

Convegno ABI – Relazione Banca cliente retail

“Dimensione cliente 2010” Palazzo Altieri – 25 e 26 marzo 2010

Dott. Giovanni Calabrò

Premessa

Se nel quinquennio passato le prospettive del mondo bancario sembravano tutte orientate allo sviluppo delle attività per la clientela business e soprattutto degli strumenti finanziari più innovativi (per tutti si pensi all’evoluzione dell’investment banking), questi ultimi anni (nel 2009 in particolare) – anche ma non solo – a causa della crisi economica/finanziaria hanno invece spostato l’attenzione verso l’area retail.

Le aspettative di una banca sempre meno legata al consumatore finale e sempre più impresa/centrica, sempre più orientata alla “finanza”, si sono rivelate completamente errate.

Vuoi per la realtà industriale italiana, ancora ancorata al mondo delle PMI poco propense ad operazioni di investment banking, vuoi per la propensione al risparmio e al rapporto con la banca del correntista italiano, sempre più è l’attività retail a rivelarsi “zoccolo duro” fondamentale per la solidità, stabilità e propensione a competere nel mondo bancario.

Per tale ragione, dopo aver fatto un breve cenno ai dati che provano la centralità dell’attività retail, affronterò i temi dei prodotti bancari e la loro evoluzione per il consumatore finale e ciò sia in termini di costi sia in termini di contenuto (informativo e di servizi sottostanti).

Sarà così possibile evidenziare la realtà del contesto competitivo in Italia, come la stessa regolamentazione abbia affiancato la spinta competitiva (la riforma della disciplina secondaria sui servizi bancari) e, infine, cosa ci si può attendere nel medio termine.

1. L’attività retail: sua importanza nel settore bancario

La centralità del settore *retail*, inteso come il complesso di servizi erogati nel rapporto banca/cliente finale, appare evidente osservando l’evoluzione che ha caratterizzato, negli anni 2008-2009, l’insieme di queste attività.

Le analisi più recenti¹, su un campione altamente rappresentativo di banche (circa 140 istituti di credito a livello mondiale), mostrano che nel 2008 le attività retail hanno rappresentato il 55% del giro d’affari delle banche, a livello complessivo, rispetto al 45% circa nel 2006. Una evoluzione che, dai dati più recenti in via di definizione, sembra trovare conferma anche nel 2009 visto che la crisi dei

¹ Cfr. Boston Consulting Group - “Retail Banking: winning strategies and business models revisiting” 2009-10.

mercati finanziari ha comportato certamente una contrazione delle attività rivolte alla clientela business e di tutto il mondo connesso all'investment banking.

Infatti, osservando i dati al novembre 2009, la raccolta da famiglie risulta essere una delle leve principali di approvvigionamento del sistema creditizio bancario raggiungendo (insieme a quelle delle imprese non finanziarie) il 25-30% del portafoglio crediti. In particolare, proprio i depositi della clientela retail sono stata la fonte di sostegno della raccolta (+ 4,4% nel mese di ottobre 2009) rispetto ad una contrazione dal mondo imprese (- 1,6%%); ciò a fronte di una situazione esattamente opposta negli anni precedenti.

Ciò spiega le ultime stime da fonte Mediobanca, secondo le quali le previsioni di aumento del costo del denaro nella seconda metà del presente anno farà sì che nel 2010 il retail bancario (considerando insieme anche i mutui e il credito al consumo) genererà circa il 50% in media dei ricavi del settore bancario, il 40% dei profitti operativi e il 45% degli utili.

L'importanza dell'attività retail emerge ulteriormente se si osserva che, sempre nel 2010, le previsioni (fonte ABI) inducono a ritenere che i finanziamenti alle imprese avranno ancora una dinamica poco sostenuta (dopo il dato negativo del 2009): - 1,1% nel 2009 e + 2,6% nel 2010.

In sintesi, le banche punteranno necessariamente anche per quest'anno sull'area *retail* come attività leva dei propri bilanci. E' pertanto necessario fare qualche riflessione, in un'ottica concorrenziale, sui servizi bancari ai clienti retail dato che saranno lo strumento ancora fondamentale del settore e sul quale, ci si augura, spingere il confronto competitivo tra gli operatori; ciò anche con nuovi strumenti.

2. L'evoluzione della spesa di alcuni servizi bancari

Se centrale è l'attività retail è allora indispensabile fare una analisi di come sono evoluti i prezzi/costi dei servizi bancari, in particolare del prodotto base – il conto corrente bancario – e cosa se ne deduce in termini concorrenziali.

Sul punto, ricordo che l'Autorità ha condotto un'indagine, conclusa nel 2007 (IC 32), avente un obiettivo duplice: da un lato analizzare la struttura e i costi connessi alla tenuta e movimentazione dei conti correnti bancari al fine di comprendere le politiche commerciali seguite dalle banche e la capacità di scelta da parte del consumatore finale; dall'altro, valutare, alla luce dei dati emersi sulla spesa a carico del consumatore finale connessa al rapporto con la banca, quali siano gli ostacoli alla concorrenza nel settore bancario, essendo quest'ultimo ancora lontano da un contesto realmente competitivo.

L'analisi è stata condotta con un campione sulla base delle risposte ad un questionario, fornite da circa 70 banche operanti sul territorio nazionale, con copertura del 68% degli sportelli bancari. Si tratta di un campione di ampiezza e struttura tali da assicurare un'adeguata rappresentatività delle banche a livello nazionale e che rende l'indagine dell'Autorità molto diversa rispetto a quella condotta successivamente dalla Commissione Europea. A ciò si aggiunga, da un lato, che la Commissione ha perseguito un obiettivo di analisi di struttura dei mercati bancari piuttosto che di approfondimento delle politiche commerciali condotte dalle banche; dall'altro, che la Commissione ha considerato non tanto le peculiarità dei

conti correnti bancari per il consumatore finale retail, quanto i conti correnti e i finanziamenti alle PMI, nonché le carte di credito e di debito ed in generale i sistemi di pagamento. L'indagine dell'Autorità ha invece centrato l'attenzione sulle politiche commerciali delle banche: l'analisi delle diverse tipologie di conto, i prezzi dei vari servizi offerti, la comparazione tra differenti modalità di offerta (pacchetto e non) e tra i diversi profili di correntista.

In dettaglio, dall'indagine dell'Autorità è emersa una diffusa tendenza delle banche a perseguire una politica commerciale sempre più orientata su offerte di conti correnti c.d. "a pacchetto", ossia conti a canone, apparentemente comprensivi della totalità delle spese e, a detta delle banche, economicamente vantaggiosi per il consumatore finale. L'analisi sui prezzi aveva portato alla luce dati di rilievo: risultava che in Italia non solo il costo medio di tenuta/movimentazione del conto corrente è molto alto (soprattutto se paragonato ai dati di altri principali paesi UE), ma era anche molto più elevato considerando la tipologia dei conti a canone. Si ricorda che la spesa totale annua media (ponderata) di sistema rilevata in Italia era pari, dati 2007, a circa 182 euro all'anno; contro un dato europeo molto inferiore (in Olanda è meno di 35 euro, in Belgio e UK meno di 65, in Francia meno di 99, in Spagna circa 108).

Colpiva, inoltre, a livello italiano dall'analisi condotta, l'enorme dispersione della spesa di tenuta del c/c: all'interno dei vari profili analizzati dall'Autorità (dieci) il coefficiente di variazione oscillava dal 35% al 70%. In altri termini il correntista in grado di muoversi poteva trovare servizi con differenze di costi anche del settanta per cento.

Si tratta di costi che nei tre anni successivi, ovvero dal 2008 al 2010, hanno avuto una particolare evoluzione: costi che sembrano, come confermato dalla stessa Banca d'Italia, avere una certa stabilità a livello di costo medio ma che mostrano un'ampia variabilità e soprattutto una differenza tra i conti correnti aperti da tempo e quelli invece di recente apertura. In particolare, comparando i dati pubblici da PattiChiari ed usando i profili della indagine sopra citati, emerge che per le tipologie di consumatori più esigenti e con maggior uso del c/c le offerte di un campione significativo di banche hanno visto costi medi anche in riduzione: il costo medio di un c/c per una famiglia con esigenze medie si è ridotto da circa 125 euro annui a 115-120 euro – il medio di BdI è di 114 euro.

Ma ciò che più colpisce l'attenzione e merita una riflessione è ancora l'enorme e crescente variabilità della spesa. Da recenti rilevazioni (fonte Università Bocconi), considerando un correntista tipo (con però un dossier per i titoli di Stato e uno per altri strumenti finanziari, servizio questo che l'indagine AGCM non comprendeva ritenendolo prodotto separato dal c/c base) e con una giacenza media di 10 mila euro (altra differenza rispetto all'indagine AGCM - vista la scarsa rilevanza dei tassi attivi la leva tassi è stata esclusa nei calcoli), relativamente a 15 banche (il campione dell'AGCM copriva invece oltre l'80% della raccolta/sportelli e tutti i gruppi bancari e non) il costo annuo va da un massimo di 393 euro ad un minimo di circa 180 euro. Spesa che aumenta ipotizzando un extrafido (un rosso di c/c), passando da un minimo di 206 euro circa a 468 euro.

Emergono, quindi, alcune riflessioni di interesse:

- 1) i dati negli ultimi due-tre anni mostrano una certa riduzione dei costi;

- 2) la variabilità è elevata e se ciò è da un lato positivo, nel senso che gli operatori offrono prodotti a prezzi diversi e quindi possibilità di scelta al cliente, dall'altro lato, quest'ultimo non sembra ancora realmente in grado di sfruttare a suo vantaggio tale dispersione a causa del permanere di vincoli o comunque ostacoli (ruggini nella macchina verso la "portabilità del c/c") alla mobilità.
- 3) A maggior ragione, la necessità di agevolare la mobilità emerge se si aggiungono ai dati sopra riportati quelli dei c/c on line, già esaltati come fonte di risparmio per oltre il 60-70% nell'indagine dell'AGCM e che ora sono stimati in circa il 90%. Confrontando i c/c on line pubblicati dai siti delle varie banche, e usando per lo stesso profilo il sito c/c a confronto di Patti Chiari, risulta che un conto tradizionale con costo medio di 280 euro può contrarsi sino ad una spesa di soli 25 euro annui, per chi va in rosso da 340 euro a soli 53 euro (sempre annui).

In questo contesto è quindi centrale, come continuamente ripetuto dall'AGCM con numerose segnalazioni, la piena tutela ed incentivazione alla trasparenza informativa e alla mobilità, soprattutto se si fa un confronto internazionale. L'approfondimento sui livelli di prezzo rispetto alla media UE, nonché la enorme variabilità dei prezzi dei c/c in Italia (il correntista può spendere anche 6, in taluni casi anche oltre 10 volte in più per lo stesso uso del c/c a seconda della banca e del conto selezionato), ha permesso di rilevare un problema di ostacolo alla mobilità da parte della domanda. Il tipo di informazioni e le modalità di informazione sono tali che il correntista ha difficoltà a selezionare, nella fase "iniziale" di stipulazione del contratto di conto corrente, quello più economico. Lo stesso correntista risulta, inoltre, ancora troppo fidelizzato dalla banca una volta acceso il c/c, avendo scarsissimi incentivi a fare ricerca e dovendo superare notevoli difficoltà nel momento in cui decide il cambiamento.

Sul punto un positivo richiamo può essere fatto alle linee guida ABI-Patti Chiari volte a dare certezza e una struttura semplificata alle procedure di trasferimento dei conti correnti, che prevedono, ad esempio, una tempistica massima, un sistema di automatico passaggio dei vari servizi (semplificazione delle domiciliazioni con un ruolo diretto nel rapporto banca/banca).

Ulteriore profilo di rilievo, ancora però da valutare nei suoi concreti effetti, è la spinta al miglioramento delle modalità informative. Era infatti noto che esse fossero poco comprensibili: ad esempio, i fogli informativi rinviavano spesso a più documenti per risalire ai prezzi dei servizi; il prezzo di tali servizi era spesso composto da più voci che il correntista deve conoscere e aggregare per comprendere la reale spesa (tipica la spesa per scrittura).

Solo come cenno, si noti che, quanto ai servizi legati agli impieghi, l'erogazione di mutui, i dati di mercato mostrano come negli ultimi anni, soprattutto dal 2008 al 2009, nonostante la riduzione del tasso base (tipicamente Euribor 3 mesi - Eurirs), per effetto della situazione di crisi economica, gli spread medi (sia sui nuovi mutui a tasso fisso che su quelli a tasso variabile) hanno registrato un tendenziale aumento (15-20%) con casi talvolta superiori anche al 50% del livello di spread offerto negli anni 2006/2009.

Positiva è una prima constatazione dell'interesse manifestato dalla domanda di sfruttare la possibilità di rinegoziare con la stessa banca o di surrogare il mutuo presso una banca diversa.

Le evidenze mostrano ancora dati poco significativi tuttavia nel 2008 il campione di banche con i maggiori sportelli riportano un numero di surrogazioni (operazioni di portabilità) per banca tra le 500-1000.

3. L'incentivo alla mobilità, la trasparenza e la correttezza informativa: gli interventi dell'AGCM e l'omogeneo approccio regolatorio con la riforma della disciplina secondaria di Banca d'Italia

L'Autorità ha più volte segnalato nel corso del 2008 e ancora nel 2009, queste problematiche sulla mobilità e trasparenza/completezza informativa. Si è così ritenuto utile fornire alcuni "suggerimenti" per agevolare i consumatori e innescare un minimo di pressione competitiva, sia indirizzando verso una maggior trasparenza e altre misure che agevolano la comparazione dei c/c, sia per ridurre gli ostacoli alla mobilità.

Tra le prime misure, si è suggerita la redazione di fogli informativi sintetici con una chiara indicazione delle spese anche in una sola voce di costo; l'introduzione di una garanzia di stabilità, almeno per un arco temporale minimo, delle voci di costo di tenuta e movimentazione del c/c; lo sviluppo di fonti informative, indipendenti dal sistema bancario, per la comparazione da parte dei consumatori dei costi dei conti correnti appropriati per il proprio profilo di consumo (motori di ricerca).

Quanto alla mobilità, sono state richiamate più volte dall'Autorità (indagine conoscitiva, segnalazioni quali, da ultimo, quella generale di proposta di riforma concorrenziale AS659 - febbraio 2010) le seguenti misure: l'informazione annuale sintetica al correntista della spesa effettivamente sostenuta per la tenuta del conto, e indicazione della sua variazione rispetto all'anno precedente; l'individuazione di modalità atte a mantenere in vita i servizi connessi al c/c per il tempo necessario a completare il trasferimento, al fine di evitare duplicazioni di costo per il correntista; la definizione di una durata temporale massima per l'esecuzione delle operazioni di trasferimento del c/c; l'eliminazione di tutti i vincoli, contrattuali o di fatto, non necessari tra c/c e altri servizi e lo sviluppo di meccanismi che consentano la portabilità del conto corrente.

Tali sollecitazioni hanno visto un positivo "riscontro" in occasione della riforma della disciplina secondaria emanata da Banca d'Italia, a dimostrazione anche del coordinamento tra esigenze di concorrenza ed esigenze ai fini di stabilità/vigilanza.

In sintesi, in occasione della "Revisione della disciplina secondaria in materia di trasparenza bancaria e finanziaria", la Banca d'Italia ha imposto, dal punto di vista regolatorio, molte delle misure sollecitate dall'AGCM. Il contenuto del documento riguarda, infatti, una serie di interventi volti ad aumentare la trasparenza e la comparabilità dei prodotti bancari e finanziari. Attraverso la nuova disciplina BdI mira a perseguire i seguenti obiettivi:

- tutela della clientela fornendo informazioni più chiare e accessibili;
- semplificazione con conseguenti minori costi di ricerca;

- comparazione tra servizi così da rafforzare la concorrenza sul mercato;
- aggiornamento della normativa così da tener conto dei recenti interventi del legislatore e quindi razionalizzazione della disciplina secondaria vigente.

Così come ritenuto necessario dall'AGCM è ora prevista, in primo luogo, una dettagliata documentazione ex-ante che gli intermediari devono elaborare e fornire alla clientela, in particolare si tratta di:

- documento sui diritti che, diversamente dal passato, non sarà più generale ma differenziato per canale di commercializzazione e con allegate guide pratiche specifiche sull'uso dei conti correnti e mutui offerti secondo modelli standard predisposti da Bdl;
- foglio informativo che, diversamente dal passato, sarà "alleggerito" con una standardizzazione del contenuto sulle principali voci connesse all'uso dei c/c e mutui, nonché con l'inserimento di un indicatore sintetico di costo (ISC) e con strumenti comparativi tra le offerte;
- documento di sintesi che, diversamente dal passato dove aveva per oggetto le parti III e IV del foglio informativo, risulterà semplificato alla sola sezione IV e sempre sulla base di standard informativi definiti da Bdl.

Inoltre, è prevista la gratuità del documento di sintesi, mentre nel passato era possibile per l'intermediario chiedere un rimborso.

Quanto all'informativa ex post delle banche alla propria clientela: la nuova disciplina, nell'ottica delle stesse segnalazioni dell'Autorità, prevede un rendiconto relativo ai singoli c/c di riepilogo delle spese annue, standardizzato per i c/c con libertà di scelta tra internet o strumento cartaceo per il cliente. Sul punto viene particolarmente promossa l'informativa e l'uso dei servizi on line.

Sotto il profilo concorrenziale, rileva osservare che le misure dettate da Bdl seguono in gran parte le sollecitazioni fatte dall'Autorità. Infatti, si ricorda che in tale contesto l'Autorità aveva richiamato quanto segue per promuovere la concorrenza:

- maggior trasparenza informativa, il che implica semplificazione e chiarezza informativa;
- maggior capacità di analisi da parte dei clienti con l'introduzione di documenti ex-ante di sintesi (il documento di sintesi) sulle principali voci di spesa, con documenti ex-post di riepilogo delle spese sostenute e quindi dei risparmi possibili cambiando banca;
- inserimento di un indicatore sintetico di costo, sulla base di vari profili o di parametri definiti dal consumatore stesso (oltre all'inserimento dei giorni di valuta/disponibilità economica come previsto negli impegni del caso antitrust sulle commissioni assegni dell'AGCM - I704);
- sviluppo di motori di ricerca anche di imprese terze e non solo dell'Associazione, profilo importante anche se ancora limitato al servizio Patti Chiari.

Appare quindi positiva l'evoluzione sopra descritta, sia per l'armonizzazione evidente tra profili di tutela della concorrenza e del consumatore con quelli regolatori, sia per gli effetti utili attesi in termini di mobilità del consumatore, quindi reale sfruttamento della variabilità dei costi sopra riportata ma spesso non utilizzata/utilizzabile.

Rileva, forse, un particolare richiamo al fatto che per l'AGCM l'autoregolamentazione e la standardizzazione, magari utili in termini di stabilità, sono e devono essere oggetto di attenzione, caso per caso, affinché non si superi il confine verso un disincentivo a competere e incentivo alla cristallizzazione della clientela presso ciascun operatore bancario.

Le aspettative sono comunque positive, si tratta di vedere i risultati.

4. Le commissioni di massimo scoperto

Non è possibile non fare un cenno, ad una particolare voce di spesa oggetto di particolare attenzione in un'ottica antitrust, regolatoria e infine dal punto di vista legislativo. In estrema sintesi, si è rilevato che sia per gli affidamenti che per gli scoperti transitori di conto corrente, successivamente all'entrata in vigore dell'articolo 2-bis, comma 1, del D.L. n. 185 del 2008, convertito con modificazioni in legge n. 2 del 2009, si è verificato un innalzamento dei costi. Tale cambiamento ha fatto sì che le nuove commissioni sono di due tipi: (i) applicate per l'affidamento (quindi devono essere sempre pagate dai clienti affidati, indipendentemente dal fatto che utilizzino o meno il plafond), (ii) applicate per uso di fondi su rapporti non affidati.

Per quanto concerne gli affidamenti, essi prevedono una commissione che è proporzionale all'importo affidato e ai giorni nei quali la somma è a disposizione del cliente; tale commissione aveva comportato un innalzamento rispetto alla vecchia CMS (commissione massimo scoperto): le aliquote trimestrali risultavano infatti variare dallo 0,90% al 1,50% trimestrale, le aliquote annue erano ricomprese tra il 3,60% e il 6% (tra l'altro regressive, ovvero penalizzanti proprio per gli affidamenti minori, ossia i clienti meno tutelati) Tali livelli hanno incontrato un limite, a seguito dell'ulteriore intervento legislativo (la legge 3 agosto 2009, n. 102 di conversione del D.L. 1° luglio 2009, n. 78) che ha previsto che per il servizio di messa a disposizione delle somme non si possa superare lo 0,50%, per trimestre dell'importo dell'affidamento, a pena di nullità del patto di remunerazione. Peraltro, si rileva che tale correttivo ha riguardato unicamente gli affidamenti rivolti ai consumatori e non anche alle imprese, maggiori fruitici di questa tipologia di servizio bancario.

Per quanto concerne, invece, le commissioni su uso fondi non affidati, i c.d. scoperti transitori di conto corrente, si tratta di ammontari diversi da banca a banca e con modalità di calcolo differenziate. Tuttavia, la situazione è risultata peggiore rispetto alle strutture di prezzo precedentemente previste e sembra ancora oggi peggiorativa rispetto alla vecchia CMS. Infatti, dai raffronti effettuati con le condizioni economiche precedentemente applicate dai principali istituti bancari è emerso che, considerando importi e durate di permanenza dello scoperto rappresentativi di un comportamento medio dei correntisti non affidati, le nuove condizioni economiche si presentano quasi sempre peggiorative in termini d'esborso economico per i clienti rispetto alla CMS e alle altre voci di costo in precedenza previste.

In particolare, su un campione rappresentativo delle principali banche è risultato che vi sono sostanzialmente cinque tipologie di condizioni economiche:

1. forme di addebito forfetario applicate giornalmente al verificarsi di un importo minimo di scoperto, che prevedono un tetto massimo di addebito trimestrale (queste peggiorano per i consumatori con molti giorni di scoperto meno per gli occasionali);
2. forme di addebito forfetario applicate a scaglioni di importo del saldo debitore registrato, che prevedono un tetto massimo di addebito (peggiorano la situazione dei clienti con scoperti occasionali ma di ammontare elevato);
3. forme di addebito forfetario fisse applicate al verificarsi di un importo minimo di scoperto e di un determinato periodo di permanenza del saldo debitore (non garantiscono una vera proporzionalità);
4. forme di addebito forfetario fisse (rappresentano vere penali fisse senza soglie minime);
5. forme di addebito fisse applicate giornalmente (come la precedente commissione con impatto sul tempo) .

Dall'analisi quantitativa dei contratti e usando il correntista medio, ne è emerso che in cinque casi, le nuove condizioni sono risultate peggiorative rispetto a quelle previste prima dell'entrata in vigore della legge n. 2 del 2009, in un caso sostanzialmente equivalenti e in un altro, invece, più vantaggiose.

Con riferimento ai casi in cui si è pervenuti ad un risultato peggiorativo, è da evidenziare che si è riscontrato un aumento del costo di questo corrispettivo in una misura che varia da circa il doppio sino a quindici volte.

I cambiamenti del legislatore sono stati quindi teoricamente positivi, eliminando la CMS, e prevedendo una assunzione di responsabilità e di scelta ex ante del correntista che decide se e per quanto affidarsi. Tuttavia, le concrete modalità applicative delle commissioni sui non affidati fanno emergere un problema di consumatore che, se non informato, sopporta costi nettamente maggiori rispetto al passato.

Sarebbe, dunque, necessaria l'esclusione di tutte le casistiche di addebito relative alle operazioni che generano gli sconfini di valuta (quindi non perché mancanti i fondi ma perché la loro disponibilità non corrisponde con la valuta e quindi disponibilità giuridica) – sul punto si noti che la PSD fissa chiaramente le valute al massimo in un giorno quindi il problema dovrà essere necessariamente risolto. Sarebbe inoltre opportuno considerare i seguenti elementi:

- un importo minimo di scoperto e un periodo minimo di permanenza del saldo debitore chiaro e trasparente e magari indicato al cliente all'atto della scelta del c/c in base alle sue esigenze;
- un regime di aliquote differenziate per scaglioni che tuteli maggiormente gli sconfinamenti di piccola entità.

5. Evoluzioni in termini di operatori

In conclusione appare utile richiamare come, a livello di operatori, ci si può immaginare il futuro del settore bancario retail.

A tal fine non sembra di poco conto la Direttiva sui sistemi di pagamento (PSD) che, di fatto, condurrà progressivamente ad un ampliamento della platea degli operatori attivi.

Infatti, con il cd. “Istituto di pagamento”, pur non potendosi parlare di “azienda di credito, sarà possibile che il cliente retail riceva piccoli prestiti (massimo 12 mesi) a fronte dell’acquisto di un bene/servizio, strumenti di pagamento come carte e nuovi conti di pagamento anche presso operatori come la Grande distribuzione.

Non si tratterà di nuove banche, il confine con l’attività di vera raccolta ed erogazione di finanziamenti (come i mutui) è netta e chiara, ma di soggetti comunque nuovi entranti in tali servizi e quindi potenzialmente in grado di innovare e dare una nuova spinta competitiva.

Il conto di pagamento potrà essere alimentato con versamenti di contanti e si potrà movimentare con versamenti e prelievi, pagamenti bollette, bonifici, invio soldi all’estero, etc.

Di fatto, l’utilità è più rivolta alla riduzione del contante e allo svolgimento appunto di forme di pagamento e non di accumulo/risparmio. Ma si tratta di una evoluzione importante che vede operatori nel sistema dei servizi di pagamento innovativi, nel futuro sempre più in grado di competere a livello di piattaforme elettroniche: pagare piccoli importi con l’uso del cellulare sarà a breve una realtà grazie proprio a tali innovazioni.

Se questa competizione è positiva, una ulteriore spinta ci si aspetta anche dal sistema BancoPosta che dovrà sempre più diventare vera banca anche dal lato delle erogazioni e dal punto di vista della sua struttura, della clientela servita, dei rapporti a monte con le società produttrici i servizi (mutui, Sgr, etc).

In sintesi una realtà in piena evoluzione e, ci si augura, a vantaggio proprio di quell’area di clientela retail ancora poco in grado di godere dei benefici di un vero confronto competitivo.

Le ancora numerose denunce che l’AGCM riceve, sia per concorrenza che per tutela del consumatore, testimoniano che passi in avanti se ne devono ancora fare.