



Mobile Commerce: l'approccio GS1 e le opportunità per le aziende italiane

Andrea Ausili - Indicod-Ecr

BolognaFiere, Marca 2012



Viviamo, sempre più, in un mondo mobile

Più di 5 miliardi di persone – oltre la metà del pianeta – hanno un telefono cellulare. Una buona parte di questi sono “smartphones”.



INDICOD-ECR



In particolare in Italia

Tecnologia Tra i maggiorenti sono almeno 20 milioni

Corriere della Sera **Martedì 18 Ottobre 2011**

Il primato italiano: quattro su dieci hanno uno smartphone

 **20mio**
di Smartphone

+52% rispetto al 2010



nel 2011 gli smartphone superano i cellulari tradizionali

10%, la School of Management Politecnico ha organizzato gli Italian Mobile App Awards, che a Smau troverà la sua sede con i vincitori nelle categorie.

Il primato da noi ha da sempre il telefono bello, superato dal simbolo —, è indubbio anche la funzione di risolvere problemi strutturali che appaiono irrisolvibili da banda larga fissa da un'utopia irraggiungibile il digital divide tra chi del Paese non sembra, continua Rangone. In questo contesto i dispositivi moverni a introdurre l'Umts, eremo alla diffusione

nazionale di connettività in movimento fino a 100 Megabit».

Si può dunque dire che l'Italia è la bengodi dell'era «post pc», per dirla con la definizione di Steve Jobs, con gli italiani che entrano nella nuova epoca del «computing» senza di fatto essere mai passati in modo maturo da quella dei personal computer. Una informatizzazione tarda attraverso i dispositivi mobili. Telefoni, come detto, ma anche tablet: a fine anno nel nostro Paese le tavolette saranno circa 1,5 milioni, con una penetrazione sul totale della popolazione intorno al 2%. E un rapporto con il parco dei pc intorno al 4%, contro il 5 degli Stati Uniti. Dove però i tablet sono arrivati un paio di mesi prima che da noi (3 aprile negli Usa 2010, 28 maggio in area Eu). «In base a questi numeri, si può ben dire che ci troviamo in un momento dello sviluppo digitale molto favorevole all'Italia», conclude Rangone. «E questo anche in base a un'altra considerazione: l'uso della Rete è destinato a incrementare in futuro anche grazie alla diffusione delle nuove televisioni connesse. E sappiamo bene che l'apparecchio tv è un altro cavallo di battaglia delle famiglie italiane». Ma questo ulteriore sviluppo sarà sui prossimi 5 anni. Al momento godiamoci questa nostra, peculiare, primavera digitale.

Federico Cella
VitaDigitale.corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

thinkmobile
with Google

Fonte: Nielsen, primo trimestre 2011

INDICOD-ECR



Bene per i consumatori, opportunità per il business

Ai consumatori, il mobile...

- **Semplifica la vita.**
- **Arricchisce la propria esistenza.**

Per mezzo del mobile i distributori e i produttori possono:

- **Aumentare le vendite**
- **Aumentare la fedeltà e la soddisfazione del cliente**
- **Aggiungere valore ed esperienze ai prodotti materiali**



In ogni luogo ed in tutti i momenti



INDICOD-ECR



Il Mobile Commerce per GS1

Gli standard GS1 abilitano il Mobile Commerce



INDICOD-ECR

Extended Packaging

A photograph of a supermarket aisle. In the foreground, a man in a dark hoodie and khaki pants is standing and scanning a product on a shelf with his smartphone. He is holding a shopping bag. The shelves are stocked with various products, including bottles of cleaning supplies and milk. In the background, other shoppers are visible, and a sign with the number '6' is hanging from the ceiling.

I consumatori accedono a informazioni attendibili sui prodotti o a servizi correlati attraverso il proprio telefono cellulare e grazie al barcode che li identifica



Ma quali informazioni?



INDICOD-ECR



Beyond the label

Forte interesse per “Informazioni Nutrizionali” e “Lista degli Ingredienti” su altri tipi di informazione

66% interessati a Informazioni Nutrizionali

65% interessati alla Lista degli Ingredienti

in particolare

Calorie - 68% interessato

Grassi saturi - 67% interessato

Zuccheri - 65% interessato



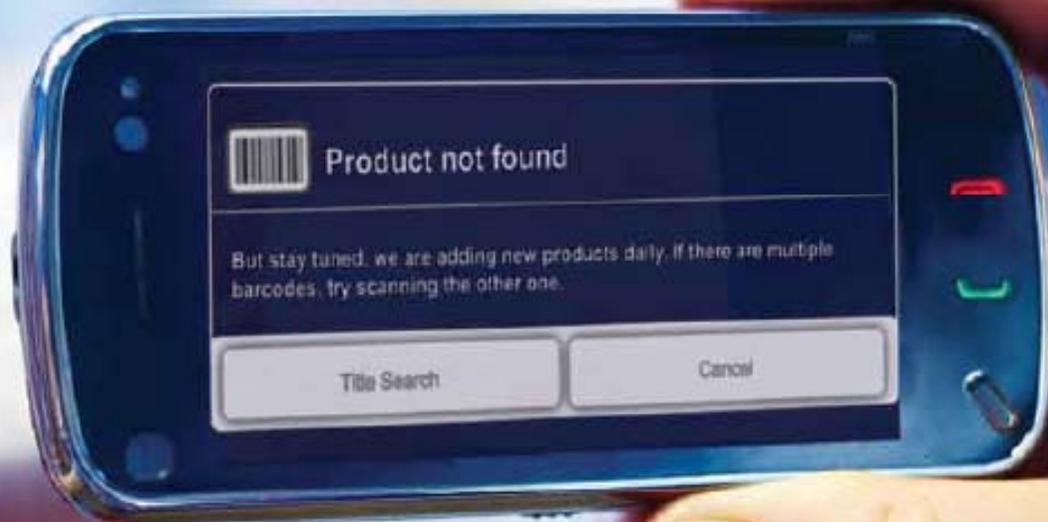
INDICOD-ECR



GS1 UK Mobile Savvy Shopper Report

Il **75%** delle scansioni non restituiva alcuna informazione

Il **91%**
delle
scansioni
restituiva
informazioni
incomplete
o non
corrette



L' **87%** delle scansioni non restituiva alcuna immagine del prodotto

Solo il **9%** dei prodotti con descrizioni corrette nelle applicazioni di terze-parti

INDICOD-ECR



Trusted Source of Data

per distribuire informazioni di prodotto certificate, fornite dai titolari del marchio a: consumatori, retailers, sviluppatori di applicazioni internet, utilizzando internet e i dispositivi mobili (smartphones, tablet, laptops..)



una fonte attendibile per i dati del mobile commerce

GS1 Trusted Source of Data

INDICOD-ECR



Digital couponing



Un coupon digitale è un coupon che segue l'intero processo di gestione dei coupon senza la necessità di essere riprodotto su "carta" o in altre forme materiali.



INDICOD-ECR



Le attività Indicod-Ecr



gruppo di lavoro

Extended Packaging

Creazione di un aggregatore per una **“fonte dati attendibile”**

Definizione **standard** di scambio informazioni e sviluppo **infrastruttura globale**

Visione **europea** condivisa

Standard per **Digital Coupons**

INDICOD-ECR



GRAZIE

Andrea Ausili | Indicod-Ecr
via P. Paleocapa, 7
20121 Milano

T +39 02 777212309

M +39 335 6342501

E andrea.ausili@indicod-ecr.it

www.indicod-ecr.it