
Nota metodologica

L'ambito di Analisi

La Ricerca si è focalizzata sulle applicazioni di Mobile Finance rivolte al consumatore finale (B2c). Il Mobile Finance include tutti i servizi *Mobile* che abilitano l'utente nelle attività di Banking & Trading.

Dal punto di vista dei terminali mobili utilizzati per fruire di questi servizi, l'analisi si è focalizzata solo sui *telefoni cellulari*, escludendo quindi altre tipologie di Terminali Portabili, quali i Terminali Industriali, i Pda, i Tablet PC, i Laptop, le consolle giochi, i lettori Mp3, ecc.

Si è mantenuto, invece, un approccio esaustivo sulle Reti Wireless attraverso cui erogare le attività di Mobile Finance & Payment sui telefoni cellulari:

- Reti Cellulari (Gsm, Gprs, Umts, Hsdpa);
- Wi-Fi;
- RFID;
- Bluetooth.

Tuttavia, operativamente, l'analisi si è focalizzata solo sulle reti cellulari, in quanto non sono stati riscontrati ad oggi casi significativi di utilizzo delle altre tecnologie, fatta eccezione per qualche sperimentazione.

I servizi di Mobile Finance sono stati classificati sulla base di due variabili: le piattaforme tecnologiche di erogazione e le funzionalità offerte dai servizi.

Per quanto riguarda le piattaforme tecnologiche di fruizione sono state utilizzate le seguenti categorie.

- *Sms*: il messaggio contiene poche informazioni testuali. Il servizio in questo caso può essere erogato in due modalità differenti:
 - *Push*, la Banca invia autonomamente i messaggi all'utente, che ha sottoscritto il servizio, al verificarsi di un determinato evento (ad esempio acquisto con carta di credito o superamento della soglia minima su conto corrente) o allo scadere di una preciso momento definito dall'utente (saldo di conto corrente settimanale o saldo di deposito titoli giornaliero);
 - *Pull*, qualora sia l'utente a richiedere, tramite l'invio di un Sms basato su un'opportuna sintassi, l'invio di determinate informazioni sulla propria posizione finanziaria.
- *Mms*: il servizio si basa sull'invio di messaggi contenenti anche immagini e, anche in questo caso, possono essere erogati in modalità Push e Pull.
- *Applicativo Client*: la fruizione del servizio presuppone il download e l'installazione sul proprio cellulare di uno specifico applicativo software, che consente all'utente di fruire in locale di determinate funzionalità e di connettersi al sistema per sincronizzare le informazioni in modalità batch.

- *Mobile Browsing*: il servizio viene fruito dall'utente tramite la navigazione attraverso il proprio cellulare su siti appositamente progettati e realizzati per il telefono cellulare (detti *Mobile site*) oppure su siti Web progettati anche per la fruizione tramite cellulare (.mobi).
- *Ivr*: un risponditore automatico consente di ricevere informazioni o di effettuare disposizioni attraverso una telefonata. Il servizio in genere consente funzionalità di base e con una complessità non troppo elevata.

A livello di funzionalità i servizi sono stati così classificati.

- *Informativi sul conto*: il cliente può richiedere di volta in volta in modalità Pull o Push informazioni relative a un rapporto contrattuale sottostante, quali per esempio saldo e movimenti sul conto corrente, sulle carte di credito, di debito e prepagate oppure relative alle disposizioni effettuate e ai dati del correntista.
- *Informativi sul mercato*: includono quei servizi rivolti non esclusivamente al cliente già acquisito che possiede un portafoglio titoli o un conto corrente, ma a qualsiasi utente. Le informazioni che rientrano in questa categoria sono quelle necessarie per decidere se effettuare una operazione di compravendita titoli sui mercati finanziari come per esempio prezzo, quantità, trend.
- *Di notifica*: il cliente, grazie a questa funzionalità, può controllare l'effettivo accredito di somme di denaro che riceve a scadenze temporali determinate, come pensioni e stipendi, ma anche verificare l'esito di operazioni singole, come i bonifici. A questa categoria appartengono anche tutti i servizi di alert, messaggi che avvisano il cliente al verificarsi di un determinato evento, richiamando la sua attenzione. Le notifiche possono essere inviate in modo "proattivo" dalla Banca, qualora essa noti movimenti anomali sul conto corrente del cliente o attività inconsuete con la carta di debito o credito e nel caso ritenga che la sicurezza del cliente sia a rischio (è il caso ad esempio delle truffe informatiche) oppure possono essere richiesti dal cliente che, nel momento in cui attiva il canale *Mobile*, può impostare delle soglie (ad esempio sul saldo) o degli eventi (ad esempio al verificarsi di ogni pagamento con la carta di credito) in corrispondenza dei quali la Banca usa le modalità Push per informarlo. Si possono impostare notifiche al raggiungimento di determinate soglie del saldo di *c/c*, al verificarsi di movimenti, sulle operazioni effettuate col servizio Bancomat, sulla disponibilità residua delle proprie carte e sui pagamenti, o solo su quelli superiori ad una certa cifra, effettuati con carte di debito e credito. Il cliente può ricevere la notifica dell'avvenuta ricarica del cellulare e verificare la situazione di assegni e bonifici.
- *Dispositivi*: rientrano in questa categoria tutte le operazioni dispositive cui il cliente ha accesso in ambito Banking o Trading; ad esempio, la possibilità di trasferire fondi attraverso bonifici e giroconti, di compravendita titoli, di ricaricare le carte prepagate e di effettuare ricariche telefoniche di tutti gli operatori di telefonia mobile.

Gli obiettivi della Ricerca

Nel suo primo anno di attività l'Osservatorio *Mobile Finance & Payment* si è posto i seguenti obiettivi principali:

- analizzare, in modo esaustivo, l'offerta di servizi di *Mobile Finance* (*Mobile Banking*, *Mobile Trading* e *Mobile Payment*) per il retail (privati) offerti oggi in Italia;
- analizzare gli impatti di questi servizi sui modelli distributivi multicanale degli Istituti Finanziari, valutandone i benefici e identificandone le criticità;
- valutare il livello - quantitativo e qualitativo - di utilizzo degli strumenti di *Mobile Finance* da parte degli utenti in ottica multicanale, mettendo in luce gli effetti di complementarietà e sostituzione con l'Internet Banking;

- investigare il processo di adozione di questi servizi, sia a livello di Istituti sia della clientela in ottica multicanale;
- studiare la filiera alla base dell'offerta di questi servizi e analizzare i principali attori;
- individuare le linee evolutive del mercato e i possibili scenari futuri nel più ampio contesto dello sviluppo dell'offerta *Mobile* in Italia e, in particolare, del *Mobile Internet*.

L'indagine sull'offerta

I risultati presentati in questo Report si basano su un'indagine on field articolata su due differenti livelli: il *censimento* e gli *studi di caso*.

Il censimento dei servizi di Mobile Finance

Il censimento è finalizzato ad identificare tutti i servizi di Mobile Finance presenti sul mercato italiano. Il censimento iniziato a gennaio 2008 è proseguito fino a marzo 2008.

Sono stati censiti 98 Istituti Finanziari e quasi 1.200 servizi. Il numero di servizi è stato definito sulla base delle funzionalità offerte.

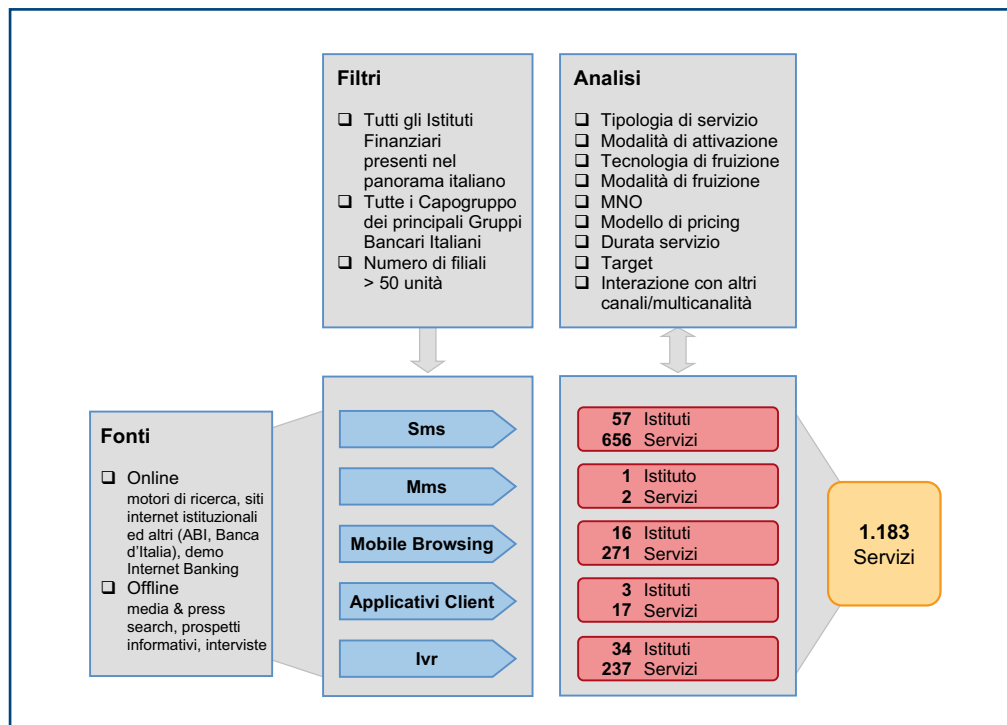


Figura I
Il censimento

Sono stati, inoltre, censiti una sola volta i servizi offerti nello stesso modo da Banche appartenenti allo stesso Gruppo o i servizi offerti da Issuer di carte di credito che si affiancano a più Banche.

Non rientrano, invece, nel censimento gli Istituti Finanziari con un numero di filiali inferiore a 50. Mentre sono incluse nel campione le Banche dirette che non hanno filiali sul territorio, ma offrono servizi alla clientela esclusivamente attraverso Internet, telefono e *Mobile*.

Gli studi di caso degli Istituti Finanziari che offrono servizi di Mobile Finance

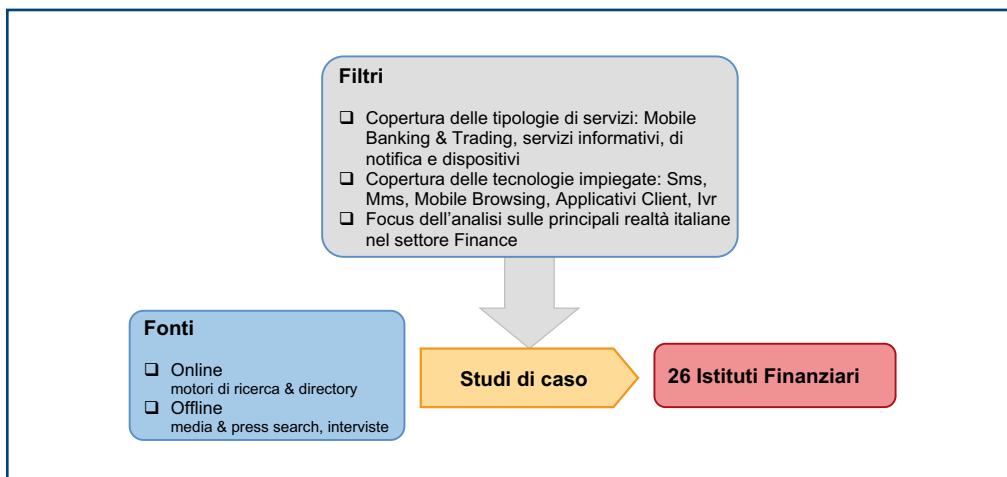
Il campione dei casi è stato selezionato cercando di soddisfare i seguenti criteri:

- copertura delle tipologie di servizi - Mobile Banking & Trading, servizi informativi, di notifica e dispositivi;

- copertura delle tecnologie impiegate - Sms, Mms, Mobile Browsing, Applicativo Client, Ivrr;
- principali realtà italiane operanti nel settore Finance.

Gli studi di caso degli Istituti Finanziari sono stati complessivamente 26, tutti condotti attraverso interviste dirette ai Responsabili canali diretti e/o Responsabili IT.

Figura II
Gli studi di caso degli Istituti Finanziari



Gli studi di caso degli attori della filiera alla base dei servizi di Mobile Finance

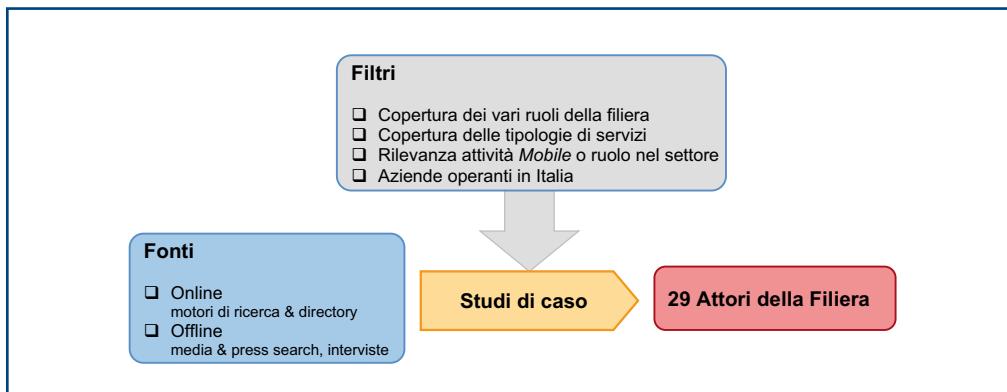
Oltre all'analisi condotta sugli Istituti Finanziari, si è andati a realizzare anche numerosi studi di caso sugli attori della filiera, cercando di coinvolgere tutti i principali player operanti nei diversi stadi della catena del valore.

Il campione dei casi è stato selezionato cercando di soddisfare i seguenti criteri:

- copertura dei vari ruoli della filiera;
- copertura delle tipologie di servizi;
- rilevanza attività *Mobile* o ruolo nel settore;
- principali aziende operanti in Italia.

Gli studi di caso degli attori della filiera sono stati complessivamente 29, tutti condotti attraverso interviste dirette al top management degli attori della filiera.

Figura III
Gli studi di caso degli attori della filiera



L'indagine sulla domanda

I dati relativi alla domanda di servizi finanziari *Mobile* in Italia sono stati elaborati dall'Osservatorio Mobile Finance & Payment della School of Management del Politecnico di Milano e CommStrategy sulla base dei risultati della survey commissionata a Eurisko e realizzata nella prima metà di giugno 2008 tramite rilevazione telefonica CATI. L'indagine è stata condotta su un campione di 1.500 individui rappresentativo della popolazione italiana maggiore di 14 anni, in possesso di un telefono cellulare personale, pari a circa l'85% della popolazione (circa 41,3 milioni di individui – Fonte Sinottica GfK Eurisko 2007). I dati sul consumo di servizi finanziari online relativi al Q1/2008 provengono da DigitalFinance, strumento di monitoraggio trimestrale realizzato da Nielsen Online e CommStrategy a partire dal 2002.

La quantificazione del mercato

La Ricerca si è posta infine l'obiettivo di quantificare il numero di Sms inviati dalle Banche verso i propri clienti.

La quantificazione del mercato è stata effettuata sulla base dei dati relativi a tutti i principali attori operanti nel settore, ricavati sia da fonti primarie sia secondarie.

Si ringraziano, infine, per la loro disponibilità tutte le società che hanno contribuito alla realizzazione di questo studio:

- 3 Italia
- Accenture
- Allianz Bank Financial Advisor S.p.A.
- AM Rimini
- American Express
- AMT S.p.A. Verona
- Asstel
- ATAC SpA Roma
- ATB Mobilità S.p.A. (Bergamo)
- Axis Strategic Vision
- Banca d'Italia
- Banca Fideuram
- Banca Intesa SanPaolo
- Banca Mediolanum
- Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A.
- Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.
- Banca Popolare dell'Alto Adige
- Banca Popolare di Milano
- Banca Popolare di Sondrio
- Banca Sella S.p.A.
- Beeweeb
- Edistar
- Brescia Mobilità S.p.A.
- Capgemini Italia S.p.A.
- Cartasi S.p.A.
- Cassa Padana
- Cedacri S.p.A.
- Centax S.p.A.
- Cim Italia
- Citibank International Plc
- Directa S.I.M. p A.
- DS Group
- eCommittee
- Ericsson
- Findomestic Banca S.p.A.
- Fineco Bank
- First Data
- Fotonica
- Funivie Madonna di Campiglio S.p.A.
- Genialloyd
- Gruppo Credito Valtellinese
- Gruppo Veneto Banca
- IBM
- Indicod - Ecr
- Ingenico
- Input
- ITtrading
- IW Bank S.p.A.
- Key Client
- Lottomatica S.p.A.
- Mastercard Worldwide
- Medusa Film
- Meridiana S.p.A.
- Moby S.r.l.
- Moversa
- Movincom
- Neos s.r.l.
- Noverca
- Opentech S.r.l.
- Phoenix Informatica Bancaria S.p.A.
- Pila S.p.A.
- Poste Mobile
- Qualcomm
- RADIOTAXI 3570
- Reply
- Salerno Mobilità
- Santander Costumer Bank
- SIA-SSB S.p.A.
- Sky
- Telepark S.r.l.
- Tempi S.p.A.
- Tim – Gruppo Telecom Italia
- Train S.p.A. (Servizi per la mobilità - Siena)
- Trentino Trasporti S.p.A.
- Ubiquity S.r.l.
- Unicredit Banca
- Unify Media Group (Onebip)
- Vipera
- Visa Europe
- Vodafone Italia
- Wind Telecomunicazioni S.p.A.
- Xaltia S.p.A.