

Mobile Commerce: lo smartphone fotografa il codice a barre

Telefoni cellulari, smartphone e pad sono diventati in pochi anni i dispositivi personali più diffusi nella storia dell'uomo. Si stimano oggi in uso quattro miliardi e mezzo di cellulari, e di questi seicento milioni sono smartphone connessi a Internet, cioè telefoni con memoria e prestazioni equivalenti a quelle di un computer di solo un paio di anni fa. Un numero enorme e in costante crescita.

Oltre a farci parlare, scrivere messaggi, partecipare ai social network, gli smartphone diventeranno presto il primo strumento con cui informarci su prodotti, servizi e aziende, con una disponibilità e facilità d'uso molto maggiori rispetto al computer.

Gli analisti prevedono che nel giro di pochissimi anni l'accesso a Internet, e quindi a tutte le informazioni e i servizi che la rete rende disponibili, avverrà per lo più da dispositivi mobili sorpassando abbondantemente l'attuale utilizzo tramite pc.

Sotto il nome comune di Mobile Commerce si includono una serie di attività relative all'interazione tra il consumatore e i prodotti in vendita, e più genericamente all'intero processo di acquisto, rese possibili attraverso il proprio telefono cellulare evoluto.

L'acquisto di un prodotto da parte del consumatore moderno, sempre più esigente in termini di servizi e informazioni correlate, si compone ormai stabilmente di diverse attività che lo collegano sia al distributore, che fisicamente vende la merce, sia al produttore che ha fabbricato l'oggetto: attività promozionali, coupons, programmi di fidelizzazione, la navigazione verso e dentro il punto vendita per guidare l'acquirente al prodotto, la lista dei prodotti preferiti e infine il pagamento.

Per il mondo retail, fra tutte le opportunità, la più interessante e facilmente realizzabile è probabilmente rappresentata dal servizio che collega l'esperienza d'uso dello smartphone all'acquisto di prodotti, chiamata *extended packaging*, ovvero la possibilità per una persona di fotografare un barcode e conoscere tutto di un prodotto e dell'azienda che lo ha creato: la filiera produttiva, l'impatto ambientale, le controindicazioni per soggetti sensibili ad allergie o intolleranze, o le incompatibilità fra farmaci, le guide all'uso, che possono diventare dei veri e propri assistenti virtuali personali, tutto con la garanzia di una fonte affidabile.

Il concetto di *trusted source* è centrale per un dialogo efficace tra imprese e consumatore: l'acquirente si fida dell'azienda che ha prodotto la merce di suo gradimento e quindi delle informazioni che è in grado di fornire su di esso.

Ecco che allora è necessario creare un collegamento semplice e sicuro tra il prodotto e la fonte affidabile delle informazioni relative. **GS1**, con gli strumenti e i codici già universalmente adottati, è in grado di fornire la chiave per questo collegamento: il codice a barre.

Ormai tutti i telefoni e gli smartphone dotati di una fotocamera sono in grado di acquisire il codice apposto sulle confezioni dei prodotti. A questo proposito c'è da fare alcune distinzioni: i codici universalmente disponibili sono i tradizionali EAN-13, simboli monodimensionali che hanno il limite di poter esprimere al massimo 13 cifre. Questo significa che, contrariamente ai codici bidimensionali come i DataMatrix o i QR-Code, i codici EAN-13 non consentono un collegamento diretto tra il prodotto e le informazioni che lo riguardano.

Il collegamento è allora mediato da un altro consolidato strumento **GS1** che è in grado di risalire all'azienda che ha rilasciato il codice associato ad un prodotto o ad una posizione fisica: il **GEPIR**.

GEPIR (Global Electronic Party Information Register) è un servizio accessibile dal sito **Indicod-Ecr** che, basandosi sull'archivio delle aziende associate è in grado di risalire a chi ha assegnato un particolare codice e a reindirizzare l'applicazione mobile sul sito del produttore che è in grado di fornire tutte le informazioni richieste dal consumatore attraverso il suo telefono.

Per offrire alle aziende del largo consumo questa opportunità, **Indicod-Ecr** e il partner tecnologico **Neos** hanno dato vita a **mobe3 Gepir**, un servizio che permette a ogni azienda di creare la propria applicazione di *extended packaging*, facendo tesoro di oltre cinque anni di attività di ricerca e sviluppo in questa tecnologia e nelle sue applicazioni.

mobc3 Gepir si fonda sul servizio Gepir di GS1, per assicurare ai clienti finali l'affidabilità dell'informazione, che proviene dal produttore ed è distribuita in modo controllato e certificato da Indicod-Ecr, e sull'esperienza di mobc3, la piattaforma tecnologica di riferimento per i dispositivi mobile, che permette di creare applicazioni compatibili con la maggior parte degli smartphone e dei cellulari in commercio, oltre 15 milioni solo in Italia.

Grazie a mobc3 Gepir, retailer e produttori possono dare vita a un mondo di applicazioni utili per migliorare l'esperienza dei clienti nel rapporto con marchi e prodotti, stimolare cross-selling e up-selling e fare un primo passo nel mobile commerce, raccordando l'esperienza in-store a quella digitale personale, creando così nuove opportunità di sviluppo commerciale e rafforzando la relazione di produttori e retailer con i clienti, nel modo più efficace.

In un mondo come quello del Mobile, in cui si registra una grande diversità di sistemi operativi e di modalità di sviluppo delle applicazioni senza un particolare modello di riferimento, è necessario definire una base di regole condivise e garantite come quelle offerte dagli strumenti standard GS1 e da piattaforme come mobc3 che mirano alla semplificazione fornendo un sistema consistente e robusto sul quale costruire il futuro del Mobile Commerce.

A cura di Andrea Ausili - GS1 MobileCom Project Manager di Indicod-Ecr