

---

**Analisi**

---

# I varchi aperti dal mobile banking

---

di Luca Dello Iacovo

---

**D**a poco tempo in molte stazioni della metropolitana di Milano i viaggiatori possono evitare di cercare in affanno le monetine in tasca. Quando acquistano dai distributori automatici sono in grado di usare anche carte di credito contactless. Oppure utilizzano smartphone e tablet dotati di portafoglio digitale (mobile wallet), associato a carte di pagamento fisiche o virtuali: in questo caso la porta di accesso è in applicazioni software che permettono transazioni di piccoli importi (o "micropagamenti") senza dover inserire codici pin.

I *mobile wallet* hanno come volano la tecnologia Near Field Communication. Secondo le previsioni di Abi Research entro la fine dell'anno saranno consegnati 270 milioni di smartphone e tablet integrati con Nfc. I pagamenti contactless sono inoltre un ponte verso i social media, come Facebook, Twitter, Google+. Quando gli utenti completano un acquisto condividono avvisi e segnalazioni nella loro rete sociale online. E ampliano il perimetro delle discussioni negli spazi digitali.

Social network, Nfc, applicazioni software estendono i confini del mobile banking. Che apre un luogo di conversazione accessibile ovunque e in tempo reale. «Saranno i prodotti bancari a dare le informazioni», dice Brett King, autore di «Bank 3.0» intervenuto al Social Business Forum di Milano. In che modo? I dati arriveranno sui dispositivi mobili in diretta quando un utente cerca online o si trova in una località, come già avviene con i coupon digitali. Osserva King: «In futuro i telefoni saranno in grado di rilevare il contesto con più accuratezza». Ad esempio, spiega l'autore di «Bank 3.0», le ricerche sul web per temi associati al real estate potranno essere un ponte di connessione tra gli utenti e la banca. È una trasformazione in atto: al momento sugli smartphone e sui tablet arrivano annunci promozionali. Ma il terreno di espansione è nelle discussioni e nel coinvolgimento di una platea più ampia. Sono processi che contribuiscono a ridefinire gli equilibri negli scenari dei prossimi anni. «I clienti non usano le filiali come canale d'acquisto, ma come un canale di supporto e un canale alternativo», dice King. Diventano quindi centrali, spiega l'esperto, le procedure di autenticazione delle persone che accedono in sicurezza alle piattaforme di *mobile payment* e *mobile banking*.

Continua a pag. 14

**DALLA PRIMA**

## Il mobile banking

A indicare la velocità del processo di dematerializzazione è anche l'interesse per i Bitcoin: sono le monete digitali *peer-to-peer*, anonime e decentralizzate, finite sotto i riflettori dei media soprattutto negli ultimi mesi. «È un'astrazione di moneta», afferma King. Che aggiunge: «Non si possono rendere illegali i Bitcoin senza rendere illegali gli euro». Finora il conio virtuale inventato da Satoshi Nakamoto ha calamitato non pochi interrogativi. E ha richiamato gli investimenti di venture capitalist impegnati a finanziare un ecosistema di startup. Il laboratorio d'innovazione globale del mobile payment ha radici profonde in Africa. «Se funziona in Africa, funziona ovunque», recita un motto diffuso tra gli appassionati di hi-tech del continente e reso celebre da Erik

Hersman, cofondatore di Ushahidi. Circa 20 milioni di kenioti utilizzano M-Pesa durante i trasferimenti di denaro tra i loro account e per i micropagamenti. È una piattaforma che ha rivoluzionato abitudini consolidate e ha consentito l'apertura di conti correnti anche in aree rurali prive di infrastrutture bancarie. Aveva debuttato come un progetto sperimentale. Ai micropagamenti si sono aggiunti la vendita di assicurazioni e l'acquisto di beni fisici e digitali. Poi M-Pesa ha puntato verso l'espansione in altre nazioni grazie alla collaborazione con le banche locali, come in Sud Africa. E ha costruito un sentiero che non smette di stupire.

**Luca Dello Iacovo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA