



## ***No Cash Day «Come i pagamenti digitali migliorano il rapporto tra pubblico e cittadini»***

**L'ePayment in Italia: i servizi pubblici possono trainare l'utilizzo della moneta elettronica?**

*Maria Pia Giovannini, AgID*

*Dirigente Responsabile Area Pubblica Amministrazione*



8 giugno 2015



Roma, 08 giugno 2015

# Obiettivi del documento

---



## SEZIONE I

- Illustrare gli **obiettivi, le caratteristiche e le risultanze della survey realizzata da CashlessWay**

## SEZIONE II

- **Illustrare l'iniziativa Pago PA** – caratteristiche, normativa di riferimento, iter di adesione e modelli di pagamento
- **Rappresentare lo stato dell'arte dell'iniziativa**

# Sezione I


---



## Contenuti

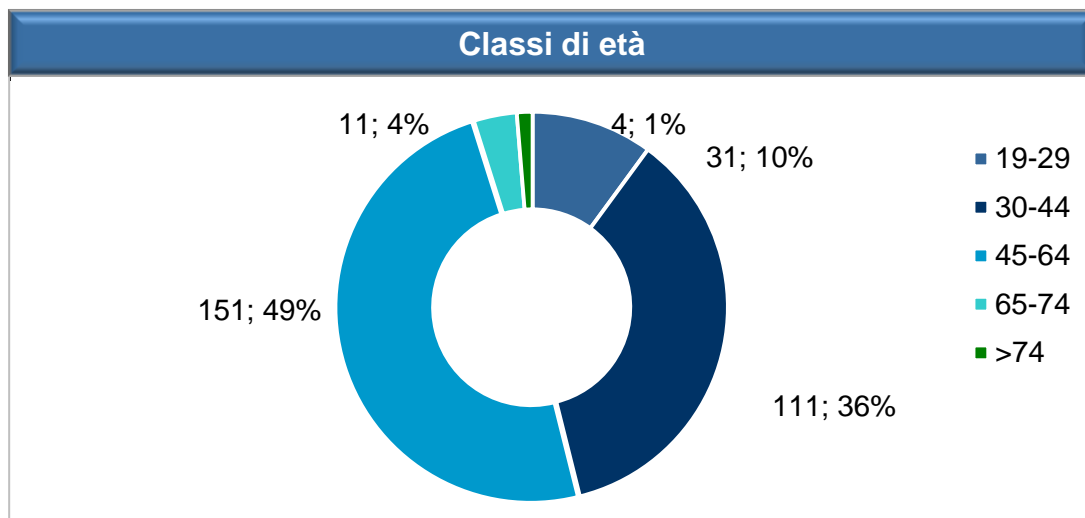
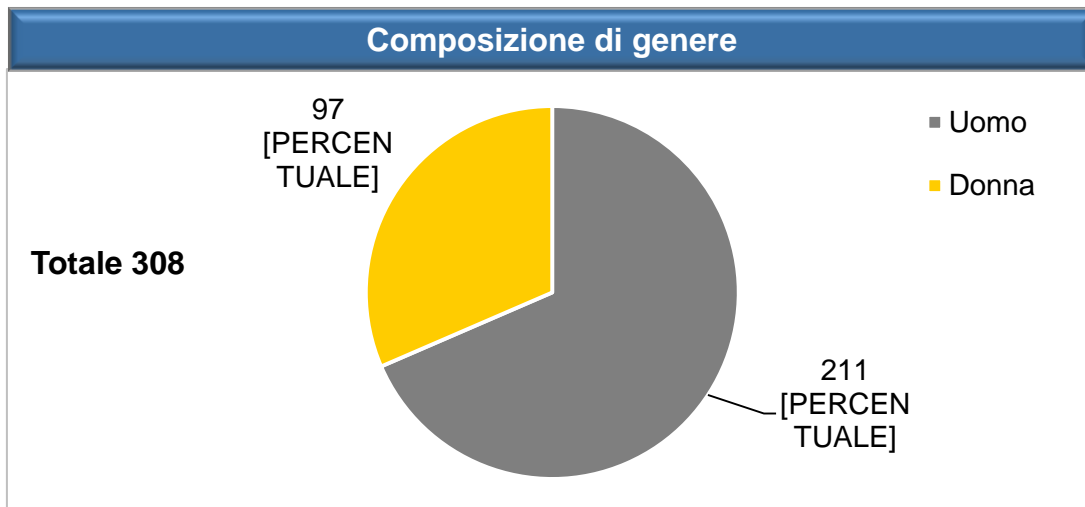
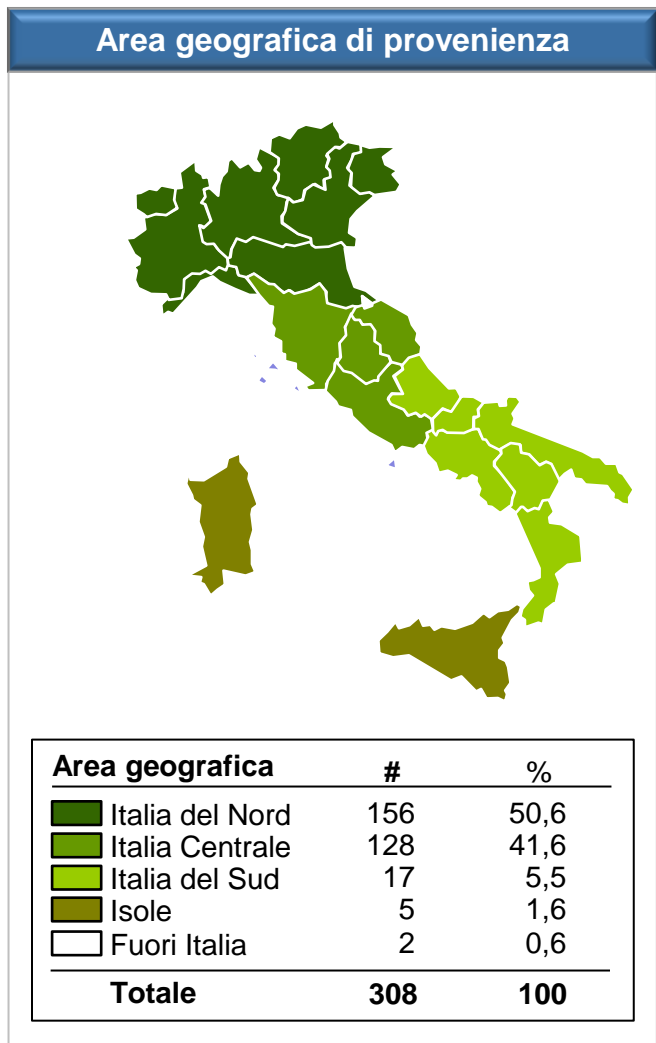
- **Obiettivi e caratteristiche della survey su utilizzo della moneta elettronica**
- **Risultanze dell'analisi**
- **Spunti di riflessione**

# L'ePayment in Italia: i servizi pubblici possono trainare l'utilizzo della moneta elettronica?

<b>AUTORE</b>	 <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Associazione italiana per lo sviluppo dei sistemi digitali di pagamento.</li><li>▪ Promuove annualmente il <b>No Cash Day</b></li></ul>		
<b>OBIETTIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Individuare i servizi pubblici che possano spingere la diffusione della moneta elettronica</b> in Italia al fine di presentarli nel corso della <b>V Edizione del No Cash Day</b> (Montecitorio, 8 giugno 2015)</li></ul>		
<b>CARATTERISTICHE</b>	<table border="1"><tr><td data-bbox="436 575 1097 1001"><b>Modalità di erogazione:</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sondaggio d'opinione <b>online</b></li><li>▪ Erogato attraverso la <b>piattaforma <u>www.survio.com</u></b>, software per la creazione di sondaggi gratuiti</li><li>▪ Accessibile tramite <b>URL dedicata</b> <a href="http://www.survio.com/survey/d/epayment">http://www.survio.com/survey/d/epayment</a></li></ul></td><td data-bbox="1116 575 1846 1001"><b>Durata:</b> 24 Giorni (11/05/2015 – 03/06/2015) <b>Struttura:</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ 12 domande, di cui:<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 10 a risposta chiusa</li><li>✓ 2 a risposta aperta</li></ul></li><li>▪ Tempo previsto per la compilazione &lt; 5 minuti</li></ul></td></tr></table>	<b>Modalità di erogazione:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sondaggio d'opinione <b>online</b></li><li>▪ Erogato attraverso la <b>piattaforma <u>www.survio.com</u></b>, software per la creazione di sondaggi gratuiti</li><li>▪ Accessibile tramite <b>URL dedicata</b> <a href="http://www.survio.com/survey/d/epayment">http://www.survio.com/survey/d/epayment</a></li></ul>	<b>Durata:</b> 24 Giorni (11/05/2015 – 03/06/2015) <b>Struttura:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ 12 domande, di cui:<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 10 a risposta chiusa</li><li>✓ 2 a risposta aperta</li></ul></li><li>▪ Tempo previsto per la compilazione &lt; 5 minuti</li></ul>
<b>Modalità di erogazione:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sondaggio d'opinione <b>online</b></li><li>▪ Erogato attraverso la <b>piattaforma <u>www.survio.com</u></b>, software per la creazione di sondaggi gratuiti</li><li>▪ Accessibile tramite <b>URL dedicata</b> <a href="http://www.survio.com/survey/d/epayment">http://www.survio.com/survey/d/epayment</a></li></ul>	<b>Durata:</b> 24 Giorni (11/05/2015 – 03/06/2015) <b>Struttura:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ 12 domande, di cui:<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 10 a risposta chiusa</li><li>✓ 2 a risposta aperta</li></ul></li><li>▪ Tempo previsto per la compilazione &lt; 5 minuti</li></ul>		
<b>VISITE E PARTECIPANTI</b>	<table border="1"><tr><td data-bbox="436 1015 1097 1280"><b>1462 visite totali</b>, di cui:<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 308 han <b>completato</b> il sondaggio (<b>21,1 %</b>)</li><li>▪ 1.060 hanno <b>solo visualizzato</b> il sondaggio (<b>72,5 %</b>)</li></ul></td><td data-bbox="1116 1015 1846 1280"><b>Provenienza visite:</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ Facebook (0,3 %)</li><li>▪ E-mail di invito (67,5 %)</li><li>▪ Link diretto (32,1 %)</li></ul></td></tr></table>	<b>1462 visite totali</b> , di cui: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ 308 han <b>completato</b> il sondaggio (<b>21,1 %</b>)</li><li>▪ 1.060 hanno <b>solo visualizzato</b> il sondaggio (<b>72,5 %</b>)</li></ul>	<b>Provenienza visite:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Facebook (0,3 %)</li><li>▪ E-mail di invito (67,5 %)</li><li>▪ Link diretto (32,1 %)</li></ul>
<b>1462 visite totali</b> , di cui: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ 308 han <b>completato</b> il sondaggio (<b>21,1 %</b>)</li><li>▪ 1.060 hanno <b>solo visualizzato</b> il sondaggio (<b>72,5 %</b>)</li></ul>	<b>Provenienza visite:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Facebook (0,3 %)</li><li>▪ E-mail di invito (67,5 %)</li><li>▪ Link diretto (32,1 %)</li></ul>		

# Composizione dei partecipanti (1/2)

D. 1) Sesso; 2) Area Geografica; 3) Età



## Composizione dei partecipanti (2/2)

### D.4 Quali strumenti digitali di pagamento possiedi e con quale frequenza li utilizzi?

Risposta	Non ce l'ho	Ce l'ho ma non lo utilizzo	Almeno una volta al giorno	Più volte a settimana	Almeno una volta a settimana	Almeno una volta al mese	Meno di 10 volte l'anno
<b>A</b> Bancomat (no prelievi)	9 (2,9 %)	15 (4,9 %)	<b>31 (10,1 %)</b>	<b>123 (39,9 %)</b>	69 (22,4 %)	41 (13,3 %)	18 (5,8 %)
<b>A</b> Carta prepagata	127 (41,2 %)	36 (11,7 %)	2 (0,6 %)	16 (5,2 %)	16 (5,2 %)	68 (22,1 %)	40 (13,0 %)
<b>A</b> Carta di credito	43 (14,0 %)	3 (1,0 %)	<b>26 (8,4 %)</b>	<b>106 (34,4 %)</b>	57 (18,5 %)	53 (17,2 %)	20 (6,5 %)
Paypal (o altri)	106 (34,4 %)	28 (9,1 %)	1 (0,3 %)	20 (6,5 %)	19 (6,2 %)	65 (21,1 %)	65 (21,1 %)
<b>B</b> Mobile wallet	<b>244 (79,2 %)</b>	<b>18 (5,8 %)</b>	2 (0,6 %)	6 (1,9 %)	8 (2,6 %)	11 (3,6 %)	17 (5,5 %)
Bitcoin wallet	<b>283 (91,9 %)</b>	<b>9 (2,9 %)</b>	1 (0,3 %)	0	1 (0,3 %)	3 (1,0 %)	10 (3,2 %)

I tradizionali strumenti digitali di pagamento rimangono dominanti...

**A**

- Il **50% dei partecipanti** afferma di utilizzare il **Bancomat** «Almeno una volta al giorno» o comunque «più volte a settimana»
- Il **42,8%** afferma di utilizzare la **Carta di Credito** secondo le stesse modalità

...mentre quelli più innovativi ancora non sfondano

**B**

- Il **Mobile Wallet** risulta **posseduto** unicamente dal **20,8%** dei partecipanti, ma **effettivamente utilizzato** appena dal **15%**
- Il **Bitcoin Wallet** è posseduto soltanto dall'**8,1%** dai partecipanti, ma **effettivamente utilizzato** solo dal **5,2%**

I dati rilevati, sebbene riferiti ad un campione non indicativo, appaiono in linea con quanto certificato dalla Banca d'Italia «Bollettino Sistemi di Pagamenti n°27-2015».



# Servizi pubblici incentivanti l'utilizzo della moneta elettronica (1/2)

## D.5 Puoi dirci quali dei seguenti servizi per il pubblico potrebbero incentivare l'utilizzo della moneta elettronica in Italia?

Risposta	per niente	poco	abbastanza	molto	moltissimo	non so
Pagamenti imposte	13 (4,2 %)	32 (10,4 %)	70 (22,7 %)	100 (32,5 %)	87 (28,2 %)	6 (1,9 %)
Servizi anagrafici	13 (4,2 %)	40 (13,0 %)	66 (21,4 %)	91 (29,5 %)	90 (29,2 %)	8 (2,6 %)
<b>A</b> Autobus e metropolitana	7 (2,3 %)	10 (3,2 %)	29 (9,4 %)	91 (29,5 %)	<b>166 (53,9 %)</b>	5 (1,6 %)
<b>A</b> Parcheggi	9 (2,9 %)	10 (3,2 %)	30 (9,7 %)	98 (31,8 %)	<b>158 (51,3 %)</b>	3 (1,0 %)
Mensa scolastica	20 (6,5 %)	44 (14,3 %)	61 (19,8 %)	83 (26,9 %)	70 (22,7 %)	30 (9,7 %)
Buoni pasto	17 (5,5 %)	29 (9,4 %)	58 (18,8 %)	87 (28,2 %)	94 (30,5 %)	23 (7,5 %)
Sanzioni	8 (2,6 %)	31 (10,1 %)	48 (15,6 %)	108 (35,1 %)	105 (34,1 %)	8 (2,6 %)
<b>A</b> Ticket sanitari	3 (1,0 %)	16 (5,2 %)	43 (14,0 %)	101 (32,8 %)	<b>140 (45,5 %)</b>	5 (1,6 %)
<b>A</b> Utenze	11 (3,6 %)	16 (5,2 %)	30 (9,7 %)	90 (29,2 %)	<b>155 (50,3 %)</b>	6 (1,9 %)
Permessi ZTL	12 (3,9 %)	27 (8,8 %)	53 (17,2 %)	80 (26,0 %)	112 (36,4 %)	24 (7,8 %)
Cultura e tempo libero	6 (1,9 %)	21 (6,8 %)	52 (16,9 %)	101 (32,8 %)	119 (38,6 %)	9 (2,9 %)
Car sharing	9 (2,9 %)	27 (8,8 %)	45 (14,6 %)	67 (21,8 %)	134 (43,5 %)	26 (8,4 %)
Bike sharing	10 (3,2 %)	38 (12,3 %)	47 (15,3 %)	63 (20,5 %)	121 (39,3 %)	29 (9,4 %)

I servizi più incentivanti risultano quelli relativi a pagamenti reiterati e frequenti

- **Pagamenti quotidiani legati alla mobilità:** servizi quali **autobus e metropolitana (53,9 %)** e **parcheggi (51,3)** ricevono le percentuali maggiori di preferenza alla risposta «moltissimo»
- **Pagamenti ricorrenti** come **ticket sanitari (45,5 %)** ed **utenze (50,3 %)** ottengono percentuali appena più basse

# Servizi pubblici incentivanti l'utilizzo della moneta elettronica (2/2)

D.6 Quali di questi servizi ti hanno portato negli ultimi 12 mesi ad aumentare la tua frequenza di utilizzo di strumenti digitali di pagamento?

Risposta	per niente	poco	abbastanza	molto	moltissimo	non so
<b>B</b> Pagamenti imposte	118 (38,3 %)	65 (21,1 %)	46 (14,9 %)	39 (12,7 %)	24 (7,8 %)	16 (5,2 %)
Servizi anagrafici	167 (54,2 %)	73 (23,7 %)	22 (7,1 %)	11 (3,6 %)	10 (3,2 %)	25 (8,1 %)
<b>A</b> Autobus e metropolitana	134 (43,5 %)	59 (19,2 %)	39 (12,7 %)	35 (11,4 %)	28 (9,1 %)	13 (4,2 %)
Parcheggi	128 (41,6 %)	59 (19,2 %)	35 (11,4 %)	35 (11,4 %)	35 (11,4 %)	16 (5,2 %)
Mensa scolastica	202 (65,6 %)	31 (10,1 %)	10 (3,2 %)	17 (5,5 %)	8 (2,6 %)	40 (13,0 %)
<b>B</b> Buoni pasto	204 (66,2 %)	36 (11,7 %)	8 (2,6 %)	12 (3,9 %)	9 (2,9 %)	39 (12,7 %)
Sanzioni	155 (50,3 %)	47 (15,3 %)	36 (11,7 %)	27 (8,8 %)	20 (6,5 %)	23 (7,5 %)
<b>A</b> Ticket sanitari	121 (39,3 %)	63 (20,5 %)	37 (12,0 %)	38 (12,3 %)	32 (10,4 %)	17 (5,5 %)
Utenze	77 (25 %)	39 (12,7 %)	57 (18,5 %)	62 (20,1 %)	62 (20,1 %)	11 (3,6 %)
<b>B</b> Permessi ZTL	179 (58,1 %)	44 (14,3 %)	16 (5,2 %)	23 (7,5 %)	20 (6,5 %)	26 (8,4 %)
Cultura e tempo libero	67 (21,8 %)	40 (13,0 %)	71 (23,1 %)	61 (19,8 %)	56 (18,2 %)	13 (4,2 %)
Car sharing	161 (52,3 %)	25 (8,1 %)	20 (6,5 %)	28 (9,1 %)	40 (13,0 %)	34 (11,0 %)
Bike sharing	195 (63,3 %)	23 (7,5 %)	14 (4,5 %)	13 (4,2 %)	22 (7,1 %)	41 (13,3 %)

**A** Servizi ritenuti più incentivanti

- **Pagamenti quotidiani legati alla mobilità:** sia **autobus e metropolitana (43,5%)** sia i **parcheggi (41,6%)** ricevono **percentuali elevate alla risposta «per niente»**
- Stesso discorso vale per i **ticket sanitari** che ottengono percentuali appena più basse (**39,3%**).

**B** Servizi indicati come quelli meno incentivanti

- I **buoni pasto** ottengono (**66,2%**), subito seguiti dal servizio di **mensa scolastica (65,6%)** la percentuale più alta di risposte **«per niente»**
- Altri servizi indicati tra i meno incentivanti sono **alcuni servizi riconducibili alla PA:**
  - ✓ **permessi ZTL (58,1%)**
  - ✓ **I servizi anagrafici (54,2%)**
  - ✓ **Le sanzioni (50,3%)**
  - ✓ **I pagamenti imposte (38,3%)**



# Elementi incentivanti i pagamenti elettronici vs PA (1/2)

D.7 Quali elementi potrebbero aumentare il numero di pagamenti elettronici presso la pubblica amministrazione da parte del cittadino?

Risposta	per niente	poco	abbastanza	molto	moltissimo	non so
Minor attesa per un servizio	2 (0,7 %)	10 (3,5 %)	32 (11,3 %)	97 (34,4 %)	140 (49,6 %)	1 (0,4 %)
Corsia preferenziale per il pagamento elettronico	2 (0,7 %)	10 (3,5 %)	25 (8,9 %)	93 (33,0 %)	151 (53,5 %)	1 (0,4 %)
Vantaggio fiscale rispetto a chi sceglie di pagare in contanti	7 (2,5 %)	7 (2,5 %)	14 (5,0 %)	40 (14,2 %)	212 (75,2 %)	2 (0,7 %)

Gli elementi indicati come opzioni ai partecipanti hanno ottenuto percentuali sostanzialmente simili

- Il **vantaggio fiscale** rispetto a chi sceglie di pagare in contanti riceve la percentuale maggiore alla risposta «**moltissimo**» (**75,2%**)
- Tuttavia, **sommando anche le risposte «molto»**, tutti gli elementi proposti risultano importanti per aumentare il n° di pagamenti elettronici vs PA:
  - ✓ **Minor attesa per un servizio: 84%**
  - ✓ **Corsia preferenziale per il pagamento elettronico 86,5%**
  - ✓ **Vantaggio fiscale rispetto a chi sceglie di pagare in contanti 89,4%**

# Elementi incentivanti i pagamenti elettronici vs PA (2/2)

## D.8 ... altro?

Alcune risposte selezionate a partire dall'elenco completo della survey

Oggetto	Testo Completo
Incentivi / sconti	<ol style="list-style-type: none"><li>1<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sconti sull'Iva per chi fa pagamenti elettronici</li><li>▪ Ottenere benefit (crediti) da utilizzare come sconto /contropartita per l'erogazione di un servizio pubblico</li></ul></li></ol>
Integrazione con strumenti organizzativi	<ol style="list-style-type: none"><li>2<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Integrazione tra strumenti di calcolo ad es imposte e strumenti di pagamento</li><li>▪ Incentivare il pagamento elettronico con profili digitalizzati del cittadino per avere una mappa dei pagamenti e delle scadenze pendenti</li></ul></li></ol>
Formazione / Informazione	<ol style="list-style-type: none"><li>3<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Istituzione di corsi di formazione base per l'uso e il mantenimento in sicurezza dello strumento per il pagamento elettronico (mobile wallett, carta)</li><li>▪ Informazioni chiare e semplici ai cittadini</li></ul></li></ol>
Servizi pagabili online	<ol style="list-style-type: none"><li>4<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Pagamento tributi e servizi online tramite carta di credito o paypal</li><li>▪ Pagamento delle polizze assicurative. interessante, soprattutto per i rinnovi</li></ul></li></ol>
Riduzione costi	<ol style="list-style-type: none"><li>5<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ridurre/ eliminare i costi delle transazioni elettroniche</li></ul></li></ol>

# Ostacoli alla diffusione in Italia della moneta elettronica

## D.9 Quali pensi siano i problemi principali in Italia che frenano la diffusione della moneta elettronica?

Risposta	per niente	poco	abbastanza	molto	moltissimo	non so
Costi per i commercianti	15 (4,9 %)	49 (15,9 %)	71 (23,1 %)	80 (26,0 %)	87 (28,2 %)	6 (1,9 %)
Costi per i consumatori	57 (18,5 %)	114 (37,0 %)	63 (20,5 %)	47 (15,3 %)	25 (8,1 %)	2 (0,6 %)
Diffusione dei POS	30 (9,7 %)	89 (28,9 %)	87 (28,2 %)	56 (18,2 %)	41 (13,3 %)	5 (1,6 %)
Carenza WiFi accessibile a tutti	23 (7,5 %)	50 (16,2 %)	62 (20,1 %)	69 (22,4 %)	100 (32,5 %)	4 (1,3 %)
<b>A</b> Cultura o abitudine	2 (0,6 %)	7 (2,3 %)	32 (10,4 %)	73 (23,7 %)	194 ( <b>63,0 %</b> )	0
<b>B</b> Mancanza di informazione	4 (1,3 %)	20 (6,5 %)	51 (16,6 %)	85 (27,6 %)	143 ( <b>46,4 %</b> )	0
Carenza banda larga	18 (5,8 %)	68 (22,1 %)	68 (22,1 %)	62 (20,1 %)	85 (27,6 %)	7 (2,3 %)
Difficoltà di utilizzo	35 (11,4 %)	143 (46,4 %)	70 (22,7 %)	42 (13,6 %)	16 (5,2 %)	2 (0,6 %)
Normativa	22 (7,1 %)	80 (26,0 %)	80 (26,0 %)	54 (17,5 %)	35 (11,4 %)	36 (11,7 %)
<b>A</b> Evasione fiscale	9 (2,9 %)	22 (7,1 %)	33 (10,7 %)	58 (18,8 %)	175 ( <b>56,8 %</b> )	11 (3,6 %)
Timori per la sicurezza e per la privacy	9 (2,9 %)	40 (13,0 %)	70 (22,7 %)	79 (25,6 %)	104 (33,8 %)	1 (0,3 %)

**A** I principali ostacoli alla diffusione della moneta elettronica risultano legati ad aspetti culturali e comportamentali

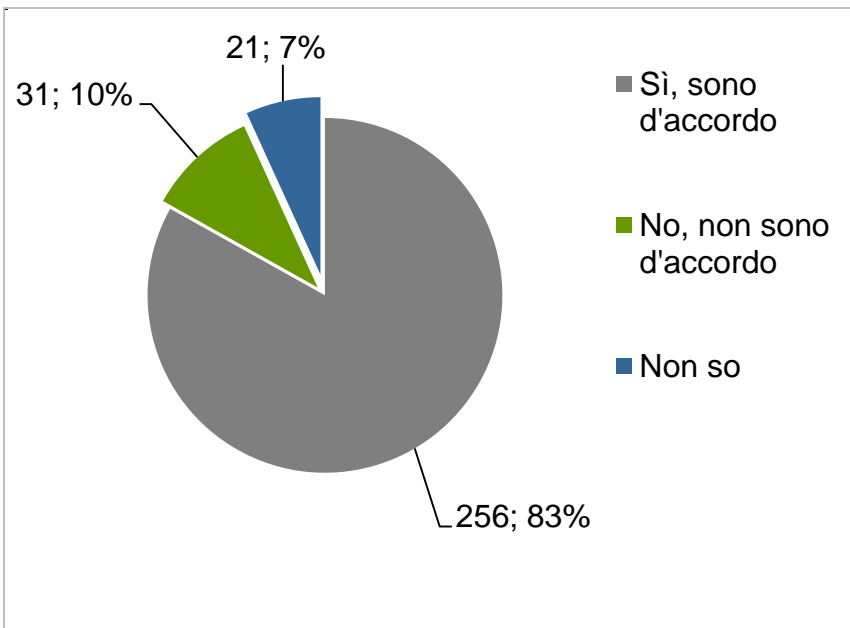
**B** La mancanza d'informazione viene considerata un problema importante

- **Cultura o abitudine** risulta essere il problema principale ottenendo la percentuale maggiore alla risposta «moltissimo» (**63%**)
- Segue l'**Evasione fiscale (56,8%)**
- La **Mancanza d'informazione** è al terzo posto della classifica rispetto alla risposta «moltissimo» (**46,4%**)

# Potenziali effetti della diffusione dei pagamenti digitali

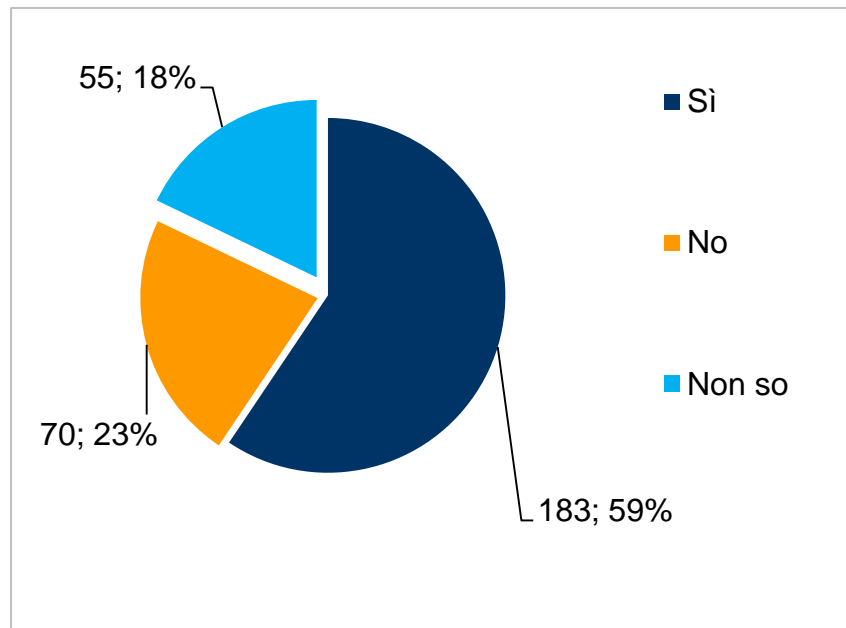
**D.10 "La crescita dei pagamenti elettronici, ridurrà il contante in circolazione": sei d'accordo con questa affermazione?**

Risposta	#	%
Sì, sono d'accordo	256	83,1
No, non sono d'accordo	31	10,1
Non so	21	6,8



**D.11 Pensi che i pagamenti digitali siano il maggiore incentivo alla digitalizzazione dell'Italia?**

Risposta	#	%
Sì	183	59,4
No	70	22,7
Non so	55	17,9



# Idee proposte per diffondere in Italia gli strumenti digitali di pagamento

## D.12 Vuoi proporre un'idea per diffondere gli strumenti digitali di pagamento in Italia?

Alcune risposte selezionate a partire dall'elenco completo della *survey*

Oggetto	Testo Completo
<b>1</b> Incentivi / sconti	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Cashback</li><li>▪ Riduzione dell'IVA sui pagamenti digitali</li></ul>
<b>2</b> Piccoli commercianti Micro-transazioni	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Incentivare i piccoli pagamenti presso gli esercizi commerciali come bar e tabaccai.</li><li>▪ Ridurre costi per piccoli commercianti in caso di transazioni di basso importo (&lt;10€), per esempio edicole, panetterie, mercati</li></ul>
<b>3</b> Formazione / Informazione	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aggiornare ed integrare i programmi scolastici relativi all'"informatica"</li><li>▪ Corsi e informazioni sull'utilizzo e sulla tutela, soprattutto rivolti ad anziani</li></ul>
<b>4</b> Infrastruttura	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ (...) Occorre un'unica infrastruttura interoperabile</li><li>▪ Promuovere sistemi di pagamento digitali garantiti dallo Stato e che non abbiano alcun costo né per il commerciante né per l'acquirente</li></ul>
<b>5</b> Riduzione costi	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Diminuire i costi per gli esercenti</li><li>▪ Diminuire anche di poco i costi per chi paga con strumenti digitali.</li></ul>

## SEZIONE 2

---



### Contenuti

- Il progetto strategico «pagoPA»
- Stato dell'arte ad oggi
- Elementi di attenzione e propulsori

# «pagoPA» è il sistema dei Pagamenti elettronici a favore della PA e dei gestori dei servizi di pubblica utilità

<b>Il sistema dei Pagamenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Insieme delle regole, degli standard e delle infrastrutture che consente la gestione dell'intero ciclo di vita dei pagamenti</b> effettuati a favore della PA in modo uniforme su tutto il territorio nazionale ed europeo</li> </ul>		
<b>Obiettivi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Effettuare pagamenti alla PA in modalità elettronica</b> equivalenti a quelli tradizionalmente operati allo sportello, favorire la lotta al contante e ridurre l'uso del bollettino postale cartaceo</li> <li>▪ <b>Rendere efficiente il sistema di riscossione</b> nel rispetto della normativa</li> <li>▪ <b>Garantire un servizio a valore aggiunto al cittadino</b></li> </ul>		
<b>Benefici</b>	<b>Per cittadini e imprese:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trasparenza dei costi dell'operazione con informativa preventiva</li> <li>▪ Standardizzazione della user experience dell'utente a livello nazionale</li> <li>▪ Esecuzione in via telematica e contestualità con l'erogazione del servizio</li> <li>▪ Libertà di scelta del canale e del PSP di esecuzione</li> </ul>	<b>Per la PA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Velocizzazione della riscossione degli incassi (esito in tempo reale e riconciliazione certa e automatica)</li> <li>▪ Riduzione dei costi e tempi di sviluppo delle nuove applicazioni online (riuso delle soluzioni)</li> <li>▪ Eliminazione della necessità di stipulare accordi di riscossione</li> </ul>	<b>Per il sistema:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Accessibilità del servizio</li> <li>▪ Governance pubblica</li> <li>▪ Rendicontazione in tempo reale e riconciliazione analitica automatica</li> <li>▪ Sicurezza e affidabilità</li> <li>▪ Attuazione agli incassi della PA della direttiva europea sui servizi di pagamento (PSD) e degli standard SEPA</li> </ul>
<b>Partecipanti</b>	<b>Obbligatori:</b> PA Centrale e Locale	<b>Facoltativi:</b> Gestori di pubblica utilità	<b>Volontari:</b> Banche, Istituti di pagamento, I.M.EL.
<b>Tempistiche</b>	Dal <b>1/06/2013</b> la PA deve consentire pagamenti elettronici, rendendo disponibili i codici identificativi del pagamento e avvalendosi della piattaforma. Il percorso di adesione deve avvenire entro il <b>31/12/2015</b>		



# Il sistema dei Pagamenti elettronici trova nel CAD i suoi riferimenti normativi fondativi

Liv.I

## Codice Amministrazione Digitale (artt. 4, 5 e 81 )

<p><b>Agenzia per l'Italia Digitale</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definisce, sentita la Banca d'Italia, le Linee Guida per l'effettuazione dei pagamenti elettronici</li> <li>▪ Mette a disposizione l'infrastruttura denominata "Nodo dei Pagamenti-SPC" interconnessa alle piattaforme di incasso e pagamento dei prestatori di servizi di pagamento abilitati</li> </ul>
<p><b>PA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pubbliche Amministrazioni e i gestori dei servizi pubblici dovranno rendere disponibili i codici identificativi (IUV) del pagamento da indicare obbligatoriamente nel versamento</li> </ul>
<p><b>Utenti</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Il cittadino potrà utilizzare il bonifico ovvero il bollettino postale e qualsiasi strumento di pagamento elettronico (*)</li> </ul>
<p><b>PSP</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le Pubbliche Amministrazioni potranno servirsi di prestatori di servizi di pagamento</li> </ul>

(\*) Riformulazione dell'articolo 5 del CAD da parte dell'art. 15 del DL 179/2012 regola con nuove modalità gli incassi delle PA

Liv.II

## Linee guida dell'Agenzia per l'Italia Digitale

- Delineano le attività che le PA ed i gestori di pubblici servizi (Enti Creditori) devono mettere in atto per consentire l'esecuzione di **pagamenti utilizzando strumenti elettronici**, nonché le specifiche per il pagamento, la riconciliazione e il riversamento delle somme raccolte
- AgID mette a disposizione una **Piattaforma Tecnologica per l'interconnessione e l'interoperabilità tra le PA e i PSP abilitati**
- Sono previste delle innovazioni di processo:
  - ✓ Identificativo Univoco dei Pagamenti (che garantisce l'**univocità del pagamento**)
  - ✓ **Ricevuta elettronica (attiva il processo di pagamento** attraverso l'invio di un messaggio standard, costituisce la **prova dell'avvenuto pagamento**)
- Sono previste **modalità contestuali**, con verifica del buon fine on-line al pagamento-IUV, **e non contestuali di pagamento**, con verifica del buon fine differito e necessità di invio avviso di pagamento





# L'adesione al sistema avviene con modalità diretta oppure tramite intermediari tecnologici, l'iter è fissato dalle Linee guida e governato dall'AgID

## Modalità di Adesione

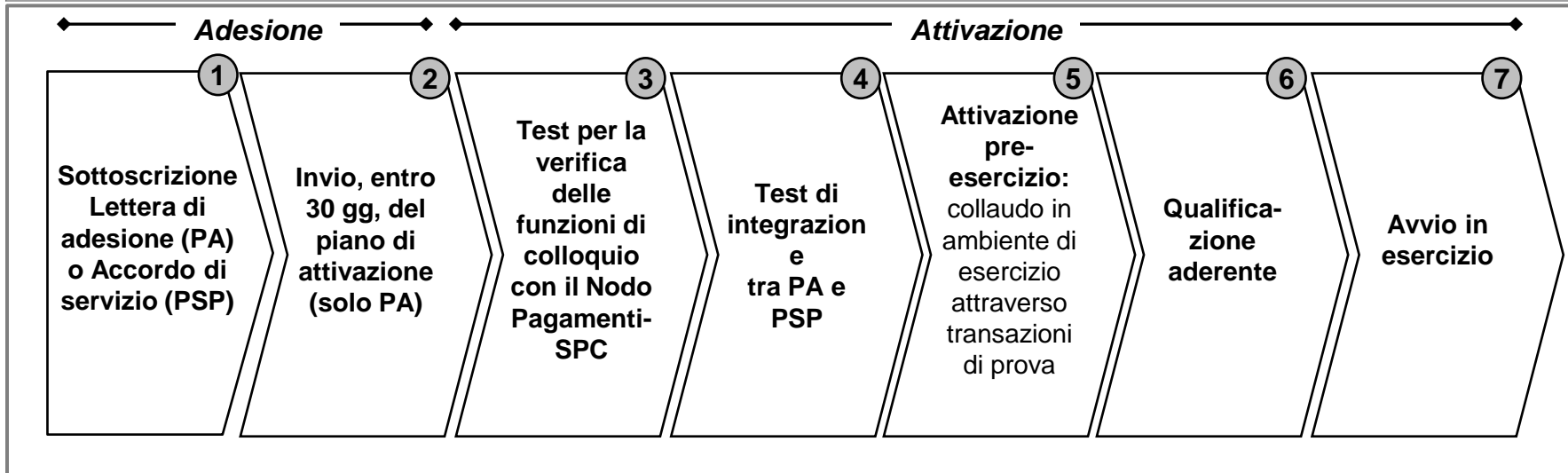
### Modalità diretta

- Le PPAA e i gestori di servizi pubblici sottoscrivono lettere di adesione al Sistema dei Pagamenti secondo i modelli predisposti da AgID
- I PSP e IP sottoscrivono accordi di servizio

### Modalità intermediata

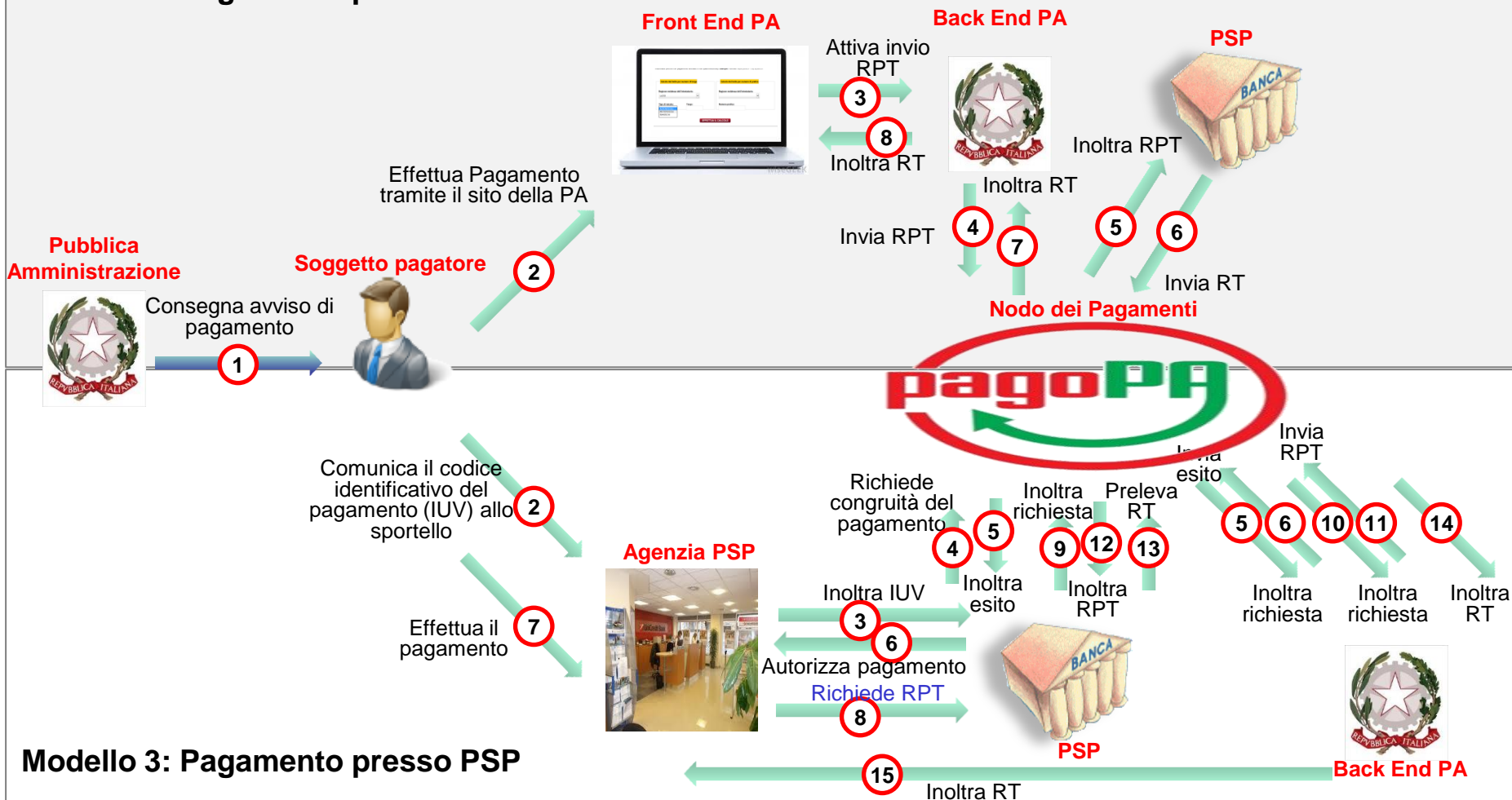
- Le PPAA e i gestori di servizi pubblici possono demandare le attività meramente tecniche ad "intermediari tecnologici", soggetti che aderiscono sia in qualità di beneficiario dei pagamenti, sia a supporto di altre PA

## Principali fasi



# Esemplificativo modelli di pagamento con esito contestuale

## Modello 1: Pagamento presso PA



## Modello 3: Pagamento presso PSP

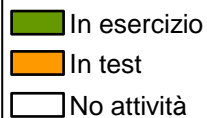


# A fine maggio sono 278 gli Enti Creditori che hanno completato l'adesione al sistema dei Pagamenti, di cui 16 sono in esercizio e 262 in test

## Geografia delle adesioni

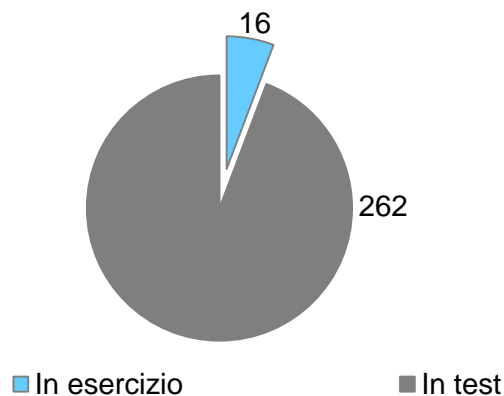


### Stato di attivazione



## Numero Enti Aderenti per stato di attivazione

Totale:  
278



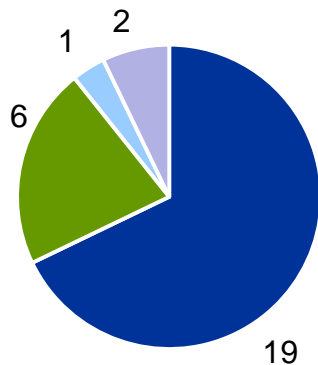
## Numero Enti Aderenti per categoria IPA

Categoria IPA	#
Comuni e loro Consorzi e Associazioni	224
Unioni di Comuni e loro Consorzi e Associazioni	14
Regioni, Province Autonome e loro Consorzi e Associazioni	12
Altri Enti	9
Presidenza del Consiglio dei Ministri, Ministeri e Avvocatura dello Stato	7
Province e loro Consorzi e Associazioni	7
Città Metropolitane	3
Gestori di Pubblici Servizi	1
Società in Conto Economico Consolidato (Consip)	1
<b>Totale</b>	<b>278</b>

# A fine maggio sono 26 i PSP che hanno aderito (11 Banche, 6 Istituti di Pagamento, 1 altro PSP) e 2 Circuiti

## Numero IP e PSP Aderenti

Totale 28



- Banca
- Istituti di Pagamento
- Altri PSP
- Circuiti

### PSP aderenti

#### Banche



Gruppo UBI Banca



#### Istituti di Pagamento



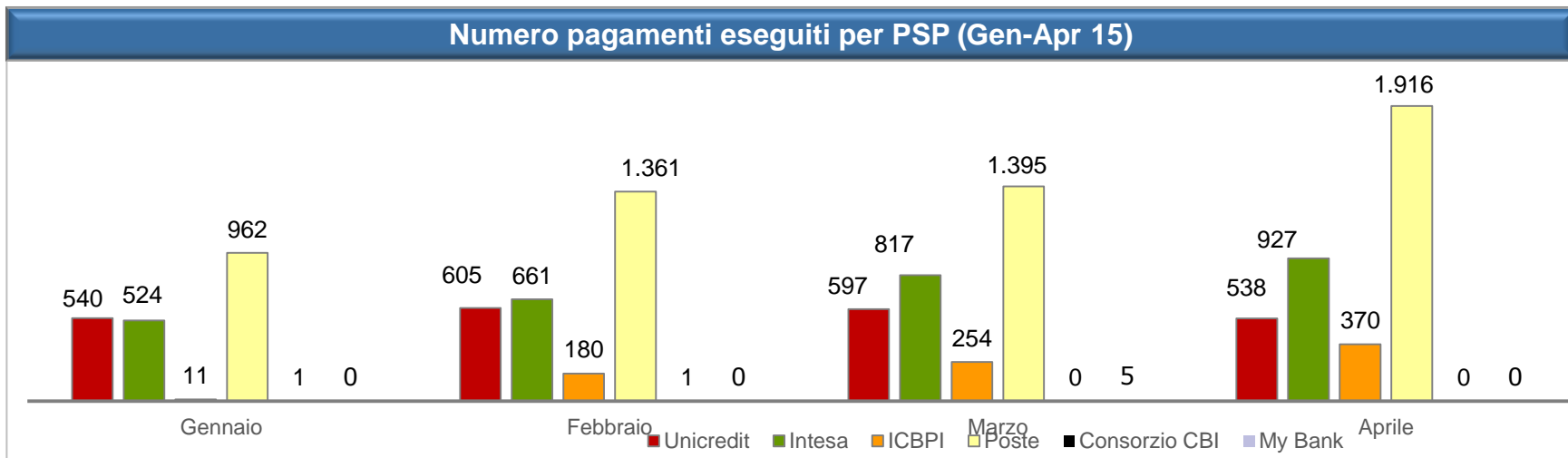
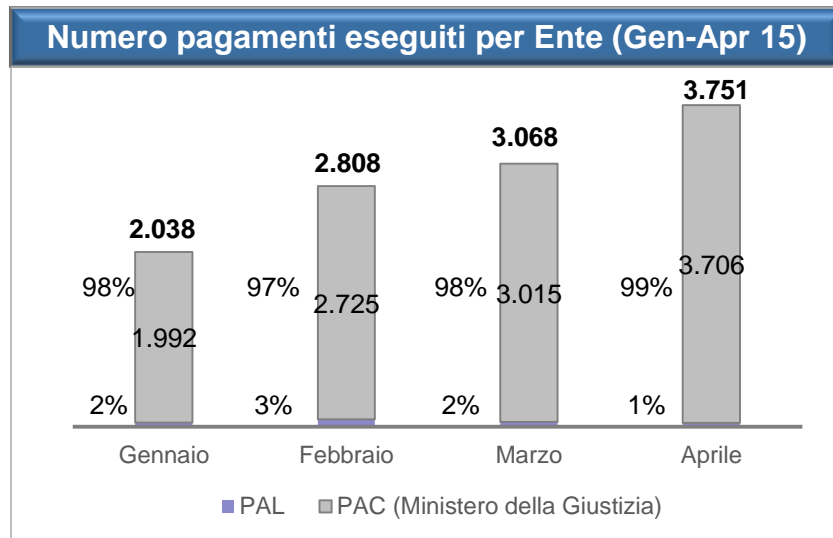
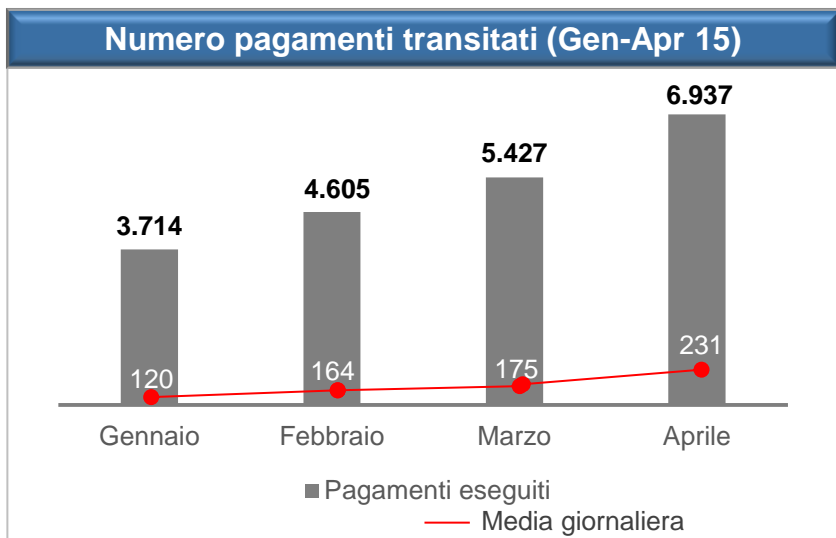
#### Altri PSP



### Circuiti aderenti



# Nei primi quattro mesi del 2015 sono transitati tramite il sistema dei Pagamenti circa 20 mila operazioni



# Elementi di attenzione e propulsori del progetto

## IMPEGNI DELL'AGID

- Favorire l'adesione al «**Nodo dei Pagamenti – SPC**» della Pubblica Amministrazione e dei prestatori di servizi di pagamento
- Garantire il successo dell'iniziativa «**Pago la PA**», nei vincoli temporali attuali
- **Gestire l'infrastruttura e l'evoluzione delle funzionalità** del Sistema (es. marca da bollo digitale)

## ELEMENTI DI ATTENZIONE

- Limitato numero di aderenti al sistema da parte dei soggetti coinvolti (ca 280 Enti Creditori e 30 PSP)
- Rispetto alla scadenza prevista per l'adesione (fine 2015) e la vastità dei soggetti coinvolti (ca 20 mila) emerge la necessità di **individuare soluzioni in grado di :**
  - ✓ **catalizzare** l'attenzione di tutti gli **stakeholder**
  - ✓ **accelerare il processo di adesione soprattutto**
  - ✓ **garantire il successo dell'iniziativa**

## Propulsori del progetto

In questo contesto, l'AgID ha intrapreso una serie di iniziative con fine di migliorare il rapporto Cittadino & PA e allo stesso tempo portare valore al progetto

Una serie di progetti per l'erogazione uniforme di servizi sono stati avviati:



Attivazione del pagamento della **marca da bollo digitale** in collaborazione con l'Agenzia delle Entrate



Pagamento **bollo auto**



**Accentramento della scelta del PSP**



Sistema centralizzato per la **connessione degli Enti Creditori**



**Ticket sanitario**



**Avvisatura elettronica** su mobile



Agenzia per l'Italia Digitale  
*Presidenza del Consiglio dei Ministri*

**Riferimenti AGID**  
**Dott. ssa Giovannini Maria Pia**

**giovannini@agid.gov.it**  
**Mobile 3280414052**  
**Office 0685264441**

