

Ecco tutto quello che c'è da sapere sui pagamenti contactless: dall'attivazione della SmartPass al pagamento tramite POS NFC

lo pago tutto con lo smartphone!

NFC, acronimo di Near Field Communication (Comunicazione in prossimità), è una tecnologia sviluppata da Philips, Sony e Nokia che fornisce connettività wireless a corto raggio e molto simile a quella RFID (Radio Frequency Identification, ovvero Identificazione a radio frequenza) che troviamo negli adesivi metallici attaccati su alcuni libri in biblioteca o sulle carte di credito, ma che, al contrario di quest'ultima, con un numero più elevato di funzioni. Quando NFC fu lanciato uno dei principali motivi della sua commercializzazione era quello di utilizzarne le potenzialità per effettuare pagamenti con gli smartphone. In realtà, ad eccezione del Giappone dove tale sistema è in uso da oltre 10 anni, NFC è stato utilizzato, almeno fino

ad ora, solo per fini di autenticazione prima di consentire lo scambio veloce di informazioni fra dispositivi. Oggi Londra festeggia 1 milione di pagamenti tramite smartphone in 9 giorni, nel nostro paese è invece [PosteMobile](#) ad aver inaugurato i pagamenti contactless con cellulare. Per poter pagare tramite smartphone non basta possedere un dispositivo con chip NFC, è necessario anche che l'operatore fornisca una particolare SIM, implementazione gestita al momento solo da [PosteMobile](#), Vodafone e TIM.

La nostra prova sul campo

Per verificare come funzionano i pagamenti tramite smartphone e SIM NFC abbiamo scelto di attivare il servizio offerto da Vodafone che utilizza una

carta prepagata del circuito MasterCard, chiamata SmartPass, che permette non solo di effettuare pagamenti in modo tradizionale, ma può anche essere virtualizzata nel proprio dispositivo tramite l'applicazione di Vodafone ed utilizzata per i pagamenti con NFC. L'unico difetto che abbiamo riscontrato durante l'attivazione è il limitato numero di terminali compatibili con la virtualizzazione della carta. L'applicazione, infatti, funziona su quasi tutti i cellulari, ma quando proviamo ad aggiungere la SmartPass su uno smartphone che non sia brandizzato Vodafone o non appartenga ad una ristretta rosa di modelli, l'applicazione ci informa che è necessario aggiornare il software del telefono, anche se l'operazione non è possibile. Per utilizzare

Cosa ci occorre 30 MIN
FACILE

SMARTPHONE NFC
SAMSUNG GALAXY S5
Quanto costa: € 699,99
Sito Internet: www.samsung.com

SIM NFC
VODAFONE SMARTPASS
Quanto costa: leggi box in basso
Sito Internet: www.vodafone.com/it-it/store

LISTA DELLA SPESA PER I TEST

Per eseguire le nostre prove sul campo ci siamo recati in un centro Vodafone per acquistare la **SIM NFC** e la **SmartPass**. La SIM non è differente da quelle tradizionali e funziona soltanto in uno smartphone con funzionalità NFC. Contestualmente abbiamo attivato anche la **Vodafone SmartPass**, una carta di credito prepagata del circuito MasterCard brandizzata Vodafone e Carta SI, che è possibile ricaricare con bonifico o, come una SIM tradizionale, tramite Bancomat, Punti Vendita SISAL o in un centro Vodafone. Relativamente ai costi **abbiamo speso 10 euro per la SIM** con 5 € di traffico sono subito scalati per il costo di attivazione. Contestualmente abbiamo dovuto **attivare l'offerta Smart 200 New ricaricando la SIM di ulteriori 15 euro**, in quanto i centri Vodafone non rilasciano SIM senza offerte attive, infine è



stato necessario aggiungere **5 euro per acquistare la SmartPass** (il costo è naturalmente una tantum) **spendendo un totale di 30 euro**.

N.B. Nel caso in cui siamo già clienti, la sostituzione della nostra vecchia SIM costerà solo 8 euro cui dobbiamo sempre aggiungere 5 € per la SmartPass.

CHI FORNISCE LA SCHEDA IN ITALIA?

Ecco l'elenco degli operatori mobili che al momento permettono di attivare una SIM che supporta la tecnologia NFC.

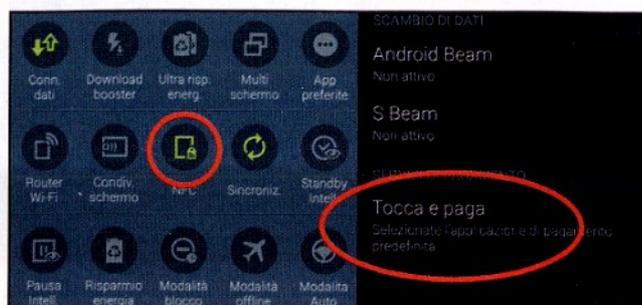
OPERATORE	CARTE ASSOCIABILI	APP PLAY STORE	NOTE
	Postamat Maestro Postamat Click PostePay	PosteMobile	Attivabile anche con la sola PostePay. La SIM può essere acquistata su www.winmagazine.it/link/2830 o presso uffici con corner PosteMobile (www.winmagazine.it/link/2831).
	SmartPass	Vodafone Wallet	Compatibile solo con alcuni smartphone NFC a brand Vodafone. Il pagamento è al momento possibile con la carta SmartPass.
	San Paolo	TIM Wallet	A breve sarà possibile associare la prepagata TIM SmartPay. La SIM viene rilasciata gratuitamente.

Si fa così

telefonino.net

Così abbiamo usato la SmartPass

Per condurre le nostre prove, ci siamo recati in un centro Vodafone per richiedere una SIM NFC. Dopo l'attivazione abbiamo effettuato il nostro primo pagamento con lo smartphone presso un ristorante McDonald's. Ecco come.



L'acquisto della carta NFC

1 Ci siamo recati presso un Centro Vodafone per acquistare la SIM 4G NFC di Vodafone e la SmartPass. L'attivazione della scheda è stata effettuata dall'operatore, quindi ci basterà inserirla nello smartphone e scaricare dal *Google Play Store* l'app Vodafone Wallet (www.winmagazine.it/link/2829).

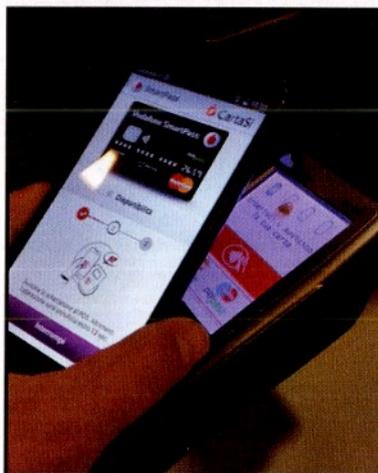
Abilitiamo lo smartphone

2 Per usare Vodafone Wallet abbiamo attivato il chip NFC sullo smartphone dal menu delle impostazioni. In alcuni modelli c'è anche l'opzione *Tocca e paga* che permette di selezionare l'applicazione di default da usare per i pagamenti. Disattivato il Wi-Fi, ci siamo collegati alla rete mobile di Vodafone.



Associamo la carta per i pagamenti

3 Avviata la Vodafone Wallet e tappato su *Configura Wallet*, abbiamo aggiunto la carta da *Aggiungi carta*. Individuata la voce *SmartPass*, abbiamo inserito le credenziali di accesso al sito Vodafone, il codice CV2 della carta e la nostra data di nascita. Abbiamo poi confermato l'installazione di Vodafone SmartPass NFC.



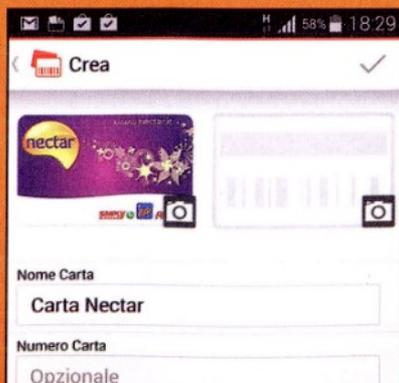
Pronti per lo shopping!

4 Ci siamo recati presso un ristorante McDonald's. Per effettuare il pagamento, abbiamo avviato la Vodafone Wallet e selezionato *Paga*. Abbiamo avvicinato il telefono al POS: in breve tempo l'app ci ha mostrato la schermata con l'importo da pagare (per cifre superiori a 25 euro è necessario inserire il PIN della carta).

GLI ALTRI USI DELLA TECNOLOGIA NFC

AGGIUNGERE UNA CARTA FEDELTA'

Abbiamo aggiunto una carta (Netcar) tappando sull'apposita sezione e scaricando l'app gratuita dal *Play Store*. Dopo aver digitato nella casella di ricerca il nome della carta fedeltà, è bastato usare il codice a barre per inserire la carta o digitare il numero di quest'ultima nella schermata successiva.



IL BIGLIETTO È NELLO SMARTPHONE

Si possono acquistare tramite credito telefonico i biglietti per i mezzi pubblici di molte città (www.winmagazine.it/link/2828). Aperta la relativa sezione e scelta la città, abbiamo comprato il ticket. Al controllore abbiamo mostrato il biglietto sul Vodafone Wallet vidimato con data e ora dell'acquisto.



APPLE PAY: IN ARRIVO ANCHE L'OFFERTA NFC DELL'AZIENDA DI CUPERTINO

Al momento le funzionalità NFC di iPhone non permettono agli operatori di implementare alcuna tecnologia di pagamento a livello SIM. Tuttavia Apple non ha certo intenzione di restare fuori dai giochi e ha da poco annunciato Apple Pay, il sistema di pagamento contactless sugli iPhone che arriverà, forse, con iOS 8.0.3. I dettagli non sono ancora del tutto noti salvo che Apple collaborerà con Visa, Mastercard e altri gestori utilizzando sistemi di protezione mediante token ed aggirando in questo modo l'attuale problema legato alla sicurezza dei pagamenti NFC. I dati della propria carta di credito verranno infatti registrati



sul sistema (presumibilmente tramite iTunes) e un token con un tempo di validità limitato ed associato ad un luogo d'uso ben preciso (come il POS dove è stato richiesto), verrà rilasciato ad una richiesta di pagamento. Secondo alcune

indiscrezioni, oltre a NFC Apple utilizzerà anche la funzionalità Touch ID, ovvero il riconoscimento delle impronte digitali, per garantire una maggiore sicurezza. Apple Pay debutterà presumibilmente sul suolo americano.

SmartPass, quindi, bisogna anzitutto essere in possesso di un dispositivo mobile compatibile e oltre a questo il telefono deve essere stato acquistato in un centro Vodafone o avere un firmware Vodafone. Una volta attivata la SmartPass, abbiamo effettuato una prova di acquisto recandoci presso un punto ristoro McDonald's dotato di apposito POS NFC.

L'NFC è sicuro? Il più famoso hacker italiano ci svela...

Poiché i dispositivi di pagamento NFC iniziano lentamente a diffondersi, cresce il timore legato alla sicurezza offerta da tale tecnologia. È recente la notizia che un gruppo di hacker sia riuscito, usando strumenti ad hoc, ad intercettare i dati (codice della carta, intestatario, data di scadenza, ecc) di una scheda NFC di un utente che si trovava nelle immediate vicinanze. Tali dati sono stati poi utilizzati dai malintenzionati per effettuare acquisti on-line prosciugando il credito dell'ignara vittima. Per dissipare ogni dubbio, abbiamo chiesto a Raoul Chiesa, pioniere degli hacker italiani, se i pagamenti senza fili NFC sono davvero sicuri. Ecco cosa ci ha risposto nell'intervista riportata in basso.

Intervista esclusiva!

PAGAMENTI CON LO SMARTPHONE: QUANTO SONO SICURI?



■ Raoul Chiesa, il famoso hacker italiano, esperto di sicurezza informatica

Win Magazine: Secondo un'indagine condotta dal Politecnico di Milano le carte di pagamento contactless NFC attive nel nostro Paese sono 6 milioni. Tali schede permettono di usare il cellulare per effettuare pagamenti rapidi, senza dover digitare PIN o firmare alcun scontrino. Ma c'è da stare sicuri? Quali rischi si corrono?

Raoul Chiesa: Il rischio, dimostrato da svariati security researcher ed esperti di Information Security, inclusi il sottoscritto e l'Ing. Selene Giupponi, è lo "sniffing", ovvero la intercettazione del PAN (il numero della carta di credito) e dei dati dell'intestatario. Il "CVV" (il "codice di sicurezza") non viene intercettato, ma, per fare un esempio, Amazon non lo richiede per gli acquisti on-line, così come la maggior parte dei merchant (per acquisti on-line, appunto). L'abbinamento poi di NFC + Smartphone aumenta ovviamente i rischi: quanti utenti hanno installato un antivirus, un rilevatore di malware sul proprio telefono intelligente? Credo stiamo parlando di percentuali inferiori al 5%, per essere buoni!

Win Magazine: Il grado di sicurezza offerto da questa tecnologia non dipende dallo standard NFC ma dai gestori dei servizi di pagamento che non applicano un opportuno sistema di crittografia. Vorremmo sapere se in Italia esistono gestori "sicuri"...

Raoul Chiesa: Esattamente. No, a quanto mi risulta, la risposta purtroppo è negativa. Questo anche dopo aver parlato con alcuni di questi player e dimostrato loro con un "Proof of Concept" (intercettando la loro carta di credito davanti ai loro occhi!) la fattibilità dell'azione malevola, non si sono più fatti sentire. Forse, come spesso succede, "occhio non vede e cuore (portafoglio? Business?) non duole... Il problema è esattamente nella non corretta implementazione della cifratura; questo è particolarmente strano dato che, per fare un esempio, la metropolitana di Parigi funziona in tecnologia NFC, è sicura, non è intercettabile (e quindi non è clonabile e/o abusabile on-line), ma lo standard di cui stiamo parlando è sempre lo stesso!

Win Magazine: Cosa si sente di consigliare ai nostri lettori che decidono di utilizzare questa nuova tipologia di pagamento? Quali precauzioni bisogna adottare?

Raoul Chiesa: Una molto banale, che un caro amico in quel di Latina, l'Ing. Stefano Giupponi, regala come gadget ai propri Clienti: una custodia in metallo, nella

quale riporre la carta NFC, che schermo appunto il segnale e non permette a malintenzionati di "sniffarci" la carta di credito.

Win Magazine: Lo standard NFC (Near Field Communications), fornisce connettività wireless bidirezionale a corto raggio (fino ad un massimo di 10 cm). Come è possibile allora che un malintenzionato riesca ad intercettare i dati scambiati tra il nostro cellulare ed il POS per i pagamenti?

Raoul Chiesa: Ha presente la metropolitana di Milano alle 7.30 di mattina? Direi che i passeggeri sono... molto vicini! Battute a parte, anche il wireless fornisce connettività entro certi limiti (il Wi-Fi di casa per capirci), ma con antenne direzionali e potenziate, possiamo arrivare da alcune decine di metri addirittura a chilometri. La stessa cosa avviene anche con NFC. Ma, ripeto, basterebbe sederci per un paio di ore davanti ad esercenti che accettano carte NFC (biglietterie automatiche delle Ferrovie dello Stato, piuttosto che catene Autogrill, librerie Feltrinelli, MacDonald's...) e il risultato sarebbe lo stesso. Vero è che le carte NFC permettono transazioni al di sotto di certe cifre, molto modeste (20, 30, 50 euro, in genere, a seconda dei Paesi), ma è altrettanto vero che un "mass sniffing" è realizzabile in breve tempo (minuti, ore, giorni) e quindi il modello di revenue per il cybercriminale diventa scalabile.

Riflettori sul mobile wallet I trasporti il banco di prova

L'evento palcoscenico per i sistemi degli operatori Tlc italiani
Guido Arnone: «Un'anteprima per i pagamenti digitali del futuro»

Scurlato, Vodafone Italia:
«Sarà interessante mettere
in pista il nostro
prodotto, il primo lanciato
sul mercato italiano»

Mariconda, Telecom Italia:
«Integreremo il biglietto
d'ingresso Expo a quelli
per gli eventi collaterali
durante il semestre»



Domenico Aliperto

Sono due gli aspetti che rendono interessante l'Expo 2015 sotto il profilo del mobile payment. Innanzitutto - come ha sottolineato su queste pagine **Guido Arnone**, direttore Innovazione tecnologica della manifestazione - perché sarà la prima all digital, alla quale avranno accesso milioni di persone che utilizzano quotidianamente lo smartphone e molte delle sue funzionalità. In secondo luogo, perché il semestre in cui si inserisce l'evento si intersecherà con il momento forse più delicato per l'affermazione dei wallet, che le telco stanno sviluppando in questi giorni. Chi, come Telecom e Vodafone, con prodotti già presenti sul mercato e chi, come Wind e 3 Italia, con offerte che debutteranno verso la metà del 2015, in piena Expo.

Si respira un clima di attesa: con un'inedita collaborazione, le quattro società avevano presentato a ottobre una piattaforma Nfc condivisa per il couponing e i programmi di loyalty dedicata al mondo retail, a partire dalla quale ogni operatore avrebbe poi sviluppato i propri servizi.

L'obiettivo è comune: bisogna prima costruire un mercato. Così la pensa **Vincenzo Scurlato**, responsabile Innovation & New

products di **Vodafone Italia**. «Per noi sarà comunque interessante mettere alla prova il nostro wallet, il primo lanciato sul mercato italiano, sfruttando il grande vantaggio che ci dà l'essere un operatore internazionale - spiega a Cor.Com -: a Milano, per Expo, confluiranno migliaia di visitatori provenienti da altri Paesi in cui Vodafone è presente, che potranno utilizzare la stessa piattaforma di pagamento digitale che usano a casa».

Per **Telecom Italia**, che di Expo 2015 è partner ufficiale, ha una prospettiva diversa. «Si tratta di un'occasione straordinaria», conferma **Alfonso Mariconda**, responsabile Foundry and Project management del gruppo. «Siamo ancora cauti nel promuovere il wallet, perché pensiamo di dover perfezionare ulteriormente la user experience. Ma ci crediamo al punto che integreremo anche il biglietto d'ingresso all'Esposizione, insieme a quelli per alcuni degli eventi collaterali durante il semestre. Non escludiamo inoltre partnership specifiche con il mondo del retail, cavalcando la rilevanza dei temi chiave della manifestazione. Ma le collaborazioni più importanti saranno quelle con le amministrazioni locali, le aziende municipalizzate e i consorzi dei tassisti». Esatto, la vera sfida è forse quella dei trasporti: «Invogliare le persone a compiere i gesti più semplici, come avvicinare lo smartphone ai tornelli o alle casse, è il lavoro più difficile, per tutti i problemi legati all'interoperabilità tra i vari soggetti», ammette il manager di Telecom, che dovrebbe approdare col suo Smart Pay sul network Atm entro febbraio 2015.

Se **PosteMobile** si è accordata

con l'Azienda dei trasporti milanesi già da tempo, e ha avviato il mese scorso il primo servizio Nfc per la bigliettazione sulla rete cittadina, **Wind** per ora ha fatto un'altra scelta. «Nel capoluogo meneghino stiamo lavorando perché sia possibile pagare il trasporto pubblico e il parcheggio via app anche tramite credito telefonico. Una modalità molto importante per venire incontro alla clientela non in possesso di una carta di credito o che ancora non ha sufficiente confidenza per usarla in ambito digitale», dice **Edoardo Thermes**, direttore di Wind Digital. «L'Expo ci consentirà sia di fornire ai clienti nuove occasioni di utilizzo del proprio smartphone attraverso i servizi Nfc e di couponing, sia di verificare l'efficacia della user experience per permetterci di intervenire nell'ottica di un miglioramento continuo del servizio».

A quanto risulta a Cor.Com, anche **3 Italia** sta per lanciare un servizio di mobile ticketing tramite Sms in collaborazione con Atm, che confluirà nella app 3Mobility, già attiva in molte città italiane e pronta a integrare la parte di mobile parking, al momento operativa solo a Siracusa. «Inoltre», comunicano dall'azienda, «per quanto riguarda i servizi di couponing, a giorni verrà avviato un trial per la gestione dei coupon per lo sconto sull'acquisto di beni di consumo tramite smartphone con tecnologia Nfc». La strada dunque è ancora lunga, ma sembra che, pur percorrendo sentieri diversi a velocità diverse, tutti i player in campo stiano andando nella giusta direzione. La parola, anzi il touch screen, ora passa ai consumatori. ■

Trend Grande alleanza tra banche, compagnie telefoniche, emittenti carte di credito per ridurre l'uso del cash. E risparmiare tempo e denaro

Contante Tutti i modi per mandarlo in pensione

Dal contactless con il cellulare ai trasferimenti di somme in stile WhatsApp: pagare sarà sempre più facile...

DI PATRIZIA PULIAFITO

Pagare la spesa, il giornale, il caffè al bar, senza tirare fuori il borsellino, ma semplicemente avvicinando lo smartphone al Pos del negoziante, è una realtà che sta lentamente diffondendosi in tutto il Paese, grazie alla tecnologia contactless (Nfc, Near Field Communication) che consente di virtualizzare le carte sulle sim degli smartphone. Visa, Mastercard, banche e gestori telefonici sono al lavoro per sviluppare nuove applicazioni e Pos.

L'esplosione del nuovo sistema di pagamento è attesa per il 2015, con l'apertura di Wind e 3 alle nuove tecnologie, lo sbarco in Italia dell'iPhone 6 e l'evoluzione tecnologica, dalla Nfc nella più innovativa Hce (Host Card Emulation), che prevede la virtualizzazione delle carte non più sulle sim telefoniche, ma sul cloud.

Senza contatti

Intanto, la sperimentazione prosegue e sul mercato spuntano altre novità. L'ultima, lan-

ciata lo scorso 10 novembre, è la soluzione Nfc per il mondo dei trasporti, firmata PosteMobile che consente di convalidare gli abbonamenti (settimanali, mensili, annuali) avvicinando il telefonino ai tornelli della metro e alle obliterate sui mezzi di superficie. Il servizio, attivo a Torino e Milano, sarà presto esteso alle altre città. Per utilizzare il servizio basta digitalizzare la propria tessera trasporti nello smartphone, dopo avere scaricato l'app PosteMobile che permette già un'ampia gamma di funzioni in mobilità, come il trasferimento del denaro all'estero, ricariche, pagamenti in remoto e in prossimità, con gli strumenti BancoPosta.

L'altra novità è l'ingresso di Intesa Sanpaolo nel mondo Nfc, con la Tim SmartPay. La prepagata realizzata in collaborazione con Visa Europe e Telecom Italia per pagamenti in modalità contactless dagli smartphone predisposti e dotati di sim Nfc. La versione base della carta ha un costo di attivazione di 4,90 euro, non ha canone e, se accesa entro il prossimo 30 aprile, le ricari-

che sono gratuite per tutto il 2015. Tim SmartPay è abbinata anche a un programma fedeltà.

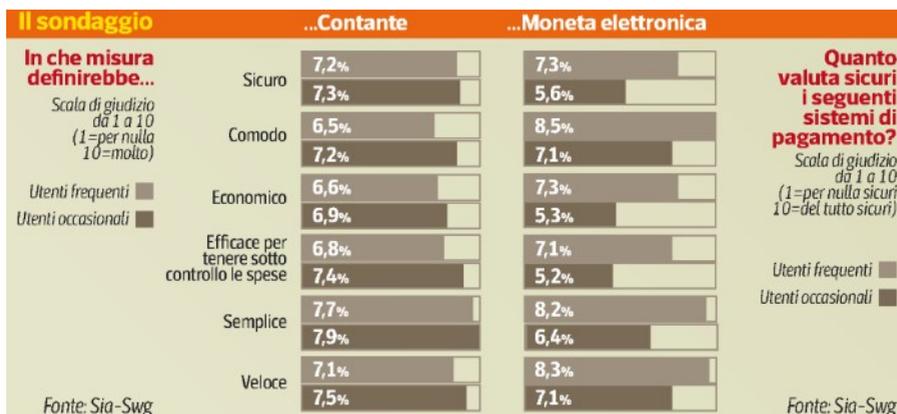
Innovazione italiana

Le banche più avanti nel mondo della tecnologia senza contatto sono Mediolanum e Ubi. La prima ad avere messo sullo scaffale il servizio con la prepagata Freedom Easy Card, utilizzabile sulla sim di Tim, è stata Mediolanum che adesso si appresta ad estendere il servizio ai clienti Vodafone, con una carta di debito che attingerà direttamente dal conto corrente. Entro il 2015 nel Mediolanum Wallet sarà possibile virtualizzare altre carte e saranno disponibili nuove funzionalità come il trasferimento di denaro tra telefonini (Peer-to-Peer). Un servizio che è già disponibile per i clienti di Ubi Banca. Il primo gruppo a lanciare un'app innovativa, la prima in Europa che rivoluziona il sistema di pagamento, unificando tre servizi: «Invio denaro P2P con Jiffy» (ovvero il trasferimento di denaro ad amici, utilizzando la rubrica telefonica, come un What-

sApp, una tecnologia dell'italiana Sia); «Pago Contactless», e «Acquisto online con Masterpass» (un portafoglio virtuale per pagare gli acquisti online senza digitare ogni volta tutti i dati). Adesso, Ubi sta lavorando per rendere possibile l'inserimento nel wallet le carte di altri emittenti e aggiungere nuove funzionalità. Anche Bnl (gruppo Bnp Paribas) ha già attivato il servizio di pagamento in contactless. Si chiama YouPass ed è nato dalla collaborazione con Telecom e Mastercard.

I clienti Vodafone, invece, per pagare in prossimità dal telefonino, hanno a disposizione la carta prepagata SmartPass Nfc e un Wallet gratuito, dove virtualizzare carte di pagamento e fedeltà, biglietti di trasporti e documenti d'identità. CartaSi è pronta a lanciare entro il primo trimestre 2015 la nuova app MySi. Una soluzione di pagamento integrata da smartphone con tecnologia Hce, disponibile per smartphone Android e iPhone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Poste italiane
Francesco Caio

Biglietto elettronico sul telefonino è partita la sfida Atm

Sistema semplice e pratico, ma solo per bus e tram
Più complicato l'abbonamento con il sistema Nfc

Basta scaricare l'app, comprare il ticket e attivarlo quando si sale a bordo

Per il metrò viene fornito un codice per la stampa alle macchinette dei mezzanini

ILARIA CARRA

È L'ALTERNATIVA virtuale al biglietto. Anche se per ora, in metropolitana, il cellulare ancora non basta. È partita l'operazione di Atm per l'acquisto online del ticket, l'applicazione ufficiale dell'azienda di trasporti è disponibile da domenica, e funziona. Ci si registra, si inseriscono i dati della carta di credito (o del conto PayPal) e in pochi clic si ha il proprio biglietto sul display. Una rivoluzione digitale utile se si usano tram e bus, basta convalidarlo schiacciando un pulsante sullo schermo quando si sale a bordo, e mostrare il codice a barre al controllore in caso di richiesta. Ma ancora inutile per chi viaggia sui treni del metrò: in questo caso si deve ancora stampare il cartaceo alle biglietterie automatiche nel mezzanino utilizzando il codice presente sullo schermo, quindi per il viaggiatore tanto vale comprarlo direttamente lì.

La nuova app ufficiale di Atm funziona per Ios, Android e WindowsPhone. È un sistema aggiornato per avere informazioni in tempo reale sulla mobilità, come i minuti di attesa per tram e autobus, le notizie sul traffico su tutti canali di Atm, Twitter compreso, fino ai nuovi "alert" sugli eventi principali in città. Ma, soprattutto, è la nuova frontiera dell'acquisto digitale. Funziona tutto, ma il sistema ha due limiti. Per ora si possono acquistare solo corse singole, per gli abbonamenti bisognerà attendere almeno Expo. E per quanto riguarda il metrò Atm attende

di sapere quanti milanesi si convertiranno alla novità digitale per adattare i primi tornelli ed evitare il passaggio attraverso la stampa.

L'app è il secondo passo della sperimentazione "ticketless" lanciata da Atm. Da tre settimane c'è anche la modalità di pagamento tramite la funzione Nfc (Near field communication), la tecnologia che permette lo scambio di informazioni tra due dispositivi solo appoggiandoli uno sopra l'altro. Nel caso di Atm, lo smartphone con il tornello. Un'opzione dalle ampie potenzialità ma per ora alla portata solo di una nicchia ristretta di potenziali utenti, cioè chi è cliente Poste-Mobile e allo stesso tempo ha un telefono con software Android e Nfc. Non solo per ora non sarà possibile acquistare singole corse o carnet, l'unica tipologia di abbonamento è quella urbana (ordinario, studente o senior) nelle tre varianti: settimanale, mensile, annuale. Anche in questo caso va scaricata l'applicazione online, ma a un certo punto si scopre che serve la super sim. Quando si viene contattati dal call center si viene informati che per aderire al servizio bisogna però cambiare operatore telefonico e diventare clienti (pagando 15 euro) di Poste-Mobile. Oppure, cambiare la sim ogni volta che si vuole usare il telefono sul tornello. A quel punto, forse meglio il vecchio biglietto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LE SCHERMATE

A sinistra il biglietto elettronico a destra la guida all'uso del sistema Nfc



Le Poste bloccate dai ladri di rame

L'ufficio di Massama in tilt per l'interruzione della linea telefonica: disagi per i pensionati

Due giorni di disagi all'ufficio postale di Massama a causa dei ladri di rame. Due giorni pesanti, per impiegati e utenti, alle prese con i pagamenti delle pensioni. Servizio in tilt a causa di un blitz dei ladri che hanno strappato e portato via i cavi telefonici all'esterno dell'ufficio, provocando in questo modo l'interruzione nel

flusso dei dati. Ormai le informazioni viaggiano lungo la rete e bloccare la linea telefonica significa interrompere il trasferimento di tutti gli elementi necessari all'erogazione dei servizi negli uffici. Poste Italiane si è messa in moto per tentare di porre rimedio con una soluzione provvisoria: un sistema di rete dati da cellula-

re. Disagi anche per molte utenze private, rimaste senza linea telefonica fissa. I ladri hanno portato via diverse centinaia di metri di cavo telefonico per prendere il rame da rivendere.

■ E. SANNA A PAGINA 19

Cavi tranciati dai ladri e le Poste vanno in tilt

Un furto di rame mette in ginocchio l'ufficio di Massama e diverse utenze private
Il disservizio è stato creato dalla manomissione di una linea telefonica

di **Elia Sanna**

ORISTANO

Dopo i cavi elettrici lungo le linee ferroviarie e alcuni ripetitori mobili, ora i ladri non risparmiano proprio nulla. Questa volta hanno puntato e rubato anche i cavi di rame dei collegamenti telefonici. A farne le spese, per ultimo, è stato l'ufficio postale di Massama. Nella notte tra venerdì e sabato, ben coperti dal buio, i ladri hanno infatti manomesso una linea telefonica della frazione alla quale erano collegate anche le utenze dell'ufficio postale.

I predatori del rame hanno reciso diverse centinaia di metri di cavo creando problemi non solo alle Poste. Oltre all'utenza delle linee informatiche degli uffici di via Carlo Emanuele, hanno messo al tappeto anche molte utenze private. Solo sabato mattina, al momento dell'apertura degli uffici si è capito che c'era un problema. Una volta notato che non funzionavano i collegamenti e che erano isolati tutti i

servizi collegati alla linea telefonica, internet e rete telematica compresi, il sospetto è diventato certezza.

Questo ovviamente ha causato disagi ben al di là dell'ammontare del bottino del furto. Il problema per Poste italiane non è stato certo lieve, visto che il carico di lavoro di fine mese e dei pagamenti delle pensioni di dicembre è aumentato esponenzialmente.

Ed è proprio in casi come questi, per prevenire ulteriori disagi all'utenza, come ha spiegato l'ufficio stampa della direzione regionale che «Già dalla mattinata di sabato scorso, in attesa della riparazione del guasto da parte della società telefonica, Poste Italiane, grazie all'intervento di **Postemobile**, società del gruppo, ha attivato un sistema di rete dati cellulare, che ha consentito il ripristino delle normali attività operative dell'ufficio».

Lunedì mattina i tecnici della Sirti hanno poi rimesso in funzione le linee danneggiate.

Qualche disagio si è registrato ancora nella stessa mattinata con la presenza di decine di pensionati che dovevano riscuotere la pensione. Purtroppo non è la prima volta che i furti di rame, costantemente in aumento negli ultimi anni, mettono in crisi soprattutto i servizi pubblici. In provincia erano già stati presi di mira una centrale delle Telecom nei pressi di Marrubiu e successivamente anche alcuni tratti della linea ferroviaria che collega Oristano con Cagliari, priva di sistemi di allarme.

La prefettura, per prevenire analoghi furti e per limitare i disagi agli utenti, aveva rafforzato i controlli. Ora però è riapparsa improvvisamente una nuova banda di razziatori di rame. Quando deve entrare in azione e ha bisogno del prezioso materiale, non si mette scrupoli a tranciare i cavi di qualunque genere siano. Nel mercato nero il rame viene pagato dai 5 agli 8 euro al chilo. Bastano quindi alcuni metri di linea per guadagnare facilmente 100 euro.



I-FINANCE

Pagamenti in mobilità e sicurezza

Vendor e analisti discutono del potenziale in Italia dei sistemi di pagamento e micropagamento mobili. Il potenziale è elevato, l'evoluzione di certi servizi lenta ma ineluttabile. Non è un problema tecnologico, occorrono più chiarezza per le regole, accessibilità delle soluzioni e protagonisti riconosciuti

di **Andrea Lawendel**

Anche il mobile commerce appartiene a quella particolare categoria di "scenari annunciati" che - pur soddisfacendo, almeno in apparenza, tutti i presupposti tecnologici - faticano ad affermarsi, consolidandosi su vasta scala. Molte tessere del mosaico degli acquisti in mobilità sembrano a portata di mano: tecnologie come la comunicazione NFC, per esempio, o una capillare presenza di dispositivi smart nelle tasche di tutti gli acquirenti.

Combinando il parere dei vendor con quello degli analisti, si cercherà di fare chiarezza tanto sui fattori che ancora rallentano il settore dei pagamenti e micropagamenti mobili, quanto sulle condizioni e le tecnologie più abilitanti.



L'inchiesta di *Data Manager* è stata condotta nelle settimane che hanno preceduto il lancio, da parte di Apple Computer, della piattaforma Apple Pay, immediatamente classificato tra gli annunci che possono sovvertire le regole del gioco.

Troppo presto per poter giudicare, specie considerando che verosimilmente il servizio non sarà disponibile in Italia a breve termine. Conta però il fatto che un grande brand come Apple stia puntando tutta la propria forza trascinatrice su una trasformazione che potrebbe essere non meno rivoluzionaria di fenomeni come la musica MP3. Molti altri solution provider e system integrator affrontano la problematica, cercando di rispondere in qualche modo alla richiesta del mercato, magari facendo leva sugli investimenti tecnologici già in essere e quelle condizioni al contorno favorevoli che forse necessitano solo di una buona dose di coordinamento per concretizzarsi.

SCENARIO EUROPEO

Se l'Europa può essere considerata uno dei mercati di frontiera per l'intero comparto della mobilità e per il segmento dei pagamenti mobili, il recente studio "Global consumer banking and mobile survey" targato IDC offre una miscela di stimoli positivi e conservativi al tempo stesso. Attraverso la survey, gli analisti IDC (www.idc.com) individuano tra i consumatori di Francia, Spagna, Germania e Regno Unito una percentuale del 30% di consumatori che si sono serviti di un dispositivo mobile per effettuare almeno una transazione di pagamento nel 2013 e nella maggior parte dei casi si è trattato dell'acquisto di beni fisici. Un volume che per IDC ancora non intacca minimamente la modalità preferita dai frequentatori dei principali siti di e-commerce europei, ovvero il paga-



Daniela Rao
TLC research & consulting
director
di IDC Italia



Marco Rizzoli
e/m-commerce
& managed services
sales director
di Ingenico Italia



Enrico Belgini
product manager
monetica e sistemi
di pagamento
di Cedacri

Mobile payment, un mercato globale di 980 miliardi di dollari in attesa di uno standard condiviso

mento effettuato sul tradizionale browser.

Ancora più bassa, 11%, è la percentuale di chi ha utilizzato un dispositivo mobile per effettuare un pagamento contactless (NFC) attraverso la nuova generazione di terminali POS introdotti anche dalle banche italiane. Il micropagamento, assimilabile ovviamente all'insieme dei pagamenti mobili, viene giustamente considerato anche dal nostro panel come un segmento a sé stante e i trend verso la migrazione su apparati "in store" compatibili con la tecnologia NFC fa ben sperare. IDC raggiunge tuttavia una conclusione sostanzialmente neutra, prevedendo che sarà difficile che nell'arco dei prossimi dieci anni il pagamento mobile diventi una abitudine predominante se l'ambito NFC, grazie anche all'approvazione dello standard Host Card Emulation da parte di Visa e MasterCard, sarà dominato dai circuiti delle carte e dalle banche che li rappresentano. Gli esercenti avranno però la possibilità di sperimentare tecnologie diverse, anche a basso impatto come possono essere i codici QR associati ormai a molti programmi di fidelizzazione e

couponing. Nuovi regolamenti, come la SEPA europea e gli accordi interbancari, apriranno la strada a forme di pagamento associate a fondi conservati sui conti correnti, creando le condizioni ideali per un futuro abbattimento dei costi e un incremento della qualità e della varietà dei servizi ai merchant.

FRAMMENTAZIONE DELLA RETE

Secondo Daniela Rao, TLC research & consulting director di IDC Italia (www.idcitalia.com), il relativo scetticismo manifestato dai suoi colleghi europei è dovuto all'assenza di tecnologie e soggetti di riferimento. «La sensazione è che per il momento nella cucina dei pagamenti mobili in Europa ci siano troppi cuochi e ancora non si intravedono direzioni precise». In Italia, c'è un serio problema di frammentazione della rete retail, dove sono numerosissimi gli operatori, poche le grandi insegne multistore, ridotte e diluite le marginalità. «A questo si aggiungono una normativa troppo permissiva e la conseguente difficoltà nella digitalizzazione della rete di vendita fisica». Una pleora di punti vendita, probabilmente oltre il milione, di cui 130mila bar e altrettanti ristoranti, in genere restii ad adottare tecnologie percepite con una certa ostilità perché rappresentano un costo e possono diventare uno strumento di tracciamento e trasparenza degli incassi.

Questo non toglie che l'evoluzione verso il mobile dei terminali POS avverrà e nel frattempo anche in Italia si sperimentino soluzioni interessanti sul fronte della biglietteria, del pagamento dei parcheggi, delle prenotazioni. «Certo, l'avvento di novità come Apple Pay potrebbe aprire prospettive molto interessanti, soprattutto nell'ambito delle grandi catene della GDO, dove ci sono già state evoluzioni sui POS. Poi c'è tutto il comparto del direct billing, cioè della possi-

bilità di effettuare acquisti che vengono addebitati sulla bolletta del telefono. Peccato che un freno notevole al potenziale di questi servizi venga dalla grande diffusione in Europa e in Italia delle SIM

prepagate». Daniela Rao si aspetta inoltre un ulteriore sviluppo del mobile wallet associato da Poste Italiane al suo servizio Postepay. A luglio, è stato superato l'importante traguardo di un miliardo di euro movimentati con pagamenti e operazioni bancarie effettuate da mobile. Dei tre milioni di clienti che oggi possiedono una SIM **PosteMobile**, oltre un milione ha scelto di utilizzare ogni mese i servizi di mobile payment per eseguire pagamenti di bollettini, bonifici, ricariche Postepay e SIM, trasferimento di denaro all'estero e per acquisto di beni e servizi. Il driver di quello che Daniela Rao considera un buon successo, è proprio il "borsellino" di **PosteMobile** da oggi aperto ai clienti di tutti gli operatori.



Claudio Lattanzi
business development
di Di.Tech



Gino Carnevale
senior security consultant
di Omnitech



Mauro Origi
technical account
manager di RI

Ancora bassa la percentuale di pagamenti contactless che non intacca gli acquisti via browser

ni che incide in modo significativo sui pagamenti di basso valore. Nonostante vi siano molte pressioni, anche a livello legislativo, per ridurre le commissioni bancarie nei paesi europei, resta difficile immaginare un decollo nei *micropayments* a breve termine». Sul pagamento contactless, pesano invece la scarsa usability e le complessità di attivazione. Rizzoli ritiene però che «la prossima disponibilità di soluzioni HCE e il lancio di ApplePay possano favorire la diffusione della nuova tecnologia presso tutti i clienti». Di parere diverso è **Enrico Belgini, product manager monetica e sistemi di pagamento di Cedacri** (www.cedacri.it) molto più ottimista sulle prospettive dei micropagamenti. «Stanno avendo una crescita esponenziale, per due ragioni: l'evoluzione e lo sviluppo delle strategie di e-commerce da parte delle imprese e la diffusione di dispositivi evoluti. In questo contesto, è importante che le soluzioni offerte siano sempre più interoperabili, per tradursi in servizi funzionali, veloci e sicuri». Occorre per questo, secondo Belgini, che istituzioni finanziarie, emittenti e operatori lavorino in sinergia, e i primi segnali si vedono. «L'AgID ha re-

centemente creato un "sistema pubblico di connettività" che consente agli enti pubblici di accettare pagamenti direttamente dalla clientela finale o indirettamente tramite gli operatori finanziari. In questo scenario, le banche possono diventare soggetti abilitatori di mobile payment sia verso la clientela retail e corporate, sia verso la pubblica amministrazione».

EXPERIENCE AD ALTO POTENZIALE
Problemi di interoperabilità, frammentazione della user experience e alti costi percepiti sono per **Claudio Lattanzi, business development di Di.Tech**, specialista del mondo retail (www.ditechonline.it), i principali fattori che fanno da freno. «I consumatori possono essere interessati solo percependo un vantaggio, mentre gli esercenti tendono a paragonare gli attuali costi delle commissioni, più alte a causa proprio dei regolamenti creati a tutela degli operatori esistenti». Per Di.Tech, la strada da percorrere è quella di integrare il mobile payment in una nuova e più interessante esperienza di acquisto per il consumatore (dai social al digital couponing, dal self scanning al mobile payment). «Visione che ci ha portato a siglare un accordo commerciale con RetApps, startup specializzata per l'integrazione nella nostra soluzione MORE CRM, di una funzione mobile payment all'interno di un'esperienza di shopping "in store" completamente fai-da-te».

Gino Carnevale, senior security consultant di Omnitech (www.omnitechweb.it) ha un'opinione molto in linea con le osservazioni di Daniela Rao di IDC. «Secondo stime recenti – afferma Carnevale – il mercato globale del pagamento mobile nelle sue diverse accezioni arriverà nel 2014 a un valore di circa 980 miliardi di dollari. Nonostante siano in aumento le soluzioni tecnologiche che lo implementano, manca l'affermazione di uno standard condiviso

MICRO/MOBILE PAYMENT

Ma veniamo al parere del panel, caratterizzato questa volta da una partecipazione molto folta. Segno di indubbio interesse sul tema. Una prima domanda riguarda proprio i fattori che ancora ostacolano la rivoluzione del micro/mobile payment, le possibili aree di intervento e le strategie di integrazione, compreso il ruolo che possono svolgere le istituzioni finanziarie e pubbliche. Esordisce **Marco Rizzoli, e/m-commerce & managed services sales director di Ingenico Italia** (www.ingenico.it), distinguendo nettamente i *micro* dai *mobile payments*, diversi per campo di applicazione, per richiesta da parte del mercato e per diffusione. «Se i primi trovano ancora qualche difficoltà ad affermarsi, i secondi invece vedono oggi un forte aumento pur risentendo di una problematica di natura economica, legata soprattutto al costo delle commissio-

nel mercato. La tecnologia NFC per il proximity payment sembrava destinata ad affermarsi come la migliore, ma molti *big players* iniziano a considerarla obsoleta». Mentre **Mauro Origgi, technical account manager di R1** (www.r1spa.it) pensa che le opportunità offerte dalle tecnologie contactless abbiano

un potenziale non trascurabile. Avrà però un ruolo fondamentale, la capacità di fare sistema, di stabilire le partnership tra banche, istituzioni finanziarie, operatori telco e merchant, mirate all'offerta di servizi. «In questa alleanza fra tecnologia ed economia, ciascun attore è chiamato a svolgere un ruolo primario». Ma serve, secondo Origgi, il forte impegno della PA e maggiore chiarezza da parte di Banca d'Italia, nel suo ruolo di regolatore. «Sarà necessario intervenire per colmare il divario digitale anche tramite la diffusione dei POS abilitati presenti presso gli esercizi commerciali o presso gli uffici pubblici, come le ASL» – conclude Origgi, ricordando che anche in questo contesto avremo sicuramente l'effetto positivo della spinta «dal basso» dei consumatori, più evoluti delle istituzioni che li governano.

OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

Concordando sul carattere culturale delle resistenze che rallentano il fenomeno in Italia, **Domenico Uggeri, vicepresidente di Zucchetti** (www.zucchetti.it), mette in risalto anche la scarsa conoscenza di certe opportunità. «Si ha paura a utilizzare la moneta virtuale perché si conoscono poco le tecnologie elettroniche di pagamento, i principi del loro funzionamento e la loro ormai comprovata affidabilità». Lo scetticismo di Carnevale sulla proximity non è però condiviso da Uggeri. «Negli Stati Uniti, la tecnologia contactless è utilizzata già in molte città per pagare con lo smartphone i viag-



Domenico Uggeri
vicepresidente
di Zucchetti



Marco Cavallini
amministratore unico
di GLAMM Multimedia
by YouCo - Gruppo Sesa



Maurizio Fatarella
responsabile marketing
di Bassilichi

In Italia, c'è un problema di frammentazione della rete retail e poche grandi insegne multistore

gi in metropolitana». Se il sistema potesse diffondersi in Italia, le aziende del trasporto urbano oltre a fornire un servizio molto pratico, «risparmierebbero sul costo della stampa dei biglietti e avrebbero minori costi di gestione» – conclude Uggeri.

In effetti, anche sul territorio nazionale questa sperimentazione comincia a dare i suoi frutti. «Un esempio felice arriva da un comune certamente innovatore e attento al dialogo con i cittadini» – racconta **Marco Cavallini, amministratore unico di GLAMM Multimedia by YouCo** (www.youco.eu). «Il Comune di Segrate (MI) ha realizzato con la nostra collaborazione sistemi di pagamento online e in mobilità per servizi scolastici (asili nido, trasporti, refezione), diritti di segreteria, parcheggi Milano2, illuminazione votiva e molti altri. Tutti i servizi hanno riscosso un grande successo, migliorando l'operatività del Comune a favore dei cittadini». Per YouCo, realtà del Gruppo SESA, il micro/mobile payment è maturo per diventare un'abitudine. I problemi e di conseguenza l'ambito su cui intervenire maggiormente riguardano la facilità delle operazioni e la capacità di sem-

plicare davvero la vita di consumatori e cittadini. «Da qui la connessione con il ruolo che la PA dovrebbe avere è naturale, se pensiamo che i progetti di e-gov hanno in sé la vocazione di snellire, facilitare, semplificare e coinvolgere. Senza dimenticare il tema cruciale dell'usabilità e dell'accessibilità alle persone diversamen-

te abili» – spiega ancora Cavallini. Dopo di lui, **Maurizio Fatarella, responsabile marketing di Bassilichi** (www.bassilichi.it) sottolinea i costi infrastrutturali che fin qui hanno penalizzato la tecnologia NFC, piuttosto lenta anche dal punto di vista della diffusione di terminali POS compatibili. In questo senso, il modello host card emulation (HCE) – che prevede la memorizzazione dell'elemento sicuro su un server remoto – sembra promettente, ma è ancora in fase molto prototipale. Sulle prospettive in Italia, l'esperto di Bassilichi nota come la pubblica amministrazione e le istituzioni abbiano già da tempo messo in campo gli strumenti del caso («Decreto Sviluppo») e forse è solo questione di tempo, sia per arrivare a una proposizione di servizi matura e a una diffusione del pagamento contactless presso il grande pubblico, favorito dall'arrivo della nuova generazione di apparati. «Tuttavia, sullo sfondo rimane la questione della banda larga. La diffusione dei pagamenti elettronici innovativi è intimamente legata alla diffusione degli strumenti digitali per il business. Un'iniziativa di sistema sulle infrastrutture potrebbe avere un effetto leva positivo anche per i pagamenti».

SICUREZZA A PORTATA DI MANO

Chiudiamo il giro di pareri sul primo quesito con il contributo di quattro specialisti di sicurezza, tema costantemente sottotraccia quando si parla di pagamenti elettronici. **David Gubiani, technical manager di Check Point Software Technologies**

Lettori: n.d.

Diffusione: n.d.

Italia (www.checkpoint.com), osserva che proprio il tentativo di semplificazione della user experience potrebbe andare a detrimento della sicurezza percepita. «Ma non è così, perché il mondo del micro/mobile payment è regolato da norme tanto restrittive quanto quelle che regolano i trasferimenti di denaro via Internet.

Ovviamente, chi fornisce servizi di mobile payment deve aggiornare le proprie infrastrutture. E a livello normativo, è fondamentale che vengano definiti e pubblicizzati i requisiti minimi di sicurezza, per tutte le parti in gioco». **Morten Lehn, managing director di Kaspersky Lab Italia** (www.kaspersky.com/it/) rileva anch'egli l'importanza del fattore "diffidenza", ancora molto sentito tra gli acquirenti. «Per questa ragione le banche, i negozi online e i sistemi di e-payment dovrebbero assicurare gli utenti, offrendo livelli di sicurezza aggiuntivi, progettati specificamente per proteggere le transazioni online da dispositivi mobile contro le frodi finanziarie».

In Italia, concorda **Alessandro Peruzzo, amministratore unico di Panda Security Italia** (www.pandasecurity.com) gli smartphone si diffondono a macchia d'olio, ma la fiducia no. «Al momento, solo gli operatori telefonici hanno stretto partnership con alcune banche e hanno sviluppato applicazioni proprietarie che consentono di utilizzare i dispositivi come "portafogli" digitali. Le aziende dovranno quindi implementare infrastrutture adeguate per consentire pagamenti in piena mobilità e sarà fondamentale garantire il massimo livello di sicurezza alle transazioni a vantaggio di affidabilità e disponibilità. Per **Maurizio Martinozzi, manager sales engineering di Trend Micro** (www.trendmicro.it), il mercato del micro/mobile payment potrebbe essere veloce e dinamico ed è invece ricco di paradossi e contraddizioni. «Le innova-



David Gubiani
technical manager
di Check Point Software
Technologies Italia



Morten Lehn
managing director
di Kaspersky Lab Italia



Alessandro Peruzzo
amministratore unico
di Panda Security Italia

Mobile wallet, questione di affidabilità. Gli smartphone si diffondono a macchia d'olio, la fiducia no

zioni procedurali si scontrano con difficoltà strutturali, prima fra tutte ad esempio, la mancanza di una banda larga soddisfacente. In definitiva, si potrebbe dire che l'ostacolo al micro/mobile payment al momento è rappresentato per il 65% da resistenze di tipo sociali e dal 35% di tipo tecnologico».

MERCATO DA INVENTARE

Passiamo quindi alle opinioni relative al mondo dei terminali e alla capacità di supportare le trasformazioni, le nuove abitudini e i nuovi servizi abbinati a pagamenti contestualizzati e "real time", partendo da un brand dominante come Samsung. Per **Antonio Bosio, product & solutions director di Samsung Electronics Italia** (www.samsung.com/it) tutti i prodotti del colosso coreano hanno caratteristiche adeguate e già vengono utilizzati anche per questa finalità. «Da qualche tempo, la maggior parte degli smartphone Samsung integrano NFC, tecnologia applicata oggi anche a molti POS attivi nei punti vendita». Molte delle incertezze che ancora tengono lontano il grande pubblico sono frutto di una percezione perché le tecnologie che

vengono utilizzate per questo tipo di pagamenti hanno dimostrato di essere tra le più sicure al mondo, sottolinea Bosio. Le dinamiche stanno accelerando molto il versante degli ecosistemi, degli accordi tra istituzioni e operatori. «Possiamo dire che siamo ormai pronti a supportare i pagamenti da mobile anche in pros-

similità e in Samsung siamo molto orgogliosi di aver dato un importante contributo a molte iniziative». Con Bosio, concorda **Maurizio Fatarella** di Basilichi. Per lui, le tecnologie dei terminali in commercio sono assolutamente adeguate, anche se si riscontra un certo ritardo sul fronte applicativo e nella diffusione di nuovi modelli di servizio verticali. «Possiamo dire che dal punto di vista applicativo ci troviamo agli albori di una nuova era e il mercato è tutto da inventare: gli ambiti di intervento sono davvero infiniti e nei prossimi anni la rivoluzione digitale in corso cambierà completamente le nostre abitudini».

NON SOLO SMARTPHONE

Pagamento mobile non significa solo smartphone. Ce lo ricorda **Enrico Belgini** di Cedacri che si dice ottimista sulle future evoluzioni dei terminali a loro volta mobili. «Crediamo che una cooperazione sinergica tra istituzioni e provider tecnologici possa portare importanti miglioramenti in termini di user experience. Pensiamo alla possibilità per un utente di accedere in mobilità, in modo semplice, sicuro e magari con una credenziale unica, a tutti i canali di suo interesse: Internet e mobile banking, e-commerce, pagamenti P2P». E **Marco Rizzoli** di Ingenico Italia racconta di una soluzione Ingenico chiamata iCMP, che consente al merchant di impiegare direttamente lo smartphone o il tablet per le transazioni tramite un piccolo mobile POS. «Le banche che già hanno lanciato una propria

offerta stanno cogliendo i primi risultati in termini di nuovi utenti: come Ingenico, abbiamo distribuito circa 50mila mPOS nuovi» – dice Rizzoli. Completa il miniscenario di soluzioni alternative ma efficaci, **Domenico Uggeri** di Zucchetti che ricorda come già durante la finale di Champions League del 2009 tra Barcellona e Manchester United all'Olimpico di Roma, (la cui gestione degli accessi è targata Zucchetti), «gli spettatori potevano pagarsi il viaggio sui mezzi di trasporto urbani per recarsi allo stadio, utilizzando la medesima tessera che fungeva da titolo d'ingresso».

SICUREZZA E FACILITÀ D'USO

Vediamo per concludere l'aspetto della sicurezza visto proprio dal lato terminale. «Le organizzazioni che forniscono servizi di pagamento di questo tipo devono necessariamente bilanciare due elementi: sicurezza della transazione e facilità d'uso da parte del cliente» – ci ricorda **Luca Rossetti**, senior business technology architect di CA Technologies (www.ca.com/it/). Bisogna insomma fornire un'esperienza di pagamento lineare per evitare che gli utenti non abbandonino certe opportunità o peggio ancora cerchino scorciatoie meno sicure. «Esistono sistemi di autenticazione, come per esempio CA Risk Analytics, che sono in grado di valutare il rischio legato a una transazione attraverso un'analisi di contesto, modulando la protezione in funzione del rischio». La stessa CA è tra gli sviluppatori del protocollo per pagamenti sicuri 3D Secure, impiegato da VISA, MasterCard e American Express.

Gino Carnevale di Omnitech osserva una diffusione ancora limitata ma ricca di potenziale di servizi basati su app che sfruttano la semplicità dei codici a barre bidimensionali e si basano su algoritmi di cifratura sicuri e rigorose norme a tutela della privacy. «Si tratta di un mercato dalle grandi po-



Maurizio Martinozzi
manager sales engineering di Trend Micro



Antonio Bosio
product & solutions director di Samsung Electronics Italia



Luca Rossetti
senior business technology architect di CA Technologies

Tre consumatori su 10 hanno usato un device mobile per fare almeno una transazione nel 2013

tenzialità, il cui sviluppo implica una convergenza sugli standard tecnologici e di sicurezza da adottare, un quadro normativo di riferimento il più possibile omogeneo e in grado di fornire stimoli e un cambiamento culturale da parte dell'utenza e degli esercenti. In tale contesto, Omnitech si pone come benchmark nell'eccellenza dei servizi e delle soluzioni di mobile information security (MIS), attraverso una proposizione di valore basata su un approccio olistico, unita a una profonda specializzazione». In portafoglio, Omnitech vanta servizi di sviluppo di app sicure e l'implementazione di tecnologie enterprise mobility management e app di produttività aziendale.

SENZA LASCIARE TRACCIA

David Gubiani di Check Point Software Technologies e **Morten Lehn** di Kaspersky Lab concordano entrambi sulla ampia disponibilità di soluzioni di protezione degli end-point. «Se dal punto di vista teorico, queste sono in grado di fronteggiare con successo ogni minaccia informatica – dice Gubiani – i test sul campo dimostrano che la performance tecnologica non è sufficiente.

Queste soluzioni devono essere integrate all'interno di una piattaforma più completa, in grado di garantire sicurezza all'intero processo lungo tutti i diversi livelli, dal database al terminale. Un'ulteriore opzione è la possibilità di creare una "bolla" applicativa istantanea, nella quale poter compiere operazioni ritenute critiche o

confidenziali, e che può essere poi eliminata senza lasciare traccia». Dall'altra parte, Lehn rileva come Kaspersky Lab sia stata tra i pionieri dei sistemi di protezione dedicati ai terminali mobili. «La nuova versione di Kaspersky Internet Security Multi-Device 2015 è una di queste. La suite permette, con un solo prodotto e una sola licenza, di poter proteggere qualsiasi combinazione di pc e Mac e di smartphone e tablet Android e offre, inoltre, una tecnologia pensata per i pagamenti online, Safe Money, che protegge le transazioni finanziarie in ogni fase».

IMPENNATA DI NUOVI SERVIZI

Ottimisticamente, **Alessandro Peruzzo** di Panda Security si dice convinto che proprio grazie al pieno dominio della sicurezza «assisteremo a un'impennata di nuovi servizi e funzioni per il settore mobile, che consentiranno un completo sviluppo del relativo commercio, agevolando ogni tipologia di transazione, non solo nei pagamenti, ma anche nel ticketing e utilizzo di coupon». E **Maurizio Martinozzi** di Trend Micro conclude confermando: «Sì, il mercato e la tecnologia sono pronti, anzi abbiamo funzionalità che oltrepassano in grande misura l'effettiva richiesta. Ci sono stati casi di associazioni di categoria riunitesi per facilitare l'adozione e l'utilizzo delle nuove modalità di pagamento, scontrandosi con resistenze "culturali". Ma ci sono anche buoni esempi, come il Trentino, che in molte zone consente di pagare il parcheggio direttamente con lo smartphone». **DM**

speciale trasporti

Le nuove App Atm

Rivoluzione digitale nei trasporti Il biglietto lo acquisti on line

Scaricabile su smartphone con sistemi Android, iOS e Windows Phone

90 1,5

Sono i minuti disponibili per muoversi sulle linee della rete urbana con il biglietto elettronico

È il costo in euro del biglietto su rete urbana acquistabile tramite la nuova App dell'Atm

LA TECNOLOGIA avanza a passi da gigante e Atm si adegua con una rivoluzione digitale che mette al servizio dei clienti per migliorare le condizioni di viaggio, sburocratizzare le procedure e rendere la mobilità cittadina più smart. Un altro step quindi verso la smaterializzazione del ticket sui mezzi pubblici.

È scaricabile gratuitamente la nuova APP Atm, anche in inglese, aggiornata e uniformata nel design, con nuove funzionalità e operativa su sistemi Android, iOS e Windows Phone dalla versione 8 in poi. Una fruibilità migliorata per garantire maggiore immediatezza agli utenti sia italiani sia stranieri. Con la nuova applicazione aumenteranno le informazioni sulla mobilità, attraverso l'integrazione di tutte le informazioni sul traffico in tempo reale che vengono distribuite nei canali digitali Atm, a partire da Twitter. Si può calcolare il percorso e i tempi di attesa, cercare linee e fermate, trovare le più veloci soluzioni di viaggio.

LA VERA RIVOLUZIONE per i viaggiatori riguarda la possibilità di acquistare tramite PayPal o carta di credito biglietti singoli urbani per viaggiare su tutti i mezzi Atm. Gli utenti dotati di uno smartphone, possono acquistare il biglietto in ogni momento del giorno e della notte, giorni festivi compresi, e possono salire sul tram o sul bus, oltre che presentarsi ai tornelli della metropolitana, dotati del titolo di viaggio virtuale. Per la metrò infatti il discorso è leggermente diverso: bisogna inserire il codice a barre nelle macchinette che distribuiscono i biglietti e attendere che il proprio ticket venga stampato: così sarà possibile superare i tornelli che, al momento non sono in grado di leggere i codici a barre. Successivamente verranno sostituiti i tornelli in base alle esigenze emerse. Tra le altre novità, la possibilità di ricevere sul telefono un Alert dedicato ad eventi importanti che impattano sulla città e che sono legati alla mobilità. Inoltre, saran-

no presenti tutte le informazioni sui servizi Atm: costo dei biglietti e degli abbonamenti, parcheggi, GuidaMi, BikeMi, news sul traffico, tutte veicolate attraverso un'unica funzionalità. Dopo la smaterializzazione dell'abbonamento attraverso l'accordo con Poste Mobile, questo è il secondo step che Atm presenta e che offre ai propri clienti. In questa prima fase di sperimentazione il sistema sarà attivo per tutti i biglietti di «prima fascia» cioè quelli cittadini oltre a quelli per destinazioni esterne come la fiera di Rho-Pero e la fermata di Assago, mentre rimangono escluse, ma solo per il momento, le stazioni più lontane.





CODICE A BARRE

Bisogna scaricare l'applicazione sul proprio smartphone e registrarsi: un codice a barre sullo schermo rappresenta la prova del pagamento avvenuto che va mostrato al controllore



Viaggiare sui mezzi pubblici è più semplice da quando Atm in collaborazione con PosteMobile ha realizzato un nuovo modo per attivare l'abbonamento TPL da parte dei clienti di PosteMobile: lo smartphone sostituisce la tessera. L'utente, cliente di PosteMobile con uno smartphone Android, riceve una sim su cui può scaricare l'app.



Rapporti Top Brands, novembre è il mese del calcio. Serie A Tim e Juventus sono le pagine più coinvolgenti sui principali social

Secondo l'indagine di Blogmeter i due account sbancano su Facebook e Twitter. Buoni risultati anche per X-Factor ed Expo 2015 Milano, che domina le classifiche di crescita su entrambe le piattaforme 2.0

È pronta la Top Brands relativa a novembre 2014, che Blogmeter stila mensilmente per valutare i 200 brand e i 200 media che hanno performato meglio su Facebook e Twitter. Come per le classifiche di ottobre, anche a novembre le valutazioni si basano su metriche ad hoc per analizzare più efficacemente il ritorno delle strategie messe in atto sui vari canali. Per questo mese sono stati scelti i Posts/Mentions Addressed, ovvero il numero di post pubblicati dagli utenti sulla pagina o verso il profilo a cui il brand ha dato risposta, e il Total Engagement (Facebook), cioè la somma di tutte le interazioni avvenute sulle pagine durante il mese di novembre (like, condivisioni, commenti, post degli utenti in bacheca).

LE MIGLIORI PAGINE FACEBOOK

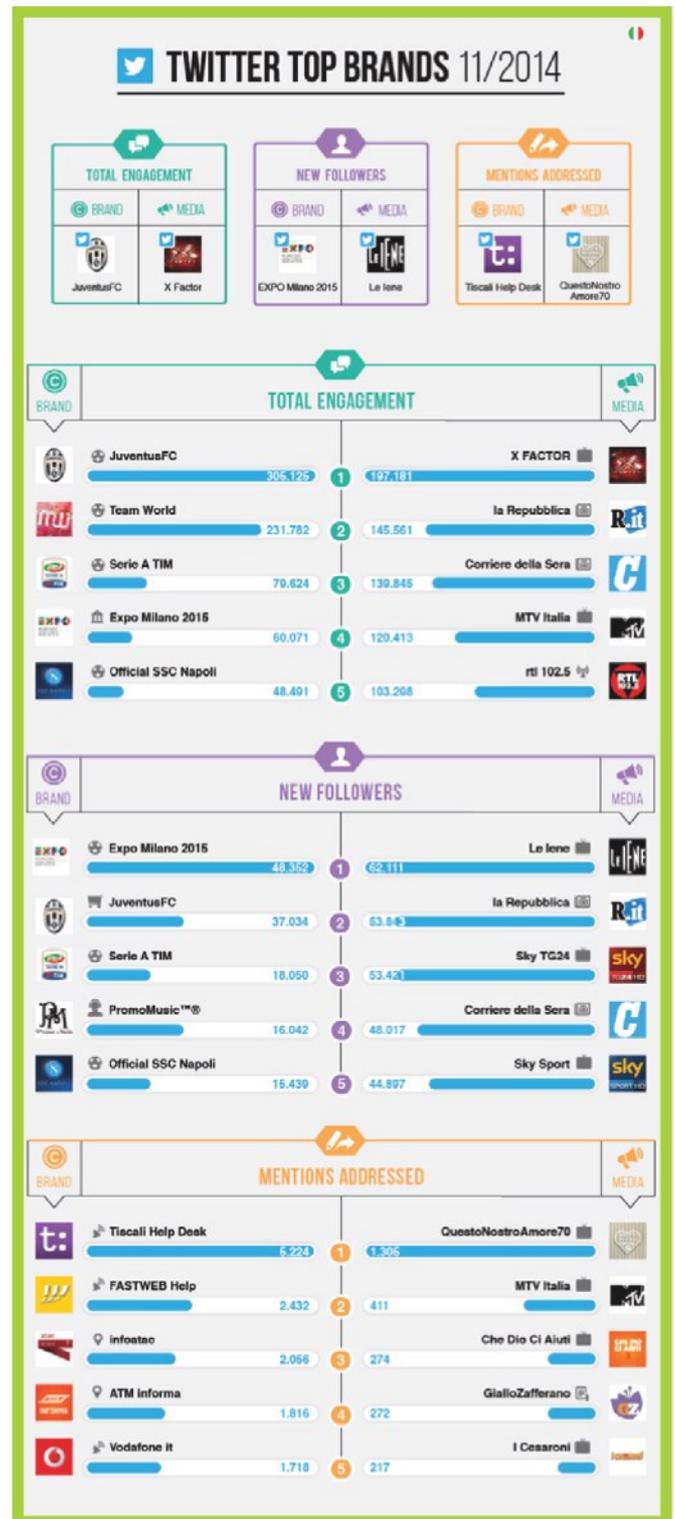
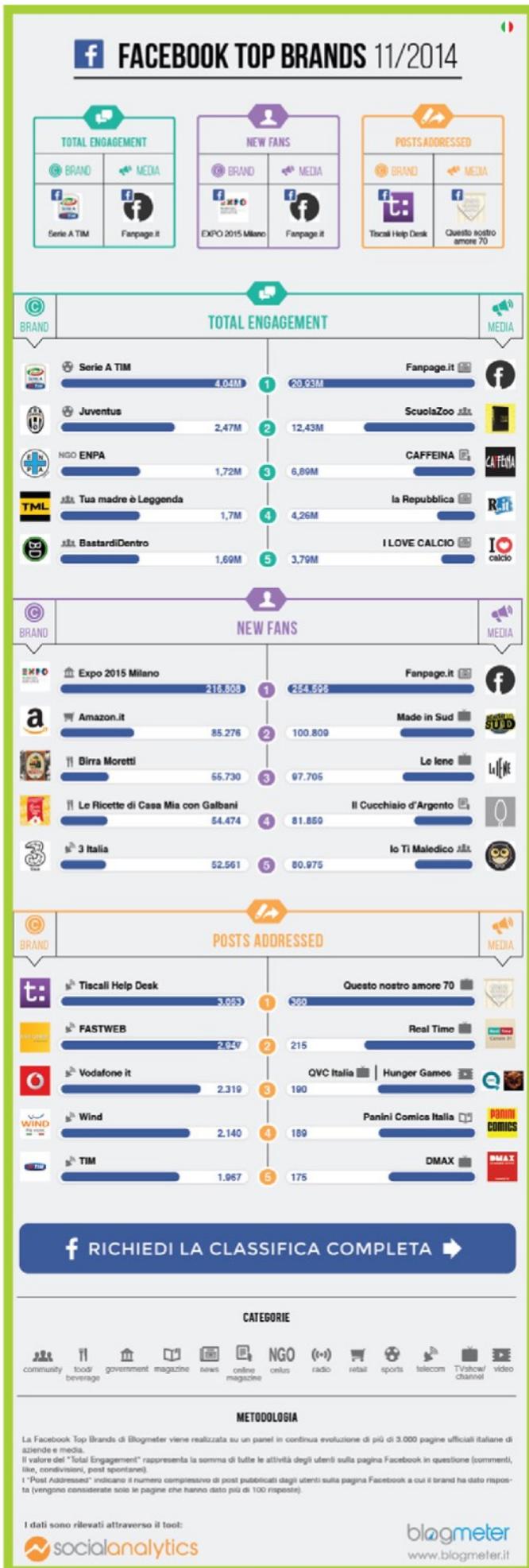
Le due pagine più coinvolgenti di novembre sono tutte legate al mondo del calcio: la prima è "Serie A Tim" con più di 4 milioni di interazioni complessive, a cui segue "Juventus". Ottimo posizionamento anche per i due brand di agende "Tua madre è leggenda" e "BastardiDentro" che sfruttano la stagionalità di fine anno e per la pagina della onp "ENPA", che spiccava anche per page engagement (la classifica per engagement rapportata al numero di fan della pagina) insieme ad altre organizzazioni quali "La Lega Nazionale per la difesa del cane", "Animal Equality Italia" e "WWF". Per quanto riguarda i media, invece, le pagine più coinvolgenti si confermano "Fanpage.it", "ScuolaZoo" e "Caffeina", oltre che "La Repubblica". Buoni posizionamenti anche per Radio Maria, prima per page engagement. Per quanto riguarda la crescita per numero di fan, il brand che batte tutti gli altri di varie lunghezze è Expo 2015 Milano. Si posizionano molto bene anche numerosi brand legati al food & beverage come "Birra Moretti", "Le ricette di casa mia" con Galbani e, in ► top 15, anche "C'è torta per te Valle". Tra i media, oltre ai programmi televisivi "Made in Sud" e "Le Iene", si posiziona bene anche "Il cucchiaino d'argento"; mentre in top 10 rientrano anche Real Time e DMAX. Considerando il tempo di risposta, la top 5 per evasione di richieste è tutta legata agli operatori delle telecomunicazioni, tra cui vince Tiscali che ha risposto a circa

100 post al giorno. Per quello che riguarda il tempo di risposta il brand più veloce è ancora una volta [PosteMobile](#), che ha impiegato in media solo 4 minuti per rispondere alle segnalazioni. Tra i media la pagina che più ha risposto ai post degli utenti è quella della fiction tv "Questo nostro amore 70". Interessante notare al quarto post la pagina di "Hunger Games", sull'onda dell'uscita nelle sale del nuovo film della serie.

I MIGLIORI PROFILI TWITTER

Anche su Twitter i brand più coinvolgenti sono per lo più legati al mondo del calcio, tra cui Juventus, Serie A Tim e il Napoli, ma in top 10 troviamo anche profili istituzionali come quelli della CGIL e del Miur. Tra i media stravinca invece X-Factor grazie alle coinvolgenti puntate live. Per quello che riguarda la crescita dei profili, come per Facebook il brand che cresce di più su Twitter è sempre Expo 2015 Milano, che si attesta in quarta posizione anche per engagement. Seguono sempre i brand del calcio e, al sesto posto, anche Ikea Italia che sfrutta le prime comunicazioni legate al periodo natalizio. Tra i media crescono vari programmi tv: primo su tutti "Le Iene", ma anche "Sky TG24" (terzo) e "Report" (nono). Infine, considerando chi abbia risposto al maggior numero di mentions ricevute, tra i brand oltre ai profili delle telecom (Tiscali, Fastweb e Vodafone) emergono anche le aziende legate ai trasporti locali quali "infoatac" e "ATM informa". Per tempo di risposta battono ancora tutti FSNews e LeFrecce, entrambi velocissimi con soli 6 minuti medi di gap tra la segnalazione e la risposta. Tra i media anche su Twitter sono presenti vari programmi tv come "Questo nostro amore 70", "Che Dio ci aiuti" e "I Cesaroni", mentre in top 10 è presente anche l'editore Einaudi. ■





Nuove tecnologie



STEFANO FOSSATI

GIORNALISTA E BLOGGER, SI OCCUPA DI COMUNICAZIONE SU INTERNET E DI ECONOMIA DIGITALE. È STATO CAPOREDATTORE DI DIVERSE TESTATE ONLINE DI TECNOLOGIA E LIFESTYLE.

PORTAFOGLI ADDIO, PAGA LO SMARTPHONE

NONOSTANTE I 'PROBLEMI DI GIOVENTÙ', PARTONO I PRIMI SERVIZI DI MOBILE PAYMENT BASATI SULLA TECNOLOGIA NFC. MONOPOLIZZATI DA BANCHE E TELCO, IN ATTESA DI APPLE E GOOGLE.

Di mobile payment e tecnologia NFC (Near Field Communication) abbiamo già scritto, su queste pagine, più di un anno fa. Torniamo sull'argomento, viste le numerose novità che si stanno concretizzando anche in Italia. Ad attrarre l'attenzione di utenti e operatori sui pagamenti tramite smartphone c'è ora anche l'adozione dello standard NFC da parte di Apple, che – buona ultima fra i grandi produttori – ha deciso di integrare il relativo chip nel nuovo iPhone 6. Grazie a questa tecnologia è possibile pagare negli esercizi commerciali semplicemente avvicinando a un POS abilitato il proprio smartphone (ma anche uno smartwatch come quelli presentati negli ultimi mesi da Samsung e dalla stessa Apple) sul quale sono 'caricati' i dati delle nostre carte di pagamento, coupon e carte fedeltà. Facile a dirsi, più difficile da mettere in pratica nel nostro Paese, dove pure gli smartphone con NFC sono diffusi da almeno due anni e i POS compatibili si stanno rapidamente espandendo, soprattutto nelle grandi catene del retail; il vero problema stava fino a oggi nello scarso supporto da parte dei fornitori di servizi di pagamento, vale a dire banche e gestori di carte di credito, accompagnato dai 'problemi di gioventù' (vedi box) degli strumenti messi a disposizione dagli operatori di telefonia mobile, fra i primi a muoversi in questo settore. Ora però le cose stanno cambiando. Certo, per fare pagamenti con l'iPhone 6 bisognerà attendere il lancio in Europa, l'anno prossimo, della piattaforma Apple Pay, l'unica supportata via NFC dallo smartphone di Cupertino e disponibile al momento solo oltreoceano: facile prevedere che istituti di credito e circuiti di carte di pagamento stringeranno accordi con Apple anche da noi. Sempre negli Stati Uniti, già da tre anni Google Wallet consente di pagare in modalità contactless con uno smartphone Android dotato di NFC, grazie a partnership - fra gli altri - con Visa, MasterCard e American Express. Difficile dire quando arriverà in Italia, dove oggi a monopolizzare i pagamenti tramite NFC sono le alleanze fra banche e operatori mo-

PAGARE CON LO SMARTPHONE? CI ABBIAMO PROVATO...

DOTATO DI SMARTPHONE NFC COMPATIBILE (SAMSUNG GALAXY S4), HO CHIESTO A VODAFONE LA SIM NFC E HO SCARICATO L'APP WALLET, PRONTO AD ACQUISTARE LA CARTA RICARICABILE SMARTPASS PER PAGARE 'CONTACTLESS' CON IL TELEFONO. TUTTO INUTILE: IN UN MESE DI TENTATIVI L'APP HA RIFIUTATO ANCHE SOLO DI FARSI CONFIGURARE. DAL SERVIZIO CLIENTI RIFERISCONO DI ESSERE 'CONSAPEVOLI DEL PROBLEMA' E CHE STANNO LAVORANDO PER RISOLVERLO.

SPULCIANDO FRA I FORUM ONLINE LEGGO CHE MOLTI CLIENTI TIM E POSTE MOBILE NON SE LA PASSANO MEGLIO CON L'NFC. LA TECNOLOGIA C'È, MA SULLA SUA APPLICAZIONE C'È ANCORA MOLTO DA FARE.



bili. Come quelle siglate da Banca Mediolanum e Intesa SanPaolo con Tim per utilizzare le carte di pagamento attraverso la piattaforma Tim Wallet; a quest'ultima è anche possibile collegare la nuova Tim SmartPay, carta prepagata realizzata proprio con Intesa SanPaolo e sottoscrivibile da tutti gli utenti mobili di Telecom Italia, senza la necessità di un conto bancario. Anche Vodafone offre ai suoi utenti il Wallet al quale abbinare la carta ricaricabile SmartPass, rilasciata in collaborazione con MasterCard, in attesa di accordi (dati per imminenti) con importanti istituti di credito. E con Poste Mobile si può pagare via NFC con il proprio smartphone se si è titolari di carte Postamat Maestro, Postamat Click MasterCard e PostePay. È solo l'inizio: secondo le stime dell'Osservatorio e-commerce del Politecnico di Milano, anche in un Paese ancora legato al contante come l'Italia i pagamenti contactless passeranno dai 150mila del 2013 ai 250mila di quest'anno, per superare i 600mila nel 2017.

IN METRO CON L'NFC

[PosteMobile](#) ha annunciato la possibilità di acquistare i biglietti dei servizi pubblici di Milano e Torino utilizzando lo smartphone Android. Non sarà più necessario avere il biglietto fisico, ma basterà avvicinare il telefonino NFC al tornello della metropolitana o alla convalidatrice dei mezzi di superficie. Per usare tale servizio è necessario richiedere gratuitamente a [PosteMobile](#) la Super SIM NFC che potrà essere utilizzata come tessera elettronica ATM di Milano o quella GTT di Torino. Si dovrà poi scaricare l'app [PosteMobile](#), andare nella sezione Carte e selezionare la categoria Trasporti. Da qui sarà possibile aggiungere la propria tessera ATM (o quella GTT) inserendo i propri dati.

Antonio Romano, il re del brand racconta i cambiamenti di un'epoca

● Segni grafici, di colori e lettere, di simboli e numeri che raccontano un'epoca. Un marchio, un logo, sono già uno slogan, una dichiarazione d'intenti, una comunicazione ufficiale. Sono latori di un'idea e nel contempo il primo binario sul quale farla viaggiare e insieme poi modificarsi. "Disegnando il cambiamento" è la mostra allestita al primo piano del Must, il museo storico di Lecce, che raccoglie in duecento tavole di varie grandezze, una storia fatta di loghi dal 1980 ai giorni nostri. La storia è quella iniziata, quasi trentacinque anni fa, da Antonio Romano, architetto salentino che con il suo network Inarea ha finito per "firmare" l'immagine dei brand italiani più famosi, dalla Vespa alla Rai, dall'Eni all'Ilva, dalla Telecom a Poste mobile, ecc. La mostra, che resterà aperta fino al 18 gennaio.

