



Viaggi d'affari il futuro è in “mobilità”

Crescono le spese legate al business travel in remoto con notevoli benefici per l'intero comparto

◆ Dario Ducasse

Nel 2013 i pagamenti fatti in “mobile” hanno raggiunto a livello mondiale la cifra di 235,4 miliardi di dollari, grazie a una crescita annuale, prevista tra il 2012 e il 2017, del 35%. In particolare, nel 2016, si prevede che in Italia avverranno transazioni, tramite dispositivi mobili, per la considerevole cifra di 8 miliardi di euro. Ecco perché AirPlus, società del Gruppo Lufthansa fornitrice di soluzioni di pagamento e analisi delle spese di viaggio aziendali, ha pensato di inaugurare l'era dei pagamenti mobili anche nel settore dei viaggi d'affari, lanciando una nuova App. Si chiama A.I.D.A. e permette – inizialmente ai possessori di iPhone – di pagare tutte le spese legate al business travel in remoto. Facciamo ora però un passo indietro e parliamo ancora di numeri

per cercare di capire quale sarà davvero il futuro dei pagamenti in mobilità e quali benefici potrà trarne il settore dei viaggi d'affari. E ripartiamo allora da un recente rapporto pubblicato da Gartner, società di ricerca e consulenza leader a livello mondiale nel settore dell'Information Technology, che spiega appunto come nel 2013 i pagamenti in mobilità sono arrivati a superare la soglia incredibile dei 235 miliardi di dollari a livello mondiale con una crescita del 44% rispetto al 2012. Entro il 2017 gli analisti dicono che il mercato conterà circa 450 milioni di utenti con un valore delle transazioni effettuate in mobilità che dovrebbe attestarsi intorno ai 721 miliardi di dollari. Se non bastano queste cifre da capogiro a spiegare cosa ha portato Airplus a investire nella mobi-

Lo scorso anno il mobile remote payment & commerce ha superato i 900 milioni, registrando una crescita del +30%, di cui 470 milioni spesi per l'acquisto dei contenuti digitali per smartphone e 310 milioni per beni e servizi



lità e, soprattutto quali incredibili scenari economici questa opportunità porterà a tutti i settori che la sapranno sfruttare, si può dare un'occhiata anche ai dati dell'Osservatorio NFC & Mobile Payment del Politecnico di Milano. Secondo quest'ultimi, lo scorso anno i possessori di smartphone in Italia, sul totale di chi possiede un cellulare, hanno superato il 50% a fronte di una spesa pari a un miliardo di euro per le transazioni on line. Già solo nel 2012 il settore del Mobile Remote Payment & Commerce è passato dai 700 milioni di euro del 2011 agli oltre 900 milioni, registrando una crescita del +30%. Di questi, ben 470 milioni di euro derivano dall'utilizzo del Mobile Payment per l'acquisto dei contenuti digitali per gli smartphone.

L'occasione del turismo

Ma le cifre incredibili non sono finite: l'utilizzo infatti del Mobile Remote Payment & Commerce per l'acquisto di beni

e servizi registra pure esso una straordinaria crescita del 60%, raggiungendo un valore di circa 310 milioni di euro. Contribuisce a questo successo la crescita del Mobile Remote Commerce, ovvero di quella tipologia di acquisti online che implicano anche l'uso del cellulare, in una o più fasi. Turismo e trasporti, coupon, aste e gruppi di acquisto sono i settori più attivi e pari circa a un 86% del valore delle transazioni. L'80% circa di questo importo è stato speso per acquistare ricariche telefoniche e pagare i bollettini, ad esempio il canone Rai o i bollettini postali. Il restante 20% è stato utilizzato per pagare servizi soprattutto nell'ambito della mobilità, come il pagamento della sosta, dei biglietti del trasporto pubblico locale, e di taxi, car&bike sharing e "zone a traffico limitato". E proprio questo ultimo tipo di utilizzo può diventare la "killer application" in grado di diffondere definitivamente il mobile payment e quindi, dicono gli esperti dell'Osservatorio del Politecni-

Il grande sviluppo del mobile payment in Italia passa dalla disponibilità della tecnologia che le principali Telco italiane stanno implementando



Usare lo smartphone come carta di credito in vacanza sarà uno dei trend del turismo del futuro prossimo

co, di farlo diventare determinante in tutti i settori commerciali. Si stima, infatti, che siano oltre 700mila le ore di parcheggio pagate dagli italiani attraverso il cellulare, oltre 600mila i biglietti di corsa semplice e qualche migliaio le ricariche degli abbonamenti per il trasporto pubblico locale attivate da Mobile, mentre le corse di taxi pagate con cellulare sono quasi 10mila. Per un totale di oltre 1 milione di transazioni di piccolo importo.

Da non sottovalutare però il fatto, dicono gli analisti dell'università milanese, che l'affermazione del pagamento tramite cellulare in Italia è legata in modo decisivo allo sviluppo del Mobile Proximity Payment, l'opportunità di utilizzare lo smartphone come una carta di credito mediante l'impiego della SIM NFC. L'accordo fir-

mato a ottobre 2012, in concomitanza con il GSMA NFC Mobile Money Summit, dagli operatori telefonici nazionali ha permesso la realizzazione di una piattaforma comune dedicata al pagamento. A fine 2012, vi erano circa 30mila terminali POS NFC attivi, partendo dai circa 5mila del 2011, e gli impegni già assunti dagli attori dell'ecosistema hanno portato oggi ad oltre 150mila POS operativi (più del 10% del totale). Nel 2013 sono stati venduti 6 milioni di telefoni NFC. Secondo la ricerca quindi l'evoluzione attuale del mercato permette di tratteggiare due scenari di sviluppo del Mobile Payment nei prossimi tre anni, legati alla modalità tiepida o convinta con cui gli attori dell'ecosistema gestiranno la creazione di servizi e la diffusione di tecnologia per fruirli. Secondo la simulazione del Politecnico di Milano, a fine 2016 e con riferimento ai due scenari già menzionati, il numero di utenti che pagheranno mediante una soluzione di Mobile Proximity Payment, oscillerà tra 6,0 e 10,3 milioni di utenti, a fronte di un parco cellulari NFC medio che supera i 25 milioni di unità: il parco esercenti dotati di POS NFC oscillerà tra 405mila e 610mila, caso quest'ultimo che mantiene nel tempo dinamiche di crescita simili al 2013, già notevoli. Da queste stime emerge come nello scenario "tiepido", il valore dei pagamenti mediante Mobile Proximity

Tab. 1 - Punti focali per lo sviluppo in Italia del mobile payment

1. La crescita del 20% dei servizi che consentono di completare gli acquisti online attraverso il telefono cellulare
2. La disponibilità della tecnologia che permette di usufruire di questi servizi trasformando il proprio cellulare in un bancomat; possibile grazie all'intesa operativa raggiunta a Ottobre dalle principali Telco italiane (Telecom Italia, Vodafone, Wind, H3g e Poste Mobile) sull'impiego della SIM NFC (Near Field Communication)
3. Una legislazione che incentiva l'uso dei pagamenti elettronici, posta alla ribalta con i decreti "Salvitalia" e "Sviluppo-bis"

(fonte: eMarketer)



Payment al 2016 sarà di 4,7 miliardi di euro, dei quali 1,5 miliardi verranno effettuati nei micro-pagamenti. Nello scenario in cui gli attori sarebbero invece convinti dell'investimento in questa nuova modalità di pagamento, il transato intercettato salirebbe a 10,8 miliardi di euro (+130%), di cui 4,3 miliardi di micro-pagamenti (+187%).

La conquista del Mobile

«La pervasività del mobile», ha commentato alla fine della presentazione dei dati **Filippo Renga** (foto sopra), professore dell'Osservatorio Mobile Payment &



Commerce della School of Management del Politecnico di Milano, «è sotto gli occhi di tutti. E in questo quadro futuribile va aggiunto che il mondo dei viaggi è uno degli ambiti con il più alto potenziale, anche se purtroppo ancora inespresso». Evidentemente è in sintonia con quello del ricercatore milanese il pensiero di **Diane Laschet** (in basso), Amministratore Delegato di AirPlus International in Italia. Che, a proposito della nuova idea sviluppata dalla sua azienda, ha spiegato: «Da oltre vent'anni il nostro impegno è quello di lavorare all'innovazione nel segmento delle soluzioni di pagamento dei viaggi d'affari. Va da sé quindi che non potevamo che essere i primi ad inaugurare uno strumento per i pagamenti mobili in un settore che vale oggi circa 1.000 miliardi all'anno a livello mondiale. Grazie all'App mobile A.I.D.A. vogliamo dare alle aziende la possibilità di essere in grado di abilitare i propri dipendenti in trasferta ad effettuare pagamenti mobili in

L'aumento della presenza di terminali POS operativi negli esercizi commerciali aiuterà lo sviluppo dei pagamenti in mobilità





Il comparto Mice ed eventi ritiene il mobile payment un aiuto per la semplificazione dei servizi ai clienti

remoto e allo stesso tempo di gestirli attraverso un unico conto centralizzato aziendale, l'AirPlus Company Account. Questo significa maggiore autonomia per il dipendente in trasferta, riduzione del contante circolante, abbinati a maggiore controllo e possibilità di analisi della spesa da parte dell'azienda e significativi risparmi di tempo a livello amministrativo». Come funziona quindi questa App?

Innanzitutto creando automaticamente carte di credito virtuali che i viaggiatori possono utilizzare per generare un numero di tessera MasterCard e un relativo codice di autorizzazione CVV valido per una singola transazione. Mobile A.I.D.A. inoltre può essere utilizzata prima e durante la trasferta di lavoro per prenotare o acquistare ad esempio biglietti aerei

Solo nel 2012 il settore del Mobile Remote Payment & Commerce ha oltrepassato il tetto dei 900 milioni di euro di transazioni (+30% nel 2011)



rea e ferroviaria, i soggiorni in hotel, gli eventi e molti altri servizi. Da un punto di vista del download poi la App è gratuita e disponibile sull'Apple Store in italiano. Per funzionare richiede dispositivi iPhone con iOS 5 o successivi. Unico prerequisito per l'utilizzo dell'App è che l'azienda utilizzi il sistema di pagamento centralizzato per i viaggi d'affari AirPlus Company Account.

Servizi à la carte

«Optare per l'uso di un sistema di pagamento innovativo nel settore Mice è un elemento distintivo che permette di aiutare ancora di più le aziende nell'ottimizzare tempi e costi e di individuare nuove opportunità di gestione». Questo il pensiero del Ceo di Alessandro Rosso Incentive, **Daniele Rosso**, a proposito del futuro dei pagamenti nell'ambito del business travel. «Ed è proprio per lo stesso motivo», insiste il manager, «che abbiamo scelto di diventare merchant per i nostri clienti dei viaggi d'affari: li aiutiamo a semplificare le operazioni di pagamento e ne sosteniamo le spese di gestione, riuscendo al contempo ad avere un maggior controllo. La nostra infatti è una società che crede nel turismo declinato sotto ogni sua forma e ci investe. Dall'hotellerie ai tour operator, dai viaggi incentive ai



Tab. 2 - La pervasività del Mobile in Italia

- Il 53% dei consumatori italiani è multicanale
- 3 navigatori da mobile su 4 scaricano App
- Quasi 30 milioni di italiani usano uno smartphone
- I navigatori del web da mobile sono 24 milioni (3/4 di quelli da pc)
- Il 60% dei possessori di smartphone ne fanno un utilizzo frequente

(fonte: Osservatorio Mobile Marketing & Service)

Tab. 3 - Metodi d'uso dello smartphone in Italia

• In ufficio	43%
• Da casa	67%
• In mobilità	53%
• In negozio	22%
• In coda	44%
• Nei luoghi di ritrovo	29%

(fonte: Osservatorio Mobile Marketing & Service)

Tab. 4 - "Il mobile payment semplificherà la vita a chi viaggia per lavoro?"

• La renderà di certo più facile	43%
• La renderà uguale	6%
• La renderà più difficile	9%
• Non so rispondere	42%

(fonte: AirPlus ACTE Mobile Payment White Paper 2012)

congressi medici, con un denominatore comune: essere partner delle aziende clienti a 360 gradi ed accompagnarle verso obiettivi comuni, il più imminente Expo Milano 2015, proprio grazie a sistemi di pagamento personalizzati e innovativi». Ecco allora che non stupisce l'idea di Alessandro Rosso Group di scegliere due partner internazionali per questa nuova opportunità: ovvero American Express - Global Corporate Payments e la stessa AirPlus International. Le opportunità che offre il mobile payment possono applicarsi non solo alla vita di tutti i giorni ma soprattutto al settore hospitality. Insomma è chiaro come oggi il settore turistico e quello alberghiero abbiano a disposizione uno strumento fondamentale per fare business di successo nel futuro. La passione per le nuove tecnologie, che sta contagiando anche gli italiani, può essere utilizzata come chiave di volta per vendere servizi sempre più evoluti. Si parla cioè di servizi à la carte ai quali i clienti business possono accedere pagando direttamente con il loro dispositivo mobile e che possono andare dal noleggio di auto e bici fino all'offerta più varia di percorsi e attività organizzate ad hoc. ■