La diffusione dei Mobile Proximity Payment

payment-systems-1169825-640-67aa1ca6

GLI ELEMENTI FAVOREVOLI

• Aumenta la consapevolezza dei vantaggi assicurati dalle transazioni via smartphone sia presso i consumatori sia presso i gestori

• Cresce l'offerta di servizi proposti tanto da nuovi operatori quanto dalle tradizionali banche

• Fa premio la possibilità di utilizzare i pos contactless già attualmente operativi, per perfezionare anche i pagamenti via mobile wallet

I FATTORI OSTATIVI

• Gli avventori segnalano la necessità di maggiore formazione sulle modalità di funzionamento tecniche del sistema da parte degli esercenti

• È ancora diffusa presso i gestori la convinzione che le transazioni digitali comportino alte commissioni fisse. In realtà, le banche hanno lavorato molto su questo fronte, arrivando nella maggior parte dei casi ad azzerare l'aliquota

** Elaborazione di Mixer su indicazioni di Ivano Asaro, direttore dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce del Politecnico di Milano*

DALLA TEORIA ALLA PRATICA: ECCO LE SOLUZIONI DI CHI SI È GIÀ MOSSO

- **Rossopomodoro, Roadhouse ed Eataly** hanno scelto la proposta di **Mastercard** che consente di pagare il conto via app direttamente al tavolo, suddividendo, a richiesta, l'importo tra i partecipanti.
- **McDonald's e Autogrill** hanno optato per **un proprio wallet** che utilizza la tecnologia QrCode. Il sistema opera seguendo la stessa logica delle carte prepagate.
- **Cigierre e Mychef** si sono affidate a **Satispay**, integrando la tecnologia dell'operatore nei propri servizi di cassa.

È partita la corsa delle app