CONTENUTI DIGITALI:
TIM, VODAFONE, WIND, 3 ITALIA, POSTEMOBILE E FASTWEB LANCIANO UNA PIATTAFORMA UNICA DI PAGAMENTO DISPONIBILE PER I CLIENTI DI TUTTI GLI OPERATORI

PRIMA INIZIATIVA DI SISTEMA PER IL PAGAMENTO TRAMITE CREDITO TELEFONICO

Milano, 9 maggio 2011 – TIM, Vodafone, Wind, 3 Italia, PosteMobile e Fastweb lanciano una piattaforma unica condivisa, disponibile per i clienti di tutti gli operatori, per pagare contenuti e servizi digitali con un semplice click utilizzando il credito telefonico.

Con questa iniziativa, gli operatori di telecomunicazioni confermano il proprio impegno ad investire in innovazione e mettono a disposizione dei produttori di contenuti e servizi digitali e dei propri clienti, un servizio semplice, veloce e sicuro per l'acquisto su qualsiasi *device* (cellulare, smartphone, tablet e PC). Uno standard unico, che trasforma il numero di cellulare nella chiave di autenticazione dei clienti e che rende il telefonino lo strumento di pagamento di contenuti e servizi digitali online. Il lancio di tale iniziativa, a livello di sistema, apre la strada all'*m-commerce* di massa. Un sistema sicuro e aperto e che si basa su uno strumento straordinariamente diffuso.

L'acquisto avviene in maniera immediata e sicura con un semplice click, in caso di accesso dal proprio telefonino o, nel caso di accesso da altri dispositivi (PC e tablet), tramite l'inserimento del proprio numero di cellulare e di una password. Gli acquisti sono garantiti dai più avanzati standard di sicurezza che gestiscono i dati in modo criptato. Un sistema sicuro e di utilizzo immediato che ha l'ambizione di accompagnare il mercato dei servizi digitali in questa fase di transizione verso nuove modalità di accesso ai contenuti a pagamento. Transizione che sarà facilitata dalla semplicità delle interfacce sviluppate dai partner tecnologici Engineering e Reply.

Le aziende che vogliono sviluppare un'offerta di contenuti o servizi digitali, da oggi, hanno a disposizione un sistema di pagamento unico che offre accesso immediato a tutti gli operatori di telecomunicazioni per un totale di 46,6 milioni di italiani che possiedono una o più SIM [(1)] consentendo alle aziende partner di mantenere la gestione diretta dei propri clienti.

Tra i primi interessati ad utilizzare questa soluzione nel mercato italiano figurano aziende come Gruppo Caltagirone Editore, Class Editori, Guida Monaci, Espresso, Il Sole 24 Ore, La Stampa, Microsoft Italia, Mondadori, Monrif/Poligrafici Editoriale, Paperlit, RCS, Shenker, L'Unione Sarda.

Il Servizio è reso disponibile attraverso la piattaforma sviluppata da Engineering, leader nell'offerta integrata e completa lungo la catena del valore del software, e da Reply, leader nella progettazione e nell'implementazione di soluzioni basate sui nuovi canali di comunicazione e media digitali.

Secondo una ricerca di PwC Advisory, che ha supportato gli operatori telefonici nell'iniziativa, la bassa propensione degli italiani a utilizzare carte di credito – con il 90% delle transazioni ancora effettuate in contanti, contro una media UE inferiore al 70% – il ridotto importo medio dei singoli

acquisti e la storica inclinazione degli italiani per le comunicazioni mobili, creano le premesse per una significativa crescita potenziale di un mercato già in forte espansione.

Considerando che la maggior parte delle transazioni online avvengono attraverso i circa 3,5 milioni di carte di credito utilizzate a questo scopo, il nuovo modello di pagamento mobile abilita una popolazione di utilizzatori 13 volte superiore a quella attuale (2).

Da un recente studio emerge inoltre che il 79% dei possessori di smartphone (3) lo usano per acquistare contenuti o servizi (in Italia oggi un telefonino su tre e' uno smartphone). A livello globale, si stima che il mercato dei pagamenti in mobilità arriverà a circa 500mld$ entro il 2014 (4). Una crescita senza dubbio favorita e guidata dall'esplosione del numero di smartphone, tablet e negozi digitali (i cosiddetti "AppStore").

Fonti:

(1) Anteprima del Rapporto Assinform 2011

(2) Elaborazioni PwC su dati DigitalFinance e CommStrategy (apr-2011)

(3) Ipsos OTX e Google (apr-2011)

(4) PwC Entertainment & Media Outlook 2010-2014, elaborazioni PwC su dati aziende, Gartner Group, Market Research e Juniper Research (apr-2011)