



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Tematiche istituzionali

Il costo sociale degli strumenti di pagamento in Italia

I risultati delle indagini su imprese, banche,
fornitori di servizi di pagamento



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Tematiche istituzionali

Il costo sociale degli strumenti di pagamento in Italia

I risultati delle indagini su imprese, banche,
fornitori di servizi di pagamento*

** Il rapporto è stato redatto da Guerino Ardizzi e Paola Giucca del Servizio Supervisione sui mercati e sul sistema dei pagamenti che hanno coordinato le diverse attività. Le interviste alle imprese sono state condotte dai Nuclei Regionali di Ricerca Economica dell'Istituto. Informazioni mirate alle microimprese e alla grande distribuzione commerciale sono state raccolte con la collaborazione di associazioni di categoria (Confcommercio e Confesercenti).*

INDICE

| | |
|--|----|
| Executive Summary | 5 |
| 1 Introduzione | 7 |
| 2 L'indagine sui costi dei servizi in Italia. La metodologia | 8 |
| 2.1 Ambito di rilevazione: strumenti, servizi e costi | 8 |
| 2.2 La raccolta dati | 9 |
| 2.3 Il campione "imprese" | 10 |
| 2.4 Il campione "banche e infrastrutture" | 13 |
| 3 Il costo sociale dei servizi di pagamento: i risultati dell'indagine | 13 |
| 3.1 I costi del contante e delle carte di pagamento | 14 |
| 3.2 I costi sociali degli altri strumenti di pagamento | 15 |
| 4 I costi privati di produzione e utilizzo dei servizi di pagamento | 18 |
| 4.1 I costi di accettazione degli esercenti | 19 |
| 4.1.1 <i>I livelli di costo</i> | 19 |
| 4.1.2 <i>La struttura dei costi di accettazione</i> | 19 |
| 4.2 I costi privati di offerta (banche e infrastrutture) | 20 |
| 4.2.1 <i>I livelli di costo</i> | 20 |
| 4.2.2 <i>La struttura dei costi di produzione</i> | 21 |
| Riferimenti bibliografici | 25 |
| Appendice | 27 |

Executive Summary

Il Rapporto illustra i risultati dell'indagine sui costi sociali dei servizi di pagamento nel nostro Paese condotta dalla Banca d'Italia nel 2010 nell'ambito di una più ampia iniziativa promossa dalla Banca Centrale Europea e con la partecipazione, su base volontaria, di singole banche centrali nazionali. L'indagine riguarda i costi sociali degli strumenti di pagamento, ossia i costi che la collettività sopporta per le risorse utilizzate dai diversi operatori economici per il regolamento delle transazioni.

L'indagine si è concentrata sui costi sostenuti nell'offerta/utilizzo dei servizi di pagamento da parte dei soggetti che partecipano alla catena del valore: banche, Poste spa, esercenti commerciali, imprese di pubblica utilità. Il costo sociale è costruito come somma dei costi sostenuti dai singoli operatori (i c.d. costi privati) ricompresi nel perimetro dell'indagine al netto dei flussi intermedi fra gli operatori (es. le commissioni pagate dagli esercenti alle banche). I dati sono raccolti e illustrati distintamente per i diversi strumenti di pagamento: contante, assegni, carte di debito e di credito, bonifici, addebiti diretti. L'indagine analizza il costo sociale complessivo e consente un'analisi di dettaglio dei "costi privati" con riferimento all'offerta, da parte dei prestatori dei servizi di pagamento (PSP – *Payment service providers* – banche, Poste spa ed emittenti carte¹ nella nostra indagine), e all'accettazione presso le imprese utilizzatrici.

L'indagine esclude dal perimetro di rilevazione:

- a) i costi di produzione e circolazione delle banconote a carico delle banche centrali. Ai fini del calcolo del costo sociale complessivo è stato assunto un importo dello 0,02 per cento del PIL, in linea con il dato medio rilevato in alcuni dei paesi partecipanti all'indagine europea².
- b) i costi degli utenti/consumatori connessi a furti o ai tempi necessari per l'approvvigionamento di contante o per l'esecuzione del pagamento con i diversi strumenti (contante, assegni e carte di pagamento); ne deriva una parziale sottostima dei costi sociali complessivi in particolare del contante, da aver presente in quanto per le transazioni con esso regolate è diffusa una percezione di "costi nulli" da parte degli utilizzatori (soprattutto consumatori).

L'indagine fornisce un quadro di riferimento nel quale gli operatori economici (banche, Poste s.p.a., imprese) fornitori/utenti dei servizi di pagamento potranno cogliere elementi utili a indirizzare le loro scelte, in modo da accrescere l'efficienza dei processi aziendali nell'area dei pagamenti al dettaglio. Per la Banca Centrale, l'indagine offre spunti di riflessione che confermano, e per alcuni aspetti rafforzano, le politiche in atto a livello nazionale ed europeo per accrescere l'efficienza dei servizi di pagamento conseguendo risparmi nel loro costo sociale.

¹ Alla data di riferimento dell'indagine non erano attivi altri operatori sul mercato dei servizi di pagamento in Italia previsti dalla Payment Service Directive (Dir. 2007/64/CE).

² I risultati dello studio a livello europeo sono stati recentemente pubblicati dalla BCE (ECB, 2012).

I principali risultati possono così riassumersi:

1. per l'Italia i costi sociali complessivi ammontano a circa 15 miliardi di euro, pari a circa l'1 per cento del PIL, valore in linea con la media (ponderata) dei tredici paesi partecipanti all'indagine europea. Il 49 per cento di tali costi è sostenuto da banche e infrastrutture per l'offerta dei servizi di pagamento (54 per cento nella media europea), il 51 per cento è a carico delle imprese (46 per cento nella media europea). Costi per circa 8 miliardi di euro, pari allo 0,52 per cento del PIL (valore superiore a quello, 0,40 per cento, rilevato nella media degli altri paesi europei), sono riconducibili all'utilizzo del contante.
2. I risultati in termini di costo sociale per operazione evidenziano un minor costo associato al contante (0,33 euro) rispetto a quello delle carte di debito (0,74 euro) e di credito (1,91 euro). Se rapportato al valore medio dell'operazione, invece, il contante risulta lo strumento più costoso (2 per cento).
3. In Italia, il settore commerciale sostiene la maggior parte (55 per cento) dei costi sociali complessivi del contante e degli assegni. Sono elevate, anche con riferimento ad altri strumenti (es. bonifico tradizionale) che richiedono un forte impiego di risorse umane, le quote dei costi interni per la sicurezza fisica e per le attività di riconciliazione, impiego che un maggior ricorso a strumenti elettronici potrebbe ridurre significativamente migliorando l'efficienza complessiva del sistema.
4. Nell'uso del contante prevalgono i costi variabili (64 per cento), connessi con le esigenze di movimentazione e di sicurezza. Per le carte di debito e di credito è invece prevalente la quota dei costi fissi di emissione degli strumenti e di gestione delle infrastrutture. La differente composizione dei costi fra contante e carte di pagamento costituisce un elemento essenziale per la definizione di politiche volte a modificare i comportamenti di spesa a favore degli strumenti elettronici, che potenzialmente hanno caratteristiche di maggiore efficienza in connessione con la possibilità di sfruttare economie di scala.
5. Con riferimento ai costi privati sostenuti dall'esercente/impresa, il costo della singola transazione farebbe apparire il contante come lo strumento di pagamento più economico; tuttavia, il confronto in percentuale del valore delle transazioni (e dunque in rapporto al fatturato dell'impresa) ne rivela un livello elevato (1,07 per cento), secondo solo alle carte di credito (1,73 per cento) e doppio di quello delle carte di debito (0,54 per cento), che del contante sono il più immediato sostituto. Per pagamenti d'importo più rilevante (assegni, bonifici e addebiti diretti) l'assegno risulta più costoso (1,9 euro per operazione) dell'addebito diretto incassato (circa 1 euro) e del bonifico ricevuto (0,8 euro), in relazione ai maggiori oneri gestionali e di sicurezza.
6. L'analisi della redditività di offerta dei diversi strumenti di pagamento non rientra nel campo dell'indagine. Tuttavia, riguardo ai costi sostenuti dalle banche per la gestione del contante appare esigua la quota recuperata attraverso commissioni esplicite addebitate alla clientela. Se ne desume che tali costi vengono largamente finanziati con commissioni applicate su altri servizi, tra i quali anche quelli di pagamento con strumenti elettronici. Si configura così una politica di prezzo che non impartisce agli utenti i segnali che sarebbero necessari per l'adozione di scelte razionali sugli strumenti da utilizzare.

1 Introduzione

Nell'ultimo decennio si è assistito a un crescente interesse degli studiosi e delle stesse banche centrali al tema del costo – sociale e privato – dei servizi di pagamento, per i rilevanti impatti che questi hanno sulla fluidità delle transazioni commerciali e sulla crescita dell'attività economica.

L'obiettivo di migliorare l'efficienza dei servizi di pagamento è rilevante per l'Autorità monetaria, responsabile di promuovere il buon funzionamento dei sistemi di pagamento e la fiducia nella moneta e negli strumenti a essa alternativi. In tale contesto diverse banche centrali europee hanno in passato effettuato indagini sui costi dei servizi di pagamento nei rispettivi paesi.

Nell'ambito del SEBC è stata condotta un'indagine sui “costi sociali” degli strumenti di pagamento al dettaglio volta a misurare l'efficienza relativa di quelli maggiormente utilizzati (contante, assegni, bonifici, carte di pagamento, addebiti preautorizzati)³. I risultati “aggregati” a livello europeo sono stati recentemente pubblicati dalla Banca Centrale Europea (ECB, 2012), quelli delle indagini condotte nei paesi partecipanti sono in corso di pubblicazione. Obiettivo dell'iniziativa è di condividere informazioni utili a: *a*) misurare i principali elementi di costo dei servizi di pagamento per i diversi attori (banche, infrastrutture, esercenti) coinvolti lungo la “catena del valore”, *b*) condurre analisi comparate tra i diversi strumenti di pagamento anche in funzione del loro diverso contenuto tecnologico; *c*) stimare i potenziali risparmi per l'economia connessi con politiche volte a promuovere l'utilizzo degli strumenti con minore costo sociale.

In tale contesto, l'analisi dei risultati dell'indagine condotta in Italia si basa su diverse dimensioni di costo che concorrono a delineare un quadro di riferimento organico per la valutazione dei livelli di efficienza dei servizi di pagamento nel nostro Paese.

Le dimensioni di costo analizzate riflettono diversi profili di efficienza insiti nel mercato dei servizi di pagamento. La prima dimensione, che ha ispirato l'indagine, misura il grado di *efficienza allocativa* ed è quella che distingue tra “costo sociale” e “costo privato”: essa consente di mettere in risalto la differenza tra il costo percepito dai diversi operatori di mercato attraverso il sistema dei prezzi e quello che la collettività effettivamente sostiene per regolare le transazioni commerciali (tipico è l'esempio di errata percezione di gratuità del contante). La seconda dimensione è volta ad analizzare l'*efficienza tecnico-produttiva* attraverso la distinzione tra costi “fissi” e “variabili” (ossia la natura dei costi e la tecnologia di produzione sottostante): essa agevola la percezione dei guadagni di efficienza attraverso lo sfruttamento delle economie di scala (ad esempio per gli strumenti con elevati costi fissi). La terza dimensione attiene all'*efficienza tecnico-organizzativa* sulla base della classificazione dei costi per linee di attività o per destinazione (movimentazione del contante, emissione dello strumento, elaborazione telematica della transazione, etc.):

³ L'indagine ha visto, alla data di pubblicazione di questo studio, la partecipazione di tredici banche centrali nazionali, rappresentative di circa il 40 per cento del mercato dei pagamenti della UE; unitamente alla Banca d'Italia quelle di: Danimarca, Estonia, Finlandia, Grecia, Irlanda, Lettonia, Paesi Bassi, Portogallo, Romania, Spagna, Svezia, Ungheria. Alcune banche centrali hanno già diffuso i risultati nazionali. (cfr. Turjan et al. 2011, Danmarks Nationalbank, 2011, Jansson e Segendorf, 2012).

essa può essere utilizzata per individuare le fasi con maggior consumo di risorse verso le quali indirizzare interventi di razionalizzazione e di innovazione (ad esempio per gli strumenti caratterizzati da una elevata componente di manualità nei processi) .

L'analisi dei risultati complessivi in termini di efficienza relativa si basa, infine, su una pluralità di indicatori e mira a effettuare confronti e a cogliere le specificità insite nei diversi servizi di pagamento in termini di tipologia di strumento e di transazione sottostante (es. micro-pagamenti ovvero di importo rilevante, transazioni in presenza presso i punti vendita ovvero in remoto). Tali indicatori sono espressi, per ciascuno strumento, in termini di costi per singola operazione (flat) o in percentuale del transato (ad valorem) ovvero costi globali rapportati al PIL.

I principali risultati dell'indagine sono stati verificati e discussi con i singoli fornitori di servizi di pagamento e con le associazioni del commercio che hanno partecipato all'indagine. Tale attività si è collocata nell'ambito delle procedure di controllo di qualità e robustezza dei dati raccolti effettuate a livello domestico. Un secondo step di controllo ha riguardato il confronto con i paesi partecipanti all'indagine nell'ambito dei lavori coordinati dalla BCE (ECB, 2012).

Il Rapporto presenta i risultati dell'indagine condotta in Italia. Nel paragrafo 2 si illustrano la struttura dell'indagine e la metodologia adottata; in quello successivo si descrivono i risultati con riferimento al costo sociale per l'Italia e i raffronti con i risultati aggregati a livello europeo e, ove possibile, con i dati disponibili per altri paesi. Nel paragrafo 4 si analizzano i costi privati per l'offerta e l'accettazione dei diversi strumenti di pagamento. Una sintesi dei principali risultati è contenuta nell'Executive Summary in apertura del Rapporto. In Appendice sono riportate informazioni di dettaglio sulla rilevazione effettuata.

2 L'indagine sul costo sociale dei servizi di pagamento: la metodologia

2.1 Ambito di rilevazione: strumenti, servizi e costi

Gli strumenti di pagamento considerati nell'indagine sono quelli che incidono, a livello nazionale, ognuno per almeno il 5 per cento del numero complessivo delle transazioni effettuate senza l'utilizzo del contante⁴. Si guarda unicamente ai pagamenti di importo inferiore a € 50.000; quelli di importo superiore (c.d. all' "ingrosso"), in larga parte riconducibili a transazioni interbancarie o commerciali tra grandi imprese, vengono invece escluse atteso l'interesse a concentrare l'attenzione sui pagamenti "al dettaglio".

Per l'Italia l'indagine ha preso in considerazione, oltre al contante, gli assegni, le carte di pagamento - strumenti utilizzati per pagamenti presso i punti vendita (cosiddetti in presenza, *face-to-face*), gli addebiti pre-autorizzati e i bonifici (che convenzionalmente includono anche i bollettini postali) principalmente utilizzati per pagamenti a distanza (*remote payments*) e per importi più elevati; sono stati invece esclusi i pagamenti tramite

⁴ Per tale motivo, sono escluse le carte prepagate.

assegni circolari, ricevute bancarie elettroniche e carte prepagate⁵; queste ultime, poco diffuse nei paesi europei, stanno registrando una crescita significativa in Italia.

L'indagine si concentra sui costi di offerta da parte dei fornitori di servizi di pagamento (PSP - Payment Service Providers – ovvero banche, Poste spa ed emittenti carte⁶ nella nostra indagine) a famiglie e imprese e di accettazione da parte delle imprese commerciali nel segmento consumer-to-business⁷.

2.2 La raccolta dati

I dati sono stati raccolti per il tramite di questionari definiti in ambito europeo e differenziati con riferimento agli operatori intervistati e agli strumento di pagamento⁸.

La metodologia di calcolo del costo sociale utilizza la somma dei costi “interni” sostenuti dai diversi stakeholders che partecipano alla “catena del valore” (fig. 4) dei servizi di pagamento (banche e altri fornitori di servizi di pagamento, imprese commerciali, imprese di pubblica utilità), ossia i costi “privati” sostenuti al netto dei ricavi dei PSP (es. commissioni).

In tale ambito sono rilevati i costi di produzione analitici dei servizi di pagamento distinti sulla base dei principali fattori di spesa⁹ quali, ad esempio, quelli di autorizzazione e di processing, di back office, di trasporto, di telecomunicazioni, etc. (per maggiori dettagli si rinvia all'Appendice).

L'indagine non ha riguardato direttamente l'utente-consumatore, i cui costi espliciti sono essenzialmente rappresentati dalle commissioni pagate per l'utilizzo dei servizi di pagamento e che, di conseguenza, rappresentano ricavi per i fornitori di servizi di pagamento, elisi nel calcolo del costo sociale. Sono altresì esclusi una serie di costi impliciti a carico dell'utente-consumatore normalmente non percepiti/monetizzati, quali quelli legati a perdite o a furti, al costo opportunità sui saldi infruttiferi, al tempo necessario per rivolgersi allo sportello bancario o alla ricerca dell'ATM. I costi del contante

⁵ La carta prepagata rappresenta uno degli strumenti più dinamici degli ultimi anni. Nel presente lavoro, le considerazioni che riguardano le carte di debito sono in gran parte estendibili alle carte prepagate.

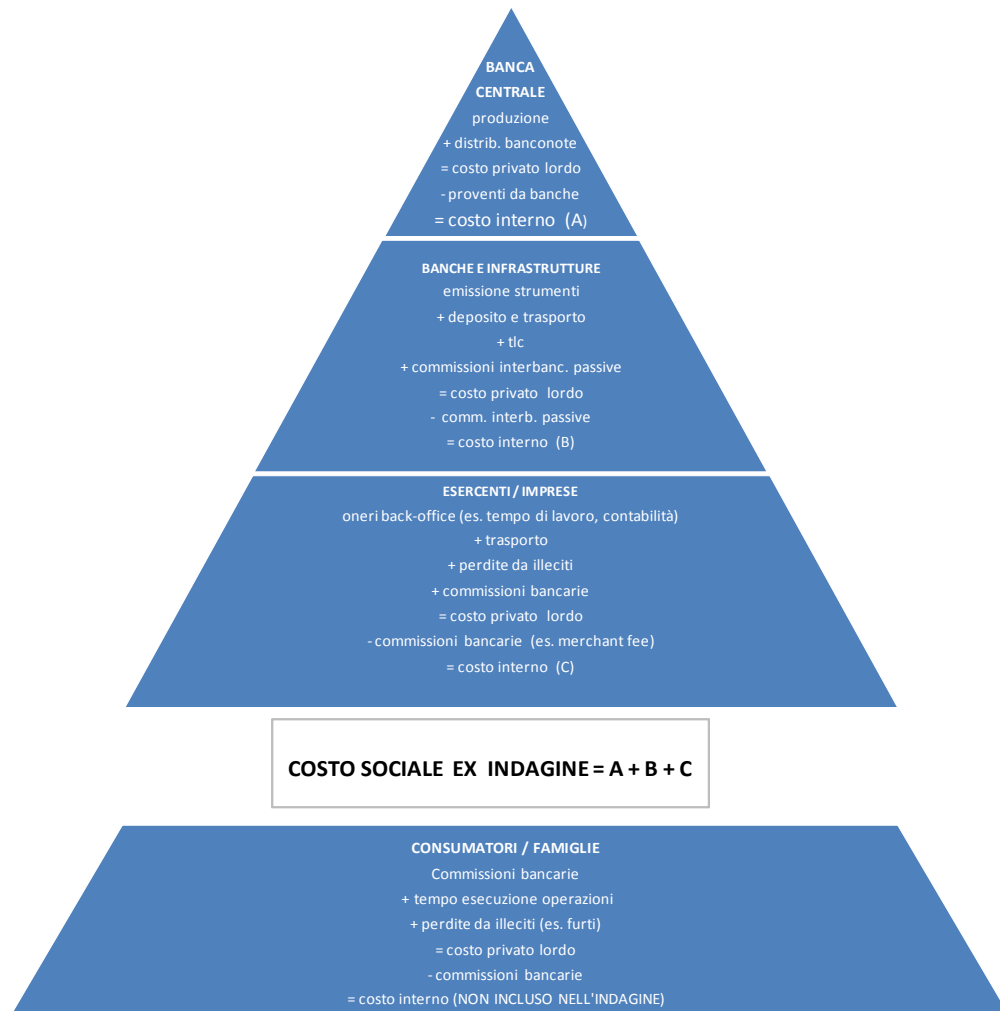
⁶ Alla data di riferimento dell'indagine non erano attivi altri operatori sul mercato dei servizi di pagamento in Italia previsti dalla Payment Service Directive (Dir. 2007/64/CE),

⁷ Il riferimento al consumer-to-business riflette ragioni di semplicità. L'ipotesi sottostante è che i costi stimati si possono applicare all'intero mondo retail inclusi anche i pagamenti business-to business (ECB, 2012).

⁸ I questionari sono disponibili su richiesta degli interessati.

⁹ La rilevazione dei costi di offerta dei servizi di pagamento al dettaglio (bancari e postali) ha riguardato sia il lato della clientela corporate sia di quella consumer e si basa su un'analisi della struttura dei costi di offerta secondo il criterio del cd. *Activity Based Costing*. (ABC). Quest'ultimo è un metodo di analisi dei costi aziendali che si basa su informazioni circa l'effettiva incidenza dei costi associati a ciascun prodotto/servizio venduto dall'impresa, sulla base di linee di attività che integrano il processo produttivo a prescindere dalla sua struttura organizzativa .

Fig. 4 – Costo sociale degli strumenti di pagamento (1)



(1) Il costo sociale è pari alla sommatoria dei costi interni dei diversi stakeholder (ossia al netto dei ricavi intermedi da commissione). I costi di offerta bancari includono anche quelli dei servizi alle famiglie.

presentati nel prosieguo sono quindi da considerarsi sottostimati rispetto a quelli degli altri strumenti di pagamento (bancari e postali)¹⁰.

2.3 Il campione “ imprese”

L'indagine è stata realizzata con la somministrazione di questionari assistiti da interviste: 500 presso aziende di media dimensione diffuse sul territorio; 40 realizzate attraverso

¹⁰ Sono tuttavia inclusi tra i costi del contante tutti gli oneri impliciti sostenuti dall'esercente commerciale, inclusi quelli connessi con la movimentazione e la sicurezza (es. ammanchi di cassa, rapine), come evidenziato nella fig. 4.

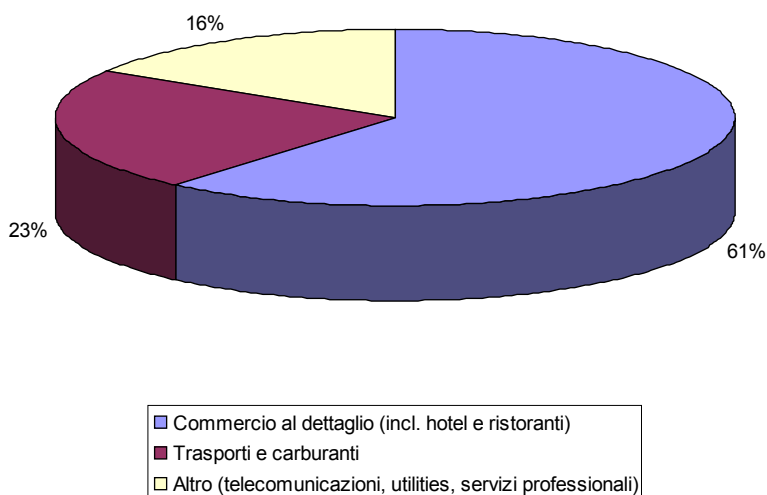
le associazioni di categoria (Confesercenti, Confcommercio) e volte a ottenere informazioni più mirate alle microimprese e alla grande distribuzione commerciale; una diretta a un operatore rappresentativo di una grande impresa fatturatrice nel settore delle “public utilities”.

La stratificazione adottata nella definizione del disegno campionario ha tenuto conto di due variabili di classificazione: 1) settore di attività economica (per le imprese dei servizi: imprese del commercio al dettaglio, trasporti e telecomunicazioni, ricerca e sviluppo e informatica, altre imprese); 2) classe dimensionale (fatturato). Il dato campionario è estrapolato a dato di sistema tenendo conto dell’incidenza del fatturato dichiarato rispetto al valore della produzione nazionale (fonte Istat) e a quello dei pagamenti trattati sul totale nazionale. I valori di sistema sono stati aggregati per tre macro-settori (commercio al dettaglio, trasporti, altro) al fine di ridurre la variabilità campionaria derivante dal ridotto numero di osservazioni presenti in alcuni sottosettori. Maggiori dettagli sul disegno campionario sono contenuti in Appendice (Riquadro 1).

Con riferimento ai settori di appartenenza, il campione di imprese si compone (fig. 5) in prevalenza di operatori del commercio al dettaglio (61 per cento inclusi alberghi e ristoranti) e di aziende del settore dei trasporti (23 per cento); fra le rimanenti rientrano le imprese del settore delle telecomunicazioni e dei servizi professionali.

Fig. 5 – Campione delle imprese intervistate

Composizione percentuale per settore di attività del numero di aziende intervistate



Il campione include un elevato numero di negozi o punti vendita (oltre 2.400); in termini di fatturato rappresenta circa l’1 per cento del valore della produzione nazionale nei settori oggetto dell’indagine. La tavola 6 illustra l’importo medio (mediano) e la percentuale di composizione delle transazioni con gli strumenti di pagamento presso il campione di esercenti intervistati.

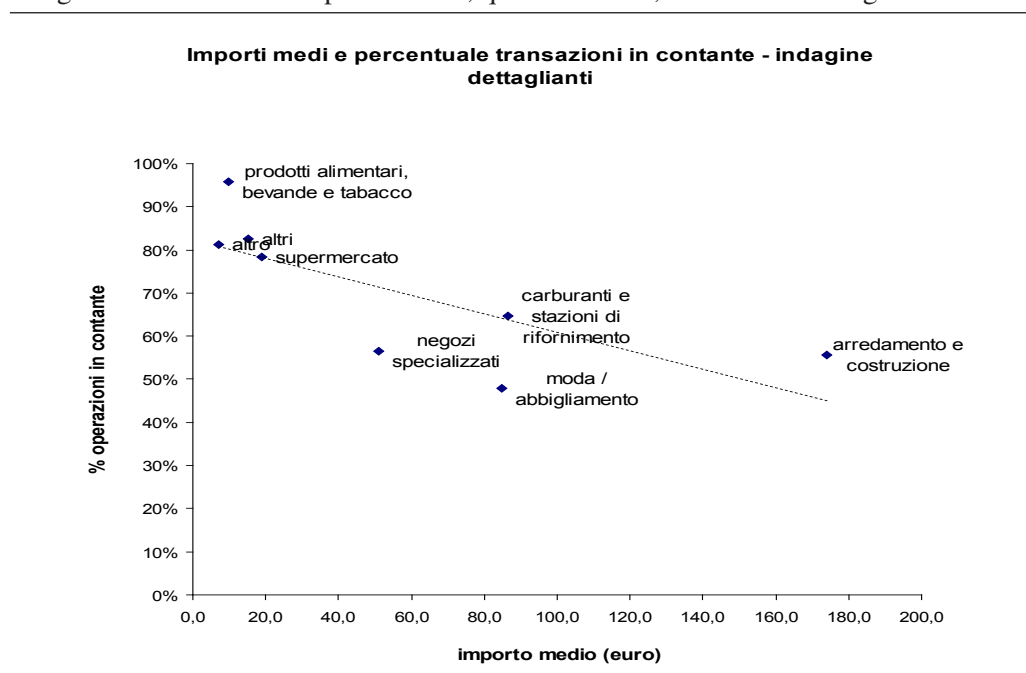
Tav. 6 – Campione “imprese”: dati di sintesi (1)

| Strumenti accettati dagli esercenti | importo medio per operazione | importo mediano per operazione | % su n. operazioni presso punto vendita | % tot. sul operazioni |
|-------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|---|-----------------------|
| Contante | € 21,3 | € 16,7 | 87,1% | 81,3% |
| Carte | € 86,1 | € 83,7 | 12,9% | 12,1% |
| | | | 100,0% | |
| Assegni | € 610,2 | € 420,7 | | 1,5% |
| Bonifici e addebiti | € 500,5 | € 338,7 | | 5,1% |
| | | | | 100,0% |

(1) Sono considerate solo le operazioni B2C presso i punti vendita e le imprese del campione “esercenti”; sono escluse le operazioni tramite bollettino di conto corrente. Per la composizione percentuale dei pagamenti con tutti gli strumenti considerati nelle statistiche ufficiali internazionali cfr. tav. a4 in Appendice.

I dati di rilevazione campionaria confermano che lo strumento di pagamento di gran lunga più utilizzato in Italia per gli acquisti presso i punti vendita è il contante (quasi il 90 per cento dei pagamenti, per un importo per transazione nell’ordine di 17-21 euro); seguono le carte di pagamento (debito e credito) che registrano importi medi tra i 50-100 euro. Nei pagamenti di importi più elevati (500-1.000 euro) o a distanza (cd. *remote payments*) si collocano gli addebiti pre-autorizzati, i bonifici e gli assegni. Si rileva infine, come ci si attendeva, una correlazione negativa tra importo medio dell’operazione e quota dei pagamenti regolati in contante, a conferma dell’elevato utilizzo di questo strumento nelle transazioni di basso ammontare soprattutto presso alcuni settori merceologici (quali i prodotti alimentari e tabacchi) (fig. 6).

Fig. 6 – Relazione tra importo medio, quota contante, settore merceologico



2.4 Il campione “banche e infrastrutture”

L’indagine presso gli intermediari ha riguardato un campione rappresentativo di circa il 65 per cento del mercato dei servizi di pagamento che comprende 7 primari gruppi bancari e finanziari, Poste spa e società di emissione e gestione carte di pagamento.

Nella tavola 7 sono riportati i dati di sintesi sui volumi e sugli importi degli strumenti di pagamento gestiti dagli intermediari intervistati.

Tav. 7 – Campione “banche e infrastrutture”: dati di sintesi

| Descrizione operazione | volumi (mln op.) | importo medio | % volumi sul totale sistema |
|--|------------------|---------------|-----------------------------|
| Prelievi contante (ATM e sportello trad.le) | 625 | € 428 | 62% |
| Assegni bancari | 129 | € 2.092 | 45% |
| Carte di pagamento | 963 | € 101 | 65% |
| Bonifici (incl. boll. c/c) | 1002 | € 1.530 | 86% |
| Addebiti diretti | 233 | € 1.005 | 41% |
| Totale | 2952 | | 65% |

I risultati della rilevazione evidenziano come il bonifico (che include l’ordine di pagamento trasmesso tramite bollettino postale) e la carta (di debito e credito) rappresentino gli strumenti di pagamento più frequentemente offerti (circa 1 miliardo di operazioni per strumento). Seguono i servizi di prelievo contante, gli addebiti diretti e, infine, gli assegni. Le informazioni sugli importi medi confermano la diversa tipologia di transazione sottostante: le carte di pagamento per le transazioni di basso importo, gli assegni e gli strumenti “a distanza” (bonifici e addebiti) per quelli di elevato ammontare. Il prelievo medio supera i 400 euro per operazione includendo quello da sportello tradizionale (di circa 1.000 euro) e da ATM (inferiore a 200 euro).

3 Il costo sociale dei servizi di pagamento: i risultati dell’indagine

Il costo sociale complessivo di tutti i servizi di pagamento al dettaglio in Italia è stimato pari a oltre 15 miliardi di euro nel 2009 pari a circa l’1 per cento del PIL – ovvero 260 euro pro-capite a fronte di un numero complessivo di circa 27 miliardi di operazioni di pagamento – in linea con il dato medio rilevato per i paesi europei partecipanti all’indagine. La quota di costo per l’offerta dei servizi di pagamento (banche e infrastrutture) rappresenta circa il 49 per cento dei costi sociali complessivi (54 per cento la media europea), il rimanente 51 (46 nei paesi europei) è generato nell’area delle imprese. L’utilizzo del contante costa complessivamente al nostro sistema economico circa 8 miliardi di euro, pari allo 0,52 per cento del PIL (133 euro pro-capite): sono valori superiori alla media europea (0,40 per cento), ad eccezione dell’Ungheria (0,79 per cento) (tav. 8); differenze significative si rilevano rispetto a paesi più virtuosi (es. la Danimarca e la Svezia con valori inferiori allo 0,3 per cento).

Tav. 8 – Costo sociale dei servizi di pagamento presso i POS

| | Contante | Carte di debito | Carte di credito |
|-------------------------|----------|-----------------|------------------|
| ITALIA 2009 | | | |
| % n. transazioni | 90 | 6 | 4 |
| € per operazione | 0,33 | 0,74 | 1,91 |
| € per abitante | 132,84 | 11,15 | 18,10 |
| in percentuale del PIL | 0,53 | 0,04 | 0,07 |
| UNGHERIA 2009 | | | |
| % n. transazioni | 94 | 5 | 1 |
| € per operazione | 0,26 | 0,72 | 2,84 |
| € per abitante | 73,71 | 10,80 | 6,98 |
| in percentuale del PIL | 0,79 | 0,12 | 0,08 |
| DANIMARCA 2009 | | | |
| % n. transazioni | 48 | 51 | 1 |
| € per operazione | 0,75 | 0,36 | 2,77 |
| € per abitante | 106,56 | 54,27 | 8,28 |
| in percentuale del PIL | 0,27 | 0,14 | 0,02 |
| PAESI BASSI 2002 | | | |
| % n. transazioni | 86 | 13 | 1 |
| € per operazione | 0,30 | 0,49 | 3,59 |
| € per abitante | 132,49 | 32,74 | 10,32 |
| in percentuale del PIL | 0,46 | 0,11 | 0,04 |
| BELGIO 2003 | | | |
| % n. transazioni | 84 | 15 | 1 |
| € per operazione | 0,53 | 0,55 | 2,62 |
| € per abitante | 151,36 | 28,50 | 9,32 |
| in percentuale del PIL | 0,57 | 0,11 | 0,04 |
| NORVEGIA 2007 | | | |
| % n. transazioni | 24 | 76 | |
| € per operazione | 1,53 | | 0,74 |
| € per abitante | 92,97 | | 142,38 |
| in percentuale del PIL | 0,15 | | 0,24 |
| SVEZIA 2009 | | | |
| % n. transazioni | 40 | 51 | 9 |
| € per operazione | 0,78 | 0,42 | 1,10 |
| € per abitante | 67,60 | 49,40 | 23,40 |
| in percentuale del PIL | 0,26 | 0,19 | 0,09 |

Fonte: Elaborazioni su vari studi condotti nei paesi di riferimento.

3.1 I costi del contante e delle carte di pagamento

Nella tavola 8 sono messi a confronto gli indicatori di costo sociale per il contante e per le carte di debito e di credito – gli strumenti di pagamento comuni a tutte le indagini – relativi all'Italia e ad altri paesi del SEBC, in alcuni casi desunti da indagini precedenti. Per una valutazione dei dati occorre aver presente che gli indicatori espressi in rapporto al PIL e alla popolazione forniscono una prima informazione sui consumi delle risorse associati ai diversi strumenti di pagamento. La dimensione

relativa di costo riflette il diverso utilizzo dei vari strumenti legato alle abitudini di pagamento, oltre che l'efficienza relativa dei diversi strumenti. Data la difficoltà di condurre misurazioni oggettive, non sono stati inclusi nell'analisi i cd. costi di "front office" connessi con il mero tempo di esecuzione del pagamento presso il punto vendita¹¹, così come sono stati esclusi i costi interni alle famiglie connessi con i tempi di ricerca dello sportello bancario o dell'ATM.

Dal confronto internazionale si evince che nei paesi (come l'Italia) dove è maggiore l'incidenza del contante negli acquisti (percentuale di operazioni), il costo sociale complessivo (in rapporto al PIL) dei servizi di pagamento tende a essere più elevato.

Dall'indicatore riferito al PIL si desume che in Italia i costi del contante risultano 13 volte più elevati di quelli dei pagamenti con carte di debito e superiori di oltre 7 volte a quelli dei pagamenti con carte di credito. Gli stessi indicatori sono ridotti di oltre il 70 per cento nel caso di paesi come la Danimarca e la Svezia nei quali le analisi più recenti evidenziano un drastico spostamento verso le carte di pagamento negli acquisti al dettaglio.

3.2 I costi sociali degli strumenti di pagamento

Il confronto dell'efficienza relativa dei diversi strumenti di pagamento si concentra sui due indicatori di costo medio - per singola operazione di pagamento e in percentuale dell'importo regolato con ciascuno strumento - sopra analizzati per i costi sociali. L'analisi dei due indicatori mostra tipicamente risultati assai diversi quale riflesso delle tipologie di scambi sottostanti.

In particolare, i risultati in termini di costi per operazione evidenziano il minor costo associato al contante (0,33 euro) rispetto a quello delle carte di debito (0,74 euro) e di credito (1,91 euro) (tav. 9). L'indicatore riferito al valore medio delle operazioni rivela che il contante e le carte di credito sono gli strumenti più costosi. Le componenti di costo sociale (che per il contante sono comunque sottostimate) sono tuttavia differenti: nel caso del contante sono connesse alla produzione, distribuzione e sicurezza; in quello delle carte di credito scaturiscono dalle caratteristiche del prodotto che, oltre alla funzionalità di pagamento con elevati oneri per la sicurezza e l'adesione ai circuiti internazionali, presenta una intrinseca funzione creditizia (con oneri impliciti legati essenzialmente all'*interest free period* e alle perdite da insolvenza).

Con riferimento alle operazioni di pagamento con bonifici¹² e addebiti diretti automatizzati che, in linea di principio, possono essere considerati equivalenti per il consumatore, i diversi indicatori mostrano una maggiore efficienza del bonifico elettronico (*straight-to-processing*, STP) sia in termini di costo per transazione (0,82 euro) sia, soprattutto, in rapporto al valore delle operazioni effettuate (0,04 euro). L'assegno risulta

¹¹ Tali costi andrebbero calcolati moltiplicando il tempo medio misurato su ciascuna operazione (es. circa 15-20 secondi) per il numero totale di operazioni con un determinato strumento e, quindi, per il costo medio orario del lavoro presso il settore commerciale. I paesi che hanno incluso tale componente nelle relative indagini stimano tempi medi di 22 secondi per il contante e circa 30 per le carte (cfr. ECB, 2012, pag. 34).

¹² I bonifici tradizionali includono anche i bollettini postali.

Tav. 9 – Confronto sul costo sociale dei diversi strumenti in Italia e nei paesi europei

| Costo sociale dei servizi di pagamento | Contante | Carte di debito | Carte di credito | Assegni | Bonifici tradizionali | Bonifici STP |
|---|---------------|--------------------|---------------------|--------------|--------------------------|-----------------|
| Italia | | | | | | |
| € per operazione | € 0,33 | € 0,74 | € 1,91 | € 3,54 | € 2,21 | € 0,82 |
| in percentuale dell'importo (%) | 2,00 | 1,07 | 1,95 | 0,16 | 0,29 | 0,04 |
| in percentuale del PIL (%) | 0,52 | 0,04 | 0,07 | 0,07 | 0,11 | 0,02 |
| Media Paesi partecipanti allo studio europeo (ECB 2012) (*) (**) | | | | | | |
| € per operazione | € 0,42 (0,35) | € 0,7 (0,65) | € 2,39 (2,35) | € 3,55 (3,3) | € 0,42 | |
| in percentuale dell'importo (%) | 2,3 (1,89) | 1,4 (1,29) | 3,4 (3,34) | 0,2 (0,19) | 0,20 | |
| in percentuale del PIL (%) | 0,49 (0,4) | 0,1 (0,09) | 0,09 (0,09) | 0,03 (0,03) | 0,13 | |

(*) - in parentesi i valori europei al netto dei costi di "front-office" (nostre elaborazioni);

(**) - i valori europei sui bonifici non sono distinti in base al canale tecnologico.

lo strumento di pagamento più oneroso con riferimento al costo unitario (3,5 euro) in relazione agli elevati oneri di trattamento e di sicurezza (incluse le frodi)¹³.

Il confronto degli indicatori riferiti al diverso canale di accesso all'operazione evidenzia i possibili guadagni di efficienza nel passaggio al canale telematico: il costo medio unitario dei bonifici tradizionali è di quasi tre volte superiore a quello STP, in relazione agli oneri di gestione che per i primi implicano attività con forti manualità¹⁴. Per il contante la forbice tra i costi del prelievo da ATM e di quello presso lo sportello tradizionale è anche più ampia: quest'ultimo, d'importo ben più elevato (di circa 5 volte) rispetto al primo, può arrivare a costare 7/8 volte più di un'operazione da ATM.

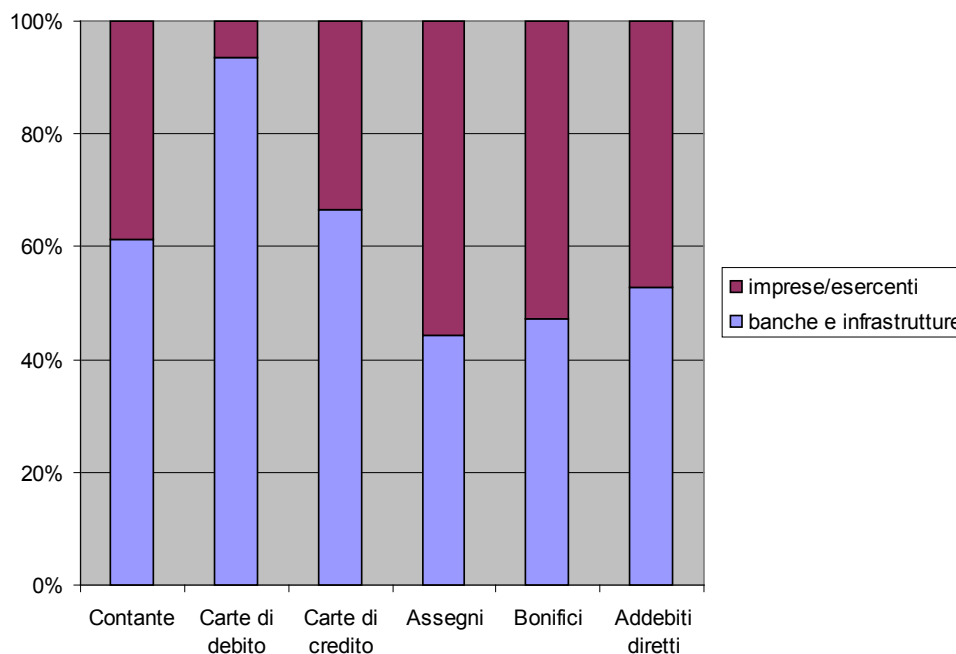
Il costo (unitario e in rapporto al valore della transazione) delle operazioni in contante in Italia è in linea con il valore medio europeo a fronte di un ricorso più elevato a tale mezzo di pagamento nel nostro Paese (83 per cento del totale dei pagamenti contro il 69 medio europeo)¹⁵. Il costo relativo della carta di debito (lo strumento succedaneo che risulta essere più efficiente) rispetto al contante in Italia appare sensibilmente più elevato per il non pieno dispiegarsi delle economie di scala in questo segmento (circa 15 operazioni l'anno con carte di debito per abitante in Italia a fronte di quasi 40 nella media dei paesi partecipanti all'indagine). Con riferimento alle carte di credito, al minor costo rilevato in Italia concorre la minore incidenza degli oneri legati alla componente creditizia, relativamente meno sviluppata nel nostro Paese. I costi dei bonifici e degli addebiti diretti sono più difficili da confrontare in quanto, in assenza del completamento del passaggio agli standard armonizzati in Europa nell'ambito della realizzazione dell'area unica dei pagamenti in euro (Single Euro Payment Area, SEPA) risentono di rilevanti specificità nazionali.

¹³ Con riferimento all'assegno il solo costo di produzione bancario è pari a 1,90 euro per operazione.

¹⁴ Tali risultati sono in linea con precedenti analisi (Humphrey et al. 2004; Cetif 2011).

¹⁵ Dati elaborati sulla base delle stime della BCE (ECB, 2012, pag. 23). Il dato per l'Italia differisce da quello richiamato in precedenza (90 per cento) perché quest'ultimo era riferito ai soli pagamenti presso il punto vendita.

Figura 7 – Ripartizione del costo sociale tra banche ed esercenti



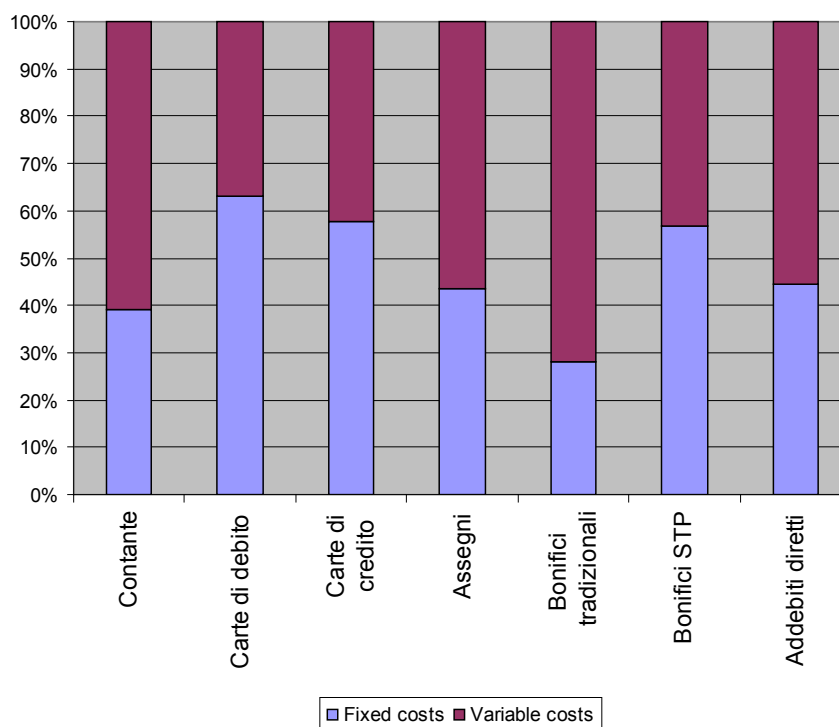
In Italia, per quanto concerne il contante e gli assegni, il settore commerciale (fig. 7) sostiene la maggior parte del costo sociale di sistema (circa il 55 per cento)¹⁶. Peraltro anche con riferimento agli strumenti elettronici, le imprese sostengono una quota rilevante (quasi 1/3) quale riflesso di costi interni per l'espletamento di procedure manuali di riconciliazione contabile soprattutto per i pagamenti remoti (es. bonifici).

Per i pagamenti elettronici, le cui fasi produttive si concentrano presso i prestatori di servizi di pagamento (banche e altri intermediari), la quota del costo complessivo sostenuto dal sistema bancario è dell'ordine dell'80 per cento.

L'analisi della ripartizione dei costi sociali sulla base della loro natura - ossia costi fissi o variabili - offre interessanti spunti di riflessione sulle possibili economie di scala associate ai processi produttivi sottostanti i diversi strumenti di pagamento. In particolare, dalla fig. 8 si può osservare, in linea con la teoria delle economie di rete associate ai network dei pagamenti, una incidenza prevalente dei costi fissi nel caso degli strumenti di pagamento a più elevata automazione (soprattutto nel caso delle carte di pagamento). Gli strumenti cartacei non automatizzati (contante, assegni, bonifici tradizionali), al contrario, presentano una preponderante incidenza dei costi variabili a fronte degli elevati oneri di gestione manuale anche presso le imprese. Tali oneri, peraltro, incidono in parte anche sui bonifici STP e sugli addebiti diretti anche se i relativi costi sono assai più contenuti.

¹⁶ Il resto (45 per cento) è imputabile alle banche. Nell'analisi non sono compresi i costi interni sostenuti dai consumatori (es. tempi di ricerca dei punti di accesso al sistema dei pagamenti, furti e smarrimenti).

Figura 8 – Costo sociale complessivo ripartito per costi fissi e variabili



4 I costi privati di produzione e utilizzo dei servizi di pagamento

Le informazioni raccolte attraverso l'indagine consentono di valutare l'efficienza dei servizi di pagamento con riferimento anche al "costo privato" per categoria di operatore: per le imprese commerciali, per esempio, ai costi (interni) sostenuti per l'accettazione e la gestione dei diversi servizi di pagamento si aggiungono quelli (esterni) relativi alle commissioni versate ai rispettivi fornitori di servizi (banche e poste).

Il ciclo del pagamento comprende le diverse fasi necessarie a trasferire moneta, ognuna delle quali assorbe risorse produttive. L'efficienza complessiva del sistema dipende dal comportamento dei diversi attori coinvolti nelle singole fasi del processo¹⁷.

¹⁷ Nel concetto di efficienza rientrerebbero i costi monetari del servizio ma anche i tempi di perfezionamento dello stesso (cd. *float mechanism*). Tuttavia, nella presente indagine i "tempi" di esecuzione non sono esplicitamente considerati. Ciò al fine di concentrare l'analisi sugli aspetti prettamente "industriali" dell'offerta dei servizi e non "inquinare" i risultati attraverso considerazioni che richiedono una serie di ipotesi discrezionali circa: la scelta del tasso di interesse da applicare (es. tasso debitore o tasso creditore) nel calcolo del costo-opportunità, il lasso temporale da considerare (ad esempio, includere o meno i tempi di ricerca del servizio di pagamento), la quantificazione del beneficio netto a favore di chi avrebbe un vantaggio, anziché un costo, nel dilazionare il tempo di pagamento (es. debitore), etc.. Inoltre, il nuovo quadro normativo europeo impone tempi di esecuzione dei pagamenti non superiori, a regime, al giorno successivo alla data dell'operazione. In prospettiva, quindi, il "float mechanism" inciderà sempre meno nella scelta relativa degli strumenti.

4.1 I costi di accettazione degli esercenti

4.1.1 I livelli di costo

Il costo del contante sostenuto dagli esercenti è stimabile nell'ordine di 4 miliardi di euro e nello 0,28 per cento circa del PIL. Dalla tavola 10 emerge che mentre il costo per singola transazione farebbe apparire il contante come lo strumento di pagamento più economico per l'esercente, il confronto in percentuale del valore delle transazioni (e dunque in rapporto al fatturato dell'impresa) ne rivela invece un livello elevato (1,07 per cento) secondo solo alle carte di credito (1,73 per cento) e doppio di quello delle carte di debito (0,54 per cento), che del contante sono il più immediato sostituto.

Tav. 10 – Confronto tra costi privati di accettazione presso l'esercente

| Costo privato lato Esercente/Impresa (incl. commissioni bancarie) | Contante | Carte di debito | Carte di credito | Assegni | Bonifici tradiz. | Bonifici STP | Addebiti diretti |
|---|----------|-----------------|------------------|---------|------------------|--------------|------------------|
| per operazione | € 0.18 | € 0.37 | € 1.69 | € 1.88 | € 0.82 | € 0.56 | € 1.00 |
| in percentuale del valore transato | 1.07% | 0.54% | 1.73% | 0.09% | 0.11% | 0.03% | 0.21% |

Con riferimento al costo dei pagamenti tipici per l'attività "in remoto" e/o di maggiore importo, l'assegno, che presenta costi unitari per transazione elevati (1,88 euro), risulta competitivo in rapporto ai valori transati.

Per quanto riguarda i bonifici tradizionali, il maggior onere associato alla gestione della materialità produce un differenziale di costo meno rilevante di quello osservato nell'analisi del costo sociale. I confronti tra i costi per l'esercente degli incassi tramite bonifico e tramite addebito diretto non sono del tutto omogenei in ragione delle diverse strutture tariffarie. Nel caso del bonifico, infatti, le banche tariffano il soggetto pagatore (il consumatore, escluso dall'indagine, e non gli esercenti); nel caso dell'addebito diretto, invece, il costo del servizio è in gran parte traslato sul soggetto ricevente (l'esercente nel nostro caso).

4.1.2 La struttura dei costi di accettazione

L'analisi della struttura dei costi consente di individuare le componenti che assorbono più risorse nella fase di accettazione dello strumento di pagamento (tav. 11).

Nel caso del contante e degli assegni le principali componenti di costo sono quelle legate alla fase cd. di "back office" quali, in particolare, gli oneri associati alla gestione dei rischi operativi e di sicurezza (frodi, furti e ammanchi), al tempo di lavoro necessario per la gestione manuale dello strumento presso le casse e il punto vendita, insieme agli oneri di ammortamento e di manutenzione dei registratori di cassa. Inoltre, una quota consistente di oneri (circa ¼) è attribuibile al trasporto e allo "stoccaggio" dei valori. Non appaiono invece rilevanti gli oneri commissionali espliciti applicati dalle banche su questi due strumenti e, in particolare, per il contante, la cui incidenza rispetto al costo privato dell'esercente non eccede il 10 per cento.

Con riferimento agli strumenti automatizzati, le commissioni bancarie e postali rappresentano la componente principale per le carte di pagamento (circa 80 – 90 per cento) a fronte di minori oneri gestionali interni grazie al contestuale regolamento al momento dell'emissione della ricevuta o scontrino fiscale. Nel caso dei bonifici e degli addebiti preautorizzati i 3/4 dei costi sono rappresentati da oneri interni di back office e di telecomunicazione (escluse le commissioni bancarie) legati alle fasi operative, che continuano a essere caratterizzate da onerose procedure manuali connesse con la gestione della contabilità, fatturazione, riconciliazioni, recupero crediti, etc.

Tav. 11 – Struttura dei costi di accettazione strumenti di pagamento
(valori percentuali)

| Esercenti / Imprese | Contante | Assegni | Carte di debito | Carte di Credito | Bonifici | Addebiti |
|---|----------|---------|-----------------|------------------|----------|----------|
| Back office | 46,0% | 70,8% | 81,2% | 83,5% | 75,6% | 84,8% |
| Deposito, stoccaggio e trasporto | 19,8% | 25,3% | – | – | – | – |
| Telecomunicazioni e terminali di accettazione | 34,1% | 3,9% | 18,8% | 16,3% | 24,4% | 15,2% |

Note: totali per colonna pari a 100%.

4.2 I costi privati di offerta (banche e infrastrutture)

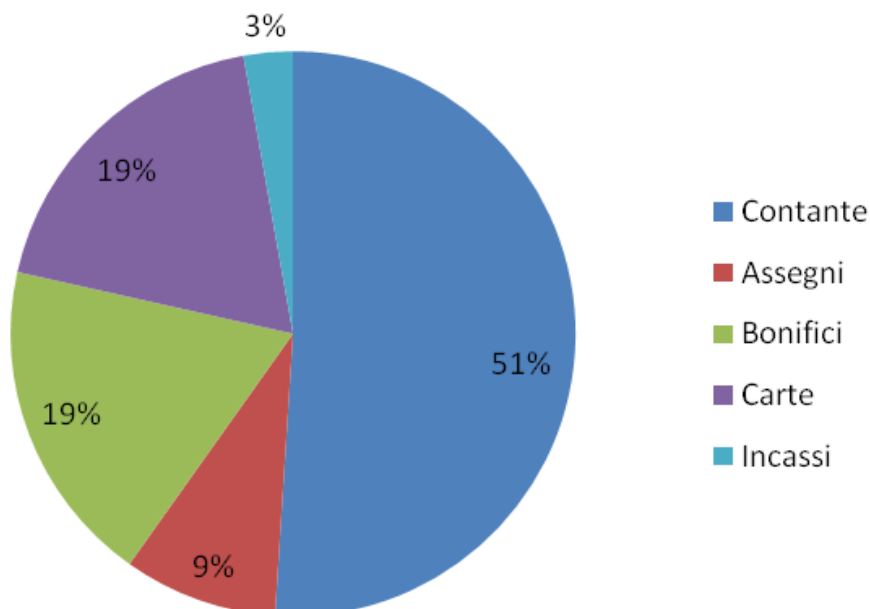
4.2.1 I livelli di costo

Si stima che i costi di offerta dei servizi di pagamento al dettaglio del sistema bancario e postale superino i 7 miliardi di euro su base annua, pari a circa il 15 per cento dei costi operativi totali. Come già illustrato nella nota alla fig. 4, in questo caso l'indagine fa riferimento indistintamente ai costi di tutta la clientela retail a prescindere dal settore di attività economica (imprese, famiglie, pubblica amministrazione). Il solo contante costa 3,7 miliardi di euro e rappresenta il 51 per cento del costo complessivo di offerta di tutti i servizi di pagamento. I bonifici tradizionali (che nella figura 9 incidono per circa il 15 per cento e sono compresi nel segmento "bonifici" insieme a quelli STP) e gli assegni drenano risorse per un ulteriore 24 per cento, a conferma che la bassa automazione dei processi rappresenta un forte ostacolo al conseguimento dei guadagni di efficienza.

Il confronto tra i costi unitari di offerta dei servizi di pagamento (fig. 10) mostra che il contante e l'assegno sono gli strumenti più costosi, soprattutto a causa dei rilevanti oneri di gestione e movimentazione del supporto cartaceo. Nel caso del contante, il costo unitario 18 è stato commisurato rispetto all'importo del prelievo medio presso ATM (200 euro circa) e da sportello tradizionale (1.000 euro).

¹⁸ L'ammontare complessivo del costo del contante include tutta la movimentazione (prelievi e versamenti). Il valore medio di un'operazione di prelievo di contante (da ATM e da OTC) è di circa 400 euro.

Fig. 9 – Costi bancari servizi di pagamento.



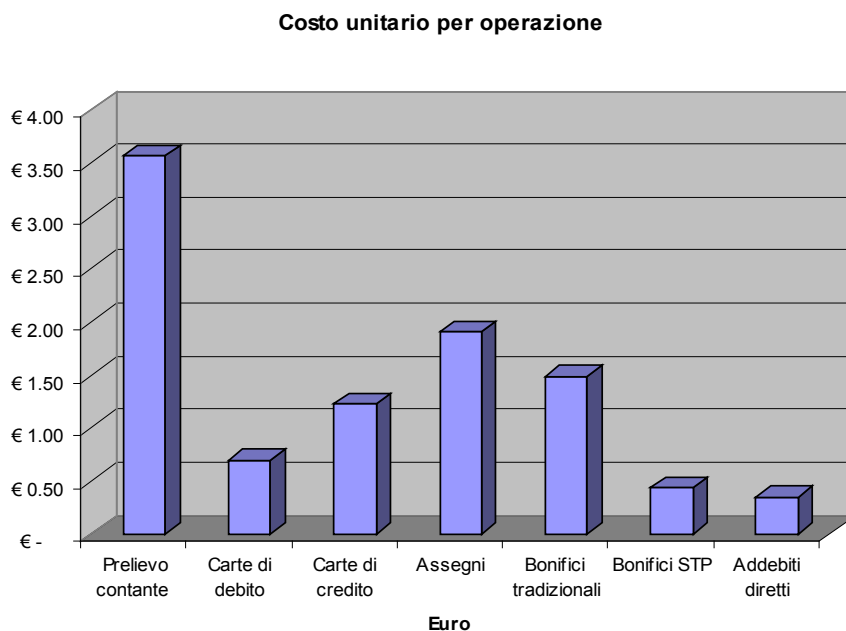
La carta di debito è lo strumento meno costoso per le banche; seguono gli addebiti preautorizzati e i bonifici. Particolarmente rilevante appare l'incidenza dei costi dei bonifici tradizionali rispetto a quelli elettronici (quasi 4 volte), quale riflesso dei maggiori oneri legati alla gestione delle materialità¹⁹. Tali risultati confermano la rilevanza delle iniziative connesse con il passaggio agli standard SEPA dei bonifici e degli addebiti pre autorizzati, strumenti a elevata efficienza di offerta per le intrinseche caratteristiche di automazione di processo (nell'ottica STP). Per tali strumenti va anche rilevato che i costi segnalati dalle banche nell'anno di avvio della rilevazione (2009) risentivano, e ancora risentono, degli oneri di gestione della doppia piattaforma per la contestuale offerta di servizi di pagamento domestici operativa fino alla completa migrazione agli standard SEPA fissata al febbraio del 2014 .

4.2.2 La struttura dei costi di produzione

Nella figura 11 è presentata l'incidenza delle fasi produttive aggregate in quattro macro aree: di emissione e distribuzione dello strumento, della movimentazione cartacea (nel caso del contante e assegni), dell'iniziazione, del processing e dello scambio e di

¹⁹ A risultati analoghi perviene una recente ricerca sui modelli di business dei servizi di pagamento presso le banche italiane condotta da Cetif (2011).

Fig. 10 – Costo unitario di offerta dei servizi di pagamento



attività operative (rendicontazione, amministrazione e controlli) nell'ambito delle quali sono considerati anche i costi della sicurezza.

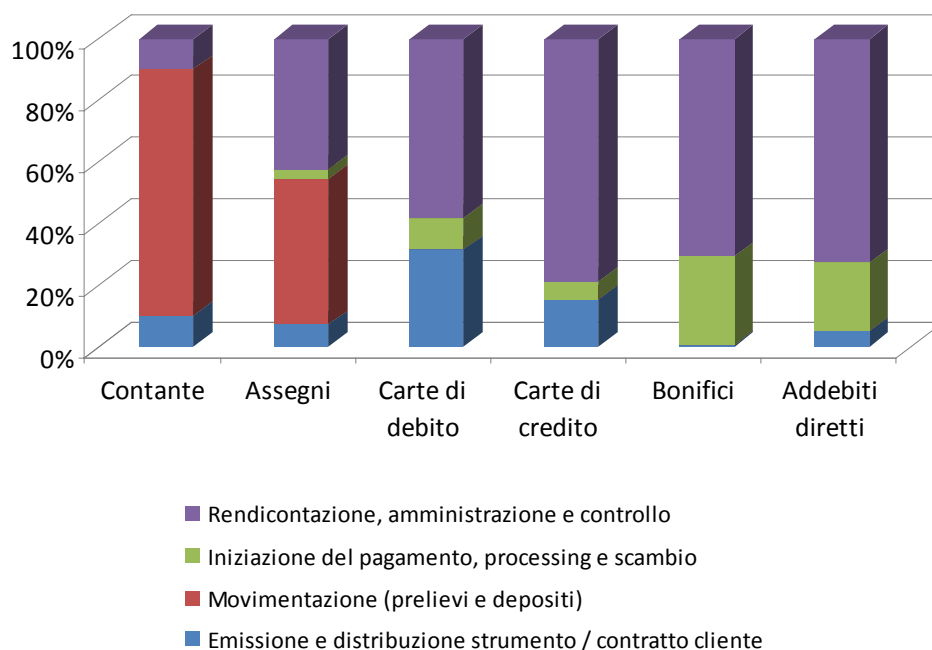
In Appendice, sono descritte le diverse fasi del ciclo del pagamento (per i diversi strumenti) considerate nell'indagine "banche" e la quota di rilevanza percentuale in termini di risorse assorbite (costi).

Nel caso del contante, la sola attività di distribuzione e movimentazione (versamento e prelievo) incide per oltre l'80 per cento del relativo costo totale. Con riferimento agli strumenti di pagamento elettronici, i costi di telecomunicazione, processing e clearing incidono appena per il 20 per cento dei costi totali, la rimanente parte riguarda le attività di emissione dello strumento, gestione della clientela, sicurezza, amministrazione e controllo.

L'analisi della redditività dei diversi strumenti di pagamento non rientra nel campo dell'indagine europea. Essa, peraltro, rappresenterebbe un obiettivo molto ambizioso considerata la complessità dell'organizzazione bancaria e la natura multi-prodotto che caratterizza la stessa offerta. Le informazioni contenute nelle risposte all'indagine presso i PSP forniscono, tuttavia, interessanti elementi per una prima valutazione del margine di contribuzione, espresso come differenza tra ricavi espliciti (commissioni) e costi imputabili a ciascuna operazione di pagamento. In particolare, per il contante e per gli assegni le commissioni applicate coprono una quota molto ridotta (circa il 10 per cento)²⁰ dei costi

²⁰ Per questi due strumenti di pagamento la componente tariffaria esplicita è marginale. Oltre ai ricavi espliciti vi sono quelli impliciti legati soprattutto al float e al meccanismo delle valute nonché gli altri proventi legati alla gestione del conto corrente non considerati nell'indagine.

Fig. 11 – Struttura dei costi bancari di offerta (% di composizione)



sostenuti per la loro offerta generando quindi una perdita netta molto significativa. Tale perdita per gli assegni è almeno in parte controbilanciata dai proventi impliciti da float mentre per il contante essa è in ampia misura sussidiata dai guadagni netti conseguiti sugli altri strumenti di pagamento.

Come sottolineato anche in letteratura (Van Hove, 2004), un sistema tariffario non ispirato al pieno recupero dei costi per singolo strumento è iniquo e inefficiente. Iniquo perché i costi non sono necessariamente trasferiti in modo trasparente su chi riceve gli effettivi benefici: è questo il caso di chi utilizzando molto gli strumenti di pagamento elettronici sussidia chi usa prevalentemente il contante. Inefficiente perché, in assenza di prezzi espliciti, la clientela non sceglie gli strumenti in base alla loro utilità (o loro valore aggiunto) bensì in funzione della loro “percepita” gratuità: è questo il motivo per il quale il processo di sostituzione del contante con strumenti innovativi può essere molto lento.

Riferimenti bibliografici

- BANCA D'ITALIA (2012), Relazione annuale sul 2011, Considerazioni Finali, Maggio.
- BANCO DE PORTUGAL (2007) "Retail Payment Instruments in Portugal: Costs and Benefits".
- BANQUE NATIONALE DE BELGIQUE (2005) "Coûts, avantages et inconvénients des différents moyens de paiement".
- BERGMAN, M., GUIBOURG, G., and B. SEGENDORF (2007) "The Costs of Paying – Private and Social Costs of Cash and Card Payments", Sveriges Riksbank Working Paper Series, No 212.
- BRITS, H. and C. WINDER (2005) "Payments are no free lunch", De Nederlandsche Bank Occasional Studies, Vol. 3, No 2.
- CARBO VALVERDE S., HUMPHREY D.B., and LOPEZ DEL PASO R. (2004), "Electronic Payments and ATMs: changing technology and cost efficiency in banking", paper presented at SUERF Colloquium, October 14-16, 2004, Madrid.
- CETIF (2011) "La valutazione economica e strategica del business dei pagamenti", Presentazione al convegno SIAEXPO, Centro di Ricerca su Tecnologie, Innovazione e servizi Finanziari (CeTIF) dell' Università Cattolica di Milano Università Cattolica del Sacro Cuore, 9 ottobre 2011.
- DANMARKS NATIONALBANK (2011) "Payment Costs in Denmark", December.
- EUROPEAN CENTRAL BANK (2012) "The Social and Private Costs of Retail Payment Instruments. A European Perspective", Occasional Paper n. 137, September
- GRESVIK, O. and G. ØWRE (2003) "Costs and Income in the Norwegian Payment System 2001. An application of the Activity Based Costing framework", Norges Bank Working Papers, No 2003/8.
- GRESVIK, O. and H. HAARE (2008) "Payment habits at point of sale", Norges Bank Staff Memo, No 6.
- HUMPHREY, D., WILLESSON, M., LINDBLOM, T. and G. BERGENDAHL (2003) "What Does it Cost to Make a Payment?", Review of Network Economics, Vol. 2, Issue 2, pp. 159–174.
- JANSSON, T. and B. SEGENDORF (2012), "The cost of Consumer Payments in Sweden", working paper series, Sveriges Riksbank..
- TAKALA, K. and VIREN, M. (2008) "Efficiency and costs of payments: some new evidence from Finland", Suomen Pankki – Finlands Bank Research Discussion Papers, No 11.
- TURJÁN, A., DIVÉKI, É., KESZY-HARMATH, É., KÓCZÁN, G. and K. TAKÁCS (2011) "Nothing is Free: A Survey of the Social Costs of the Main Payment Instruments in Hungary", MNB Occasional Papers 93.
- VAN HOVE, L. (2004) "Cost-based Pricing of Payment Instruments: The State of the Debate", De Economist, Vol. 152, no. 1, pp. 79-100.

Appendice

Riquadro 1 – Note metodologiche all'indagine sugli esercenti commerciali in Italia

Nei mesi tra aprile e ottobre del 2010 è stata condotta l'indagine ad hoc presso gli esercenti commerciali sui costi di accettazione degli strumenti di pagamento, attraverso questionari e interviste somministrati dai ricercatori dei Nuclei di Ricerca Regionali. L'universo di riferimento dell'indagine è costituito infatti inizialmente da circa 47,000 imprese di servizi che nel 2009 presentavano un bilancio di esercizio con fatturato superiore ai 2 milioni di euro (fonte: ASIA-Istat) o con più di 10 dipendenti. Sono state escluse dalla rilevazione le imprese appartenenti ai settori dell'intermediazione monetaria e finanziaria, il settore manifatturiero, gli organismi extraterritoriali e, per i servizi, il commercio all'ingrosso.

La stratificazione adottata nella definizione del disegno campionario ha tenuto conto di due variabili di classificazione: 1) settore di attività economica (per le imprese dei servizi: imprese del commercio al dettaglio, trasporti e telecomunicazioni, ricerca e sviluppo e informatica, altre imprese); 2) classe dimensione (fatturato).

La rilevazione condotta a livello regionale sull'intero territorio nazionale si è basata su un campione di 500 imprese di servizi. Delle 500 imprese dei servizi intervistate, 334 imprese – la cui distribuzione ricalca sostanzialmente quella dell'intero campione delle imprese dei servizi – sono state contattate con esito positivo. Inoltre, al fine di estendere la rappresentatività del campione alle imprese di minore dimensione (con fatturato inferiore ai 2 milioni di euro o con meno di 10 dipendenti) nonché alle grandi catene commerciali (GDO), sono state realizzate ulteriori 42 interviste aggregate per gruppi omogenei di operatori¹ attraverso la collaborazione di associazioni di categoria (Confcommercio e Confesercenti). Nel complesso, a fronte di 376 interviste con esito positivo sono considerati oltre 2400 negozi (o punti vendita affiliati) sul territorio nazionale per un fatturato dichiarato totale pari a circa l'1 per cento del valore della produzione nazionale. Se consideriamo anche le imprese di minore dimensione, l'universo di riferimento è più ampio rispetto a quello iniziale di 47 mila unità ed è costituito da circa 1,7 milioni di aziende di servizi operanti nei settori di interesse. L'universo di riferimento per la rappresentatività del campione è comunque tratto dalla banca dati sulle imprese italiane "ASIA" gestita da Istat.

In termini di numerosità delle imprese (e di negozi affiliati), di fatturato e di addetti, la percentuale di composizione per settore di attività economica delle aziende intervistate appare sostanzialmente in linea con l'intero universo campionario (tav. a1). Sotto il profilo della classificazione economica, le imprese operanti nel commercio al dettaglio e nella ristorazione rappresentano circa il 60 per cento delle imprese intervistate, le aziende di trasporto e comunicazioni e quelle operanti nel comparto "altre imprese dei servizi" sono il residuo 40 per cento.

Per ottenere i valori di sistema dei costi complessivi, il dato campionario è estrapolato a "popolazione" tenendo conto dell'incidenza del fatturato dichiarato rispetto al valore della produzione nazionale (fonte Istat) per ciascuno dei tre macro-strati con-

¹ L'aggregazione è stata condotta dalle associazioni di categoria data anche l'esigenza di garantire l'anonimato dei propri associati.

siderati (commercio al dettaglio, trasporti, altro). I tre macro-settori sono stati definiti al fine di ridurre le distorsioni derivanti dalla variabilità campionaria e dalla minore granularità del campione per quanto riguarda i valori riferiti ai domini più ristretti. Inoltre, sono state condotte verifiche di robustezza del procedimento di estrapolazione e della rappresentatività campionaria tenendo conto anche del numero complessivo di pagamenti intermediati dal commercio al dettaglio per settore di attività economica attraverso le informazioni contenute nelle segnalazioni delle banche e degli altri intermediari finanziari alla Banca d'Italia (cd. "matrice dei conti", sezione Servizi di Pagamento).

Si impongono comunque le consuete cautele nell'interpretare il dato campionario per l'intero sistema.

Tav. a1 – Campione Esercenti – Struttura del campione

| Settori merceologici | Campione | | | | Popolazione di riferimento | | | |
|--|-------------------------|-----------------------------|---------------|-------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------|-------------------|
| | numero aziende (negozi) | Percentuale di composizione | Fatturato (%) | N. dipendenti (%) | numero aziende (negozi) | Percentuale di composizione | Fatturato (%) | N. dipendenti (%) |
| commercio al dettaglio: supermercato | 214 (1702) | 58% (71%) | 59% | 55% | 1.184.140 | 67% | 62% | 51% |
| commercio al dettaglio: prodotti alimentari, bevande e tabacco | | | | | | | | |
| commercio al dettaglio: moda / abbigliamento | | | | | | | | |
| commercio al dettaglio: medicina e personale di assistenza | | | | | | | | |
| commercio al dettaglio: arredamento e costruzione | | | | | | | | |
| commercio al dettaglio: negozi specializzati | | | | | | | | |
| commercio al dettaglio: altri | | | | | | | | |
| carburanti e stazioni di rifornimento | | | | | | | | |
| trasporti | | | | | | | | |
| alberghi e ristoranti | | | | | | | | |
| trasporti | 75 | 19% | 24% | 36% | 276.016 | 16% | 25% | 29% |
| carburanti e stazioni di rifornimento | (344) | (14%) | | | | | | |
| telecomunicazioni | 87 (359) | 23% (15%) | 17% | 9% | 298.179 | 17% | 13% | 20% |
| arte, spettacoli e tempo libero | | | | | | | | |
| utilities, ad esempio elettricità, gas, telefono,... | | | | | | | | |
| altri fornitori di servizi (es. servizi professionali) | | | | | | | | |
| Totale | 376 (2405) | 100% | 100% | 100% | 1.758.335 | 100% | 100% | 100% |

continua

segue

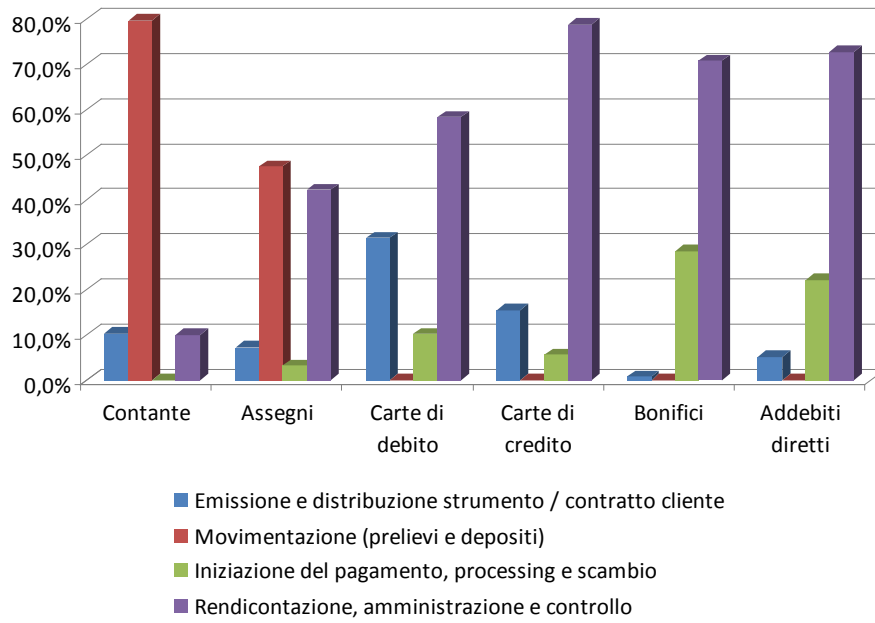
| Dipendenti: classi | N. medio dipendenti per azienda: 84.9 | | N. medio dipendenti per azienda: 82.6 |
|-----------------------|--|--|---|
| | numero aziende (negozi) | Campione: composizione percentuale | Popolazione di riferimento: composizione percentuale |
| 1 | | | |
| 2 - 4 | 123 (1062) | 32% (44%) | 39% |
| 5 - 9 | | | |
| 9 - 19 | 82 (614) | 22% (26%) | 23% |
| 20 - 49 | 83 (493) | 22% (20%) | 17% |
| 49 - 99 | 35 (115) | 9% (5%) | 9% |
| 100 -249 | | | |
| > 259 | 53 (122) | 14% (5%) | 12% |
| Totale | 376 (2405) | 100% | 100% |

| | Mediana | Media |
|--|---------|-------|
| Costo medio orario del lavoro in un anno (campione) | 15,41 | 17,77 |

Tav. a.2 – Campione esercenti, ripartizione costo privato per linee di attività

| Esercenti / Imprese | contante | assegni | carte di debito | carte di credito | bonifici | addebiti diretti |
|---|----------|---------|-----------------|------------------|----------|------------------|
| Back office | 46,0% | 70,8% | 81,2% | 83,5% | 75,6% | 84,8% |
| Deposito, stoccaggio e trasporto | 19,8% | 25,3% | , | , | , | , |
| Telecomunicazioni e terminali di accettazione | 34,1% | 3,9% | 18,8% | 16,5% | 24,4% | 15,2% |
| Totale | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| di cui: rischio operativo / frodi | 20,5% | 45,6% | 0,0% | 0,9% | 14,4% | 5,0% |

Fig. a1 – Campione esercenti, Costi in % per macro-attività



Tav a.3 – Stima delle transazioni in contante (metodi)

Procedura di stima delle transazioni in contante (numero)

1) Metodo "prelievi di contante" (*) e indagine "esercenti"(**)

| | |
|---|-----------|
| Ammontare complessivo dei prelievi da ATM e sportello trad (mln di euro) | € 405.000 |
| con valore medio (**) di acquisto in contante (21,29 Eur): number transazioni (mln unità) | 19.023 |
| con valore mediano (**) di acquisto in contante (16,73 Eur): num. operazioni (mln unità) | 24.208 |

2) Metodo "consumi delle famiglie" (***)

| | |
|---|-----------|
| Consumi totali annui delle famiglie (mln di euro) | € 905.390 |
| Spesa annuale in contante delle famiglie (Indagine Famiglie, Banca d'Italia) (mln di euro) | € 398.370 |
| con valore medio (**) di acquisto in contante (21,29 Eur): number transazioni (mln unità) | 18.712 |
| con valore mediano (**) di acquisto in contante (16,73 Eur): num. operazioni (mln unità) | 23.812 |

| | |
|--|------------|
| % N. pagamenti in contanti sul totale pagamenti 2009 | 85,2-87,9% |
|--|------------|

| | |
|--|------------|
| % N. Pagamenti in contante delle famiglie 2009 | 88,9-91,1% |
|--|------------|

(*) - fonte: Banca d'Italia, segnalazioni statistiche degli intermediari 2009.

(**) - fonte: Banca d'Italia, Indagine sul costo degli strumenti di pagamento presso gli esercenti 2009.

(***) - fonte: Banca d'Italia, Indagine sui bilanci delle famiglie 2008.

Tav. a4 – Strumenti di pagamento nel confronto internazionale:
percentuali di operazioni con i diversi strumenti sul totale pagamenti

| | contante | assegni | carte | bonifici | addebiti diretti | altro |
|--------|----------|---------|-------|----------|------------------|-------|
| Italia | 82,7 | 1,3 | 6,4 | 5,2 | 2,5 | 1,9 |
| EU27 | 66,6 | 1,9 | 13,2 | 9,2 | 8,5 | 0,6 |

Note: i totali per riga sono pari a 100%.
Fonte: EBC, Banca d'Italia

Tav. a5 – Campione Banche
 Linee di attività e incidenza percentuale dei costi per strumento

| Contante | |
|--|------------------------------|
| Attività | % quota su tot. costi |
| 1. Raccolta e trasporto | 10,3 |
| 2. Prelievo, di cui: | 38,4 |
| da ATM | 3,8 |
| da sportello tradizionale | 34,6 |
| 3. Deposito, di cui: | 41,3 |
| Presso sportello tradizionale | 40,9 |
| Presso casse automatiche | 0,5 |
| 4. Oneri aggiuntivi di custodia e gestione manuale | 1,3 |
| 5. Gestione e monitoraggio delle attività | 8,4 |
| 6. Altro | 0,2 |
| Totale | 100,0 |

continua

segue

| Assegni | |
|---|------------------------------|
| Attività | % quota su tot. costi |
| 1. Raccolta e trasporto | 5,3 |
| 2. Deposito | 47,3 |
| 3. Custodia | 1,0 |
| 4. Produzione | 2,0 |
| 5. Richiesta | 0,0 |
| 6. Emissione e consegna | 0,7 |
| 7. Presentazione in stanza/compens. | 1,4 |
| 8. Restituzione | 0,7 |
| 9. Gestione assegni post-datati | 0,0 |
| 10. Immagine assegni | 0,5 |
| 11. Crediti scaduti | 0,6 |
| 12. Lista dei clienti rischiosi | 0,2 |
| 13. Gestione e monitoraggio delle attività | 22,9 |
| 14. Servizi e gestione cliente/ customer services | 0,9 |
| 15. Altro | 16,5 |
| Totale | 100,0 |

continua

segue

Carta di debito

| Attività | % quota su tot. costi |
|---|------------------------------|
| 1. Acquisizione clienti / convenzioni esercente (acquiring) | 6,3 |
| 2. Emissione carta / issuing | 25,2 |
| 3. Processing (autorizzazione) | 6,1 |
| 4. Processing (regolamento) | 4,1 |
| 5. Controllo frodi | 3,7 |
| 6. Oneri titolare | 0,1 |
| 7. Licenza (VISA/MasterCard/Amex) | 0,7 |
| 8. Gestione clientela / customer services | 4,2 |
| 9. Gestione e monitoraggio delle attività | 1,2 |
| 10. Pubblicità e marketing | 1,8 |
| 11. Accettazione carta (acquiring) | 10,5 |
| Totale | 100,0 |

continua

segue

| Carta di credito | |
|--|------------------------------|
| Attività | % quota su tot. costi |
| 1. Acquisizione clienti, credit scoring, convenzioni esercente (acquiring) | 4,7 |
| 2. Emissione carta (issuing) | 10,8 |
| 3. Processing (autorizzativo) | 5,1 |
| 4. Processing (regolamento) | 0,6 |
| 5. Emissione estratto conto | 4,5 |
| 6. Controllo frodi | 2,8 |
| 7. Oneri titolare | 2,2 |
| 8. Licenze (VISA/MasterCard/American Express) | 5,9 |
| 9. Gestione clientela / customer services | 5,8 |
| 10. Gestione e monitoraggio delle attività | 5,5 |
| 11. Pubblicità e marketing | 1,6 |
| 12. Gestione acquisti POS | 34,3 |
| 13. Altre attività | 16,2 |
| Totale | 100,0 |

continua

segue

| Bonifico | |
|--|------------------------------|
| Attività | % quota su tot. costi |
| 1. Contratto di servizio | 0,7 |
| 2. Ordine di bonifico | 15,9 |
| 3. Processing (trasferimento) | 12,4 |
| 4. Storni e cancellazioni | 0,3 |
| 5. Prevenzione da frodi | 3,2 |
| 6. Procedure di archiviazione | 2,1 |
| 7. Controlli antiriciclaggio | 0,1 |
| 8. Servizi al cliente (customer services) | 1,1 |
| 9. Pubblicità e marketing | 0,2 |
| 10. Gestione e monitoraggio delle attività | 3,2 |
| 11. Altre attività di sportello | 60,7 |
| Totale | 100,0 |

continua

segue

| Addebito Diretto | |
|---|-----------------------|
| Attività | % quota su tot |
| 1. Contratto di servizio | 2,1 |
| 2. Autorizzazione di addebito diretto e movimentazione del conto (debitore e creditore) | 3,0 |
| 3. Procedure di archiviazione | 0,6 |
| 4. Procedure di raccolta e di elaborazione di pagamento: dal punto di vista del creditore dal punto di vista del debitore | 46,1 |
| 5. Analisi del merito di credito | 5,9 |
| 6. Customer services | 13,0 |
| 7. PUbblicità e marketing | 0,1 |
| 8. Gestione e monitoraggio delle attività | 1,0 |
| 9. Altro | 28,2 |
| Totale | 100,0 |

Campione "Banche"
Composizione costi per macro attività sui diversi strumenti di pagamento

Fig. a2

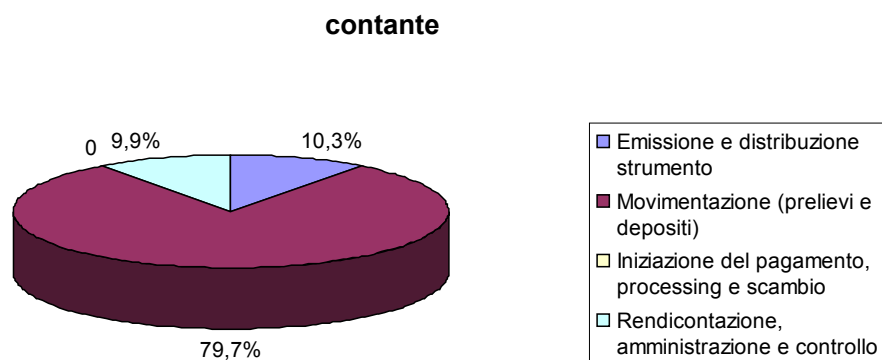


Fig. a3

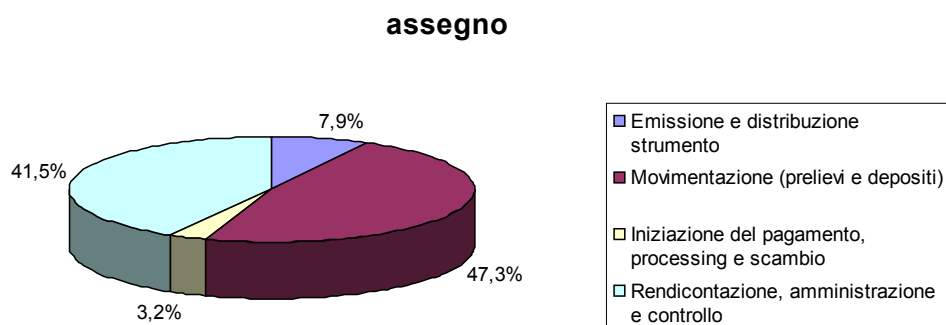


Fig. a4

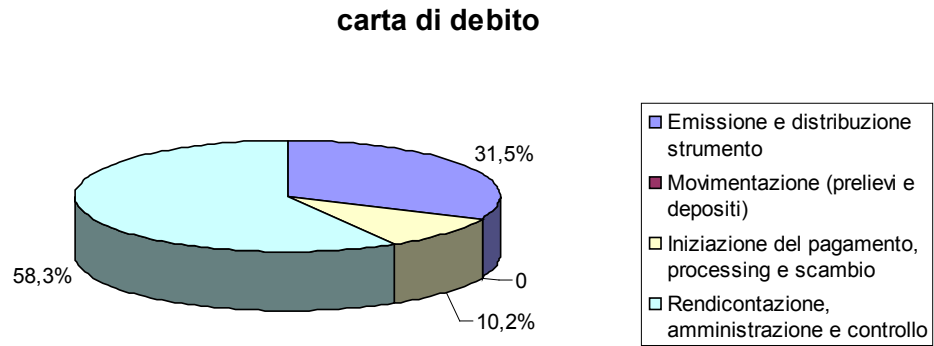


Fig. a5

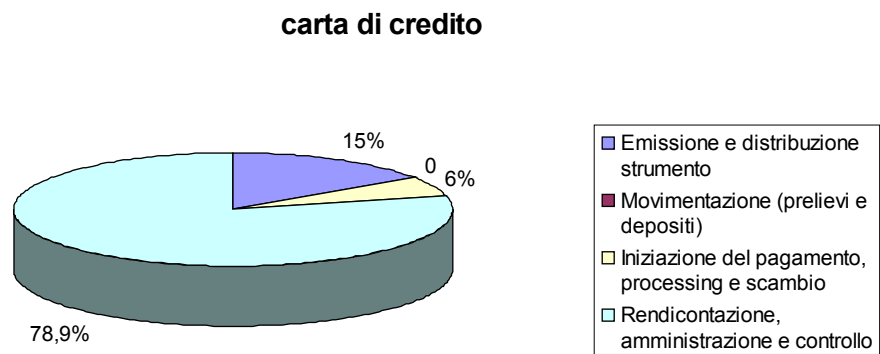


Fig. a6

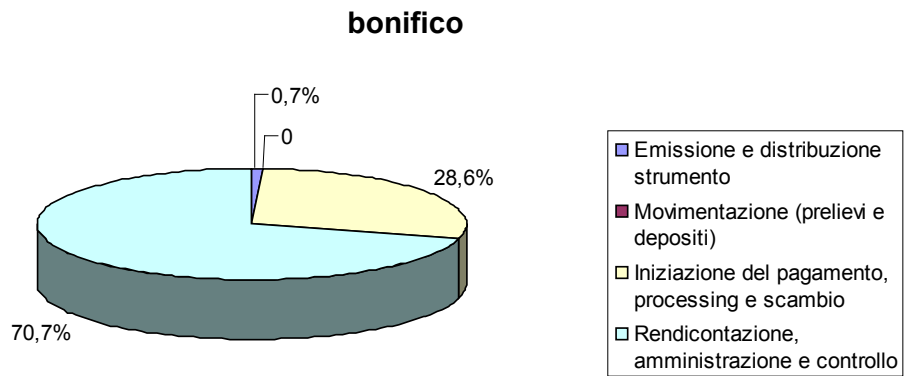
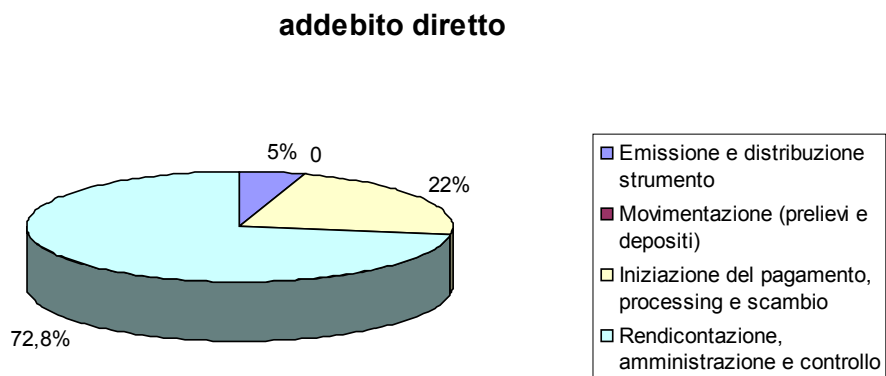


Fig. a7



*Stampato presso
la Divisione Editoria e stampa
della Banca d'Italia*