

**COMMISSIONE VI
FINANZE**

**RESOCONTO STENOGRAFICO
INDAGINE CONOSCITIVA**

5.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 14 OTTOBRE 2009

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **GIANFRANCO CONTE**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:			
Conte Gianfranco, <i>Presidente</i>	3	Cordone Nicola, <i>Vicedirettore generale e direttore divisione carte del Gruppo SIA-SSB</i>	5, 16, 17
INDAGINE CONOSCITIVA SUL CREDITO AL CONSUMO		Fluvi Alberto (PD)	7, 8, 9, 12, 16
Audizione di rappresentanti dell'Osservatorio internazionale cards e del Gruppo SIA-SSB:		Pagano Alessandro (PdL)	6, 12, 13
Conte Gianfranco, <i>Presidente</i>	3, 5, 6, 7, 10 12, 13, 15, 16, 17, 18	Pimpinella Martino Maurizio, <i>Presidente dell'Osservatorio internazionale cards</i>	4, 5, 9 11, 13, 14, 15
Bruschi Walter, <i>Direttore generale di CPP Italia</i>	10, 12, 13, 14, 15, 17	Tresoldi Carlo, <i>Presidente del Gruppo SIA-SSB</i> ..	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 17
Ceccuzzi Franco (PD)	16, 17	Ventucci Cosimo (PdL)	12, 13
		ALLEGATO: Documentazione consegnata dai rappresentanti dell'Osservatorio internazionale <i>cards</i> e dal Gruppo SIA-SSB	19

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: Popolo della Libertà: PdL; Partito Democratico: PD; Lega Nord Padania: LNP; Unione di Centro: UdC; Italia dei Valori: IdV; Misto: Misto; Misto-Movimento per le Autonomie-Alleati per il Sud: Misto-MpA-Sud; Misto-Minoranze linguistiche: Misto-Min.ling.; Misto-Liberal Democratici-MAIE: Misto-LD-MAIE; Misto-Repubblicani, Regionalisti, Popolari: Misto-RRP.

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
GIANFRANCO CONTE

La seduta comincia alle 15,05.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso l'attivazione di impianti audiovisivi a circuito chiuso e la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione di rappresentanti dell'Osservatorio internazionale cards e del Gruppo SIA-SSB.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul credito al consumo, l'audizione di rappresentanti dell'Osservatorio internazionale delle carte di credito, per il quale sono presenti il presidente, dottor Maurizio Pimpinella, nonché il dottor Walter Bruschi, direttore generale di Card Protection Plan Italia, e del Gruppo SIA-SSB, rappresentato dal presidente, dottor Carlo Tresoldi, e dal vicedirettore generale, dottor Nicola Cordone.

L'obiettivo dell'indagine conoscitiva è quello di capire meglio il funzionamento del mercato del credito al consumo, ma essa è collegata anche all'esame della proposta di legge recante «Disposizioni di contrasto al furto d'identità e in materia di prevenzione delle frodi nel settore del credito al consumo, dei pagamenti dila-

zionati o differiti e nel settore assicurativo», approvata dal Senato in un testo unificato e trasmessa alla Camera.

Do la parola al dottor Carlo Tresoldi, presidente del Gruppo SIA-SSB.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB.* Abbiamo depositato una relazione e previsto una presentazione a video, allo scopo di illustrare con maggiore chiarezza chi siamo e cosa facciamo.

Chiarirò innanzitutto in cosa siamo esperti, in modo tale da fornire una base conoscitiva ai fini dell'ulteriore svolgimento del dibattito.

Il nostro gruppo è costituito da sette società: GBC, che ha sede in Ungheria, gestisce gli ATM e i POS; SiNSYS SA, con sede in Belgio, gestisce servizi di *card processing, issuing e acquiring*; TSP Srl, che ha sede in Italia, gestisce servizi a favore delle famiglie, delle aziende e della pubblica amministrazione, RA Computer Spa ha sede in Italia e sviluppa applicazioni informatiche; la sudafricana Perago AG fornisce sistemi di pagamento alle banche centrali; Kedrios Spa ha sede in Italia e offre servizi di *back office* indirizzati agli operatori del mercato finanziario. Il gruppo ha circa 1800 dipendenti ed ha effettuato nel 2008 un totale di transazioni per 7,2 miliardi.

Vorremmo assicurarci di parlare lo stesso linguaggio, al fine di intenderci su ciò che sta alla base di certe problematiche del credito al consumo.

La prima *slide* indica come l'indebitamento per credito al consumo delle famiglie italiane sia più basso rispetto a quello degli altri Paesi presi in considerazione: è uno dei più bassi tra i Paesi industrializzati.

Nella *slide* successiva evidenziamo con chi le famiglie hanno contratto tale inde-

bitamento. Il colore verde indica i mutui, l'azzurro le banche e il rosso le istituzioni finanziarie. Si constata, quindi, come in Italia il credito al consumo sia per la massima parte gestito da istituti finanziari (la cui proprietà può anche appartenere ad aziende di credito).

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Sono comprese le carte di credito che gestiscono il credito al consumo.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Sì, il credito *revolving*. La carta di credito dà luogo di per sé a un fenomeno di credito al consumo, perché il rimborso avviene dopo 30 giorni dall'utilizzo.

Il credito al consumo è essenzialmente collegato all'acquisto di beni durevoli o semidurevoli.

Abbiamo quindi cercato di capire come si collochi l'attuale fase congiunturale rispetto al passato. Nella pagina proiettata sullo schermo, il punto in cui ci troviamo è indicato in rosso nel grafico in basso a sinistra, che espone i dati fino al primo semestre del 2009. I dati relativi ai due trimestri successivi sono indicati, invece, nella casella di testo a sinistra del grafico. Tra l'altro, non si apprezza appieno il fatto che nel secondo e nel terzo trimestre non si ha una prosecuzione della caduta nell'acquisto di beni durevoli; infatti, se nel primo trimestre si è registrato un calo del 10 per cento, il - 5,1 e il - 4,1 per cento, previsti rispettivamente nel secondo e nel terzo trimestre, costituiscono, se non un recupero, sicuramente un arresto della discesa, in larga misura attribuibile agli incentivi per l'acquisto di autovetture e al peso che queste hanno nell'ambito dei beni durevoli.

Nel grafico in alto, la linea rossa rappresenta i consumi e la linea nera il reddito. Il disallineamento evidenzia chiaramente come, a partire dal 1994, ma soprattutto dal 2000, vi sia stato un salto nella propensione al consumo delle famiglie italiane. Tale aumento della propensione al consumo a sua volta giustifica un

utilizzo sempre più intenso del credito al consumo, perché una famiglia ha meno risparmio e si indebita più facilmente per l'acquisto di beni durevoli (o di altro).

Un altro elemento di riferimento per inquadrare meglio la problematica è rappresentato dall'andamento dei tassi di interesse. Nella *slide* successiva suggerisco di soffermare l'attenzione sul grafico a destra, che mostra un dato strutturale su cui è opportuno riflettere: i tassi praticati in Italia per il credito al consumo sono nettamente più elevati di quelli pagati nell'area dell'euro. Il divario si ricollega al fatto che i soggetti che lavorano nel settore del credito al consumo sono soprattutto le finanziarie. Quindi, in realtà, sono particolarmente elevati i tassi di interesse applicati nell'ambito di tali intermediari.

Inoltre, considero importante sottolineare gli sviluppi che avrà l'entrata in vigore della direttiva 2007/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 novembre 2007, relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno. La direttiva, che dovrebbe essere recepita nel nostro ordinamento entro il 1° novembre di quest'anno, prevede la creazione *ex novo* degli istituti di pagamento, vale a dire di soggetti non bancari abilitati a prestare servizi di pagamento. Ad esempio, Ikea e Carrefour, pur essendo soggetti non bancari, potranno essere autorizzati a concedere linee di credito e carte di credito, purché strettamente connesse a servizi di pagamento e per un periodo non superiore a dodici mesi.

L'introduzione delle *payment institutions* modificherà notevolmente la problematica del credito al consumo: attualmente, le finanziarie che svolgono l'attività di credito al consumo sono controllate dalle banche, o di queste costituiscono filiazioni; a partire dal prossimo 1° novembre, invece, con la nascita degli istituti di pagamento, alcuni soggetti, non puramente finanziari, potranno interessarsi attivamente di credito al consumo in tutti i Paesi dell'UE grazie alla possibilità offerta dalla direttiva sui servizi di pagamento.

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Sottolineo che le *payment institutions* potranno addirittura emettere, in base a licenza Visa o Mastercard, carte utilizzabili in circolarità, le quali non fungeranno, quindi, soltanto da borsellino elettronico. Spesso, società finanziarie e società di servizi attivano circuiti privati basati su *smart card* che prevedono sconti ed altri strumenti di fidelizzazione della clientela, talvolta funzionanti anche come borsellini elettronici. L'introduzione delle *payment institutions* consentirà a tali aziende di emettere carte di credito funzionanti anche nei circuiti Visa e Mastercard.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. In teoria, gli istituti di pagamento non potranno avere conti di deposito, in quanto gestiranno la liquidità attinente agli strumenti di pagamento per un solo giorno. Tuttavia, sappiamo benissimo cos'è il *float*: effettuando milioni di operazioni al giorno, larga parte delle somme da trasferire resta in cassa. Non si sa, quindi, dove si andrà a finire.

Le *payment institutions* sono nate per impulso del Regno Unito, che intendeva dare a soggetti non bancari la facoltà di emettere carte *revolving*, ma la direttiva ha ampliato enormemente le possibilità per i soggetti non bancari. Vedremo come sarà recepita la direttiva e quali limiti saranno imposti alle *payment institutions*, ma questo rappresenta sicuramente un problema.

PRESIDENTE. Ciò significa che, in un certo giorno, il *float* di Ikea o di Carrefour può essere piazzato in Francia o in Ungheria in base alle esigenze?

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Certo.

PRESIDENTE. Complimenti !...

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Se il presidente lo consente, potrebbe procedere nella presentazione l'ingegner Cordone.

PRESIDENTE. Prego, ingegner Cordone.

NICOLA CORDONE, *Vicedirettore generale e direttore divisione carte del Gruppo SIA-SSB*. Come accennato dal dottor Tressoldi, non operiamo soltanto in Italia, ma abbiamo clienti in dodici Paesi d'Europa, principalmente nella *Central and Eastern Europe* (nella *slide*, sono quelli colorati in rosso). I volumi che gestiamo ci posizionano tra i primi *player* a livello europeo.

Per quanto riguarda le carte, l'Italia è il fanalino di coda sia per numero di transazioni effettuate presso l'esercente, al POS, sia per i prelievi effettuati presso l'ATM. Ciò spiega perché circa il 90 per cento delle operazioni sia effettuato ancora in contanti. Il potenziale di crescita è quindi enorme.

Il grafico a destra della pagina sullo schermo mostra come sia variato in Italia, nel periodo 2005-2008, il numero delle carte di pagamento, suddivise tra carte prepagate, carte di credito (tra cui le *revolving*) e carte di debito (tra le carte di credito, abbiamo considerato soltanto quelle attive, vale a dire quelle utilizzate per almeno una transazione nell'anno di riferimento).

Ebbene, si rileva una forte propensione per le carte prepagate, nella telefonia come nell'ambito bancario; inoltre, aumenta il traffico relativo alle carte di debito, Bancomat e Pagobancomat, e ai circuiti internazionali (la crescita è confermata anche nel 2009), mentre le carte di credito, cresciute nel 2006 rispetto al 2005 e ancora di più nel 2007 rispetto al 2006, nel 2008 hanno fatto registrare un lieve arretramento rispetto al 2007. Riteniamo che lo strumento carta di credito, nelle sue diverse configurazioni (*revolving* ovvero con pagamento a saldo dopo un mese), risenta del generale andamento economico e di un maggiore controllo della spesa da parte dei consumatori. È diminuito, in particolare, il numero delle carte di credito attive nel 2008 rispetto all'anno precedente, ed è calato il tasso complessivo di attività.

A pagina 9 della presentazione sono riportati i dati contenuti in uno studio effettuato di recente da CRIF e Assofin. Le carte di credito *revolving*, dopo un 2008 con tasso di crescita allineato al livello dell'anno precedente (7,2 per cento), nei primi mesi di quest'anno mostrano ancora una crescita del 2,9 per cento, sia pure più contenuta rispetto agli anni precedenti. Le carte *revolving* in circolazione risultano aumentate di circa il 5 per cento a dicembre del 2008, ma le emissioni di nuove carte di credito si sono ridotte, complessivamente, di circa il 5 per cento rispetto all'anno precedente.

I titolari preferiscono ancora la modalità di pagamento a saldo. Siamo un Paese nel quale la propensione all'indebitamento sta aumentando, ma non siamo ancora vicini ai Paesi anglosassoni, dove si usano prevalentemente carte *revolving*. Lo studio di CRIF e Assofin evidenzia come circa il 64 per cento delle transazioni effettuate nel 2008 sia stato pagato a saldo e come soltanto il 36 per cento degli utilizzi sia relativo a pagamenti rateali.

A maggio di quest'anno il tasso di sofferenza per le carte a saldo è del 2,6 per cento (nello stesso periodo del 2008 era del 2 per cento) e per le carte *revolving* è del 6,4 per cento (rispetto al 5,8 per cento dell'anno precedente).

Le carte di credito *revolving* continuano a essere presenti principalmente in Lombardia e nel Lazio, ma è significativa la quota anche in Sicilia e in Campania.

Oltre la metà dei possessori di una carta di credito ha un'età compresa tra i 31 e i 50 anni e solo il 13 per cento ha un'età inferiore ai 30 anni. In più dell'80 per cento dei casi, i titolari possiedono soltanto una carta.

Noi gestiamo le transazioni, quindi siamo un operatore informatico. I clienti ci affidano la gestione del loro portafoglio carte o esercenti, ma decidono i tassi da applicare e ci comunicano eventuali variazioni. Noi siamo il *provider* tecnologico.

PRESIDENTE. È possibile avere uno *split* riguardante quel 13 per cento di età inferiore ai trent'anni, che specifichi, ad

esempio, quanti titolari siano al di sotto dei 25 anni?

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Credo che uno studio di Databank o di CRIF consenta di segmentare quel *target* anche per aree geografiche e per tipologia di spesa.

PRESIDENTE. Il dato sarebbe molto interessante per l'Agenzia delle entrate, perché individua l'indice di ricchezza. Integrandolo con altre metodologie, si potrebbe capire quanti soldi girino in una famiglia (ma bisognerebbe adeguare anche i sistemi informatici in uso).

Do ora la parola ai colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

ALESSANDRO PAGANO. È diventata ormai un'abitudine quella di proporre paragoni con gli Stati Uniti d'America, con l'Inghilterra e, in generale, con i Paesi anglosassoni: come se questi fossero da prendere a modello nel contesto di riferimento. Non mi pare, invece, che coloro i quali hanno male utilizzato certe filosofie economiche, trascinando tutti in una situazione non positiva, possano vantare primati. Ritengo, piuttosto, che i menzionati Paesi dovrebbero prendere a modello il nostro, nel quale alla carta di credito si è soliti avvicinarsi con l'approccio giusto: in Italia, essa è ancora vista come uno strumento, mentre in altri contesti è utilizzata per inseguire il consumismo, per ottenere quello che non si può avere sulla base del proprio reddito.

Uno dei grafici che ci sono stati mostrati è emblematico: anche in Italia stanno cominciando a emergere problemi, giacché reddito e consumi vanno divaricandosi. Ritengo, però, che i soggetti seri, come quelli presenti qui oggi, abbiano tutto l'interesse a non creare squilibri, che sarebbero pagati dal sistema e, di conseguenza, anche da loro. Questa è una considerazione di carattere generale, che - me ne rendo conto - potrebbe interessare poco alle società rappresentate, le

quali non sono organizzazioni *non-profit*, ma lucrano sulla concessione di credito e sui prodotti e servizi a tale attività collegati.

Ci aspettavamo statistiche più dettagliate riguardo ai costi. Prima di interloquire in maniera diretta su tale aspetto, chiederei quali costi siano dichiarati dalle società aderenti, in termini sia di tassi sia di oneri accessori. Credo che tali elementi siano utili per capire se la carta rappresenti uno strumento vantaggioso ovvero un cappio, che alla fine costringe il richiedente a rimanere, per così dire, dentro il gioco.

PRESIDENTE. Abbiamo da poco terminato un'audizione con Assofin che mi ha lasciato molto perplesso: i rappresentanti dell'associazione continuavano a ribadire che i tassi praticati in Italia sono assolutamente in linea con quelli europei, e che quindi tutto va bene.

ALBERTO FLUVI. Innanzitutto, ringrazio i nostri ospiti per i dati che ci hanno fornito. Vorrei porre loro alcune domande specifiche, alle quali spero siano in grado di rispondere.

In primo luogo, quanto pesa all'interno del comparto dei beni durevoli il segmento auto?

CARLO TRESOLDI, Presidente del Gruppo SIA-SSB. Citando a memoria un dato ISTAT — potrei anche sbagliarmi —, direi che l'auto rappresenta il 50 per cento del comparto. Seguendo la classificazione standard internazionale, nei beni durevoli sono compresi i mobili, tutti gli elettrodomestici e le autovetture, in quelli semidurevoli vestiario e calzature, negli altri alimentari, altre spese voluttuarie e tutti i servizi.

ALBERTO FLUVI. Nel totale del credito al consumo vorrei che fossero distintamente indicate le percentuali relative a beni durevoli e a beni non durevoli.

Passando ad un altro aspetto, ha fatto bene il presidente a riferire le perplessità generate dall'audizione precedente. Infatti,

ritornando a pagina 5 della presentazione del Gruppo SIA-SSB, il grafico a destra dimostra che i tassi di interesse praticati nel nostro Paese sono più alti rispetto a quelli applicati negli altri Paesi dell'Eurozona. In particolare, dal confronto con il grafico concernente i prestiti per l'acquisto di abitazioni, emerge che le distanze sono, nel caso del credito al consumo, molto più ampie.

Non so se in Europa la composizione degli istituti finanziari sia la stessa; in Italia, negli ultimi anni, c'è stato un incremento di quelli non bancari, ma il peso delle banche, se ho inteso bene, è ancora preponderante.

CARLO TRESOLDI, Presidente del Gruppo SIA-SSB. Nel grafico a pagina 3 della presentazione le banche sono indicate in azzurro.

ALBERTO FLUVI. Avevo fatto confusione con il verde, che indica i mutui. Chiedevo, comunque, se negli altri Paesi europei la composizione degli istituti emittenti sia la stessa.

CARLO TRESOLDI, Presidente del Gruppo SIA-SSB. Per quanto riguarda gli istituti emittenti, non saprei risponderle con precisione, onorevole Fluvi.

A pagina 2 della presentazione, nel grafico in alto, sono indicate le passività finanziarie delle famiglie in diversi Paesi (anche non europei), all'interno delle quali si può quantificare la quota relativa ai mutui (indicata nel grafico in basso a destra) e quella relativa ai debiti finanziari, che sono essenzialmente crediti al consumo (esposta nel grafico in basso a sinistra). Come può vedere, onorevole Fluvi, le passività finanziarie delle famiglie italiane, per quanto riguarda sia i mutui sia il credito al consumo, sono inferiori a quelle delle famiglie estere.

Ha ragione l'onorevole Pagano per quanto riguarda Stati Uniti e Regno Unito, perché il nostro vero confronto è con l'Europa. In base a indagini effettuate da varie fonti, l'Italia è strutturata, anche da questo punto di vista, in tre aree (corri-

spondenti alle tradizionali suddivisioni geografiche del nostro territorio): nell'Italia settentrionale le strutture finanziarie, il livello di indebitamento delle famiglie e il grado di utilizzo degli strumenti di pagamento sono molto più vicini a quelli degli altri Paesi europei. Si presume che i modelli prevalenti nel Nord Italia eserciteranno una progressiva forza di attrazione nei confronti delle popolazioni dell'Italia centrale e meridionale. L'utilizzo delle carte e di altri strumenti di pagamento è sicuramente *in fieri*, ma stiamo tendendo verso il modello del Settentrione, che corrisponde a quello medio europeo.

ALBERTO FLUVI. Il riferimento all'Europa mi induce a svolgere una considerazione.

La legge comunitaria 2008 reca, tra le altre, la delega al Governo per il recepimento della direttiva europea sul credito ai consumatori (2008/48/CE, del Parlamento europeo e del Consiglio), il cui obiettivo è armonizzare le legislazioni vigenti negli Stati membri e, forse, anche ridurre il *gap* fra le condizioni e i tassi di interesse praticati in alcuni Paesi rispetto agli altri (il che sarebbe particolarmente rilevante per i consumatori italiani). È chiaro che non si tratta di risultati che si ottengono dall'oggi al domani, perché la legislazione di riferimento è molto diversa da Paese a Paese e le situazioni di partenza non sono le stesse. Tuttavia, incamminandoci in tale direzione, riusciremo, prima o poi, a ridurre il *gap* iniziale.

Gli istituti di pagamento rappresenteranno una novità dirompente nel sistema. Si pone, quindi, il problema di individuare l'istituzione che vigilerà sull'attività di tali soggetti, anche perché si tratta di multinazionali operanti in diversi Paesi. Nella migliore delle ipotesi, dovremo continuare a fare affidamento sulle istituzioni di vigilanza nazionali, non su *authority* a livello europeo. Poiché, tuttavia, Ikea o Carrefour non sono istituti finanziari, la Banca d'Italia, la BCE, la Banca d'Inghilterra o la Bundesbank non avranno competenze in merito. La Consob italiana potrà vigilare — non so — su Superal?

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Prima di parlare degli istituti di pagamento, direi di cominciare a parlare dei pagamenti.

A livello europeo, la responsabilità dell'*oversight*, della sorveglianza (che è una vigilanza più *light*) sui sistemi di pagamento, è del Sistema europeo delle banche centrali: le banche centrali nazionali operano come *branch* della Banca centrale europea, la quale armonizza l'attività di sorveglianza sui sistemi di pagamento nel quadro generale europeo. Questo è il problema della sorveglianza sui sistemi di pagamento.

Per quanto riguarda gli istituti di pagamento, si è svolto un dibattito molto ampio, a livello europeo, sul soggetto al quale affidare la relativa funzione di vigilanza. Nel dubbio, il legislatore comunitario ha demandato la scelta alle legislazioni nazionali, anche perché è diverso il modello di vigilanza adottato nei singoli Stati membri: in alcuni, alla Banca centrale compete anche la vigilanza finanziaria; in altri, vi è un'unica vigilanza per finanza, assicurazioni e mercati.

Al momento, non è stato ancora predisposto dal Governo il testo finale del decreto legislativo che darà attuazione alla direttiva comunitaria sui servizi di pagamento, per cui mi astengo dal riferire informazioni che potrebbero rivelarsi erronee. Dunque, dobbiamo attendere le decisioni del Consiglio dei ministri per sapere, onorevole Fluvi, come sarà sciolto il nodo della sorveglianza sugli istituti di pagamento. A mio giudizio, vi sarà inevitabilmente una pluralità di autorità competenti a livello nazionale: un Paese sceglierà la banca centrale, un altro il ministero dell'economia, un altro ancora l'*authority* unica. Ciò non aiuterà a delineare un quadro uniforme: il cosiddetto passaporto europeo potrebbe rivelarsi pericoloso, sul piano della concorrenza, qualora in uno dei Paesi il controllo dovesse essere esercitato in maniera meno stringente.

Per quanto riguarda il tema dei tassi, considero molto importante il discorso circa il carattere chiuso o aperto del mercato. Ho la sensazione che sia molto

più aperto il mercato dei mutui che quello del credito al consumo: la concorrenza tra le banche europee sui mutui è maggiore di quella tra gli intermediari sul credito al consumo. A mio avviso, si spiega in questo modo il differenziale esistente in materia di tassi.

ALBERTO FLUVI. Nel riconoscere come la concorrenza a livello europeo sui mutui sia maggiore di quella sul credito al consumo, nutro anch'io la preoccupazione che con il passaporto europeo si riproduca, in materia di vigilanza, una situazione analoga a quella verificatasi in passato, quando molte assicurazioni e banche aprivano sedi in Irlanda per emettere prodotti finanziari soggetti a un regime di tassazione più favorevole.

L'asimmetria è evidente: i nuovi istituti di pagamento, facenti capo a grosse multinazionali, avranno una dimensione sopranazionale, mentre le autorità di vigilanza potranno esercitare le proprie funzioni all'interno dei confini nazionali e, di conseguenza, incontreranno difficoltà a controllare gli organismi *cross-border*.

L'integrazione europea dovrebbe portare una maggiore concorrenza e maggiori vantaggi per il consumatore finale, anche in relazione ai tassi di interesse sul credito al consumo. Affinché ciò avvenga, è necessario creare un'autorità di vigilanza unica a livello europeo.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Sono assolutamente d'accordo con lei.

D'altra parte, le indicazioni del gruppo di lavoro presieduto da Jacques de Larosière sono chiare. Ignoriamo, al momento, la capacità impositiva e coercitiva degli istituendi comitati nei confronti delle autorità di vigilanza nazionali, ma credo che, almeno sulla carta, si vada nella direzione da lei auspicata, onorevole Fluvi.

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Desidero aggiungere che, per quanto riguarda i costi del credito al consumo, è necessario considerare il fatto

che, in Italia, la maggior parte delle banche si serve degli intermediari iscritti negli elenchi di cui agli articoli 106 e 107 del TUB, ai quali affida in *outsourcing* l'attività di credito al consumo.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Soltanto a quelli iscritti nell'elenco speciale contemplato dall'articolo 107.

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Anche a quelli iscritti nell'elenco generale previsto dall'articolo 106.

Comunque, se per il credito al consumo viene adottato tale modello di gestione, i costi possono salire anche in relazione al modo in cui viene erogato il credito.

Ipotizzando che una finanziaria rilasci una carta con un *plafond* di 3.000 euro, le linee di credito possono essere due: una per l'utilizzo in 25 milioni di negozi nel mondo; l'altra per finanziare, ad esempio, un viaggio. Il primo è un caso di credito al consumo tradizionale, a fronte del quale si può pagare un tasso Barclays del 17 per cento oppure un tasso American Express del 15,80 per cento. Il prezzo è ben definito, perché i centri di guadagno e di costo appartengono ai circuiti delle carte di credito. Invece, la linea di credito che finanzia la vacanza genera un ulteriore costo nel caso in cui lo stesso punto vendita è convenzionato con la finanziaria per il credito al consumo. Si rileva una certa confusione al riguardo. Il dottor Tresoldi raccomanda pertanto di stare attenti a quella percentuale di credito al consumo che è gestita dalle finanziarie: più finanziarie erogheranno credito al consumo, più i costi saliranno.

Per quanto concerne le *payment institution*, le società di telecomunicazione di fatto già operano nell'ambito dei servizi di pagamento. Venti anni fa ho realizzato il progetto per la gestione del borsellino elettronico attraverso una carta di plastica: non era altro che la *SIM card* di oggi. Quello creato da Vodafone e dal *partner* bancario è un prodotto per i loro *target*. Oggi, le società di telecomunica-

zione, non abilitate a gestire il borsellino elettronico, si rivolgono a *partner* bancari per ottenere carte *co-branded* recanti i marchi del gestore di telefonia e della banca.

Con l'entrata in vigore della direttiva sui servizi di pagamento tali soggetti avranno la possibilità di gestire un proprio *database* e, di conseguenza, di sapere dove spende la clientela, di conoscerne lo scontrino medio e il portafoglio, di gestire un monte moneta come una banca.

Da una parte, il consumatore ne trarrà benefici rispetto a quel *target* di emissione. Dall'altra, bisogna tenere conto del fatto che le banche saranno svantaggiate e che ciò produrrà effetti anche sui consumatori. Infatti, anche se a livello europeo siamo cresciuti, le carte sono ancora poco utilizzate nel nostro Paese. Quando gli istituti di pagamento entreranno in concorrenza con le banche, sicuramente si innalzeranno i prezzi: poiché l'emissione della carta di credito o di pagamento all'apertura del conto corrente non sarà più competitiva, le banche dovranno aumentare i costi dei loro prodotti.

L'Osservatorio ha istituito un dipartimento che si occupa della sicurezza dei sistemi di pagamento senza contante e, quindi, anche della protezione dei consumatori dalle frodi. A un'azienda specializzata abbiamo commissionato una *survey* per capire come il mercato e i consumatori stiano percependo le innovazioni nei sistemi di pagamento, per quali ragioni possano salire i costi per le banche e per gli istituti finanziari e perché i consumatori italiani non utilizzino molto le carte di credito (sono 83 milioni quelle emesse, ma non tutte sono attive).

Oggi il mercato di riferimento non è più quello anglosassone, ma quello turco. Abbiamo riguardo, talvolta, al mercato anglosassone perché in esso l'utilizzo della moneta elettronica ha superato quello della cartamoneta (le transazioni effettuate mediante carte hanno sopravanzato i pagamenti in contanti). Ovviamente, i circa 165 milioni di carte presenti nel mercato anglosassone (ai primi posti con Germania, Turchia e Francia) indicano

che tale sistema di pagamento viene utilizzato anche per l'accesso al credito, come sta avvenendo in Italia. Oggi, chi richiede una carta *revolving* non lo fa per avere un semplice strumento di pagamento ma per disporre di una seconda linea di fido.

Attraverso la *survey* cui ho accennato abbiamo cercato di capire cosa stia avvenendo, perché le carte di credito non siano utilizzate e quali siano le criticità del sistema. Se lei lo consente, signor presidente, i risultati di tale indagine potrebbero essere illustrati più diffusamente dal dottor Walter Bruschi, direttore generale della nostra *partner* CPP Italia.

PRESIDENTE. Prego, dottor Bruschi.

WALTER BRUSCHI, *Direttore generale di CPP Italia*. CPP è una multinazionale inglese specializzata nella protezione dei sistemi di pagamento, in particolare delle carte di credito e di debito. Interagiamo con i principali istituti finanziari in Europa e in Italia, svolgendo principalmente attività di *marketing* relazionale: entriamo in contatto con i clienti per segnalare la possibilità di proteggere in maniera più efficace le carte di credito e gli strumenti di pagamento, la moneta elettronica in generale. Otteniamo quindi un risultato in base alle risposte dei possessori di carte.

Premessi questi brevi cenni sull'attività della società che rappresento, vorrei riprendere alcuni temi affrontati dal dottor Tresoldi e dall'ingegner Cordone, per focalizzare quindi l'analisi sugli aspetti dei comportamenti dei consumatori e della percezione che costoro hanno delle carte di pagamento.

Come giustamente evidenziato dal presidente Pimpinella, in Italia ci sono 83 milioni di *plastic card*: carte con pagamento a saldo, carte *revolving* e classiche carte bancomat. Tutto sommato, ci collochiamo al quinto posto nella classifica che tiene conto del valore assoluto, cioè del numero di carte emesse. Le cose cambiano se consideriamo un indice più significativo: in base al valore relativo, vale a dire al numero di carte per abitante, retrocediamo al diciassettesimo posto, ben lontani

dal Regno Unito e anche da Svezia, Belgio, Slovenia e Francia. La Turchia rappresenta un caso emblematico di capacità: sono partiti per ultimi, ma sono riusciti a capitalizzare quanto di buono era già stato fatto negli altri Paesi. Attualmente, per quanto concerne la gestione della moneta elettronica, la Turchia è all'avanguardia nel mondo. CPP ha una *branch* in Turchia, Paese che è stato una grande sorpresa anche per me.

La percentuale di 1,3 carte per abitante ci colloca, dunque, al diciassettesimo posto nella classifica riportata a pagina 3 della nostra presentazione. Tuttavia, questo è il minore dei problemi: il più serio riguarda il modo in cui le carte di credito sono utilizzate (intendo riferirmi alle carte di credito con pagamento a saldo e *revolving*, senza considerare la carta Bancomat, connotata da dinamiche di un certo tipo, dal duplice punto di vista della sicurezza e della percezione del cliente). In Italia, le transazioni annue per carta sono 24,5. I francesi sono molto più avanti e utilizzano la carta con maggiore facilità, anche per pagamenti di importi minimi. Gli inglesi eseguono un numero di transazioni per carta quasi doppio rispetto al nostro. Ci seguono a ruota la Spagna, la Germania e la Turchia.

Abbiamo, quindi, una bassa diffusione *pro capite* e un basso utilizzo delle carte di credito. Il problema più grave è il secondo.

Occupandoci di *marketing* relazionale per conto delle banche, diventiamo un collettore delle risposte della clientela. Abbiamo anche promosso una ricerca, che è stata affidata a una società esterna (quindi, *super partes*), per cercare di individuare i motivi della scarsa propensione del consumatore italiano ad usare la carta di credito di cui è titolare.

I dati dell'ABI e della Banca d'Italia indicano come, in Italia, il 90 per cento delle transazioni sia effettuato per contanti e appena il 10 per cento attraverso bonifici, carte di credito e assegni. Tale comportamento ci lascia perplessi, ma nulla capita per caso. Rilevavo, discutendone con i colleghi, che diciotto anni fa il titolo di un convegno organizzato dall'ABI

era: *War on cash*. Due anni fa era ancora lo stesso. Sono passati 18 anni, ma la situazione è cambiata pochissimo, nonostante siano stati fatti passi da gigante sotto il profilo della sicurezza dei sistemi. Non è cambiata, però, la percezione.

Ho spesso l'impressione che sappiamo raccontarla molto bene tra noi: i sistemi sono sicuri; siamo bravi; le cose sono fatte in maniera appropriata; non è facile intrudersi nei sistemi; è un caso isolato quello dell'americano il quale, essendo stato incaricato dal Governo di realizzare sistemi di sicurezza, ha deciso di utilizzare il *know-how* per bypassarli, intercettando i dati di 130 milioni di carte di credito; è del pari da considerare eccezionale qualche piccolo caso di dipendente infedele rilevato in Italia.

Il fatto è che il 38 per cento delle persone intervistate nel corso della nostra ricerca — il dato è impressionante — è stato vittima di frodi a danno delle carte di pagamento ovvero è a conoscenza di simili disavventure occorse all'amico, al cognato, al cugino, al fratello o al collega di lavoro. La ricerca, che si compone di 180 pagine — riassunte in poche *slide* della nostra presentazione —, è a disposizione della Commissione. Oltre il 90 per cento degli intervistati ha dichiarato di avere paura di subire una frode, con la precisazione che spesso il consumatore fa confusione tra il furto di identità e la clonazione della carta di credito.

Il *feedback* che abbiamo ricevuto, intervistando per strada e nei centri commerciali, a Napoli, Roma, Milano e Padova, una popolazione molto ampia (con il classico campionamento per condizione sociale, fasce d'età, residenza, e via dicendo), fornisce un'indicazione precisa: il consumatore italiano non usa la carta di credito perché tendenzialmente ha paura di essere frodato.

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Prende la carta di credito *revolving* finalizzata a un acquisto, per cui cresce il credito al consumo. In un certo periodo, presa la decisione di effettuare una spesa,

il consumatore richiede la carta di credito *revolving* per utilizzarla come linea di fido soltanto per quella spesa.

In tali casi, nei quali l'utilizzo della carta è finalizzato a un determinato acquisto, emerge uno sfasamento tra funzione di pagamento e utilizzazione per il credito al consumo: per noi, l'operazione incide sul credito al consumo, perché si tratta di una transazione fatta in un modo diverso; per il legislatore, il quale deve creare la regola, fa parte del mondo dei pagamenti.

PRESIDENTE. Nella presentazione manca una specificazione dei tassi, che sarà opportuno inserire.

ALESSANDRO PAGANO. Sono convinto che il comportamento dei consumatori italiani dipenda non soltanto dal rischio di frodi, ma anche dai costi. È di fondamentale importanza, quindi, conoscere i tassi mediamente applicati.

WALTER BRUSCHI, Direttore generale di CPP Italia. Quando ho parlato di paura del consumatore italiano di rimanere vittima di frodi mi riferivo sia alle carte a saldo sia alle *revolving*.

Secondo gli indicatori, non è tanto un problema di costi, anche perché tendenzialmente, come evidenziava il dottor Pimpinella, la carta *revolving* è adoperata per pagare a rate un frigorifero, dopo di che resta inutilizzata in un cassetto (e con i tassi praticati è anche meglio che non venga utilizzata). Inoltre, solamente il 39 per cento delle carte emesse in Italia è utilizzato per fare gli acquisti.

ALBERTO FLUVI. Questa percentuale vale anche per le *revolving*?

WALTER BRUSCHI, Direttore generale di CPP Italia. Per le *revolving* la percentuale è ancora più bassa. Il 39 per cento è la media riferita alle carte a saldo e alle *revolving*. Considerando soltanto queste ultime, non si arriva al 18 per cento,

perché l'utilizzo è finalizzato all'acquisto di beni quali il frigorifero, la motocicletta o la cucina.

COSIMO VENTUCCI. Desidero porre una domanda che mi è stata suggerita da un'osservazione del dottor Tresoldi.

In base ai dati, le carte di credito si utilizzano molto di più nel Nord, mentre nel Centro-sud il loro uso scema e la media si abbassa. Premesso che non mi accontento di una risposta di natura sociologica, vorrei sapere se la differenza sia da ricondurre a un problema di natura tecnica o se, invece, non vi sia anche una problematica di uso del contante connesso alla forte evasione fiscale presente in Italia. Insomma, la scelta del pagamento in contanti potrebbe rispondere alla necessità, anche per molte famiglie, di non far venire alla luce un bel mucchio di quattrini.

È stato giustamente rilevato come queste audizioni ci servano per legiferare, al duplice scopo di tutelare più efficacemente i cittadini e, soprattutto, di indurli a utilizzare i moderni sistemi di pagamento anziché il contante.

I dati esposti nelle presentazioni evidenziano disparità molto forti per quanto riguarda, ad esempio, il numero di carte di pagamento. Nel Regno Unito ne sono state emesse circa 165 milioni e in Francia circa 99 milioni. Tuttavia, in Francia ogni carta effettua 72,8 transazioni annue, circa il 54 per cento in più rispetto a quelle che si registrano nel Regno Unito (47,1). Alcuni numeri, quindi, si spostano.

Per quanto concerne l'Italia — ripeto — mi chiedo se il problema sia esclusivamente tecnico (al di là della sociologia che dovrebbe spiegare tutto). Considero grave che nel Centro-sud le carte siano utilizzate in una percentuale molto più bassa rispetto al Nord.

CARLO TRESOLDI, Presidente del Gruppo SIA-SSB. Anni fa ho realizzato uno studio proprio su tale aspetto. Poiché anch'io ero incuriosito dalla differenza fra Nord e Centro-sud, ho cercato di capire se essa fosse attribuibile a fattori economici ovvero sociologici.

COSIMO VENTUCCI. Preferisco parlare di fattore tecnico perché bisogna tenere conto della presenza di erogatori: non so, ad esempio, se a Catanzaro si trovino facilmente come a Roma.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Nel Meridione, la diffusione degli ATM e dei POS è sicuramente inferiore rispetto alle regioni settentrionali, ma non è tale da giustificare la netta propensione dei consumatori del Sud ad utilizzare il contante.

Sotto il profilo sociologico, emerge come le persone anziane tendano a rifiutare la moneta elettronica indipendentemente dalla localizzazione geografica: i pensionati del Nord si comportano, da questo punto di vista, come quelli del Sud.

Un fattore fondamentale è il livello di reddito, dal quale dipende la « bancarizzazione » della persona. Si possiede una carta prepagata o una carta di credito se si ha un conto in banca, ma si può non avere un conto in banca perché costa e il livello di reddito non lo consente. Anche questo, però, non spiega tutto.

Un altro elemento molto importante è costituito dalla fondamentale esigenza, in un contesto di economia sommersa e di evasione fiscale, di evitare la tracciabilità dei pagamenti. Le compagnie di assicurazione dichiarano che, mentre nell'Italia settentrionale o centrale riscuotono i premi mediante assegni o POS, nel Meridione ricevono prevalentemente contanti.

Ritengo, dunque, che il problema sul quale ci stiamo intrattenendo sia ascrivibile a tre cause principali: economia sommersa, livello delle frodi (sicuramente superiore nel Sud) e livello di reddito, che determina una meno diffusa « bancarizzazione » dei cittadini.

COSIMO VENTUCCI. Innanzitutto, gli operatori del settore dovrebbero contribuire a non acuire il problema. Da essi ci aspettiamo anche suggerimenti tecnici circa gli strumenti normativi idonei ad evitare una cristallizzazione dell'evidenziata situazione.

PRESIDENTE. Onorevole Ventucci, che ne facciamo del foglio a quadretti nei ristoranti ?

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. L'incremento del numero delle transazioni mediante sistemi di pagamento elettronici aumenta senz'altro la tracciabilità.

WALTER BRUSCHI, *Direttore generale di CPP Italia*. Riprendendo l'illustrazione della presentazione, constatiamo come gli italiani, malgrado abbiano paura delle frodi, non adottino alcun comportamento virtuoso (o comunque pochissimi) per tutelarsi da tale rischio: meno del 40 per cento controlla abitualmente gli estratti conto, per cui alcuni si accorgono soltanto dopo alcuni mesi che la loro carta di credito è stata clonata; più del 60 per cento si sente tranquillo per averla firmata sul retro, ma credo che un negoziante mi abbia chiesto un documento e abbia controllato la firma sul retro della mia carta due volte in tutta la vita.

COSIMO VENTUCCI. Nei grandi magazzini capita più spesso.

WALTER BRUSCHI, *Direttore generale di CPP Italia*. Certo, nei grandi magazzini.

Esiste, invece, un servizio utilissimo: attivandolo, un sms sul telefonino del titolare indica dove, quando e per quale importo è stata utilizzata la carta di credito. Il servizio è stato attivato (*on line*, recandosi in banca o chiamando il *call center*) dal 30 per cento circa degli aventi diritto.

ALESSANDRO PAGANO. Se diventasse obbligatorio ?

WALTER BRUSCHI, *Direttore generale di CPP Italia*. Stroncheremmo i fenomeni di clonazione: potrebbe verificarsi un solo utilizzo fraudolento, di cui ci accorgeremmo immediatamente. Potrebbe essere una soluzione, ma c'è il problema del costo.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. È necessario tener conto del ritardo con cui in Italia è stato introdotto il *chip* nelle carte e sono stati adeguati POS e ATM. Le nostre carte hanno il *chip* da un anno o due: siamo stati gli ultimi in Europa.

Il *boom* di frodi che si è registrato in Italia negli anni passati è dovuto anche a tale ritardo, che ha indotto i truffatori a prendere di mira il nostro Paese.

WALTER BRUSCHI, *Direttore generale di CPP Italia*. La ricerca cui ho accennato ci ha fornito indicazioni molto interessanti: si assiste a un diffuso fatalismo, per cui si fa poco o niente per tutelarsi.

Al fenomeno del sommerso e alla connessa esigenza di evitare la « bava elettronica », che la carta, quando è utilizzata, lascia dietro di sé come una lumaca, si aggiunge comunque la poca confidenza dei consumatori con tale strumento di pagamento.

Agli amici giornalisti riconosco di essere bravi nello scovare i fatti di cronaca e nel darne notizia al pubblico. Ad esempio, *Il Mattino* di Napoli ha riportato la notizia della clonazione di 50 carte bancomat a Vergiate, paesino nei pressi del Lago Maggiore. I giornali potrebbero anche indicare ai lettori taluni comportamenti che li porrebbero al riparo da disavventure, raccomandando, ad esempio, di verificare sempre che non vi siano oggetti strani sullo sportello bancomat, di stare attenti quando prelevano, di rifiutare *e-mail* scritte in italiano maccheronico che informano di vincite di 150 euro e di non fornire ai mittenti delle stesse il codice di accesso al conto corrente e la *password* (tali messaggi celano una frode, giacché nessuna banca chiederebbe mai a un proprio cliente di inserire codici personali in una *e-mail* aperta). Le caselle di posta elettronica dei clienti di Bancoposta, Intesa Sanpaolo e Unicredit sono inondate da simili messaggi. I truffatori lanciano la rete sperando che, tra i milioni di clienti dei predetti istituti, qualche pesciolino vi resti impigliato (non a caso si parla in tal caso, in ambito informatico, di *phishing*).

Purtroppo, quando il malcapitato si accorge dell'errore il conto corrente è già svuotato.

Questi fenomeni non sono portati a conoscenza dei consumatori. Occorrerebbe un'informazione più semplice, più mirata e più tempestiva. Siamo in un momento in cui la tutela del consumatore è giustamente un *must*, ma l'eccesso di tutela sta portando alla disinformazione del consumatore. Nessuno legge i fogli che deve firmare per aprire un conto corrente bancario, perché gli elementi essenziali si disperdono in pagine e pagine di documentazione. È vero che il Garante da una parte e le varie *authority* dall'altra devono imporre il rispetto di determinate prescrizioni; è anche vero, però, che nessuno legge venti fogli di carta per fare un'operazione. Lo stesso vale per i prestiti personali o per comprare il frigorifero a rate. Poi la gente ha le sorprese e si lamenta.

La Rinascente aveva proposto ai clienti una carta di credito che permetteva di scegliere se pagare gli acquisti a saldo o in modalità *revolving*. Annegata in un oceano di informazioni c'era anche una clausola ai sensi della quale, utilizzando la carta fuori dai punti vendita della Rinascente, al ristorante o dal benzinaio, il titolare avrebbe corrisposto un interesse del 18 per cento. In altre parole, fuori dai punti vendita dell'emittente, la carta funzionava sempre in modalità *revolving*. Spesso c'è il rischio che si speculi sugli obblighi informativi. Comunque, l'eccesso di informazione si risolve in disinformazione, come ho sentito riconoscere da più parti (anche da esponenti delle associazioni dei consumatori).

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Abbiamo avuto parecchi problemi soprattutto nei casi in cui il *merchant* ha emesso carte per il credito al consumo. Dietro società come la Rinascente o Coin ci sono sempre le finanziarie. Auchan ha una finanziaria che emette carte di credito in Italia, ma i benefici sono collegati ad acquisti effettuati unicamente nei punti vendita Auchan.

È quindi difficile mettere in una tabella i tassi, che dipendono dall'utilizzabilità dello specifico strumento di pagamento per il credito al consumo.

Due anni fa, quando si comprava un televisore da Eldo, automaticamente arrivava a casa la carta di credito, sulla quale era già stata caricata la prima rata del televisore.

Lo sconto iniziale viene ripagato con l'interesse applicato per l'utilizzo dello strumento di pagamento. Il meccanismo è semplice, ma il consumatore non capisce.

WALTER BRUSCHI, *Direttore generale di CPP Italia*. Poiché non capisce, diffida e, per stare tranquillo, decide di non usarla.

MARTINO MAURIZIO PIMPINELLA, *Presidente dell'Osservatorio internazionale cards*. Cito un esempio che porto in tutte le sessioni di formazione organizzate dall'Osservatorio: se con una carta di credito revolving si effettua un acquisto, che si tratti di benzina o di vacanza, la spesa confluisce in un unico estratto conto e diventa impossibile capire quando terminerà il rimborso. Quindi, abbiamo chiesto alle banche di creare un modello di comunicazione che indichi al cliente quando finirà di pagare quella vacanza, in modo da evitare, per quanto possibile, che si indebiti oltre misura. La maggiore trasparenza nei confronti del consumatore si traduce in vantaggio anche per il commerciante, il quale tende a vendere una seconda vacanza. Invece, annegando l'informazione relativa al rimborso mensile tra le spese giornaliere, s'inducono le persone a indebitarsi.

Ultimamente, sono pervenute all'Osservatorio moltissime lettere di consumatori che chiedevano un maggiore controllo della gestione delle carte di credito. Spesso il consumatore è imprudente e rimane vittima di un truffatore. Nel settore del turismo, il 73 per cento delle frodi avviene ad opera di dipendenti delle compagnie aeree, delle agenzie di viaggio e di Trenitalia. Proprio in questi giorni stiamo seguendo un caso eclatante, del quale riferiranno sicuramente i giornali: una per-

sona ha fornito i dati della carta di credito a un dipendente di Trenitalia, il quale l'ha utilizzata per acquistare, in pochi minuti, 1.600 euro di biglietti (ovviamente, era d'accordo con qualcuno per rivenderli).

Manca una normativa che garantisca la corretta gestione dei dati delle carte all'interno delle aziende. I circuiti Visa e Mastercard hanno predisposto una certificazione per il mondo bancario, ma il problema riguarda un ambito ben più vasto. Occorre considerare che i soggetti abilitati a trattare i dati di cui stiamo discorrendo gestiscono, in definitiva, l'identità della persona. Manca, dunque, un controllo che riguardi tutto il complesso della gestione dei dati delle carte.

PRESIDENTE. Se continuiamo così, credo che i presenti andranno a riconsegnare le proprie carte di credito...

WALTER BRUSCHI, *Direttore generale di CPP Italia*. Per chiudere il mio intervento, il sistema è effettivamente sicuro. Bisogna solamente stare attenti a non diventare facile preda di malintenzionati.

PRESIDENTE. Per quanto riguarda gli sms, vorrei sapere chi ne stabilisca il costo. Fino a quando Bankitalia non promuoverà un accordo tra banche ed esercenti che determini i costi minimi, non si faranno molti passi in avanti dal punto di vista dell'utilizzo delle carte in luogo del contante.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Il mio alert è gratis. Non pago niente: è un benefit. Diventa difficile stabilire una tariffa per un servizio che qualcuno offre gratuitamente.

PRESIDENTE. Lo offrono tutte le banche?

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. La mia sì, le altre non lo so.

PRESIDENTE. Faccia un po' di pubblicità...

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Alcuni istituti fanno pagare soltanto il costo: 2 o 3 centesimi per sms.

NICOLA CORDONE, *Vicedirettore generale e direttore divisione carte del Gruppo SIA-SSB*. Sta aumentando la diffusione del servizio che, mediante un sms, segnala la transazione effettuata e il suo importo, fornisce il saldo o indica la possibilità di rateizzare. Le banche, ma anche le finanziarie, lo offrono gratis perché hanno un ritorno in termini di minori frodi (infatti, se si denuncia la frode entro ventiquattr'ore, alla fine paga la banca). È dunque opportuno incrementarne l'utilizzo.

ALBERTO FLUVI. Vorrei porre un'ultima domanda. Vorrei sapere se, in base alla vostra esperienza, rileviate una relazione fra l'andamento del prodotto interno lordo e il livello delle sofferenze.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Il livello delle sofferenze si palesa dopo un anno o due dal momento in cui è stato toccato il punto minimo del ciclo. La riduzione della produzione e, quindi, del fatturato e dei profitti delle imprese genera sofferenza, che si manifesta uno o due anni dopo. Dobbiamo pertanto attenderci un *boom* di sofferenze nel sistema bancario.

PRESIDENTE. D'altra parte, era già successo nel 1992, e il picco delle sofferenze arrivò nel 1994.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Adesso stiamo parlando di sofferenze *tout court* per il sistema bancario nel suo complesso, quindi legate al credito alle imprese.

Nel caso del credito al consumo, vi è sicuramente un rapporto tra sofferenze e tasso di disoccupazione: la crescita di quest'ultimo avrà riflessi sulle sofferenze.

ALBERTO FLUVI. Questo aspetto era noto.

Considerata l'esperienza del 1992 (alla quale ha accennato il presidente), quando il livello delle sofferenze aumentò del 10 per cento, vorrei sapere quale incremento o decremento corrisponda — in base a dati empirici, perché non credo ve ne siano di tipo scientifico —, a una crescita o a una diminuzione del PIL dell'1 per cento ovvero a una riduzione o a un aumento della disoccupazione di un tot per cento.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Questo è un problema di elasticità: per dare una risposta, bisogna impostare un'analisi di regressione, e noi non l'abbiamo fatto.

FRANCO CECCUZZI. Mi scuso se il tema è già stato affrontato, ma purtroppo sono arrivato in ritardo. Vorrei sapere se siano stati calcolati e confrontati i costi che gli intermediari addebitano alla clientela su una transazione di un euro effettuata in contanti ovvero mediante moneta elettronica.

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. In Olanda, la Banca centrale ha effettuato un'analisi per misurare il costo di utilizzo dei diversi strumenti di pagamento.

A livello europeo, il punto di indifferenza tra l'utilizzo del contante e l'utilizzo di uno strumento di pagamento elettronico è — ma cito a memoria — intorno ai 15 euro.

NICOLA CORDONE, *Vicedirettore generale e direttore divisione carte del Gruppo SIA-SSB*. È così. Infatti, si vuole arrivare alla gestione dei cosiddetti micropagamenti, anche sotto i 15 euro, grazie alla nuova tecnologia, ormai operativa, denominata *contactless*.

Ogni carta *contactless* è dotata di un *chip* che, oltre a dare maggiore sicurezza, ospita un'applicazione dello stesso tipo di quella utilizzata dal servizio *Telepass*: passando alla cassa del supermercato, per pagare, ad esempio, 5 euro non è necessario strisciare la carta nel terminale, perché la transazione avviene *off-line* (al-

trimenti, costerebbe troppo). Il costo dell'operazione risulta quindi notevolmente ridotto.

Il sistema è prodromico dei pagamenti con il cellulare. Grazie alla tecnologia *contactless*, tra qualche anno la carta sarà sostituita dal cellulare, e ciò permetterà di aggredire — per così dire — anche la fascia dei pagamenti sotto i 15 euro.

Per gli istituti finanziari il costo connesso all'utilizzo del contante, considerando il *back office*, è sicuramente enorme.

FRANCO CECCUZZI. Quindi, su questo possiamo lavorare; c'è molto margine.

WALTER BRUSCHI, *Direttore generale di CPP Italia*. Si pensi soltanto alla movimentazione del contante e ai problemi di sicurezza, alla necessità di contare le banconote, ricontarle, distruggerle, fare la denuncia alla Banca d'Italia, e via dicendo.

FRANCO CECCUZZI. Si potrebbe fare un'alleanza tra Agenzia delle entrate, clienti delle banche e voi.

PRESIDENTE. Adesso non cominciamo a sognare!

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Per il legislatore, il punto fondamentale è la tracciabilità dei pagamenti, che va a vantaggio del fisco e della riduzione dell'utilizzo dei contanti.

FRANCO CECCUZZI. Estremizzando, si potrebbe riconoscere un *bonus* fiscale a chi, avendo messo insieme, nell'anno, un certo numero di pagamenti elettronici, ha creato un beneficio non soltanto per il fisco, ma anche per gli altri consumatori, in quanto ha ridotto i costi di produzione del sistema.

PRESIDENTE. Non date troppi suggerimenti all'opposizione...

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Posso fare una battuta?

Se si introducesse la tracciabilità di tutti i pagamenti vi sarebbe la rivolta delle partite IVA.

FRANCO CECCUZZI. Mi riferivo a un sistema incentivante: è diverso.

PRESIDENTE. Comunque, siamo sempre in attesa di avere raggugli circa i tassi delle *revolving* e il foglio che manca...

CARLO TRESOLDI, *Presidente del Gruppo SIA-SSB*. Signor presidente, il foglio l'abbiamo tolto per un motivo molto semplice: non eravamo sicuri che i dati fossero rappresentativi; in caso contrario, non avremmo avuto problemi ad esporli.

NICOLA CORDONE, *Vicedirettore generale e direttore divisione carte del Gruppo SIA-SSB*. Comunque, è giusto fornire qualche indicazione.

Sostanzialmente, abbiamo l'informazione concernente i tassi applicati ai clienti che gestiamo per conto degli istituti bancari. Le finanziarie lasciano a noi soltanto la gestione della transazione, ma tengono il *database* (ad esempio, Findomestic lo tiene in Francia). Quindi, per queste ultime non disponiamo di dati oggettivi.

Per quanto riguarda le banche, rileviamo situazioni molto diverse da Paese a Paese. In Belgio abbiamo un tasso medio *revolving* del 12,5 per cento, in Olanda del 13,20 per cento, in Polonia quasi del 20 per cento. È evidente che, se facessimo una media, il tasso applicato in Polonia ci porterebbe a calcolare un valore più alto di quello effettivamente praticato negli altri Paesi. In Italia, i tassi sono mediamente intorno al 14 per cento. Si tratta, tuttavia, di dati relativi a quattro o cinque gruppi bancari, non al sistema Paese. Insomma, il campione è troppo limitato per ricavarne una sintesi. Ho citato i tassi che erano indicati nella *slide* mancante.

PRESIDENTE. Ciò significa che i tassi potrebbero anche essere molto più alti.

NICOLA CORDONE, *Vicedirettore generale e direttore divisione carte del Gruppo SIA-SSB*. Sì, assolutamente.

Ci chiediamo spesso cosa potremmo fare per incentivare l'utilizzo della moneta elettronica.

Un punto chiave è sicuramente l'innovazione. È per questo che cerchiamo di offrire prodotti nuovi. Ad esempio, CheBanca! ha realizzato su una carta ricaricabile un conto corrente leggero, dai costi bassi: si possono effettuare e ricevere bonifici, accreditare lo stipendio, domiciliare le bollette. Abbiamo aiutato CheBanca! a concretizzare un'idea che sta riscuotendo successo.

Aggiungo, infine, che gestiamo in Italia la maggior parte delle carte prepagate. Le stiamo dando ai giovani che si recano a studiare all'estero o a chi le usa soltanto per pagare il parcheggio (quindi, anche a soggetti non « bancarizzati »). Per incentivarne l'uso, abbiamo abbassato il più possibile il costo.

PRESIDENTE. Qualora i nostri ospiti ritenessero di poter formulare ulteriori

suggerimenti per migliorare il mercato del credito al consumo, sarebbero graditi appunti o segnalazioni, che consideriamo utili per occuparci della materia con maggiore consapevolezza.

Autorizzo la pubblicazione in allegato al resoconto stenografico della seduta odierna della documentazione consegnata dagli auditi (*vedi allegato*).

Nel ringraziare i rappresentanti dell'Osservatorio internazionale cards e del Gruppo SIA-SSB, dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 16,35.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. GUGLIELMO ROMANO

*Licenziato per la stampa
l'11 febbraio 2010.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

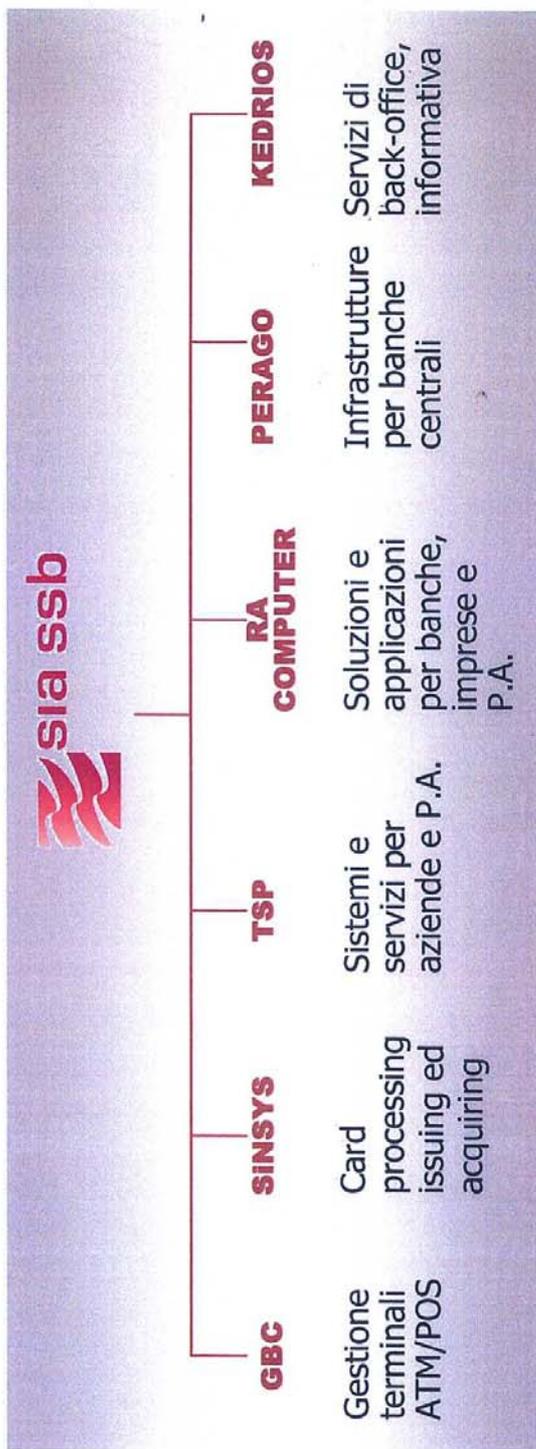


Tendenze recenti del credito attraverso carte di pagamento in Italia

Carlo Tresoldi, Presidente, SIA-SSB
Nicola Cordone, Vice Direttore Generale, SIA-SSB

14 Ottobre 2009

Il Gruppo SIA-SSB è leader europeo nel settore dell'Information & Communication Technology. Un unico Gruppo composto da 7 società e circa 1.800 persone.



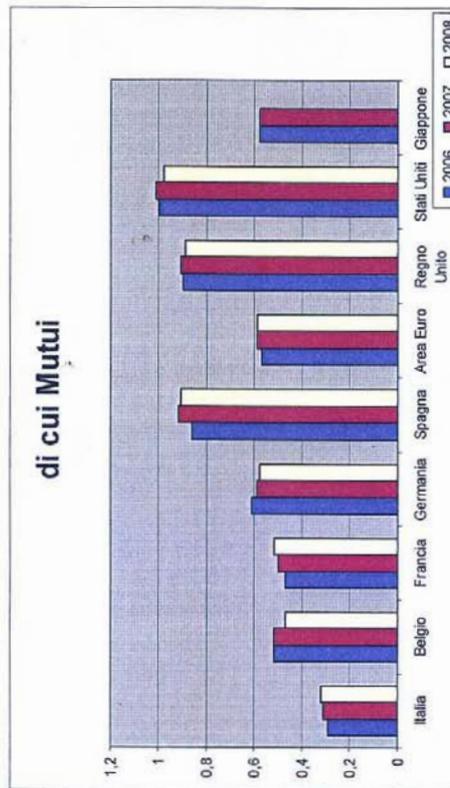
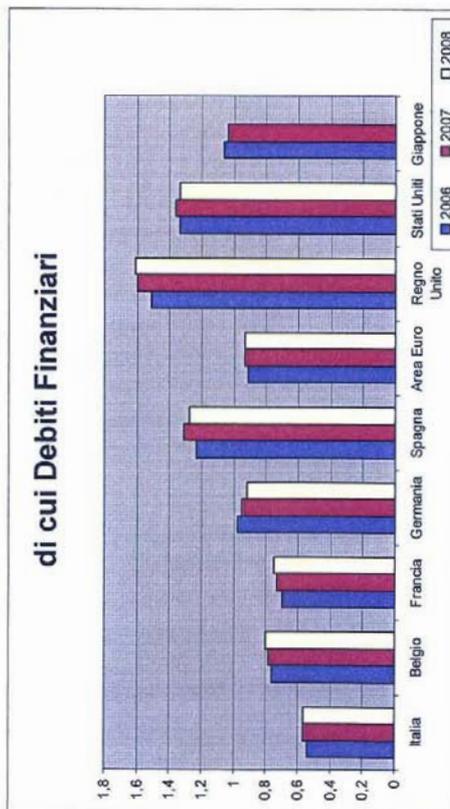
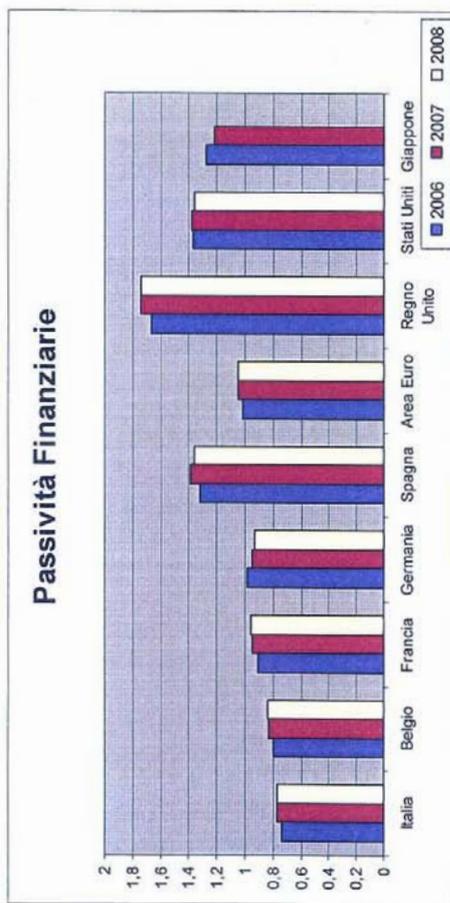
Totale Transazioni 2008: 7,2 miliardi, di cui:
 Operazioni Carte di credito/debito: 4,6 miliardi
 Operazioni pagamento/incasso: 2,6 miliardi

Dati trasportati sulla rete: 9,9 terabyte

Transazioni sui mercati finanziari: 2,5 miliardi

Ricavi 2008: 378,6 milioni di €

Composizione delle passività finanziarie delle famiglie in Italia e all'estero



Fonte: Banca d'Italia 2009

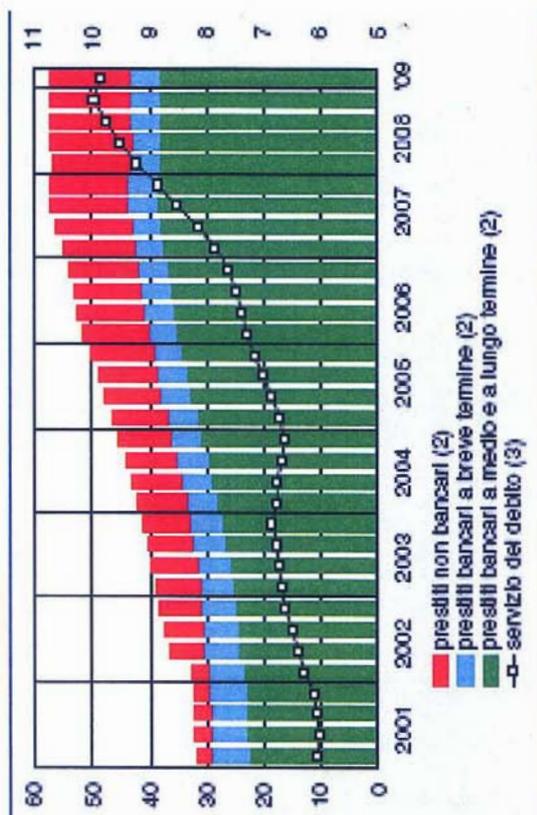
Sistemi di pagamento per l'Europa

© SIA-SSB 2008

Il livello di indebitamento delle famiglie e' cresciuto negli ultimi anni, con una progressiva affermazione delle tipologie di prestiti non bancari. Si e' stabilizzato a partire dal 2008 con segnali di riduzione a partire dal primo trimestre 2009



- Indebitamento delle famiglie, % reddito lordo -



Fonte Banca d'Italia 2009

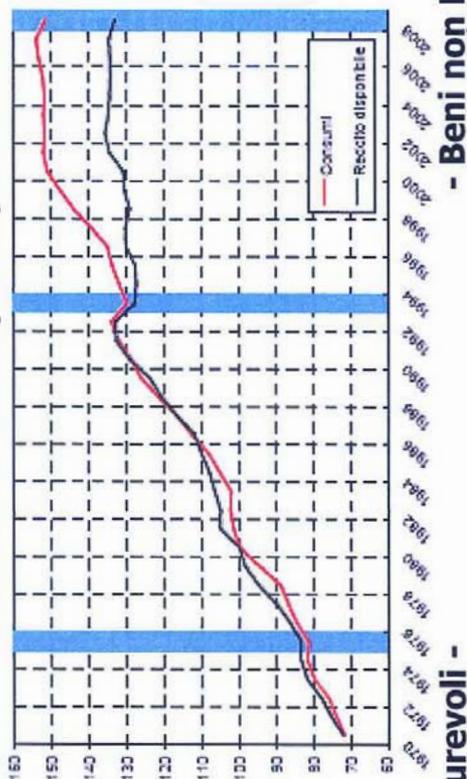
Sistemi di pagamento basate su carte

© SIA-SSB 2007

In questo periodo di recessione le famiglie, a fronte di una forbice costante tra reddito e consumi, hanno ridotto in misura marcata gli acquisti di beni durevoli, ribassando marginalmente i consumi per i bisogni più immediati, similmente ai precedenti periodi di crisi

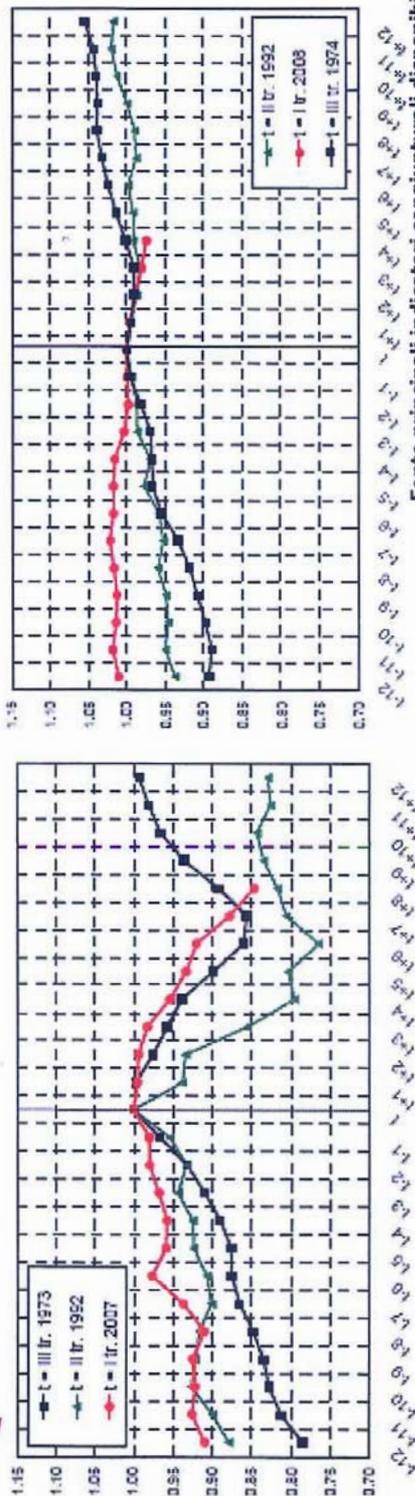


- Redditi e Consumi pro-capite -



- I principali indicatori congiunturali fanno prevedere un -5.1% e un -4.1% per il II e terzo trimestre 2009

- Beni Durevoli - Beni non Durevoli -

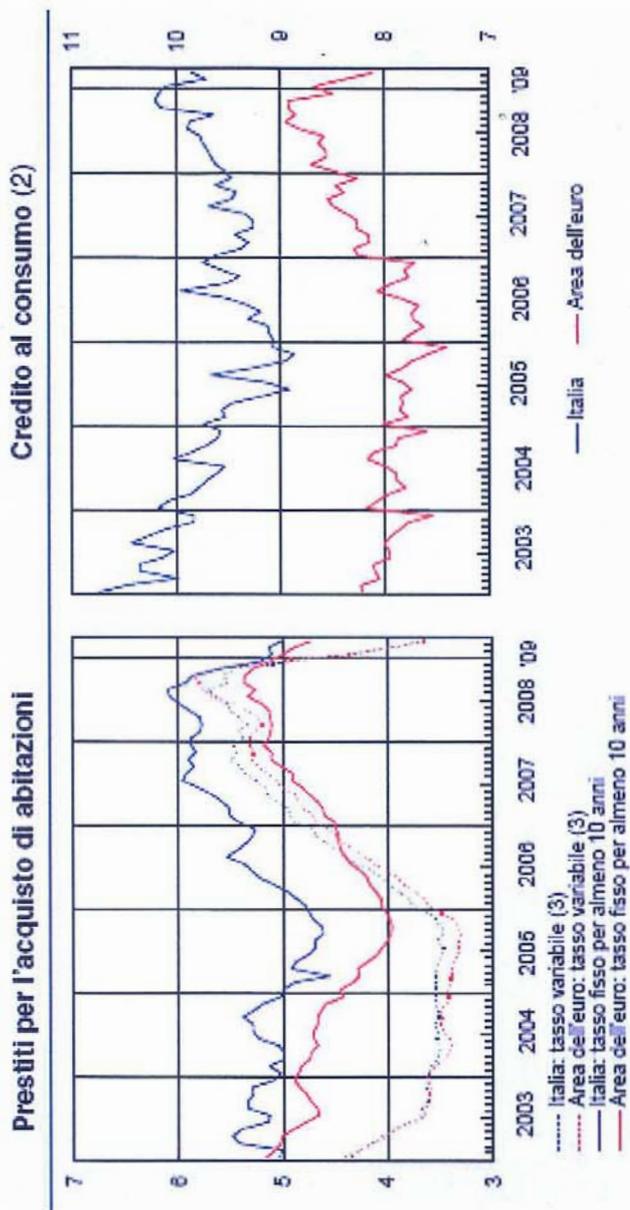


Fonte principali indicatori congiunturali disponibili

La dinamica dei tassi di interesse ha mostrato una forte capacità di allineamento ai valori dell'area Euro per il settore immobiliare, per il credito al consumo si registra un andamento costante



- Andamento Tassi di interesse per nuove operazioni , 2003-2009 -



Fonte Banca d'Italia 2009

Sistemi di pagamento basate su carte

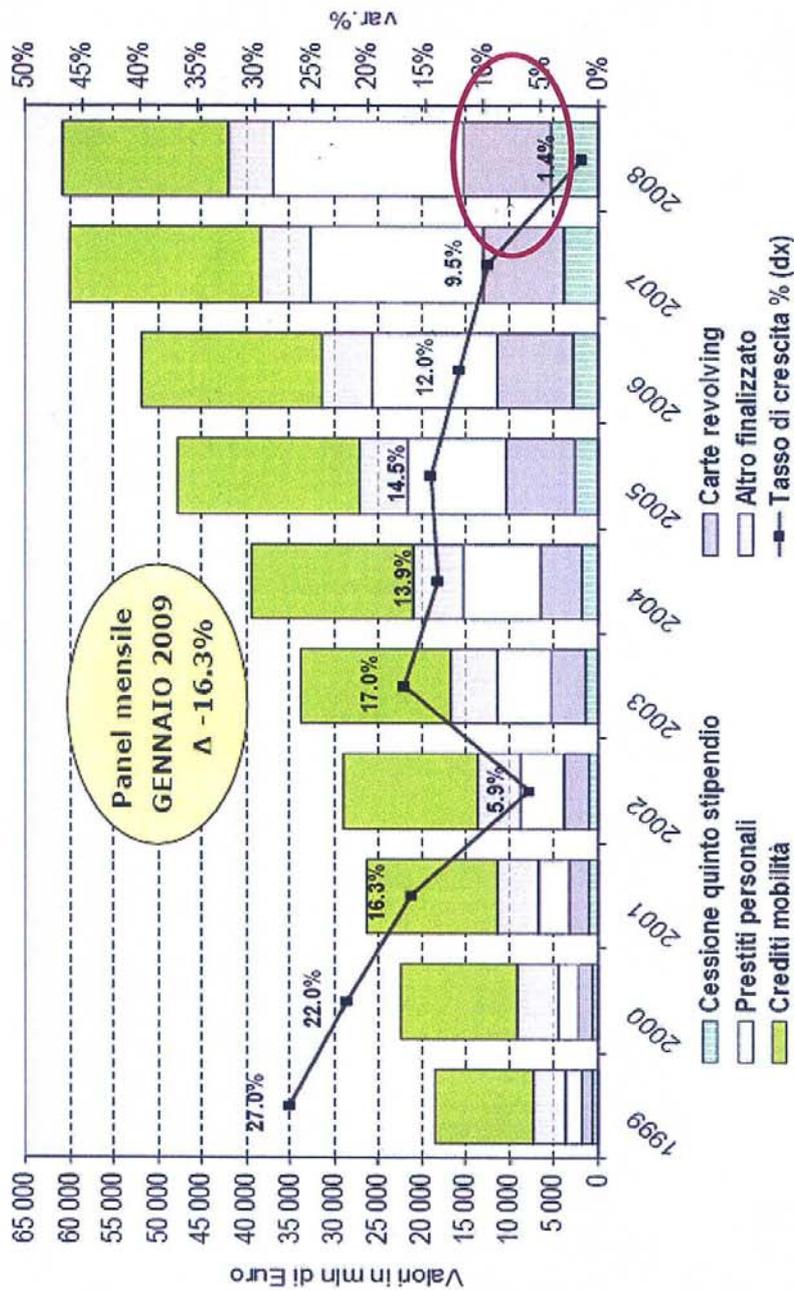
5

© SIA-SSB 2007

Nel 2008 le famiglie italiane hanno fatto ricorso al credito al consumo per oltre 60 miliardi, -11,5% per prestiti finalizzati e significativo incremento dei prestiti personali. I prestiti finalizzati erogati attraverso carte rappresentano una percentuale significativa dei volumi globali



- Andamento dello strumento carta di credito -



Fonte Assofin 2009

Sistemi di pagamento basate su carte

© SIA-SSB 2007



La nostra presenza nel settore del processing delle carte di pagamento



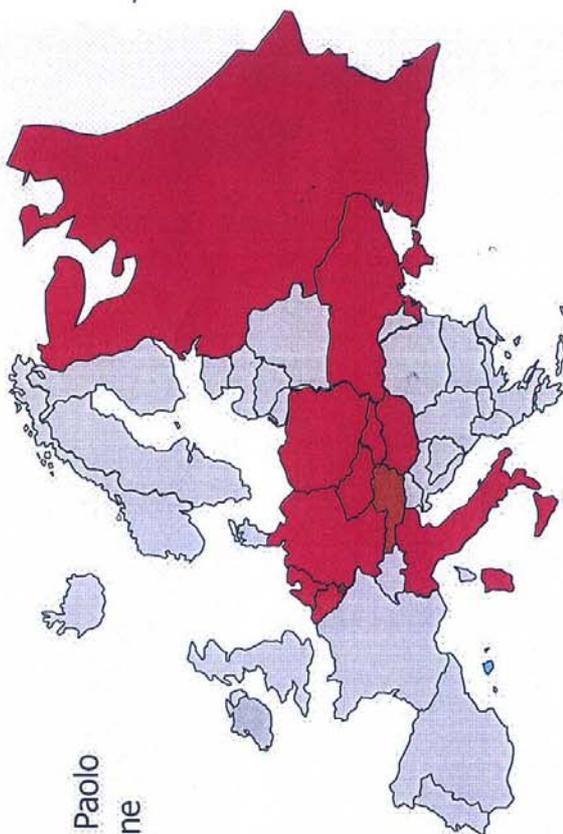
Presenza Geografica: 12 nazioni in Europa

Principali Clienti:

- Unicredit
- AWL
- ING
- Paylife
- MPS
- KBC
- Pekao
- BNL
- Intesa-San Paolo
- Poste Italiane
- Credem
- CSOB

Volumi gestiti nel 2008:

- 60,5 milioni di carte
- più di 1 milione di esercenti
- 170.000 POS

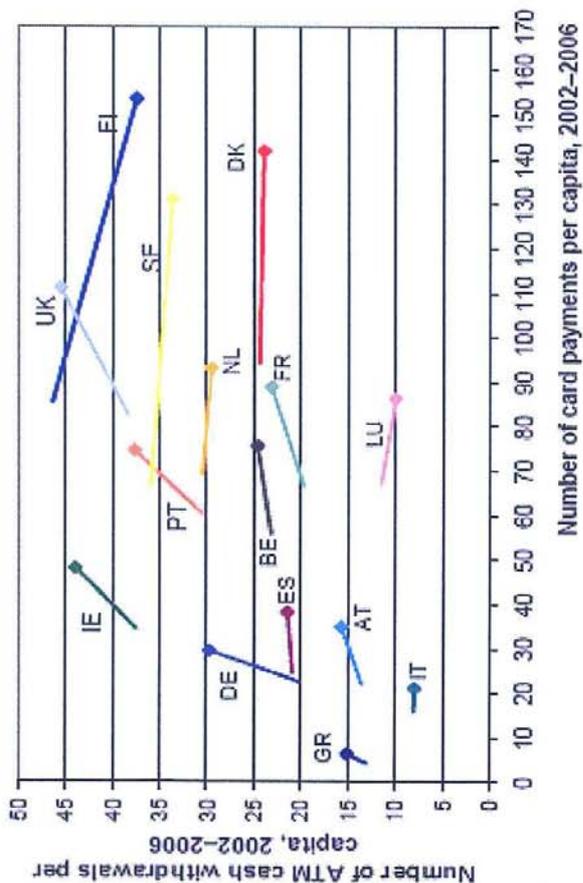


▪ Uno dei più grandi processor europei per volumi gestiti

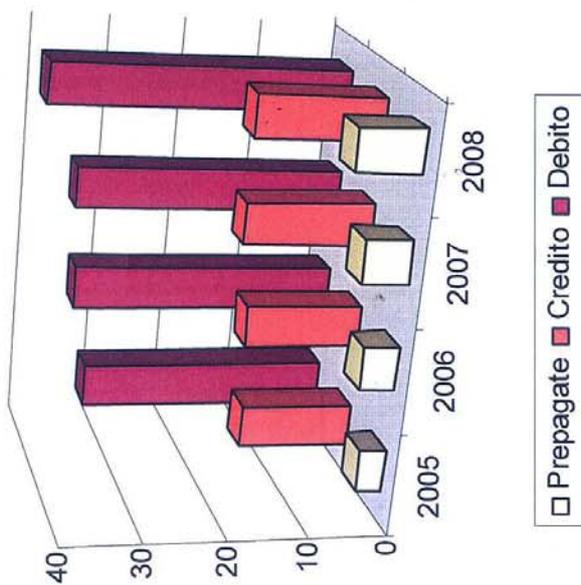
Il settore delle carte di pagamento continua a mostrare tassi di sviluppo in crescita in Italia. Il mercato delle carte prepagate italiano e' leader in Europa



- Le carte di pagamento in Europa, 2002-2006 -



- Le carte di pagamento in Italia*, mln -



	08 vs 07	07 vs 06	06 vs 05
Prepagate	41%	32%	38%
Credito	-1%	9%	3%
Debito	13%	1%	7%

* Per le carte di credito sono conteggiate le sole carte attive, carte che hanno effettuato almeno una transazione nell'anno di riferimento

Lo strumento carta di credito, nelle sue diverse accezioni, risente del generale andamento economico e della maggiore attenzione dei consumatori al controllo della spesa



- Andamento dello strumento carta di credito -

- È diminuito il numero di carte di credito attive (-0,7% nel 2008 rispetto al +9,4% dell'anno precedente) ed è calato il tasso complessivo di attività, 47,0% del 2007 e 39,5% del 2008
- Le carte revolving, dopo un 2008 con tasso di crescita allineato al livello dell'anno precedente (+7,2%), nei primi sei mesi del 2009 mostrano un incremento dei flussi finanziati piuttosto contenuto (+2,9%). Le revolving in circolazione sono aumentate del +5,2% a dicembre 2008 (le nuove carte emesse si riducono in % del -5,3%). I titolari preferiscono le carte multifunzione, con il 64% delle transazioni effettuate nel 2008, contro il 36% di utilizzi fatti con le carte revolving
- A maggio 2009 il tasso di sofferenza per le carte a saldo si attestò al 2,6% (nello stesso periodo dello scorso anno era al 2%) mentre sempre a maggio di quest'anno il tasso di sofferenza della carta revolving si colloca al 6,4% (era al 5,8% a maggio 2008)
- Le carte di credito revolving continuano ad essere presenti principalmente in Lombardia (14,3%) e Lazio (11,0%). Significativa la quota per Sicilia (10,8%) e Campania (9,4%).
- Oltre la metà dei possessori di carta di credito (56%) ha un'età tra i 31 e i 50 anni, solo il 13% ha un'età inferiore ai 30 anni ed in più dell'80% dei casi, possiede una sola carta di credito

Fonte: CRIF/Assofin - 2009



info: www.siasb.eu

Grazie per l'attenzione!

Sicurezza e Prevenzione:

.....ma i consumatori cosa conoscono?



Valore Assoluto

Pos.	NAZIONI	NUMERO CARTE PAGAMENTO
1	UK	165,413
2	GERMANY	118,962
3	TURKEY	102,918
4	FRANCE	99,512
5	ITALY	83,000
6	SPAIN	77,991
7	NETHERLANDS	31,355
8	POLAND	26,496
9	PORTUGAL	18,178
10	BELGIUM	17,491
11	GREECE	15,870
12	SWEDEN	15,128
13	ROMANIA	11,708
14	AUSTRIA	9,717

Pos.	NAZIONI	NUMERO CARTE PAGAMENTO
15	CZ REPUBLIC	9,047
16	HUNGARY	8,560
17	IRELAND	7,470
18	BULGARIA	7,237
19	FINLAND	6,429
20	SLOVAKIA	4,751
21	LITHUANIA	3,857
22	SLOVENIA	3,247
23	LATVIA	2,370
24	ESTONIA	1,772
25	CYPRUS	1,056
26	LUXEMBOURG	960
27	MALTA	555

Fonte: elaborazione dati
BCE e dati Databank



Carte di pagamento

Valore Relativo

POS.	NAZIONI	CARTE PER ABITANTE
1	UK	2,703
2	LUXEMBOURG	1,986
3	NETHERLANDS	1,911
4	SPAIN	1,722
5	PORTUGAL	1,712
6	IRELAND	1,690
7	SWEDEN	1,647
8	BELGIUM	1,640
9	SLOVENIA	1,603
10	FRANCE	1,561
11	TURKEY	1,458
12	GERMANY	1,447
13	GREECE	1,415
14	MALTA	1,353

POS.	NAZIONI	CARTE PER ABITANTE
15	CYPRUS	1,330
16	ESTONIA	1,322
17	ITALY	1,300
18	FINLAND	1,213
19	AUSTRIA	1,169
20	LITHUANIA	1,146
21	LATVIA	1,044
22	BULGARIA	0,947
23	SLOVAKIA	0,880
24	CZ REPUBLIC	0,872
25	HUNGARY	0,852
26	POLAND	0,695
27	ROMANIA	0,544

Fonte: elaborazione dati
BCE e dati Databank



Carte di pagamento

NAZIONI	TRANSAZIONI ANNUE PER CARTA
FRANCIA	72.8
UK	47.1
ITALIA	24.5
SPAGNA	23.2
GERMANIA	23.0
TURCHIA	22.1

Fonte: elaborazione dati
BCE e dati Databank



Numero di transazioni



The image shows a graphic for a 'Focus' card. It features a dark grey background with a lighter grey rectangular area in the center. On the left side of this central area, there is a stylized icon of a target with an arrow hitting the bullseye. To the right of the target, the text 'Basso utilizzo delle carte di credito' and 'Bassa diffusione pro-capite' is written in bold, black, sans-serif font. In the bottom right corner of the card, the word 'Focus' is written in a bold, black, sans-serif font. In the top right corner, there is a small logo for 'cards' with the text 'Comunicazione e Marketing' and 'Cards' below it.

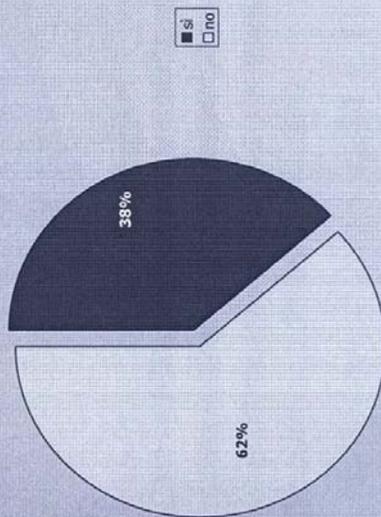
Basso utilizzo delle carte di credito
Bassa diffusione pro-capite

Focus

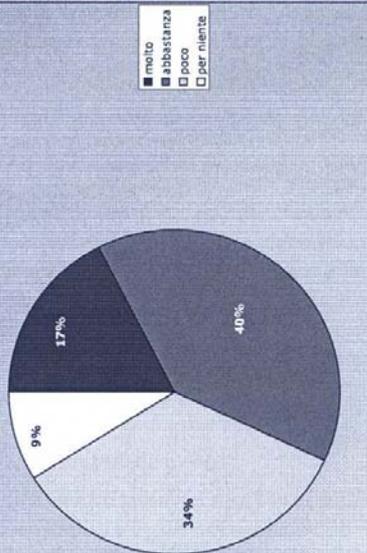
Comunicazione e Marketing
cards

Il 38% è stato vittima diretta o indirettamente di frode in danno alle carte di pagamento

Domanda 10: "Conosce qualcuno che ha subito un furto di identità o una frode alla carta di credito/bancomat?"



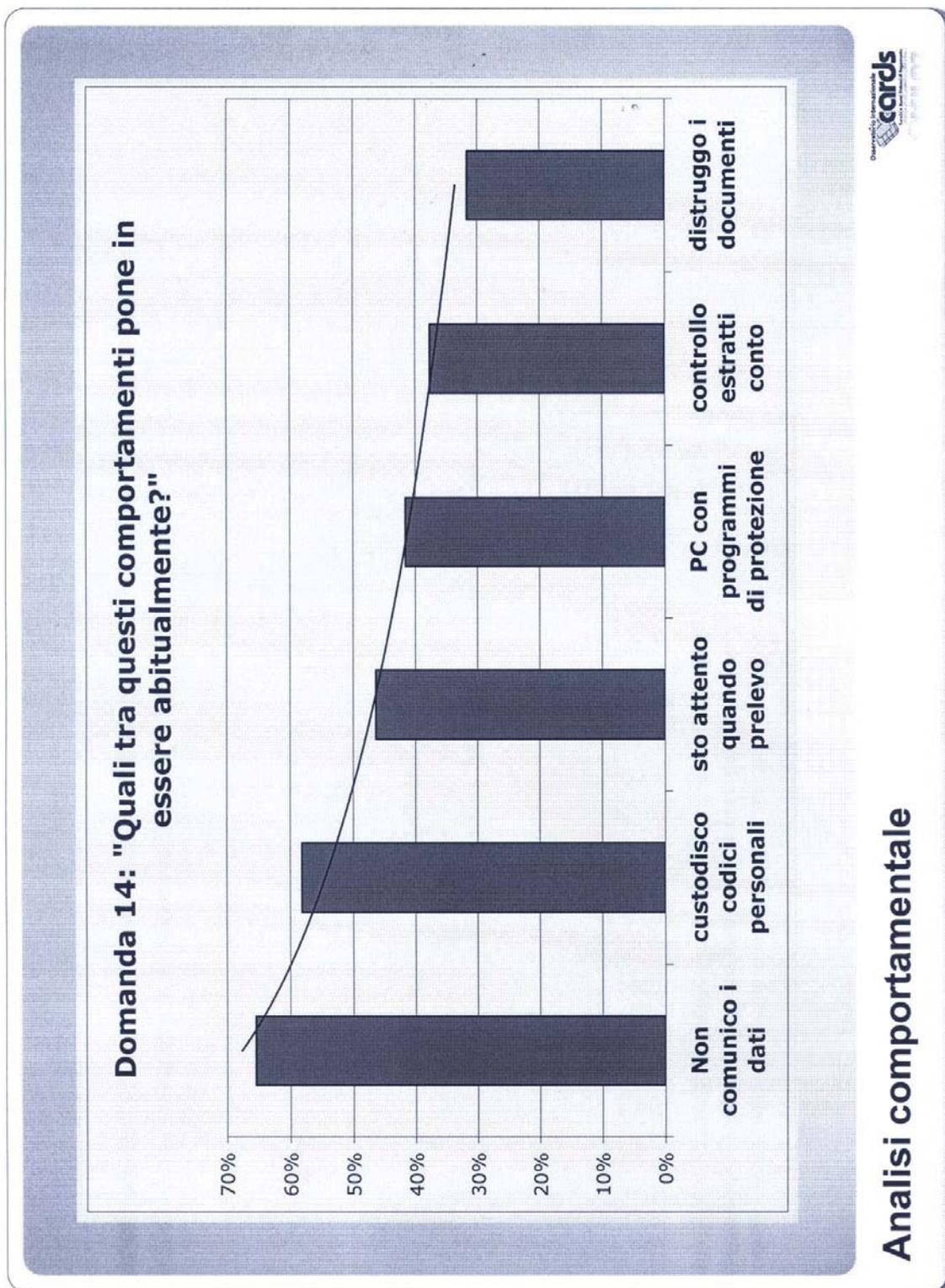
Domanda 8: "Ha paura di essere vittima di truffe o frodi?"

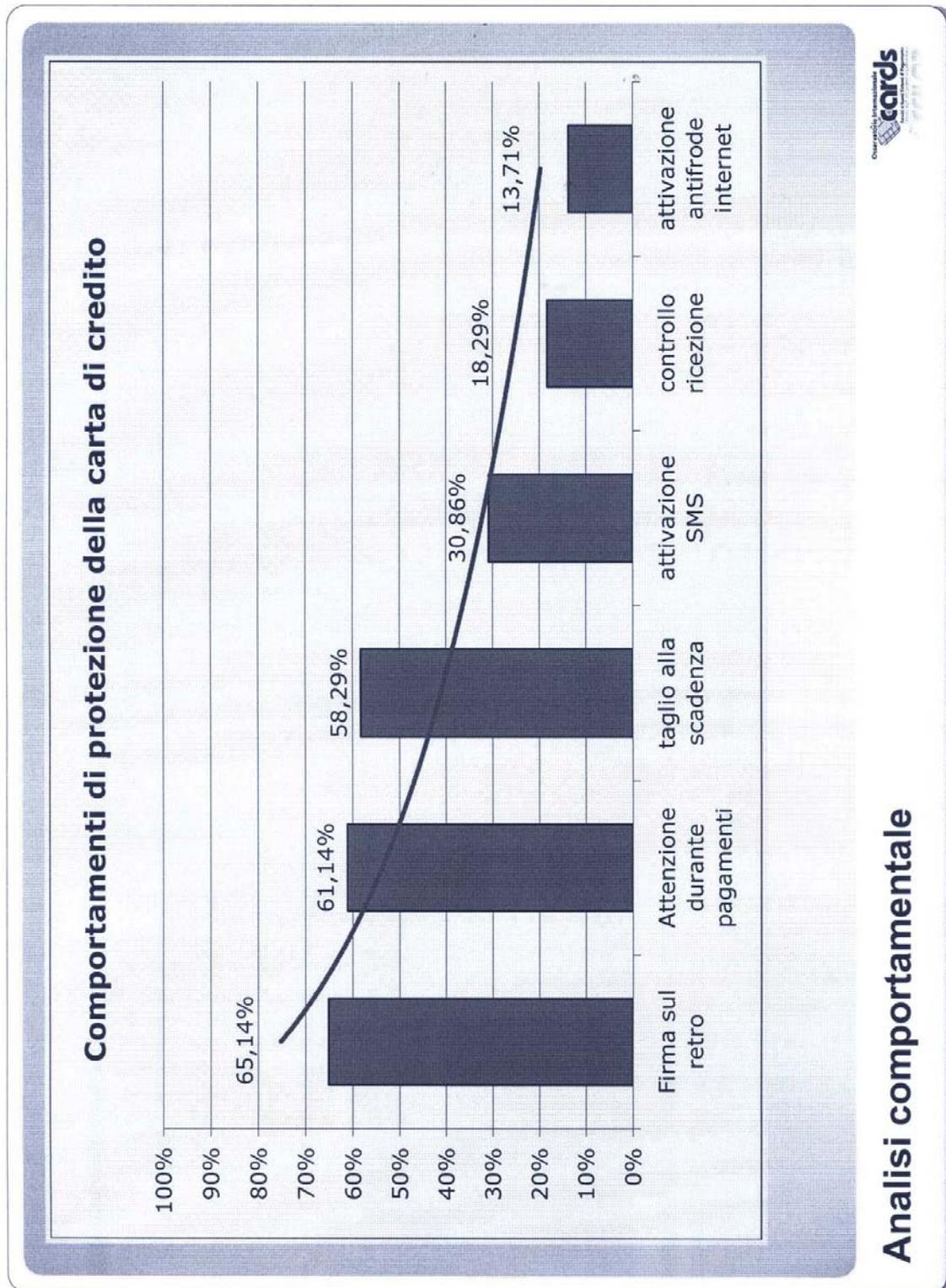


Oltre il 90% degli intervistati ha dichiarato di avere **paura** di subire una frode legata ai dati personali (furto/frode di identità) e/o alla carta di credito

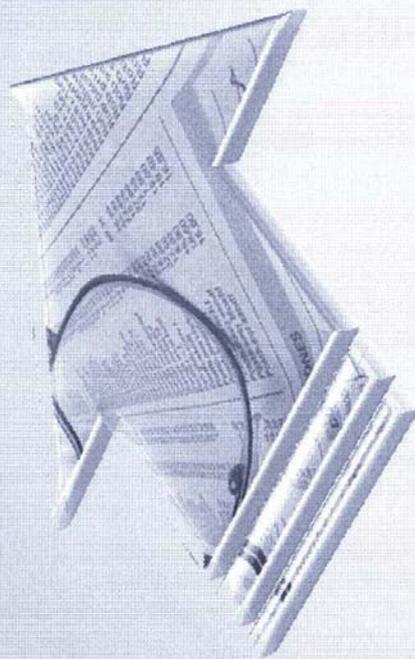
Perché: Flash di una ricerca





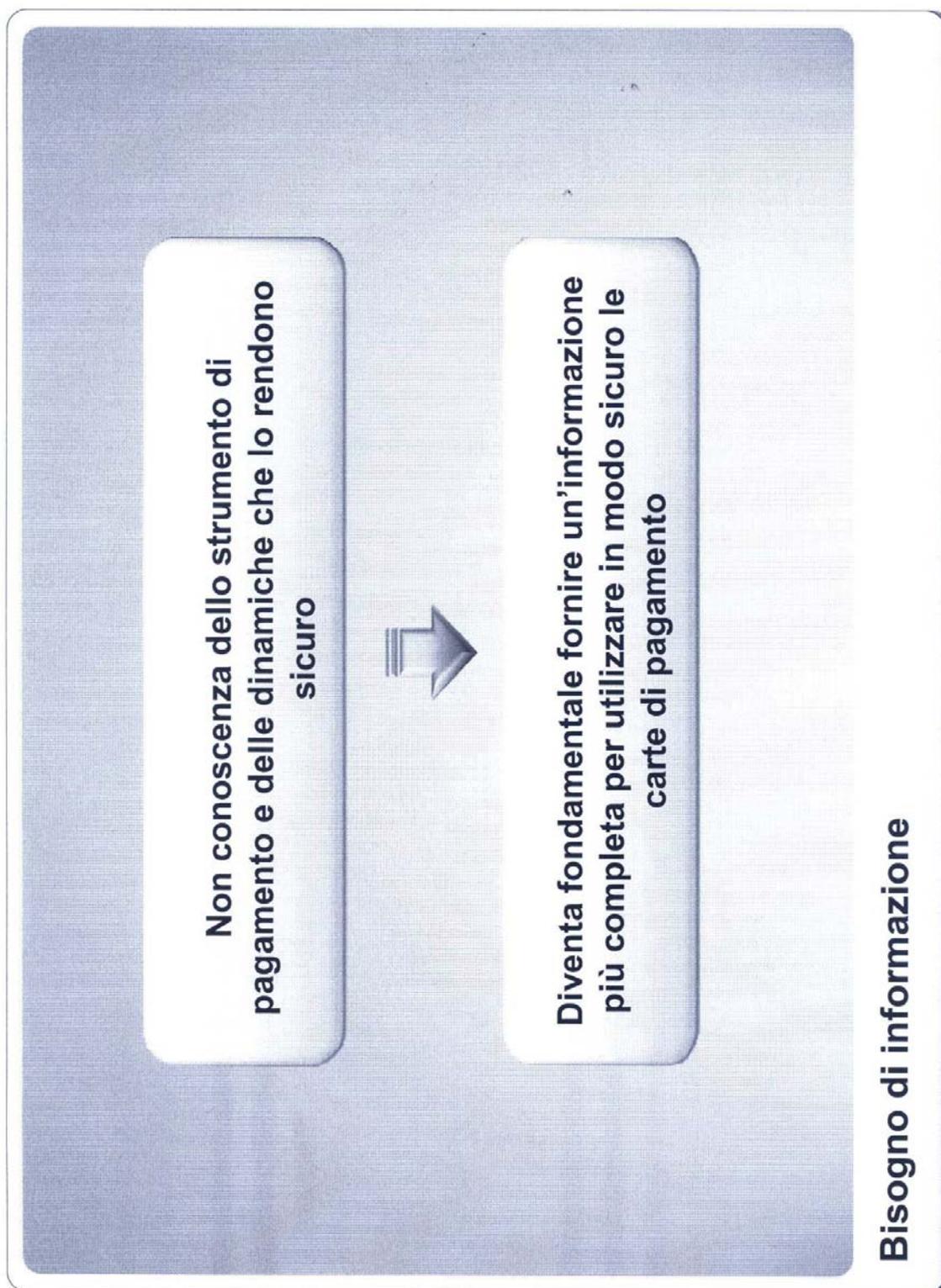


A questi timori corrisponde una sensazione quasi di fatalismo visto che pochi sono coloro che attuano delle misure di autotutela per proteggersi.



In sintesi sembra che gli italiani abbiano poca confidenza con lo strumento carta perchè si fidano poco della sua sicurezza e hanno paura di subire truffe o frodi.

Conclusioni



Grazie per l'attenzione

Osservatorio Internazionale Cards
via Appia Nuova 59
00183 Roma
Te e fax: 06 44254401

www.osservatoriocards.eu
Marketing@osservatoriocards.eu



€ 4,00



16STC0006980