



N.1 | Gennaio 2015 | € 5 | Newspaper

BancaFinanza

GIORNALE DELLA BANCA E DELLA FINANZA - Poste Italiane S.p.A. 45% M.L.2 Comma 20/B Legge 662/96 - Verona - Foto: Italiano

MARCO SIRACUSANO



Il responsabile di BancoPosta illustra le nuove strategie del gruppo per i servizi finanziari

POSTE ITALIANE punta sul digitale

Scenari

2015

Verso la concentrazione del credito



Protagonisti

POSTE ITALIANE PARLA MARCO SIRACUSANO

Una carta innovativa per Piazza Affari

Il responsabile di Bancoposta spiega la rivoluzione nel sistema dei pagamenti in preparazione del debutto in Borsa

■ NINO SUNSERI

Una carta prepagata per l'accesso in Borsa. Comincia anche da qui il percorso che porterà il gruppo Poste italiane a Piazza Affari nel 2015. Un progetto avviato da tempo che, secondo i programmi dovrebbe portare nelle casse dello stato fra quattro e cinque miliardi. Considerando che sul mercato andrà il 49% del capitale significa una valutazione complessiva del gruppo fra gli 8 e i 10 miliardi.

Il governo puntava a chiudere il collocamento entro l'anno per dare un sostegno ai conti pubblici. L'arrivo di France-

sco Caio come capo azienda e le incerte condizioni di mercato hanno consigliato il rinvio dell'appuntamento. Prima della Borsa, infatti, Caio vuole presentare alla comunità finanziaria il nuovo piano industriale che, nelle intenzioni segnerà il punto di svolta rispetto al passato. Il programma metterà l'accento sui servizi a maggior valore aggiunto che garantiscono una redditività più alta rispetto alla tradizionale attività di recapito: vale a dire Poste vita (75 miliardi di premi) e Bancoposta (319 miliardi di raccolta), che avrà il compito di sviluppare il sistema dei pagamenti e far crescere il commercio on line. Due tecnologie su cui Caio, provenendo dal mondo delle Tlc, ha scommesso molto per il futuro dell'azienda.

A occuparsi delle nuove strategie sarà Marco Siracusano che, dopo sei anni trascorsi in banca, è tornato nel gruppo Poste Italiane. «Bancoposta vuole essere uno dei motori dell'innovazione del gruppo investendo in tecnologia e innovazione», dice. «Nelle scorse settimane abbiamo lanciato Postepay Evolution che servirà a mettere in mobilità il conto corrente, per rendere più semplice il sistema dei pagamenti utilizzando il telefono cellulare». Un prodotto su cui Bancoposta (che nel primo semestre dell'anno, ha avuto un risultato operativo di 315 milioni sui 506 milioni

totali) punta moltissimo: «con Postepay Evolution», afferma Siracusano, «iniziamo un nuovo percorso di inclusione digitale, rivolto a giovani, famiglie e nuovi italiani».

Domanda. Affidare un compito tanto gravoso a una semplice tessera elettronica non è forse fin troppo ottimistico?

Risposta. La strategia di base consiste nella focalizzazione sui cittadini e sui piccoli risparmiatori. Noi pensiamo, con questa carta, di fare una nuova rivoluzione nel sistema dei pagamenti come già era successo con il lancio di Postepay. Questa volta lo faremo con l'utilizzo della tecnologia digitale.

D. In che senso?

R. La carta possiede le principali funzionalità del conto corrente a cominciare dall'Iban. Consente di accreditare lo stipendio, disporre di bonifici, pagare bollettini, domiciliare le utenze, eseguire pagamenti e ricariche. Inoltre è possibile fare acquisti in oltre 30 milioni di punti vendita nel mondo, in tutti i siti convenzionati Mastercard e di prelevare contanti dai 7.000 mila sportelli Postamat presenti in Italia, negli uffici postali e dagli sportelli bancari che espongono il logo Mastercard.

D. I contenuti digitali?

R. Centrale nell'offerta è la AppPostepay che consente di fruire del servizio "miniricarica" attraverso il quale è possibile trasferire fino a 25 euro al giorno verso altre postepay gratuitamente. La app consente, inoltre, di salvare le operazioni più frequenti attraverso la funzionalità "operazioni veloci" per averle sempre a portata di click. Da AppPostepay è inoltre possibile visualizzare il saldo e i movimenti, disporre bonifici e postagiuro. E anche ricaricare altre carte postepay o le sim telefoniche. È possibile inoltre, il pagamento dei bollettini



INNOVAZIONE
Postepay evolution è il nuovo servizio lanciato da Marco Siracusano (nella foto). Ha il compito di mettere in mobilità il conto corrente e rendere più semplice il sistema dei pagamenti utilizzando il cellulare.

ed è abilitata ai pagamenti a distanza con la tecnologia Nfc (*near field communication*) che va verso una crescente diffusione e trasformerà il nostro smartphone in un borsellino elettronico.

D. Fra gli obiettivi del nuovo prodotto c'è la lotta al contante e quindi all'evasione fiscale. Non è un programma troppo ambizioso per una semplice carta prepagata?

R. La carta è pensata per i giovani, per le famiglie e per i nuovi italiani. Un segmento di mercato che interessa molto anche alla concorrenza, tanto che altre banche hanno lanciato delle carte prepagate. Dovremo confrontarci con altri operatori e la sfida non ci spaventa. PostePay Evolution ha un contenuto di tecnologia molto elevato e può essere utilizzata anche per i piccoli pagamenti. Non a caso le ricariche giornaliere fino a 25 euro sono gratuite. Vogliamo scoraggiare l'uso del contante rendendo sempre più pratico ed economico l'utilizzo della moneta elettronica.

D. L'obiettivo è di fare come negli Stati Uniti dove anche il caffè al bar si paga con la carta di credito?

R. Non so se arriveremo a tanto. Tuttavia si tratta di cambiare un'abitudine radicata degli italiani che sono i maggiori utilizzatori in Europa di contante.

D. Però la responsabilità non è solo dei consumatori. Non tutti i negozi sono attrezzati per i pagamenti digitali. Alcuni servizi, come per esempio i taxi possono essere regolati solo in contante. È diffusa la convinzione che utilizzare la moneta elettronica abbia un costo mentre il contante è gratuito.

R. Bisogna spiegare agli italiani che questa è una convinzione sbagliata. Il contante è pericoloso perché è facile ru-

STRATEGIE L'ATTIVITÀ TRADIZIONALE E ON LINE

Il peso dei servizi

L'offerta del gruppo Poste italiane si rivolge alle famiglie. E ora anche ai nuovi italiani. Ecco con quali cifre.

- 32 milioni di clienti BancoPosta
- 6,5 milioni di carte Postamat
- 13 milioni di carte prepagate Postepay
- 6 milioni di conti correnti postali
- 2 milioni di correntisti on line
- 21 milioni di operazioni finanziarie online l'anno
- 150 milioni di transazioni finanziarie nei primi sei mesi del 2014 effettuate con

PosteMobile

- 10,5 milioni di clienti registrati a poste.it
- 1,6 milioni di servizi finanziari erogati al mese su poste.it
- 30 milioni di bollettini al mese
- 23 milioni di bollettini pagati attraverso la piattaforma dei servizi digitali
- 7 mila Atm Postamat

barlo ma anche in termini di gestione. Soprattutto i negozianti dovrebbero rendersi conto dei costi impliciti del *cash*. Sono elevatissimi: circa otto miliardi l'anno, pari allo 0,5% del Pil. Insomma se circolasse meno contante sarebbe un vantaggio per tutti. Senza dimenticare gli ostacoli all'evasione fiscale.

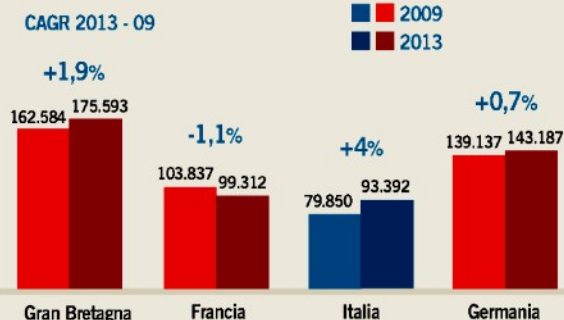
D. BancoPosta punta al formato 2.0. Tuttavia non possono dimenticare di essere la cassaforte del risparmio degli italiani.

R. Non lo dimentichiamo affatto. Ma proprio per garantire la sicurezza dei risparmi dobbiamo essere innovativi. Penso alla dematerializzazione del bollettino postale, ai pagamenti on line, o ai nuovi libretti *Smart*. Nati nel solco del risparmio tradizionale con un rendimento annuale dell'1,75%, vanno verso una fruibilità digitale. E in poco più di un anno e mezzo sono stati sottoscritti 1,6 milioni di libretti *Smart*, con una raccolta di 32 milioni. ■

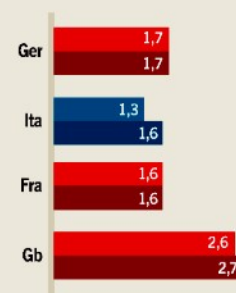
IN RIMONTA
Dal 2009 al 2013, l'Italia ha recuperato nella graduatoria delle carte di pagamento più emesse in Europa, superando (seppur di poco) la Francia. Ottima la situazione del numero di card per abitante, che vede il nostro paese a un passo dalla Germania. Gran Bretagna leader di tutte le graduatorie.

CARTE DI PAGAMENTO SEMPRE PIÙ DIFFUSE

Carte di pagamento emesse (migliaia)
PostePay è oggi il marchio più diffuso



NUMERO DI CARTE DI PAGAMENTO PER ABITANTE



L'incremento delle carte di pagamento nel nostro paese è più che doppio rispetto a quello dei maggiori paesi europei, anche a causa del valore relativamente contenuto del numero delle carte pro capite nel 2009 (1,3)

Fonte: Red Book Bis - settembre 2014



CRONACHE

Alfano: azione di vigilanza rafforzata su giornali, chiese e moschee



POLITICA

Alfano: nessun segnale di rischio terrorismo per l'Italia



POLITICA

Alfano: anche l'Italia toccata dal fenomeno dei foreign fighters
Strage Charlie Hebdo, si spegne la Tour Eiffel - Nude News



POLITICA

Strage Charlie Hebdo, omaggio dei musicisti a Londra - Nude News



SPORT

Derby, l'appello ai tifosi del vicesindaco



Charlie, Baubé (Afp): la satira francese sfida tutte le autorità
Fiaccolata a Roma in ricordo vittime Parigi: siamo tutti Charlie

CRONACHE

Previsioni meteo per sabato, 10 gennaio



POLITICA

Camera semivuota mentre Alfano riferisce sui fatti di Parigi



POLITICA



Da Siemens e StreetScooter l'auto elettrica per le consegne Race
Incidente AirAsia, seppellite in Indonesia le prime vittime

CRONACHE

Pino Daniele, autopsia rivela morte per insufficienza cardiaca



CRONACHE

Fiaccolata Charlie Hebdo, la giornalista del Fatto e La Russa



SCIENZA E TECNOLOGIA



CRONACHE

Logo Expo a convegno famiglia, assessore conferma: non si toglie



POLITICA

Tempesta di neve sui profughi siriani in Libano - Nude News



CRONACHE

Perrotta: gol fantasma? Ok a tecnologia in serie A, ma non sempre
Perrotta: credo sarà un gran derby. Il campionato? E' Juve-Roma



SPETTACOLI

"Magic Shadows", ombre che raccontano storie e fanno sognare



POLITICA

Charlie Hebdo, Boldrini: attacco criminale, ma non generalizzare

Home > Economia > Postemobile/ Virtuani nuovo amministratore delegato

Postemobile/ Virtuani nuovo amministratore delegato

Venerdì, 9 gennaio 2015 - 09:05:00



aiTV





Fabrizio Virtuani da novembre 2014 è il nuovo amministratore delegato di PosteMobile. Laureato in Ingegneria Elettronica, Sistemi Informativi Gestionali, al Politecnico di Milano, ha iniziato la sua carriera al Dipartimento di Economia e Produzione e al MIP dello stesso Politecnico, e successivamente nel 1993 è entrato in TC Sistema come Assistente dell'amministratore delegato, con le responsabilità di Pianificazione Strategica, Marketing per il mercato svizzero, Cost Accounting e Reporting.

Dal 1994 al 1998 in Italtel-Siemens è stato Marketing and Planning Manager della business unit Sistemi Radiomobili, con le responsabilità della Pianificazione Strategica e di Prodotto, del Marketing Strategico e Operativo, e con gli incarichi di Membro del Comitato Strategico Italtel-Siemens per i sistemi radiomobili, di Project Planner e Controller del ramp-up produttivo dei sistemi radiomobili, e di Proposal Manager per l'offerta al terzo operatore radiomobile italiano.

Dal 1998 al 2012 in Bain & Company Italy è diventato Associate Partner e Senior Member delle practice internazionali Technology, Media & Telecom e Aerospace & Defense. Ha servito 50 clienti italiani e internazionali gestendo più di 105 progetti di consulenza strategica e ICT, nei settori Banking, Private Equity, Telecomunicazioni, Servizi Postali, Trasporti, Media, Information Technologies, Consumer Goods, Pubblica Amministrazione, Gaming, Università, Componentistica Elettronica, Petrochimico, Utilities Elettriche, Acciaio, Costruzioni.

Da luglio 2012 a novembre 2014 ha rivestito il ruolo di Responsabile della funzione Tecnologie dell'Informazione nel gruppo Poste Italiane, con le responsabilità di Gestione della Domanda, Innovazione Tecnologica, Pianificazione delle Tecnologie, Disegno delle Architetture di Sistemi, Software, Hardware, Infrastrutture e Reti TLC, Sviluppo del Software, Esercizio dei Data Center e dei Sistemi, Sicurezza Logica.

E' inoltre Presidente di Postecom e Consigliere di Amministrazione della Global Cyber Security Foundation.



► **Camera semivuota mentre Alfano riferisce sui fatti di Parigi**

ZURICH connect ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. Scopri la polizza auto e fai un preventivo

► **Il video più apprezzato**

In vetrina



📷 **Angelina Jolie incontra il Papa per "Unbroken"**

COSA PENSI DI QUESTO ARTICOLO:

- 
NON MI PIACE
- 
MI È INDIFFERENTE
- 
MI PIACE
- 
MI PIACE TANTO!

Shopping



22,55 € **Vedi**
RelaxsanShoo



70,40 € **Vedi**
Cuoiaria



100 € **Vedi**
Zalando



Scegli l'intimo per la tua estate **Vedi**

Shopping : Scegli il tuo Smartphone con Ciao!



Il tuo tempo è prezioso con Ciao!



24ORE BUSINESS SCHOOL MILANO / ROMA

LA FORMAZIONE PER MANAGER E PROFESSIONISTI

In evidenza



Analisi È di Enpa la pagina più ingaggiante su Facebook; di Expo quella che cresce più rapidamente

A sostenerlo la Top Brands di Blogmeter relativa a dicembre. Su Twitter sveltano la Juve e X Factor

Torna la Top Brands di Blogmeter di dicembre relativa a Facebook e Twitter. Per il mese di dicembre la società di ricerca ha deciso di selezionare tre delle nove metriche di analisi. La scelta è caduta sul page engagement (la classifica per engagement rapportata al numero di fan della pagina), sul numero di nuovi fan/follower acquisiti nel mese di riferimento e infine su una metrica molto importante per valutare le performance dei brand/media nell'ambito del customer care, ovvero il response time.

LE MIGLIORI PAGINE FACEBOOK

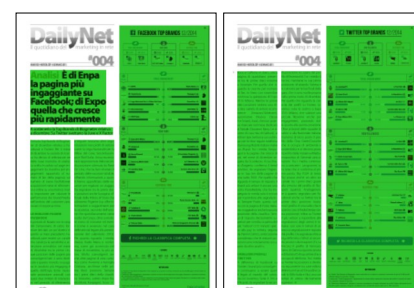
Il periodo di Natale con lo stop del Campionato di calcio fornisce dei dati un po' diversi rispetto ai mesi precedenti. Facebook pare essere un canale che catalizza la sensibilità e attenzione animalista: nel mese di dicembre tra le prime cinque posizioni delle pagine più coinvolgenti ben 4 sono dedicate a questo mondo. Le pagine in assoluto più engaging è quella dell'Enpa (Ente nazionale protezione animali) con quasi due milioni di interazioni nel periodo di riferimento, a seguire troviamo altre organizzazioni non profit di settore come la Lega Nazionale per la difesa del cane, Secondazampa e Wwf Italia. Unica eccezione è rappresentata dalla seconda posizione ottenuta da Paesi On Line, che ha ben sfruttato il periodo delle vacanze natalizie,

offrendo informazioni a quanti hanno approfittato delle vacanze per regalarsi un viaggio. Da segnalare tra le prime dieci posizioni anche la pagina ufficiale della Polizia di Stato che attraverso l'Agente Lisa offre informazioni e suggerimenti per la sicurezza, racconta dell'azione che quotidianamente viene svolta dal Corpo, oltre a rendere conto di iniziative ed eventi (come è avvenuto nel caso delle attività legate alla presentazione del calendario 2015). Per quanto riguarda i media, invece, Radio Maria si conferma, come già accennato nel mese di novembre, la più attiva. Molto coinvolgenti anche altre pagine di area cattolica come Avvenire e Famiglia Cristiana, anch'esse nelle prime dieci posizioni. Sempre tra i primi dieci della classifica troviamo, subito dopo Radio Maria, Fanpage.it, Scuolazoo e Caffèina e Libero, unica pagina di quotidiano presente tra le prime dieci insieme a Avvenire. Per quello che riguarda la crescita per numero di fan, in linea con novembre continua la galoppata di Expo 2015 Milano. Mentre le prime dieci posizioni vedono una discreta varietà di settori: e-commerce (Amazon, Ticketone), automotive (Nuova Classe A e Smart), food, che non poteva mancare nel mese dedicato al Natale (Giovanni Rana, Le ricette di casa mia di Galbani), e infine i tipici settori a cui si attinge per le idee regalo: telefonia

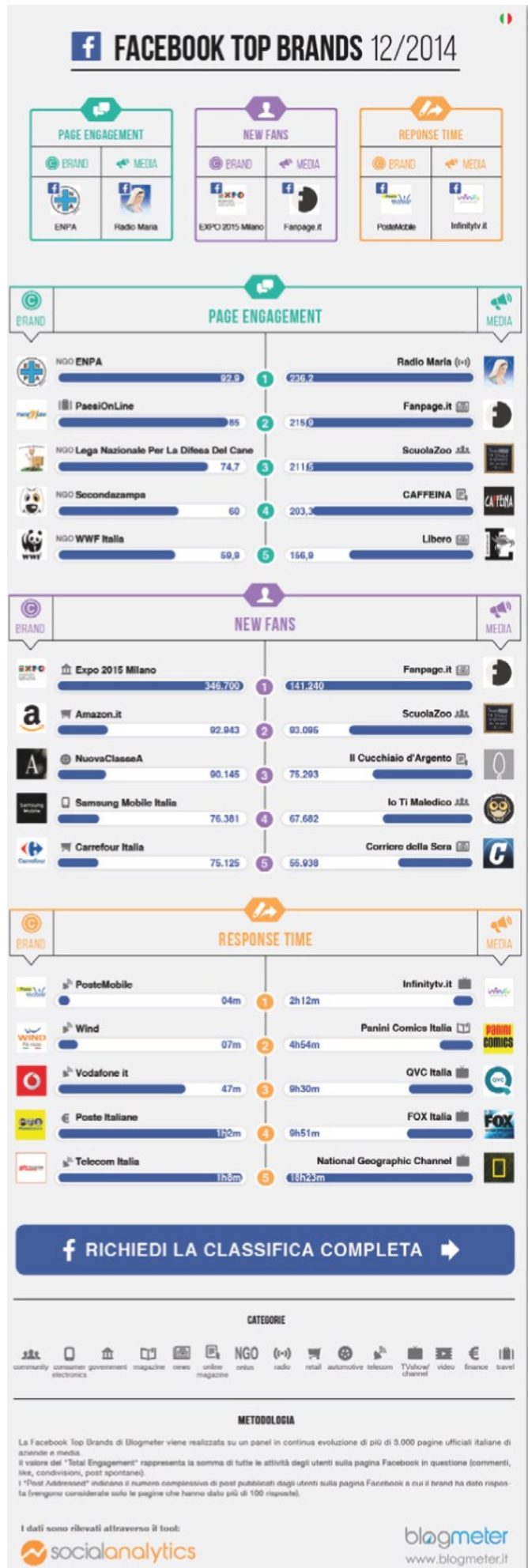
(Samsung Mobile Italia) e make up (Pupa). Tra i media, Fanpage.it è la pagina che cresce di più nel mese di dicembre seguita da Scuolazoo. Il cucchiaino d'argento conferma il trend positivo; da segnalare l'ingresso in top ten della pagine di una radio, R101. Per quello che riguarda il tempo di risposta il brand più veloce è ancora una volta PosteMobile, che ha impiegato in media solo 4 minuti per rispondere alle segnalazioni. Sempre Poste, questa volta con la pagina di Poste Italiane, si aggiudica anche la quarta posizione della classifica. Tempi di risposta decisamente superiori per i media, la palma del più "veloce" (172 minuti) spetta alla pay tv Infinity, seguita da Panini Comics, un'eccezione considerato che le restanti posizioni sono interamente occupate da altri canali tv.

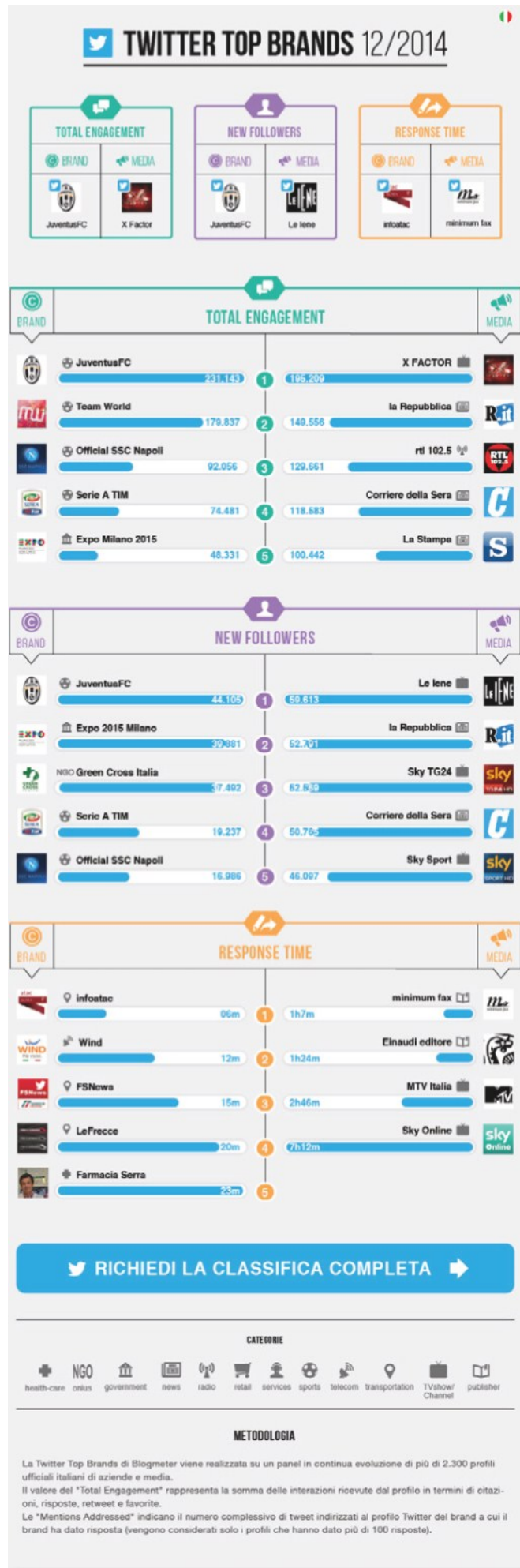
I MIGLIORI PROFILI TWITTER

A differenza di Facebook su Twitter i brand più coinvolgenti continuano a essere quelli legati al mondo del calcio, tra cui Juventus, Serie A Tim e il Napoli, da segnalare la secon-



da posizione occupata dal profilo di Teamworld. Tra i media X Factor, mantiene la sua prima posizione, sfruttando l'attesa e la curiosità per le fasi finali della gara, che si sono svolte proprio nella prima metà di dicembre. Per quello che riguarda la crescita dei profili su Twitter, Juventus ruba lo scettro a Expo 2015 Milano, che subisce una piccola flessione anche per engagement, passando dalla quarta alla quinta posizione. Oltre ai brand delle squadre di calcio e alla Nazionale italiana, troviamo al terzo posto il profilo della Onp GreenCrossche che si occupa di ambiente e sostenibilità e al decimo posto il profilo della iniziativa #Vedia-mopositivo di Generali assicurazioni. Tra i media continuano a crescere i programmi tv, Le Iene che si conferma al primo posto, Sky TG24 al terzo; Sky piazza anche un altro sui canali tra i primi dieci grazie alla crescita del profilo di Sky-sport (quinto). Analogamente a quanto segnalato per Facebook anche su Twitter tra le prime dieci posizioni troviamo il profilo di una radio che in questo caso è RadioDeejay (sesta posizione). Infine su Twitter il più veloce a rispondere alle segnalazioni degli utenti è Infoatac con solo 6 minuti di attesa tra segnalazione e risposta dal profilo. Da segnalare oltre ai big delle telco (Wind al secondo posto) o dei trasporti (Fs, Le Frecce,) il profilo di Farmacia Serra di Genova (quinto posto) e di Batista70 shop online che si occupa di telefonia. Tra i media su Twitter le posizioni si dividono equamente tra case editrici (Minimum Fax ed Einaudi) e canali tv (Mtv Italia e Sky), ma con tempi di attesa decisamente superiori. ■





Il canone Tv si paga anche con [PosteMobile](#)

Bollo auto, in posta il calcolo automatico

Per il pagamento del bollo auto, in scadenza il 31 gennaio, i proprietari di veicoli e motoveicoli residenti nella provincia di Piacenza che si rivolgono agli uffici postali usufruiscono di un servizio che semplifica il pagamento ed è a prova di errore.

Tutti gli sportelli postali del Piacentino possono infatti collegarsi in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche: in tal modo automobilisti e motociclisti non devono preoccuparsi di calcolare l'importo del bollo. Basta loro indicare sul modulo di richiesta, disponibile in tutti gli uffici postali, il tipo e la targa del veicolo, il codice regione (6 per l'Emilia Romagna), la scadenza e il proprio codice fiscale. L'operatore allo sportello consulterà l'archivio delle targhe automobilistiche, verificherà la correttezza dei dati e segnalerà eventuali errori, comunicando al cliente l'importo esatto da pagare.

Il versamento del bollo auto può essere anche eseguito on line sul sito di Poste Italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino.

Per quanto riguarda il pagamento del Canone Tv, oltre che presso gli sportelli postali e sul sito di Poste Italiane, può essere effettuato dai clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento Banco-Posta alla propria Sim (conto corrente o Postepay), anche grazie alla App [PosteMobile](#), gratuita e scaricabile da Google Play Store e da App Store.



NOVITÀ PER GLI AUTOMOBILISTI

Il Bollo Auto si paga negli uffici postali con un modulo semplice e a prova di errore

Pagare il bollo auto in scadenza venerdì 31 gennaio è sempre più semplice e veloce con Poste Italiane. I versamenti possono essere effettuati in tutti i 183 uffici postali presenti nella provincia di Genova grazie al collegamento diretto con l'archivio regionale e provinciale delle tasse automobilistiche. Per corrispondere il pagamento non è più necessario che il cliente conosca l'importo dovuto: è infatti sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello, indicandotipo, targa del veicolo e regione (9 per la Regione Liguria). Sarà l'ufficio postale, attraverso il collegamento in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche, a verificare la correttezza dei dati e comunicare l'importo da pagare. Il pagamento del bollo auto può essere anche eseguito online sul sito di Poste Italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. I correntisti BancoPostaOnline possono pagare il bollo auto direttamente sul sito con addebito diretto sul conto oppure utilizzando le carte di credito Visa e MasterCard o la carta Postepay. La conferma dell'avvenuto pagamento verrà poi inviata via mail direttamente nella propria Bacheca, l'area riservata alle comunicazioni di Poste Italiane. Chi non è correntista BancoPosta online può comunque fruire del servizio registrandosi al sito di Poste Italiane e pagando con le principali carte di credito o con Postepay. La registrazione al sito è gratuita e immediata. Sul sito di Poste Italiane è inoltre possibile pagare il Canone Tv, ed i clienti PosteMobile che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta (conto corrente o Postepay) alla propria Sim, potranno effettuare il pagamento tramite smartphone.



POSTE ITALIANE**Pagamento
di bollo auto
e canone tv**

Per il pagamento del bollo auto, in scadenza il 31 gennaio, i proprietari di veicoli e motoveicoli residenti nella provincia di Ferrara che si rivolgono agli uffici postali usufruiscono di un servizio che semplifica il pagamento ed è a prova di errore. Tutti gli sportelli postali del Ferrarese possono infatti collegarsi in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche: in tal modo automobilisti e motociclisti non devono preoccuparsi di calcolare l'importo del bollo. Basta indicare sul modulo di richiesta, disponibile in tutti gli uffici postali, il tipo e la targa del veicolo, il codice regione (6 per l'Emilia Romagna), la scadenza e il proprio codice fiscale. L'operatore allo sportello consulterà l'archivio delle targhe automobilistiche, verificherà la correttezza dei dati e segnalerà eventuali errori, comunicando al cliente l'importo esatto da pagare. Per quanto riguarda il pagamento del Canone Tv, oltre che presso gli sportelli postali e sul sito di Poste Italiane, può essere effettuato dai clienti Poste-Mobile che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta alla propria Sim (conto corrente o Postepay), anche grazie alla App [PosteMobile](#), gratuita e scaricabile da Google Play Store e da App Store.



Posta Ecco come pagare il bollo dell'auto allo sportello

Per il pagamento del bollo auto, in scadenza il 31 gennaio, i proprietari di veicoli e motoveicoli residenti nella provincia di Ravenna che si rivolgono agli uffici postali usufruiscono di un servizio che semplifica il pagamento ed è a prova di errore. Tutti gli sportelli postali del Ravennate possono infatti collegarsi in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche: in tal modo automobilisti e motociclisti non devono preoccuparsi di calcolare l'importo del bollo. Il versamento del bollo auto può essere anche eseguito on line sul sito di Poste Italiane www.poste.it. Per quanto riguarda il pagamento del Canone Tv, oltre che presso gli sportelli postali e sul sito di Poste Italiane, può essere effettuato dai clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta alla propria Sim, anche grazie alla App [PosteMobile](#).



Bollo auto: in tutti gli uffici postali calcolo automatico dell'importo

SCADENZE DI FINE MESE Il canone rai si può pagare anche con lo smartphone

Si avvicina il 31 gennaio, data di scadenza del bollo auto e del canone Tv. Ecco alcuni consigli di Poste Italiane per effettuare il pagamento correttamente. Il canone Rai si può pagare anche con lo smartphone attraverso l'app [Poste Mobile](#). Per il pagamento del bollo auto, in scadenza il 31 gennaio, i proprietari di veicoli e motoveicoli residenti nella provincia di Rimini che si rivolgono agli uffici postali usufruiscono di un servizio che semplifica il pagamento ed è a prova di errore. Tutti gli sportelli postali del riminese possono infatti collegarsi in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche: in tal modo automobilisti e motociclisti non devono preoccuparsi di calcolare l'importo del bollo. Basta indicare sul modulo di richiesta, disponibile in tutti gli uffici postali, il tipo e la targa del veicolo, il codice regione (6 per l'Emilia Romagna), la scadenza e il proprio codice fiscale. L'operatore allo sportello consulterà l'archivio delle targhe automobilistiche, verificherà la correttezza dei dati e segnalerà eventuali errori, comunicando al cliente l'importo esatto da pagare. Il versamento del bollo auto può essere anche eseguito on line sul sito di Poste Italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. Per quanto riguarda il pagamento del Canone Tv, oltre che presso gli sportelli postali e sul sito di Poste Italiane, può essere effettuato dai clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta alla propria Sim (conto corrente o Postepay), anche grazie alla App [PosteMobile](#), gratuita e scaricabile da Google Play Store e da App Store.



L'Ufficio di Rimini centro

Tecnologia PAGAMENTI DIGITALI

CHI FA SPARIRE il tuo portafogli

Non diremo addio solo ai contanti, ma anche alle carte di credito, ai biglietti dell'autobus e ai coupon per gli sconti. Perché tutto finirà dentro lo smartphone. Ecco come e quando

DI ALESSANDRO LONGO - ILLUSTRAZIONE IRENE RINALDI

Frughiamoci le tasche, apriamo il portafoglio, guardiamo anche nei cassetti. Ci troveremo, sparsi qui e là, varie carte di credito, fogli di coupon per risparmiare sulla spesa; biglietti della metro, abbonamenti per l'autobus. Forse anche "grattini" per il parcheggio. Ebbene, tutto questo mare di carta è destinato a smaterializzarsi. A finire integrato in uno smartphone, in varie forme: nella sim, nei suoi chip o persino in una cloud (su Internet) gestita da Google o da una banca. Sono tecnologie finalmente giunte a maturità, dopo tanto parlare. Le aziende interessate hanno stretto accordi di filiera per rendere tutto questo possibile già nel corso di quest'anno. Alcune di queste cose sono già fattibili con Apple e Google (negli Usa); con Tim, Vodafone e **PosteMobile** in Italia (entro la fine del 2015 anche Wind e 3 Italia).

Significa che al supermercato, sfoderiamo il cellulare alla cassa e non ci serve avere altro. «Già adesso possiamo pagare in questo modo, avvicinando lo smartphone al Pos, con addebito automatico sulla carta di credito; ma tra poche settimane potremo avere, tutti in una stessa app, anche i punti della spesa e i coupon con gli

sconti. Ricevuti via mail o in altro modo e quindi caricati sull'app», dice Valeria Portale, responsabile di questi temi per gli Osservatori del Politecnico di Milano. Bella notizia per distratti e disordinati: non sarà più necessario avere una cura feticistica per i volantini cartacei, per risparmiare sulla spesa. La cassiera applicherà gli sconti automaticamente, leggendoli con il Pos, e caricherà i punti su una memoria digitale associata al cellulare. Se la spesa è inferiore ai 25 euro non dobbiamo nemmeno digitare il pin. Usciamo dal supermercato e saliamo sull'autobus. Con l'app potremo scegliere di comprare il biglietto per quel mezzo, tramite sms all'azienda dei trasporti. Prendiamo la metro? Avviciniamo il cellulare a un lettore speciale e passiamo, facendo valere così i dati dell'abbonamento caricati sempre in quella stessa app. Se siamo in auto, addio alla ricerca di macchinette per il tagliando da esporre per il parcheggio. È sufficiente mandare un sms, selezionando il servizio di parcheggio da quell'app. «Si sta imponendo un'idea», spiega Portale: «Dare all'utente un centro di servizi, tramite un app su smartphone, e da lì fargli fare tutto. Le tecnologie sottostanti possono essere diverse e basarsi anche sui vecchi sms: non importa. Basta che funzioni», aggiunge.

Al tempo stesso, è un momento in cui sembra che tutto possa succedere in questo ambito, perché è in corso una guerra sotterranea: un Risiko di alleanze tra operatori, banche e aziende hi-tech come Apple, intorno a diverse piattaforme tecnologiche. Tre, in particolare. La prima si basa su speciali sim degli operatori mobili (le hanno Telecom, Vodafone e Poste, al momento) ed è la sola ad aver già partorito servizi utilizzabili in Italia. Dentro queste sim c'è



uno scomparto speciale di memoria, protetto, dove l'utente carica (tramite un'app) i propri dati di carta di credito. E a breve, come abbiamo visto, altri dati personali (biglietti, coupon, carte fedeltà eccetera). Dietro le quinte, a gestire il pagamento è la banca che ha dato quella carta di credito e che ha fatto quindi un accordo con l'operatore della sim. Ma le banche si stanno per rivelare alleati infidi degli operatori. Una seconda tecnologia (chiamata Hce, Host

card emulation), permette infatti all'utente di mettere i propri dati su una cloud (uno spazio internet protetto) gestita direttamente dalla banca, senza alcun ruolo da parte dell'operatore. «Stiamo lavorando sull'Hce e lanceremo il servizio a metà 2015», dice Stefania Gentile, responsabile prodotti transazionali privati di Intesa San Paolo. Anche il servizio Google Wallet (per ora solo negli Usa) fa mettere i dati in una cloud. La terza tecnologia invece li

mette su un chip speciale del cellulare ed è quanto fa Apple con Apple Pay: sugli iPhone, a partire da ottobre, negli Usa. Prevede un lancio in Europa nel 2015, in accordo con le banche, che avranno quindi il vantaggio di poter giocare su tutti i tavoli di questa partita. La comunicazione dei dati tra smartphone e pos (o altri lettori appositi) avviene, con tutte queste tecnologie, tramite onde radio a breve distanza (Near field communications). ▶

Da queste premesse risulta insomma che la grande schiera di servizi approderà in Italia nel 2015, ma già per fine anno è previsto un buon balzo avanti della domanda e dell'offerta, secondo il Politecnico di Milano. I Pos compatibili con l'Nfc saranno 250 mila (contro i 150 mila del 2013), in Italia; le sim abilitate 800 mila (erano meno di 5 mila l'anno scorso).

Una novità delle prossime settimane è che Tim, Vodafone e Poste Italiane estenderanno a gamma di servizi oltre il semplice pagamento presso esercenti. «Ci stiamo accordando con aziende dei trasporti, della grande distribuzione, società di controllo accessi e buoni pasto per consentire agli utenti di caricare dati diversi dalla carta di credito, sulla sim. Entro fine anno avremo sulla nostra app Tim Wallet i biglietti dell'autobus e coupon», dice Sergio Cozzolino, responsabile Marketing Sviluppo Servizi di Telecom Italia. Con l'app Vodafone Wallet è già possibile acquistare con il credito telefonico i biglietti per i mezzi pubblici di oltre 15 città italiane (oltre che fare pagamenti Nfc con i Pos). Lo stesso sarà possibile a breve con l'app Wind Talk, per comprare biglietti o pagare parcheggi. Già adesso Wind consente di comprare biglietti via sms, in 25 comuni, ma la novità sarà la centralizzazione di tutto in un'app. Dal 10 novembre c'è un

app di 3 (3Mobility) per comprare biglietti; l'operatore aggiungerà nel 2015, sulle sim, anche voucher, carte fedeltà e i servizi di pagamento Nfc. Ma non è finita perché nei prossimi mesi le sim italiane potrebbero anche integrare i dati di identità dell'utente, in formato digitale. Così potremo farci riconoscere dalle amministrazioni pubbliche e dalle autorità senza bisogno di un documento cartaceo. È un progetto che il governo sta portando avanti con l'Agenda per l'Italia Digitale presso la Presidenza del Consiglio, in seno alla normativa (in fieri) denominata Spid (Sistema pubblicità dell'identità digitale).

I vantaggi per l'utente non si limitano



Questi i servizi già in funzione

Ecco alcuni dei servizi di pagamento via smartphone già disponibili.

Tim Wallet

L'app di Tim funziona con la carta prepagata di recente lanciata da quest'operatore (Visa e realizzata con Intesa San Paolo), con altre carte Intesa San Paolo, con le Mastercard o la prepagata Innovo di Bnl. Supportate anche carte Mediolanum e, a breve, di UbiBanca. Entro fine anno l'utente potrà caricare anche biglietti dell'autobus e coupon.

Vodafone Wallet

Vodafone Wallet funziona già da tempo la prepagata di questo operatore e a novembre anche con carte Mediolanum. È anche la sola app a consentire di acquistare con il credito telefonico i biglietti per i mezzi pubblici di oltre 15 città italiane.

Apple Pay

Il servizio Apple è appena arrivato negli Usa e debutterà in Europa entro fine anno. L'utente può caricare sugli iPhone 6

le carte delle banche con cui Apple ha fatto accordi. Dà poi l'autorizzazione al pagamento poggiando il dito sul lettore di impronte digitali dell'iPhone. Con questo stesso gesto, l'app Apple Pay consentirà di fare acquisti online su cellulare (senza bisogno di digitare i dati della carta).

Google Wallet

Disponibile solo negli Usa, consente di utilizzare tramite cellulare carte di credito, coupon, carte fedeltà e altro. Archivia i dati dell'utente sulla cloud di Google.

Move and Pay di Intesa San Paolo

È stata la prima app per il pagamento mobile. Funziona con carte Visa di questa banca e con le sim di Tim.

Poste Mobile

Posta ha dato il via al proprio servizio, a tutti gli effetti, a fine ottobre. Permette di associare l'app a 34 carte BancoPosta e alla prepagata virtuale ePostepay. A breve, anche a biglietti del trasporto pubblico e a carte fedeltà.

alla comodità di tenere tutto sul cellulare. Il punto è che grazie a quelle app ciò che prima era muto diventa interattivo. Una carta di credito non ci dice, se la guardiamo, quanti soldi abbiamo speso e quanto ci resta (se è prepagata). L'app, che è associata a quella carta, invece sì.

Prima di gridare alla rivoluzione bisogna però ricordare che c'è un problema, al momento, in questi servizi. L'utente che si voglia convertire all'idea del cellulare-portafoglio è costretto a fare uno slalom tra paletti. L'app di Tim supporta al momento solo le carte di Intesa San Paolo, Bnl, Mediolanum e, a breve, di UbiBanca, oltre alla prepagata marchiata dalla stessa Tim. Con l'app di Poste Mobile funzionano solo le carte di Poste Italiane. Con Vodafone Wallet solo la prepagata Vodafone e le carte Mediolanum. D'altro canto, l'Hce delle banche al debutto funzionerà solo su smartphone Android non troppo vecchi (con versione di sistema 4.4); Apple Pay solo su nuovi iPhone e con le carte di alcune banche.

Come si vede, i paletti sono dati dagli interessi del mercato e non dai limiti della tecnologia. Già adesso la sim potrebbe funzionare con tutte le carte di credito, se solo gli accordi di filiera fossero completi. Oppure se solo gli operatori mobili avessero deciso di strutturarsi per gestire il sistema di pagamento senza bisogno delle banche. «Avrebbero potuto farlo, dal punto di vista tecnico e normativo; ma hanno preferito non scavalcare le banche, a cui sono legati da rapporti finanziari profondi», spiega Carlo Maria Medaglia, docente all'università La Sapienza di Roma e tra i primi studiosi di pagamenti mobili in Italia. Se invece guardiamo alle tecnologie e ai loro scenari, le possibilità di sviluppo sarebbero molto più avanzate anche rispetto allo stesso cellulare-portafoglio: si potrebbe pagare presto con i device indossabili, ad esempio, a iniziare dai Google Glass e dagli smart-watch, solo con un ordine vocale e tenendosi le mani libere. Del resto questi strumenti - Glass e suoi concorrenti in testa - sono stati pensati (anche) per fare shopping online con un battito di ciglia e con la propria voce, quindi teoricamente nulla osta al loro uso anche nei negozi fisici. Ma questo arriverà più avanti. Per adesso è già tanto se riusciamo a sbarazzarci di contanti e carte varie. ■

telecomunicazioni

Uno studio comparativo di Mediobanca fotografa il settore

Telecom, redditività ok ma male gli investimenti

Discesa continua per i ricavi del comparto fisso-mobile: -36% dal 2009

SORPRESE

Di Wind i migliori ricavi per cliente nella banda larga fissa

Maddalena Camera

■ L'ufficio studi di Mediobanca fa il punto sul settore delle Tlc in Italia utilizzando la base dati del 2013, quando il settore ha rappresentato il 2,2% del Pil italiano, il 2,05% della spesa delle famiglie e il 5,8% degli investimenti. Cifre comunque notevoli, nonostante i ricavi in calo per il comparto. Concorrenza e forte regolamentazione da parte delle Authority che hanno pesato molto sul fatturato complessivo pari a 34,5 miliardi e calato, nel 2013, del 10,8% rispetto al 2012 e del 21,3% sul 2009. E questo nonostante l'aumento dei clienti per la rete mobile, cresciuti del 7,2%, e del traffico voce salito addirittura del 36% rispetto al 2009 per effetto delle tante promozioni.

Quanto al mercato, a fine 2013, Telecom, nel mobile, era il primo operatore con il 32,2% del mercato davanti a Vodafone (28,7%). Entrambe le società, però, erano in flessione rispetto al 2009, mentre Wind (23%), 3Italia (10%) e gli operatori virtuali PosteMobile (2,9%) e Fastweb (0,8%) risultavano in crescita. Nel fisso, Telecom è prima con il 63,1% del mercato, in flessione del 10,4% sul 2009. Crescono invece Wind-Infostrada (13,5%), Vodafone che, secondo la ricerca, è il secondo operatore nel fisso (9,5%) grazie a un leggero distacco verso Fastweb (9,3%). Quarta, Tiscali, con il 2%. Tra le

curiosità, la seconda posizione di Vodafone nel mobile, detenuta, oltre che in Italia, anche in Germania, Spagna e persino in Inghilterra dove è battuta da Ee. La sorpresa è sui margini industriali. Secondo Mediobanca, la migliore redditività spetta a Telecom Italia, in linea con Bt ma davanti a Telefonica, Orange e alla russa Vimpelcom. A Telecom però resta il problema del debito pari a 27 miliardi.

Dal punto di vista patrimoniale, nel 2013 Vodafone vanta il miglior rapporto tra debiti e patrimonio netto (40,7%), seguita da Orange (142%), Deutsche Telekom (156%), Telecom (173%), Telefonica (210%) e Vimpelcom (322%), mentre Bt segna un patrimonio netto negativo. Telecom, però, è indietro sul fronte degli investimenti, in linea con Bt (3,6%), ma ben al di sotto dei maggiori investitori: Vimpelcom e Vodafone. L'incidenza dei margini sul fatturato è in peggioramento dal 2009 per tutti. Quattro di essi riportano nel 2013 un risultato corrente negativo (Wind -6,6%; 3Italia -5,1%; Fastweb -2%; Tiscali -1,2). Circa la produttività del lavoro, Vodafone è al primo posto (194 mila euro), seguita da Wind con 145 mila e Telecom con 136 mila. Quanto all'Arpu, il ricavo medio per cliente, Vodafone registra quello più alto, pari a 14,5 euro al mese, mentre PosteMobile fa segnare quello più basso, 7 euro. In salita l'Arpu nel broadband fisso: Wind ha il più elevato con 20,5 euro al mese (+12% sul 2009), seguita da Telecom con 19,1 euro (+4,4% sul 2009).



PROBLEMI

Nonostante l'aumento di clienti e di traffico, il fatturato dei big del settore tlc è in costante contrazione. Nella foto, un sistema di trasmissione di Telecom Italia

[Ansa]



Sussurri & Grida

Telecom Italia prima in Europa per redditività

(s.bo.) A Telecom Italia spetta la miglior redditività industriale fra i grandi gruppi europei di telecomunicazioni con un margine operativo netto nel 2013 del 21,8% del fatturato. Lo rileva uno studio di R&S-Mediobanca che considera il periodo 2009-2013. Rispetto ai gruppi che operano nelle telecomunicazioni in Italia (oltre a Telecom, Vodafone, Wind, 3, PosteMobile, Fastweb e Tiscali) viene sottolineato che i ricavi nel periodo si sono contratti del 9,6% a 38,3 miliardi a causa in particolare della concorrenza e delle revisioni tariffarie. Il fatturato nel fisso si è ridotto del 18% e quello sul mobile del 20,6% mentre le vendite di terminali sono raddoppiate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TAVOLE ROTONDE

Milano, 8 ottobre 2014 - presso Autogrill Villoreasi



HANNO PARTECIPATO

■ **Giorgio Bongiorno**, Delegato in Italia, Finaki ■ **Paolo Cavalsassi**, Direttore Vendite, Microsoft ■ **Aldo Chiaradia**, Cio, Furla ■ **Annamaria Di Ruscio**, Partner e Direttore Generale, NetConsulting ■ **Patrizia Fabbri**, Caporedattore, ZeroUno ■ **Roberto Fontana**, Marketing Director, Qlik ■ **Brunello Giordano**, Director, Partners and Channel, Ca Technologies ■ **Gianluca Giovannetti**, Group Cio & Business Process Director, Amadori ■ **Gianluca Metti**, Engineering Manager F&B EU, Autogrill ■ **Demetrio Migliorati**, Head of Enterprise Digital Organisation, Banca Mediolanum ■ **Roberto Mussi**, Sales Manager Large Enterprise, Dell ■ **Gianni Origi**, Cio, A.O.Niguarda Cà Granda ■ **Fabio Pacelli**, Direttore Gestione Servizi al passeggero, Gesac - Aeroporto Internazionale di Napoli ■ **Davide Pannuto**, Social & Mobile Category Leader, Ibm ■ **Daniele Rizzo**, Presidente Comitato di Programma Finaki Incontri Ict 2015 e Chief Information & Bpo Europe, Autogrill ■ **Paolo Sassi**, group it director, Artsana Group ■ **Stefano Uberti Foppa**, Direttore, ZeroUno

PROSPETTIVA IMPRESE

CONNECTED COMMUNITY C'È UN MODO DIVERSO DI FARE IMPRESA IN UNA SOCIETÀ DIGITALE INTEGRATA?

servizio a cura di **Patrizia Fabbri**

Come trasformare le nostre aziende ancora strutturate su vecchi modelli organizzativi in aziende "liquide", capaci quindi di rimodellarsi sulla base di diverse variabili, inserite in una connected community fatta di ecosistemi interni (dai dipendenti, ai clienti, ai partner), ma soprattutto esterni (associazioni, startup, centri di ricerca, Pa), che consenta loro di vivere da protagonisti la rivoluzione digitale? Se ne è discusso nella Tavola Rotonda tenutasi a Milano nell'ambito del progetto Finaki-ZeroUno-NetConsulting



Una Community nella quale si connettono, con gradi e livelli diversi di coinvolgimento, gli stakeholder tradizionali (dal top management ai clienti), ma anche vendor e associazioni di categoria o soggetti nuovi, come le startup o il mondo della ricerca e delle università (oggi spesso ai margini del mondo aziendale): è il tema sul quale si sono confrontati Cio e rappresentanti dell'offerta nella Tavola Rotonda, coordinata dal Direttore di ZeroUno, **Stefano Uberti Foppa**, e da **Annamaria Di Ruscio**, Partner e Direttore Generale di **NetConsulting**, svoltasi recentemente a Milano nell'ambito del Progetto **Finaki-ZeroUno-NetConsulting**.

"Affrontare la realtà dalla prospettiva di una community di questo tipo rappresenta l'antidoto al problema della frammentazione del tessuto delle imprese del nostro paese; non solo, è importante ragionare con questa prospettiva anche all'interno delle nostre organizzazioni perché, anche al nostro interno, non siamo abituati a lavorare in una logica collaborativa", afferma **Daniele Rizzo**, Presidente del Comitato di Programma Finaki Incontri Ict 2015 e Chief Information & Bpo Europe di **Autogrill**, accogliendo i colleghi nella location che ci ospita, l'Autogrill Villoreasi, alle porte di Milano, esempio esso stesso di collaborazione tra competenze diverse unite nella realizzazione di una struttura architettonica avveniristica ed ecocompatibile.

QUADERNO 3

“Flessibilizzazione, automazione, intelligenza nei sistemi non approdano a nulla se non sono inseriti in un disegno organizzativo di contaminazione con la parte business dell'azienda: i sistemi informativi devono permeare tutta l'impresa ed essere là dove si genera l'opportunità di business”

“Esempi veri di community non ne abbiamo molti – interviene **Giorgio Bongiorno**, Delegato Finaki in Italia – perché, nonostante si parli molto di contaminazione (di mercati e di ruoli), di collaborazione e di condivisione, nella realizzazione concreta manca spesso ciò che contraddistingue una vera community ossia la condivisione di valori comuni. Rivoluzione digitale non significa anarchia: quello che dobbiamo fare è identificare quei valori da condividere, trasversali ai settori, alle peculiarità tecnologiche e alle specificità aziendali, nei quali riconoscerci come community”; è questa condivisione di valori che consente di trasformare comportamenti individuali spontaneistici, balzi in avanti incontrollati, scelte avulse dal contesto, tipici di una “rivoluzione”, in un percorso costruttivo e di cambiamento “gestito”.

E si ricollega proprio ad alcuni concetti base da condividere **Uberti Foppa**: “Il nostro punto di partenza è uno scenario di complessità competitiva che è oggettivamente in aumento a causa di tanti fattori (dalla velocità e contaminazione dei mercati, alla necessità di contenimento dei costi, alle problematiche di security ecc.), ma il cui elemento caratterizzante è l'imperativo di essere in grado, come imprese, di elaborare un'offerta di prodotti e servizi che sappia cogliere l'opportunità del business digitale”; l'It deve quindi permeare ogni area aziendale, ogni attività, soprattutto quelle dove si pensano i prodotti, le soluzioni e i servizi da proporre al mercato. Ma quali sono le “armi” in possesso dell'It per gettarsi profittevolmente in questa arena? “Negli ultimi due anni – prosegue il direttore di ZeroUno – abbiamo visto emergere le forze di riferimento che consentono ai sistemi informativi di supportare l'azienda nella realizzazione di una capacità competitiva a base digitale: flessibilizzazione attraverso il cloud e la diffusione di ‘intelligenza’ nei sistemi, il ‘software defined everything’; gestione della complessità attraverso nuove capacità analitiche che consentono di mettere a frutto l'enorme patrimonio informativo oggi a disposizione delle aziende grazie ai social, ai big data, allo IoT ecc.; portare l'azienda in tasca degli utenti in modo da cogliere il mobile business moment e questo significa capire qual è l'esigenza del cliente in uno specifico momento, quindi ancora analytics, capacità di clusterizzazioni dei clienti ecc.”

Se queste sono le capability che abilitano la trasformazione del business da tradizionale a digitale, è evidente che un cambiamento di questo tipo ha il suo baricentro non tanto nella tecnologia, ma nella capacità di revisione organizzativa dei sistemi informativi e dell'azienda nel suo insieme: “Flessibilizzazione, automazione, intelligenza nei sistemi non approdano a nulla se non sono inseriti in un disegno organizzativo di contaminazione con la parte business dell'azienda: i sistemi informativi devono permeare tutta l'impresa ed essere là dove si genera l'opportunità di business”, afferma **Uberti Foppa**.

Il significato di essere connected community

“Digital connected community. Bisogna analizzare nel dettaglio i tre termini per essere sicuri che diamo loro lo stesso significato”, esordisce **Annamaria Di Ruscio**, Partner e Direttore Generale di NetConsulting, che prosegue: “Il termine community deve sostanziarsi con, da un lato, il riconoscersi attorno a valori e identità comuni e, dall'altro, creare intelligenza collettiva, che è poi il suo vero valore. Connected significa esserlo non solo all'interno della propria azienda, ma una community connessa che comprende le linee di business e anche clienti e fornitori, perché tutti questi attori fanno parte in qualche modo del perimetro interno dell'azienda, ma all'esterno, con quella ‘filiera lunga’ che dobbiamo costruire e comprende startup, centri di ricerca, associazioni, la stessa pubblica amministrazione. Infine digital, tema che non può essere affrontato solo dal punto di vista infrastrutturale, dell'architettura abilitante, ma deve essere visto dalla prospettiva business, consentendo di: essere più veloci, stabilire forti

GIORGIO BONGIORNO



PAOLO CAVALASSI



ALDO CHIARADIA



ANNAMARIA DI RUSCIO



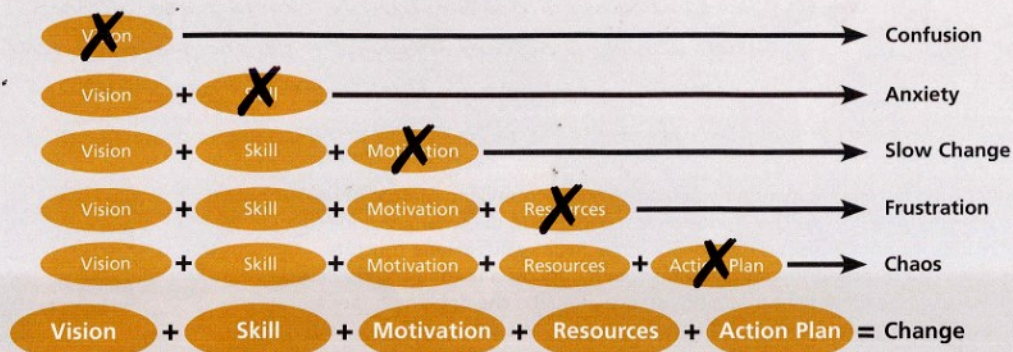
PATRIZIA FABBRI



TAVOLE ROTONDE

figura

I 5 FATTORI DEL CAMBIAMENTO



Fonte: The Art of Leadership di George Manning e Kent Curtis

relazioni con il cliente e offrire la migliore esperienza utente possibile per i prodotti e servizi offerti”, tutto ciò, prosegue Di Ruscio, implica un grande impegno per poter compiere, da parte del Cio e dei sistemi informativi, il vero salto di qualità: “Passare nella stanza dei bottoni per riuscire a concepire prodotti e servizi di nuova generazione”.

La parola passa poi a **Fabio Pacelli**, Direttore Gestione Servizi al Passeggero di Gesac – Aeroporto Internazionale di Napoli, passato dal ruolo di responsabile dei sistemi informativi a una responsabilità di business strategica. Primo aeroporto italiano ad essere privatizzato, nel 1997 l’Aeroporto di Napoli, focalizzato sul traffico nazionale, viene acquisito dalla British Airports Authority che, conscia che l’Alta Velocità ferroviaria avrebbe avuto un forte impatto negativo sul traffico aereo nazionale, decide di trasformarlo in aeroporto internazionale. Di questa trasformazione l’It è stato un attore primario e lo è stato perché capace di mettere in discussione il proprio ruolo: “Per sopravvivere in questo mercato globale e in continuo cambiamento, il Cio stesso deve essere predisposto al cambiamento. Uno dei compiti del Cio è proprio quello di fare accettare le sfide al top management: utilizzare l’innovazione come leva di cambiamento e portare proposte ‘folli’, che cambiano il business, ma ben inserite nella vision condivisa dagli stakeholder aziendali. Questa impostazione ha portato il nostro aeroporto, che nel frattempo è tornato di proprietà italiana, ad essere il 1° per marginalità nel nostro paese”, afferma Pacelli, ricordando poi come siano 5 i fattori (Vision, Skill, Motivation, Resource, Action Plan) che rendono possibile il cambiamento e che la mancanza anche di uno solo di essi rende difficile il raggiungimento dell’obiettivo (vedi figura).

Cambio di mindset

Il problema non riguarda però solo il Cio e i sistemi informativi: trasformarsi in connected community significa che il cambiamento deve essere pervasivo in tutta l’azienda perché non si può parlare di community che travalica i confini aziendali se proprio all’interno dell’azienda “abbiamo pochissima cultura di cooptation”, come afferma **Demetrio Migliorati**, Head of Enterprise Digital Organization di Banca Mediolanum, che precisa: “Vedere tra i dipartimenti aziendali un rapporto di collaborazione-competizione è rarissimo; la nostra cultura aziendale è ancora tayloristica, terribilmente command & control, con posizioni costruite nel tempo basate sulla simmetria informativa e la non condivisione delle informazioni. La prima cosa che dobbiamo fare è demolire questo approccio, ma non è un processo facile, bisogna attivare un meccanismo di collaborazione diffusa e per farlo occorre educare le persone a un diverso modo di lavorare. Perché se non c’è libera condivisione di conoscenza, la tecnologia non serve”.

La stessa questione viene analizzata da **Roberto Fontana**, Marketing Director di Qlik, da una diversa prospettiva partendo da un dato emerso da uno studio Gartner: “Nell’81% delle aziende intervistate nell’ultimo anno dalla società di analisi esiste un

ROBERTO FONTANA



BRUNELLO GIORDANO



GIANLUCA GIOVANNETTI



GIANLUCA METTI



QUADERNO 3

Chief Marketing Technologist ed è questa figura che gestisce il budget per le iniziative digitali. Sono persone che non riportano quasi mai all'It, ma la collaborazione tra queste figure e l'It è fondamentale perché è l'It ad avere una visione analitica multicanale e può, quindi, abilitare analisi che consentono di ridefinire la strategia in real time sulla base di determinate azioni, risultati, eventi, contesti. Abbandono dei processi monolitici e agilità: è questo che l'azienda chiede".

"Quello che noi persone dell'It dobbiamo fare – intervieni **Paolo Cavalassi**, Direttore Vendite di **Microsoft** – è mettere l'utente al centro. Come abbiamo detto è in atto un fortissimo cambiamento che comporta un nuovo modo di lavorare e in questo c'è senz'altro un aspetto culturale da affrontare, ma quello che noi dell'It, anche come vendor, dobbiamo fare è studiare le diverse esperienze utente, capire quali sono questi diversi modi di lavorare e facilitare il processo di cambiamento; facendo loro vivere un'esperienza utente differente, basata sulla collaborazione, della quale possano percepire tutti i vantaggi".

Come gestire il cambiamento

Se il vendor è un attore di questa connected community, come deve relazionarsi con il Cio e le altre figure aziendali in questa logica di collaborazione? "Il problema – spiega **Brunello Giordano**, Director Partners and Channel di **Ca Technologies** – è che il Cio, che dovrebbe essere il mio principale referente, prima si deve occupare di far funzionare l'esistente e poi si può dedicare all'innovazione. Quella del Chief Innovation Officer sarebbe una figura importante da identificare perché se devo parlare di innovazione oggi in azienda ho diversi interlocutori a seconda che io parli di security, di sviluppo di nuove applicazioni o altro; è difficile trovare un interlocutore unico con il quale affrontare la tematica dell'innovazione nel suo insieme, al di là delle specifiche soluzioni che potrei proporre".

Secondo **Gianluca Giovannetti**, Group Cio and Business Process Director di **Amadori**, in realtà è proprio questo il ruolo del Cio che "è chiamato a fare quello che il momento storico gli chiede di fare, parlare di Digital Officer o Innovation Officer è un falso problema", e torna sul tema del cambiamento che deve permeare tutta l'azienda: "Abbiamo fatto un assessment in azienda per capire quanto questa famosa rivoluzione digitale fosse realmente entrata nelle case dei nostri dipendenti, quanto fosse vissuta in prima persona. Il risultato è stato bassissimo. Questo è un periodo veramente particolare per le imprese: non si può prescindere dal digitale, ma le aziende sono fatte da persone vecchie che 'pensano' prima di tutto analogico e questa è una realtà con la quale bisogna convivere; in secondo luogo, parliamo di collaborazione, ma a noi hanno insegnato che in azienda non si doveva condividere un bel nulla!", qualsiasi processo di cambiamento deve quindi tenere ben presenti queste due problematiche, che poi confluiscono in una sola ed è il cambiamento culturale, "ma questo – prosegue Giovannetti – si conquista passo dopo passo: in Amadori, per esempio, stiamo introducendo processi di reverse mentoring in modo che la contaminazione con i nuovi assunti aiuti il personale più anziano ad acquisire nuovi modi di lavorare e di relazionarsi".

Quella della reale penetrazione della rivoluzione digitale all'interno delle imprese è un tema affrontato anche da **Paolo Sassi**, Group It Director di **Artsana Group**: "In azienda spesso, anche nel top management, si parla di una determinata applicazione o tecnologia, ma poi non si è capaci di usarla. Nelle aziende ci sono sempre alti e bassi, momenti in cui le imprese sono più o meno vicine alla tecnologia e la realtà di oggi è che abbiamo una forza lavoro non allineata con gli strumenti che il mondo offre, e che i sistemi informativi mettono a disposizione. È in questa sorta di intercapedine che dobbiamo lavorare per scardinare il vecchio modello".

L'owner o "gli" owner della digital transformation?

Il dibattito prosegue acceso, **Aldo Chiaradia**, Cio di **Furla**, rileva la difficoltà a trovare consulenti adeguati a formare le persone al nuovo modo di lavorare, e **Davide Pannuto**, Social & Mobile Category Leader di **Ibm**, ricorda quanto sia importante l'ingresso di persone nuove in azienda: "Giovani talenti che vivono con queste tecnologie e ci insegnano a come utilizzarle, ma un conto è condividere le proprie fotografie sui social, un altro è farlo con un documento tecnico. È un cambiamento che deve essere gestito, ma chi è il titolare della digital transformation? Deve tener conto delle tecnologie abilitanti, saperne di security, capire quali sono le competenze necessarie, sapere formare, usare i social e capirne il linguaggio... Adottare una strategia digital significa



DEMETRIO MIGLIORATI



ROBERTO MUSSI



GIANNI ORIGI

“

Per sopravvivere in questo mercato globale e in continuo cambiamento, il Cio stesso deve essere predisposto al cambiamento. Uno dei compiti del Cio è proprio quello di fare accettare le nuove sfide al top management: utilizzare l'innovazione come leva di cambiamento e portare proposte 'folli', che cambiano il business, ma ben inserite nella vision condivisa

TAVOLE ROTONDE



FABIO PACELLI



DAVIDE PANNUTO



DANIELE RIZZO



STEFANO
UBERTI FOPPA



FABRIZIO VIRTUANI

adottare un nuovo livello organizzativo sopra l'organizzazione esistente e l'owner di questa trasformazione non può essere una sola persona, ma un insieme di soggetti e tra questi ci deve essere sicuramente anche il Cio".

Roberto Mussi, Sales Manager Large Enterprise di Dell, ripercorrendo la storia della propria azienda che, entrata nel mercato It con un modello di business completamente nuovo per l'epoca, quattro anni fa ha dato il via a un processo di revisione del proprio approccio che l'ha portata a una radicale trasformazione: "L'insegnamento che possiamo trarre dalla nostra stessa esperienza è che non possiamo rimanere fermi a quello che ci ha portato al successo cinque anni prima. In questo cambiamento la visione è fondamentale, devo averla e portarla avanti. E nell'attuazione di questa visione il nostro ruolo di vendor può essere importante, purché noi stessi e i nostri interlocutori ci poniamo correttamente: noi non dobbiamo entrare nel perverso meccanismo di dover 'vender macchine' e il Cio deve abbandonare la logica del 'comprare al prezzo migliore'. Il nostro ruolo è quello di aiutare il Cio a sfruttare al meglio, dal punto di vista del business, le innovazioni tecnologiche che possiamo portare in azienda". **Fabrizio**

Virtuani, Amministratore Delegato di **PosteMobile**, che non avendo potuto partecipare alla Tavola Rotonda ci ha fatto successivamente avere il suo parere, conferma indirettamente questa dichiarazione: "Quello che noi cerchiamo sono vendor che siano sempre più dei partner, che capiscano il nostro modello di business e ci aiutino nel processo di digitalizzazione". Ma soprattutto aggiunge una considerazione che sostanzia ulteriormente il concetto di connected community: "Nei nuovi processi digitali è importante non tanto la technicality, quanto la conoscenza del processo end to end. Vedo ancora troppo spesso vendor, anche avanzati come sono per esempio quelli di smartphone, ragionare in una logica solo di prodotto e quindi immettere sul mercato prodotti che hanno determinate feature come, sempre per proseguire con l'esempio, l'Nfc senza però conoscerne il processo di utilizzo. Un'azienda come Poste, ma anche una banca ovviamente, conosce benissimo il processo di pagamento, con tutte le variabili possibili sia come modalità sia come canali che possono essere utilizzati; se il produttore immette sul mercato uno smartphone con un'app per l'Nfc chiusa, senza Api che la aprano al mondo esterno, obbliga le società di servizi, come Poste o le banche, a effettuare ulteriori attività di sviluppo software per poter attivare il servizio. Quello che chiedo ai vendor, quindi, quando sviluppano un prodotto è di ascoltare i fornitori del servizio, coloro che realmente conoscono il processo". E Cavalsassi aggiunge un suggerimento: "Ci sono aziende utenti che ci coinvolgono in brainstorming dove sono presenti più vendor in contemporanea; è molto stimolante, ci si confronta sulle diverse esigenze: questo vuol dire essere community".



In ogni periodo storico o fase economica ci sono fattori esterni che creano accelerazioni e, anche se è inevitabile dover fronteggiare la resistenza del sistema esistente, in queste accelerazioni si celano grandi opportunità

Conclude la giornata Di Ruscio che riassume gli elementi salienti del dibattito:

- 1) non dimentichiamo che tutti siamo clienti, fornitori, consumatori, utenti, abitanti e famiglie; ciascuno di noi vive e interpreta più ruoli; il nostro senso di appartenenza alla community deve portarci a guardare noi stessi con la specificità del ruolo che interpretiamo, ma avendo ben presente la molteplicità dei ruoli che assumiamo;
- 2) c'è bisogno di una disruption organizzativa che è interna, ma soprattutto è cross, sia a livello interno (coopetition tra i diversi dipartimenti-funzioni aziendali, i fornitori, i clienti ecc.) sia esterna (la filiera lunga che va dalle startup alle associazioni). Questo è lo sforzo: la disruption organizzativa deve essere gestita a livello cross, quindi basta con il modello tayloristico;
- 3) cambio di mindset, e qui è fondamentale il tema della formazione (che negli ultimi anni abbiamo brutalmente accantonato): si ai nativi digitali, ma attenzione a non perdere esperienze e competenze; è necessaria una commistione tra il vecchio e il nuovo. E questo discorso implica quello di una cross fertilization, anche di genere: la ricchezza della differenza è un valore;
- 4) avere una vision, avere chiaro in mente dove vogliamo andare, sapere quali sono i benefeci e ritorni che vogliamo ottenere;
- 5) infine il tema dell'urgenza, perché in ogni periodo storico o fase economica ci sono fattori esterni che inseriscono accelerazioni e, anche se è inevitabile dover fronteggiare la resistenza del sistema esistente, in queste accelerazioni si celano grandi opportunità.

TOP BRAND DI DICEMBRE

BLOGMETER: ENPA, RADIO MARIA, JUVENTUS E X FACTOR LE PAGINE PIÙ ENGAGING SUI SOCIAL

A dicembre, secondo il report svolto da **Blogmeter**, le pagine che sventano su Facebook sono state quelle delle associazioni animaliste e dei media di area cattolica, mentre Expo 2015 Milano continua a crescere per numero di fan. Su Twitter si impongono ancora una volta i brand del calcio e il talent di Sky. Su Fb la pagina in assoluto con più engaging è quella dell'Enpa (Ente nazionale protezione animali) con quasi due milioni di interazioni, a seguire altre organizzazioni non profit come la Lega Nazionale per la difesa del cane, Secondazampa e WWF Italia. Unica eccezione è rappresentata dalla seconda posizione ottenuta da Paesi On Line, che ha ben sfruttato il periodo delle vacanze natalizie, offrendo informazioni a quanti hanno approfittato delle vacanze per regalarsi un viaggio. Da segnalare tra le prime dieci posizioni anche la pagina Ufficiale della Polizia di Stato. Per quanto riguarda i media, Radio Maria si conferma la più attiva. Molto coinvolgenti anche altre pagine di area cattolica come *Avvenire* e *Famiglia Cristiana*, anch'esse nelle prime dieci posizioni. Sempre nella Top Ten troviamo, subito dopo Radio Maria, Fanpage.

it, Scuolazoo, Caffèina e Libero. Per quello che riguarda la crescita per numero di fan continua la galoppata di Expo 2015 Milano. Mentre le prime dieci posizioni vedono una discreta varietà di settori: e-commerce (Amazon, Ticketone), automotive (Nuova Classe A e Smart), food (Giovanni Rana, Le ricette di casa mia di Galbani), telefonia (Samsung Mobile Italia) e make up (Pupa). Tra i media, Fanpage.it è la pagina che cresce di più nel mese di dicembre seguita da Scuolazoo. Il cucchiaino d'argento conferma il trend positivo; da segnalare l'ingresso in top ten della pagina di una radio, R101. Per quello che riguarda il tempo di risposta il brand più veloce è ancora una volta **PosteMobile**, che ha impiegato in media solo quattro minuti per rispondere alle segnalazioni. La palma del più 'veloce' (172 minuti) spetta alla pay tv Infinity tv, seguito da Panini Comics. Su Twitter i brand più coinvolgenti continuano ad essere del calcio: Juventus, Serie A TIM e il Napoli. Da segnalare la seconda posizione occupata dal profilo di Teamworld. Tra i media X Factor, mantiene la sua prima posizione. Per quanto riguar-

da la crescita dei profili, la Juventus ruba lo scettro a Expo 2015 Milano, che passa dalla quarta alla quinta posizione. Al terzo posto il profilo della Onp GreenCross che si occupa di ambiente e sostenibilità e al decimo posto il profilo della iniziativa #Vediamopositivo di Generali Assicurazioni. Tra i media continuano a crescere i programmi tv: Le Iene si conferma al primo posto come pure Sky TG24 (terzo); Sky piazza anche un altro suo canale tra i primi dieci grazie alla crescita del profilo di Skysport (quinto). Anche su Twitter tra le prime dieci posizioni troviamo il profilo di una radio: RadioDeejay (sesta posizione). Infine su Twitter il più veloce a rispondere alle segnalazioni degli utenti è Infoatac con solo sei minuti di attesa tra segnalazione e risposta dal profilo. Da segnalare oltre ai big delle telco (Wind al secondo posto) o dei trasporti (FS, Le Frecce,) il profilo di Farmacia Serra di Genova (quinto posto) e di Batista70 shop online che si occupa di telefonia. Tra i media su le posizioni si dividono equamente tra case editrici (Minimum Fax ed Einaudi) e canali tv (Mtv Italia e Sky), ma con tempi di attesa decisamente superiori.



Il bollo dell'auto e il canone tivù pagabili con i nuovi sistemi di Poste

**TORINO**

Pagare il bollo auto in scadenza venerdì 31 gennaio è sempre più semplice e veloce con Poste Italiane. I versamenti possono essere effettuati in tutti gli uffici postali della provincia grazie al collegamento diretto con l'archivio regionale/provinciale delle tasse automobilistiche. Per corrispondere il pagamento non è più necessario che il cliente conosca l'importo dovuto: è infatti sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello, indicando tipo, targa del veicolo e regione (13 per la regione Piemonte). Sarà l'ufficio postale, attraverso il col-

legamento in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche, a verificare la correttezza dei dati e comunicare l'importo da pagare. Il pagamento del bollo auto può essere anche eseguito online sul sito di Poste Italiane (www.poste.it) attraverso il servizio bollettino. I correntisti BancoPostaOnline possono pagare il bollo auto direttamente sul sito con addebito diretto sul conto oppure utilizzando le carte di credito VISA e MasterCard o la carta Postepay. La conferma dell'avvenuto pagamento verrà poi inviata via mail direttamente nella propria Bacheca, l'area riservata alle comunicazioni di Poste Italiane.

Chi non è correntista BancoPosta online può comunque fruire del servizio registrandosi al sito di Poste Italiane e pagando con le principali carte di credito o con Postepay. La registrazione al sito è gratuita ed immediata. Sul sito di Poste Italiane è inoltre possibile pagare il Canone Tv, ed i clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta (conto corrente o Postepay) alla propria Sim, potranno effettuare il pagamento tramite smartphone: grazie alla App [PosteMobile](#), gratuita e scaricabile da Google Play Store e da App Store, il pagamento potrà avvenire in pochi click direttamente dal telefono.

LA SCADENZA ENTRO FINE MESE**Bollo auto, pagamento 'sicuro'
negli uffici di Poste italiane**

PER IL pagamento del bollo auto, in scadenza il 31 gennaio, i proprietari di veicoli e motoveicoli residenti nella nostra provincia che si rivolgono agli uffici postali usufruiscono di un servizio che semplifica il pagamento ed è a prova di errore. Tutti gli sportelli postali del Ferrarese possono infatti collegarsi in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche: in tal modo automobilisti e motociclisti non devono preoccuparsi di calcolare l'importo del bollo. Basta indicare sul modulo di richiesta, disponibile in tutti gli uffici postali, il tipo e la targa del veicolo, il codice regione (6 per l'Emilia Romagna), la scadenza e il proprio codice fiscale. L'operatore allo sportello verificherà la correttezza dei dati e segnalerà eventuali errori, comunicando al cliente l'importo esatto da pagare. Il versamento del bollo auto può essere anche eseguito on line sul sito di Poste italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. Per quanto riguarda il pagamento del canone tv, oltre che presso gli sportelli postali e sul sito di Poste italiane, può essere effettuato dai clienti **PosteMobile** che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta alla propria Sim.



Alle prese col bollo auto da pagare? Le Poste calcolano l'importo giusto

Versamenti possibili negli oltre 260 uffici presenti in regione

■ PERUGIA

A FINE MESE sono in scadenza i pagamenti per il bollo auto. Ma niente affanno. Pagare la tassa è sempre più semplice e veloce grazie al nuovo servizio istituito da Poste italiane. I versamenti, infatti, possono essere effettuati in tutti i 263 uffici postali presenti in Umbria grazie al collegamento diretto con l'archivio regionale e provinciale delle tasse automobilistiche.

COME SI CALCOLA l'importo? Per corrispondere il pagamento non è più necessario che il cliente conosca la cifra dovuta: è infatti sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello, indicando tipo, targa del veicolo e regione (19 per la regione Umbria). Sarà l'ufficio postale, attraverso il collegamento in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche, a verificare la correttezza dei dati e comunicare l'importo da pagare. Ma ci sono, grazie a internet, anche tante «scorciatoie» per evitare le file agli sportelli.

ONLINE: il versamento del bollo può essere anche eseguito online sul sito di Poste Italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. I correntisti BancoPostaOnli-

ne possono pagare il bollo auto direttamente sul sito con addebito diretto sul conto oppure utilizzando le carte di credito Visa e MasterCard o la carta Postepay. La conferma dell'avvenuto pagamento verrà poi inviata via mail direttamente nella propria Bacheca, l'area riservata alle comunicazioni di Poste Italiane.

Chi non è correntista BancoPosta online può comunque fruire del servizio registrandosi al sito di Poste Italiane e pagando con le principali carte di credito o con Postepay. La registrazione al sito è gratuita ed immediata.

GLI ALTRI SERVIZI. Sul sito di Poste Italiane è inoltre possibile pagare il canone Tv, ed i clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta (conto corrente o Postepay) alla propria Sim, potranno effettuare il versamento tramite smartphone: grazie alla App [PosteMobile](#), gratuita e scaricabile da Google Play Store e da App Store, il pagamento potrà avvenire in pochi click direttamente dal telefono.

«Se è vero che il tempo è denaro – dicono dalla direzione di Poste italiane – i nostri uffici vengono incontro in tanti modi alle esigenze degli utenti, facendo risparmiare loro inutili lungaggini burocratiche, file e appunto perdite di tempo».



Il servizio

Sono 263 gli uffici postali abilitati, grazie al collegamento con l'archivio regionale o provinciale delle tasse automobilistiche, al pagamento del bollo

Canone Rai

Sul sito di Poste Italiane è inoltre possibile saldare anche il canone Tv. Il pagamento potrà avvenire in pochi click direttamente dal telefono



TRIBUTI**BOLLO AUTO E CANONE TV
SI PAGANO FACILMENTE
NEGLI UFFICI POSTALI****► PERUGIA**

Pagare il bollo auto in scadenza sabato 31 gennaio è sempre più semplice e veloce con Poste italiane. I versamenti possono essere effettuati in tutti i 263 uffici postali presenti in Umbria grazie al collegamento diretto con l'archivio regionale/provinciale delle tasse automobilistiche. Per corrispondere il pagamento non è più necessario che il cliente conosca l'importo dovuto: è infatti sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello, indicando tipo, targa del veicolo e regione (19 per la regione Umbria). Sarà l'ufficio postale, attraverso il collegamento in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche, a verificare la correttezza dei dati e comunicare l'importo da pagare. Il pagamento del bollo auto può essere anche eseguito online sul sito di Poste italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. I correntisti BancoPostaOnline possono pagare il bollo auto direttamente sul sito con addebito diretto sul conto oppure utilizzando le carte di credito Visa e MasterCard o la carta Postepay. La conferma dell'avvenuto pagamento verrà poi inviata via mail direttamente nella propria bacheca, l'area riservata alle comunicazioni di Poste Italiane. Chi non è correntista BancoPosta online può comunque fruire del servizio registrandosi al sito di Poste Italiane e pagando con le principali carte di credito o con Postepay. La registrazione al sito è gratuita ed immediata. Sul sito di Poste italiane è inoltre possibile pagare il canone tv, ed i clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta alla propria Sim, potranno effettuare il pagamento tramite smartphone: grazie alla App [PosteMobile](#), gratuita e scaricabile da Google Play Store e da App Store, il pagamento potrà avvenire in pochi click direttamente dal telefono. ◀



LA SCADENZA ENTRO FINE MESE**Bollo auto, pagamento 'sicuro'
negli uffici di Poste italiane**

PER IL pagamento del bollo auto, in scadenza il 31 gennaio, i proprietari di veicoli e motoveicoli residenti nella nostra provincia che si rivolgono agli uffici postali usufruiscono di un servizio che semplifica il pagamento ed è a prova di errore. Tutti gli sportelli postali del Ferrarese possono infatti collegarsi in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche: in tal modo automobilisti e motociclisti non devono preoccuparsi di calcolare l'importo del bollo. Basta indicare sul modulo di richiesta, disponibile in tutti gli uffici postali, il tipo e la targa del veicolo, il codice regione (6 per l'Emilia Romagna), la scadenza e il proprio codice fiscale. L'operatore allo sportello verificherà la correttezza dei dati e segnalerà eventuali errori, comunicando al cliente l'importo esatto da pagare. Il versamento del bollo auto può essere anche eseguito on line sul sito di Poste italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. Per quanto riguarda il pagamento del canone tv, oltre che presso gli sportelli postali e sul sito di Poste italiane, può essere effettuato dai clienti PosteMobile che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta alla propria Sim.



PER LA SCADENZA DEL 31 GENNAIO

Bollo auto e canone Rai, si preparano gli uffici postali

In tutti i 129 uffici postali della provincia di Frosinone è possibile pagare il bollo auto in scadenza sabato 31 gennaio. Per corrispondere il pagamento non è più necessario che il cliente conosca l'importo dovuto: è infatti sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello, indicando tipo, targa del veicolo ed il codice regione 8 per il Lazio. Sarà l'ufficio postale, attraverso il collegamento in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche, a verificare la correttezza dei dati e comunicare l'importo da pagare. Il pagamento del bollo auto può essere anche eseguito online sul sito di Poste Italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. Sempre dal sito di Poste Italiane è possibile pagare il canone tv, in scadenza il 31 gennaio, ed i clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta (conto corrente o Postepay) alla propria Sim, potranno effettuare il pagamento tramite smartphone: grazie alla App [PosteMobile](#).



Iscriviti al feed di Mondo3 per essere sempre aggiornato

Cosa cerchi?

indirizzo email

iscriviti

1003 readers

BY FEEDBURNER



Mondo3 sempre insieme a voi!

» [Gestori Virtuali](#) » [Poste Mobile](#) » [PosteMobile](#), ecco le prime novità 2015: si riparte dalle PMI

PosteMobile, ecco le prime novità 2015: si riparte dalle PMI

Publicato da [Redazione](#)
il 20 gennaio 2015

[Mi piace](#) 2



L'offerta che [PosteMobile](#) dedica alle **Piccole e Medie Imprese** si arricchisce del nuovo piano "PM **Impresa TOP**" particolarmente indicato per le aziende che hanno l'esigenza di creare una rete *intercompany* e di usufruire di **tariffe convenienti** per **traffico voce ed SMS** verso gli altri [numeri](#) fissi e mobili nazionali. [PosteMobile](#) ha inoltre pensato una speciale promozione per le aziende che hanno invece l'esigenza di un'offerta "tutto incluso" che abbinati chiamate ed SMS verso [tutti](#) senza limiti, traffico dati e un terminale di ultima generazione.

"PM **Impresa TOP**" è il nuovo piano a consumo che offre 1000 minuti al mese ed SMS a 1,33 cent/SMS verso la Rete mobile aziendale; chiamate verso i numeri [PosteMobile](#) e numeri di rete fissa nazionale a 2 cent/min; chiamate verso altri operatori mobili nazionali a 5 cent/min; SMS nazionali verso tutti i numeri mobili esterni alla Rete Aziendale a 4 cent/SMS.

Il canone mensile del piano è offerto in promozione a 2€/SIM per l'intera durata contrattuale (costo standard 5€) per chi attiva l'offerta entro il prossimo 22 marzo.

Grazie alla "**Promo Super Dati**" è possibile abbinare al piano l'opzione "1 Giga business" per navigare fino a 1 GB/mese/SIM al costo promozionale di 5€/mese anziché 9€/mese da offerta standard.

Le chiamate sono tariffate senza scatto alla risposta e al secondo effettivo di conversazione. Il traffico dati è da intendersi su territorio nazionale generato su APN [wap.postemobile.it](#).

Una speciale promozione consente di attivare entro il prossimo 22 marzo il piano PM **IMPRESA FULL TIME** abbinandolo all'acquisto di un Samsung Galaxy Ace 4 con un anticipo di soli 39€ e una rata di soli 6€/mese per 24 mesi già inclusa nel costo mensile del piano offerto in promozione a 30€ anziché 42€.

Il canone mensile di "**PM Impresa Full Time**" sarà infatti scontato dell'importo della rata del telefono. Al termine dei 24 mesi previsti per l'acquisto del terminale, il costo del piano rimarrà infatti scontato a 24€/mese per l'intera durata contrattuale.

In caso di recesso anticipato rispetto ai 24 mesi previsti dall'offerta il cliente perde il diritto alla promozione e sarà tenuto a corrispondere per intero le rate mensili del terminale e lo sconto applicato al canone mensile del piano.

Il Piano "PM Impresa FULL TIME" offre chiamate verso tutti i numeri fissi e mobili nazionali a 0 centesimi al minuto; SMS verso tutti i mobili nazionali a 0 centesimi; 100 min/mese/SIM di chiamate internazionali verso Zona 1; 100 SMS internazionali mese/SIM; 1GByte/mese/SIM di traffico dati.

Grazie alla "**Promo Super Dati**" è inoltre possibile passare da 1GB/mese di traffico dati a 3GB/mese al costo promozionale di 5€/mese

Tutti gli importi indicati sono da intendersi **IVA esclusa**. Per la sottoscrizione del Piano "PM Impresa FULL TIME" è previsto un **contributo di adesione** (una tantum) di 30€ IVA Inclusa per SIM, **scontato del 100%** per SIM di nuova attivazione. L'offerta deve essere fruita nel rispetto dei principi di buona fede e correttezza.

Per maggiori informazioni sulle offerte [PosteMobile](#) per il business, su tariffe, opzioni tariffarie e opzioni dati, sulle modalità di attivazione della SIM [PosteMobile](#), sulla copertura e sul recesso

Primo Piano

20 Jan 2015 -

Fine vincolo ma cubo 3 abbinato che fine fa?



Condizioni d'utilizzo

Prima Pagina »

Cosa (non) è All In 300 di 3 Italia



La pagina apparsa su tre.it di All In 300 è stata l'argomento clou del nostro forum e di molte discussioni in rete. Proviamo a fare il punto dopo aver raccolto le prime informazioni ufficiali. Pur lanciata ...

[More arti](#)

Mondo3 su Facebook

Categorie

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 3 Italia | Cellulari |
| Fastweb | Gestori Virtuali |
| Legislazione | Rete fissa ed internet |
| Review | Svizzera |
| TIM, Vodafone, Wind | Varie & International |

Archive

- [gennaio 2015](#)
- [dicembre 2014](#)
- [novembre 2014](#)
- [ottobre 2014](#)
- [settembre 2014](#)
- [agosto 2014](#)

è sufficiente recarsi presso l'ufficio Posteimpresa più vicino oppure consultare la sezione "Aziende" del sito www.postemobile.it o rivolgersi al servizio assistenza clienti al numero 800.800.160

3 Business 3UK 900 MHz AgCom Android Antitrust Apple bilancio Bip Mobile Blackberry champions league CoopVoce costi di terminazione DVB-H EuroTariffa Fastweb Fastweb
Mobile fibra ottica Grande Cinema 3 **H3G** HTC Hutchison Whampoa INQ Mobile internet mobile iPad iPhone - iPad iPhone 4 La3 listino LTE MNP MVNO MyBusiness Nokia
Noverca Orange CH **Poste** Mobile Promozioni rimodulazione roaming internazionale Samsung Samsung Galaxy S3 Scegli 3 New Scegli Ancora 3 Serie A SMS spot streaming Sunrise
Svizzera Swisscom Tariffe Telecom Italia TIM tiscali UMTS Vincenzo Novari **Vodafone** Wind ZTE

3 italia

Cosa (non) è All In 300 di 3 Italia

Grande Cinema 3 2015, tornano le card Gold per le ricaricabili... ma non per tutti!

Novità per i clienti MyBusiness 3, arrivano i 20 GB anche su ricaricabile

Aspettando le nuove offerte 3 di gennaio, proroga di una settimana per le All-In

fastweb

Fastweb Mobile, tornano i 5 GB per tutti i nuovi clienti

Fastweb con Emergency anche nel 2015

Parte da Monza e Livorno il servizio WOW FI, il wi-fi libero per la community Fastweb

A Brescia le centraline Fastweb diventano opere d'arte

legislazione

Troppo caro il call center via 899, Antitrust multa RyanAir

Acquisti online, il decalogo di garanzia

Negozi plurimarche, accordo di TIM e Wind con Antitrust

12 dicembre, sciopero generale anche in casa Fastweb, H3G, Tim, Vodafone e Wind

IL CASO

POSTE MOBILE NON RINNOVA LA COMMESSA

**OGGI
A LAMEZIA**
*Si terrà il consiglio
comunale congiunto
con i sindaci
dei comuni
dove insistono
strutture aziendali
di Infocontact*

Anche **Poste Mobile** ha intenzione di lasciare Infocontact, di non confermare la commessa una volta che questa sarà terminata. Quando le cose per l'azienda che ha sede nell'area industriale lamezina sembravano vedere uno spiraglio di luce, con la convocazione oggi a Roma del Mise e la proroga Wind di una manciata di mesi, ieri la doccia gelata di **Poste Mobile**.

«Chiederemo al governo un intervento concreto affinché cessi la fuga delle attività di Infocontact con la contestuale perdita di posti di lavoro - fanno sapere le segreterie regionali dei sindacati ormai palesemente inferociti - il calo delle attività out bound di Telecom, Vodafone, **Poste Mobile** stanno portando alla cessazione ogni mese di decine e decine di contratti di collaborazione. Decine di lavoratori, già penalizzati dalla forma contrattuale precaria, che in questi giorni stanno perdendo il lavoro a causa della irresponsabilità delle committenti. La vertenza Infocontact riguarda 1800 lavoratori non vorremmo che alla fine della vertenza ci dovessimo ritrovare con centinaia di lavoratori precari già

espulsi dal ciclo produttivo». «Da operatore poste out sono rimasto alquanto amareggiato del mancato rinnovo della commessa Poste - si sfoga un lavoratore - anche se piccola come commessa, sia io che i miei colleghi abbiamo sempre lottato per tenercela con grandi sacrifici e stipendi miseri e il fatto di ricevere una breve comunicazione dove ci si invitava a scegliere se sospenderci o andare in altre commesse, che comunque non stanno andando benissimo, è pari a dire che la nostra collaborazione termina».

Oggi, intanto, si terrà consiglio comunale congiunto con i sindaci dei comuni dove insistono strutture aziendali di Infocontact. In particolare sono stati invitati i primi cittadini di Rende, San Pietro a Maida, Filadelfia, Soveria Mannelli, Martirano Lombardo, Girifalco, Stefanaceni e Serra San Bruno. «Oggi più che mai occorre fare quadrato attorno a questa vertenza che non riguarda solo i dipendenti della Infocontact ma tutti noi - ha detto il sindaco di Soveria Pascuzzi - da qui il nostro appello alla deputazione calabrese tutta affinché domani la Calabria a Roma faccia sentire alta la sua voce contro questo scippo che appare sempre più una beffa».

t.b.



**PER INFOCONTACT
STOP COMMESSA
DA POSTE MOBILE**

LAMEZIA TERME - "La notizia della mancata conferma della commessa out-bound di **Poste Mobile** è un altro duro colpo per la risoluzione positiva della vertenza Infocontact". E' quanto scritto in una nota delle segreterie regionali di Slc, Fistel, Uilcom e delle Rsu secondo le quali questo stato di cose porterà alla perdita di 30 posti di lavoro nell'immediato".



I SINDACATI: 30 LAVORATORI AD ALTISSIMO RISCHIO

Poste Mobile non rinnova la commessa

Se Wind proroga di pochi mesi la commessa al call center lametino, c'è **Poste Mobile** che lascia. Si tratta di oltre 30 lavoratori senza futuro. Così affermano Slc, Fistel e Uilcom, che per oggi annunciano: «Al ministero dello Sviluppo economico chiederemo chiederemo un intervento su Poste Italiane».

Per i sindacati «la mancata conferma della commessa outbound di **Poste Mobile** ad Infocontact è un altro duro colpo per la risoluzione positiva della vertenza. Questo porterà alla perdita di 30 posti di lavoro nell'immediato».

Le segreterie regionali e le rappresentanze aziendali di Slc, Fistel e Uilcom invitano le società anche delle commesse out a maggiore responsabilità. «Il calo delle attività outbound di Telecom, Vodafone, **Poste Mobile** stanno portando alla cessazione ogni mese di decine di contratti di collaborazione. Tanti lavoratori, già penalizzati dalla forma contrattuale precaria, che in questi giorni stanno perdendo il posto a causa dell'irresponsabilità delle committenti. La vertenza Infocontact riguarda 1.800 persone, non vorremmo che alla fine della vertenza ci dovessimo ritrovare con centinaia di lavoratori precari espulsi dal ciclo produttivo».

Il calo di commesse a call center è partito esattamente un anno fa, ma solo nell'estate scorsa è scoppiato il caso, con la protesta dei lavoratori e la dichiarazione dello stato di crisi da parte dell'azienda che adesso è gestita dai commissari nominati dal governo. ◀



{ In breve }

Scadenza bollo auto: in tutti gli uffici postali calcolo automatico dell'importo

Pagare il bollo auto in scadenza sabato 31 gennaio è sempre più semplice e veloce con Poste Italiane. I versamenti possono essere effettuati in tutti gli uffici postali e non è più necessario che il cliente conosca l'importo dovuto. E' infatti sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello, indicando tipo, targa del veicolo e regione. Sarà l'ufficio postale, attraverso il collegamento in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche, a verificare la correttezza dei dati e comunicare l'importo da pagare. Il pagamento del bollo auto può essere anche eseguito online sul sito di Poste Italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. I correntisti BancoPostaOnline possono pagare il bollo auto direttamente sul sito con addebito diretto sul conto oppure utilizzando le carte di credito VISA e MasterCard o la carta Postepay. La conferma dell'avvenuto pagamento verrà poi inviata via mail direttamente nella propria Bacheca, l'area riservata alle comunicazioni di Poste Italiane. Chi non è correntista BancoPosta online può comunque fruire del servizio registrandosi gratuitamente al sito di Poste Italiane e pagando con le principali carte di credito o con Postepay. Sul sito di Poste Italiane è inoltre possibile pagare il Canone Tv e i clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta (conto corrente o Postepay) alla propria Sim, potranno effettuare il pagamento in pochi click, direttamente tramite smartphone grazie alla App [PosteMobile](#), gratuita e scaricabile da Google Play Store e da App Store.



{ In breve }

Scadenza bollo auto: in tutti gli uffici postali calcolo automatico dell'importo

Pagare il bollo auto in scadenza sabato 31 gennaio è sempre più semplice e veloce con Poste Italiane. I versamenti possono essere effettuati in tutti gli uffici postali e non è più necessario che il cliente conosca l'importo dovuto. E' infatti sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello, indicando tipo, targa del veicolo e regione. Sarà l'ufficio postale, attraverso il collegamento in tempo reale con l'archivio delle tasse automobilistiche, a verificare la correttezza dei dati e comunicare l'importo da pagare. Il pagamento del bollo auto può essere anche eseguito online sul sito di Poste Italiane www.poste.it attraverso il servizio bollettino. I correntisti BancoPostaOnline possono pagare il bollo auto direttamente sul sito con addebito diretto sul conto oppure utilizzando le carte di credito VISA e MasterCard o la carta Postepay. La conferma dell'avvenuto pagamento verrà poi inviata via mail direttamente nella propria Bacheca, l'area riservata alle comunicazioni di Poste Italiane. Chi non è correntista BancoPosta online può comunque fruire del servizio registrandosi gratuitamente al sito di Poste Italiane e pagando con le principali carte di credito o con Postepay. Sul sito di Poste Italiane è inoltre possibile pagare il Canone Tv e i clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta (conto corrente o Postepay) alla propria Sim, potranno effettuare il pagamento in pochi click, direttamente tramite smartphone grazie alla App [PosteMobile](#), gratuita e scaricabile da Google Play Store e da App Store.



APERTO IERI IL TAVOLO AL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO

Le buste con le offerte si aprono a fine mese

**Una delegazione
di circa 50
lavoratori
ha manifestato ieri
sotto la sede del Mise**

**Il sottosegretario
Bellanova: niente soldi
per la solidarietà**

Vinicio Leonetti

Un'ora d'incontro al Ministero dello Sviluppo economico per fare il punto della vertenza e prendere atto che bisogna agire al più presto: tra la fine del mese e inizi di febbraio saranno aperte le buste delle aziende interessate ad acquisire tutta o pezzi di Infocontact. L'obiettivo ribadito dai sindacati è il mantenimento dei posti di lavoro. A sottolinearlo c'erano anche una cinquantina di dipendenti che con bandiere e felpe con su scritto "#1800senza futuro" che hanno manifestato sotto la sede del ministero dopo essere arrivati in autobus.

Al tavolo c'era il sottosegretario al Lavoro Teresa Bellanova che l'estate scorsa era stata nell'area ex Sir ad ascoltare le istanze dei lavoratori a rischio licenziamento, Gianpietro Castano dirigente del ministero dello Sviluppo economico, Daniele Carchidi, Fabio Guerriero e Sergio Serao di Cgil, Uil e

Cisl, ed i tre commissari che gestiscono Infocontact guidati da Francesco Perrini.

I sindacalisti hanno pure chiesto al sottosegretario lo sblocco della solidarietà per i lavoratori ferma al primo febbraio dell'anno scorso, ma Bellanova con franchezza ha risposto che i soldi per pagarla al momento non ci sono.

Due le cose importanti emerse dall'incontro: nel call center si continua a lavorare; e le commesse ci sono ancora. Wind ha rinnovato fino al prossimo maggio, [Poste Mobile](#) ed Enel fino a dicembre. Sole il servizio outbound di Poste non è stato riconfermato, mettendo a rischio almeno 30 lavoratori. Significa che tutte le aziende che sono interessate a rilevare Infocontact sanno che troveranno un call center che funziona con i committenti che, nonostante il fallimento della vecchia società, non scappano via. «Sono due segnali incoraggianti in attesa delle offerte che arriveranno dai nuovi acquirenti», sostiene Daniele Carchidi che da segretario regionale Cgil della categoria sta seguendo la vertenza. ◀



■ NUOVA TEGOLA La commessa outbound non è stata rinnovata Ma le Poste scaricano l'azienda

I sindacati: «Decisione intempestiva, persi subito altri 30 posti»



Una recente protesta dei lavoratori

CATANZARO - Se da un lato fervono le grandi manovre per salvare i lavoratori Infocontact, dall'altro, la notizia della mancata conferma della commessa outbound di Poste Mobile è rappresenta un altro duro colpo per la risoluzione positiva della vertenza Infocontact». A comunicarlo sono le segreterie regionali di Sic, Fistel, Uilcom e delle Rsu. «Il mancato rinnovo delle attività - spiega la nota - comunicata in maniera intempestiva da parte di Poste Mobile ai commissari straordinari di Infocontact porterà alla perdita di 30 posti di lavoro nell'immediato». Nel corso dell'incontro al Mise, svoltosi ieri, i sindacati hanno chiesto al governo un intervento concreto affinché cessi la fuga delle attività di Infocontact con la contestuale perdita di posti di lavoro. Al tempo stesso, però, un appello è rivolto anche alle committenti: «Il calo delle attività outbound di Telecom, Vodafone, Poste Mobile sta portando alla cessazione ogni mese di decine e decine di contratti di collaborazione. Decine di lavoratori, già penalizzati dalla forma contrattuale precaria, che in questi giorni stanno perdendo il lavoro a causa della irresponsabilità delle committenti. La vertenza Infocontact riguarda 1800 lavoratori non vorremmo che alla fine della vertenza ci trovassimo con centinaia di lavoratori precari espulsi dal ciclo produttivo».



SULMONA**Pagamento alle Poste di canone e bollo**

■ ■ Sabato scade il termine per pagare il canone Rai e il bollo auto: Poste Italiane fa sapere che per il pagamento del bollo auto è sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello. Per il canone Rai, oltre ai tradizionali canali di pagamento, i clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta (conto corrente o Postepay) alla propria sim potranno corrispondere l'importo in qualsiasi momento anche tramite smartphone, tramite [l'AppPosteMobile](#). A Sulmona gli sportelli disponibili con orario continuato 8.20-19.05 dal lunedì al venerdì (il sabato dalle 8.20 alle 12.35) sono quelli dell'ufficio di piazza Brigata Maiella. Sportelli fino alle 13.35 anche negli altri tre uffici di Sulmona (via San Francesco d'Assisi, via Montenero e via della Cornacchiola) e a Pratola Peligna in via dei Colella.



**IN BREVE****SULMONA****Pagamento alle Poste di canone e bollo**

■ ■ Sabato scade il termine per pagare il canone Rai e il bollo auto: Poste Italiane fa sapere che per il pagamento del bollo auto è sufficiente compilare l'apposito modulo, disponibile allo sportello. Per il canone Rai, oltre ai tradizionali canali di pagamento, i clienti [PosteMobile](#) che hanno associato uno strumento di pagamento BancoPosta (conto corrente o Postepay) alla propria sim potranno corrispondere l'importo in qualsiasi momento anche tramite smartphone, tramite [l'AppPosteMobile](#). A Sulmona gli sportelli disponibili con orario continuato 8.20-19.05 dal lunedì al venerdì (il sabato dalle 8.20 alle 12.35) sono quelli dell'ufficio di piazza Brigata Maiella. Sportelli fino alle 13.35 anche negli altri tre uffici di Sulmona (via San Francesco d'Assisi, via Montenero e via della Cornacchiola) e a Pratola Peligna in via dei Colella.



Poste, arriva il contact center

Andriolo: «Chiuderemo alcuni uffici, ma i lavoratori saranno ricollocati»

La società

di **Andrea Rossi Tonon**

TRENTO «Chiuderemo alcuni uffici in Trentino ma la nostra intenzione è quella di ricollocare i lavoratori, riaprendo dove serve». A tranquillizzare gli oltre 500 dipendenti trentini di Poste Italiane ci ha pensato ieri Cosimo Andriolo, responsabile dell'area territoriale Nord, durante l'inaugurazione del nuovo contact center di Trento aperto in località Spini di Gardolo, attivo già da giugno.

Un intervento che rappresenta concretamente l'operazione di «riconversione» a cui fa riferimento Andriolo: «L'azienda ha chiesto la chiusura di 500 uffici dove vengono effettuate meno di 30 operazioni al giorno — spiega — ma nell'accordo stretto con l'Agicom ci sono anche delle clausole di salvaguardia per zone di montagna». Nessuna chiusura definitiva è dunque prevista sul territorio provinciale e anche per quanto riguarda gli uffici di Sopramonte, Andriolo chiarisce che «non c'è mai stata l'intenzione di chiudere» ma a causa di problemi legati all'agibilità dell'edificio l'attività è stata solo «sospesa» finché non verrà individuata una «sede idonea». Secondo il dirigente, Poste Italiane «non sta affrontando un ridimensiona-

mento ma anzi una fase di sviluppo», e di conseguenza «quelli che spesso vengono visti come tagli» sono invece delle «riorganizzazioni». Nel nuovo contact center di Trento, accanto al direttore Rinaldo Berloff, hanno così trovato impiego 28 dipendenti che prima lavoravano come portalettere o addetti alle lavorazioni interne al recapito. Di questi dipendenti 16 sono donne e 12 sono uomini, inoltre la loro età media è compresa tra i 50 e i 60 anni.

Come ha spiegato Carlo Rosini, responsabile nazionale del contact center, «per il momento l'ufficio si occupa dell'accettazione dei telegrammi» ma nel prossimo futuro «fungerà da call center per i clienti di Poste mobile». L'intenzione di Poste Italiane è infatti quella di mantenere le attività storiche, come per l'appunto quello di accettazione dei telegrammi, ma allo stesso tempo incrementare i servizi legati alle nuove tecnologie. «L'evoluzione del mercato in cui ci collochiamo — spiega Rosini — ci sta spingendo a puntare molto sul settore della telefonia mobile, dove siamo già presenti ma nel quale vediamo un importante sviluppo».

Per rispondere alle esigenze dei clienti che contatteranno il call center trentino da tutto lo Stivale, i dipendenti inizieranno prossimamente un corso di formazione che si concluderà a marzo, mese nel quale il cambio di attività sarà completato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ITALIA

PAGAMENTI, MOBILE

Il digitale trasforma i pagamenti, anche in Italia

Lo sviluppo dei pagamenti digitali è stato al centro dell'appuntamento promosso ieri a Milano da ICT4Executive e Poste Mobile, uno degli operatori che più ha puntato sulle nuove modalità digitali



Quello dei pagamenti è uno dei settori più colpiti dalla disruptive innovation innescata dalla tecnologia. Anche in Italia siamo in una fase di "altissima accelerazione", tanti servizi sono già partiti e molti altri partiranno nei prossimi mesi. Lo ha sottolineato Valeria Portale, responsabile della ricerca dell'Osservatorio

Mobile & Payment & Commerce del Politecnico di Milano, anticipando una sintesi dell'edizione 2015 dell'Osservatorio che sarà presentata il 15 febbraio. Tra le evidenze, nonostante il fatto che l'Italia sia indietro rispetto alla media UE nei pagamenti dematerializzati, quelli con carte di credito e debito sono trascinati dalla crescita dell'e-commerce e il mobile comincia a essere rilevante: nel 2014, infatti, il 9% degli acquisti online è stato effettuato da mobile. E se il 2014 è stato un anno ricco di nuovi lanci commerciali, il 2015 sarà ancora più affollato: Apple Pay arriverà a maggio in UK ed entro l'anno in Italia. Il 2014 è

stato anche l'anno della definitiva affermazione della tecnologia NFC grazie alla logica di sistema che ne ha caratterizzato lo sviluppo in Italia. Altro dato fondamentale, l'user experience semplice e intuitiva – "Apple docet", ha sottolineato Portale – e ancora il fatto che il potenziale del mobile payment sta nella possibilità di operare molteplici attività attraverso smartphone. "Ora è fondamentale il 'time to market', sarebbe un peccato aspettare che si muova Apple, perché poi si rischia di lasciargli in mano tutto il mercato", ha aggiunto Portale. Senza dimenticare il ruolo fondamentale della comunicazione e della ricchezza dei servizi offerti. Asset che sono stati al centro dello sviluppo di Poste Mobile: nato nel 2006, ha da subito integrato il mobile banking ai servizi di comunicazione e oggi è leader nel transato da mobile. I fattori chiave del successo di Poste Mobile sono stati sottolineati da Daniela Manuello, direttore marketing dell'operatore MVNO che nell'ottobre scorso ha lanciato la Super SIM NFC, tre volte più potente delle SIM tradizionali, e in grado di 'ospitare' al proprio interno carte di trasporto NFC (a Milano e Torino), loyalty card e buoni pasto.