per l'acquisto dei contenuti digitali per gli smartphone, in crescita del 15% rispetto al 2011: gli italiani abbandonano infatti l'acquisto di contenuti tramite sms (in calo del 12%), ma si rivolgono agli app store per effettuare acquisti di app, in crescita del 20%. L'utilizzo del mobile remote payment & commerce

per beni e servizi registra invece una straordinaria crescita del 60% raggiungendo un valore di circa 310 milioni di euro. Contribuisce a questo successo la crescita del mobile remote commerce, ovvero gli acquisti online che implicano anche l'uso del cellulare in una o più fasi. Turismo e trasporti, coupon, aste e gruppi di acquisto sono i settori più attivi (86% del valore delle transazioni): il mobile si conferma così un canale ottimale per veicolare quegli acquisti dove è importante per i consumatori cogliere un'occasione essendo online in un preciso istante. E diversi negozianti stanno sfruttando a loro volta questa opportunità: su un campione di oltre 200 tra i principali esercenti attivi nell'e-commerce, 1 esercente su 3 ha puntato anche sul canale mobile (nel 2011 era 1 esercente su 5). Il 55% dei player attivi ha sviluppato sia l'app sia il mobile site. Il pagamento diretto con cellulare a fronte di un servizio raggiunge un valore pari a 130 dei 310 milioni di euro del mobi-

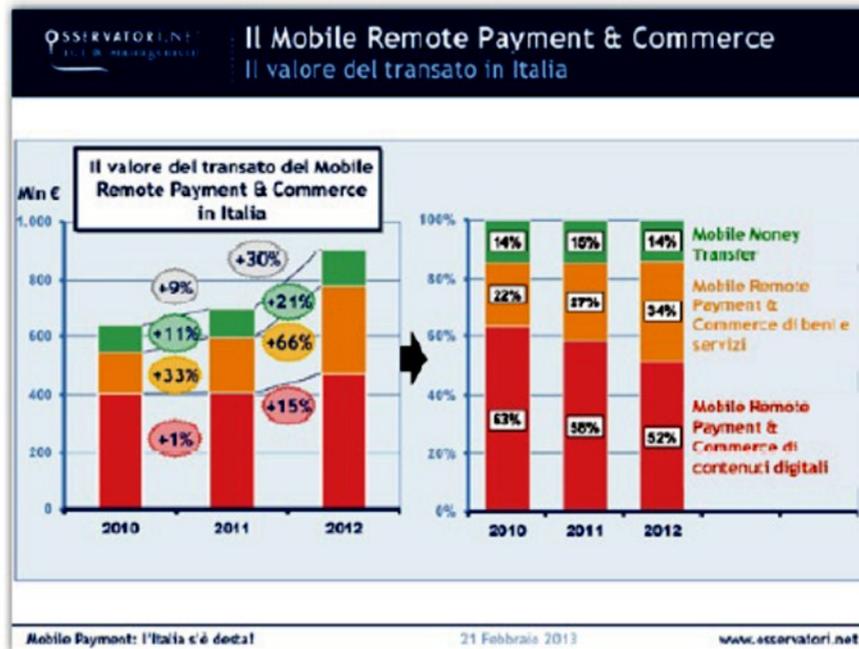
**QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE**

Anno XI - venerdì 22 febbraio 2013 n.34

► Europa, il "punto angoloso" della curva di diffusione dell'Nfc è alle nostre spalle».

**Scenario in evoluzione**

L'evoluzione attuale del mercato permette di tratteggiare due scenari di sviluppo del mobile payment nei prossimi tre anni, legati alla modalità tiepida o convinta con cui gli attori dell'ecosistema gestiranno la creazione di servizi e la diffusione di tecnologia per fruirli. Secondo la simulazione del Politecnico di Milano, a fine 2016 e con riferimento ai due scenari già menzionati, il numero di utenti che pagheranno mediante una soluzione di mobile proximity payment, oscillerà tra 6 e 10,3 milioni di utenti, a fronte di un parco cellulari Nfc medio che supera i 25 milioni di unità: il parco esercenti dotati di Pos Nfc oscillerà tra 405.000 e 610.000, caso quest'ultimo che mantiene nel tempo dinamiche di crescita simili al 2013, già notevoli. Da queste stime emerge come nello scenario "tiepido", il valore dei pagamenti mediante mobile proximity payment al 2016 sarà di 4,7 miliardi di euro, dei quali 1,5 miliardi verranno effettuati nei micro-pagamenti. Nello scenario in cui gli attori si dimostrano



convinti dell'investimento in questa nuova modalità di pagamento, il transato intercettato salirebbe a 10,8 miliardi di euro (+130%), di cui 4,3 miliardi di micro-pagamenti (+187%). «Se singolarmente telco, issuer o acquirer lavorassero al massimo delle proprie possibilità, avendo dagli altri attori una risposta attendista, non si otterrebbero neppure lontanamente i risultati prospettati nello scenario in cui gli

attori sono convinti - commenta **Alessandro Perego**, responsabile scientifico dell'Osservatorio Nfc & Mobile Payment -. Ed un euro investito da un ecosistema coordinato rende, in termini di capacità di intercettare il transato, il 140% in più di un euro speso da un attore isolato. Considerando che il totale delle transazioni oggi regolate in Italia per mezzo di contanti è stimabile in circa 400 miliardi di

euro l'anno, gli spazi, anche nello scenario più "convinto" sono davvero enormi, e saranno colti - pensiamo rapidamente - negli anni a venire. L'importante, adesso, è seminare nella direzione che assicura la massima velocità di crescita». E sono già molte le iniziative lanciate nel 2012 o programmate nel 2013, frutto della collaborazione "convinta" tra telco, issuer o acquirer.