

La società di carte di credito presenta il nuovo servizio. Obiettivo: 50 mila utenti nel 2010

CartaSi lancia la risposta a Paypal

Si chiama Sipay il sistema di micropagamenti tra privati

DI ALESSIO ODINI

CartaSi aggiunge un nuovo tassello alla propria offerta, entrando nel mercato dei pagamenti peer-to-peer, fra privati. Si chiama Sipay il servizio con cui la società, ai vertici del mercato delle carte di credito con 7 milioni di titolari, va all'assalto di un settore che rappresenta oggi in Italia il 14% dei pagamenti on-line, ma che è destinato a crescere rapidamente.

Sviluppato in collaborazione con l'Istituto centrale delle banche popolari italiane (Icbpi), Sipay permette di inviare e ricevere pagamenti tra privati attraverso un conto virtuale (a breve l'estensione del servizio ai merchant on-line), sulla falsariga di quanto è già possibile fare con Paypal, analogo strumento di micropagamento che conoscono bene gli utenti di eBay, la società di compravendita e aste on-line proprietaria della stessa Paypal. Come accade con quest'ultimo, il servizio viene pagato da chi riceve il versamento in denaro: mentre Paypal

prevede una quota fissa di 35 centesimi a transazione e una percentuale variabile dall'1,8% al 3,4% a seconda dell'importo, Sipay si presenta al mercato applicando una commissione pari all'1% dell'importo e comunque un minimo di 30 centesimi a transazione, come spiega **Giorgio Porazzi**, responsabile innovazione e servizi CartaSi. «È un valore promozionale, mentre il giusto prezzo è in via di definizione», ha aggiunto, «ma vogliamo restare competitivi». D'altra parte, «abbiamo lanciato Sipay dopo aver analizzato il mercato e dato ascolto alla nostra clientela (consumer, ndr), che richiedeva un simile servizio», ha detto ancora Porazzi, auspicando di raggiungere 50 mila utenti nel 2010 e di «ripercorrere nel giro di due o tre anni il tasso di crescita delle carte prepagate (500 mila in cinque

anni, ndr)».

Da non sottovalutare, le ricadute in termini di visibilità e fidelizzazione del marchio CartaSi, che in Italia ha fatto la storia delle carte di credito, presentandole al mercato di massa nel 1989. Il servizio Sipay, fruibile attraverso il portale CartaSi e registrandosi su www.sipay.it, è infatti aperto a



Mauro Melis

tutti, non solo ai titolari di CartaSi, fra cui già 2,6 milioni fanno acquisti on-line, ha ricordato **Barbara Cossetto**, responsabile marketing e commerciale della società, puntando l'attenzione sul ruolo di «pioniere» del marchio, che vede «nell'innovazione» un elemento costante della propria storia. Posizione ribadita da **Mauro Melis**, amministratore delegato di CartaSi: «L'innovazione vuole combattere la tendenza di chi vede l'attività monetica come una commodity», che in realtà è una forma di «fidelizzazione e vettore di innovazione». In questo senso, Sipay va a inserirsi in un contesto in cui «un terzo degli smartphone viene utilizzato per navigare sul web e in futuro saranno ancora di più», ha sottolineato Porazzi.

Dunque, un servizio come Sipay, che permette di trasferire fino a 2.500 euro all'anno (il limite è dato dalle norme anticiclaggio), attraverso l'e-mail del destinatario e un codice fornito al momento della registrazione, può rappresentare un ulteriore incentivo a modi-

ficare le abitudini degli italiani, che tuttora pagano in contanti la maggior parte dei propri acquisti.

Tuttavia, Sipay non è l'unica novità su cui CartaSi insisterà nel 2010. Parallelamente alle iniziative di pagamento contactless, il nuovo anno porterà con sé anche Zoom, uno shopping assistant per smartphone che «non si limita a localizzare i punti vendita più vicini, come fa Around Me», spiega Porazzi, «ma che coniuga le offerte degli esercenti (convenzionati con CartaSi, ndr) alla domanda dei clienti». In altri termini, attraverso la geolocalizzazione, Zoom informa dei negozi in zona, inizialmente nelle principali città, e delle offerte a disposizione dei titolari della carta di credito, che presto potranno acquistare i prodotti direttamente dal proprio telefono.

© Riproduzione riservata



La ricerca commissionata da Univideo sul download illegale

Pirateria informatica, ai pc danni per 400 mln l'anno

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Non è vero che scaricare illegalmente film e musica da Internet è gratuito. Ogni anno, invece, si spendono circa 400 milioni di euro per riparare i danni sui computer causati da virus contenuti nei file in download. Virus che poi mettono a rischio pure la propria privacy, con accesso a fotografie, documenti, password e carta di credito presenti nella memoria del pc. Quindi i mondi di E-mule, Direct connect o Bit torrent non sono affatto il paese delle meraviglie, anche se, come emerge dall'indagine di Euromedia research, commissionata da **Univideo**, nei navigatori c'è una situazione di pericolosa incoscienza: sanno dei rischi, ma scaricano lo stesso, vuoi perché contano sul proprio anti-virus e si ritengono esperti, vuoi perché il piacere di avere tutto, subito e gratis è superiore al costo delle eventuali riparazioni.

«La pirateria ci sottrae circa il 30% del fatturato a valore», spiega **Davide Rossi**, presidente Univideo (associazione che rappresenta 69 imprese dell'home entertainment), «e senza il download illegale saremmo uno dei pochi settori a crescere, nonostante la crisi. Abbiamo quindi un interesse a creare allarmismo, a dire che se scarichi ti prendi i virus. Anche perché le leggi non ci proteggono, e gli internet provider, tipo Telecom o Fastweb, si guardano bene dall'avvisare i propri clienti dei rischi cui vanno incontro praticando il download pirata. Il popolo di Internet deve sapere che scaricare non è gratis, ma costa un sacco di soldi».

La ricerca, infatti, è stata condotta sia su un campione di mille utenti web, sia su un pool di esperti che lavorano in centri assistenza per computer. Ebbene,



se la prima causa dei danni al pc è risultata essere «l'incompetenza dell'utente», ecco che ai seguenti tre posti ci sono «virus scaricati da siti non affidabili», «antivirus scaduto», «utilizzo di software non certificati». Ovvero, problemi tipici di chi scarica illegalmente film, serie, musica o giochi. Tra le pratiche diffuse nel mondo della pirateria, la più pericolosa è lo streaming (flusso di dati audio-video trasmessi da una sorgente verso più destinatari). In genere, infatti, bisogna installare un file operativo sul proprio pc, con alto rischio di virus. Le altre sono il download (ricevere o prelevare un file dalla rete), il peer to peer (lo scambio di file in rete fra computer), il file sharing (la condivisione di file che può avvenire all'interno di una rete di pc client-server, o di una rete di pc peer to peer).

© Riproduzione riservata

CENSIS

Nello sport sponsor senza crisi

DI MARCEL VULPIS

Le sponsorizzazioni sportive, nell'anno della crisi, hanno stanzialmente tenuto. E su 100 euro investiti ben 55 sono destinati allo sport, contro i 15 della musica. Un'azienda su due ha scelto testimonial sportivi. Infine un'impresa su due si è legata a sport di tribù, mentre solo quattro su dieci si dirigeranno verso discipline di massa.

Sono alcuni dei dati a livello mondiale che **Roberto Ciampicigili**, direttore di Censis servizi, ha presentato ieri durante la giornata di approfondimento «Lavori in Corsa», giunta alla terza edizione, organizzata dalla Acciari consulting e dallo stesso Censis servizi.

Durante l'incontro si è discusso di come lo sport sia un fenomeno sociale in grado di influenzare la comunicazione, particolarmente per quelle discipline definite «tribù», ovvero in grado di richiamare, sotto il profilo marketing, l'attenzione delle aziende attente ai fenomeni sociali. E l'analisi delle community sportive è stato uno dei temi-guida.

Il convegno ha presentato i risultati della ricerca sulle discipline sportive e sui rapporti di questo universo con la società civile. I risultati enfatizzano come proprio lo sport, a dispetto di altre piattaforme sociali, stia penetrando nella vita di tutti i giorni in maniera significativa.

© Riproduzione riservata

Brevi

È Turquoise il colore del 2010. Pantone, la società di X-Rite, fornitore di standard professionali di colore per il settore design, ha annunciato il colore dell'anno per il 2010: è il Pantone 15-5519 Turquoise. «Combinando le qualità serene del blu e l'aspetto rinvigorente del verde», spiega la società, «il Turquoise evoca pensieri tranquillizzanti, acque tropicali e dolce abbandono, una via di fuga efficace dalla vita caotica di ogni giorno».

Un call center gratuito per le vacanze. Un numero telefonico gratuito dal quale avere le informazioni più disparate. È il servizio di NeverAlone, un motore di ricerca telefonico italiano (00.800.800.800.54) consultabile da fisso e cellulare senza costi grazie alla presenza di spot di 30 secondi all'inizio della chiamata. Ora, grazie all'accordo con eDreams si aggiungono altri servizi per i viaggi: dall'acquisto di vacanze alla prenotazione di aerei e hotel.

Il Piccolino di Chicco. Un libro di ricette ma anche di fiabe per lo svezzamento del bambino. Lo regala Chicco con il suo Cuocipappa. Un'operazione di comunicazione studiata con McCann.

