



## Rapporto 2026

# La Cashless Society per l'Italia:

le filiere industriali, il contributo all'economia e alla società e le sfide della transizione

11° EDIZIONE



### MAIN PARTNER



BANCOMAT



INTESA SANPAOLO



nexi

NTT DATA

REPLY  
PAY

satispay

VISA

### PARTNER

Arrive

BFF  
payments

BKN301

L'Istituto di Pagamento InfoCamere  
iCONTO

PAX  
Empowering Digital Payments

PayDo

PayPal

UnipolTech  
SOLUZIONI TECNOLOGICHE



# Community Cashless Society

## **La Cashless Society per l'Italia: le filiere industriali, il contributo all'economia e alla società e le sfide della transizione**

---

### **Missione**

*“Essere una piattaforma di confronto costruttivo e permanente in tema di pagamenti elettronici a 360° per analizzare lo scenario cashless nel mondo, rafforzare il dialogo e le relazioni tra gli attori dell'industria dei pagamenti, la comunità imprenditoriale e quella istituzionale e produrre conoscenza e proposte per promuovere la Cashless Society come opportunità di crescita e di modernizzazione del Paese”*

*Rapporto realizzato da TEHA Group con il supporto di American Express, Bancomat, CBI, Edenred, Intesa Sanpaolo, Mastercard, Nexi, NTT Data Italia, Reply Pay, Satispay, Visa, Arrive, BFF Bank, BKN301, Iconto, Pax Italia, PayDo, Paypal e UnipolTech per la Community Cashless Society.*

*I contenuti del presente Rapporto sono di esclusiva responsabilità di TEHA Group.*

*© 2026 TEHA Group TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Il presente documento è di proprietà di TEHA Group e The European House - Ambrosetti S.p.A. Nessuna parte di esso può essere in alcun modo riprodotta senza l'autorizzazione scritta di TEHA Group e The European House - Ambrosetti S.p.A.*

## INDICE

<b>LA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY DI TEHA GROUP: OBIETTIVI, ATTIVITÀ E PROTAGONISTI DELL'EDIZIONE 2026</b>	<b>1</b>
Missione, logiche e metodologia di lavoro della Community Cashless Society	1
I membri della Community Cashless Society e gli altri attori dell'iniziativa	9
<b>I 10 PUNTI PIÙ IMPORTANTI DEL RAPPORTO</b>	<b>14</b>
<b>CAPITOLO 1. LO SCENARIO DI RIFERIMENTO DELLA CASHLESS SOCIETY IN ITALIA E NEL MONDO</b>	<b>25</b>
1.1 L'Osservatorio internazionale della Community Cashless Society sui pagamenti: obiettivi, struttura e metodologia	26
1.2 I risultati dell'Osservatorio internazionale 2026: trend e dinamiche in Italia, in Europa e nel mondo	27
1.2.1 La dipendenza dal contante delle economie internazionali: il <i>Cash Intensity Index</i> 2026	27
1.2.2 I pagamenti alternativi al contante e le condizioni abilitanti delle società <i>cashless</i> in Europa: il <i>Cashless Society Index</i> 2026	30
1.2.3 La velocità dei Paesi dell'Unione Europea verso la <i>Cashless Revolution</i> : il <i>Cashless Society Speedometer</i> 2026	33
1.3 L'impatto dei pagamenti <i>cashless</i> sulla riduzione del VAT <i>gap</i> in Europa e in Italia	34
1.4. La fotografia della <i>Cashless Society</i> nei territori italiani	39
1.4.1 Le dinamiche della <i>Cashless Society</i> nelle Regioni italiane: il <i>Regional Cashless Index</i> 2026	40
1.4.2 I pagamenti elettronici e le condizioni abilitanti nelle 14 Città Metropolitane del Paese: il <i>Metropolitan Cities Cashless Index</i> 2026	44
<b>CAPITOLO 2. LE INDAGINI DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY PER MISURARE IL "TERMOMETRO CASHLESS" DEL PAESE</b>	<b>48</b>
2.1 La survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani	48
2.1.1 Obiettivi, struttura e metodologia	48
2.1.2 I risultati dell'indagine	49
2.1.3 Considerazioni di sintesi	54
2.2 La survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani	55
2.2.1 Obiettivi, struttura e metodologia	55

2.2.2 I risultati dell'indagine	56
2.2.3 Considerazioni di sintesi	66
2.3 La survey della Community Cashless Society alle aziende italiane	67
2.3.1 Obiettivi, struttura e metodologia	67
2.3.2 I risultati dell'indagine	68
2.3.3 Considerazioni di sintesi	74
<b>CAPITOLO 3. I FOCUS TEMATICI E GLI USE CASE PER FAVORIRE LA DIFFUSIONE DELLA CASHLESS SOCIETY IN ITALIA</b>	<b>76</b>
3.1 Le evoluzioni e i percorsi di CBDC, Criptovalute e Stablecoin	76
3.1.1 Le <i>Central Bank Digital Currencies</i>	78
3.1.2 Il Quadro di mercato delle Criptovalute	81
3.1.3 Il ruolo delle <i>Stablecoin</i> all'interno delle valute digitali	81
3.2 Lo stato dell'arte della normativa europea sui pagamenti	84
3.3 Sfide e opportunità della mobilità <i>smart</i> e i grandi eventi come caso <i>crossover</i> tra mobilità e turismo	88
3.3.1 La mobilità in Italia e i pagamenti <i>cashless</i>	89
3.3.2 I pagamenti <i>cashless</i> nei grandi eventi	90
<b>CAPITOLO 4. LE PROPOSTE DI POLICY 2026 DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY</b>	<b>95</b>
4.1 Perché è importante per il Paese favorire la <i>Cashless Society</i> : l'Indice dei benefici	95
4.2 La rilevanza economico-sociale della filiera <i>cashless</i> in Italia e il suo ruolo per la diffusione di una cultura digitale	98
4.2.1 Obiettivi, struttura e metodologia	98
4.2.2 I risultati dell'aggiornamento dei valori economici e sociali della filiera <i>cashless</i> in Italia	99
4.3 Il <i>Progress Report</i> delle proposte di <i>policy</i> della Community Cashless Society	101
4.4 Le proposte di <i>policy</i> della Community Cashless Society per l'edizione 2025/2026	103
<b>BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO</b>	<b>113</b>

## LA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY DI TEHA GROUP: OBIETTIVI, ATTIVITÀ E PROTAGONISTI DELL'EDIZIONE 2026

### MISSIONE, LOGICHE E METODOLOGIA DI LAVORO DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY

Nel **2015** TEHA Group ha fondato la **Community Cashless Society**, una piattaforma *multi-stakeholder* di confronto costruttivo e permanente in tema di pagamenti elettronici, la cui **missione** è:

Essere una **piattaforma di confronto costruttivo e permanente in tema di pagamenti elettronici a 360 gradi** per analizzare lo scenario *cashless* nel mondo, rafforzare **il dialogo e le relazioni** tra gli attori dell'industria dei pagamenti, la comunità imprenditoriale e quella istituzionale e **produrre conoscenza e proposte** per promuovere la *Cashless Society* come **opportunità di crescita e di modernizzazione** del Paese

La **visione di sviluppo** per il sistema-Paese che la Community Cashless Society intende promuovere è:

Affermare l'Italia come un **Paese digitalizzato e moderno** a partire dai sistemi di pagamento, aumentando la consapevolezza che la digitalizzazione dei pagamenti è una premessa indispensabile per:

- dotare il Paese di **servizi avanzati e sostenibili** (una transazione *cashless* emette il **72% di CO<sub>2</sub> in meno** vs. una transazione *cash*), per aumentare la **qualità della vita delle persone** e **l'efficienza delle imprese e sostenere la transizione digitale ed ecologica**;
- sviluppare e consolidare nel Paese una **filiera dei pagamenti competitiva e ad alto tasso di innovazione**, in grado di generare fino a 10.000 nuovi posti di lavoro aggiuntivi nei prossimi 5 anni;
- avere un **Paese più equo e onesto**, capace di contrastare efficacemente **l'evasione e l'economia sommersa**, riducendo quasi a zero l'incidenza del VAT *gap* sul PIL (l'Italia, da sola, vale il **19,5%** del VAT *gap* nell'Unione Europea, pari a **€25 mld su €128 mld**);

*Il raggiungimento della visione passa necessariamente dalla chiusura del gap con la media europea in termini di pagamenti elettronici (181 transazioni cashless pro-capite\* in Italia vs. 247 media UE-27).*

*(\*) Include sia i pagamenti con carta che l'e-money*

La Community si pone i seguenti **obiettivi**:

- **raggiungere posizioni condivise** su temi prioritari per i membri della Community, creando una «massa critica» in grado di incidere sulle scelte dei decisori pubblici;

- sviluppare un’attività di **advocacy qualificata** a livello italiano ed europeo, portando contenuti e proposte autorevoli ed argomentate;
- produrre **idee e conoscenza nuova**, anche coinvolgendo esperti e *business leader* internazionali, a beneficio dell’attività e del *business* dei membri della Community;
- agevolare lo **scambio di esperienze e un networking qualificato** tra i membri della Community e con attori esterni di riferimento;
- produrre **contenuti formalizzati** (anche progetti) di supporto agli obiettivi della Community;
- **comunicare con autorevolezza** le tesi e le posizioni della Community sensibilizzando e creando consapevolezza tra la *business community*, i *policymaker* e la società civile.

Fanno parte della Community **aziende che operano lungo l’intera filiera dei pagamenti**, da monte a valle: realtà italiane o espressione di gruppi multinazionali attive nell’industria finanziaria (istituti di credito, *provider* di carte di credito e di debito), fornitori delle tecnologie e dei servizi a supporto dello sviluppo dei pagamenti elettronici (come terminali POS, *software* gestionali, piattaforme di pagamento digitale) e *player* di settori che stanno assistendo ad una marcata dematerializzazione dei pagamenti (come servizi per la mobilità e la *smart city*, *employee benefit* e *welfare* aziendale).

#### Main Partner

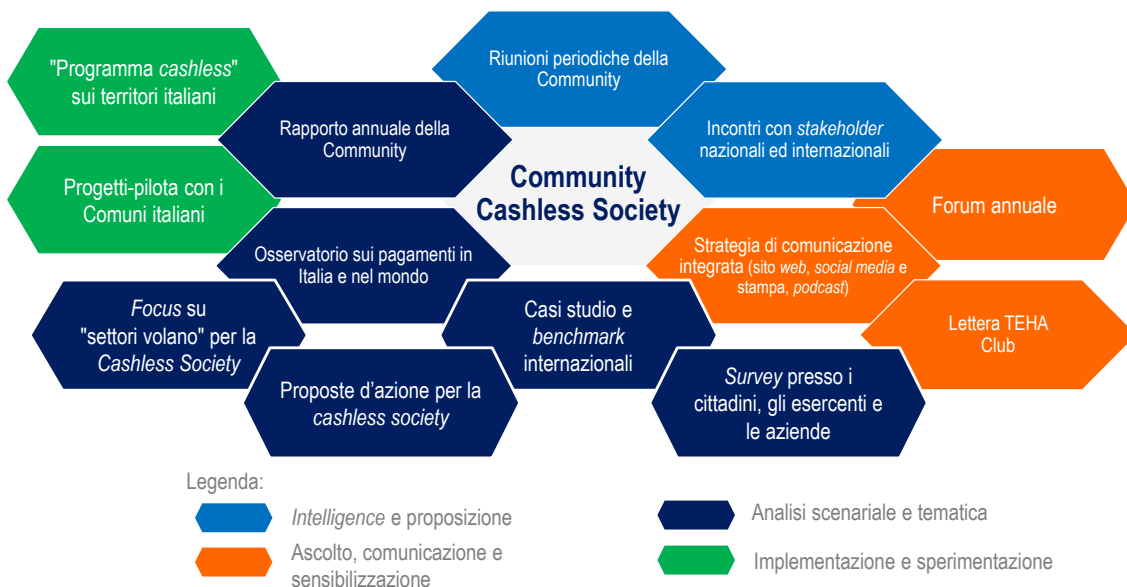


#### Partner



**Figura I.** Le aziende sostenitrici della undicesima edizione della Community Cashless Society. *Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.*

I lavori della undicesima edizione della Community si sono svolti tra maggio 2025 e marzo 2026, attraverso una serie di attività tra loro collegate secondo una **metodologia di lavoro multi-livello** che ha integrato momenti di *intelligence* e proposizione, attività di ascolto, comunicazione e sensibilizzazione, attività di analisi scenariale e tematica ed iniziative di implementazione e sperimentazione.



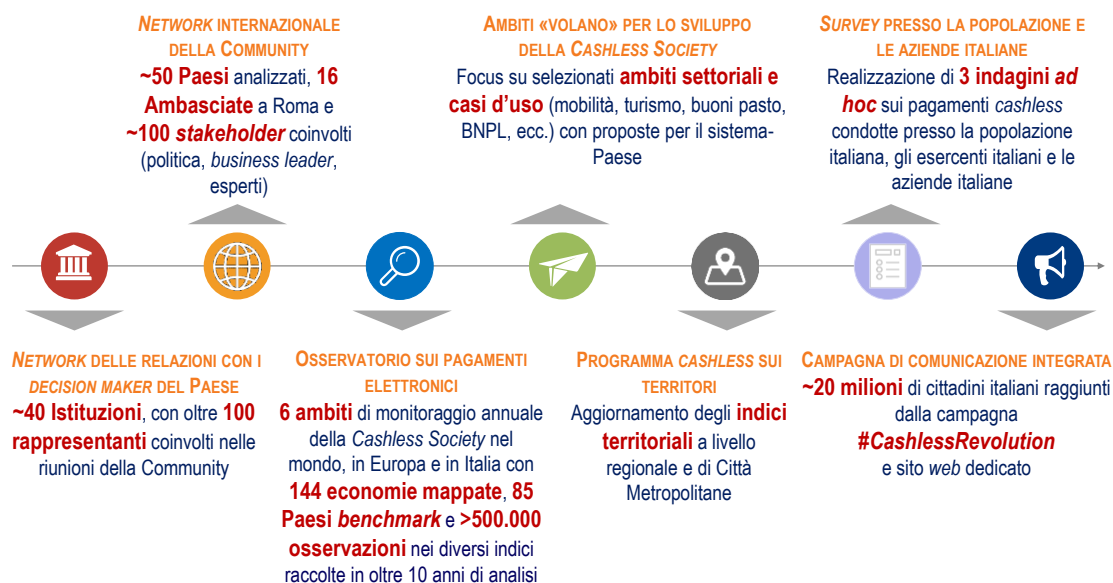
**Figura II.** La piattaforma di lavoro e le attività realizzate da TEHA Group durante la undicesima edizione della Community Cashless Society. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

I membri della Community si sono confrontati in **riunioni periodiche**, organizzate in modalità *phygital* (fisica e digitale). Gli incontri di lavoro hanno rappresentato momenti di dialogo e *brainstorming* su temi prioritari e di maggiore attualità legati alla diffusione dei pagamenti elettronici in Italia nello scenario corrente, a partire dalle esperienze e competenze proprie di ciascun membro della Community e dagli approfondimenti realizzati dal Gruppo di Lavoro TEHA Group.

Nello specifico, il **percorso della undicesima edizione della Community** si è focalizzato sul raggiungimento di questi obiettivi specifici:

- proseguire nell'**azione di ingaggio** dei rappresentanti istituzionali del Governo, delle forze politiche, delle principali Istituzioni e del sistema associativo/imprenditoriale del Paese;
- continuare a promuovere lo **scambio di esperienze con la rete internazionale** dei Paesi *benchmark* e aggiornare la mappatura delle migliori pratiche *cashless* nel mondo;
- aggiornare ed integrare gli **indicatori** dell'Osservatorio permanente sui pagamenti elettronici della Community e l'attività di monitoraggio della **filiera** dei pagamenti in Italia;
- comprendere la percezione e le aspettative dei **cittadini** italiani rispetto ai pagamenti *cashless* e alle sfide della *Cashless Society* e fare un confronto con le edizioni 2020-2025;
- proseguire la realizzazione delle indagini *ad hoc* da somministrare agli **esercenti** e alle **aziende** italiane per ampliare l'ambito di focalizzazione della Community sul ruolo dell'*e-commerce* B2B nel processo di digitalizzazione delle imprese e quindi del Paese nel complesso;
- realizzare degli **approfondimenti verticali** e carotaggi su temi e ambiti di interesse prioritario per l'evoluzione dei pagamenti nello scenario dei prossimi anni;

- potenziare le attività di comunicazione e divulgazione della Community sui canali tradizionali, sul *web* e sui *social network*, avviando nuovi strumenti (come il ciclo di *podcast* e *social polling*).



**Figura III.** I principali cantieri di lavoro della undicesima edizione della Community Cashless Society.  
Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Si presenta, nelle pagine che seguono, una sintesi dei principali cantieri di lavoro e delle attività svolte dalla Community tra il 2025 e il 2026.

### **Il network delle relazioni attivate dalla Community Cashless Society con i decision maker del Paese**

Nell'ottica di condividere esperienze e riflessioni sul tema, hanno partecipato alle riunioni della Community Cashless Society selezionati rappresentanti del mondo istituzionale, politico ed imprenditoriale/associativo del Paese (si veda più avanti in merito ai rappresentanti che sono stati coinvolti nel percorso 2025/2026 della Community).



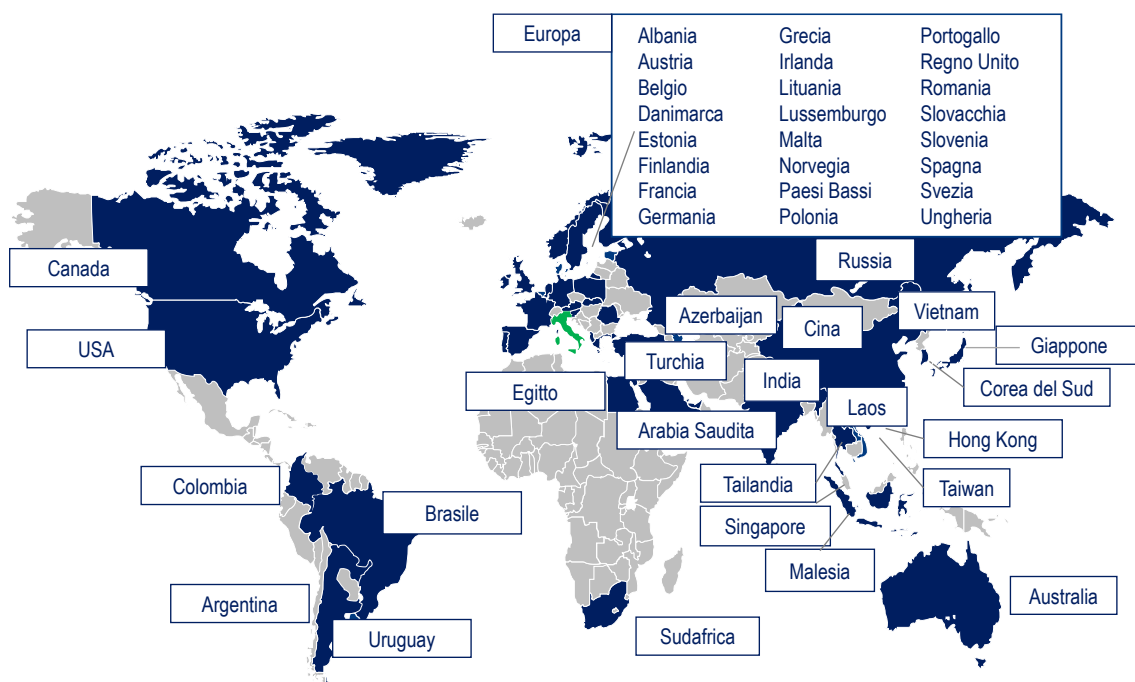
**Figura IV.** Le Istituzioni e le rappresentanze pubbliche e private coinvolte nelle attività della Community Cashless Society. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

## Il network internazionale della Community Cashless Society

Sono state approfondite, a vari livelli e anche attraverso interviste ed incontri *one-to-one* in Italia e all'estero, le principali esperienze legate a modelli, strumenti e soluzioni *cashless* sperimentate in altri Paesi europei ed *extra-europei*.

In continuità con le precedenti edizioni, che hanno portato all'analisi delle esperienze di **~50 casi studio internazionali** e l'ascolto di un centinaio di *stakeholder* (rappresentanti della politica, *business leader* ed esperti), anche nel ciclo 2025/2026 la Community ha condotto l'attività di *intelligence* sulle *policy* di riferimento e sui casi di maggiore interesse a livello internazionale a sostegno della *Cashless Society*, attraverso il coinvolgimento delle **Ambasciate dei Paesi benchmark in Italia** e di rappresentanti esteri nel percorso di lavoro.

I casi esteri monitorati dalla Community sono stati selezionati nell'ottica di approfondire esperienze di successo a cui ispirarsi per strategie, soluzioni e strumenti adattabili anche alla realtà italiana.



**Figura V.** I benchmark e le best practice internazionali analizzate dalla Community Cashless Society a partire dal 2015. *Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.*

### L'Osservatorio permanente della Community sui pagamenti elettronici

Attraverso l'Osservatorio Cashless Society, istituito nel 2015 come strumento di analisi dell'utilizzo e degli impatti degli strumenti di pagamento *cashless* nel mondo, in Europa e in Italia, il Gruppo di Lavoro TEHA Group esamina su base permanente l'**evoluzione dello scenario dei pagamenti *cashless***.

Grazie ad un *database* proprietario che mette a sistema tutti i dati disponibili sul mondo dei pagamenti *cashless*, ogni anno sono approfonditi **oltre 20 indicatori di trend e più di 40 KPI** per analizzare i pagamenti *cashless* a più livelli territoriali (ad esempio, pagamenti con carte, prelievi di contante, diffusione dei pagamenti *mobile*, ammontare del contante in circolazione, grado di diffusione di terminali POS e ATM, ecc.).

Gli strumenti di monitoraggio permettono di analizzare in modo innovativo i dati e di offrire una fotografia statica e dinamica dell'ecosistema dei pagamenti elettronici e digitali in Italia rispetto al resto del mondo, all'Europa e all'interno dei territori italiani.

Nel tempo, l'Osservatorio ha messo a punto gli **strumenti di metodo ed analisi** per monitorare i risultati dell'Italia nel confronto con i principali *competitor* internazionali e valutare il contributo dei pagamenti elettronici allo sviluppo del Paese e dei suoi territori:

- il **Cash Intensity Index** (CII), elaborato a partire dal 2016 per misurare l'incidenza del contante sul Prodotto Interno Lordo in 144 Paesi al mondo;
- il **Cashless Society Index** (CSI), elaborato a partire dal 2016 sulla base di 16 KPI relativi allo stato dei pagamenti e ai fattori abilitanti in 27 Paesi europei;

- il **Cashless Society Speedometer**, che dal 2016 fotografa il dinamismo con cui i diversi Paesi europei si muovono verso la *Cashless Society*;
- il **Regional Cashless Index** (RCI), introdotto a partire dal 2018 per monitorare le differenze esistenti sul territorio italiano (20 Regioni italiane e 14 KPI) con riferimento al raggiungimento della *Cashless Society*;
- il **Metropolitan Cities Cashless Index** (MCCI), lanciato nell'edizione 2019/2020 e aggiunto al paniere di strumenti di rilevazione della Community per fotografare lo sviluppo della *Cashless Society* nelle 14 Città Metropolitane italiane<sup>1</sup> (8 KPI).

Per un approfondimento sulle analisi dell'Osservatorio e dei suoi indicatori a livello internazionale e nazionale si rimanda al Capitolo 1 del presente Rapporto.

Infine, nella sesta edizione della Community, è stato elaborato l'**Indice dei benefici** associati ai pagamenti elettronici (aggiornato anche nelle seguenti edizioni della Community), uno strumento di monitoraggio che permette di quantificare anno su anno un valore di sintesi delle esternalità positive generate dai pagamenti *cashless* (riduzione del costo sociale del contante, sicurezza delle transazioni, emersione del sommerso, stimolo allo sviluppo economico, tempo risparmiato, sostenibilità rispetto al contante).

### **La survey della Community Cashless Society presso i cittadini, gli esercenti e le aziende italiane**

Ad integrazione delle evidenze quantitative ottenute sulla *Cashless Society* in Italia e nei suoi territori (Regioni e Città Metropolitane), TEHA Group ha proseguito nell'edizione 2025-2026 la somministrazione di tre **survey**:

- **presso la popolazione italiana** (campione di 1.000 cittadini), con l'obiettivo di misurare l'attitudine dei cittadini nei confronti dei pagamenti *cashless*, indagare i principali *use case* che sostengono il ruolo dei pagamenti digitali e i *gap* informativi dei cittadini;
- **presso gli esercenti italiani** (campione di 600 esercenti), con l'obiettivo di indagare il ruolo dei pagamenti *cashless* per la digitalizzazione degli esercenti e individuare i principali ostacoli all'accettazione dei pagamenti *cashless* presso gli esercenti;
- **presso le aziende italiane** (campione di 500 aziende), con l'obiettivo di comprendere il posizionamento attuale e le criticità potenziali percepite dalle imprese italiane rispetto alla digitalizzazione dei processi B2B.

Le principali evidenze delle tre *survey* sono presentate nel Capitolo 2 del presente Rapporto.

---

<sup>1</sup> Si tratta di: Torino, Milano, Venezia, Genova, Bologna, Firenze, Roma Capitale, Napoli, Bari, Reggio Calabria, Palermo, Catania, Messina e Cagliari.

## L'analisi degli ambiti “volano” in cui ottenere i maggiori benefici dallo sviluppo della Cashless Society in Italia e i tre Workshop tematici

Nel corso della undicesima edizione, la Community ha proseguito il percorso (avviato durante la settima edizione) di realizzazione di specifici *focus* tematici sui principali temi di riferimento nel mondo dei pagamenti *cashless* e dei principali ambiti “volano” in cui ottenere i maggiori benefici dallo sviluppo della *Cashless Society* in Italia.

In particolare, nel primo *Workshop* sono state approfondite le recenti novità regolatorie e i *trend* di mercato con riferimento a **CBDC** – *Central Bank Digital Currency*, **criptovalute** e **stablecoin**, analizzandone le relative caratteristiche e differenze, oltre che le potenziali ricadute a livello economico, finanziario e geopolitico.

Nel secondo *Workshop*, sono state presentate le principali evidenze della *survey* agli esercenti e liberi professionisti, coinvolgendo per l'occasione le principali associazioni di categoria e dei consumatori.

Nel terzo *Workshop*, infine, sono state approfondite le opportunità di crescita nel settore della **mobilità**, dedicando particolare attenzione allo scenario evolutivo dei pagamenti digitali nei prossimi anni e ai grandi eventi (*in primis* i Giochi Olimpici Invernali di Milano-Cortina) come elemento *crossover* tra mobilità e turismo.

Per un approfondimento sui principali temi approfonditi nei *Workshop* si rimanda al Capitolo 3 del presente Rapporto.

## La campagna di comunicazione integrata della Community Cashless Society

Per contribuire alla conoscenza dei benefici associati alla diffusione dei pagamenti elettronici in Italia e dello stato dell'arte in Italia e in altri Paesi, la Community Cashless Society e i suoi *Partner* hanno attuato una **strategia di comunicazione integrata** sui principali:

- **social network** (Twitter, Instagram, Youtube, Facebook e LinkedIn), attraverso il lancio dell'*hashtag* **#CashlessRevolution**, con i seguenti risultati (dati aggiornati a marzo 2026):
  - ~25 milioni di *impression* generate;
  - ~600.000 visualizzazioni su X (Twitter);
  - ~500.000 visualizzazioni su LinkedIn;
  - ~200.000 visualizzazioni su Facebook;
  - ~100.000 visualizzazioni su Instagram.
- **media tradizionali** (carta stampata e *magazine online*); da fine 2016 le analisi della Community sono state riprese in **più di 1.600 articoli** sulle principali testate e periodici nazionali, tra cui Il Sole - 24 Ore, Corriere della Sera, La Repubblica, Il Giornale, Il Messaggero, Libero, La Stampa, Milano Finanza, L'Espresso e Panorama.
- **media televisivi**, tra cui interviste e testimonianze sul tema dei pagamenti elettronici (ad esempio, su Sky TG24, TG1 e TGR Leonardo).

È inoltre proseguita l'alimentazione di contenuti sul **sito web dedicato** della Community Cashless Society ([www.ambrosetti.eu/cashless-society/](http://www.ambrosetti.eu/cashless-society/)), introducendo un elemento di innovazione nella fruizione di dati e risultati dell'Osservatorio in una logica più *user-friendly*.

Dal 2019, prosegue la realizzazione e diffusione sul sito *web* e su tutte le piattaforme *social* di TEHA Group e dei suoi *Partner* di una serie di “**social card**” che – attraverso messaggi-chiave molto sintetici, ma di forte impatto comunicativo – descrivono in maniera efficace i risultati delle analisi e le osservazioni realizzate dall'Osservatorio della Community. A questi strumenti di comunicazione si sono aggiunte delle rilevazioni periodiche sui *social network* (**social polling**) che permettono di rilevare il *sentiment* degli italiani su temi di attualità connessi ai pagamenti digitali (come, ad esempio, il giudizio su alcune misure adottate dal Governo).

Nel complesso, attraverso la campagna #CashlessRevolution lanciata dalla Community sono stati raggiunti **più di 3 milioni di esponenti della classe dirigente pubblica e privata e dell'opinione pubblica**.

I risultati del lavoro svolto nell'undicesimo anno di attività della *Community* sono sintetizzati nel presente **Rapporto annuale** che, in uno spirito di contribuzione positiva al miglioramento del sistema-Paese, ha l'obiettivo di delineare il posizionamento dell'Italia nel confronto internazionale, e – alla luce dei *gap* da superare e in considerazione dei benefici associati ad una maggior diffusione degli strumenti di pagamento alternativi al contante – proporre alcune linee d'azione per supportare e accelerare il pieno raggiungimento della *Cashless Society* in Italia. Per un approfondimento sulle proposte di *policy* dell'edizione 2025/2026 della Community si rimanda al Capitolo 4 del presente Rapporto.

In aggiunta, i risultati e le proposte emerse dalle diverse edizioni della Community sono sintetizzati nelle **Lettere Club di TEHA Club**, indirizzate ad una *mailing list* riservata di 3.500 *decision maker* del Paese (Vertici delle Istituzioni, *business leader* e *opinion maker*) e veicolate alle personalità e ai *decision maker* del *network* internazionale della Community.

Il Forum finale di presentazione e discussione dei risultati e delle proposte della Community (26 marzo 2026) chiude il percorso di lavoro 2025/2026beh, come **momento annuale di discussione comune con le Istituzioni e i vertici della business community** sulle priorità d'azione per concretizzare la “rivoluzione *cashless*” in Italia e riflettere sulle prerogative per un'economia moderna e resiliente, nello spirito di fare squadra e sviluppare azioni a beneficio del sistema-Paese.

## **I MEMBRI DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY E GLI ALTRI ATTORI DELL'INIZIATIVA**

L'undicesima edizione della Community Cashless Society ha visto la partecipazione di:

*Main Partner:*

- **American Express:** Federica Piazza (*Director of Government Affairs*, EMEA) e Marta Dall'Arche (*Head of Corporate Affairs & Communications* Italia);
- **Bancomat:** Fabrizio Burlando (Amministratore Delegato), Matteo Valenti (*Chief Product Officer*), Paolo Salvi (*Chief Technology Officer*), Viviana Del Vecchio (*Vice President Consumer Products*), Vittorio Silva (*Chief Marketing and Communication Officer*), Edoardo

Ceraselli (*External Relations Senior Analyst*), Martina Puglisi (*Associate Communication*) e Antonio Borzacchiello (*Consumer Products*);

- **CBI:** Liliana Fratini Passi (Direttore Generale), Pilar Fragalà (*Chief Commercial Officer*), Marina Schicchi (Responsabile Funzione Comunicazione, Relazioni Istituzionali e Sostenibilità) e Salvatore Criscuolo (Responsabile Acquisti e Controllo di Gestione);
- **Edenred Italia:** Fabrizio Ruggiero (Amministratore Delegato), Stefania Rausa (Direttore *Marketing*), Simona Finazzo (*Public Affairs Director*), Federica Fumia (*Communication Team Leader*) e Pietro Cristoferi (*Public Affairs Specialist*);
- **Intesa Sanpaolo:** Raffaella Mastrofilippo (Responsabile Prodotti Transazionali e Piattaforme di *Payment*), Alessandro Bragazzi (Responsabile Interfaccia *Processing* e *Business Support*), Alessandro Camagni (Responsabile *Digital Payments* e *Services*) e Alessio Adamo (Referente Piattaforme di *Payment* e Rapporti con i Circuiti);
- **Mastercard:** Luca Corti (*Country Manager*), Marco Gallone (*Head of Fintech & Digital Partners*) e Adriana Muscolo (*Head of Public Policy Europe*);
- **Nexi Group:** Piero Crivellaro (*Corporate Group Head of Public Affairs*) e Davide Cuccurullo (*Public Affairs Expert*);
- **NTT DATA:** Danilo Lissoni (*Head of Marketing & Communication*), Andrea Giuliani (*Head of Payment Solutions*), Valerio Nucibella (*Senior Consultant*), David Verra (*Manager*) e Ilaria Campaniello (*Marketing & Communication*);
- **Pay Reply:** Tiziana Natale (*Managing Partner*) e Giulio Carmignato (*Partner*);
- **Satispay:** Alberto Dalmaso (*Founder* e *Chief Executive Officer*), Noemi Lapalombella (*Institutional Relations Director*) e Tiziana De Icco (*PR lead*);
- **Visa Europe:** Stefano Stoppani (*Country Manager, Visa Italia*), Javier Agudo (*Director, Government Engagement Southern Europe*), Alessandro Angelini (*Director, Government Solutions*), Luca Moroni (*Director, Commercial Solutions*), Massimo Catalini (*Senior Relationship Manager*), Davide Terragni (*Regional Wallets Lead*) e Francesco Galletti (*Senior Manager Government Affairs*).

#### Partner:

- **Arrive Group:** Giuliano Caldo (*Head of Dach, Italy and Iberia*) e Silvana Filipponi (*Head of Global Payment Strategy*)
- **BFF Banking Group:** Alessandro Zaccherini (*Head of Payments Development – Transaction Services*), Elisa Gazzara (Responsabile Relazioni Istituzionali), Alex Fadani (*Business Payments Professional*) e Alessandro Impellizzeri (*Payments Development*)
- **BKN301:** Federico Zambelli Hosmer (*Founder, Board Member and Chief Business Officer*) e Elena Casadei Menghi (*Head of Branding*);
- **IConto:** Pietro Soleti (Direttore Generale) e Mauro Biscione (*Operation Manager*);
- **PAX Italia:** Andrea Zucchiatti (*Managing Director* e *Co-Founder*);

- **Paydo:** Donato Vadruccio (*Founder & Chief Executive Officer*), Fabio Chiurazzi (*Chief Solutions, Communications and Sales*), Diego Tremolizzo (*Chief Financial and Governance Officer*) e Giorgia Nicolini (*Project Manager*);
- **PayPal Italia:** Maria Teresa Minotti (*Director*) e Vanina Acqualagna (*Large Enterprise Account Executive*);
- **UnipolTech:** Francesco Maldari (*Amministratore Delegato*) e Carlo Garuccio (*General Manager, UnipolMove*).

La *Community* è gestita e coordinata da TEHA Group:

- **Valerio De Molli** (*Managing Partner & CEO*);
- **Lorenzo Tavazzi** (*Senior Partner e Responsabile Area Scenari e Intelligence; Project Leader della Community*);
- **Giovanni Abramo** (*Consultant, Area Scenari e Intelligence; Project Coordinator della Community*);
- **Claudio Conte** (*Consultant, Area Scenari e Intelligence*);
- **Chiara Bernabè** (*Analyst, Area Business Policy Impact*);
- **Federica Riccio** (*Analyst, Area Scenari e Intelligence*);
- **Alessandro Sarvadon** (*Analyst, Area Scenari e Intelligence*);
- **Ines Lundra** (*Segreteria operativa della Community*).

Il lavoro della *Community* ha riguardato un costruttivo scambio di opinioni e di punti di vista con i rappresentanti delle istituzioni italiane e delle organizzazioni di riferimento.

Un particolare ringraziamento a:

- **Naif Al Sakran** (*First Secretary, Royal Embassy dell'Arabia Saudita a Roma*);
- **Laurence Bannerman** (*Segretario Generale, Associazione Italiana Operatori Sosta e Mobilità – AIPARK*);
- **Michele Sebastiano Barca** (*Dirigente, Unità Organizzativa Programmazione, Analisi dati e Progetti strategici, Direzione Generale, Turismo, Marketing Territoriale e Moda, Regione Lombardia*);
- **Emilio Luigi Boccalini** (*Vice Presidente, Taxiblu*);
- **Fabio Burgarello** (*Capo Segreteria Particolare, Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri Sen. Alessandro Morelli*);
- **Roberto Calugi** (*Direttore Generale, FIPE Confcommercio*);
- **Roberto Caricasole** (*Responsabile dello Sviluppo IT, ATAC*);
- **Laura Cavandoli** (*Presidente del Consiglio di Giurisdizione e VI Commissione – Finanze, Camera dei deputati; Lega*);

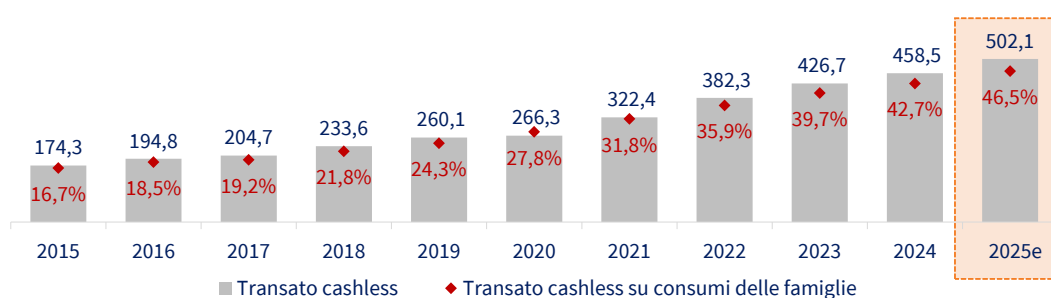
- **Emanuele Cecala** (Responsabile dell'Unità operativa Credito e Finanza, Confartigianato);
- **Andrea De Bertoldi** (Membro, VI Commissione Finanze, Camera dei Deputati; Lega);
- **Paola De Micheli** (Membro, X Commissione Attività Produttive, Commercio e Turismo, Camera dei deputati; Partito Democratico);
- **Maria Ermanno** (Consigliere, Ambasciata della Svezia in Italia);
- **Maurizio Fatarella** (*General Manager*, Istituto Poligrafico Zecca dello Stato);
- **Federico Fubini** (Vicedirettore ad personam e editorialista di economia, Corriere della Sera);
- **Pierciro Galeone** (Direttore, IFEL Fondazione Anci);
- **Mattia Gottardi** (Assessore all'urbanistica, energia, trasporti, sport e aree protette, Provincia Autonoma di Trento);
- **Massimo Greco** (Direttore Generale dell'Unità di Missione a supporto del Garante per la sorveglianza dei prezzi, Ministero delle Imprese e del Made in Italy);
- **Daniel Gros** (Direttore, Institute for European Policymaking, Università Bocconi);
- **Akash Gupta** (*Head of Commercial wing*, Ambasciata dell'India in Italia);
- **Karin Höglund** (Ambasciatrice, Ambasciata della Svezia in Italia);
- **Laura Larducci** (Dirigente, Direzione Regolamentazione e politiche del settore finanziario, Ministero dell'Economia e delle Finanze);
- **Elena Lorenzini** (Vice Capo di Gabinetto, Ministero delle Imprese e del Made in Italy);
- **Franco Lucente** (Assessore ai Trasporti e Mobilità Sostenibile, Regione Lombardia);
- **Lorenzo Malagola** (Membro, XI Commissione - Lavoro Pubblico e Privato, Camera dei deputati; Fratelli d'Italia);
- **Luigi Marattin** (Membro, X Commissione - Attività produttive, Commercio e Turismo, Camera dei deputati; Misto);
- **Efrosyini Mita** (Capo Affari Economici e Commerciali, Ambasciata della Grecia in Italia; Consigliere del Ministro degli Affari Economici e Commerciali, Grecia);
- **Alessandro Morelli** (Sottosegretario di Stato con delega alla programmazione e al coordinamento della politica economica, Presidenza del Consiglio dei ministri)
- **Fabio Mosconi** (Presidente, Associazione Italiana Operatori Sosta e Mobilità – AIPARK);
- **Paola Negroni** (Direttore Generale, Turismo, Marketing Territoriale e Moda, Regione Lombardia);
- **Alessandro Massimo Nucara** (Direttore Generale, Federalberghi);

- **Marco Osnato** (Presidente, VI Commissione - Finanze, Camera dei Deputati; Fratelli d'Italia);
- **Giulia Pastorella** (Membro, IX Commissione – Trasporti, Poste e Telecomunicazioni, Camera dei Deputati; Azione);
- **Eugenio Patanè** (Assessore alla Mobilità, Roma Capitale);
- **Alessandra Perrazzelli** (*Visiting Professor*, Politecnico di Milano; già Vicedirettrice, Banca d'Italia);
- **Alberto Pirrone** (Direttore Generale, Altroconsumo);
- **Marcello Presicci** (Presidente *Advisory Board*, Fondazione Educazione Finanziaria – Feduf);
- **Vani Rao** (Ambasciatrice, Ambasciata dell'India in Italia);
- **Riccardo Rapezzi** (Presidente, FASDAC - Fondo Assistenza Sanitaria Dirigenti Aziende Commerciali);
- **Märta Reimers** (*Trade officer*, Ambasciata della Svezia in Italia);
- **Carla Ruocco** (Presidente della Commissione bicamerale d'inchiesta sul sistema bancario e finanziario XVIII legislatura, Camera dei Deputati; M5S);
- **Luciano Sbraga** (Vicedirettore Generale e Direttore Centro Studi e Politiche per lo Sviluppo, FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi);
- **Vittorio Tortorici** (*Policy and Regulatory Development Expert*, Ministero dell'Economia e delle Finanze);
- **Emanuele Urbinati** (*Head of Functional Architecture and Operations Management Division* - Digital Euro Unit, Banca d'Italia);
- **Salvatore Vescina** (Responsabile, Settore credito, incentivi e politiche di coesione, Confcommercio).

## I 10 PUNTI PIÙ IMPORTANTI DEL RAPPORTO

- 1. Dal 2015 a oggi, il transato *cashless* in Italia è triplicato e, secondo le stime di TEHA, nel 2025 ha superato i 500 miliardi di Euro, pari al 46,5% dei consumi degli italiani. La diffusione del *cashless* non rappresenta solo un'evoluzione nel mondo dei pagamenti, ma un elemento di valore per l'intero sistema economico: negli ultimi dieci anni, le esternalità positive della transizione *cashless* hanno generato oltre 55 miliardi di Euro.**

Il **transato *cashless*** è in costante crescita dal 2015 e per il **2025** si attende un'ulteriore crescita del transato fino ad oltre 500 miliardi di Euro, portando i pagamenti *cashless* a rappresentare il **46,5%** dei consumi.



**Figura I.** Valore del transato *cashless* (miliardi di Euro) e transato *cashless* sui consumi (valori percentuali), 2015-2025e. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca Centrale Europea e Banca d'Italia, 2026. Il calcolo si basa sui dati della Banca d'Italia per quanto concerne il valore dei pagamenti con carta di debito (€271,7 mld al 2024) e di credito (personali: €86,8 mld e aziendali: €22,0 mld al 2024) e dati BCE per quanto concerne l'e-money\* (€77,9 mld al 2024). Le stime al 2025 tengono conto della crescita media annua (CAGR) registrata nell'ultimo triennio (2022-2024), pari a +9,5% (\*) Le carte prepagate.

A questa evoluzione dei volumi si affianca un **impatto positivo più ampio per il sistema-Paese**: dalla sua sesta edizione la Community monitora infatti i **benefici economici generati dalla diffusione dei pagamenti *cashless***, riconducendoli a **6** principali dimensioni, ossia la riduzione dei **costi di gestione** del contante, la **maggiore sicurezza** delle transazioni, l'incremento dell'**equità fiscale**, il sostegno allo **sviluppo economico**, il **risparmio di tempo** e la maggiore **sostenibilità ambientale**. Grazie a questi benefici, negli ultimi **10 anni** (dal 2015, da quando è nata la Community, al 2025) le esternalità positive della transizione *cashless* abilitate in Italia ammontano a **55,4 miliardi di Euro** pari ad oltre il doppio del **valore della Legge di Bilancio** di dicembre 2025.

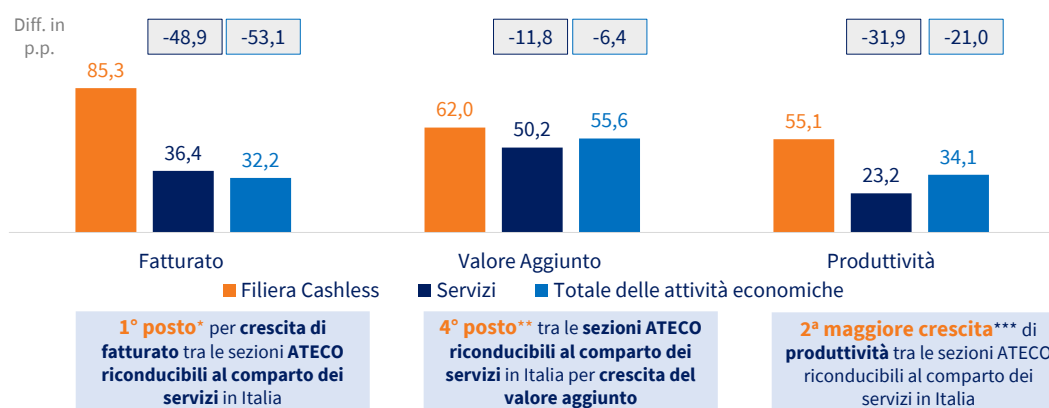
In questa edizione è stato inoltre stimato il **potenziale dei benefici generabili nel periodo 2026-2030** secondo due scenari alternativi: uno **coerente con l'attuale ritmo di crescita** delle transazioni *pro-capite* (stima basata sul *trend* di aumento di transazioni *cashless pro-capite* degli ultimi 3 anni) e uno basato sulla **convergenza dell'Italia ai livelli dei migliori performer europei quali Irlanda, Finlandia e Danimarca**. I risultati confermano un potenziale **rilevante** in entrambi i casi: nel primo scenario i benefici

aggiuntivi attesi **entro il 2030** ammonterebbero a **27,4 miliardi di Euro**, mentre nel secondo scenario il valore potrebbe salire fino a circa **123 miliardi di Euro**.

**2. La filiera *cashless* ha una rilevanza significativa per il sistema-Paese, con 17,7 miliardi di Euro di fatturato al 2024, in crescita dell'85,3% nell'ultimo decennio e con un potenziale di quasi 30 miliardi di Euro entro il 2030. Il comparto esprime performance superiori rispetto a molte filiere tradizionali del *Made in Italy*, posizionandosi ai vertici dei servizi in Italia per crescita di fatturato (1<sup>a</sup>), Valore Aggiunto (4<sup>a</sup>, +62,0% nel decennio) e produttività (2<sup>a</sup>, +55,1% nel decennio).**

L'aggiornamento dei principali indicatori della filiera *cashless* in Italia conferma, ancora una volta, la sua rilevanza economica e sociale per il sistema-Paese, con una crescita costante sia su base annua sia lungo l'intero periodo 2015-2024. Al 2024, la filiera comprende **2.844 imprese** (+3,3% rispetto al 2023) e genera **17,7 miliardi di Euro di fatturato** (+5,3% vs. 2023), **9,4 miliardi di Euro di Valore Aggiunto** (+1,4% vs. 2023) e oltre **34.600 occupati** (+0,6% vs. 2023).

Tra il 2015 e il 2024, il fatturato è aumentato del **+85,3%**, a fronte del **+36,4%** registrato mediamente dai servizi e del **+32,2%** del totale delle attività economiche, collocando la filiera al **1° posto** tra le sezioni ATECO riconducibili ai servizi. Sul fronte del valore aggiunto, la crescita si attesta al **+62,0%**, rispetto al **+50,2%** dei servizi e al **+55,6%** dell'economia complessiva, posizionando la filiera al **4° posto** tra le sezioni considerate. Il differenziale più marcato emerge sul piano della **produttività**, aumentata del **+55,1%**, ben oltre la media dei servizi (**+23,2%**) e del totale economia (**+34,1%**), risultato che vale alla filiera il **2° posto** tra le sezioni ATECO dei servizi.



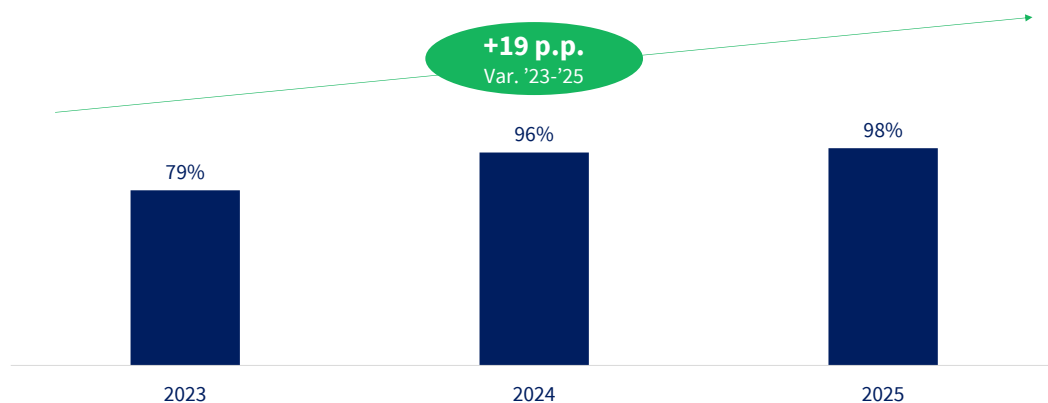
**Figura II.** Crescita di fatturato, Valore Aggiunto e produttività della filiera *cashless* a confronto con la media dei servizi e di tutte le attività economiche in Italia (valori %), 2015 -2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat e AIDA – Moody’s Analytics, 2026. (\*) Se si esclude il comparto dell’istruzione, di natura prevalentemente pubblica, che evidenzia una crescita pari a +93,5%. (\*\*) Se si escludono i comparti dell’istruzione (+105,3%) e della Sanità (+63,8%), di natura prevalentemente pubblica. Nelle prime 3 posizioni si trovano: 1. Attività artistiche, sportive e di intrattenimento (+82,3%); 2. Alloggio e ristorazione (+75,2%); 3. Attività professionali, scientifiche e tecniche +71,2%). (\*\*\*) Preceduta solo dal comparto dei servizi di commercio all’ingrosso e dettaglio (+63,8%).

**3. La percentuale di esercenti che accettano pagamenti *cashless* è arrivata al 98% (+19 p.p. vs 2023). Circa 7 rispondenti su 10 affermano che i pagamenti *cashless* costituiscono oggi oltre il 50% del loro fatturato e il 50% dei rispondenti ritiene di poter perdere clienti qualora smettesse di accettare pagamenti *cashless*. A fronte di un incremento dell'accettazione dei pagamenti *cashless* di 1 p.p. si riscontra un aumento medio delle vendite compreso tra 0,2 e 0,6 p.p.**

Anche nella presente edizione, la Community ha deciso di rinnovare la tradizionale *survey* dedicata agli esercenti (campione statisticamente rappresentativo di 600 esercenti del tessuto italiano), al fine di:

- indagare il **ruolo dei pagamenti *cashless*** per la digitalizzazione degli esercenti;
- valutare gli effetti delle misure a favore di una **maggiore accettazione dei pagamenti digitali** presso gli esercenti;
- individuare i **principali ostacoli all'accettazione dei pagamenti *cashless*** presso gli esercenti italiani e le possibili soluzioni.

Le rilevazioni della *survey* 2025 evidenziano un **deciso consolidamento dell'accettazione dei pagamenti *cashless* da parte degli esercenti**. La quota di rispondenti che dichiara di accettare modalità di pagamento digitali raggiunge infatti il **98%**, in netta crescita rispetto al **79%** registrato nel 2023, con un incremento complessivo di 19 punti percentuali nel biennio. L'incremento più marcato si è concentrato tra il **2023 e il 2024**, quando il tasso di accettazione è salito fino al **96%**, per poi attestarsi al **98% nel 2025**, segnalando un livello ormai prossimo alla piena accettazione.



**Figura III.** Percentuale media di rispondenti alla *survey* che dichiarano di accettare almeno una delle modalità di pagamento *cashless* (valori %), 2023 - 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della *survey* della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026.

Dalla rilevazione emerge inoltre la **percezione del rischio associato a una sua eventuale discontinuità**. Un esercente su due (51,3%) ritiene infatti di poter perdere clienti qualora smettesse di accettare pagamenti digitali. Per il **39%** dei rispondenti, tale perdita potrebbe superare il **50%** della propria base clienti. Il timore appare particolarmente **accentuato in alcuni comparti** - tra cui taxi, benzinai e strutture

ricettive - dove oltre il **70% degli operatori** paventa una contrazione significativa della clientela in assenza di opzioni *cashless*.

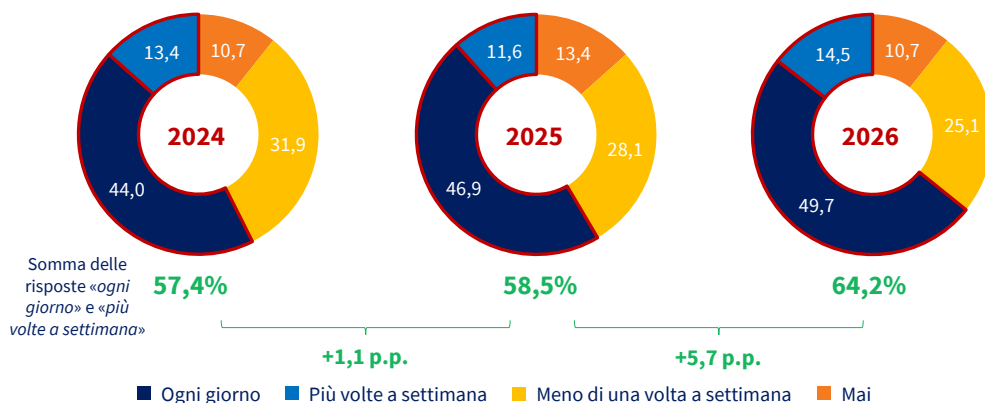
L'analisi approfondita da TEHA evidenzia inoltre una **correlazione positiva e statisticamente rilevante** tra l'aumento dell'accettazione dei pagamenti *cashless* e l'incremento del fatturato: sulla base delle dichiarazioni dei rispondenti, a un **incremento di 1 punto percentuale nell'accettazione del cashless corrisponde un aumento medio delle vendite compreso tra 0,2 e 0,6 punti percentuali**. Tale relazione suggerisce che l'ampliamento delle modalità di pagamento disponibili non rappresenta soltanto un adeguamento tecnologico, ma una **leva concreta di sviluppo commerciale**, capace di incidere direttamente sui ricavi.

#### **4. Nell'ultimo triennio, l'utilizzo dei pagamenti digitali in Italia è aumentato di 6,8 p.p., con la velocità che si conferma la principale motivazione d'uso per oltre la metà dei cittadini.**

Per analizzare la variazione della percezione dei **cittadini italiani** del «mondo *cashless*» nell'ultimo anno, sono stati analizzati i loro comportamenti e le loro abitudini attraverso una **nuova survey presso la popolazione italiana** (campione dell'indagine è formato da 1.000 cittadini italiani). La *survey* 2026 si è posta i seguenti obiettivi:

- monitorare la **variazione dell'attitudine dei cittadini italiani** verso i pagamenti con *smartphone (digital wallet)* e i pagamenti P2P/A2A e il ruolo del *cashless* come «attrattore» nella scelta degli esercenti presso cui effettuare gli acquisti;
- *focus* sul livello di digitalizzazione e «**penetrazione**» del *cashless* nei diversi **servizi di mobilità** e presso diverse tipologie di esercizio;
- indagare il ruolo del *Buy Now Pay Later* come soluzione di **pagamento in crescita nel commercio online**;
- aggiornare il *focus* sulle abitudini *cashless* dei minori di età almeno pari a 14 anni.

La prima evidenza della *survey* evidenzia come nel triennio **2024-2026** si osservi un **incremento progressivo dell'adozione dei pagamenti cashless** da parte dei cittadini italiani. Nel **2024**, il **57,4%** degli intervistati ha dichiarato di utilizzare strumenti di pagamento digitali **almeno una volta a settimana**, e tale quota è lievemente cresciuta nel **2025** (58,5%) mentre registra un aumento più **significativo nel 2026**, fino al **64,2%**.



**Figura IV.** Percentuale di risposte alla domanda «Con quale frequenza utilizza i pagamenti cashless (sia nella modalità con carta che attraverso lo smartphone – digital wallet – dispositivi indossabili e con pagamenti P2P)?» (valori percentuali), 2024 – 2025 – 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani, 2026.

L'incremento nella diffusione dei pagamenti digitali è trainato principalmente da **velocità e comodità**, indicate come motivazione prioritaria dal **52,7%** dei cittadini. Il **secondo driver** per rilevanza è la **riduzione del contante detenuto**, indicata dal **22,9%** degli intervistati, mentre la **sicurezza** viene segnalata come motivazione principale solo dal **6%** del campione complessivo.

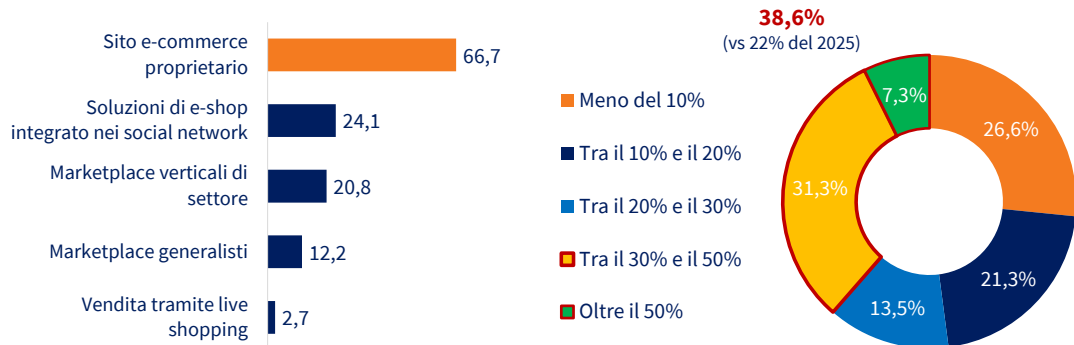
**5. 2 aziende su 3 hanno il proprio sito come canale di vendita prevalente e cresce il peso dell'e-commerce sulle vendite (>30% per circa il 39% delle aziende vs 22% del 2025). Le priorità di sviluppo puntano su IA (57,8%) e user experience, mentre cresce la rilevanza strategica dell'integrazione tra B2B e B2C.**

Anche nella presente edizione, la Community ha deciso di affiancare alle consolidate attività di aggiornamento dell'Osservatorio e di indagine sulle **abitudini cashless dei cittadini e degli esercenti italiani** un'analisi approfondita del posizionamento delle **aziende italiane** rispetto ai processi B2B e B2C.

La survey che TEHA Group ha sottoposto alle aziende italiane, dunque, ha provato a rispondere a tali domande, ponendosi i seguenti **obiettivi**:

- fotografare la **maturità digitale delle aziende italiane** e la loro gestione della *supply chain*;
- analizzare i **fattori acceleranti e le criticità potenziali percepite dalle imprese italiane** rispetto alla digitalizzazione dei processi B2B e dei processi B2C;
- indagare i **processi di digitalizzazione e sviluppo dell'e-commerce** delle imprese italiane;
- comprendere il ruolo dell'**integrazione dei sistemi di pagamento come acceleratore dei processi in atto**, con uno sguardo anche all'integrazione tra e-commerce B2B e B2C.

Le evidenze della *survey* confermano il **rafforzamento del canale digitale nel modello di business delle imprese B2C**. Due aziende su tre (66,7%) indicano infatti il proprio sito *e-commerce* come canale di vendita prevalente, a conferma della centralità delle soluzioni proprietarie. *Social commerce* (24,1%) e *marketplace*, sia verticali (20,8%) sia generalisti (12,2%), mantengono un ruolo rilevante, ma restano **canali complementari** rispetto al sito aziendale. Cresce inoltre il **peso dell'e-commerce sul totale delle vendite**: il **38,6%** delle imprese dichiara che il canale *online* genera oltre il **30%** del fatturato, in aumento rispetto al **22%** rilevato nel 2025. Il dato evidenzia una maggiore incidenza del digitale sui ricavi aziendali.



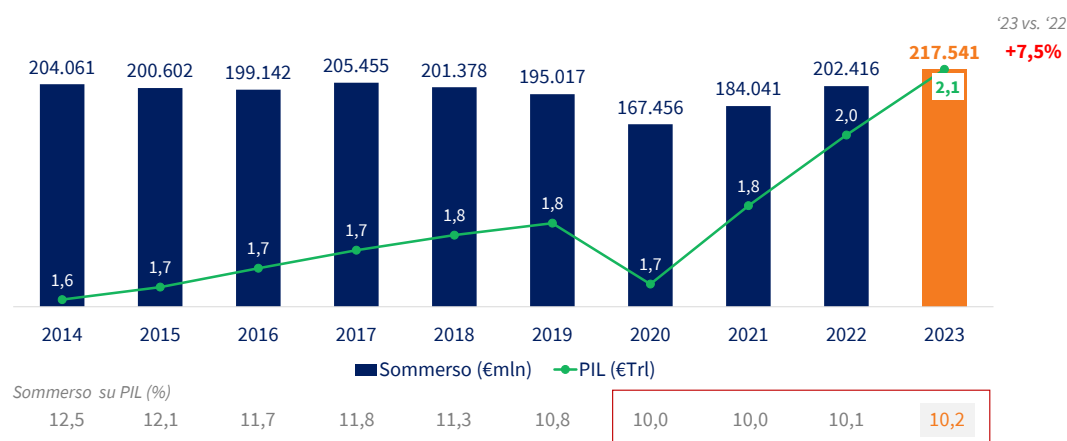
**Figura V.** Percentuale di risposte alla domanda «Per quanto riguarda la componente B2C, quali canali utilizza prevalentemente la Sua Azienda?» (%), 2026 – a sinistra - percentuale di risposte alla domanda «Quanto vale il canale e-commerce sul totale delle vendite nella componente consumer?» (%), 2026 - a destra. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

Sul fronte degli investimenti, le priorità di sviluppo si concentrano innanzitutto sull'Intelligenza Artificiale, indicata dal **57,8% delle imprese**, e sulla *user experience*, segnalata dal 30,4%. Seguono il rafforzamento del **posizionamento sui motori di ricerca** (16,8%) e lo **sviluppo di campagne di influencer marketing** (15,2%). Allo stesso tempo, il **31,4%** delle aziende dichiara di non aver avviato nuove iniziative, ritenendo il proprio **e-commerce** già adeguatamente sviluppato. Acquista infine maggiore rilevanza il tema dell'integrazione tra canali B2B e B2C. Il **47,9% delle imprese ne riconosce l'importanza**: per il **27%** rappresenta già una priorità strategica, mentre il 20,9% prevede di affrontare il tema nel breve-medio termine. Resta tuttavia una quota del **49,5%** che continua a gestire **B2B** e **B2C** come ambiti distinti.

**6. Si registra per il 3° anno consecutivo un marcato peggioramento dell'economia sommersa (+7,5%), che torna su livelli superiori al pre COVID (217 miliardi di Euro) e trascina il VAT gap, che rimane il più alto d'Europa (€25 miliardi, 19,5% del totale UE).**

In Italia l'**economia non osservata** – costituita dalle attività economiche di mercato che, per motivi diversi, sfuggono all'osservazione diretta della statistica ufficiale e pongono problemi nella loro misurazione e che comprende l'**economia sommersa** e **quella illegale** – ammontava nel 2023 a **217,5 miliardi di Euro**, ovvero il 10,2% del PIL del Paese.

Il 2023 è stato, dunque, il terzo anno consecutivo di crescita dell'economia sommersa, che in valori assoluti è tornata su livelli superiori al pre-pandemia.

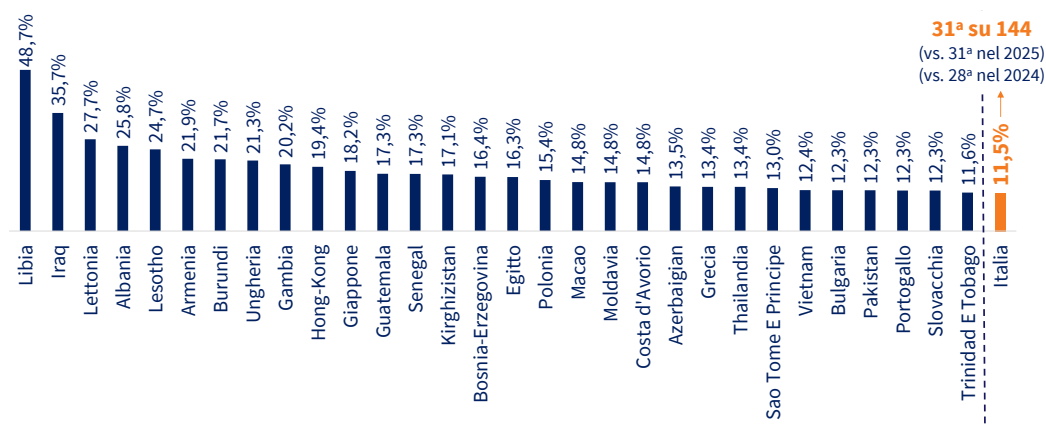


**Figura VI.** Economia non osservata (sommerso economico e attività illegali) in Italia (milioni di Euro e valori percentuali sul PIL, valori correnti), 2014-2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Commissione Europea, 2026.

Tale dinamica incide anche sul **VAT gap**, ossia sulla differenza tra l'IVA teoricamente dovuta e quella effettivamente riscossa dallo Stato. Secondo gli **ultimi dati della Commissione europea**, nel **2023** il VAT gap italiano ammontava a **25 miliardi di Euro**, pari al **19,5%** del totale europeo, collocando l'Italia al **secondo posto in valore assoluto** dopo la Germania. Il dato risulta particolarmente rilevante anche in **rapporto al PIL**: con un'incidenza dell'**1,2%**, l'Italia si conferma la **principale tra le grandi economie europee** per peso del VAT gap, registrando un **valore superiore alla media UE** e significativamente più elevato rispetto a **Germania, Francia e Spagna**.

**7. Dopo un'accelerazione registrata negli ultimi due anni, l'Italia rallenta nello sviluppo della Cashless Society: si conferma tra i Paesi con i livelli più elevati di Cash Intensity (31<sup>ma</sup> peggiore economia al mondo) e nel Cashless Society Index perde 1 posizione ed è ora al 21° posto. Le transazioni pro-capite ammontano a 181,4 (vs. 246,8 media UE-27), con lo Speedometer che evidenzia una velocità costante nell'ultimo anno (26,5 vs. 26,4 nel 2025).**

Per valutare il posizionamento dell'Italia nel percorso verso la *Cashless Society*, la Community ha sviluppato e utilizza **tre indicatori complementari**, che consentono di cogliere sia il **livello raggiunto sia la velocità della trasformazione**. Il primo è il **Cash Intensity Index (CII)**, un indicatore statico che misura il **grado di dipendenza dal contante** delle principali economie mondiali. Sotto questo profilo, il quadro **2026** conferma che l'Italia **resta tra i Paesi più cash intensive a livello globale**: pur non rientrando tra le **trenta economie peggiori**, si colloca al **31° posto**, evidenziando una persistente **dipendenza dal contante** ancora superiore rispetto ai principali *benchmark* internazionali. Il dato suggerisce che, nonostante i progressi compiuti negli ultimi anni, l'utilizzo del contante continui a **mantenere nel nostro Paese un peso strutturalmente elevato**.



**Figura VII.** Cash Intensity Index 2026 (valore di banconote e contante in circolazione sul PIL nazionale): le 30 peggiori economie globali e l'Italia. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

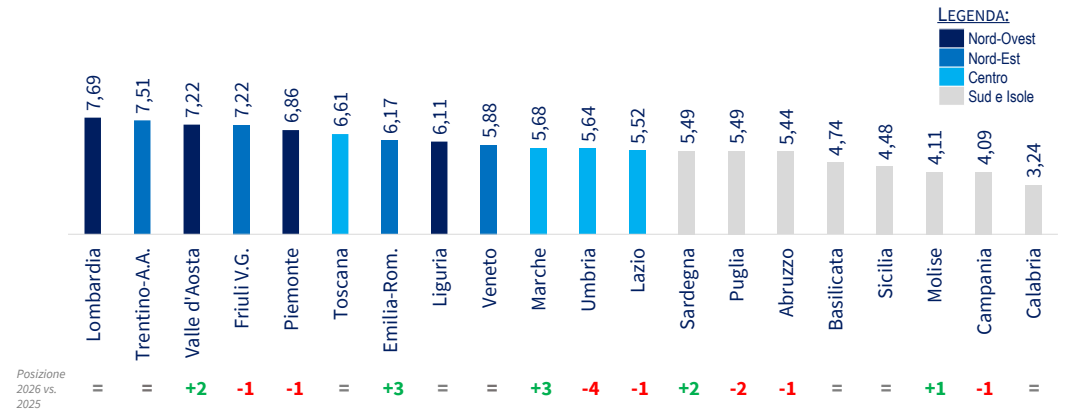
A questa lettura si affianca il **Cashless Society Index (CSI)**, sviluppato per misurare lo **stato di avanzamento dei pagamenti elettronici** nei Paesi dell'Unione Europea e per evidenziare i *gap* che ancora separano l'Italia dai *best performer* europei. Nell'edizione 2026, l'Italia **interrompe il percorso di recupero** osservato in precedenza e **arretra al 21° posto in UE**, perdendo una posizione rispetto all'anno precedente. Il confronto con la media europea resta **significativo anche sul piano dell'utilizzo**: nel 2024 le transazioni *cashless pro-capite* in Italia si attestano a **181,4**, un livello ancora **distante dalla media UE-27**, pari a **246,8**. In cima alla classifica si confermano, ancora una volta, i Paesi del **Nord Europa e dell'area scandinava**, che continuano a rappresentare il riferimento più avanzato nel processo di transizione verso una società meno dipendente dal contante.

Il terzo indicatore è il **Cashless Society Speedometer (CSS)**, che misura non tanto il livello raggiunto, quanto la **velocità con cui i Paesi europei** stanno evolvendo verso la *Cashless Society*. L'indicatore attribuisce punteggi più elevati alle economie che crescono a un ritmo coerente con il raggiungimento entro il 2030 del livello medio di transazioni *cashless pro-capite* dei tre Paesi *best performer* europei (Irlanda, Finlandia e Danimarca), che presentano complessivamente una media pari a 487 transazioni pro-capite all'anno, mentre assegna valori più bassi ai Paesi in cui la crescita è assente o insufficiente. In questo ambito, l'Italia mostra nel 2026 un **andamento sostanzialmente stabile**: il punteggio passa infatti da **26,4 a 26,5**, segnalando una dinamica ancora **positiva ma non abbastanza intensa da colmare il divario con i partner più avanzati**. Nel complesso, il quadro restituisce l'immagine di un Paese che ha **accelerato in modo significativo negli ultimi anni**, ma che nell'ultima rilevazione mostra segnali di **rallentamento relativo rispetto agli altri Paesi europei**, rimanendo ancora distante dai livelli dei *best performer*.

## 8. Come evidenziato dal Regional Cashless Society Index e dal Metropolitan Cities Cashless Index, l'Italia conferma una disomogeneità territoriale nella transizione *cashless*, con forti differenze tra le Regioni del Nord e del Sud.

Il **Regional Cashless Index (RCI)** è l'indicatore elaborato dalla Community per monitorare il **divario territoriale e i progressi compiuti dalle Regioni italiane** nel

percorso verso la Cashless Society. L'edizione 2026 conferma, per il nono anno consecutivo, il **primato della Lombardia**, che si colloca al **primo posto** con un punteggio di **7,69 su una scala da 1 a 10**, seguita da Trentino-Alto Adige e Valle d'Aosta. Nel complesso, l'indice conferma una marcata frattura territoriale: tutte le Regioni del Nord rientrano nella **top 10**, mentre quelle del **Sud e delle Isole** si collocano nella **metà inferiore della graduatoria**. Le Regioni del Centro occupano posizioni **intermedie**, con Toscana e Marche che mostrano i risultati migliori. Il quadro che emerge è quello di un Paese in cui il **livello di diffusione dei pagamenti digitali tende a ridursi progressivamente dal Nord verso il Sud**.



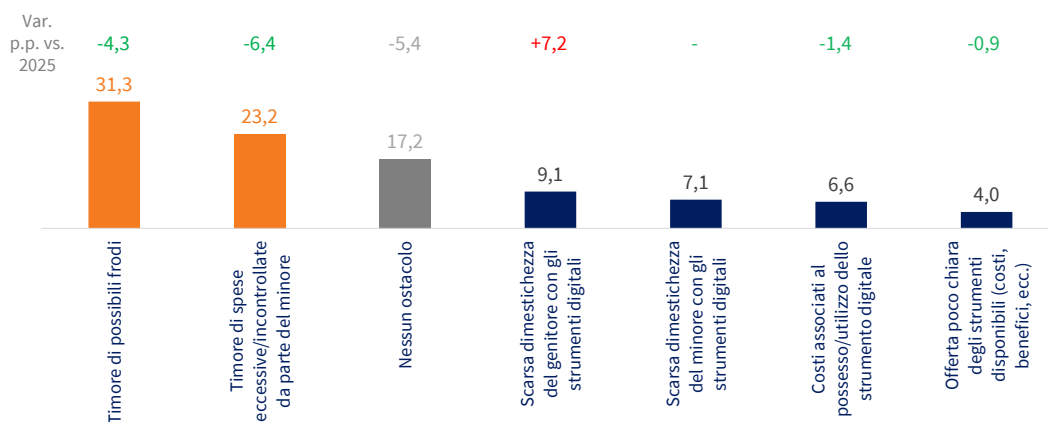
**Figura VIII.** Regional Cashless Index 2026 (RCI 2026): il posizionamento delle Regioni italiane (scala crescente da 1=min a 10=max) e variazione rispetto alla rilevazione del 2025 (valori assoluti e ripartizione per macroarea geografica). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia, Eurostat, Istat, NADEF e PagoPA, 2026.

Questa evidenza trova ulteriore conferma nel **Metropolitan Cities Cashless Index (MCCI)**, sviluppato per analizzare il grado di avanzamento della *Cashless Society* nelle **14 Città Metropolitane italiane**, confrontarne l'evoluzione nel tempo e misurare i divari esistenti tra i diversi contesti urbani. Anche a livello metropolitano permangono forti **differenze territoriali**: nel 2026 Milano si conferma al primo posto, mentre le ultime posizioni sono occupate quasi interamente da città del **Sud e delle Isole**.

**9. Persistono delle «resistenze culturali» alla transizione cashless: tra i 14-18enni permane una forte preferenza per il contante e tale scelta è riconducibile soprattutto ai timori dei genitori legati a frodi (31,3%) e a spese eccessive o non controllate (23,2%). Inoltre, 1 cittadino su 4 segnala episodi di rifiuto da parte degli esercenti (+1,5 p.p. vs 2025) principalmente a causa di malfunzionamento del POS (47% dei casi).**

Nonostante la **crescita complessiva dei pagamenti digitali** in Italia, il **53%** dei giovani di età compresa tra i **14 e i 18 anni** continua a emergere una preferenza significativa per il contante (vs. 47% delle soluzioni digitali). Solo il **19,2%** dichiara di utilizzare **carte di pagamento** e solo il **17,2%** effettua pagamenti tramite **smartphone**. Tale andamento appare riconducibile non tanto a una limitata familiarità tecnologica dei più giovani, quanto piuttosto a **fattori legati al contesto familiare**. In particolare, tra le principali

barriere all'utilizzo dei pagamenti digitali si segnalano i **timori dei genitori rispetto al rischio di frodi (31,3% dei casi)** e la preoccupazione per possibili **spese eccessive o non adeguatamente controllate** da parte dei minori (23,2% dei casi).



**Figura IX.** Percentuale di risposte alla domanda «Quali sono i maggiori ostacoli nel fornire al minore di età almeno pari a 14 anni presente nel Suo nucleo familiare gli strumenti di pagamento digitali?» (è possibile scegliere una sola preferenza), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani, 2026.

In parallelo, nel 2026 aumenta la quota di **cittadini che dichiara di essersi vista rifiutare un pagamento con carta**, pari a circa **1 cittadino su 4**, in crescita di 1,5 punti percentuali rispetto all'anno precedente e interrompendo il **trend di progressiva riduzione** osservato tra il **2023 e il 2025**. L'analisi territoriale evidenzia inoltre una distribuzione **non uniforme del fenomeno**: nel Sud e nelle Isole la quota sale al **28,4%**, mentre nel Nord Est si attesta al **18,7%**, risultando più contenuta. Per quanto riguarda le ragioni alla base del rifiuto, il **malfunzionamento dei terminali POS** si conferma la motivazione più frequente, indicata nel **47%** dei casi. Seguono il **rifiuto di specifici circuiti di pagamento (15,8%)**, la **dichiarazione di assenza del POS (14,6%)**, la reticenza dell' esercente (**12,2%**) e la **ridotta entità dell'importo della transazione (8,1%)**.

**10. Nel percorso 2025/2026, il framework propositivo della Community Cashless Society si articola attorno a specifici ambiti di intervento finalizzati a promuovere una più diffusa cultura cashless tra cittadini, Pubblica Amministrazione e imprese. In tale prospettiva, la Community individua tre direttrici prioritarie – mobilità, digitalizzazione della P.A. e pagamenti B2B – entro cui si inseriscono le proposte di policy sviluppate in questa edizione.**

All'interno del percorso 2025/2026, alla luce di quanto riportato finora, il framework propositivo della Community si focalizza su **ambiti specifici** per una maggiore «cultura cashless» per cittadini, P.A. e aziende.

In particolare, nella presente edizione sono state identificate **sette proposte di policy**:

1. **(Mobilità)** Proporre l'inclusione delle **spese per i parcheggi** tra quelle deducibili per le trasferte aziendali;

2. (**Mobilità**) Sostenere l'adozione di un modello uniforme per gestire i casi di mancato **pagamento della sosta**;
3. (**Mobilità**) Introdurre la possibilità di **sanzionare da remoto** – tramite l'Anagrafica Nazionale della Popolazione Residente (ANPR) e con la segnalazione del gestore della sosta – il mancato pagamento per la sosta “fuori sede” aperta al pubblico passaggio;
4. (**Digitalizzazione della P.A.**) **Ampliare** l'adozione di **strumenti di pagamento cashless** per l'acquisto della marca da bollo e ampliare il suo utilizzo anche per tutte le **istanze amministrative per cui è richiesta** al favorire la trasparenza e tracciabilità delle transazioni;
5. (**Pagamenti B2B**) Rendere **100% cashless** la modalità di pagamento per gli investimenti da effettuare per accedere ai benefici di **Piano Transizione 5.0** e del **Fondo di Garanzia**, garantendo allo stesso tempo la possibilità di pagare con tutti gli strumenti *cashless* disponibili;
6. (**Filiera**) Creare un **unico aggregato Istat** (ATECO) per rendere la filiera *cashless* riconoscibile e per favorirne una maggiore valorizzazione;
7. (**Lotta all'evasione fiscale**) Riportare il **limite di utilizzo del contante** a 1.000 Euro (o almeno ai 2.000 Euro in vigore fino al 2022).

## CAPITOLO 1

### LO SCENARIO DI RIFERIMENTO DELLA CASHLESS SOCIETY IN ITALIA E NEL MONDO

L'ultimo anno si è inserito in una fase di ridefinizione degli **equilibri politico-economici globali**, segnata da una crescente frammentazione degli scambi, dal riassetto delle catene del valore e da un rafforzamento delle politiche industriali nazionali. Alle persistenti eredità della crisi pandemica – in termini di vulnerabilità logistiche, pressioni sui conti pubblici e trasformazioni strutturali dei modelli di consumo – si sono affiancate nuove tensioni geopolitiche e commerciali, in particolare nel confronto strategico tra Stati Uniti e Cina, nonché il protrarsi dei conflitti russo-ucraino e israelo-palestinese.

In tale contesto, l'incertezza macroeconomica, la volatilità dei mercati energetici e le dinamiche inflattive, pur in graduale rientro, continuano a **condizionare le prospettive di crescita e le scelte di politica economica a livello globale**.

Nonostante questo quadro caratterizzato da importanti cambiamenti nello **scacchiere geopolitico**, l'economia globale è in crescita, con il PIL che riporta un aumento del +3,3% nel 2025<sup>2</sup> e una crescita stimata rimanere stabile anche nel 2026 (+3,3%).

In Europa, le previsioni di crescita del PIL nel 2025 indicano un +1,5%. L'Italia chiude l'anno con un valore inferiore alla media europea, con una crescita del +0,5%. Da questo punto di vista, la *performance* italiana è stata migliore di alcuni *peer* europei, come la Germania che chiude l'anno a +0,2%, ma inferiore alle *performance* di Francia (+0,7%) e Spagna (+2,9%). Per il 2026 in Italia si prevede una crescita doppia rispetto a quella ottenuta lo scorso anno (+0,8%), e inferiore alle previsioni per l'Unione Europea (+1,8%)<sup>3</sup>.

In questo quadro, la **diffusione dei pagamenti cashless** si configura come una leva strategica per accelerare i processi di modernizzazione e digitalizzazione nazionali. A titolo esemplificativo, si pensi anche al fatto che in numerosi Paesi, lo sviluppo e il rafforzamento di circuiti domestici nei sistemi di pagamento nazionali – sia nell'ambito delle carte sia negli *instant payments* - rispondono sempre più a esigenze di autonomia strategica, resilienza dei sistemi, sovranità tecnologica e maggiore controllo dei dati. Ne sono evidenza le esperienze di diversi Paesi – tra cui Francia (Cartes Bancaires), Danimarca (Dankort), India (UPI/RuPay), Brasile (Elo/Pix), Emirati (Jaywan) e oltre 70 altri Paesi – che hanno avviato o rafforzato iniziative volte allo sviluppo di ecosistemi di pagamento nazionali, in grado di coniugare innovazione, sicurezza ed efficienza<sup>4</sup>.

---

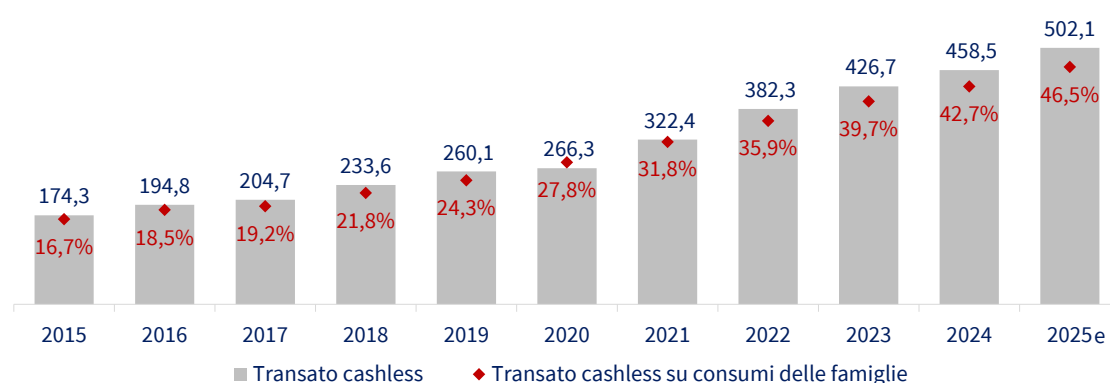
<sup>2</sup> Fondo Monetario Internazionale (IMF). “World Economic Outlook”, 2025.

<sup>3</sup> Commissione Europea, “Autumn 2025 Economic Forecast”, 2025.

<sup>4</sup> In tale contesto, può essere richiamata anche l'esperienza statunitense del *Credit Card Competition Act*, proposta legislativa *bipartisan* che mira a estendere alle carte di credito il principio del *dual routing* già previsto per le carte di debito, con l'obiettivo di favorire una maggiore pluralità infrastrutturale e rafforzare la concorrenza nei servizi di pagamento.

Come approfondito nel Capitolo 4 del presente Rapporto, tali strumenti generano rilevanti esternalità positive, in particolare in termini di incremento del gettito fiscale, grazie all'emersione di base imponibile e alla riduzione del *VAT gap*. Ne deriva un rafforzamento dell'equità orizzontale tra contribuenti e un ampliamento delle risorse disponibili per la finanza pubblica, rendendo il comparto dei pagamenti digitali uno snodo cruciale per **sostenere una ripresa strutturale, più moderna, trasparente ed efficiente**.

In questo scenario, un dato positivo per l'Italia è rappresentato dalla **crescita costante del valore del transato cashless**, che nel 2024 ha raggiunto **458 miliardi di euro** (+7,5% rispetto al 2023) e il **42,7% dei consumi**, proseguendo la crescita costante cominciata nel 2015. Per il 2025, invece, il transato previsto è di 502 miliardi di euro, corrispondente al 46,5% dei consumi.



**Figura 1.1** Valore del transato cashless (miliardi di euro) e transato cashless sui consumi (valori percentuali), 2015-2025e. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia, 2026.

### 1.1 L'OSSERVATORIO INTERNAZIONALE DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY SUI PAGAMENTI: OBIETTIVI, STRUTTURA E METODOLOGIA

L'Osservatorio internazionale della Community Cashless Society nasce nel 2015 come strumento di analisi sull'utilizzo e sugli impatti degli strumenti di pagamento *cashless* nel mondo, in Europa e in Italia. L'Osservatorio è composto da un **database proprietario** che mette a sistema tutti i dati disponibili dei pagamenti elettronici e dell'ecosistema digitale nel mondo dal 2014 ad oggi con 144 economie nel mondo, 85 Paesi benchmark e oltre 600.000 osservazioni raccolte in oltre 10 anni.

Gli **strumenti di monitoraggio**, di seguito elencati, permettono di analizzare in modo innovativo i dati e di offrire una fotografia statica e dinamica dell'ecosistema dei pagamenti elettronici e digitali in Italia in riferimento a diversi ambiti geografici:

- *Cash Intensity Index* (mondo);
- *Cashless Society Index* (Europa);
- *Cashless Society Speedometer* (Europa);
- *Regional Cashless Index* (Italia);

- *Metropolitan Cities Cashless Index* (Italia);
- la filiera *cashless* in Italia;
- Indicatore dei benefici economici della *Cashless Society* (Italia).

Di seguito vengono presentati gli approfondimenti relativi agli indicatori a livello internazionale, europeo (mantenendo comunque un *focus* sul contesto italiano) e gli indicatori relativi esclusivamente al contesto italiano (*Regional Cashless Index* e *Metropolitan Cities Cashless Index*), mentre i numeri chiave della filiera *cashless* in Italia e l'Indice dei benefici *cashless* verranno presentati nel Capitolo 4.

## 1.2 I RISULTATI DELL'OSSERVATORIO INTERNAZIONALE 2026: TREND E DINAMICHE IN ITALIA, IN EUROPA E NEL MONDO

Dall'aggiornamento dell'Osservatorio internazionale della Community emergono tre principali evidenze per l'Italia:

1. **Incidenza del contante nell'economia:** dopo un'accelerazione registrata negli ultimi due anni, l'Italia rallenta nello sviluppo della *Cashless Society* confermandosi tra i Paesi con i livelli più elevati di *Cash Intensity*, posizionandosi al 31° posto con un valore superiore alle medie delle principali aree geografiche (Nord America, Centro-Sud America, Europa, Asia-Oceania);
2. **Stato della transizione *Cashless*:** l'Italia perde una posizione rispetto al 2025, classificandosi al 21° posto del *Cashless Society Index*, ancora lontana dai peer europei, Germania (10°), Spagna (12°) e Francia (16°);
3. **Velocità della transizione *Cashless*:** nell'ultimo anno la velocità di sviluppo dell'Italia ha mostrato un dinamismo contenuto (+0,1 p.p.), avvicinandosi lievemente alla media europea.

### 1.2.1 LA DIPENDENZA DAL CONTANTE DELLE ECONOMIE INTERNAZIONALI: IL *CASH INTENSITY INDEX* 2026

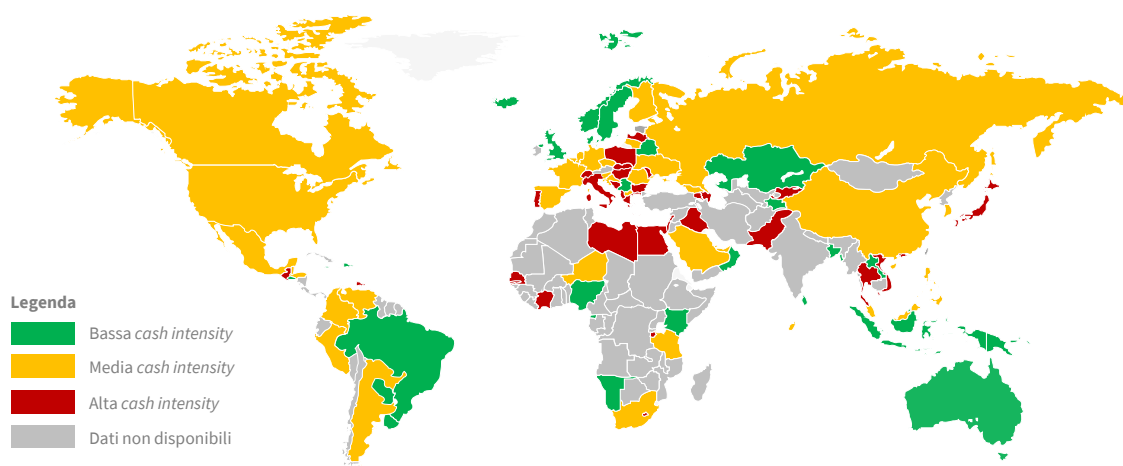
Il **Cash Intensity Index** (CII) è un indicatore statico che misura il livello di “dipendenza dal contante” delle principali economie globali. La metodologia di calcolo del *Cash Intensity Index* considera l'incidenza del **contante circolante<sup>5</sup> sul Prodotto Interno Lordo nazionale in 144 economie nel mondo**. Ogni anno vengono aggiornate tutte le serie storiche delle economie mappate sulla base dei nuovi *dataset* rilasciati dalle fonti statistiche internazionali e viene elaborato un *database* contenente la serie storica degli ultimi 10 anni del contante in circolazione e del PIL di tutti i Paesi del mondo considerati.

Il *Cash Intensity Index* fotografa, anche nel 2025, un mondo ancora in larga parte dipendente dal contante. L'analisi del campione dei Paesi analizzati conferma che quelli maggiormente

---

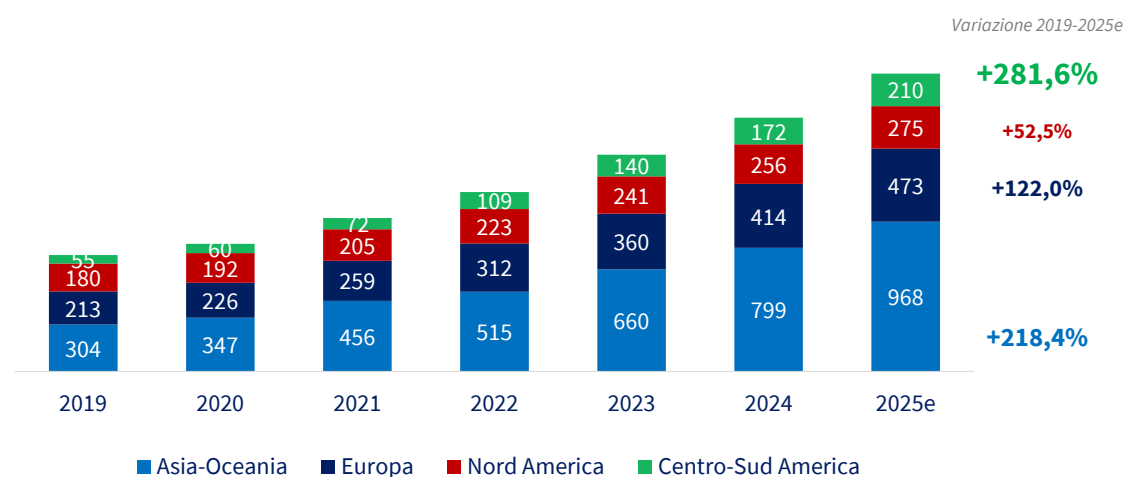
<sup>5</sup>Viene considerato l'aggregato “M0” (banconote e monete in circolazione su base nazionale).

dependenti dal contante si trovano nell'Europa dell'Est e mediterranea, in Africa e in Medio Oriente, mentre i Paesi più virtuosi rimangono quelli dell'Europa del Nord e stati dell'emisfero Sud tra cui Brasile e Australia.



**Figura 1.2** Cash Intensity Index 2026 nei 144 Paesi mappati (valore di banconote e contante in circolazione sul PIL nazionale). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banche Centrali nazionali, CIA World Factbook e World Bank, 2026.

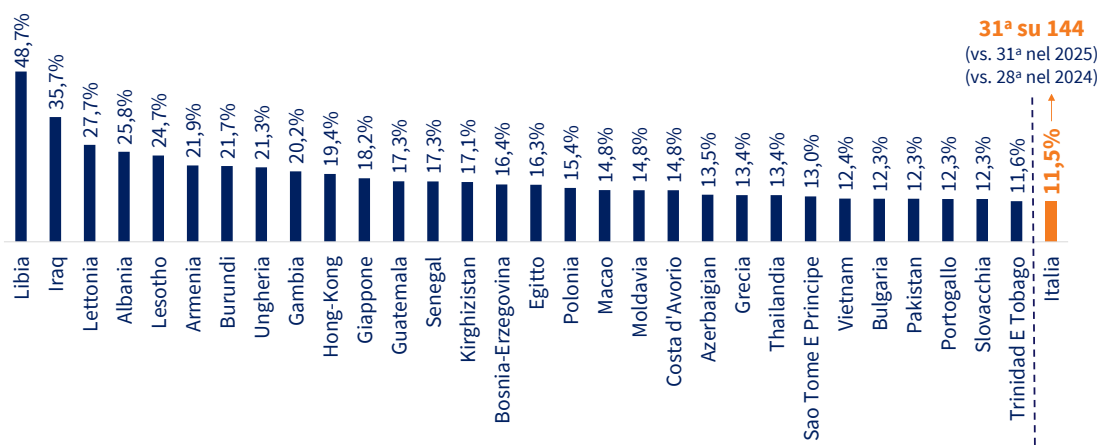
In questo contesto di diffusione a livello globale delle transazioni *cashless*, il **Centro-Sud America** è l'area in cui il numero di transazioni *cashless* mostra il **dinamismo maggiore**, con un aumento del **+281,6%** negli ultimi 7 anni. Segue con un valore solo leggermente inferiore l'Oceania (+218,4%), e – più staccate – Europa e Nord America, dove il tasso di crescita inferiore si deve ad una maggiore diffusione delle transazioni *cashless*.



**Figura 1.3** Numero di transazioni *cashless* per area geografica (miliardi), 2019-2025e. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati World Payments Report, 2026.

Per quanto riguarda l'Italia, il risultato del *Cash Intensity Index 2026* conferma che il nostro Paese rimane tra le economie maggiormente dipendenti dal contante a livello globale. L'Italia non rientra tuttavia nelle **trenta economie peggiori al mondo per Cash Intensity**,

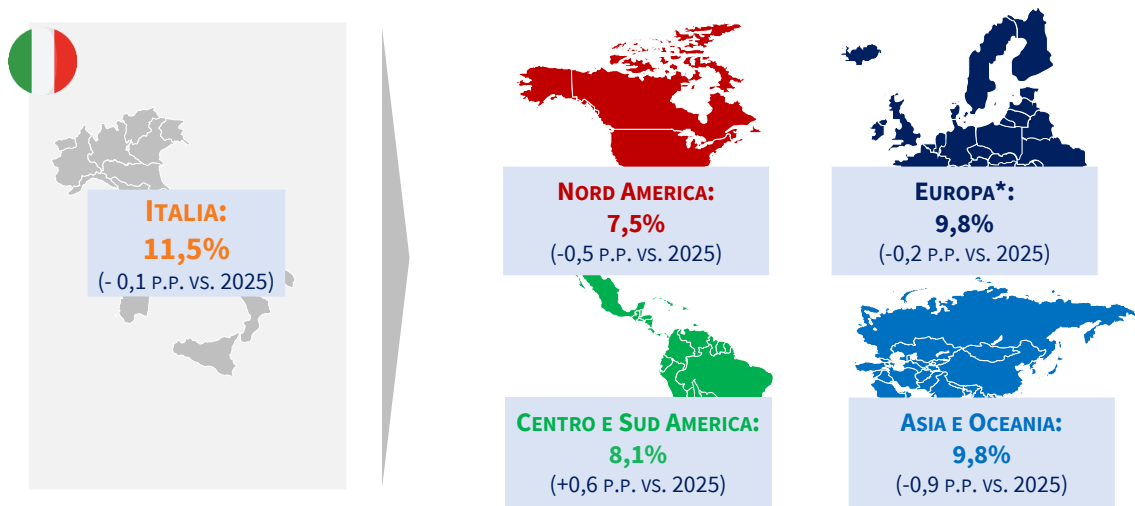
posizionandosi al **31° posto** confermando l’impegno dello scorso anno e migliorando di tre posti rispetto alla classifica 2024, dove si trovava al 28° posto.



**Figura 1.4** Cash Intensity Index 2026 (valore di banconote e contante in circolazione sul PIL nazionale): le 30 peggiori economie globali e l’Italia. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

In linea con quanto osservato nell’edizione precedente, il 2026 evidenzia una sostanziale **stabilizzazione del valore del Cash Intensity Index** nei Paesi analizzati. Se nel 2024 si era registrata una riduzione dell’indicatore, riconducibile da un lato alla crescita del PIL e dall’altro alle politiche monetarie restrittive adottate per il contenimento dell’inflazione, nell’anno in corso il dato riflette un sostanziale bilanciamento tra effetti di segno opposto: la prosecuzione della dinamica espansiva dell’economia e la progressiva riduzione dei tassi di interesse. Il valore medio del Cash Intensity Index 2026 è infatti del **10,6%**, in diminuzione di **0,3 punti percentuali** rispetto al 2025, quando era pari al 10,9% (diminuito, invece, di -3 punti percentuali rispetto al 2023). In questo contesto, l’Italia presenta un valore di Cash Intensity superiore alla media e pari a **11,5%** (in diminuzione di **-0,1 punti percentuali** rispetto al valore della precedente edizione di 11,6%).

Dall’analisi della *performance* dell’Italia rispetto alle principali macro-aree di riferimento emerge come il nostro Paese presenti un livello di **Cash Intensity strutturalmente superiore alla media** e, al contempo, abbia registrato nell’ultimo anno una **contrazione più contenuta** rispetto ai principali *benchmark* internazionali, evidenziando una maggiore persistenza nell’utilizzo del contante rispetto alle dinamiche osservate a livello comparato.



**Figura 1.5** *Cash Intensity Index* 2026 (valore di banconote e contante in circolazione sul PIL nazionale): (\*) Valore medio calcolato escludendo l'Italia. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

### 1.2.2 I PAGAMENTI ALTERNATIVI AL CONTANTE E LE CONDIZIONI ABILITANTI DELLE SOCIETÀ CASHLESS IN EUROPA: IL *CASHLESS SOCIETY INDEX* 2026

Sin dalla sua prima edizione, la Community Cashless Society ha elaborato il **Cashless Society Index (CSI)** per fornire ai *policy maker* e agli *stakeholder* di riferimento uno strumento di monitoraggio della situazione dei pagamenti elettronici in Italia, evidenziandone i *gap* esistenti rispetto agli altri Stati membri dell'Unione Europea<sup>6</sup>.

In tale contesto, il quadro europeo sta evolvendo rapidamente anche grazie a iniziative volte a **rafforzare l'integrazione e la competitività dei sistemi di pagamento**, come nel caso dell'interoperabilità tra **EuroPA ed EPI**, che rappresenta un passo significativo verso la creazione di un'infrastruttura europea più integrata, scalabile e competitiva.

Il Cashless Society Index 2026 – in linea con le precedenti edizioni – è calcolato su una scala crescente da 1 a 10 e si articola in **16 Key Performance Indicator (KPI)** raggruppati in **2 macro-aree**, ovvero “Fattori abilitanti” e “Stato dei pagamenti”. A ciascuna di queste aree sono attribuiti **pesi differenti** (30% alla macro-area “Fattori abilitanti” e 70% alla macro-area “Stato dei pagamenti”). Nello specifico, la macro-area dei “**Fattori abilitanti**” raggruppa i KPI che misurano il grado di sviluppo delle infrastrutture e dei servizi abilitanti alla diffusione dei pagamenti *cashless*, mentre i KPI della macro-area “**Stato dei pagamenti**” esaminano il livello di propensione dei cittadini e delle imprese ai pagamenti elettronici e digitali. Infine, come emerge dalla Figura 5, **tutti gli indicatori sono aggiornati all'ultimo anno disponibile (2024 o al 2025)**.

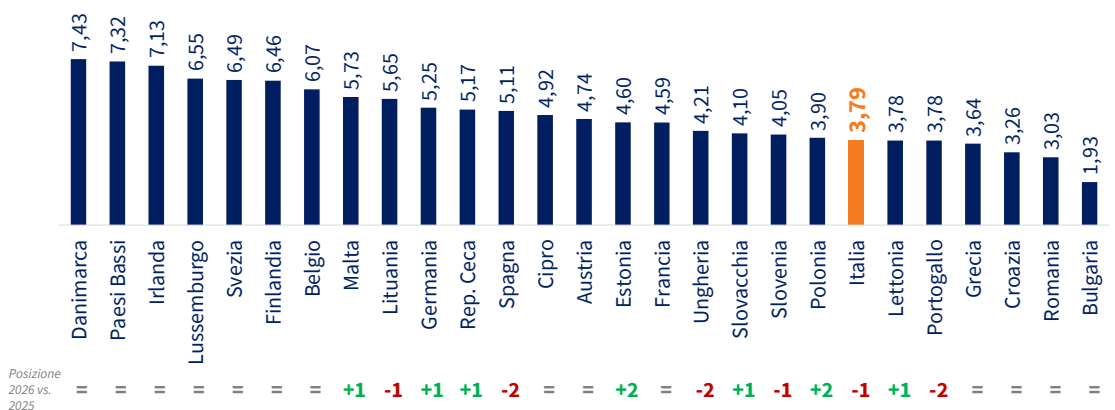
<sup>6</sup> Coerentemente con quanto appena riportato, a partire dall'edizione 2022, il *Cashless Society Index* non include più il Regno Unito, uscito dall'Unione Europea il 1° gennaio 2021.

FATTORI ABILITANTI (30%)	STATO DEI PAGAMENTI (70%)
1. Individui che hanno interagito con la P.A. <i>online</i> negli ultimi 12 mesi (% degli individui; Eurostat, 2025)	1. Numero di transazioni <i>cashless pro-capite</i> <sup>2</sup> (Banca Centrale Europea, 2024)
2. Famiglie con accesso alla banda larga (% delle famiglie; Eurostat, 2025)	2. Valore delle transazioni <i>cashless</i> effettuate su PIL (Banca Centrale Europea, 2024)
3. Imprese con accesso alla banda larga (% delle imprese; Eurostat, 2025)	3. Valore dei prelievi da ATM/consumi privati (Banca Centrale Europea e Eurostat, 2024) <sup>(*)</sup>
4. Imprese con alti livelli di intensità digitale <sup>1</sup> (% delle imprese; Commissione Europea, 2024)	4. Numero addebiti diretti <i>pro-capite</i> (Banca Centrale Europea, 2024)
5. Numero di POS ogni milione abitanti (Banca Centrale Europea, 2024)	5. Individui che hanno utilizzato <i>internet</i> negli ultimi 12 mesi per l' <i>internet banking</i> (% degli individui; Eurostat, 2025)
6. Numero di ATM ogni milione abitanti (Banca Centrale Europea, 2024) <sup>(*)</sup>	6. Individui che hanno fatto acquisti <i>online</i> (% degli individui; Eurostat, 2025)
7. Individui con copertura <i>Next Generation Access</i> (% degli individui; Commissione Europea e Eurostat, 2024)	7. Imprese che hanno ricevuto ordini <i>online</i> (% delle imprese; Eurostat, 2025)
8. Utilizzo di <i>broadband mobile</i> (% degli individui, Commissione Europea, 2025)	8. Ricavi da <i>e-commerce</i> (% sui ricavi totali delle imprese; Eurostat, 2025)

**Figura 1.6** I Key Performance Indicator (KPI) del Cashless Society Index 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026. N.B.: I 16 KPI sono equi-ponderati all'interno della macro-area di appartenenza. (1) Nell'intensità digitale sono comprese tecnologie *cloud*, CRM e *database management*; (2) Il numero di transazioni *cashless* include anche le transazioni dispositivi mobili (i.e. *e-money*); (\*) *Reverse indicator* (al punteggio più elevato viene attribuito un punteggio pari a 1).

Nel CSI 2026, **l'Italia** arresta i progressi registrati lo scorso anno, attestandosi **al 21° posto in Unione Europea** per stato di avanzamento della *Cashless Society*, **perdendo una posizione rispetto allo scorso anno**.

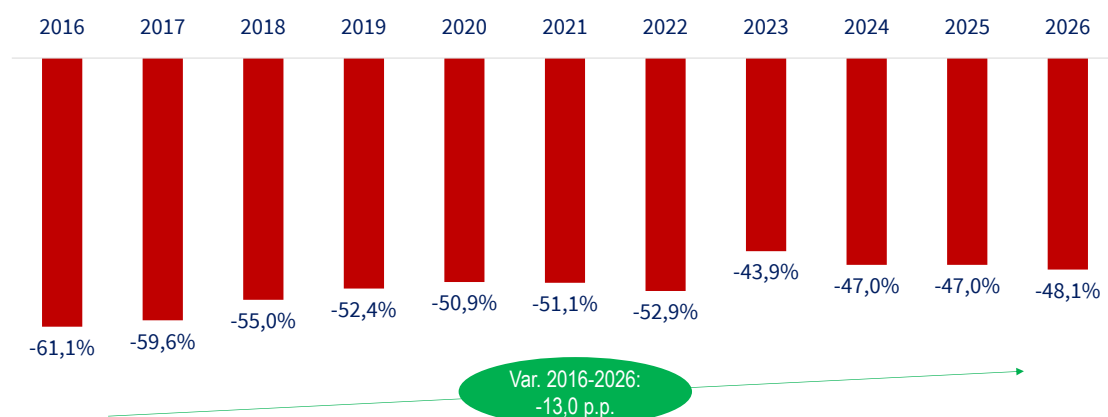
In vetta alla classifica si confermano i **Paesi del Nord Europa** e dell'area scandinava. La **Danimarca** mantiene il **1°** posto nell'Indice con un punteggio pari a 7,43, seguita dai Paesi Bassi (7,32) e dall'Irlanda (7,13), che preservano la medesima posizione registrata nell'edizione precedente. L'evidenza più significativa dell'aggiornamento 2026 riguarda un sostanziale consolidamento delle prime e delle ultime posizioni già osservate nel 2025, a fronte di una maggiore dinamicità dei Paesi collocati nella fascia intermedia della graduatoria, che registrano variazioni comprese tra uno e due posti rispetto all'anno precedente.



**Figura 1.7** Cashless Society Index 2026 (CSI 2026): il posizionamento dell'Italia e degli altri Paesi dell'UE-27 (scala crescente da 1=min a 10=max) e variazioni di posizione nel 2026 rispetto al 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Il **gap** nel *Cashless Society Index* tra l'Italia e i tre *best performer* – Irlanda, Danimarca e Paesi Bassi – si è **lievemente ampliato** rispetto al 2024, passando da -47% a **-48,1%**, riflettendo un deterioramento relativo della performance nazionale nell'ultimo anno. Tale dinamica si

inserisce tuttavia in un *trend* di medio periodo orientato alla **progressiva riduzione del gap**, che si è contratto di 13,0 punti percentuali rispetto al 2016 e di 4,8 punti percentuali rispetto al 2022.



**Figura 1.8** Cash Society Index: gap tra l'Italia e i top-3 best performer (valori percentuali), edizione 2016 - edizione 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Ad un livello di maggiore dettaglio, i miglioramenti per l'Italia sono riconducibili a tre dimensioni che vengono catturate nel *Cashless Society Index*: la **connettività** (garantisce l'accessibilità e la disponibilità di servizi finanziari digitali, consentendo a individui e imprese di effettuare transazioni in modo rapido, sicuro ed efficiente), la **maggiore abitudine al cashless** (tali indicatori rappresentano l'inclinazione dei cittadini all'utilizzo di soluzioni *cashless*) e l'**incremento di valori associati al cashless** (al maggiore utilizzo di piattaforme *cashless* corrispondono maggiori valori transati). A livello di singoli KPI, l'Italia mantiene sostanzialmente **invariato il proprio posizionamento rispetto all'edizione precedente** nella quasi totalità degli indicatori - come dimostrato nella Figura 9 - con l'unica eccezione relativa alla quota di famiglie con accesso alla banda larga. La perdita di una posizione nel ranking complessivo è in parte riconducibile alla natura relativa dell'indice, per cui il **miglioramento delle performance in termini assoluti non è di per sé sufficiente** se non accompagnato da un ritmo di progresso superiore a quello registrato dagli altri Paesi analizzati.

## CONNETTIVITÀ

Key Performance Indicator	Valore KPI	Posizionamento
Individui che hanno interagito con la P.A. <i>online</i> negli ultimi 12 mesi (% degli individui; Eurostat, 2025)	43,5% (+1,6 p.p.)	25° (=)
Famiglie con accesso alla banda larga (% delle famiglie; Eurostat, 2025)	94,1% (+2,2 p.p.)	16° (+4)

## MAGGIORE ABITUDINE AL CASHLESS

Key Performance Indicator	Valore KPI	Posizionamento
Numero di ATM (ogni milione di abitanti)*, 2024	758,4 (-2,7%)	21° (=)
Numero di transazioni cashless pro-capite (Banca Centrale Europea, 2024)	181,4 (+14,0%)	24° (=)
Individui che hanno fatto acquisti <i>online</i> (% degli individui; Eurostat, 2025)	56,2% (+2,6 p.p.)	26° (=)

## INCREMENTO DI VALORI ASSOCIATI AL CASHLESS

Key Performance Indicator	Valore KPI	Posizionamento
Numero di addebiti diretti (valori pro capite), 2024	23,1 (+6,1%)	12° (=)

**N.B. Tra parentesi viene riportata la variazione rispetto all'anno precedente.**

**Figura 1.9** Le dimensioni (e i rispettivi KPI) di miglioramento dell'Italia nel *Cashless Society Index* 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati BCE, Eurostat e Istat, 2026. (\*) Reverse Indicator.

### 1.2.3 LA VELOCITÀ DEI PAESI DELL'UNIONE EUROPEA VERSO LA CASHLESS REVOLUTION: IL CASHLESS SOCIETY SPEEDOMETER 2026

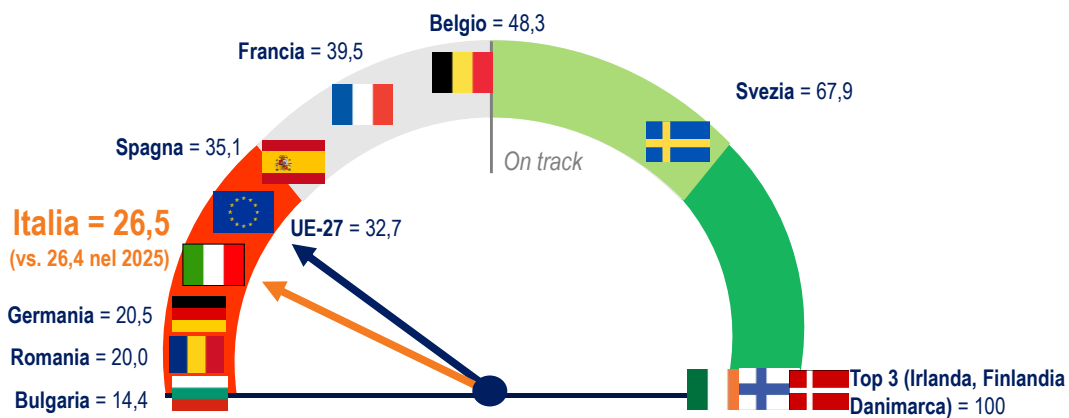
Anche nell'edizione 2026 della Community Cashless Society, è stato elaborato e monitorato il **Cashless Society Speedometer** (CSS), l'indicatore che misura la velocità con cui i Paesi dell'Unione Europea si muovono nella transizione verso la *Cashless Society*. A differenza del *Cashless Society Index*, che restituisce una fotografia dello stato attuale dei pagamenti elettronici in ciascuno Stato membro europeo, lo *Speedometer* è un indicatore "dinamico" che analizza la **velocità** con cui i 27 Paesi europei si stanno muovendo verso un obiettivo comune.

Tale obiettivo è stato fissato nel raggiungimento entro il 2030 del livello medio di transazioni *cashless pro-capite* dei tre Paesi *best performer* europei (**Irlanda, Finlandia e Danimarca**), che presentano complessivamente una media pari a 487 transazioni *pro-capite* all'anno.

A livello metodologico, il *Cashless Society Speedometer* assegna un punteggio su una scala da 0 a 100, a seconda della velocità con cui ciascun Paese europeo si sta muovendo per raggiungere questo obiettivo nel tempo prestabilito. L'arco di tempo monitorato è il **periodo 2012-2024**, considerando la crescita nelle transazioni *pro-capite* con carte di pagamento nell'intervallo di tempo preso in esame.

I Paesi dell'Unione Europea cresciuti tra il 2012 e il 2024 ad un tasso tale da permettere di raggiungere l'obiettivo entro il 2030 hanno ottenuto un punteggio compreso tra 50 e 100. I Paesi che presentano una decrescita (o nessuna crescita) o con una crescita insufficiente nel periodo considerato ottengono un punteggio rispettivamente pari a zero oppure compreso tra 1 e 50.

In particolare, anche lo **Speedometer evidenzia la crescita dell'Italia**, con la velocità di sviluppo del *cashless* che è lievemente cresciuta nell'ultimo anno (da 26,4 a 26,5), ma meno di altre economie.



**Figura 1.10** Cashless Society Speedometer 2026 (CSS 2026): il posizionamento dell'Italia e di alcuni Paesi europei (scala crescente da 0 a 100). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca Centrale Europea, 2026.

Quanto emerge dalle analisi permette evidenziare come la velocità dell'Italia per raggiungere i *best-performer* sia coerente con la media europea. Nel complesso, negli ultimi 5 anni l'Italia ha **più che triplicato la velocità di crescita** del *cashless*, un risultato che trova riscontro nell'aumento delle transazioni *cashless pro-capite* nazionali (dal 2020 al 2024 le transazioni *cashless pro-capite* hanno registrato una crescita pari a +194,9%, passando da 61,5 a 181,4).



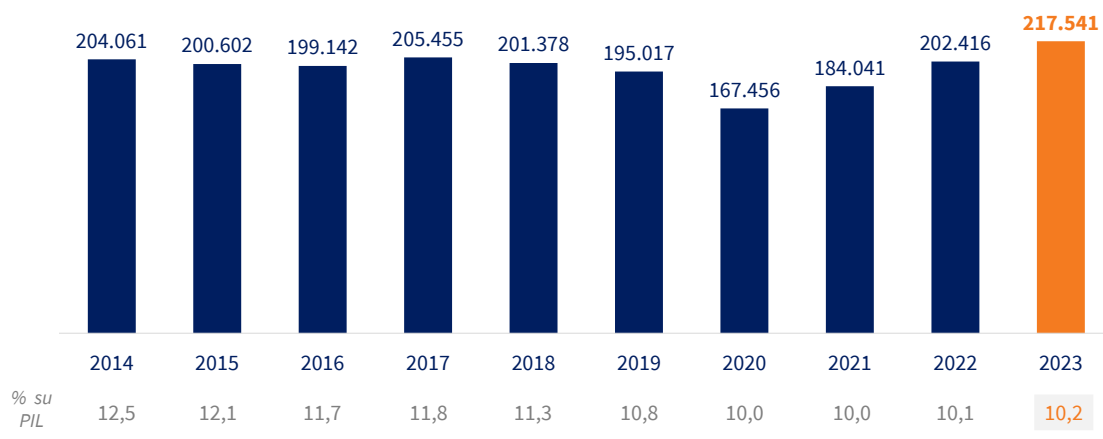
**Figura 1.11** Sinistra: Cashless Society Speedometer 2020-2026 (scala crescente da 0=min a 100=max). Destra: numero di transazioni *cashless* (valori *pro-capite*), 2020-2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca Centrale Europea, 2026.

Di conseguenza, secondo la simulazione svolta dall'Osservatorio della Community Cashless Society, a parità di condizioni attuali e ipotizzando che gli altri Paesi europei continuino a muoversi alla velocità registrata negli ultimi anni, l'Italia raggiungerebbe la **media europea** nel **2029** e la **media dei top-3 performer** nel **2040**.

### 1.3 L'IMPATTO DEI PAGAMENTI CASHLESS SULLA RIDUZIONE DEL VAT GAP IN EUROPA E IN ITALIA

Secondo gli ultimi dati rilasciati dalla Commissione Europea, anche nel 2023 permangono gravi evidenze in Europa, e soprattutto in Italia, in termini di economia non osservata e di VAT *gap*, rafforzato dall'aumento di entrambi gli indicatori in quasi tutti i Paesi europei.

In particolare, in Italia l'**economia non osservata** – costituita dalle attività economiche di mercato che, per motivi diversi, sfuggono all'osservazione diretta della statistica ufficiale e pongono problemi nella loro misurazione e che comprende l'**economia sommersa** e **quella illegale**<sup>7</sup> – ammontava nel 2023 a **217,5 miliardi di euro**, ovvero il 10,2% del PIL del Paese. Il 2023 è stato, dunque, il terzo anno consecutivo di crescita dell'economia sommersa, per un aumento totale di più di 20 miliardi di euro dal *pre* COVID-19 e sia oggi su livelli maggiori a quelli registrati nell'ultimo decennio.



**Figura 1.12** Economia non osservata (sommerso economico e attività illegali) in Italia (milioni di Euro e valori percentuali sul PIL, valori correnti), 2014-2023. *Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat, 2026.*

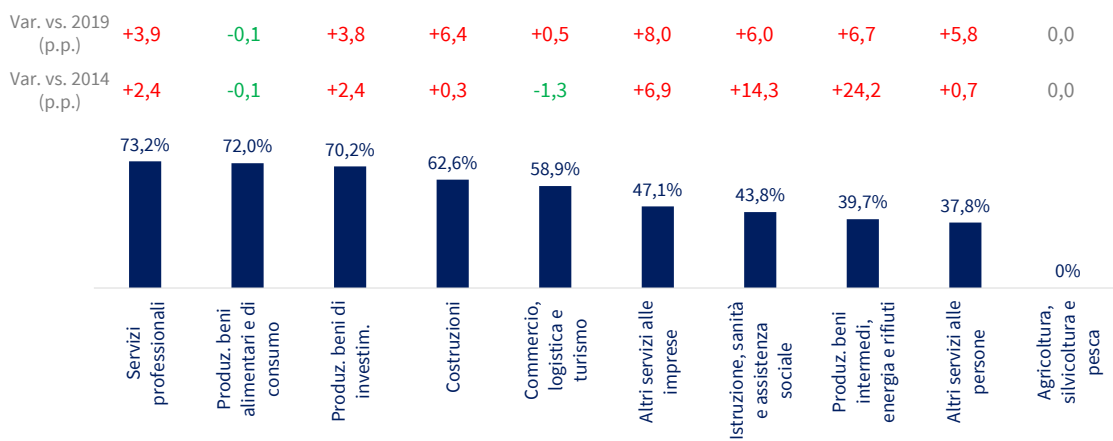
**La parte dell'economia sommersa aggredibile da una maggiore digitalizzazione** ammonta in totale a **197,5 miliardi di euro**, ed è composta dalla sotto-dichiarazione (per il 54,8% del valore totale), dal lavoro irregolare (39,0%) e da altri fattori (6,2%) tra cui per esempio le mance dei lavoratori.

<sup>7</sup> Secondo il consueto rapporto Istat "Economia non osservata nei conti nazionali", le principali componenti dell'economia sommersa sono costituite dal valore aggiunto occultato tramite comunicazioni volutamente errate del fatturato e/o dei costi (sotto-dichiarazione del valore aggiunto) oppure generato mediante l'utilizzo di *input* di lavoro irregolare. Ad esso si aggiunge il valore dei fitti in nero, delle mance e una quota che emerge dalla riconciliazione fra le stime degli aggregati dell'offerta e della domanda. Quest'ultimo tipo di integrazione contiene in sé, in proporzione non identificabile, sia effetti collegabili a fenomeni di carattere puramente statistico sia elementi ascrivibili all'esistenza di componenti del sommerso non completamente colte attraverso le consuete procedure di stima. L'economia illegale, invece, include le attività di produzione di beni e servizi la cui vendita, distribuzione o possesso sono proibite dalla legge, e quelle che, pur essendo legali, sono svolte da operatori non autorizzati. Le attività illegali incluse nel PIL dei Paesi UE sono la produzione e il commercio di stupefacenti, i servizi di prostituzione e il contrabbando di sigarette.



**Figura 1.13** Economia non osservata (sommerso economico e attività illegali) in Italia per componente (valori assoluti e % su totale, valori correnti), 2023. NB. Altro include le mance che i lavoratori dipendenti ricevono dai clienti in alcune attività economiche, i risultati della procedura di riconciliazione delle stime indipendenti dell’offerta e della domanda di beni e servizi e la valutazione degli affitti in nero. *Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat, 2026.*

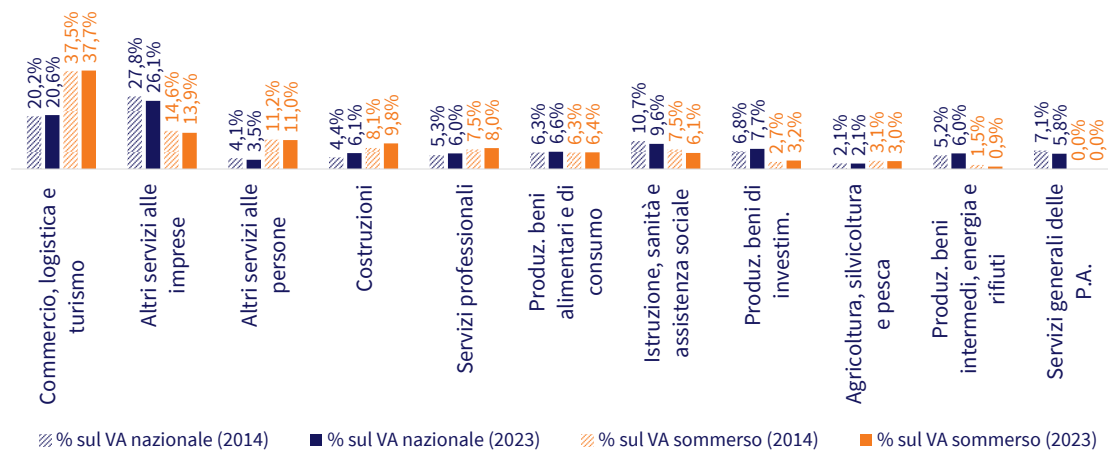
Dall’analisi dei settori in cui la sotto-dichiarazione incide maggiormente sul totale dell’economia sommersa, inoltre, emerge che per i **servizi professionali** questa vale il 73,2% del sommerso. Il secondo settore per incidenza è quello della **produzione di beni alimentari e di consumo**, per cui vale il 72,0% del sommerso totale. Allo stesso tempo, i **servizi alle imprese e la produzione di beni intermedi, energia e rifiuti** sono i due settori che registrano la crescita più alta del peso della sottodichiarazione, essendo aumentato rispettivamente di 8,0 e 6,7 punti percentuali tra il 2019 e il 2023. È anche rilevante osservare che, nello stesso quadriennio, **la crescita dell’incidenza della sotto-dichiarazione sul sommerso aumenta in quasi tutti i settori** presi in considerazione, con l’unica eccezione della produzione di beni alimentari e di consumo, dove registra un calo molto contenuto (-0,1 punti percentuali).



**Figura 1.14** Incidenza della sotto-dichiarazione sul totale dell’economia sommersa per attività economica (valori percentuali sul totale) 2023. N.B. «Altri servizi alle imprese» include: attività editoriali, telecomunicazioni, servizi finanziari, pubblicità e ricerche di mercato, attività immobiliari, noleggio e leasing operativo, ricerca, selezione e fornitura di personale, vigilanza e investigazione, agenzie di viaggio. «Altri servizi alle persone» include; palestre, i centri benessere, le agenzie di consegna a domicilio, i centri per il lavoro, l’assistenza alla persona. *Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat, 2026.*

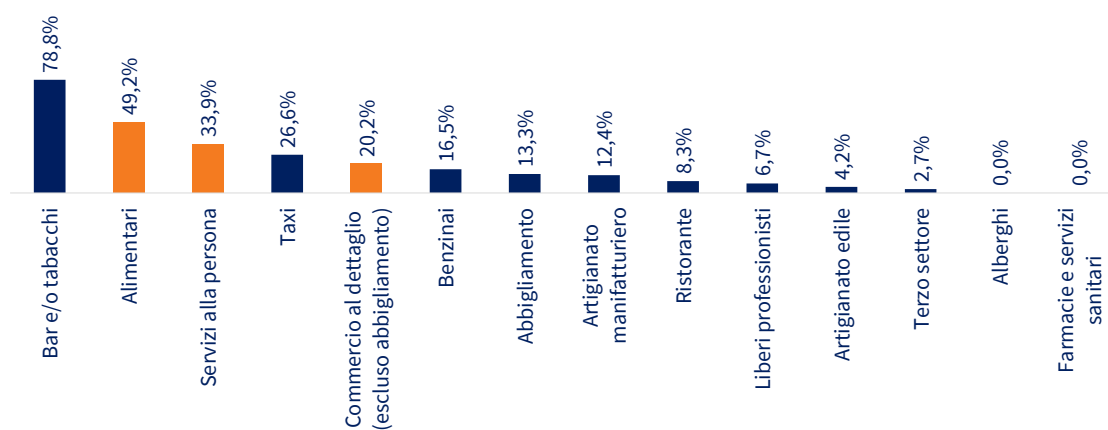
Dall’analisi delle attività economiche per incidenza del valore aggiunto sul totale nazionale e per incidenza sull’economia sommersa, invece, emerge che i primi due settori per incidenza sul valore aggiunto nazionale sono anche quelli che hanno la maggiore incidenza

sull'economia sommersa. Il settore **commercio, logistica e turismo** genera da solo circa **il 40% dell'economia sommersa**, con un valore costante negli ultimi 10 anni, a fronte di un'incidenza di oltre il 20% sul valore aggiunto nazionale. Mentre i **servizi alle imprese** hanno valgono circa **il 14% dell'economia sommersa**, a fronte di un'incidenza di oltre il 26% sul valore aggiunto nazionale.



**Figura 1.15** Attività economica per incidenza del Valore Aggiunto sul totale nazionale e per incidenza sull'economia sommersa (valori in percentuale sul totale), 2014 e 2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat, 2026.

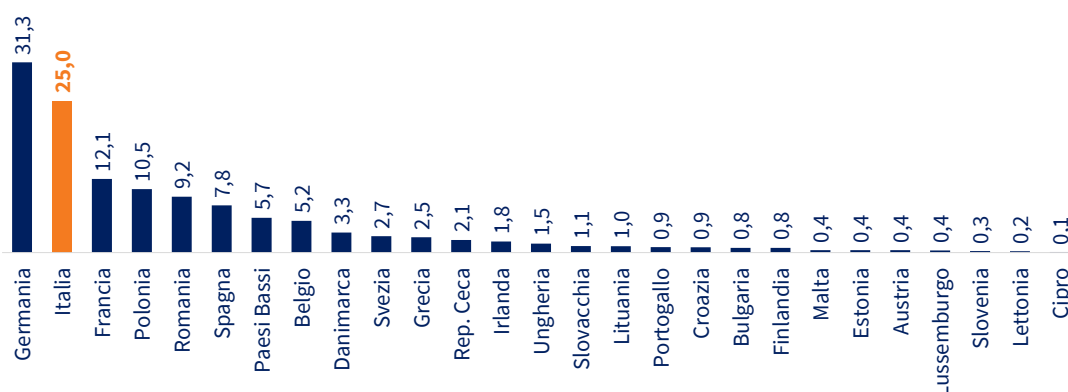
Questi risultati sono coerenti con quanto emerso dalla survey condotta tra gli esercenti della Community, che evidenzia un **maggiore ricorso al contante** nei settori degli alimentari, dei servizi alla persona e del commercio. In questi ambiti – insieme a bar e tabacchi (79%) – si registra una quota di clientela che preferisce pagare in contanti pari al 50% negli alimentari, al 34% nei servizi alla persona e al 20% nel commercio.



**Figura 1.16** Percentuale di risposte "contante" alla domanda «Qual è la modalità di pagamento più utilizzata dai clienti della Sua attività?» (valori %), 2024. Fonte: survey agli esercenti di TEHA Group, 2026.

A sua volta, l'economia non osservata ha implicazioni sul **"VAT gap"**, ovvero la differenza tra il valore di IVA attesa per lo Stato e l'IVA effettivamente riscossa. Secondo gli ultimi dati

disponibili rilasciati dalla Commissione Europea<sup>8</sup>, l'IVA evasa in Italia nel 2023 era pari a **25 miliardi di Euro**, (il 19,5% del totale europeo), posizionando il Paese **secondo** solo alla Germania, con 31,3 miliardi di Euro di evasione.



**Figura 1.17** VAT gap nei Paesi dell'Unione Europea (miliardi di Euro), 2023. Fonte: elaborazione TEHA Groupi su dati Commissione Europea, 2026.

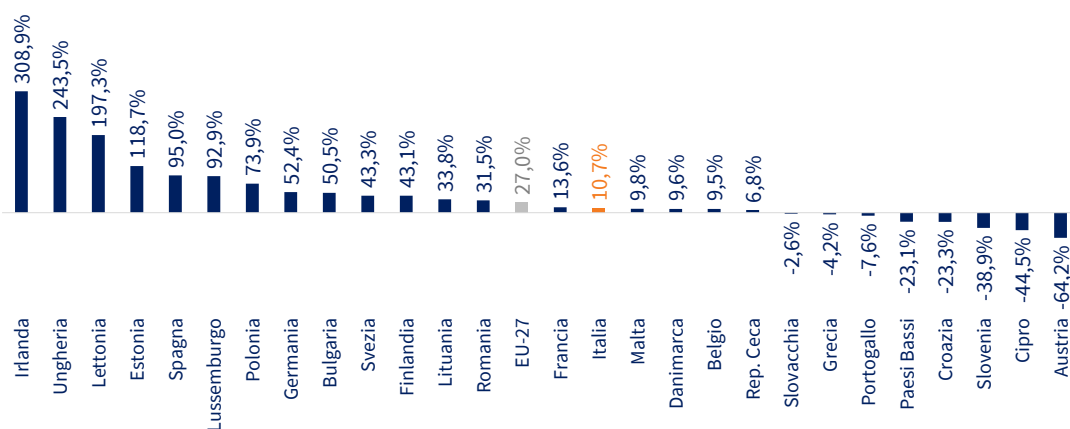
Occorre precisare in questa sede che la Commissione europea ha recentemente **aggiornato la metodologia** di stima del VAT gap, determinando una **revisione estesa** delle serie relative agli ultimi due esercizi. In particolare, parte dell'aumento del VAT gap in Europa è legata all'affinamento della metodologia che anno dopo anno sta realizzando la Commissione Europea. Nel dettaglio, si registra una maggiore esposizione di attività prima non coperte da rilevazioni statistiche (es. servizi alla persona e micro-servizi urbani, *hospitality*), che ha reso più visibili fenomeni già presenti ma prima non misurati, come ritardi nei pagamenti, e-commerce e servizi digitali transfrontalieri non correttamente dichiarati.

Inoltre, occorre sottolineare come le stime per il biennio 2022-2023 presentino un grado di incertezza superiore rispetto al passato, in ragione di tre principali fattori: (i) l'introduzione e la successiva rimozione di misure straordinarie di riduzione delle aliquote IVA; (ii) le criticità contabili connesse ai differimenti dei versamenti; (iii) il deterioramento della qualità e completezza di alcune statistiche nazionali utilizzate come base informativa.

Infine, la revisione della Commissione si deve in particolare al fatto che nel 2024 l'ISTAT ha avviato (in coordinamento con l'UE) una Revisione Generale dei Conti Nazionali (un'operazione standard e armonizzata a livello europeo che viene effettuata ogni 5 anni) che ha preso il **2021 come anno base**. Questo ha comportato una revisione al rialzo di tutti i valori (a titolo esemplificativo basti considerare che la revisione ha portato a un aumento del PIL in valore: circa +21 miliardi di Euro nel 2021, +34 miliardi di Euro nel 2022 e +43 miliardi di Euro nel 2023). L'aver preso il 2021 come anno base è stata una circostanza «sfortunata» in quanto era un anno ancora segnato dal COVID-19 e quindi non pienamente veritiero dal punto di vista informativo e dei dati.

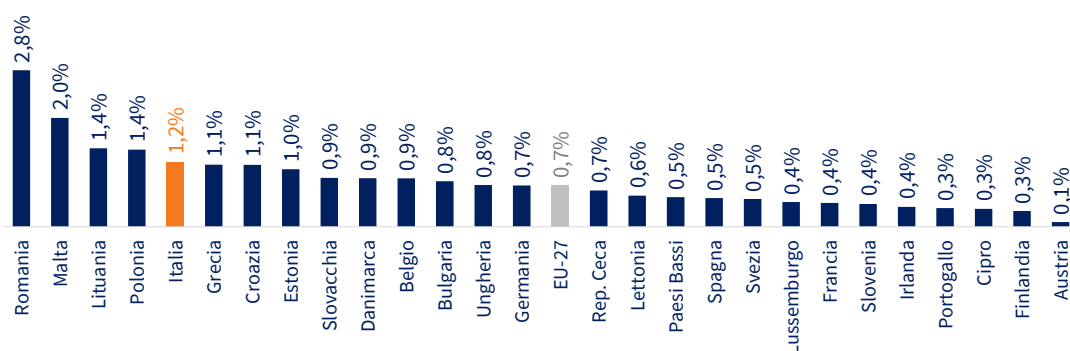
<sup>8</sup> Fonte: Commissione Europea (2025), "VAT Gap in the EU, 2025 Report".

L'insieme di tali elementi ha comportato revisioni di entità significativamente maggiore rispetto agli studi precedenti, con una conseguente **rivalutazione al rialzo del divario di conformità IVA** per gli anni 2022 e 2023.



**Figura 1.18** Variazione percentuale del VAT gap nei Paesi UE-27 (%), 2022-2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Commissione Europea, 2026.

In ogni caso, l'Italia rimane la prima delle grandi economie d'Europa per peso del VAT gap sul proprio PIL. Nel 2023, l'Italia riporta un valore (1,2%) pari **1,7 volte il valore della media UE** e della Germania (0,7%), a **3 volte la Francia** (0,4%) e **2,4 volte la Spagna** (0,5%), posizionandosi all'8° posto tra i Paesi UE-27 per peso del VAT gap sul proprio PIL.



**Figura 1.19** Peso del VAT gap sul PIL nei Paesi UE-27 (valori percentuali), 2023. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Commissione Europea, 2026.

#### 1.4 LA FOTOGRAFIA DELLA CASHLESS SOCIETY NEI TERRITORI ITALIANI

Dopo aver osservato il quadro completo degli sviluppi in chiave *cashless* nel mondo e in Europa (con un *focus* sull'Italia a livello di sistema-Paese), in questo paragrafo verrà offerto un livello di dettaglio aggiuntivo, riportando i progressi fatti in chiave *cashless* su scala territoriale attraverso:

- il **Regional Cashless Index 2026** (RCI), giunto alla sua nona edizione, che monitora gli sviluppi *cashless* nelle diverse Regioni italiane, secondo una metodologia e un portafoglio di indicatori che ricalcano il *Cashless Society Index* (CSI) a livello europeo;

- il **Metropolitan Cities Cashless Index 2026** (MCCI), introdotto nell’edizione 2019/2020 dell’Osservatorio e giunto ormai alla sua quinta edizione, che permette di misurare come le principali aree metropolitane del Paese stiamo evolvendo verso la *Cashless Society*, considerando indicatori rilevanti per le amministrazioni locali, tra cui il livello di utilizzo di PagoPA.

L’integrazione sistemica di questi due indicatori consente di avere un quadro d’insieme completo e dettagliato sullo stato dell’arte della *Cashless Society* nei territori italiani, evidenziando le eterogeneità tra le singole Regioni e Città Metropolitane e i divari territoriali esistenti, ma sottolineando anche le similitudini riscontrate tra l’andamento di una determinata Regione e Città Metropolitana.

In altri termini, pur trattandosi di indici relativi con *Key Performance Indicator* (KPI) non del tutto sovrapponibili – in considerazione delle limitazioni circa la disponibilità di dati su scala subregionale e provinciale – i due indici si prestano a letture congiunte funzionali alla comprensione del diverso stato della transizione *cashless* nei territori italiani.

#### **1.4.1 LE DINAMICHE DELLA CASHLESS SOCIETY NELLE REGIONI ITALIANE: IL REGIONAL CASHLESS INDEX 2026**

Come già sottolineato, il **Regional Cashless Index** (RCI) ha l’obiettivo di monitorare il divario esistente e i progressi compiuti negli anni dalle Regioni italiane verso la transizione *cashless*, al fine di orientare in maniera adeguata le linee d’azione e promuovere le *best practice* adottate nei diversi sistemi territoriali. Analogamente al *Cashless Society Index* utilizzato nel confronto su scala europea, gli obiettivi del *Regional Cashless Index* possono essere così riassunti:

- rappresentare lo **sviluppo della Cashless Society** nelle 20 Regioni italiane;
- confrontare nel tempo le *performance* in chiave relativa delle Regioni;
- quantificare i **gap esistenti** tra i diversi territori italiani su specifici indicatori.

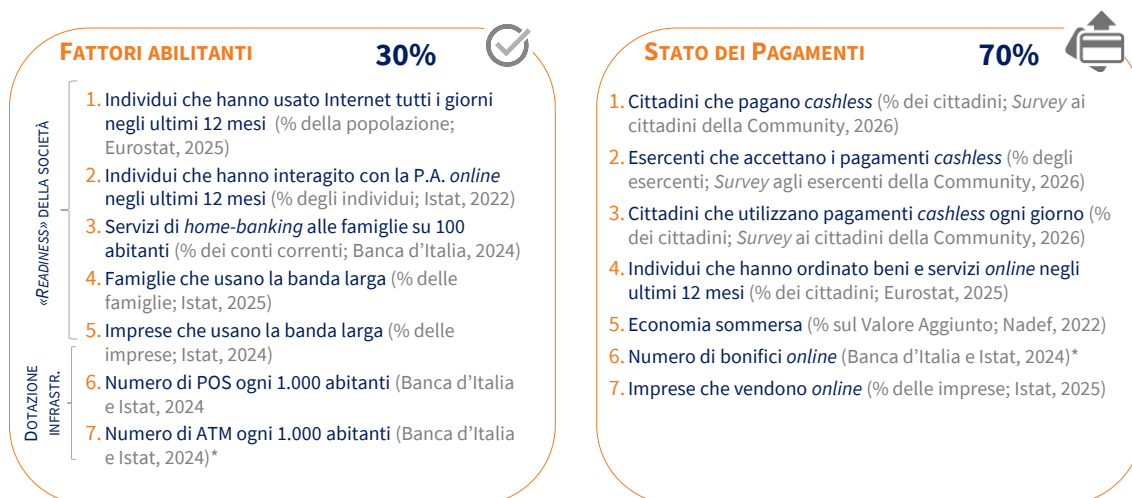
Per garantire l’uniformità con la metodologia di calcolo adottata per il *Cashless Society Index* 2025, anche per il *Regional Cashless Index* 2026 i diversi KPI che lo compongono sono raggruppati in due macroaree: “Fattori abilitanti” e “Stato dei pagamenti”, che analizzano 14 fattori:

- **7 KPI relativi ai fattori abilitanti** (suddivisi a loro volta nelle sub-aree “Dotazione infrastrutturale” e “*Readiness* della società”), con un peso pari al 30%;
- **7 KPI relativi allo stato dei pagamenti**, con un peso pari al 70%<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Nella presente edizione dell’Indice, relativamente allo Stato dei pagamenti sono stati dimessi gli indicatori “Numero di transazioni con carte di credito e di debito *pro-capite*”, “Valore delle transazioni effettuate con carte di pagamento sul PIL” e il “Prelievo da ATM *pro-capite*/PIL *pro-capite*” in quanto non più aggiornabili e sostituiti con i dati emersi dalle *survey* agli esercenti e ai cittadini della Community, aggiornati annualmente e statisticamente significativi.

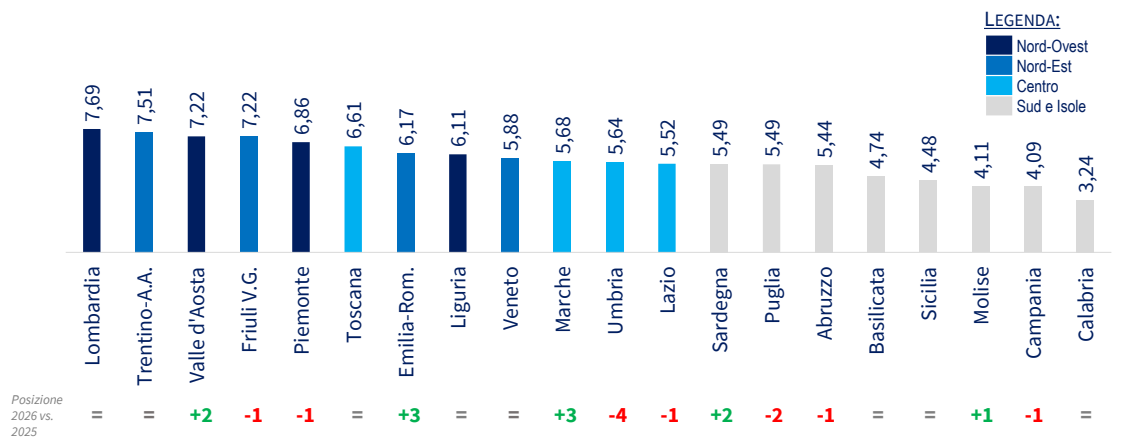
I *Key Performance Indicator* considerati sono equi-ponderati all'interno della macroarea di appartenenza e, nel calcolo finale dell'indice, ad ogni macroarea è attribuito un peso differente.



**Figura 1.20** *Key Performance Indicator* considerati nel *Regional Cashless Index* 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia, Eurostat, Istat, NADEF e PagoPA, 2026. N.B. I KPI sono equi-ponderati all'interno della macro-area di appartenenza. (\*) *Reverse indicator* (al punteggio più elevato viene attribuito un punteggio pari a 1).

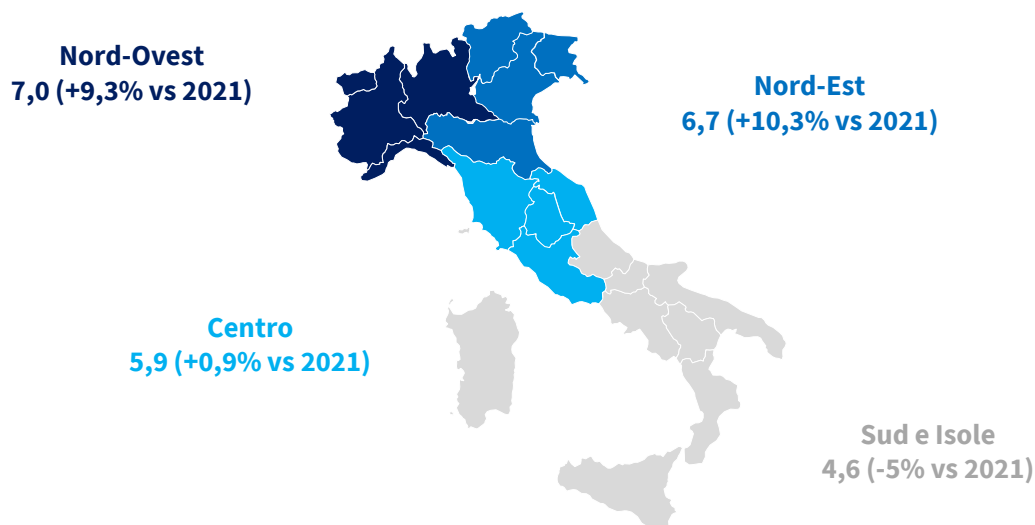
La classifica finale del RCI 2026 conferma il primato – per il nono anno consecutivo e dunque fin dalla prima edizione – della **Lombardia**, con un punteggio pari a 7,69 su una scala crescente da 1 a 10, seguita da **Trentino-Alto Adige** (7,51) e **Valle d'Aosta** (7,22). Allo stesso tempo, le ultime due posizioni sono occupate da Campania (19° posto) e Calabria (20°).

In linea con le precedenti edizioni, il RCI 2026 evidenzia un **forte divario** tra il Mezzogiorno e le altre aree del Paese. Le Regioni del Nord si trovano tutte nella *top-10*, mentre tutte le Regioni del Mezzogiorno si trovano nella **seconda metà della classifica**. Tra le Regioni del Centro, infine, le migliori risultano la **Toscana** (6° posto) e le **Marche** (10° posto). In mezzo alla classifica, invece, si trovano **Umbria** (11° posto) e **Lazio** (12° posto), mentre la migliore delle regioni del Mezzogiorno è la **Sardegna** (13° posto). Tale distribuzione evidenzia come la classifica rifletta fedelmente un Paese in cui, relativamente alla *Cashless Society*, le *performance* tendono a diminuire progressivamente procedendo dal Nord verso il Sud.



**Figura 1.21** Regional Cashless Index 2026 (RCI 2026): il posizionamento delle Regioni italiane (scala crescente da 1=min a 10=max) e variazione rispetto alla rilevazione del 2025 (valori assoluti e ripartizione per macroarea geografica). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia, Eurostat, Istat, NADEF e PagoPA, 2026.

L'analisi delle **macroaree** mette in evidenza non solo il divario tra Nord e Sud, ma anche la **crescita del Centro Nord** del Paese, contro la **decrecita del Mezzogiorno** nell'ultimo quinquennio.



**Figura 1.22** Regional Cashless Index 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ABI, Banca d'Italia, Eurostat e Istat, 2026.

Per quanto riguarda la fotografia “dinamica” del RCI 2026, emerge un quadro differenziato tra le 20 Regioni italiane in termini di miglioramento e peggioramento del proprio posizionamento rispetto all’edizione precedente. In particolare, le Regioni che hanno guadagnato più posizioni sono l’**Emilia-Romagna** e le **Marche**, passate rispettivamente dal 10° al 7° posto e dal 13° al 10° posto (+3 posizioni), seguite da **Valle d’Aosta** e **Sardegna** (+2 posizioni) e **Molise** (+1 posizioni) mentre quella che ha perso più posizioni risulta l’**Umbria** (-4 posizioni), seguita dalla **Puglia** (-2 posizioni).

In particolare, il miglioramento dell’Emilia-Romagna è riscontrabile sia nell’area relativa ai “Fattori abilitanti”, dove la Regione ha guadagnato **3 posizioni** (dal 6° al 3° posto), che nell’area

relativa allo “Stato dei pagamenti”, dove la Regione ha guadagnato **2 posizioni** (dal 10° all’8° posto). Nel dettaglio, con riferimento allo “**Stato dei pagamenti**”, il KPI in cui la Regione è migliorata maggiormente è quello relativo alla quota di individui che hanno **ordinato beni e servizi online** negli ultimi 12 mesi (dal 7° posto al 3° posto).

Tra le altre regioni che sono cresciute maggiormente le **Marche** hanno guadagnato posizioni in particolare nell’area dello “**Stato dei pagamenti**”, salendo di **1 posizione** (dal 14° posto al 13° posto). Nel dettaglio il KPI in cui la Regione è migliorata di più è quello relativo alla quota di individui che hanno **ordinato beni e servizi online** negli ultimi 12 mesi (dal 12° al 11° posto).

La Sardegna, infine, ha guadagnato posizioni in particolare sempre in riferimento allo “Stato dei pagamenti”, salendo di **2 posizioni** (dal 16° al 14° posto). Nel dettaglio il KPI in cui la Regione è migliorata di più è la quota **di imprese che vendono online** (dal 18° al 12° posto).

Relativamente alle Regioni che hanno peggiorato il proprio posizionamento nell’Indice, invece, l’Umbria ha perso **5 posizioni** (dal 6° al 11° posto) con riferimento allo “Stato dei pagamenti”. Nel dettaglio i KPI in cui la Regione è peggiorata sono:

- percentuale di **individui che hanno ordinato beni e servizi online negli ultimi 12 mesi** (dal 9° al 12° posto);
- **quota di economia sommersa sul totale del Valore Aggiunto** (dal 9° al 7° posto);
- percentuale di **imprese che vendono online** (dal 2° al 10° posto).

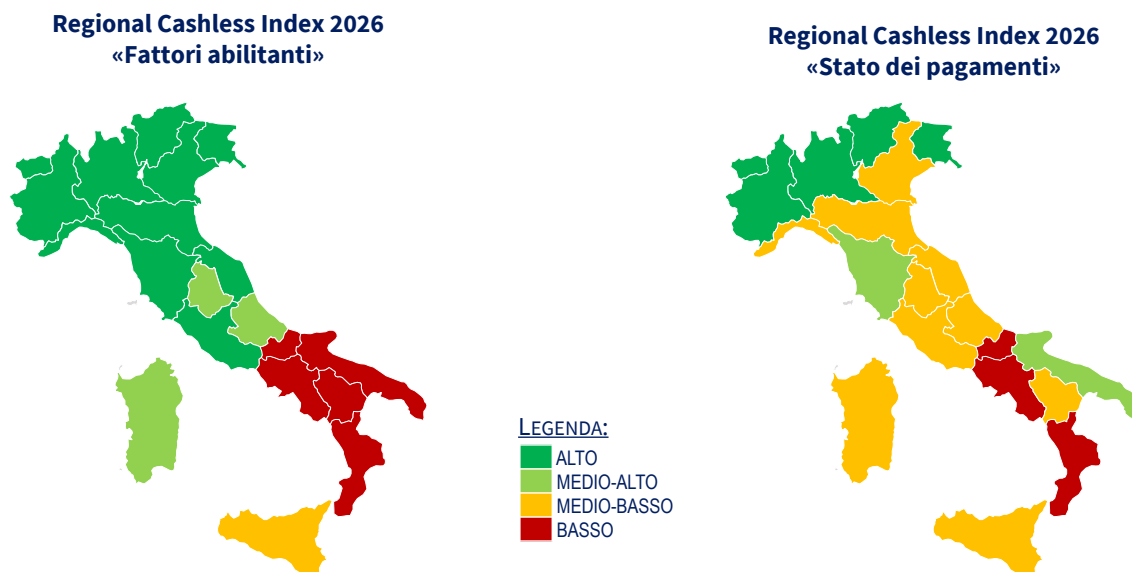
La Puglia, invece, ha perso **3 posizioni** (dal 15° al 18° posto) con riferimento al “Fattori abilitanti”. Nel dettaglio, i KPI in cui la Regione è peggiorata sono:

- percentuale di **individui che hanno usato Internet tutti i giorni negli ultimi 12 mesi** (dal 15° al 16° posto);
- percentuale di **imprese che utilizzano la banda larga** (dal 11° al 18° posto);
- numero di **POS ogni 1.000 abitanti** (dal 15° al 17° posto).

L’analisi dei due sotto-indici offre, inoltre, ulteriori spunti di riflessione sullo stato di avanzamento della *Cashless Society* nelle diverse aree del Paese. Analizzando il sottoindice relativo ai “**Fattori abilitanti**”, tutte le Regioni del Mezzogiorno – ad eccezione dell’**Abruzzo** e della **Sardegna** – presentano un punteggio tale da ricadere nella categoria della classifica **bassa o medio-bassa**. Al contrario, tutte le Regioni centro-settentrionali si trovano nella fascia “alta” della classifica.

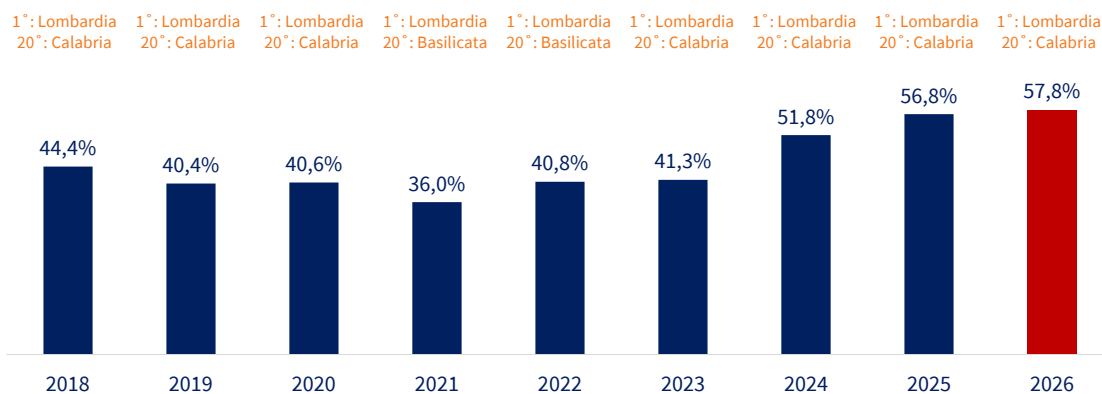
Con riferimento al sottoindice relativo allo “**Stato dei pagamenti**”, invece, emerge un quadro ancor più eterogeneo. Solo Trentino-Alto Adige, Lombardia, Friuli-Venezia Giulia, Valle d’Aosta e Piemonte si collocano nel primo quartile. Toscana e Puglia si collocano nella parte medio-alta della classifica, mentre tutte le altre regioni, appartenenti a tutte le macroaree da Nord a Sud, rientrano nella parte bassa della classifica, con Molise, Campania, Calabria in coda. I casi di Liguria, Lazio, Marche, Veneto ed Emilia-Romagna, infine, risultano particolarmente significativi, in quanto ad un punteggio alto tra i fattori abilitanti corrisponde un punteggio

medio-basso nello stato dei pagamenti, rivelando un potenziale circolo vizioso tra infrastrutture e pagamenti digitali.



**Figura 1.23** Regional Cashless Index 2026 (RCI 2026): il posizionamento relativo delle Regioni italiane nei sotto-indici “Fattori abilitanti” e “Stato dei pagamenti” (scala crescente da 1=min a 10=max riparametrata su quattro quartili). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d’Italia, Eurostat, Istat, NADEF e PagoPA, 2026.

L’analisi del *gap* relativo al punteggio tra la Regione “*best performer*” (la Lombardia per il nono anno consecutivo) e la Regione “*worst performer*” (la Calabria per il quarto anno consecutivo) permette di evidenziare come nella presente edizione i divari regionali si siano ampliati. Infatti, tale valore ha raggiunto il **57,8%**, ovvero il dato più alto dall’inizio della rilevazione dell’Indice, aumentando solo nell’ultimo anno di **+1 punto percentuale**.



**Figura 1.24** Differenza di score del *best performer* e del *worst performer* (valori percentuali), RCI 2018-2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d’Italia, Eurostat, Istat, NADEF e PagoPA, 2026.

#### 1.4.2 I PAGAMENTI ELETTRONICI E LE CONDIZIONI ABILITANTI NELLE 14 CITTÀ METROPOLITANE DEL PAESE: IL METROPOLITAN CITIES CASHLESS INDEX 2026

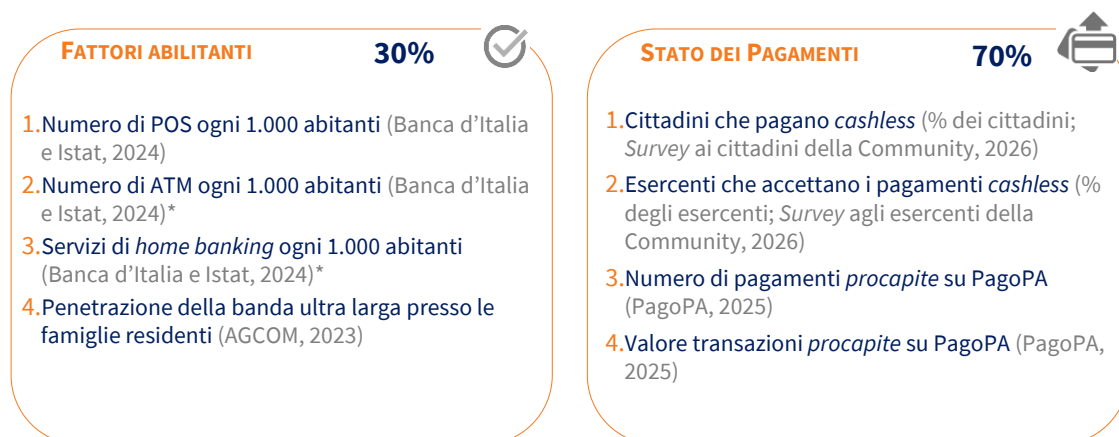
Approfondendo ulteriormente l’analisi a livello territoriale, il **Metropolitan Cities Cashless Index** (MCCI) elaborato dall’Osservatorio della Community Cashless Society ha lo scopo di:

- rappresentare lo **sviluppo della Cashless Society** nelle **14 Città Metropolitane** italiane;
- confrontare nel tempo le *performance* in chiave relativa;
- quantificare i **gap esistenti** tra i diversi territori italiani su specifici indicatori.

Analogamente al *Cashless Society Index* e al *Regional Cashless Index*, i diversi *Key Performance Indicator* che compongono l'Indice sono raggruppati in due macroaree definite, anche in questo caso, come “Fattori abilitanti” e “Stato dei pagamenti”. In particolare, sono qui compresi:

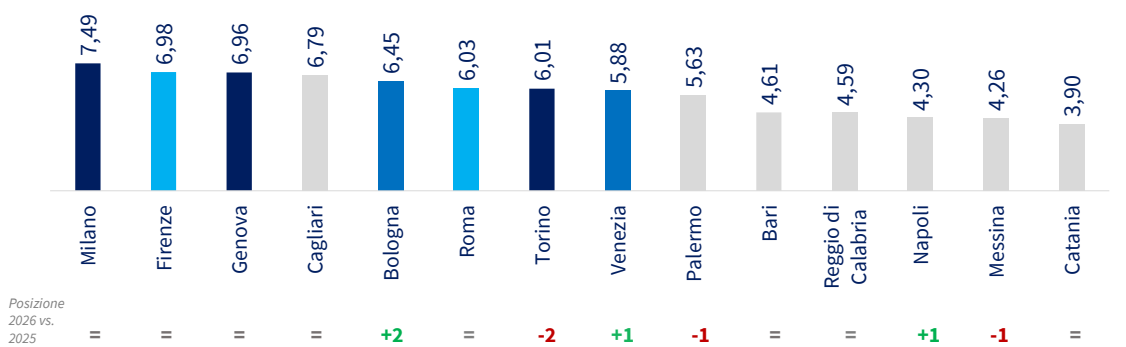
- **4 KPI relativi ai fattori abilitanti** con peso pari al 30%;
- **4 KPI relativi allo stato dei pagamenti** con peso pari al 70%.

Tutti i KPI considerati sono equi-ponderati all'interno della macroarea di appartenenza e, nel calcolo finale dell'Indice, ad ogni macroarea è attribuito un peso differente. Sebbene lo schema metodologico ricalchi quello del *Regional Cashless Index*, è qui importante sottolineare che i KPI considerati sono differenti non solo per la numerosità, ma anche per la scelta di includere nell'indicatore alcuni dati proprietari di **PagoPA**, che costituisce il principale *driver* verso le modalità *cashless* e digitali nelle amministrazioni locali e territoriali.



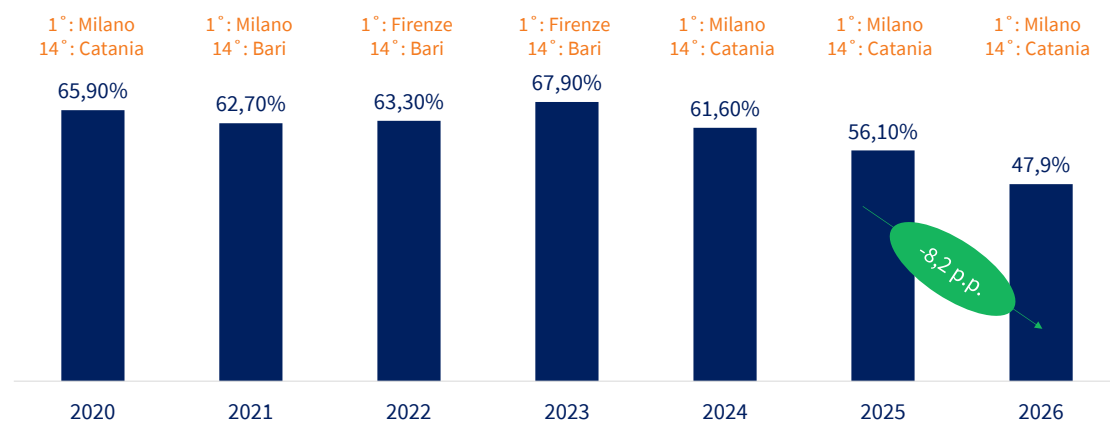
**Figura 1.25** *Key Performance Indicator* considerati nel *Metropolitan Cities Cashless Index* (MCCI) 2026. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Banca d'Italia, Istat, PagoPA, e Survey ai cittadini e agli esercenti della Community 2026. N.B. I KPI sono equi-ponderati all'interno della macroarea di appartenenza. (\*) *Reverse indicator* (al punteggio più elevato viene attribuito un punteggio pari a 1).

Nella classifica finale del *Metropolitan Cities Cashless Index* 2026, **Milano** si conferma al **1° posto** della classifica (con un punteggio di **7,49** su una scala crescente da 1 a 10), seguita da Firenze (6,98) e Genova (6,96). Le ultime sei posizioni della classifica sono occupate tutte da Città Metropolitane situate nel **Sud Italia o nelle Isole**, evidenziando la maggiore necessità di orientare politiche attive di diffusione dei pagamenti digitali in specifici territori del Paese.



**Figura 1.26** Metropolitan Cities Cashless Index 2026 (MCCI): il posizionamento delle 14 Città Metropolitane italiane (scala crescente da 1=min a 10=max) e variazione rispetto al 2025 (valori assoluti e ripartizione per macro-area geografica). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia, Istat, PagoPA, Survey ai cittadini e agli esercenti della Community, 2026.

Confrontando il divario tra il *best* e il *worst performer* nel MCCI con lo stesso divario del RCI, si osserva che, se il distacco tra Lombardia e Calabria, migliore e peggiore del RCI, è pari al **57,8%**, lo stesso distacco tra Milano e Catania, ovvero Città Metropolitana *best performer* e *worst performer* nel MCCI, raggiunge un valore simile (47,9%). Tuttavia, a differenza del RCI dove si evidenzia un **peggioramento del gap** tra Regione *best* e *worst performer* di +1 punto percentuale, in questo caso si evidenzia un **miglioramento del gap** tra l'edizione 2025 e 2026 di **8,2 punti percentuali**. Tale diminuzione conferma un trend positivo, che dimostra come i divari tra le Città Metropolitane si stiano riducendo, all'opposto di quelli tra le regioni, evidenziando la necessità di intervenire nelle aree più periferiche e nei piccoli comuni.



**Figura 1.27** Score del *best performer* e del *worst performer* (MCCI 2020-2026). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia, Istat, PagoPA e Survey ai cittadini e agli esercenti della Community 2026.

Il divario tra le Città Metropolitane Centro-Settentrionali e quelle del Mezzogiorno nei “**Fattori abilitanti**” è osservabile in quasi tutti i KPI:

- servizi di **home banking ogni 1.000 abitanti**: Milano e Reggio Calabria presentano una differenza del **200%** (967 vs. 482);
- **numero di POS ogni 1.000 abitanti**: Venezia e Napoli presentano una differenza del **177%** (74 vs. 42);

- **numero di atm ogni 100 abitanti:** Bologna e Reggio Calabria presentano una differenza del 244% (0,8 vs 0,3).

Nel sotto-indice relativo allo “**Stato dei pagamenti**”, il divario Nord-Sud risulta ancora più evidente, come emerge in particolare dai dati di PagoPA:

- **Valore delle transazioni *pro-capite* su PagoPA:** Genova e Catania presentano una differenza del **290%** (411 euro vs. 105 euro);
- **Numero di pagamenti *pro-capite* su PagoPA:** Firenze e Catania presentano una differenza del **217%** (2,1 vs. 0,7).

## CAPITOLO 2

### LE INDAGINI DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY PER MISURARE IL “TERMOMETRO CASHLESS” DEL PAESE

#### 2.1 LA SURVEY DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY AI CITTADINI ITALIANI

##### 2.1.1 OBIETTIVI, STRUTTURA E METODOLOGIA

La survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani intende misurare l'**attitudine dei cittadini** nei confronti dei pagamenti *cashless*, indagare i principali **use case** che sostengono il ruolo dei pagamenti digitali e i **gap informativi** dei cittadini.

Nel dettaglio, la survey 2026 si è posta i seguenti obiettivi:

- monitorare la **variazione dell'attitudine dei cittadini italiani** verso i pagamenti con *smartphone (digital wallet)* e i pagamenti P2P/A2A e il ruolo del *cashless* come «attrattore» nella scelta degli esercenti presso cui effettuare gli acquisti;
- *focus* sul livello di digitalizzazione e «**penetrazione**» del *cashless* nei diversi **servizi di mobilità** e presso diverse tipologie di esercizio;
- indagare il ruolo del *Buy Now Pay Later* come soluzione di **pagamento in crescita nel commercio online**;
- aggiornare il *focus* sulle abitudini *cashless* dei minori di età almeno pari a 14 anni<sup>10</sup>.

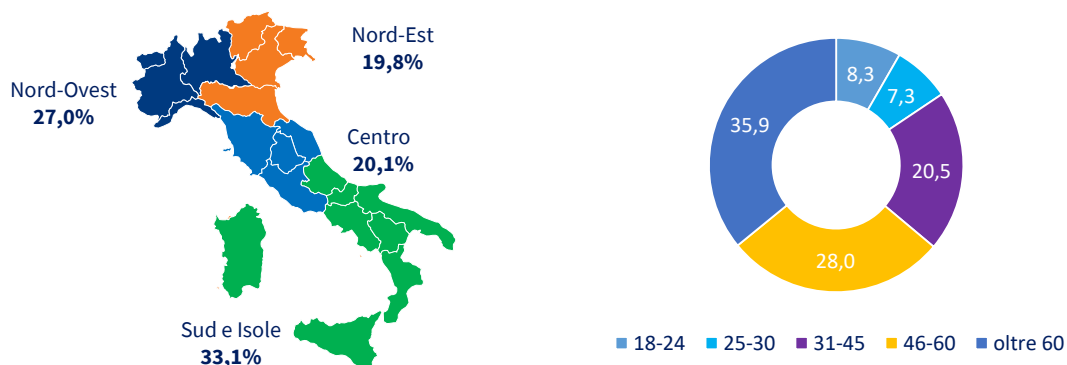
Il campione dell'indagine è formato da **1.000 cittadini italiani**, coinvolti durante il mese di gennaio 2026 attraverso interviste via *web* e via telefono supportate dai sistemi C.A.W.I. (*Computer-Assisted Web Interviewing*) e C.A.T.I (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*). Le risposte all'indagine sono state segmentate per:

- sesso;
- età;
- area geografica di residenza;
- settore di attività e ruolo;
- livello di istruzione.

La rappresentatività del campione secondo i dati Istat 2026 è pari al **95%**, con un margine di errore di campionamento pari a 3,1.

---

<sup>10</sup> Le risposte sono state date dai rispondenti alla survey con minorenni di età almeno pari a 14 anni nel relativo nucleo familiare (23% del campione)



**Figura 2.1** Distribuzione del campione della *survey* per area geografica di residenza (a sinistra; valori percentuali) e per fasce d'età (a destra; valori percentuali), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della *survey* della *Community Cashless Society* ai cittadini italiani, 2026.

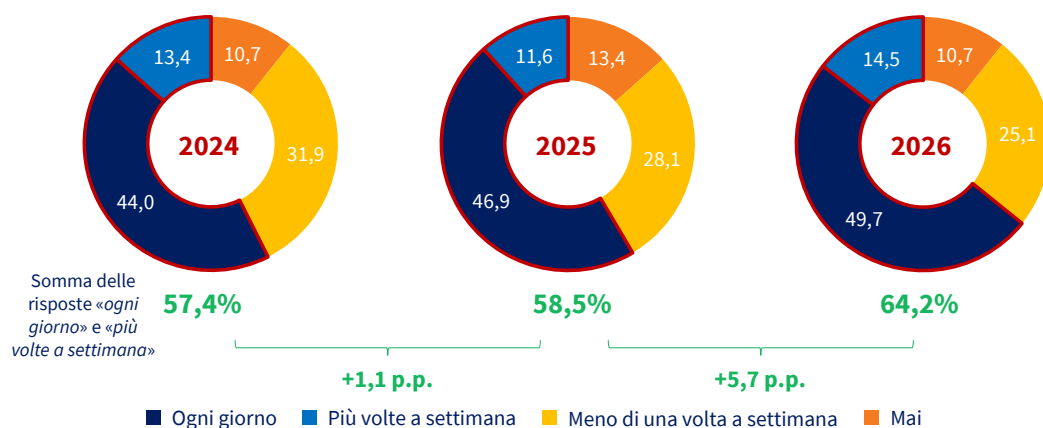
La *survey* 2026 è comparabile con le precedenti sei edizioni (2020-2025), permettendo così di analizzare i *trend* evolutivi con riferimento ai pagamenti *cashless* negli ultimi anni.

### 2.1.2 I RISULTATI DELL'INDAGINE

Dai risultati della *survey* ai cittadini italiani sono emerse **3 principali evidenze**, riassunte di seguito e presentate più nel dettaglio nel corso del Capitolo:

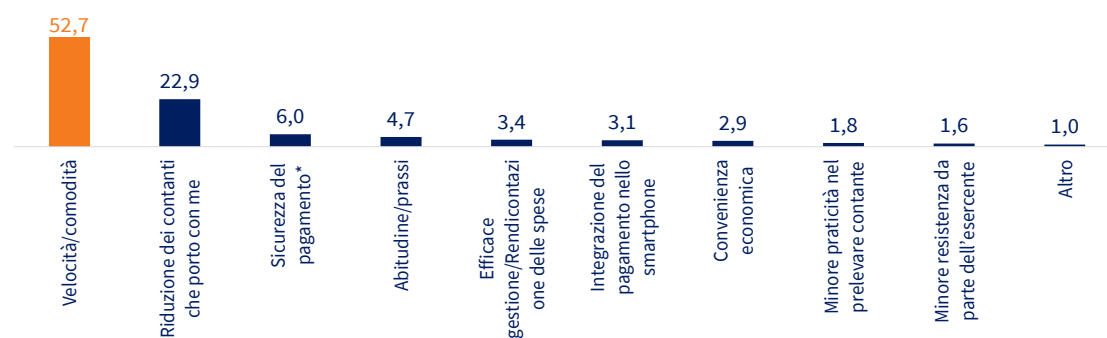
1. Nell'**ultimo triennio**, l'utilizzo dei pagamenti digitali in Italia è **aumentato di 6,8 p.p.** con la velocità che si conferma la **principale motivazione d'uso**. Tra i **14-18enni** permane però una forte **preferenza per il contante**, utilizzato più delle carte di **+33,8 p.p.**. Tale scelta è **riconducibile soprattutto ai timori dei genitori** legati a frodi (31,3%) e a spese eccessive o non controllate (23,2%);
2. Persistono **marcate disparità nell'utilizzo di strumenti *cashless*** tra le diverse tipologie di esercizio: gli **hotel** registrano una **quota pari al 92%**, mentre nel **trasporto pubblico** l'incidenza si attesta al **55%**. Rispetto allo scorso anno emergono nuove **criticità sul fronte dell'accettazione**, con **1 cittadino su 4** che segnala episodi di rifiuto da parte degli esercenti (+1,5 p.p. vs 2023). Il fenomeno risulta **più marcato nelle regioni del Sud e nelle Isole**, dove riguarda 1 cittadino su 3;
3. I pagamenti *cashless* coprono oggi il **75,1% delle spese ricorrenti degli italiani**, con incidenze elevate su **bollette** (88,7%), **affitti** (85,6%) e **ricariche telefoniche** (80,7%), ambiti in cui prevalgono bonifici e addebiti diretti (circa 33% dei pagamenti ricorrenti). Negli acquisti *online*, rispetto allo scorso anno, **crece il Buy Now Pay Later**, la cui conoscenza è **aumentata di +4 p.p.** e di cui quasi il 30% dei cittadini ne ha **aumentato il ricorso**.

La prima evidenza della *survey* evidenzia come nel triennio **2024-2026** si osservi un **incremento progressivo dell'adozione dei pagamenti *cashless*** da parte dei cittadini italiani. Nel **2024**, il **57,4%** degli intervistati ha dichiarato di utilizzare strumenti di pagamento digitali **almeno una volta a settimana**; tale quota è lievemente cresciuta nel **2025** (58,5%) mentre registra un aumento più **significativo nel 2026**, fino al **64,2%**.



**Figura 2.2** Percentuale di risposte alla domanda «Con quale frequenza utilizza i pagamenti cashless (sia nella modalità con carta che attraverso lo *smartphone* – *digital wallet* – dispositivi indossabili e con pagamenti P2P)?» (valori percentuali), 2024 – 2025 – 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della *Community Cashless Society ai cittadini italiani*, 2026.

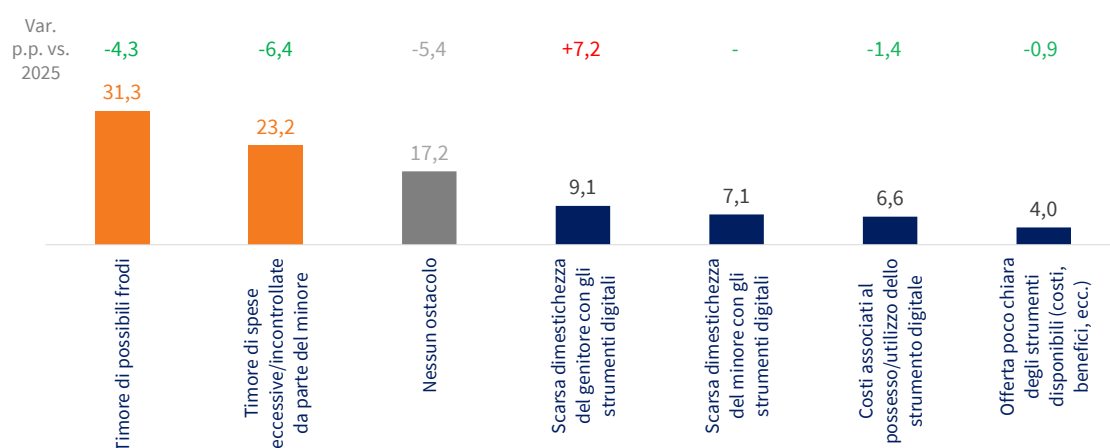
L'incremento nella diffusione dei pagamenti digitali è trainato principalmente da **velocità e comodità**, indicate come motivazione prioritaria dal **52,7%** dei cittadini. Il dato evidenzia una marcata differenziazione per fascia d'età: tra i **18-24enni** la quota sale al **68%**, mentre si riduce al **42,4%** tra gli **over 60**, confermando come i più giovani siano maggiormente orientati a valorizzare la velocità e l'immediatezza garantite dagli strumenti digitali. Il **secondo driver** per rilevanza è rappresentato dalla **riduzione del contante detenuto**, indicata dal **22,9%** degli intervistati, mentre la **sicurezza** viene segnalata come motivazione principale solo dal **6%** del campione complessivo. Tuttavia, l'analisi per età mostra come nella **fascia 25-45 anni** il tema della **sicurezza assuma un peso relativamente più significativo**, risultando tra le motivazioni più rilevanti sia per i 25-30enni sia per i 31-45enni.



**Figura 2.3** Percentuale di risposte alla domanda «Qual è il motivo principale per cui ha scelto di aumentare l'utilizzo dei pagamenti *cashless*?» (valori percentuali su totale), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della *Community Cashless Society ai cittadini italiani*, 2026. (\*) In termini di riduzione delle probabilità di furto/contraffazione, ecc.

Nonostante la crescita complessiva dei pagamenti digitali in Italia, tra i giovanissimi (14–18 anni) permane una **preferenza marcata per il contante**: viene infatti indicato dal **53%** dei rispondenti come principale strumento di pagamento, con un divario di **33,8 p.p.** rispetto

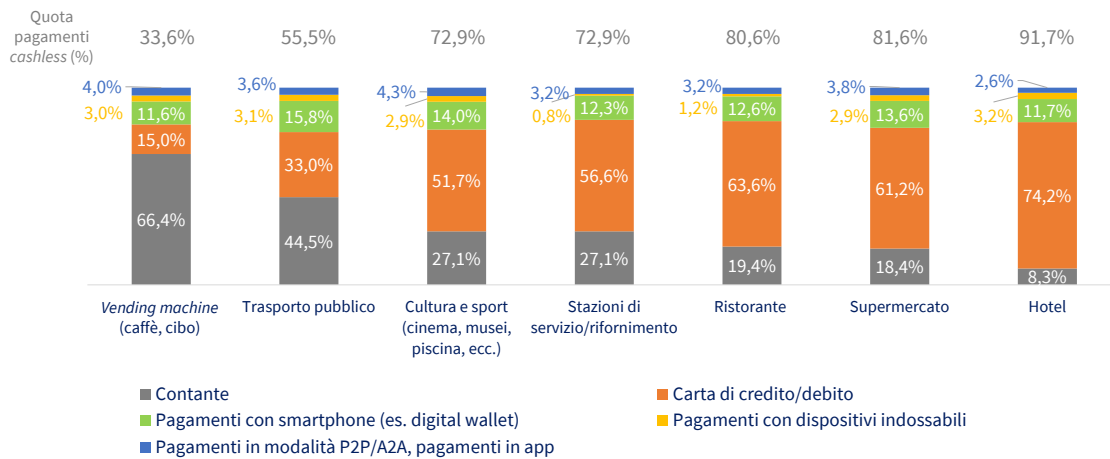
**all'utilizzo delle carte.** In parallelo, l'adozione degli strumenti *cashless* resta contenuta: **19,2%** utilizza carte di pagamento e **17,2%** effettua pagamenti tramite *smartphone*. Questo andamento, più che riflettere una scarsa familiarità tecnologica dei giovani, sembra essere riconducibile soprattutto a **fattori legati al contesto familiare**: la **diffidenza dei genitori verso i pagamenti digitali** emerge infatti come una delle principali barriere, alimentata in particolare dal timore di **frodi (31,3%)** e dalla preoccupazione per **potenziali spese eccessive** da parte dei minori (**23,2%**).



**Figura 2.4** Percentuale di risposte alla domanda «Quali sono i maggiori ostacoli nel fornire al minore di età almeno pari a 14 anni presente nel Suo nucleo familiare gli strumenti di pagamento digitali?» (è possibile scegliere una sola preferenza), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani, 2026.

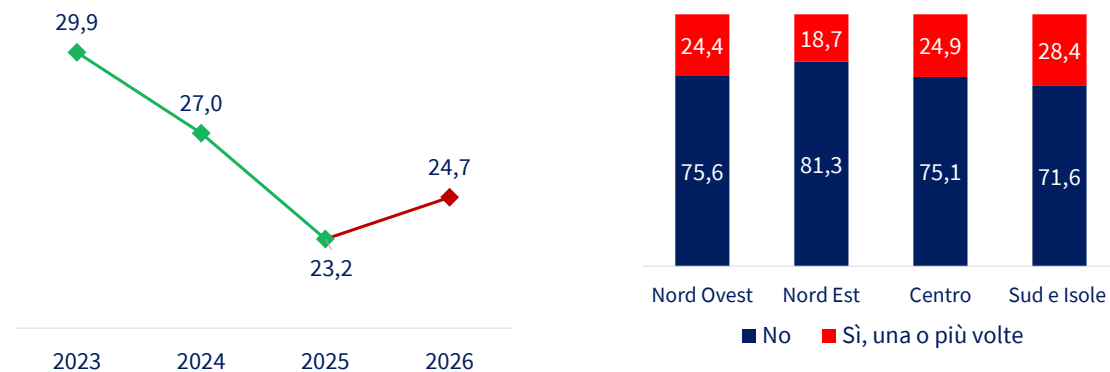
In merito a quest'ultimo aspetto, va inoltre evidenziato che la preoccupazione relativa al controllo della spesa risulta **superabile proprio attraverso strumenti *cashless***: molte soluzioni digitali consentono infatti di impostare limiti di spesa, blocchi per categoria o canale, notifiche in tempo reale e funzionalità di autorizzazione/controllo genitoriale, che possono rendere la **gestione delle spese più tracciabile e presidiata rispetto all'uso del contante**.

La seconda evidenza emersa dalla *survey* è la segnalazione da parte dei cittadini italiani **di marcate disparità nelle preferenze di utilizzo degli strumenti *cashless* tra le diverse tipologie di esercizio**. I dati 2026 evidenziano una preferenza molto elevata negli **hotel**, nei quali i cittadini utilizzano i pagamenti nel **92%** dei casi, come nei supermercati e nella ristorazione che rilevano percentuali comunque significative (rispettivamente 81,6% e 80,6%). Al contrario, in altri contesti quali il **trasporto pubblico** e le  **vending machine** la diffusione del *cashless* risulta più contenuta. Nel trasporto pubblico, in particolare, l'incidenza dell'utilizzo di strumenti digitali si ferma al 55% (con una quota ancora rilevante di utenti che preferisce il contante), mentre nelle *vending machine* il contante rappresenta ancora il 66,6% delle transazioni. Tali evidenze suggeriscono la necessità di interventi mirati, sia sul piano infrastrutturale sia su quello dell'esperienza utente, per favorire una più omogenea transizione verso il digitale nei contesti a minore penetrazione.



**Figura 2.5** Percentuale di risposte alla domanda «Qual è la modalità di pagamento che preferisce utilizzare maggiormente presso le seguenti tipologie di esercizio?» (valori percentuali su totale), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani, 2026.

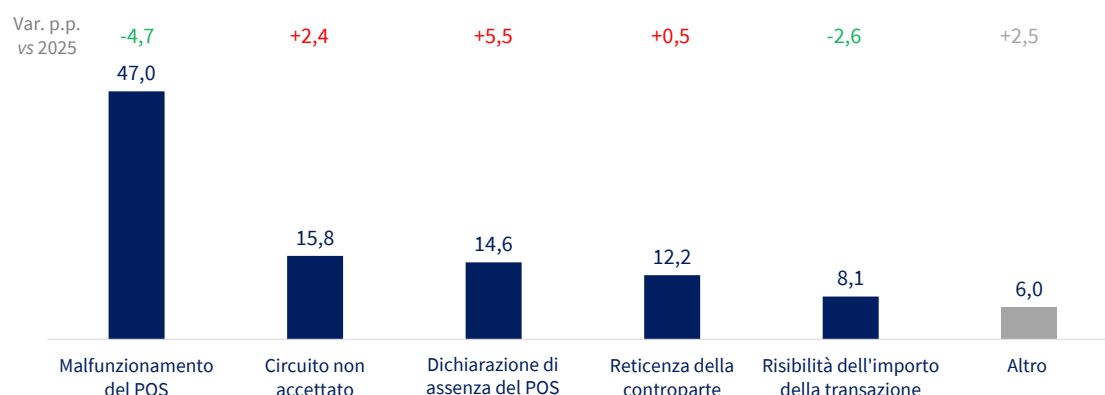
Accanto alle differenze settoriali, il 2026 registra un **peggioramento sul fronte dell'accettazione**: la quota di cittadini che dichiara di essersi visto rifiutare un pagamento con carta torna a crescere, raggiungendo circa 1 cittadino su 4 (+1,5 punti percentuali rispetto al 2023) e **interrompendo il trend di progressiva riduzione** osservato tra il 2023 e il 2025. L'analisi territoriale evidenzia alcuni divari: nel **Sud e nelle Isole** il fenomeno assume dimensioni più **rilevanti**, coinvolgendo quasi **1 cittadino su 3** (28,4%), mentre nel **Nord Est si rileva l'incidenza più contenuta** (18,7%). Tali differenze territoriali suggeriscono la presenza di **ostacoli strutturali e infrastrutturali ancora non pienamente superati**.



**Figura 2.6** Percentuale di risposte «Sì, UNA O PIÙ VOLTE» alla domanda «Nell'ultimo anno ha subito rifiuti di accettazione della sua carta di pagamento da parte di esercenti/professionisti/ fornitori vari / taxisti/ ristoratori, ecc.?», 2023 - 2026 - grafico di sinistra - Percentuale di risposte alla domanda «Nell'ultimo anno ha subito rifiuti di accettazione della sua carta di pagamento da parte di esercenti/professionisti/ fornitori vari / taxisti/ ristoratori, ecc.?», 2026 - grafico di destra. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani, 2026.

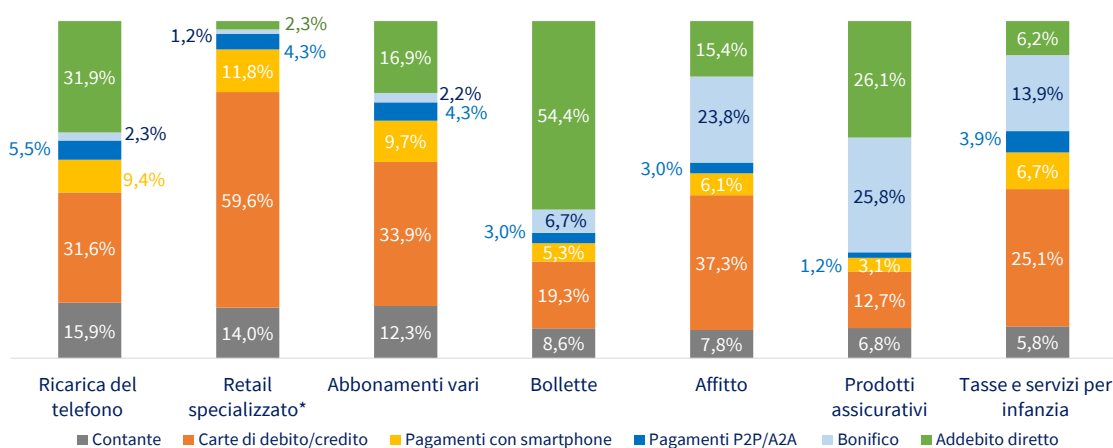
Con riferimento alle **motivazioni alla base dei rifiuti**, il **malfunzionamento dei terminali POS** rappresenta la causa principale (47% dei casi), sebbene in lieve riduzione rispetto all'anno precedente. A ciò si aggiungono ulteriori fattori quali il **rifiuto di specifici circuiti**

(15,8%), la dichiarazione di assenza del POS (14,6%), la reticenza dell' esercente (12,2%) o la scarsa entità dell' importo della transazione (8,1%). Nel complesso, tali elementi delineano un quadro in cui, a fronte di una **crescente propensione dei consumatori verso il cashless**, permangono **criticità operative e territoriali** che ne limitano la piena diffusione.



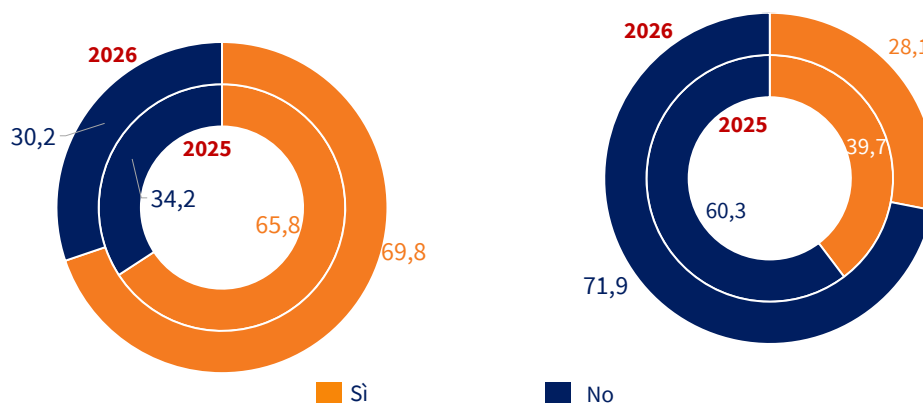
**Figura 2.7** Percentuale di risposte alla domanda «Qual è stata la motivazione principale del rifiuto?» (valori percentuali), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani, 2026.

La **terza evidenza** importante che emerge dalla survey ai cittadini è che nel 2026 i pagamenti *cashless* sono arrivati a coprire il **75,1% delle spese ricorrenti degli italiani**, confermandosi modalità prevalente nei principali ambiti di esborso periodico. L'incidenza risulta particolarmente elevata nel **pagamento delle bollette (88,7%), degli affitti (85,6%) e delle ricariche telefoniche (80,7%)**, a testimonianza di un consolidamento strutturale delle soluzioni digitali nei flussi di spesa ricorrenti. Con riferimento agli strumenti utilizzati, **addebito diretto e bonifico** si configurano come le modalità prevalenti, rappresentando complessivamente circa **un terzo dei pagamenti ricorrenti**. L'addebito diretto risulta particolarmente diffuso nel pagamento delle **bollette (30,4% delle transazioni)** e nelle categorie relative a **tasse e servizi alla persona (25,1%)**, mentre il bonifico è maggiormente impiegato per l'affitto e per l'acquisto di prodotti e servizi digitali.



**Figura 2.8** Percentuale di risposte alla domanda «Qual è la modalità di pagamento che preferisce utilizzare maggiormente per i pagamenti ricorrenti?» (valori percentuali su totale), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani, 2026. (\*) Abbigliamento, elettronica, ecc.

Parallelamente, nel comparto degli acquisti *online* si osserva un **rafforzamento delle soluzioni di pagamento rateale**. In particolare, la modalità *Buy Now Pay Later* (BNPL) registra **un aumento della conoscenza pari a +4 punti percentuali** rispetto all'anno precedente (dal 65,8% al 69,8%), mentre quasi il **30%** dei cittadini dichiara di averne **incrementato l'utilizzo nell'ultimo anno**.



**Figura 2.9** Percentuale di risposte alla domanda «Con riferimento agli acquisti online, è a conoscenza della modalità Pagamento rateale/Buy Now Pay Later che consente al consumatore di abilitare una modalità di pagamento dilazionato nel tempo?» (%), 2025 – 2026 – a sinistra - Percentuale di risposte alla domanda «Ha aumentato il ricorso al Buy Now Pay Later nell'ultimo anno\*?» (%), 2025-2026 – a destra. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society ai cittadini italiani, 2026. (\*) La domanda è stata posta solo ai cittadini che conoscono il Buy Now Pay Later (69,8%) e vi hanno fatto ricorso nell'ultimo anno (25,1%).

### 2.1.3 CONSIDERAZIONI DI SINTESI

Le evidenze emerse dall'ultima edizione della Community Cashless Society confermano il **progressivo consolidamento dei pagamenti digitali nelle abitudini degli italiani**, con una dinamica sostenuta dall'evoluzione di soluzioni flessibili come il *Buy Now Pay Later* e dall'integrazione del *cashless* nei contesti ad alta frequenza d'uso, come gli hotel e i ristoranti. Al contempo, permangono differenze significative tra ecosistemi di spesa e tipologie di pagamento ricorrente, a dimostrazione di un percorso di adozione non ancora pienamente uniforme.

In questo quadro, appare prioritario orientare le azioni verso il rafforzamento delle condizioni abilitanti dell'ecosistema *cashless*. Ciò implica, in primo luogo, lavorare su **standard minimi di accettazione e affidabilità del servizio**, promuovendo maggiore continuità operativa e semplificazione dei processi lato esercente, così da **ridurre gli episodi di rifiuto** e le frizioni nell'esperienza di pagamento. Parallelamente, risulta essenziale consolidare e valorizzare il **miglioramento della percezione di sicurezza**, attraverso **iniziative strutturali di prevenzione delle frodi** e una comunicazione chiara su tutele, controlli e buone pratiche, al fine di colmare i *gap* informativi ancora presenti tra i cittadini. Infine, occorre ribadire l'importanza di sviluppare piattaforme di servizi universali, collegate al conto bancario, in grado di facilitare pagamenti, trasferimenti e accesso ai servizi della Pubblica Amministrazione.

Infine, le evidenze relative ai più giovani e al **ruolo determinante dei genitori** suggeriscono l'opportunità di **rafforzare le iniziative di educazione finanziaria e digitale**, unitamente alla diffusione di strumenti di controllo e monitoraggio della spesa. Solo attraverso un approccio integrato, che coniughi infrastrutture affidabili, sicurezza percepita, innovazione responsabile e educazione, sarà possibile rendere il *cashless* un'abitudine stabile, diffusa e pienamente consapevole, in grado di generare benefici sistemici per consumatori, esercenti e sistema-Paese.

## 2.2 LA SURVEY DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY AGLI ESERCENTI ITALIANI

### 2.2.1 OBIETTIVI, STRUTTURA E METODOLOGIA

Nella presente edizione, la Community ha continuato ad affiancare alla tradizionale *survey* ai **cittadini** (sommministrata dal 2020 a 1.000 individui rappresentativi della popolazione italiana) una **survey dedicata agli esercenti (campione statisticamente rappresentativo di 600 esercenti del tessuto italiano)**, al fine di comprendere lo stato dell'arte della loro digitalizzazione e la relativa percezione rispetto al «mondo *cashless*», analizzandone comportamenti e abitudini.

La Community ha avviato l'indagine in oggetto nel **2023**, sottoponendola annualmente e creando quindi una base analitica e statistica **comparabile nel tempo**. Gli obiettivi della *survey* di questa edizione sono stati:

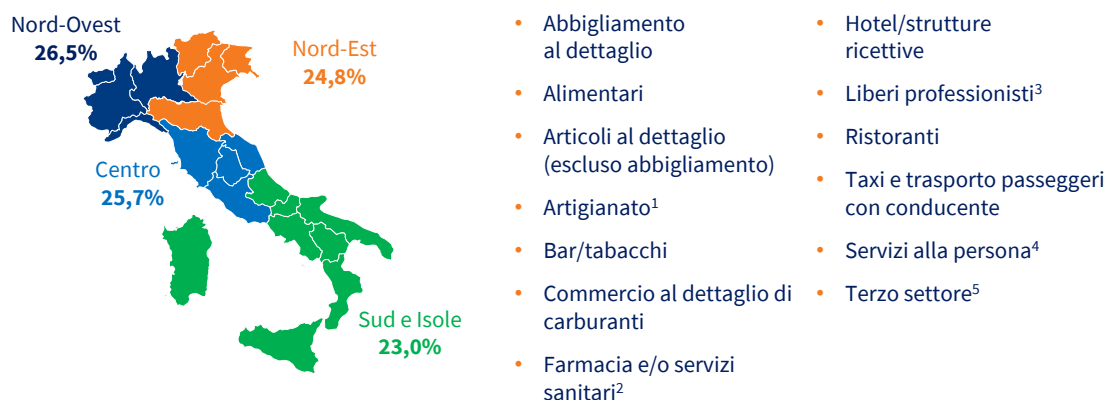
- indagare il ruolo dei pagamenti *cashless* per la **digitalizzazione degli esercenti e dei liberi professionisti**;
- valutare gli **effetti delle misure** a favore di una maggiore accettazione dei pagamenti digitali;
- individuare gli **ostacoli** all'accettazione dei pagamenti *cashless* e le **possibili soluzioni**;
- prevedere un *focus* specifico sulle categorie di **tassisti, liberi professionisti, hotel/strutture ricettive e ristoranti** approfondendo le loro **peculiarità e eventuali criticità o esigenze specifiche**.

Sono state, inoltre, aggiunte delle **specifiche domande** per indagare il **sentiment** degli intervistati relativamente alle prospettive di **evoluzione futura** circa le modalità di pagamento *cashless*.

La *survey* è stata somministrata agli esercenti italiani attraverso interviste telefoniche e via *web* supportate dal sistema C.A.T.I. e C.A.W.I., segmentate per: area geografica di residenza, settore di attività e dimensione<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Nelle pagine che seguono relativamente alla *survey* agli esercenti e liberi professionisti la voce “pagamenti *cashless*” includerà le carte di pagamento, i pagamenti P2P/A2A e i *Digital wallet/wearable*, mentre i bonifici verranno considerati come una categoria a sé stante alla luce della relativa significatività per alcune categorie di esercenti.



**Figura 2.10** Distribuzione del campione della *survey* per area geografica di residenza (a sinistra; valori percentuali) e per categoria merceologica (a destra; illustrativo), 2026. *Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026.* 1) Fabbri, calzolari, gioiellieri, muratori, tappezziere, ecc. 2) Fisioterapisti, igienisti dentali, analisi cliniche, studi medici. 3) Avvocati, commercialisti, ingegneri, idraulici, elettricisti, ecc. 4) Parrucchieri, estetisti, giardinieri, servizi di pulizie, palestre, lavanderie. 5) Onlus, associazioni cooperative, ecc.

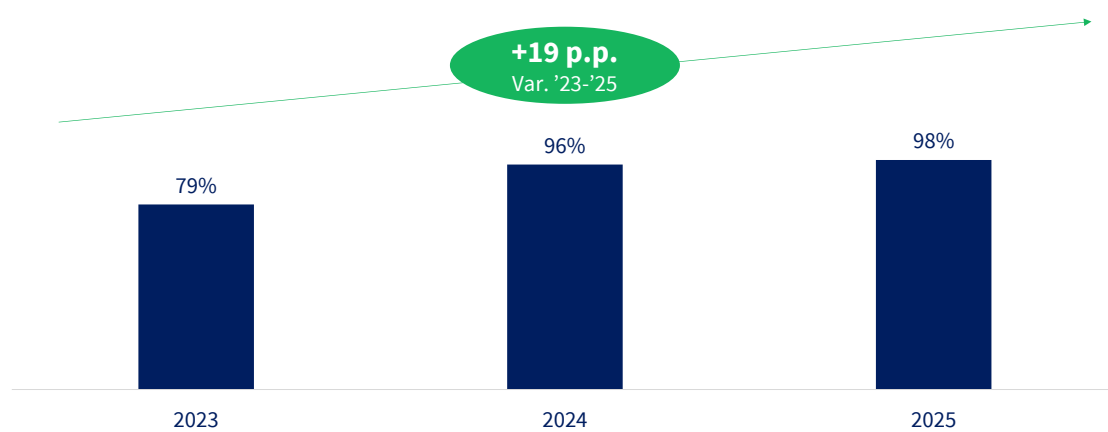
### 2.2.2 I RISULTATI DELL'INDAGINE

Dalla *survey* della Community Cashless Society agli esercenti italiani emergono vari elementi che disegnano un quadro di evoluzione del sistema del commercio verso i pagamenti *cashless*, che abbiamo riclassificato in **6 principali evidenze**, riassunte di seguito e presentate più nel dettaglio nel corso del Capitolo:

1. La percentuale di rispondenti che dichiara di **accettare modalità di pagamento *cashless* ha raggiunto il 98%**, in netta crescita rispetto al 79% nel 2023 (+19 p.p.). L'incremento più significativo si osserva tra i **liberi professionisti** (+27,2 p.p. vs 2023).
2. Si riscontra un **aumento generalizzato dell'uso di strumenti *cashless*** da parte dei Clienti a fronte di una progressiva **diminuzione delle modalità *cash-based*** (-25,3 p.p. vs 2023). In particolare, in alcuni comparti come **farmacie e servizi sanitari** la crescita rilevata dell'uso del **cashless** da parte della clientela è particolarmente marcata (+50,3 p.p. vs 2023).
3. Circa **7 rispondenti su 10** dichiarano che i pagamenti *cashless* rappresentano oggi oltre il **50% del loro fatturato**. In particolare, negli ultimi tre anni, la quota di rispondenti che dichiara di generare oltre il **50% del fatturato** attraverso il *cashless* è aumentata per **9 categorie di attività commerciali su 11**.
4. Tutti i settori del campione, ad eccezione di benzinai e artigiani, dichiarano un **aumento delle vendite da quando hanno iniziato ad accettare pagamenti digitali**: sulla base delle dichiarazioni dei rispondenti coinvolti nella *survey*, a fronte di un **aumento dell'accettazione** dei pagamenti *cashless* di 1 p.p. si riscontra un **aumento medio delle vendite** tra i **0,2 e i 0,6 p.p.** Inoltre **1 rispondente su 2** ritiene di poter perdere Clienti qualora smettesse di accettare pagamenti *cashless* e secondo il **39%** dei rispondenti questa percentuale potrebbe arrivare fino a **oltre il 50%**.

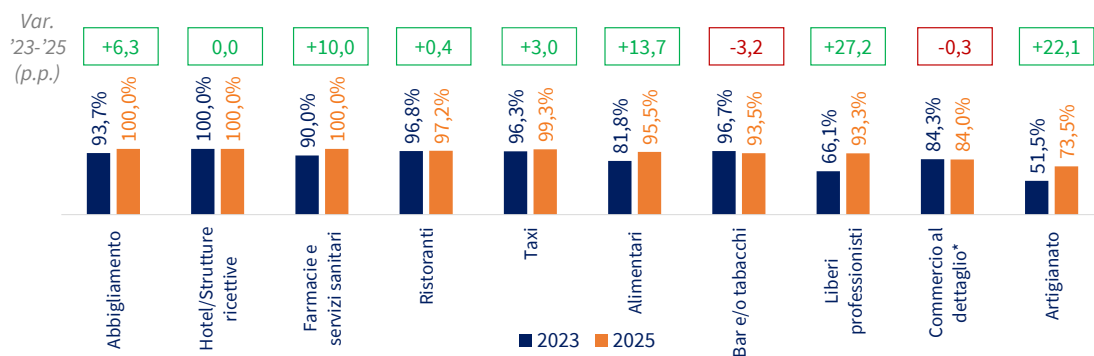
5. **Oltre 1 rispondente alla survey su 2** ha aumentato l'accettazione dei pagamenti *cashless* negli ultimi anni. Questa crescita è trainata in *primis* dalla richiesta dei Clienti finali in un contesto di diffusione di una **cultura pro-cashless** nel Paese. Maggiore sicurezza e velocità di accredito sono i **principali benefici** derivanti da una maggiore accettazione dei pagamenti digitali secondo il **60,9%** dei rispondenti.
6. Circa **4 rispondenti alla survey su 10** dichiarano di avere osservato un miglioramento dell'offerta di strumenti di pagamento *cashless* nell'ultimo anno. **2 rispondenti su 5** dichiarano che i costi sono il **principale ostacolo alla diffusione del cashless** (in lieve riduzione rispetto alla precedente edizione). Tuttavia, secondo quasi la metà dei rispondenti i costi di commissione incidono solo per l'**1-2% dei costi totali** e la conoscenza circa le commissioni applicate nell'ultimo anno è in **crescita** (+5 p.p. vs. precedente edizione della *survey*) anche se permangono aree rilevanti di "ignoranza informativa".

Andando nel dettaglio delle principali evidenze emerse, le rilevazioni della *survey* 2025 evidenziano un **deciso consolidamento dell'accettazione dei pagamenti cashless da parte degli esercenti**. La quota di rispondenti che dichiara di accettare modalità di pagamento digitali raggiunge infatti il **98%**, in netta crescita rispetto al **79%** registrato nel 2023, con un incremento complessivo di 19 punti percentuali nel biennio.



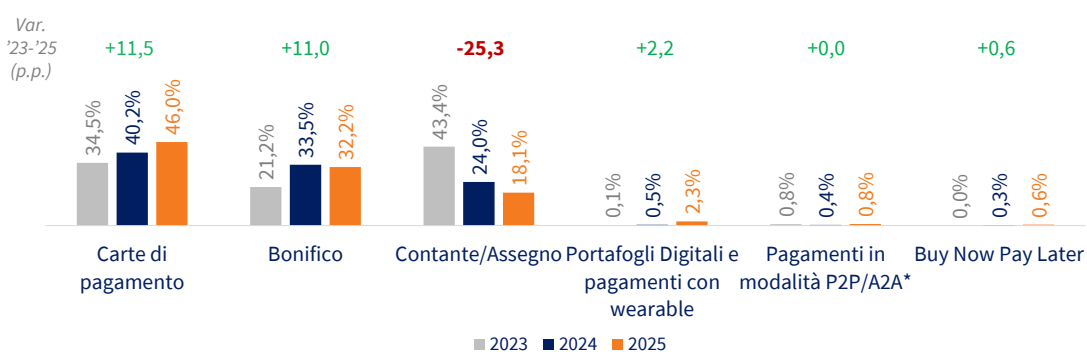
**Figura 2.11** Percentuale media di rispondenti alla survey che dichiarano di accettare almeno una delle modalità di pagamento *cashless* (valori %), 2023 - 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026.

L'incremento più marcato si è concentrato tra il **2023 e il 2024**, quando il tasso di accettazione è salito fino al **96%**, per poi attestarsi al **98% nel 2025**, segnalando un livello ormai prossimo alla piena accettazione. L'analisi settoriale mette in luce dinamiche particolarmente rilevanti tra i **liberi professionisti**, che registrano un aumento di **27,2 punti percentuali** rispetto al 2023, e nel comparto dell'**artigianato**, con una crescita di **22,1 punti percentuali** nello stesso periodo. Anche altri ambiti, quali abbigliamento e ristorazione, evidenziano progressi significativi, seppure meno accentuati rispetto ai settori sopra citati. Nel complesso, i risultati confermano un'evoluzione strutturale dell'offerta di servizi di pagamento, in risposta a una domanda dei consumatori sempre più orientata verso soluzioni semplici, tracciabili e percepite come sicure.



**Figura 2.12** Variazione della percentuale di rispondenti alla survey che dichiarano di accettare almeno una delle modalità di pagamento cashless per settore economico (valori %), 2023 - 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026. (\*) escluso abbigliamento.

A fronte di una maggiore accettazione del *cashless* da parte degli esercenti, questi ultimi evidenziano, coerentemente con le evidenze della *survey* ai cittadini, una **dinamica di progressiva sostituzione del contante** con strumenti di pagamento digitali, da parte della loro clientela, nel periodo 2023–2025. In particolare, le **carte di pagamento** registrano un incremento di **11,1 punti percentuali**, mentre i pagamenti effettuati tramite contante o assegno evidenziano una **contrazione significativa pari a 25,3 punti percentuali** negli ultimi due anni. Anche **altre modalità cashless**, come i portafogli digitali, mostrano un andamento positivo, seppur più contenuto (+2,2 punti percentuali).



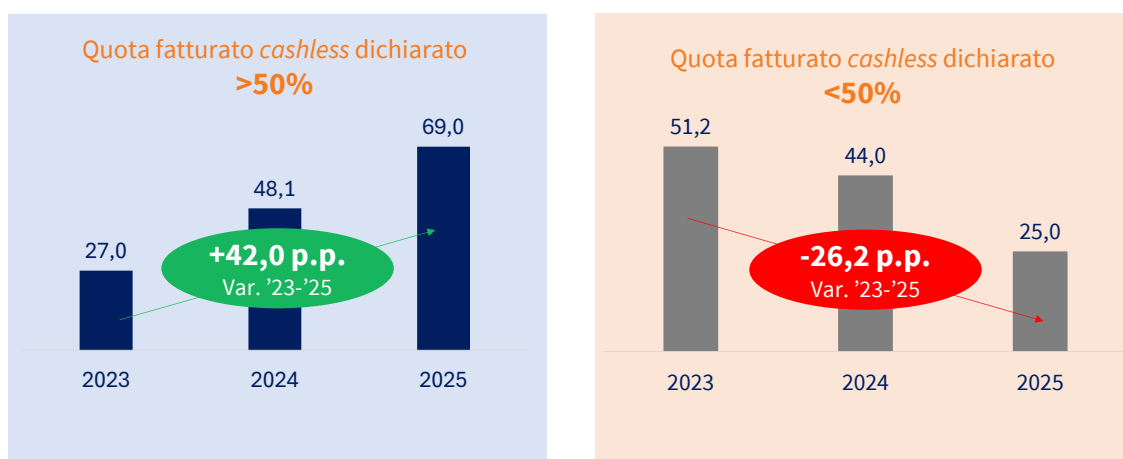
**Figura 2.13** Percentuale di risposte alla domanda «Qual è la modalità di pagamento più utilizzata dai clienti della Sua attività?» (valori %, possibilità di scegliere più di una preferenza), 2023, 2024, 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026. (\*) P2P: person-to-person. A2A: account-to-account.

Tuttavia, l'analisi settoriale, evidenzia la **persistenza di quote rilevanti di transazioni cash-based in specifici comparti**. Nel 2025, i servizi alla persona presentano una quota di pagamenti in contante pari al **66,7%**, mentre nel settore alimentare e nei bar e tabacchi le incidenze si attestano rispettivamente al **41,8%** e al **73,8%**. Tali evidenze suggeriscono che, pur in presenza di un orientamento complessivo verso la digitalizzazione dei pagamenti, permangono differenze significative tra comparti, legate verosimilmente alla **frequenza e all'importo medio delle transazioni, nonché alle abitudini consolidate della clientela**.

In continuità con le evidenze precedenti sull'aumento dell'accettazione e sull'incremento dell'utilizzo da parte della clientela, i dati 2025 confermano che il *cashless* rappresenta ormai

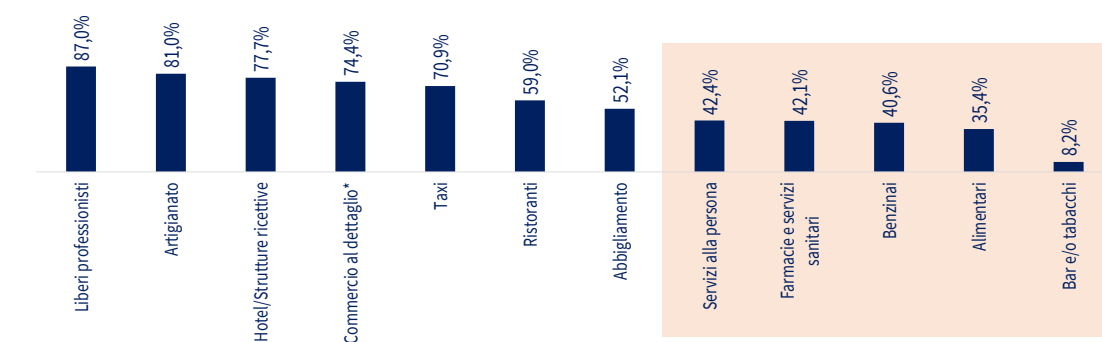
una **componente strutturale del fatturato delle imprese**. Circa **7 esercenti su 10** (68,8%) dichiarano che **oltre il 50%** del proprio fatturato è oggi generato attraverso pagamenti digitali, mentre il **79,4%** supera almeno la soglia del **30%**. Il dato segna un progresso significativo rispetto al 2024 (48% sopra il 50%) e consolida un **trend di crescita** già avviato negli anni precedenti.

Nel confronto **2023-2025**, la quota di imprese con oltre la metà del fatturato realizzato tramite *cashless* registra un **incremento particolarmente marcato**, passando dal 27% al 69% (+42 punti percentuali). Parallelamente, si **riduce in modo significativo** l'incidenza delle attività con una quota di fatturato *cashless* **inferiore al 50%**, a testimonianza di una progressiva **normalizzazione** dei pagamenti digitali come modalità prevalente di incasso.



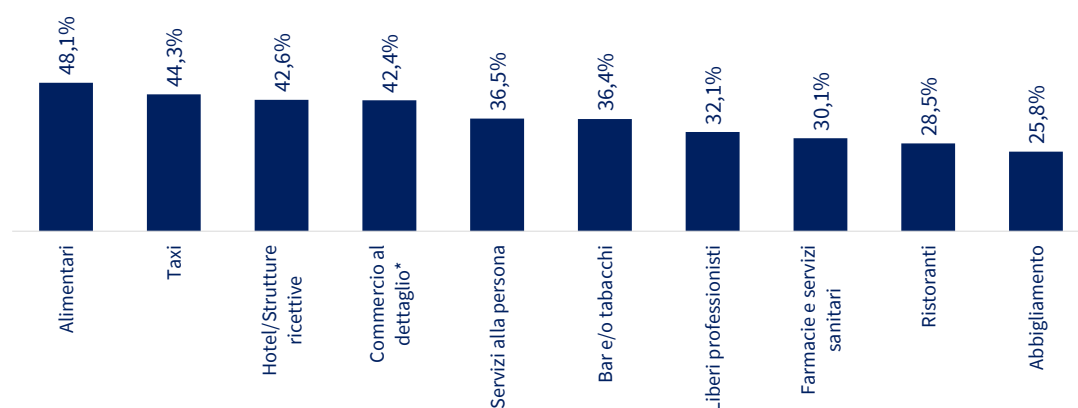
**Figura 2.14** Percentuale di risposte alla domanda «Qual è la quota di fatturato generata attraverso pagamenti *cashless* dalla Sua attività?» (valori %), 2023 -2024 - 2025. *Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026.* NB. La somma delle percentuali non fa 100% in quanto c'è una parte di esercenti che ha preferito non rispondere.

L'analisi settoriale conferma un quadro **articolato ma diffusamente orientato verso il digitale**: i **liberi professionisti** (87,6%), **l'artigianato** (81,3%), **gli hotel e le strutture ricettive** (77,7%) presentano quote di fatturato *cashless* superiori o prossime ai due terzi del totale. Permangono tuttavia comparti in cui la quota di *cashless* sul fatturato risulta ancora **minoritaria**, come i benzinai (40,6%), gli alimentari (35,4%) e i bar/tabacchi (8,2%).



**Figura 2.15** Percentuale di risposte “Quota >50%” alla domanda «Qual è la quota di fatturato generata attraverso pagamenti *cashless* dalla Sua attività?» confronto tra settori (valori %), 2023 - 2025. *Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026.* (\*) escluso abbigliamento.

Una delle **conferme essenziali** messa in luce dalla *survey* di quest'anno è il legame tra **accettazione dei pagamenti cashless e performance commerciali**. In quasi tutti i settori del campione — con l'eccezione di benzinai e artigiani — gli esercenti dichiarano un incremento delle vendite a seguito dell'introduzione dei pagamenti digitali. Le percentuali di crescita dichiarate variano in modo significativo tra comparti, collocandosi in un intervallo compreso tra il **25,8%** e il **48,1%**, con punte superiori al **40%** nei settori di commercio al dettaglio, hotel, taxi e alimentari.



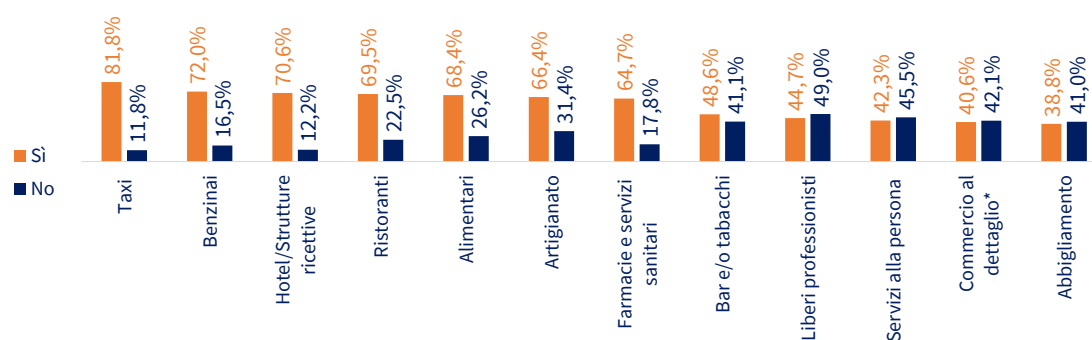
**Figura 2.16** Percentuale di risposte alla domanda «Ha notato un aumento delle vendite da quando la Sua attività ha iniziato ad accettare in misura maggiore più pagamenti cashless?» (% di risposte affermative), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026. (\*) escluso abbigliamento.

L'analisi approfondita da TEHA evidenzia una **correlazione positiva e statisticamente rilevante tra l'aumento dell'accettazione dei pagamenti cashless e l'incremento del fatturato**: sulla base delle dichiarazioni dei rispondenti, a un incremento di **1 punto percentuale** nell'accettazione del *cashless* corrisponde un **aumento medio delle vendite compreso tra 0,2 e 0,6 punti percentuali**. Tale relazione suggerisce che l'ampliamento delle modalità di pagamento disponibili non rappresenta soltanto un adeguamento tecnologico, ma una **leva concreta di sviluppo commerciale**, capace di incidere direttamente sui ricavi.



**Figura 2.17** % di esercenti che hanno aumentato le vendite (valori %, asse delle Y) e % di esercenti che hanno aumentato l'accettazione dei pagamenti cashless negli ultimi anni (valori %, asse delle X), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026. (\*) escluso abbigliamento. (\*\*) Farmacie e servizi sanitari.

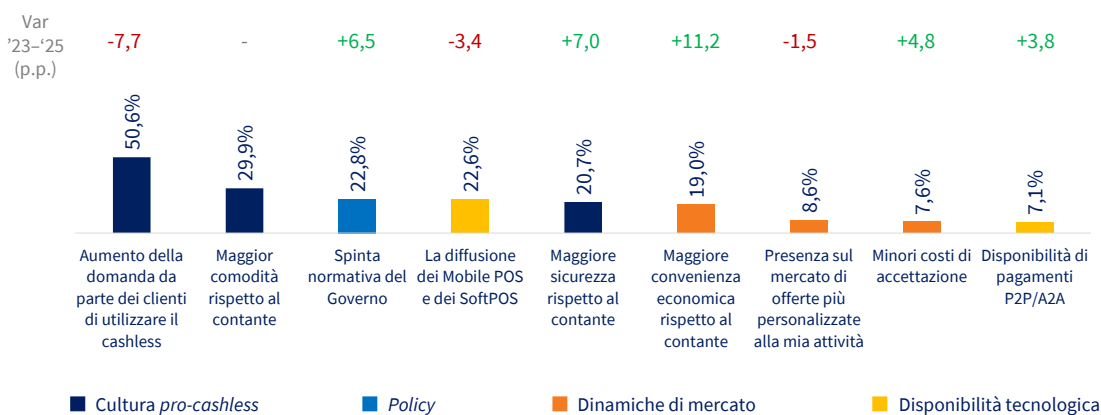
Ulteriore conferma della centralità strategica del *cashless* emerge dalla **percezione del rischio associato a una sua eventuale discontinuità**. Un esercente su due (51,3%) ritiene infatti di poter **perdere clienti qualora smettesse di accettare pagamenti digitali**. Per il 39% dei rispondenti, tale perdita potrebbe superare il 50% della propria base clienti. Il timore appare particolarmente **accentuato in alcuni comparti** – tra cui taxi, benzinai e strutture ricettive – dove oltre il **70% degli operatori** paventa una contrazione significativa della clientela in assenza di opzioni *cashless*. Nel complesso, circa il **60% degli intervistati esprime questa preoccupazione**, segnalando come i pagamenti digitali siano ormai percepiti non solo come un servizio aggiuntivo, ma come un **requisito essenziale per attrarre e fidelizzare la domanda**.



**Figura 2.18** Percentuale di risposte alla domanda «Ritiene di poter perdere parte della sua base clienti se dovesse decidere di non accettare più pagamenti cashless?»: confronto settoriale (valori %), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2025. (\*) escluso abbigliamento.

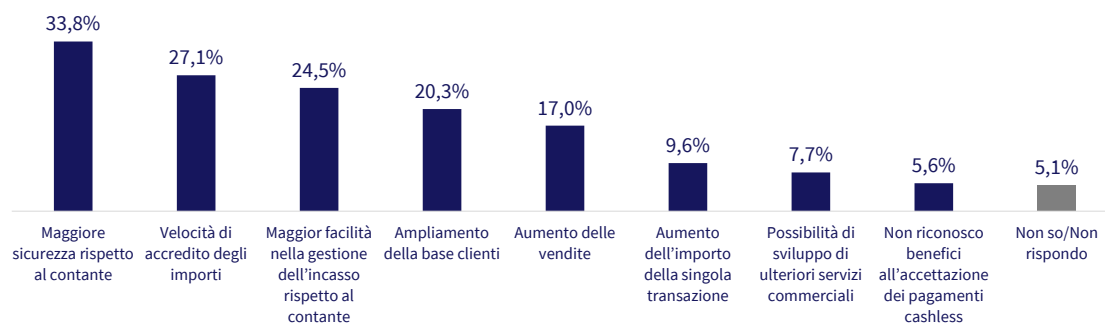
In linea con quanto emerso in termini di crescita delle vendite e centralità strategica del *cashless*, oltre la **metà degli esercenti dichiara di aver ulteriormente ampliato l'accettazione dei pagamenti digitali negli ultimi anni**. In particolare, la quota di operatori che afferma di aver incrementato l'adozione del *cashless* è passata dal **48,1%** nel 2024 al **53,7%** nel 2025, confermando un orientamento sempre più favorevole verso le transazioni elettroniche.

La principale leva di questa evoluzione è rappresentata dalla **crescente richiesta della clientela**, indicata come motivazione prioritaria dalla maggioranza dei rispondenti (50,6%). Il dato si inserisce in un contesto più ampio di diffusione di una cultura *pro-cashless* nel Paese, già evidenziata dall'aumento dell'**utilizzo dei pagamenti digitali** lato consumatori e dal peso crescente del *cashless* **sul fatturato delle imprese**. Accanto alla domanda dei clienti, emergono ulteriori fattori abilitanti, quali la maggiore comodità rispetto al contante (+29,9%), l'evoluzione del quadro normativo diventato più favorevole (22,8%), la diffusione dei POS mobili (22,6%) e la **maggiore sicurezza rispetto al contante** (20,7%).



**Figura 2.19** Percentuale di risposte alla domanda «Negli ultimi anni, qual è stata la motivazione principale che l'ha spinto ad una maggiore accettazione dei pagamenti cashless?» (possibilità di scegliere fino a 3 preferenze, valori %), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2025.

Con riferimento ai benefici percepiti, il **60,9%** degli esercenti associa la maggiore accettazione del cashless a **vantaggi concreti**, in particolare in termini di **sicurezza e velocità di accredito**. La sicurezza rispetto al contante è indicata dal **33,8%** dei rispondenti come principale motivazione (al contrario dei cittadini, che la vedono come terza motivazione), mentre il **27,1%** sottolinea la **rapidità di incasso** e il **24,5%** evidenzia una **gestione più semplice dei flussi di cassa**. Tali benefici risultano particolarmente rilevanti per alcuni comparti: **distributori di carburante, servizi alla persona e artigiani** valorizzano soprattutto il profilo di sicurezza, mentre nei settori alimentari e ricettivi assume maggiore rilievo la velocità di accredito.

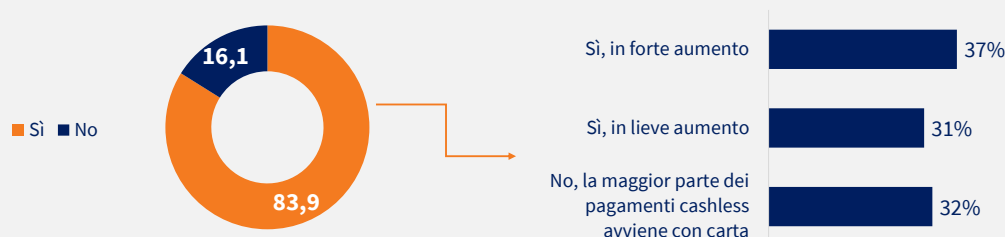


**Figura 2.20** Percentuale di risposte alla domanda «Quali tra questi rappresentano, a Suo avviso, i principali vantaggi e benefici da una maggiore accettazione dei pagamenti digitali?» (possibilità di scegliere fino a 3 preferenze, valori %), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2025.

## L'impatto della spinta normativa: il caso dei taxi

L'entrata in vigore delle **disposizioni previste dalla Legge di Bilancio 2025**, che subordinano la deducibilità delle spese di trasferta (vitto, alloggio e trasporti) all'utilizzo di strumenti tracciabili, ha prodotto un **impatto evidente sui comportamenti di pagamento nel comparto taxi**. L'incentivo normativo alla tracciabilità si è tradotto in un cambiamento concreto nelle modalità di incasso: **l'83,9% degli esercenti dichiara di aver registrato un incremento delle richieste di pagamento cashless** da parte della clientela a seguito dell'introduzione della misura.

L'effetto non si limita a un **aumento quantitativo delle transazioni digitali**, ma riguarda anche la tipologia degli strumenti utilizzati. Il **37% degli operatori** segnala un forte incremento della preferenza per soluzioni quali *digital wallet* e strumenti P2P, mentre un ulteriore **31%** rileva una crescita **più contenuta ma comunque significativa**. Solo una quota minoritaria indica che i pagamenti *cashless* continuano ad avvenire prevalentemente tramite carte tradizionali.

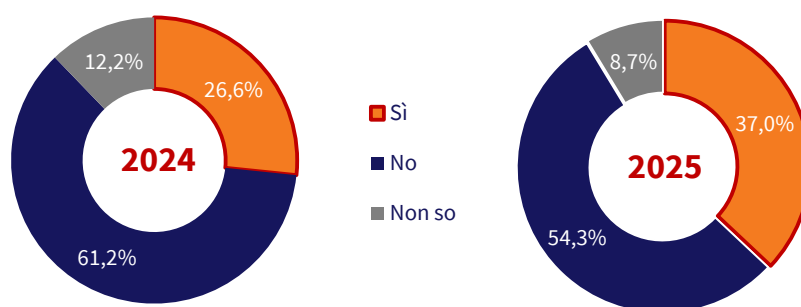


**Figura 2.21** Percentuale di risposte alla domanda «Ha osservato un incremento delle richieste di pagamento con modalità cashless (con conseguente aumento del vostro transato cashless) a seguito dell'entrata in vigore delle disposizioni previste dalla Legge di Bilancio 2025?» (valori %), 2025 – a sinistra - Percentuale di risposte alla domanda «Tra i pagamenti cashless, sta notando una preferenza sempre crescente dei clienti per il pagamento tramite Digital wallet/P2P (es. Satispay, Apple Pay, Google Pay) rispetto alle carte tradizionali?» (valori %), 2025 – a destra. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2025.

Nel complesso, le evidenze confermano come la **leva fiscale possa incidere in modo diretto** sui comportamenti di pagamento, accelerando la **diffusione delle modalità tracciabili** e favorendo al contempo l'adozione di strumenti digitali più evoluti e integrati nell'esperienza mobile.

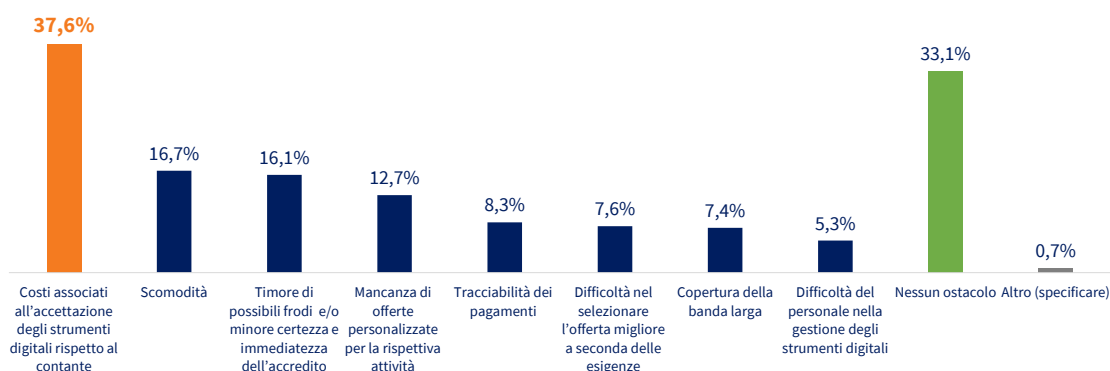
Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026.

In continuità con le evidenze precedenti, l'ultima evidenza mette in luce un progressivo miglioramento dell'**ecosistema dell'offerta cashless**, pur in presenza di alcune criticità ancora percepite dagli esercenti. Nel 2025, circa **4 rispondenti su 10** (37%) dichiarano di aver osservato un **miglioramento dell'offerta di strumenti di pagamento digitali nell'ultimo anno**, in crescita rispetto al 26,6% del 2024 (+10,4 p.p.). Parallelamente, si riduce la quota di coloro che esprimono una **valutazione negativa o incerta** (dal 61,2% al 54,3%), segnalando una percezione progressivamente più favorevole verso l'evoluzione dell'infrastruttura dei pagamenti.



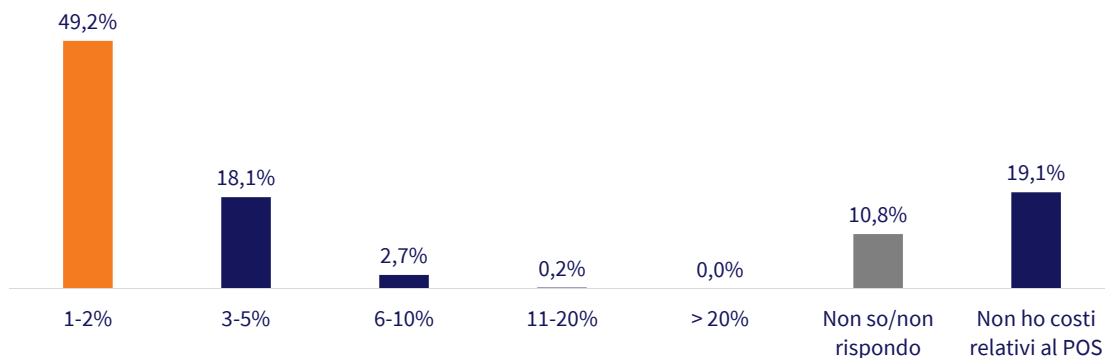
**Figura 2.22** Percentuale di risposte alla domanda «Negli ultimi anni ha osservato un miglioramento dell’offerta relativamente agli strumenti per l’accettazione dei pagamenti cashless?» (valori %), 2024 - 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2025.

Nonostante tali miglioramenti, i **costi** continuano a essere indicati come il **principale ostacolo alla diffusione del cashless**: nel 2025 il **37,6%** dei rispondenti li identifica come **barriera primaria**, dato in lieve diminuzione rispetto al 38,6% dell’anno precedente. Tra le altre criticità segnalate figurano la **scomodità percepita nell’utilizzo** (16,7%), **timori di possibili frodi** (16,1%) e **la mancanza di un’offerta personalizzata** (11,3%), mentre aspetti quali problematiche tecniche o difficoltà di accesso risultano meno rilevanti.



**Figura 2.23** Percentuale di risposte alla domanda «Dal Suo punto di vista, quali sono i maggiori ostacoli all’accettazione dei pagamenti con carta e/o digitali in Italia?» (valori %), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2025

È tuttavia significativo osservare come la **percezione dell’impatto economico delle commissioni appaia, nei fatti, relativamente contenuta**. Quasi la metà degli intervistati (**49,2%**) ritiene che i costi di commissione e del POS incidano soltanto per l’**1-2% sui costi complessivi dell’attività**. In alcuni comparti — in particolare artigianato e liberi professionisti — una quota rilevante di operatori dichiara di **non sostenere costi relativi al POS**, anche in ragione del ricorso prevalente al bonifico bancario come modalità di incasso principale.

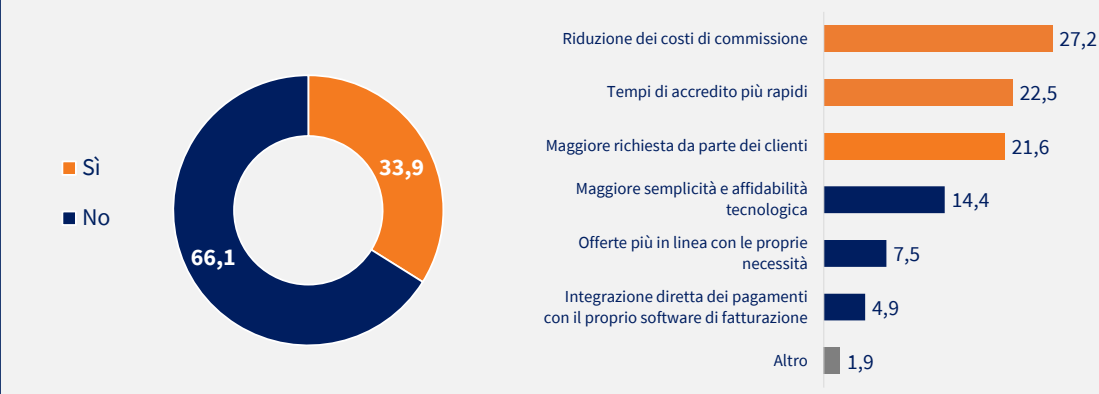


**Figura 2.24** Percentuale di risposte alla domanda «Quanto incidono i costi delle commissioni e del noleggio/acquisto del POS in percentuale sui costi totali sostenuti dalla sua attività (utenze, sicurezza, marketing, ecc.)?» (valori %), 2025. *Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2025*

### I fattori che potrebbero portare ad una maggiore accettazione *cashless* tra i liberi professionisti

Nel segmento dei liberi professionisti emerge un **quadro ancora in evoluzione sul fronte dell'accettazione dei pagamenti elettronici**. Solo il **33,9%** dichiara di aver aumentato nell'ultimo anno la **propria conoscenza delle offerte legate ai pagamenti digitali**, mentre il **66,1%** afferma di non aver registrato un miglioramento significativo in tal senso. Il dato evidenzia come, rispetto ad altri comparti, permangano **margini di rafforzamento sul piano informativo e formativo**.

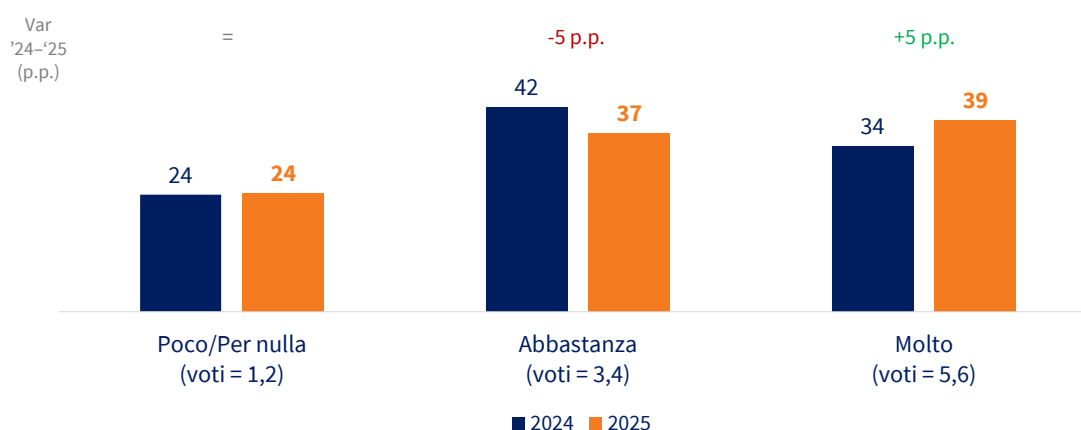
Con riferimento ai fattori che potrebbero incentivare una maggiore accettazione del *cashless*, la leva principale risulta essere la **riduzione dei costi di commissione** (27,2%), seguita dalla richiesta di **tempi di accredito più rapidi** (22,5%) e da una **maggiore domanda da parte dei clienti** (21,6%). Quest'ultimo elemento conferma come anche tra i professionisti la spinta della clientela rappresenti un *driver* rilevante nel processo decisionale. La questione dei tempi di accredito assume particolare rilievo alla luce del fatto che una **quota significativa di clienti utilizza il bonifico**, modalità che può richiedere tempi di processamento non immediati.



**Figura 2.25** Percentuale di risposte alla domanda «Nell'ultimo anno avete aumentato la vostra conoscenza sulle offerte legate all'accettazione dei pagamenti elettronici?» (valori %), 2025 – a sinistra - Percentuale di risposte alla domanda «Cosa vi spingerebbe ad una maggiore accettazione dei pagamenti *cashless*?» (valori %), 2025 – a destra. *Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2025.*

*Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026.*

Sul piano informativo, si registra un **miglioramento nel livello di consapevolezza delle commissioni applicate**: la quota di rispondenti che si dichiara altamente informata cresce dal **34% al 39%**, mentre rimane **stabile al 24%** la percentuale di coloro che ammettono una conoscenza scarsa o nulla. Il dato evidenzia un **progresso nella trasparenza e nella comprensione dei meccanismi commissionali**, ma al contempo segnala la persistenza di aree rilevanti di “ignoranza informativa”, che possono alimentare percezioni distorte circa l’effettivo peso dei costi.



**Figura 2.26** Percentuale di risposte alla domanda «Quanto conosce e le sono chiare le commissioni applicate per il POS e l’accettazione dei pagamenti cashless?» (valori %, in una scala da 1 a 6 dove 1=min e 6=max), 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group dei risultati della survey della Community Cashless Society agli esercenti italiani, 2026.

### 2.2.3 CONSIDERAZIONI DI SINTESI

Negli ultimi tre anni si è registrata una **crescita significativa nell’accettazione dei pagamenti cashless da parte degli esercenti**: la quota di rispondenti che dichiara di accettare almeno uno strumento di pagamento digitale è passata dal 79% al 98% (+19 punti percentuali), con incrementi particolarmente marcati tra i **liberi professionisti** (+27,2 p.p. rispetto al 2023) e **gli artigiani** (+22,1 p.p.). Questo ampliamento dell’accettazione si riflette anche sulla **struttura dei ricavi**: oggi per circa 7 esercenti su 10 il *cashless* rappresenta oltre il 50% del fatturato, a fronte di una quota pari a **3 su 10 tre anni fa**. Inoltre, quasi tutte le categorie — con l’eccezione di benzinai e artigiani — dichiarano un **aumento delle vendite a seguito dell’estensione delle modalità di pagamento digitali**, confermando il ruolo del *cashless* come leva di crescita economica. Permangono tuttavia differenze tra comparti: in settori quali bar, tabacchi, alimentari e servizi alla persona il contante continua a rappresentare una **quota rilevante delle transazioni**, evidenziando una transizione non ancora uniforme tra i diversi ecosistemi di consumo.

Nel complesso, il consolidamento di una cultura *pro-cashless* si configura come il principale *driver* dell’adozione dei pagamenti digitali tra gli esercenti, sostenuto anche dalla **spinta normativa, dalle dinamiche competitive di mercato e dalla crescente disponibilità di soluzioni tecnologiche più semplici e user-friendly**. Resta tuttavia centrale il tema dei costi, che per **2 rispondenti su 5** rappresenta ancora il principale ostacolo alla diffusione del

*cashless*, nonostante una quota analoga di esercenti abbia riscontrato un miglioramento dell'offerta di strumenti di pagamento digitali nell'ultimo anno (+10,4 punti percentuali rispetto alla precedente edizione).

## 2.3 LA SURVEY DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY ALLE AZIENDE ITALIANE

### 2.3.1 OBIETTIVI, STRUTTURA E METODOLOGIA

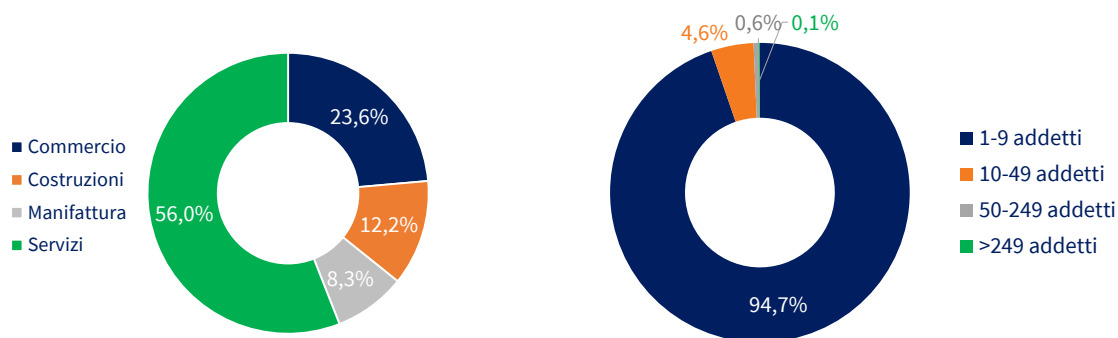
Anche nella presente edizione, la Community ha deciso di affiancare alle consolidate attività di aggiornamento dell'Osservatorio e di indagine sulle abitudini *cashless* dei cittadini e degli esercenti italiani un'analisi approfondita del **posizionamento delle aziende italiane** rispetto ai **processi B2B e B2C**.

La realizzazione delle due *survey* (agli esercenti e alle aziende) permette infatti alla Community di avere un maggiore ambito di focalizzazione anche sul ruolo dell'**e-commerce B2B** nel processo di digitalizzazione delle imprese e quindi del Paese nel complesso, agendo come una sorta di fattore *push* verso la digitalizzazione anche in modo maggiore rispetto all'*e-commerce* B2C.

Tuttavia, analizzare semplicemente il livello di adozione di una tecnologia **non è sufficiente** a determinare l'effettiva digitalizzazione dei processi interni, della gestione della *supply chain* e del rapporto con i propri clienti. La *survey* che TEHA Group ha sottoposto alle aziende italiane, dunque, ha provato a rispondere a tali domande, ponendosi i seguenti obiettivi:

- fotografare la **maturità digitale** delle aziende italiane e la loro gestione della *supply chain*;
- analizzare i fattori acceleranti e le criticità potenziali percepite dalle imprese italiane rispetto alla **digitalizzazione dei processi B2B** e dei **processi B2C**;
- indagare i processi di digitalizzazione e sviluppo dell'**e-commerce** delle imprese italiane;
- comprendere il ruolo dell'**integrazione dei sistemi di pagamento** come acceleratore dei processi in atto, con uno sguardo anche all'integrazione tra *e-commerce* B2B e B2C.

Prima di analizzare nel dettaglio i risultati dell'indagine, occorre evidenziare la loro **significatività**, sia per numerosità delle aziende intervistate (**500**) sia per rappresentatività di tutti i principali settori italiani e dei vari *cluster* dimensionali. In particolare, il campione della *survey* è composto – con riferimento alla **ripartizione settoriale** – per il 56% da aziende operanti nel settore dei servizi, per il 23% da aziende operanti nel settore del commercio, per l'8,3% da aziende manifatturiere e per il 12,2% da aziende operanti nel settore dell'edilizia e delle costruzioni. Al tempo stesso, con riferimento alla **classe dimensionale**, il 94,7% delle aziende intervistate è di micro-dimensione (1-9 addetti), il 4,6% di media dimensione (10-49 addetti), lo 0,6% di 50-29 addetti e lo 0,1% di grande dimensione (oltre 250 addetti).



**Figura 2.27** Sinistra: Aziende rispondenti per settore (valori % su totale), 2026. Destra: Aziende rispondenti per numero di addetti (valori % su totale), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

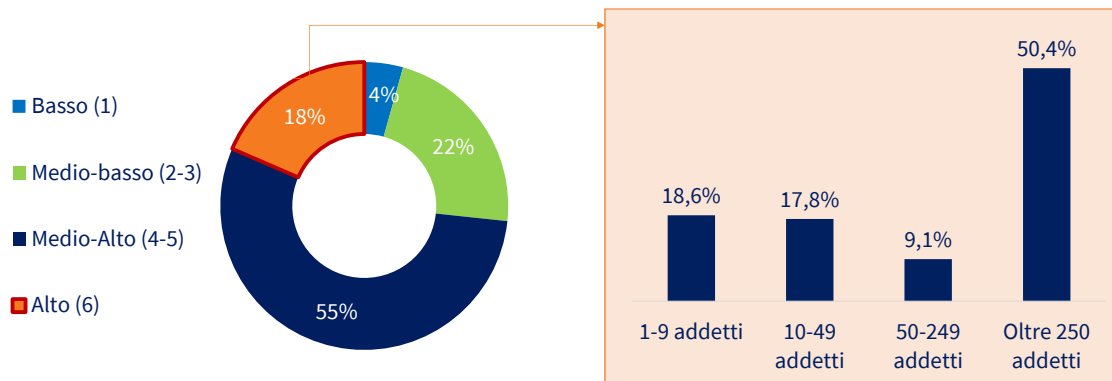
### 2.3.2 I RISULTATI DELL'INDAGINE

Coerentemente con quanto riportato per le *survey* ai cittadini e agli esercenti, anche in questo caso i risultati sono stati raggruppati in alcune evidenze chiave, riassunte di seguito e presentate più nel dettaglio nel corso del Capitolo:

1. **3 aziende su 4 si considerano digitalmente mature** e investono principalmente su soluzioni *core* per l'efficienza dei processi, con una **netta accelerazione su IA** (23,6%) ed **ERP** (21,4%). Una delle principali novità emerse dalla *survey* di quest'anno è il rafforzamento delle **competenze digitali interne**: l'86% delle imprese dichiara infatti di disporre di *skill in-house*, con una conseguente riduzione del ricorso a consulenti esterni.
2. Per **2 aziende su 3** sarà molto importante l'**integrazione dei sistemi di pagamento con la propria supply chain**. Nei pagamenti B2B si conferma, come già lo scorso anno, la **prevalenza dei bonifici**, mentre strumenti più digitali come carte virtuali e *digital wallet* restano ancora marginali. Le scelte delle imprese risultano guidate principalmente dalla **certezza del pagamento** (61,3%) e **dalla rapidità della transazione** (33,5%).
3. **2 aziende su 3** hanno il proprio sito come canale prevalente, e rispetto allo scorso anno cresce il peso dell'*e-commerce* sulle vendite, che quest'anno vale **>30% per circa il 39% delle aziende** (vs 22% del 2025). Le priorità di sviluppo puntano su **IA** (57,8%) e *user experience*, mentre cresce la **rilevanza strategica dell'integrazione tra B2B e B2C**.

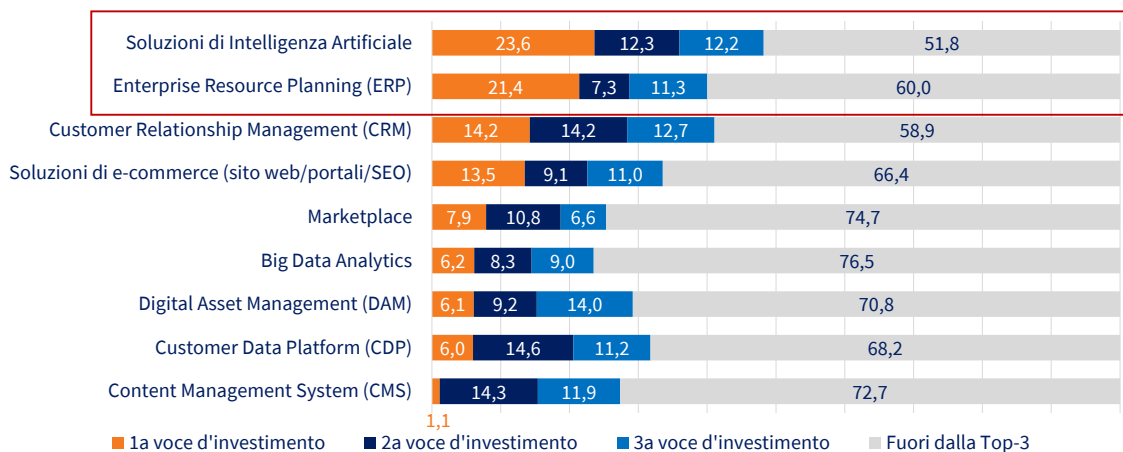
Con riferimento al primo ambito, è interessante notare come sia emersa un'auto-percezione elevata del proprio grado di **maturità digitale**<sup>12</sup> delle aziende italiane. In particolare, 3 aziende su 4 ritengono di avere un **livello di maturità digitale medio-alto** (55%) o **alto** (18%). Nel dettaglio, il grado di maturità digitale "alto" è particolarmente elevato per le grandi imprese (50,4%), oltre il doppio rispetto a quello delle micro e piccole imprese.

<sup>12</sup> intesa come l'utilizzo di tecnologie quali Cloud, Internet of Things, Intelligenza Artificiale all'interno dei processi aziendali, la disponibilità di sistemi informativi ERP, CRM, ecc. per la gestione della supply chain, soluzioni di pagamento digitali nei rapporti con clienti/fornitori.



**Figura 2.28** Sinistra: Percentuale di risposte alla domanda «Come definirebbe il grado di maturità digitale della Sua azienda?» (è possibile scegliere una sola preferenza), 2026. Destra: Percentuale di rispondenti che hanno indicato un grado di maturità digitale «alto» per numero di addetti (valori %), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

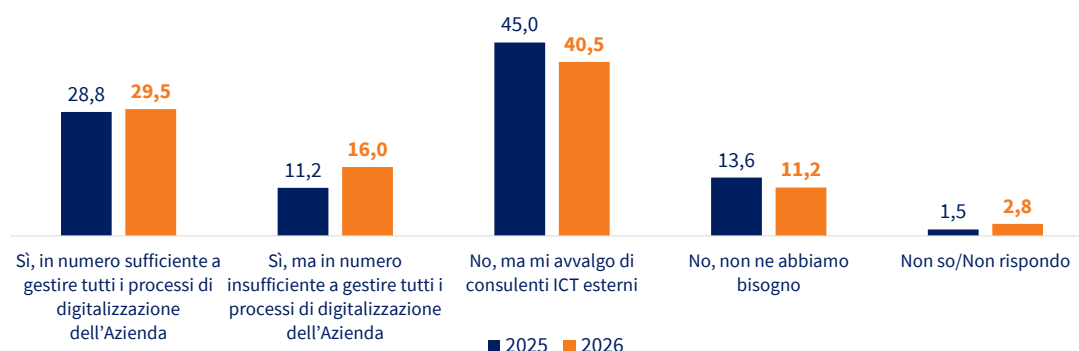
L’allocazione degli investimenti da parte delle aziende si concentra in particolare su **tecnologie abilitanti ad alto impatto organizzativo**, con una netta accelerazione sugli ambiti dell’**Intelligenza Artificiale** (23,6%) e dei **sistemi ERP** (21,4%), che emergono come priorità strategiche. Si tratta di strumenti funzionali non solo all’automazione, ma anche all’**ottimizzazione della gestione delle risorse e all’integrazione dei flussi informativi aziendali in una logica di medio-lungo periodo**. Accanto a queste direttrici principali, si registrano investimenti rilevanti anche in ambiti quali CRM ed *e-commerce*, a conferma di un approccio che combina efficientamento interno e rafforzamento della relazione con il cliente e dei canali digitali di vendita. Nel complesso, il quadro restituisce un orientamento strutturato verso la trasformazione digitale, non più circoscritta a interventi puntuali ma integrata nella strategia aziendale.



**Figura 2.29.** Soluzioni tecnologiche su cui le aziende stanno investendo maggiormente per livello di priorità (valori %), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

Una delle principali novità emerse dall’edizione di quest’anno riguarda il **rafforzamento delle competenze digitali interne**. L’**86%** delle imprese dichiara infatti di disporre di *skill in-house* a supporto dei processi di digitalizzazione, segnalando un significativo **consolidamento delle capacità organizzative**. Tale evoluzione si riflette anche nella

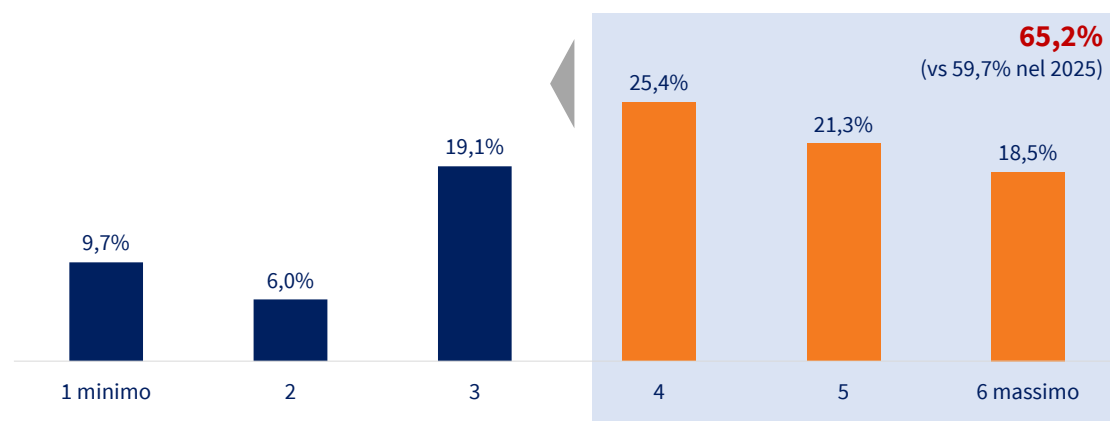
progressiva riduzione del ricorso a consulenti esterni, che passa dal **45,0% al 40,5%** nell'ultimo anno. Parallelamente, cresce la quota di aziende che ritiene di avere **personale interno sufficiente a gestire in autonomia i percorsi di trasformazione digitale**.



**Figura 2.30** Soluzioni tecnologiche su cui le aziende stanno investendo maggiormente per livello di priorità (valori %), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

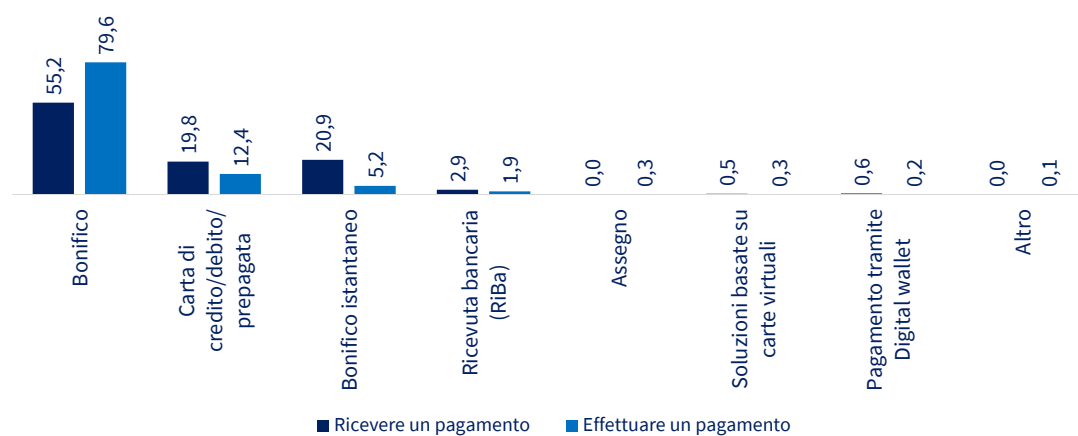
Questo cambiamento suggerisce una strategia sempre più orientata a **internalizzare competenze chiave**, con l'obiettivo di migliorare il controllo sui processi critici, ridurre la dipendenza da fornitori esterni e **rendere strutturale la capacità di innovazione**. Nel complesso, le evidenze delineano un sistema imprenditoriale che, oltre a investire in tecnologie avanzate, sta rafforzando le proprie fondamenta organizzative per sostenere nel tempo la transizione digitale.

Le evidenze della *survey* confermano inoltre che l'**integrazione dei sistemi di pagamento** all'interno della *supply chain* rappresenta una **priorità strategica crescente per le imprese**. Circa **2 aziende su 3** (65,2%) dichiarano che entro il 2026 tale integrazione sarà molto importante, in aumento rispetto al **59,7% rilevato nel 2025**. Il dato segnala una progressiva consapevolezza del ruolo dei pagamenti come leva di efficientamento dei processi lungo la catena del valore, in coerenza con il più ampio percorso di digitalizzazione aziendale già evidenziato. L'attenzione al tema varia in funzione della **dimensione d'impresa**: se tra le grandi aziende l'importanza attribuita all'integrazione raggiunge il **94,2%**, tra le **microimprese** la quota si attesta comunque su **livelli significativi** (64,9%). Ciò suggerisce che, pur con intensità diverse, l'esigenza di una gestione integrata e digitalizzata dei flussi finanziari e commerciali sia ormai **trasversale all'intero tessuto produttivo**.



**Figura 2.31** Percentuale di risposte alla domanda «Nella prospettiva della Sua Azienda, su una scala da 1 a 6 (dove 1 = “poco importante” a 6 “molto importante”) quanto è importante l’integrazione dei sistemi di pagamento all’interno del processo di digitalizzazione della relazione con la supply chain?» (valori da 1=min a 6=max, %), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

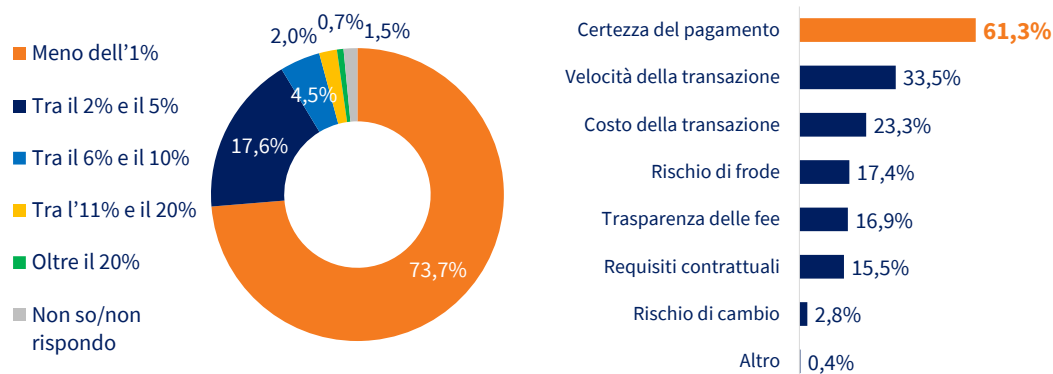
Nel comparto dei pagamenti B2B si conferma, in continuità con lo scorso anno, la netta **prevalenza del bonifico bancario**, sia in entrata (55,2%) sia in uscita (79,6%). Le carte di credito o debito mantengono un **ruolo secondario** (19,8% per ricevere pagamenti e 12,4% per effettuarli), mentre strumenti più innovativi – quali carte virtuali, *digital wallet* o soluzioni basate su *QR code* – restano marginali. Anche i **bonifici istantanei e le ricevute bancarie occupano posizioni intermedie**, senza modificare in modo sostanziale l’assetto prevalente.



**Figura 2.32** Percentuale di risposte alla domanda «All’interno della Sua Azienda, qual è lo strumento preferito nel ricevere/effettuare un pagamento B2B?» (valori %), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

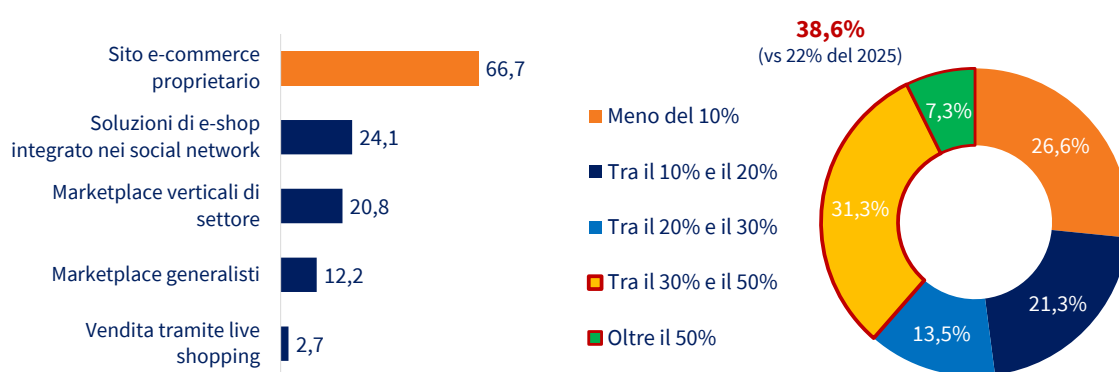
Le scelte delle imprese risultano guidate principalmente dalla **certezza del pagamento**, indicata come priorità dal **61,3% dei rispondenti**, e dalla **rapidità della transazione** (33,5%). Sebbene la maggior parte delle aziende (il 73,7%) segnali un’incidenza delle frodi inferiore all’1% del fatturato complessivo, la **sicurezza e l’affidabilità restano fattori determinanti nelle decisioni relative ai metodi di pagamento B2B**. Nel complesso, il quadro evidenzia un **orientamento pragmatico**: da un lato, cresce l’attenzione all’integrazione dei pagamenti nei processi di *supply chain*; dall’altro, permane una **preferenza per strumenti percepiti come**

**consolidati e sicuri**, a scapito di soluzioni digitali più innovative ma ancora poco diffuse nel segmento *business-to-business*.



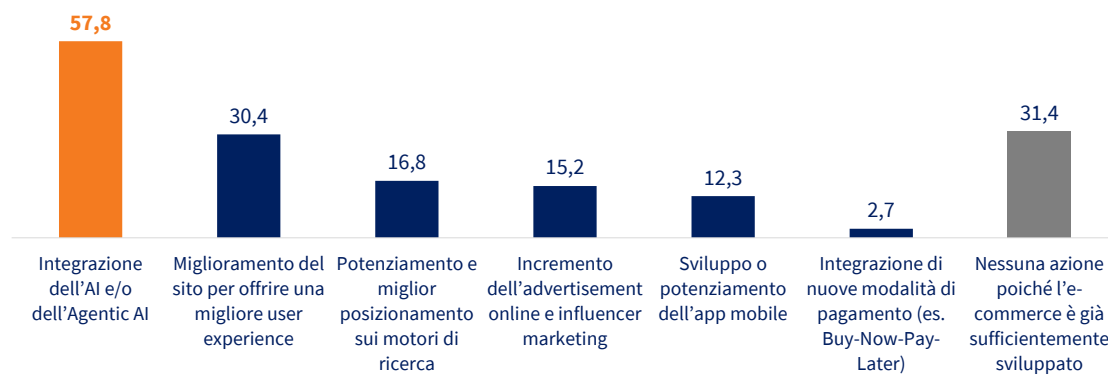
**Figura 2.33** % di risposte alla domanda «All'interno della Sua Azienda, quanto incidono le frodi e i mancati pagamenti sul totale del suo fatturato?» (valori %), 2026 – a sinistra - % di risposte alla domanda «Nella prospettiva della Sua Azienda, quali sono le principali variabili prese in considerazione nella scelta di uno strumento di pagamento nelle transazioni B2B?» (valori %), 2026 - a destra. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

La terza evidenza della *survey* conferma il consolidamento del canale digitale nel modello di *business* delle imprese B2C. **Due aziende su tre** (66,7%) indicano il proprio sito **e-commerce come canale prevalente**, evidenziando una chiara preferenza per soluzioni proprietarie che garantiscono maggiore controllo, personalizzazione dell'offerta e relazione diretta con il cliente. I *social commerce* (24,1%) e i *marketplace* — verticali (20,8%) e generalisti (12,2%) — assumono un **ruolo complementare**, ma meno centrale nella strategia distributiva. Parallelamente, cresce in modo significativo il peso dell'**e-commerce sul totale delle vendite**: il **38,6%** delle imprese dichiara che il canale *online* genera oltre il **30%** del fatturato, in netto aumento rispetto al **22%** rilevato nel 2025. Il dato segnala un rafforzamento strutturale del digitale come *driver* di ricavi e non più come canale accessorio, coerentemente con il più ampio percorso di maturazione digitale evidenziato nei capitoli precedenti.



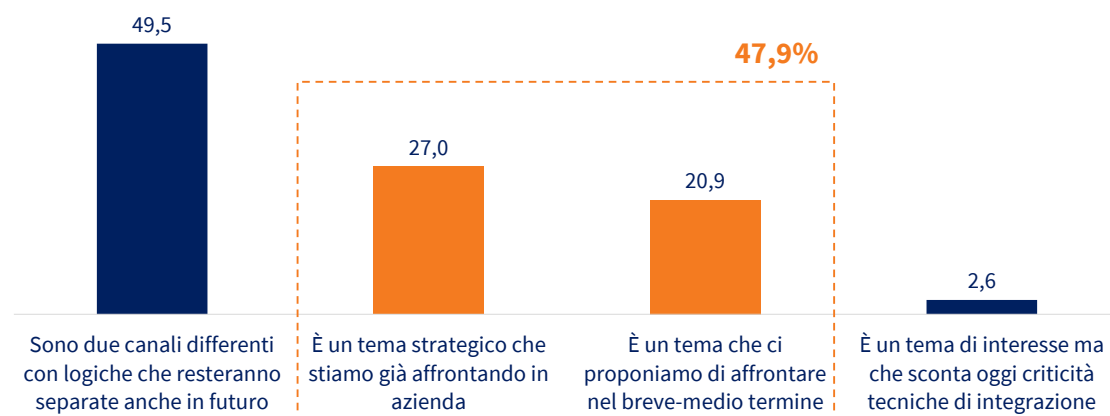
**Figura 2.34** Percentuale di risposte alla domanda «Per quanto riguarda la componente B2C, quali canali utilizza prevalentemente la Sua Azienda?» (%), 2026 – a sinistra - % di risposte alla domanda «Quanto vale il canale e-commerce sul totale delle vendite nella componente consumer?» (%), 2026 - a destra. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

Sul fronte degli investimenti, le priorità di sviluppo si concentrano in modo marcato sull'**Intelligenza Artificiale** (57,8%), che rappresenta l'ambito di intervento principale per migliorare *performance*, automazione e capacità di analisi dei dati. A seguire, emerge l'attenzione alla *user experience* (30,4%), con interventi volti a **ottimizzare navigabilità**, conversione e personalizzazione del percorso cliente. Ulteriori aree di investimento includono il **potenziamento del posizionamento sui motori di ricerca** (16,8%) e **lo sviluppo di campagne di influencer marketing** (15,2%). Resta tuttavia una quota non marginale di imprese (31,4%) che non ha avviato nuove iniziative, ritenendo il proprio ecosistema *e-commerce* già adeguatamente sviluppato.



**Figura 2.35** Percentuale di risposte alla domanda «Quali azioni ha intrapreso la Sua Azienda per potenziare l'e-commerce negli ultimi anni?» (%), possibilità di scegliere più di una preferenza), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

Infine, assume crescente rilevanza strategica il tema dell'**integrazione tra canali B2B e B2C**. Il **47,9%** delle aziende riconosce l'importanza di una maggiore convergenza tra i due modelli: per il **27%** si tratta già di una priorità strategica, mentre il **20,9%** prevede di affrontare il tema nel breve-medio termine. Permane tuttavia una quota significativa (49,5%) che continua a **gestire B2B e B2C come ambiti distinti**, segnalando l'esistenza di logiche operative ancora separate. Nel complesso, il quadro evidenzia un sistema imprenditoriale sempre più orientato a rafforzare il presidio diretto dei canali digitali, investendo in tecnologie avanzate e in un'integrazione progressiva dei modelli di business per sostenere la crescita e l'efficienza commerciale.



**Figura 2.36** Percentuale di risposte alla domanda «Quanto ritiene importante l'integrazione tra e-commerce B2C e e-commerce B2B per lo sviluppo della Sua Azienda?» (%), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati survey alle aziende italiane, 2026.

### 2.3.3 CONSIDERAZIONI DI SINTESI

I risultati emersi dalla *survey* alle aziende italiane delineano un quadro in **evoluzione rispetto allo scorso anno**, evidenziando un **rafforzamento complessivo della maturità digitale e una maggiore integrazione delle tecnologie nei modelli di business**.

In primo luogo, la **percezione della propria maturità digitale appare oggi più solida e diffusa**: 3 aziende su 4 si considerano digitalmente mature e orientano gli investimenti verso soluzioni *core* per l'efficientamento dei processi, con una netta accelerazione su ambiti ad alto impatto strategico quali Intelligenza Artificiale ed ERP. A differenza di quanto rilevato nella precedente edizione, **il tema delle competenze non rappresenta più un freno strutturale**: l'86% delle imprese dichiara di disporre di *skill* digitali interne, con una riduzione del ricorso a consulenti esterni. Ciò segnala un passaggio da una digitalizzazione "delegata" a una maggiore **internalizzazione delle competenze**, elemento chiave per sostenere percorsi di innovazione più avanzati e continuativi.

Con riferimento alla *supply chain*, cresce in modo significativo l'attenzione verso **l'integrazione dei sistemi di pagamento nei processi aziendali**: 2 aziende su 3 attribuiscono elevata importanza a questo tema, con livelli ancora più marcati tra le imprese di maggiori dimensioni. Nel segmento **B2B** si conferma la **prevalenza dei bonifici come strumento principale**, mentre soluzioni più innovative (*carte virtuali, digital wallet*) restano marginali. Le scelte risultano guidate soprattutto dalla **certezza del pagamento e dalla rapidità delle transazioni**, a testimonianza di un approccio orientato alla stabilità e all'affidabilità più che alla sperimentazione di nuovi strumenti.

Sul fronte dell'*e-commerce*, il quadro appare in rafforzamento rispetto al passato. Nel B2C, 2 aziende su 3 utilizzano il **proprio sito come canale prevalente**, privilegiando soluzioni proprietarie che garantiscono **controllo e personalizzazione**. Inoltre, cresce in modo significativo il peso del canale *online* sul fatturato: per circa il **39% delle imprese l'e-commerce vale oltre il 30% delle vendite**, in netto aumento rispetto al 22% rilevato nel 2025. Le priorità di sviluppo si concentrano su IA e *user experience*, mentre assume crescente

rilevanza strategica il tema dell'integrazione tra B2B e B2C: quasi la metà delle aziende riconosce l'importanza di una **convergenza tra i due canali**, pur permanendo una quota significativa che li gestisce ancora come ambiti distinti.

## CAPITOLO 3

### I FOCUS TEMATICI E GLI USE CASE PER FAVORIRE LA DIFFUSIONE DELLA CASHLESS SOCIETY IN ITALIA

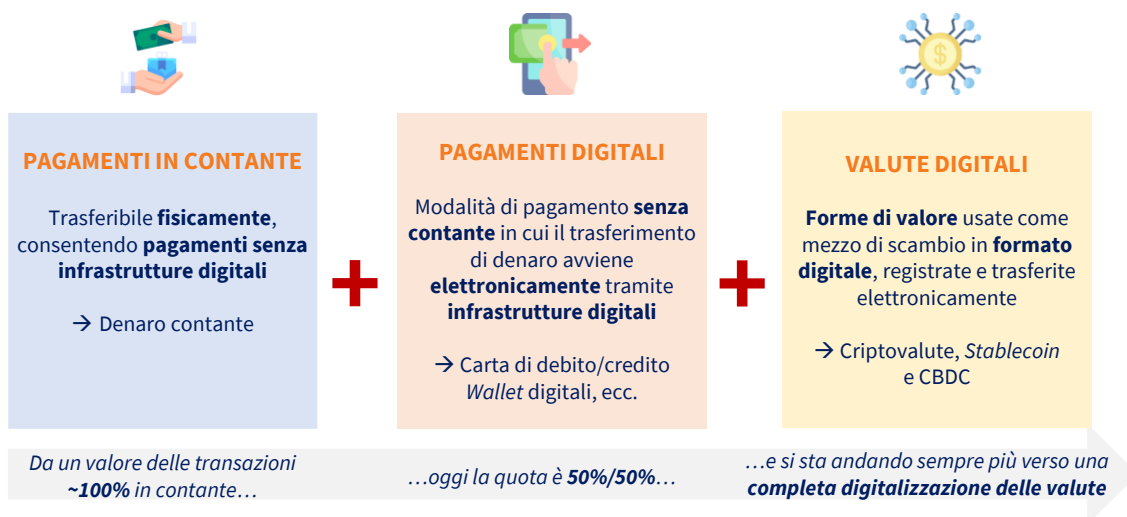
Anche nella presente edizione, la Community ha focalizzato la propria attenzione su alcuni ambiti chiave per la diffusione dei pagamenti *cashless* nel Paese, con uno sguardo alle nuove forme di valuta che già esistono e che stanno nascendo, alla normativa europea e ad alcuni ambiti di specifico interesse, come mobilità e turismo.

Pertanto, nell'edizione 2025/2026 i **tre ambiti chiave** sono stati:

4. le **evoluzioni e i percorsi di CBDC, Criptovalute e Stablecoin**;
5. lo stato dell'arte della **normativa europea sui pagamenti**;
6. le sfide e opportunità della **mobilità smart** e i **grandi eventi** come caso *crossover* tra mobilità e turismo.

#### 3.1 LE EVOLUZIONI E I PERCORSI DI CBDC, CRIPTOVALUTE E STABLECOIN

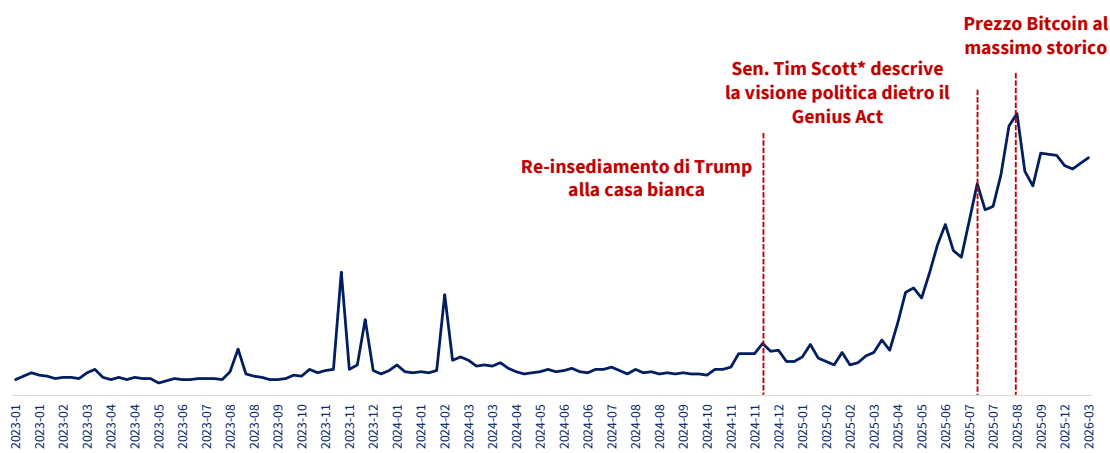
Il sistema dei pagamenti sta attraversando una fase di sviluppo strutturale, con le **valute digitali** che stanno emergendo come strumento di **rilevanza anche geopolitica**. Si è passati dal 100% dei pagamenti effettuati in contante, ad una bipartizione 50%/50% tra pagamenti in contante e pagamenti digitali, e si sta andando sempre più verso una completa digitalizzazione delle valute, fino ad arrivare ad un **nuovo modello e forma di valore**.



**Figura 3.1** Evoluzione del sistema dei pagamenti in Italia (illustrativo), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

Negli ultimi anni si è registrato un incremento significativo dell'attenzione nel **dibattito pubblico** e dell'interesse online riguardo alle **valute digitali**, in particolare con riferimento a criptovalute, *stablecoin* e CBDC (*Central Bank Digital Currency*). L'analisi dell'andamento delle

ricerche sul web<sup>13</sup> nel periodo 2023–2025 evidenzia una **crescita progressiva e strutturale dell’interesse verso questi strumenti**, seppur con dinamiche differenziate tra le diverse categorie.








**Figura 3.2** Andamento del numero di ricerche inerenti CBDC, criptovalute e *stablecoin* sul web (valori assoluti), 2023-2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Google Trends, 2026.

Nel 2023 l’attenzione si è concentrata prevalentemente sulle **criptovalute tradizionali (beni digitali)** che utilizzano la **tecnologia blockchain** e operano su una **rete decentralizzata**, trainata sia dalle dinamiche di mercato sia dalle discussioni regolamentari e tecnologiche. Le *stablecoin* (tipologia di **criptovaluta** il cui **valore è ancorato ad un altro asset**) e le CBDC (**moneta digitali** pubbliche, **assimilabili al «contante elettronico»**) hanno mostrato un livello di interesse più contenuto ma già in fase di consolidamento, in particolare in relazione ai primi sviluppi normativi e ai **progetti pilota avviati da diverse Banche Centrali**.

Nel corso del 2024 si è dunque osservato un rafforzamento dell’interesse per le *stablecoin*, sostenuto dall’espansione della loro capitalizzazione di mercato, dall’aumento dei volumi di transazione e dal **crescente utilizzo nei pagamenti digitali** nella finanza decentralizzata. Parallelamente, il dibattito sulle CBDC si intensifica, anche alla luce dell’avanzamento dei programmi di sperimentazione e delle iniziative istituzionali in numerose giurisdizioni.

<sup>13</sup> Come parole nella ricerca dei trend sono state considerate: Euro digitale, Digital Euro, *Stablecoin*, *Central Bank Digital Currencies*, Yuan Digitale, Digital Yuan, Criptovalute, Bitcoin, Tether, ecc.

	CBDC	Cripto	Stablecoin
 <b>Strumento</b>	<b>Moneta digitale</b> pubblica, assimilabile al «contante elettronico»	<b>Beni digitali</b> che utilizzano la tecnologia <i>blockchain</i> e operano su una <b>rete decentralizzata</b>	Tipologia di <b>criptovaluta</b> il cui <b>valore è ancorato ad un altro asset</b>
 <b>Governance</b>	<b>Banca Centrale</b>	<b>Open-source</b> (community, fondazioni, <i>validator</i> )	<b>Emittente privato</b> sottostante a regole di riserva e <i>redemption</i> , talvolta consorzi
 <b>Privacy</b>	Progettabile: “ <i>privacy by design</i> ”, <b>anonimato limitato a completa tracciabilità</b>	<b>Pseudonima</b> ; <i>privacy</i> avanzata solo con protocolli specifici	<b>Dipende</b> dall'emittente e dal perimetro normativo; in genere <b>KYC</b> (sistema che collega il tuo nome reale al tuo <i>wallet</i> presso l'emittente o l'intermediario)
 <b>Impatto su politica monetaria</b>	<b>Elevato</b> : strumento diretto della banca centrale	<b>Indiretto</b> ; può influire su domanda di moneta bancaria	<b>Oggi limitato ma potenzialmente ampio</b> : se molto diffuse, possono spostare depositi e influire su trasmissione monetaria
 <b>Ancoraggio</b>	Parità con la <b>moneta della banca centrale</b>	<b>Valore di mercato</b>	Una <b>valuta</b> , un <b>bene</b> (es. oro), un <b>algoritmo</b> o un'altra <b>criptovaluta</b>

**Figura 3.3** Overview delle caratteristiche di CBDC, criptovalute e *stablecoin* (illustrativo), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group, 2026.

### 3.1.1 LE CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCY

Ad oggi **137 Paesi hanno esplorato le CBDC: 3 le hanno già introdotte ufficialmente** (Bahamas – *Sand Dollar*, prima CBDC retail al mondo; Nigeria – *eNaira*; Jamaica – *Jam-Dex*) mentre 49 si trovano in fase di sperimentazione. Le grandi economie non hanno ancora lanciato ufficialmente una CBDC retail su larga scala e molti progetti si stanno orientando verso **CBDC wholesale** (per pagamenti interbancari) più che *retail*. Tra i temi normativi chiave oggi in discussione per abilitare il pieno dispiegamento delle CBDC vi sono la *privacy* e tracciabilità, il rischio di disintermediazione bancaria, la stabilità finanziaria e l'interoperabilità internazionale.

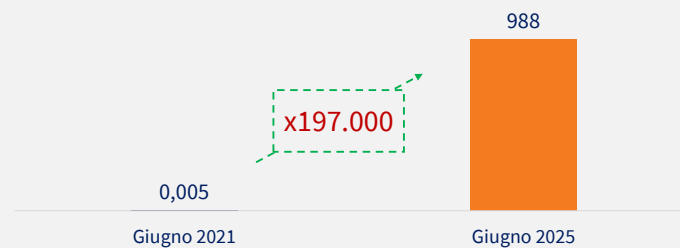
## **FOCUS: lo Yuan Digitale (e-CNY) ha raggiunto un valore delle transazioni pari a quasi \$1 trilione (partendo al 2021 con appena \$5 milioni)**

Dopo una fase di studio partita nel 2014, ad aprile 2020 il Governo cinese ha deciso di **testare il lancio di uno Yuan Digitale in quattro città** (Shenzhen, Suzhou, Chengdu e Xiong'an), ampliandolo ad agosto dello stesso anno a 28 Città principali.

I progetti pilota hanno beneficiato del supporto di **importanti società tecnologiche** (Meituan e Didi Chuxing Technology) del Paese per testare lo Yuan Digitale per servizi come la **consegna di cibo**, il **car sharing** e l'**e-commerce**, introducendo pagamenti elettronici che non richiedono una connessione a Internet.

Al Lujiazui Forum (importante evento annuale focalizzato sul settore finanziario globale) 2025 tenutosi a Shanghai, il governatore della **Banca Centrale cinese** ha annunciato la creazione di un **nuovo centro operativo internazionale a Shanghai per lo Yuan Digitale**, con l'obiettivo di promuoverne l'internazionalizzazione.

Un **sondaggio** del 2025 sugli utenti dell'e-CNY ha tuttavia rivelato che oltre il 30% degli intervistati ha riscontrato **problemi con l'app**, tra cui limitata disponibilità d'uso, caricamenti lenti, scarsa assistenza per la risoluzione dei problemi e *crash* del sistema, evidenziando le difficoltà in cui oggi possono incorrere le CBDC nel mondo.



**Figura 3.4** Valore di tutte le transazioni in Yuan Digitale (miliardi di dollari), giugno 2021 vs giugno 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati People's Bank of China, 2026.

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati People's Bank of China, Bloomberg, CNBC e Harvard Business Review, 2026.

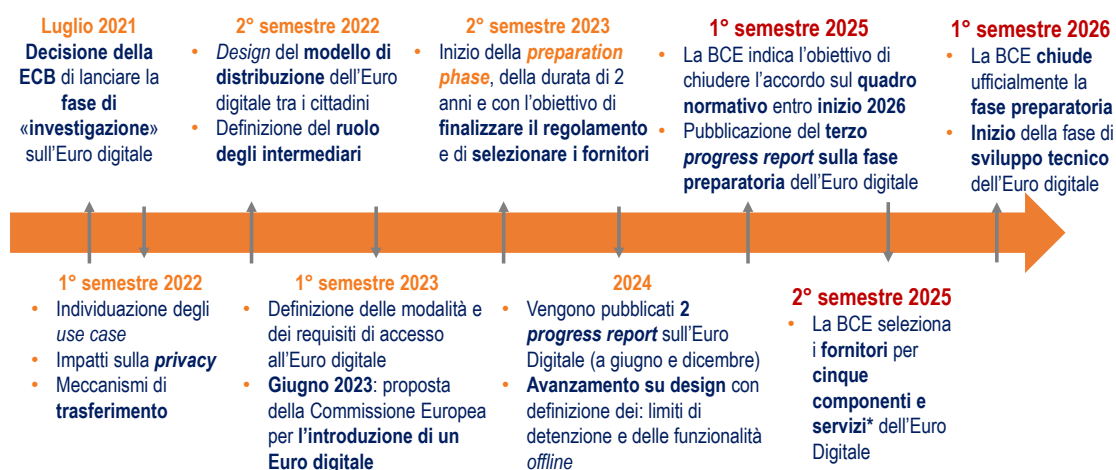
Nel contesto mondiale di esplorazione e sviluppo delle CBDC, anche nell'Unione Europea è in moto un *iter* per il dispiego di una valuta digitale europea. Il percorso preparatorio per il **lancio dell'Euro digitale** è iniziato nel 2021 e ad oggi diversi step sono stati raggiunti. Durante il primo **semestre 2025**, la BCE ha indicato l'obiettivo di chiudere l'accordo politico sul **quadro normativo** entro l'**inizio del 2026** e ha pubblicato il **terzo progress report sulla fase di preparazione** dell'Euro digitale. Durante il secondo semestre del 2025, la BCE si era preposta, ed ha eseguito, la selezione dei fornitori per **cinque componenti e servizi** (gestione dell'identificativo utente, monitoraggio rischi e frodi, componente applicativa verso utenti/intermediari, soluzione *offline*, scambio sicuro di informazioni di pagamento sensibili) dell'Euro Digitale.

Negli ultimi mesi (tra la fine del 2025 e l'inizio del 2026) il progetto della **Banca Centrale Europea** sull'Euro digitale ha compiuto **passi concreti verso la fase operativa**, pur restando condizionato all'*iter* legislativo europeo. A **fine ottobre 2025** il Consiglio direttivo

dell'Eurosistema ha ufficialmente concluso la fase preparatoria avviata nel novembre 2023 e ha deciso di **passare alla fase di sviluppo tecnico** dell'Euro digitale, con l'obiettivo di essere pronti, **qualora il quadro normativo sia adottato nel corso del 2026**, a un primo **pilot nel 2027** e a una **prima emissione potenziale entro il 2029**.

Questa nuova fase prevede **l'avvio dei lavori tecnici sull'infrastruttura e sui sistemi di pagamento** che permetteranno ai cittadini e alle imprese di utilizzare l'Euro digitale come un mezzo di pagamento complementare al contante, sicuro, pubblico e uniformato in tutta l'area Euro. Un elemento centrale è la **capability di effettuare pagamenti offline**, simile all'uso del contante ma in forma digitale, per garantire *privacy* e resilienza anche in assenza di connettività. A tal fine sono stati conclusi **accordi quadro con fornitori tecnologici – tra cui Giesecke+Devrient, Nexi e Capgemini – per sviluppare componenti e soluzioni funzionali all'Euro digitale, inclusa la componente offline**. Parallelamente, è stata confermata la **collaborazione con realtà italiane come Al maviva e Fabrick** per sviluppare l'app ufficiale e l'infrastruttura tecnologica attraverso cui gli utenti potranno accedere e utilizzare l'Euro digitale tramite *smartphone* o altri dispositivi.

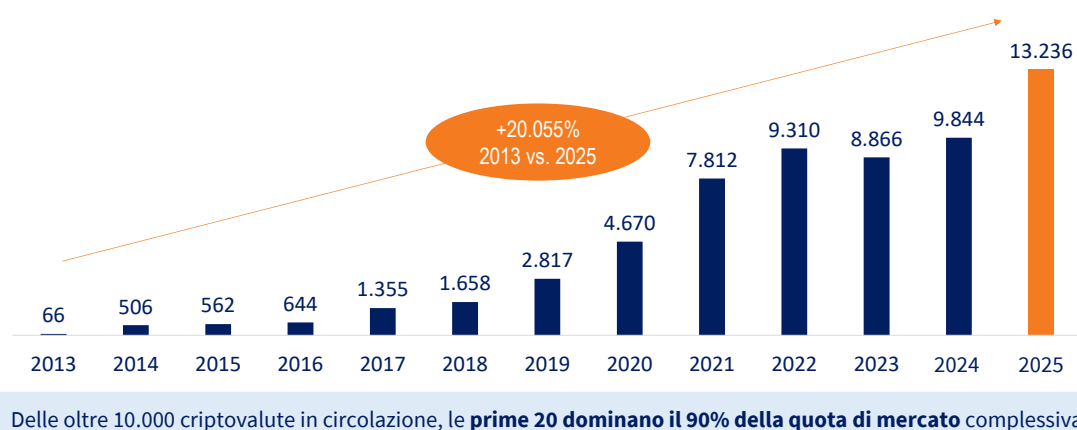
Sul piano politico e regolatorio, l'*iter* di approvazione della normativa necessaria per l'emissione continua a essere un elemento chiave: la data di lancio definitiva dipenderà dall'adozione del regolamento europeo nel 2026. L'orientamento condiviso tra **Parlamento europeo e Consiglio dell'Unione Europea** è stato favorevole alla creazione di un Euro digitale abilitato sia per pagamenti *online* sia *offline*, con attenzione alla sicurezza, alla sovranità dei pagamenti europei e all'inclusione finanziaria. Infine, le autorità europee stanno anche mettendo un forte accento **sull'accessibilità e sull'inclusività** della futura moneta digitale, lavorando per garantire che l'app e i servizi connessi siano utilizzabili da tutti, comprese persone con disabilità o con minori competenze digitali.



**Figura 3.5** Roadmap dell'Euro digitale (illustrativo), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati BCE, 2026.

### 3.1.2 IL QUADRO DI MERCATO DELLE CRIPTOVALUTE

Come descritto, il panorama dei pagamenti digitali sta attraversando una fase di profonda maturazione, dove **la quantità non coincide necessariamente con l'adozione reale**: sebbene ad oggi circolino **oltre 13.000 criptovalute** (alcune stime per il 2026 indicano oltre 17.000 token totali), il mercato manifesta una polarizzazione estrema: circa il **90%** della capitalizzazione totale è concentrato nelle **prime 20** attività digitali. In particolare, **Bitcoin** ed **Ethereum** continuano a esercitare un duopolio consolidato, rappresentando da soli circa il 75% del valore complessivo del settore. Questa concentrazione suggerisce che, nel percorso verso una società *cashless*, il pubblico (in particolar modo) e gli investitori sia istituzionali sia privati stiano premiando la **stabilità e la liquidità rispetto alla varietà**.



**Figura 3.6** Numero di criptovalute in circolazione (valori assoluti), 2013-2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Statista e Forbes, 2026.

Mentre migliaia di progetti minori faticano a trovare un'utilità pratica, i principali *asset* si stanno **trasformando da strumenti speculativi** a veri e propri **standard per i pagamenti digitali** e le **riserve di valore**. In particolare, l'ascesa delle *stablecoin* (come USDT e USDC) e l'integrazione di reti veloci come Solana dimostrano come l'ecosistema si stia snellendo per favorire transazioni quotidiane efficienti, sicure e, soprattutto, ampiamente accettate.

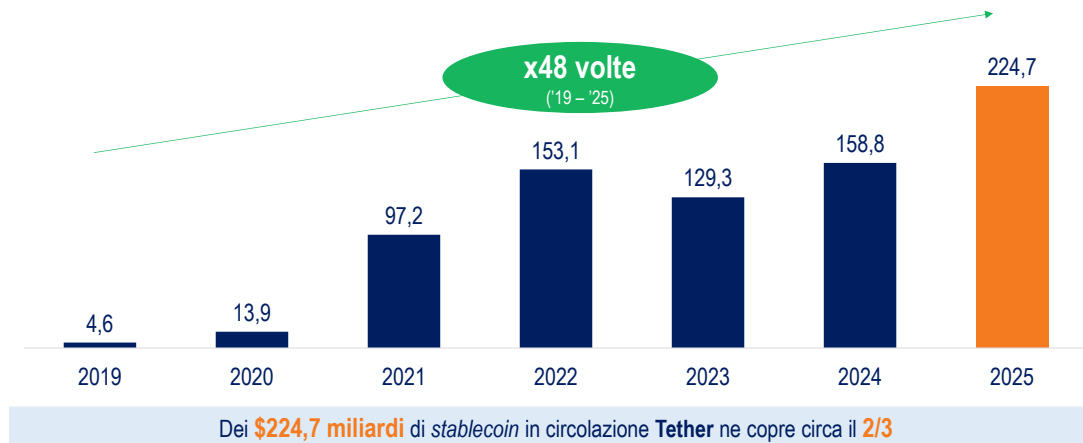
### 3.1.3 IL RUOLO DELLE STABLECOIN ALL'INTERNO DELLE VALUTE DIGITALI

Rispetto al 2019, l'offerta di questi asset in circolazione è **umentata di 48 volte**, segnando una transizione da strumenti di nicchia a *standard* dell'economia digitale globale. Questa crescita è caratterizzata da una netta egemonia del Dollaro statunitense come sottostante. Le *stablecoin* ancorate al biglietto verde (come USDT e USDC) dominano infatti il settore grazie a un effetto di rete pervasivo che le rende lo **standard de facto** per la liquidità. L'importanza di queste valute va oltre il semplice stoccaggio di valore. Esse rappresentano oggi l'architettura portante per:

- **trading di asset digitali**: fungono da ponte stabile per l'acquisto e la vendita di criptovalute volatili, eliminando la necessità di passare continuamente attraverso il sistema bancario tradizionale;

- **Finanza Decentralizzata (DeFi):** costituiscono lo strumento principale per prestiti, rendimenti e scambi automatizzati, offrendo una stabilità di prezzo essenziale per i contratti intelligenti.

Nel contesto del passaggio al *cashless*, le *stablecoin* in Dollari non sono più solo strumenti speculativi, ma infrastrutture critiche che offrono transazioni transfrontaliere quasi istantanee e a basso costo, sfidando i circuiti di pagamento tradizionali e consolidando la digitalizzazione del contante su scala globale; infatti, le *stablecoin* possono **ridurre significativamente i costi di trasferimento**, da una media del **6,6% a meno del 3%**.



**Figura 3.7** Volumi di *stablecoin* in circolazione (\$ miliardi), 2019 – sett 2025. *Fonte: elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2026.*

A livello normativo, **Unione Europea e Stati Uniti rappresentano oggi le due principali giurisdizioni occidentali che stanno costruendo un quadro regolatorio organico per il mercato delle criptovalute, incluse le *stablecoin***, sebbene con approcci differenti per struttura, tempistiche e filosofia regolatoria.

Nell’**Unione europea**, il riferimento centrale è il regolamento **Markets in Crypto-Assets Regulation (MiCA)**, entrato formalmente in vigore nel 2023 e applicabile in modo progressivo tra il 2024 e il 2025. MiCA introduce per la prima volta una disciplina uniforme in tutti gli Stati membri per:

- l’emissione di *crypto-asset*;
- la prestazione di servizi su *crypto-asset* (*exchange*, custodia, consulenza);
- le ***stablecoin***, distinte tra *asset-referenced tokens* (ART) ed *e-money tokens* (EMT).

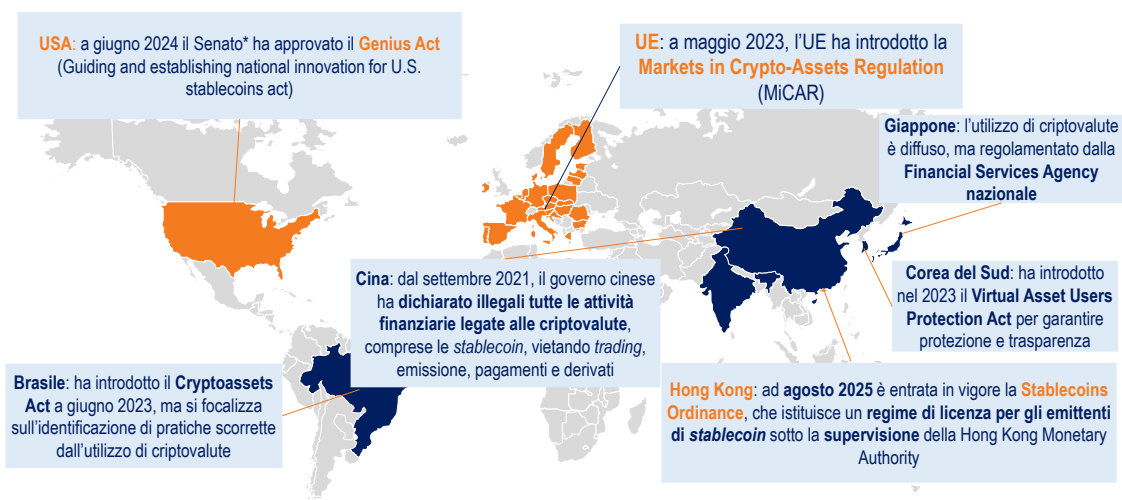
Per le *stablecoin*, MiCA prevede obblighi particolarmente stringenti: autorizzazione preventiva, riserve integralmente coperte, governance rafforzata, limiti quantitativi per quelle di rilevanza sistemica e vigilanza diretta della **Banca Centrale Europea** nei casi di maggiore impatto monetario. L’approccio europeo è quindi **prudenziale, armonizzato e fortemente orientato alla stabilità finanziaria e alla tutela degli utenti**.

Negli **Stati Uniti**, invece, il percorso normativo è **più frammentato e in evoluzione**. Storicamente, la regolazione è stata affidata a diverse autorità federali (SEC, CFTC, Federal

Reserve, OCC) con interpretazioni non sempre convergenti. Tuttavia, tra il 2024 e il 2026 si è intensificato il dibattito legislativo al Congresso su una disciplina federale specifica per le *stablecoin*, con proposte volte a:

- imporre **riserve 1:1** in attività liquide e sicure (es. Treasury);
- introdurre **requisiti di licenza** per gli emittenti;
- chiarire la **distinzione** tra *stablecoin* di pagamento e strumenti finanziari.

L’approccio statunitense tende ad essere **più orientato al mercato e all’innovazione**, ma sta progressivamente rafforzando i presidi prudenziali, soprattutto dopo le crisi di alcuni operatori *crypto* avvenute negli anni precedenti.



**Figura 3.8** Normative e *framework* indirizzate al mondo *blockchain*, criptovalute e servizi finanziari digitali (illustrativo), 2026. (\*) Deve ancora ricevere l’autorizzazione della Camera. Fonte: elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2026.

Agli attuali sviluppi in ambito valute digitali, si aggiunge la decisione di fondare la nuova *stablecoin* “**Qivalis**” ancorata all’Euro da parte di un **consorzio di 10 banche europee** (Unicredit, Banca Sella, KBC, Danske Bank, Dekabank, SEB, CaixaBank, Skandinaviska Enskilda Banken, Raiffeisen e BNP Paribas – unitasi successivamente alle fondatrici) che ha annunciato questa decisione a fine settembre 2025.

Inoltre, risulta utile evidenziare in questa sede anche il progetto di *stablecoin* promosso da **BANCOMAT**, concepito come infrastruttura **aperta e interoperabile**, accessibile ad altri soggetti regolamentati **italiani ed europei** con applicazioni sia in ambito *retail* sia B2B. In tale modello, BANCOMAT si propone come *scheme manager*, definendo regole, *governance* e *standard* operativi, mentre l’emissione e la distribuzione della moneta digitale restano affidate alle banche secondo un modello di depositi distribuiti.

La criptovaluta sarà gestita da una **società con sede nei Paesi Bassi** e sarà **supervisionata dalla Banca centrale olandese**, permetterà pagamenti e regolamenti quasi immediati e con costi contenuti, offrendo accesso continuo (24 ore su 24 e 7 giorni su 7) a **pagamenti transfrontalieri** rapidi ed efficienti e a pagamenti **programmabili**. Il progetto sarà operativo

nella **seconda metà del 2026** e vuole diventare lo standard europeo aggregando man mano altri soggetti.

Nonostante gli sviluppi in molti Paesi del mondo, rimangono alcune “questioni aperte” sulle criptovalute e *stablecoin*<sup>14</sup>. In particolare:

- pur essendo concepite per **mantenere un valore stabile**, in condizioni di *stress* finanziario o di disallineamento di mercato le *stablecoin* possono **perdere l’ancoraggio previsto**. È emblematico, in tal senso, il caso del collasso di **TerraUSD nel 2022**;
- in presenza di timori circa la loro stabilità, gli utenti possono procedere a **riscatti massivi**, analoghi a un “*bank run*”: in assenza di adeguate riserve liquide o di una struttura di garanzia solida, ciò può **compromettere la parità e minare la fiducia degli utilizzatori**;
- un’adozione estesa delle *stablecoin* come mezzo di pagamento alternativo può **incidere negativamente sull’efficacia della trasmissione della politica monetaria** da parte delle banche centrali;
- la natura transfrontaliera e l’elevata rapidità dei trasferimenti in *stablecoin* possono **complicare gli adempimenti fiscali e i presidi di antiriciclaggio** (AML), rendendo più complesso il monitoraggio delle transazioni.

### **3.2 LO STATO DELL’ARTE DELLA NORMATIVA EUROPEA SUI PAGAMENTI**

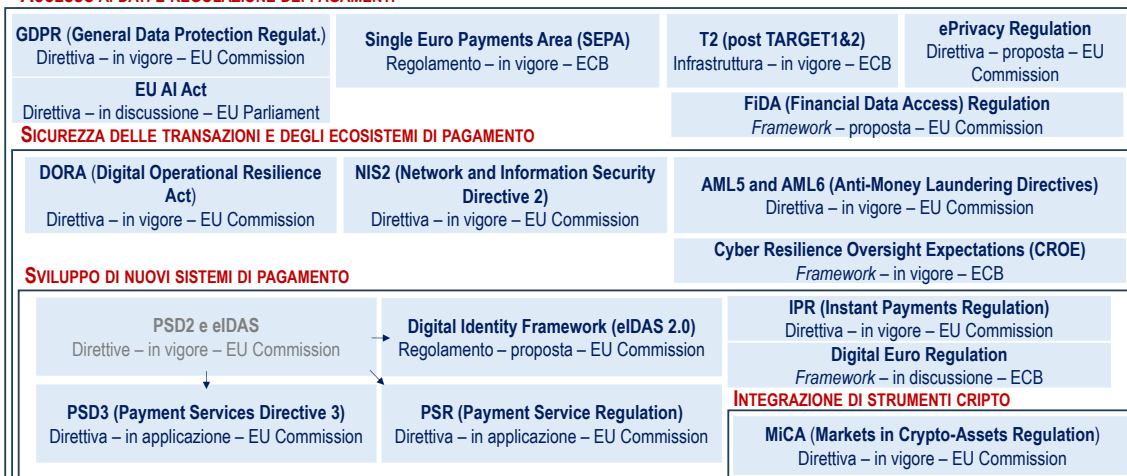
Nel settore dei pagamenti è in corso una fase di ridefinizione strutturale, spinta da un **pacchetto di riforme europee** che ne ridisegneranno gli equilibri nel medio termine. L’innovazione tecnologica e la spinta normativa stanno convergendo verso un obiettivo comune: la creazione di un **mercato più sicuro, aperto e competitivo**.

Al centro del dibattito emergono **quattro macro-ambiti interconnessi**, dove la sicurezza delle transazioni e l’accesso ai dati (*Open Finance*) rappresentano le fondamenta imprescindibili per ogni futura applicazione. Nel dettaglio, l’**accesso ai dati e la sicurezza dei pagamenti** si dimostrano le basi di tutte le normative.

---

<sup>14</sup> I rischi sopra richiamati riguardano in misura prevalente *crypto-asset* non collateralizzati o *stablecoin* prive di adeguati meccanismi di riserva e rimborso. Diverso è il caso degli *e-money token* (EMT) ancorati 1:1 a una valuta *fiat* che, grazie alla piena collateralizzazione e al diritto di rimborso al valore nominale, attenuano significativamente i rischi di perdita dell’ancoraggio, pur non eliminando del tutto i profili di rischio operativo, di liquidità e di *governance*.

### ACCESSO AI DATI E REGOLAZIONE DEI PAGAMENTI



**Figura 3.9** Normative in vigore e in via di sviluppo nell'Unione Europea (illustrativo), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Commissione Europea e Banca Centrale Europea, 2026.

In particolare, oltre al già discusso Euro digitale, si evidenziano **tre elementi** che potranno avere impatti significativi sugli sviluppi di medio termine del mercato dei pagamenti e dei servizi finanziari digitali in Europa:

1. **PSD3 e Payment Services Regulation (PSR):** nel 2024 è proseguito l'iter legislativo del nuovo pacchetto europeo sui servizi di pagamento, composto dalla **Payment Services Directive 3 (PSD3)** e dalla **Payment Services Regulation (PSR)**, proposte dalla Commissione europea nel 2023 e oggetto di negoziati tra Parlamento e Consiglio nel corso del 2024–2025. La riforma mira a:
  - a. rafforzare la tutela dei consumatori contro frodi e *social engineering*;
  - b. migliorare la trasparenza delle commissioni;
  - c. armonizzare ulteriormente le regole tra Stati membri;
  - d. consolidare e ampliare il modello di **Open Banking** verso una prospettiva di **Open Finance**, in coordinamento con la proposta di regolamento **FiDA (Financial Data Access Regulation)**.

Una novità rilevante è il **rafforzamento degli obblighi di autenticazione (SCA - Strong Customer Authentication)** e delle responsabilità degli intermediari in caso di frode, con maggiore chiarezza sulla ripartizione degli oneri tra prestatori di servizi e utenti. La PSR, essendo un regolamento direttamente applicabile, **ridurrà le frammentazioni** nazionali che si erano manifestate con l'attuazione della PSD2. Nel complesso, PSD3 e PSR segnano il passaggio da una disciplina focalizzata sull'abilitazione dell'*open banking* a un sistema più maturo, orientato a **resilienza, protezione e interoperabilità**.

2. **Markets in Crypto-Assets Regulation (MiCA):** il regolamento **MiCA (Markets in Crypto-Assets)**, pubblicato nel giugno 2023 ed entrato progressivamente in applicazione tra il 2024 e il 2025, costituisce il primo quadro organico europeo per la disciplina delle crypto-attività. Nel dettaglio:
  - a. introduce un regime **autorizzativo** per i Crypto-Asset Service Providers (CASP);

- b. disciplina in modo specifico le *stablecoin* (*asset-referenced tokens* ed *e-money tokens*);
- c. impone **requisiti prudenziali**, di governance e di riserva;
- d. coordina gli **obblighi antiriciclaggio** con il nuovo pacchetto AML europeo.

Con l'entrata in applicazione completa, il mercato europeo delle cripto-attività sta attraversando una fase di **consolidamento**, con adeguamenti organizzativi significativi per gli operatori.

**3. Instant Payments Regulation e riforma dei bonifici istantanei:** un terzo elemento di forte impatto è rappresentato dalla nuova disciplina europea sui **pagamenti istantanei in Euro**, adottata nel 2024 attraverso la modifica del regolamento SEPA (Regolamento UE sui bonifici e addebiti diretti).

La nuova normativa impone obblighi vincolanti a tutti i prestatori di servizi di pagamento nell'area Euro, introducendo cambiamenti strutturali per banche, imprese e cittadini:

- **obbligo di offerta dei bonifici istantanei:** le banche dell'area Euro devono essere in grado di ricevere e inviare bonifici istantanei in Euro 24/7, 365 giorni l'anno, con accredito entro 10 secondi;
- **parità di prezzo con i bonifici ordinari:** uno dei cambiamenti più rilevanti è il divieto di applicare commissioni superiori rispetto ai bonifici tradizionali. Questo elimina la barriera di costo che finora ha limitato la diffusione degli *instant payments* per famiglie e PMI;
- **verifica obbligatoria del beneficiario (IBAN-name check):** gli istituti dovranno implementare un sistema di verifica preventiva della corrispondenza tra IBAN e nome del beneficiario prima dell'esecuzione del pagamento, con l'obiettivo di ridurre il rischio di frodi e di pagamenti errati;
- **controlli su liste sanzionatorie in tempo reale:** la normativa semplifica ma rafforza i controlli sulle sanzioni internazionali, prevedendo verifiche mirate piuttosto che *screening* su ogni singola transazione, con l'obiettivo di mantenere la **rapidità** del pagamento istantaneo;
- **impatti sistemici e concorrenziali:** la diffusione obbligatoria dei bonifici istantanei ridisegna l'equilibrio competitivo nel mercato dei pagamenti.

La riforma rappresenta un passaggio strategico per l'**autonomia dei pagamenti europei**, in parallelo con l'Euro digitale, e contribuisce a rendere il bonifico istantaneo un'infrastruttura di base universale, non più un servizio *premium*.

## **Instant Payments e CBI Name Check: innovazione e prevenzione delle frodi nel nuovo quadro europeo**

Il Regolamento (UE) 2024/886 sui pagamenti istantanei (Instant Payments Regulation – IPR), pubblicato il 19 marzo 2024 ed entrato in vigore l'8 aprile 2024, rappresenta un **passaggio decisivo** nel processo di modernizzazione dei pagamenti europei. L'obiettivo è rendere i **bonifici istantanei** in Euro lo *standard* di mercato in tutta l'Unione Europea, garantendo trasferimenti di denaro in massimo 10 secondi, 24 ore su 24, 7 giorni su 7, anche per operazioni transfrontaliere.

Il percorso di attuazione si è sviluppato in due fasi: dal 9 gennaio 2025 i PSP (Payment Service Provider) dell'Area Euro sono obbligati a garantire la ricezione dei bonifici istantanei; dal 9 ottobre 2025 è scattato anche l'obbligo di offrire il servizio di invio. Contestualmente è diventato operativo il servizio di **Verification of Payee** (VoP), che consente di verificare gratuitamente la **corrispondenza tra IBAN e nome del beneficiario** prima dell'esecuzione del pagamento. Il sistema restituisce esiti chiari (corrispondenza esatta, parziale, assente o impossibilità tecnica di verifica), lasciando comunque al pagatore la decisione finale sull'esecuzione dell'operazione.

I **benefici** sono significativi **sia per i cittadini sia per le imprese**: maggiore sicurezza contro frodi e truffe, riduzione degli errori nei pagamenti, certezza dell'accredito immediato, migliore gestione della liquidità e maggiore efficienza operativa. Per le aziende è inoltre possibile effettuare **verifiche massive su liste di beneficiari** (VoP bulk), con esiti puntuali per ciascuna disposizione, e verificare anche i nomi commerciali (*trade names*), elemento particolarmente rilevante nei rapporti B2B.

In questo contesto, **CBI** ha svolto un ruolo centrale nell'ecosistema italiano ed europeo. Attraverso il **servizio CBI Name Check**, ha messo a disposizione una soluzione di **Verification of Payee interoperabile e conforme** agli standard definiti dallo European Payments Council, ottenendo la **qualifica di RVM** (*Routing and Verification Mechanism*). Ciò ha consentito ai PSP aderenti di essere pronti in anticipo rispetto alla scadenza normativa, garantendo sicurezza, scalabilità e integrazione europea.

La soluzione CBI ha registrato un'**ampia adesione nel sistema bancario italiano**, assicurando un'elevata raggiungibilità degli IBAN domestici e un progressivo ampliamento della copertura europea. CBI ha svolto un'intensa **attività di coordinamento operativo**, formazione e supporto h24 per l'integrazione tecnica dei propri aderenti. Inoltre, per diffondere consapevolezza sui vantaggi della verifica preventiva e sull'importanza della sicurezza nei pagamenti digitali, CBI ha lanciato una campagna di comunicazione rivolta a banche, imprese e cittadini, che ha raggiunto tra tutti i canali oltre **5 milioni di contatti**.

*Fonte: elaborazione TEHA Group su dati CBI, 2026.*

In generale, quando si affronta il **tema della sicurezza delle transazioni digitali**, è difficile individuare dati puntuali e "**localizzabili**" sugli investimenti sostenuti dai singoli operatori, soprattutto perché gran parte delle spese in *cybersecurity*, antifrode e resilienza infrastrutturale rientra in piani industriali più ampi e spesso non viene dettagliata pubblicamente. Tuttavia, al di là della misurabilità puntuale delle singole voci di spesa, è evidente che **la sicurezza rappresenta oggi una priorità strategica condivisa da tutta l'industria dei pagamenti**.

La **centralità della sicurezza è rafforzata** da un contesto regolamentare europeo che negli ultimi anni si è significativamente intensificato, come sopradescritto. In questo contesto, la dimensione degli investimenti diventa un elemento cruciale. I circuiti internazionali e i grandi operatori globali **beneficiano di economie di scala**: l'investimento in una nuova tecnologia

antifrode o in un'infrastruttura di sicurezza su un circuito genera benefici distribuiti su tutta la rete di accettazione e sugli emittenti collegati.

Si tratta di un **effetto di rete: il rafforzamento di un singolo nodo** (ad esempio tramite nuovi algoritmi di rilevazione delle frodi o aggiornamenti dei protocolli di sicurezza) **accresce la protezione dell'intero ecosistema**. Questo meccanismo rende la sicurezza non solo un costo, ma un **investimento sistemico che migliora la fiducia complessiva nel mezzo di pagamento**. Per restare al passo con minacce in continua evoluzione – *phishing* avanzato, *social engineering*, frodi su pagamenti istantanei, attacchi informatici su larga scala – è necessario un livello di spesa continuativo e crescente, che solo modelli industriali scalabili possono sostenere con efficacia.

Un contributo particolarmente rilevante al rafforzamento della sicurezza delle transazioni è rappresentato dalla **tokenizzazione delle carte**. La tokenizzazione sostituisce il numero reale della carta (PAN – *Primary Account Number*) con un “**token**” **digitale** generato in modo univoco per uno specifico dispositivo, esercente o contesto di utilizzo. In caso di intercettazione dei dati, il *token* risulta inutilizzabile al di fuori dell'ambito per cui è stato creato, riducendo drasticamente il rischio di frodi e riutilizzi indebiti. Tutti i principali circuiti internazionali hanno avviato **piani di roll-out estesi**, con l'obiettivo di rendere la tokenizzazione lo *standard* di fatto per i pagamenti digitali, in particolare per *wallet* mobili, *e-commerce*, pagamenti ricorrenti e transazioni *contactless*.

In conclusione, la sicurezza delle transazioni costituisce una **priorità trasversale per l'intera industry dei pagamenti**, sostenuta da un quadro normativo europeo sempre più esigente e da un'evoluzione tecnologica continua.

### **3.3 SFIDE E OPPORTUNITÀ DELLA MOBILITÀ SMART E I GRANDI EVENTI COME CASO CROSSOVER TRA MOBILITÀ E TURISMO**

La Community attenziona da tempo il tema della mobilità, anche tramite proposte e iniziative concrete. In particolare, tra queste rientrano:

- proposte volte a potenziare l'**implementazione** di strumenti di **pagamento digitale** nel trasporto pubblico locale. In particolare si evidenzia la collaborazione con il **Comune di Firenze** nella definizione di **linee guida** finalizzate a rendere operativi i **pagamenti cashless sul TPL cittadino**;
- introduzione di **modalità di pagamento cashless** e tracciabili per **l'acquisto di carburante**, al fine di consentire la fruizione della relativa **deducibilità**.

### 3.3.1 LA MOBILITÀ IN ITALIA E I PAGAMENTI CASHLESS

Il settore della **mobility** in Italia si stima valga oltre **50 miliardi di Euro**<sup>15</sup> e di questi il **30%** è attribuibile alla **mobilità urbana** e il **70%** alla **mobilità extraurbana**. Inoltre, secondo la nuova **survey ai cittadini 2026** effettuata dalla Community Cashless Society, il **68%** dei pagamenti della **mobilità urbana** e l'**82%** di quella **extraurbana** sono effettuati tramite **strumenti cashless**.



**Figura 3.10** Il mercato della *Mobility* in Italia (illustrativo), 2026. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Isfort Audimob, MIT, Legambiente Rapporto Pendolaria, Istat e Osservatori.net digital innovation, 2026.

In particolare, durante i lavori di questa undicesima edizione sono state individuate **due tematiche aperte** sul fronte della mobilità urbana – e in particolare della **sosta**:

1. la possibilità di riconoscere come **deducibili i costi di parcheggio** sostenuti in trasferta, se documentati in modo trasparente e pagati attraverso **strumenti di pagamento cashless**;
2. l'introduzione di **incassi digitali tracciabili** per gestire in modo automatico e trasparente i casi di **mancato o parziale pagamento della sosta**, riducendo le incertezze amministrative e migliorando l'efficienza complessiva del sistema.

Riguardo al **primo punto**, oggi le **spese per la sosta** vengono considerate «**accessorie**» e non sono equiparate a quelle di vitto, alloggio e trasporto: **la Normativa TUIR** distingue tra **spese essenziali**, direttamente funzionali all'attività (appunto vitto, alloggio, trasporto) e **accessorie o discrezionali** (come quella per il parcheggio), ritenendo le prime più facilmente riconducibili all'esercizio di una prestazione.

A partire dal 1° gennaio 2025, la normativa fiscale italiana prevede che i costi sostenuti per vitto, alloggio e viaggio siano deducibili/rimborsabili quando sono **inerenti all'attività svolta fuori sede, adeguatamente documentati** e pagati con **strumenti di pagamento cashless**. I **costi di parcheggio** invece non sono sempre esplicitamente riconosciuti come deducibili in

<sup>15</sup> Il valore del mercato della mobilità per il 2025 è stato calcolato a partire dai dati relativi al 2022 comunicati dal report del Politecnico di Milano, che indicano un valore complessivo delle diverse categorie di mobilità in Italia pari a 32,7 miliardi di Euro. A questo dato è stata applicata la proiezione di crescita basata sull'andamento osservato nel periodo post-pandemia, tenendo conto delle dinamiche di recupero e sviluppo dei settori coinvolti.

modo equiparabile alle spese essenziali, perché sono spese minori e frammentate e con **maggiore difficoltà di standardizzazione e controllo**.

Alla luce delle stime contenute nella **relazione tecnica della Legge di Bilancio 2025** dove viene riportato che le maggiori entrate derivanti dalla completa digitalizzazione dei pagamenti di parcheggio (così come vitto, alloggio, viaggio e trasporto effettuato tramite taxi/ncc), potranno comportare **maggiori entrate tributarie** per oltre **€430 milioni** nel **2026** e circa **€250 milioni** nel **2027**<sup>16</sup>, diventa quindi coerente la proposta della Community di introduzione della **deducibilità anche per i pagamenti per la sosta a condizione che siano effettuati tramite strumenti di pagamento cashless**.

Per quanto riguarda il secondo punto, ovvero la **ripartizione delle multe tra tariffa dovuta e sanzione per il mancato pagamento del parcheggio**, con la **modifica dell'art. 7 del Codice della Strada**, se un utente non paga (o paga solo in parte) la sosta, oltre alla multa deve pagare anche un **importo pari alla tariffa dovuta per l'intero periodo tariffato di quel giorno**, ovvero si recupera anche la «tariffa evasa».

All'inizio si è interpretato che la **tariffa non pagata diventasse parte della sanzione** e quindi avrebbe seguito le **regole delle multe** (sconti/pagamento ridotto, gestione pubblica dei proventi) e **non sarebbe stata più un incasso tariffario del gestore**. Dopo l'intervento delle associazioni di categoria, il MIT (Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti) **ha chiarito che tariffa e sanzione vanno tenute separate**: gli sconti o le regole della multa non devono ridurre la tariffa da recuperare, che va calcolata a parte.

Resta però al **Comune** decidere, tramite convenzioni con il gestore, le modalità operative: la divisione tra **quota tariffaria e quota sanzionatoria**, come e chi **rendiconta gli importi**, e le responsabilità operative verso gli utenti. La Community sostiene in questo caso la proposta di **adozione**, a **livello comunale**, di un modello operativo uniforme per la gestione dei casi di mancato o parziale pagamento della sosta, fondato sulla **distinzione tra quota sanzionatoria e quota tariffaria** basato interamente su **sistemi digitali tracciabili**.

### **3.3.2 I PAGAMENTI CASHLESS NEI GRANDI EVENTI**

In questa edizione, alla luce dello svolgimento dei Giochi Olimpici Invernali di Milano-Cortina tenutisi dal 6 al 22 febbraio e dei Giochi Paralimpici Invernali tenutisi dal 6 marzo al 15 marzo la Community ha deciso di approfondire il tema della digitalizzazione dei pagamenti nella mobilità ma anche nel turismo come **componente infrastrutturale essenziale per la buona riuscita di un grande evento**, essendo in grado di legare esperienza del pubblico, efficienza operativa dello *staff* e risultati economici.

---

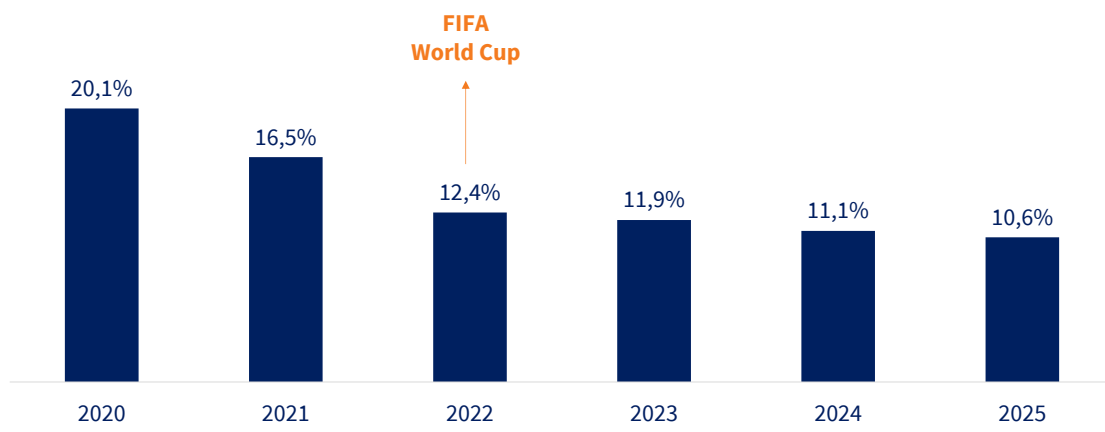
<sup>16</sup> Ai fini del calcolo del recupero di gettito dall'evasione, la relazione tecnica stima una propensione all'evasione di alberghi e ristoranti del 20,9% e di taxi e noleggi con conducente del 49,8%.

PER GLI ESERCENTI	PER I VISITATORI
 <b>Maggiore velocità nelle transazioni:</b> si abbattano code e congestioni nei momenti di picco	 <b>Comodità:</b> i pagamenti digitali sono rapidi e facili
 <b>Miglior sicurezza e controllo:</b> meno errori di cassa e minori rischi di gestione fisica del denaro	 <b>Sicurezza:</b> evitare il contante riduce il rischio di smarrirlo o di essere derubati
 <b>Contabilità semplificata:</b> i pagamenti <i>cashless</i> forniscono tracciabilità automatica	 <b>Abilitazione ai servizi digitali:</b> nuove opportunità per interazioni personalizzate
 <b>Accesso a nuovi clienti:</b> le soluzioni <i>cashless</i> attraggono visitatori internazionali	 <b>Maggiore inclusività:</b> i clienti stranieri non devono più preoccuparsi di ritirare o cambiare valuta

**Figura 3.11** I vantaggi per l’offerta e la domanda nell’adozione di soluzioni di pagamento *cashless* durante i grandi eventi (illustrativo). *Fonte: elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2026.*

In particolare, andando ad analizzare evidenze empiriche già consolidate, la **FIFA World Cup 2022** in Qatar ha dimostrato come i grandi eventi accelerano l’adozione del *cashless*, lasciando un’eredità duratura per il territorio. Dal 20 novembre al 18 dicembre 2022 il Qatar ha ospitato i mondiali di calcio (**FIFA World Cup**) attirando oltre **1,4 milioni di visitatori internazionali**. Per l’occasione sono stati installati oltre **5.300 terminali** nei luoghi dell’evento che hanno incentivato l’adozione dei pagamenti *contactless*. I tifosi hanno apprezzato il pagamento con un semplice “tap” nelle sedi FIFA e hanno speso il **39% in più** rispetto al FIFA 2018 e il **300% in più** rispetto a FIFA 2014. L’**89%** di tutte le **transazioni** nelle sedi è stato effettuato utilizzando la tecnologia **contactless** e ad oggi l’**86%** dei **commercianti del Qatar** ritiene **indispensabile l’accettazione digitale**. Inoltre, il **92% degli acquisti con carta** nell’aprile 2025 è stato effettuato **senza contatto**, a dimostrazione del fatto che **le infrastrutture dei mega-eventi lasciano un effetto duraturo sul commercio**.

A riprova di ciò, nel 2022 il Qatar ha riportato una riduzione di **4,1 punti percentuali** nel **Cash Intensity Index** della Community, l’Indice proprietario di TEHA che rapporta il contante in circolazione in un determinato Paese al proprio PIL. Nell’ultimo triennio il rapporto ha continuato la sua discesa arrivando fino a 10,6% e rendendo evidente il ruolo di acceleratore del Mondiale di Calcio del 2022 per il dimezzamento del peso del contante sul PIL nel Paese negli ultimi 6 anni.



**Figura 3.12** Cash Intensity delle transazioni in Qatar (transato *cash*/PIL), 2020-2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2026.

In questo contesto, quindi, le **Olimpiadi di Milano-Cortina 2026** costituiscono un **acceleratore** per l'adozione e il potenziamento dei sistemi di **pagamento digitale** nelle imprese.

In **Lombardia, Veneto e Trentino-Alto Adige** l'appuntamento olimpico è stato interpretato come un **catalizzatore di cambiamento**, anche in ottica di **digitalizzazione** dei **pagamenti**. In particolare:

- l'**84%** delle PMI ritiene che Milano-Cortina 2026 porterà con sé interventi di riqualificazione urbana, miglioramenti nelle aree periferiche e un **potenziamento della mobilità**;
- per il **53%** degli imprenditori il **rafforzamento dei sistemi di pagamento digitali** rappresenta oggi una priorità.
- oltre il **90%** delle imprese intervistate riporta che i visitatori hanno preferito **soluzioni cashless**, una percentuale che sale al **98% nella ristorazione** e al **97% nei servizi di trasporto locale**.
- **1 azienda su 3** offre **almeno un servizio digitale**, dalle prenotazioni *online* ai pagamenti elettronici, fino a sistemi di fatturazione integrata, *cashback* o sconti legati all'uso di strumenti digitali.



**Figura 3.13** Previsione dell’impatto sui flussi turistici delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026 nelle Regioni ospitanti (val. assoluto e var.%), febbraio 2026 e crescita vs. febbraio 2023. *Fonte: elaborazione TEHA Group su dati ISNART, 2026.*

Emerge quindi con chiarezza come la **diffusione delle soluzioni cashless** non rappresenti soltanto un’evoluzione tecnologica nei sistemi di pagamento, ma un vero e proprio **fattore abilitante per la qualità dell’esperienza**, la sicurezza e lo sviluppo economico dei territori coinvolti in grandi eventi e flussi di mobilità.

In primo luogo, l’adozione di strumenti di pagamento digitali contribuisce in modo significativo a **migliorare l’esperienza dei visitatori**. La possibilità di effettuare pagamenti rapidi e *contactless* – tramite carte, *wallet* digitali o dispositivi mobili – riduce i tempi di attesa, semplifica le operazioni di acquisto e limita la necessità di prelevare contanti prima o durante l’evento. Questo aspetto è particolarmente rilevante in **contesti ad alta affluenza**, dove la velocità delle transazioni incide direttamente sulla gestione dei flussi e sulla percezione complessiva dell’organizzazione.

In secondo luogo, la digitalizzazione dei pagamenti rafforza la **trasparenza e la tracciabilità delle transazioni**. Nei grandi eventi – sportivi, culturali, fieristici o religiosi – la gestione di elevati volumi di spesa in tempi concentrati richiede strumenti in grado di garantire controllo, monitoraggio e rendicontazione. I pagamenti elettronici permettono di ridurre il rischio di frodi e comportamenti opportunistici, favorendo un **ecosistema più regolato e affidabile**. Al tempo stesso, la disponibilità di dati aggregati e anonimizzati consente di costruire un **quadro più chiaro dell’impatto economico dell’evento sul territorio**: analisi dei flussi di spesa, distribuzione geografica dei consumi, settori maggiormente coinvolti, picchi temporali. Queste informazioni diventano fondamentali per valutare l’efficacia delle politiche pubbliche, misurare il ritorno sugli investimenti e pianificare future iniziative.

Infine, la digitalizzazione dei servizi e dei pagamenti legata all’organizzazione dei grandi eventi assume una valenza strategica in **termini di legacy**. Le infrastrutture tecnologiche implementate per **gestire picchi di domanda** – reti di accettazione, sistemi di bigliettazione elettronica, integrazione tra trasporti e servizi di pagamento, piattaforme di prenotazione e accesso digitale – non esauriscono la propria utilità con la conclusione dell’evento, ma possono diventare un **patrimonio permanente per il territorio**. L’innalzamento degli *standard* digitali, la diffusione di competenze tra operatori economici e amministrazioni

locali, l'abitudine dei cittadini e dei visitatori a utilizzare strumenti *cashless* contribuiscono a rafforzare la competitività e l'attrattiva della destinazione nel medio-lungo periodo.

## CAPITOLO 4

### LE PROPOSTE DI POLICY 2026 DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY

Dopo aver illustrato nei precedenti Capitoli i risultati dell'Osservatorio nazionale e internazionale della Community, i risultati delle *survey* ai cittadini, agli esercenti e alle aziende e i principali *use case* nel mondo dei pagamenti in Italia, il presente Capitolo si propone di portare a sistema i vari elementi individuati e delineare le proposte d'azione dell'undicesima edizione della Community. In particolare, sono illustrati di seguito i **benefici sistemici** di una *Cashless Society* per il Paese, la rilevanza economico-sociale della **filiera cashless**, il **progress report** della Community e le **proposte di policy** per l'edizione 2025/2026.

#### 4.1 PERCHÉ È IMPORTANTE PER IL PAESE FAVORIRE LA CASHLESS SOCIETY: L'INDICE DEI BENEFICI

A partire dalla sesta edizione, la **Community Cashless Society** ha **ampliato l'Osservatorio** introducendo, accanto agli indici "tradizionali", un **ulteriore strumento di lettura**: l'Indice dei benefici economici. L'indice misura le **esternalità positive generate** per la collettività dalla transizione verso i pagamenti *cashless* e, in continuità con l'obiettivo di promuovere **consapevolezza e cultura** sui vantaggi della Cashless Society, è stato aggiornato anche nell'**undicesima edizione**.

Gli obiettivi dell'indicatore restano invariati:

- mappare le principali **esternalità positive attivate** dalla transizione *cashless* in Italia;
- costruire un **indicatore complessivo**, aggiornabile nel tempo, in grado di valorizzare su base annuale le esternalità positive economiche, sociali e ambientali associate al percorso verso la Cashless Society;
- mettere a disposizione uno strumento che permetta di **evidenziare il contributo dei pagamenti cashless alla resilienza del sistema economico nazionale**.

L'indicatore si sviluppa lungo **6 principali esternalità positive** attivate dalla diffusione di pagamenti *cashless*:

- riduzione del **costo della gestione e circolazione del contante**;
- **sicurezza** delle transazioni;
- equità dei contribuenti (emersione dell'**economia sommersa**);
- stimolo allo **sviluppo economico**;
- **tempo risparmiato**;
- **sostenibilità ambientale**;

A livello metodologico, la costruzione dell'indicatore ha richiesto i seguenti passaggi metodologici per ognuna delle dimensioni considerate:

- **riduzione del costo della gestione e circolazione del contante**: è stato preso in considerazione il costo sociale del contante associato ad ogni transazione secondo le

stime fornite dall'ultima rilevazione di Banca d'Italia (giugno 2025), pari a 0,33 centesimi di Euro, ed è stato applicato allo scenario di reale aumento di transazioni *cashless pro-capite* annuali nel periodo di riferimento;

- **sicurezza delle transazioni:** è stato preso in considerazione il numero annuo di banconote contraffatte e il relativo valore in Euro dal 2015 al 2023. Assumendo che le transazioni con contante contraffatto vengano ridotte a seguito di un aumento delle transazioni *cashless*, è possibile stimare il valore economico che non andrebbe perso;
- **equità dei contribuenti (emersione dell'economia sommersa e recupero IVA):** muovendo dalle stime di TEHA Group dell'impatto dell'incremento del numero di transazioni *pro-capite* con carta di pagamento sulla riduzione del sommerso e sull'IVA recuperata, è possibile associare ad ogni aumento unitario di transazioni *pro-capite cashless* un beneficio economico sulle due dimensioni;
- **stimolo allo sviluppo economico:** è stata presa in considerazione la relazione tra i valori di ricavi della filiera *cashless* e il numero di transazioni *pro-capite* con carta di pagamento. In tal senso, ogni transazione *cashless* attiva un determinato valore economico all'interno della filiera (pari a circa 0,6 Euro per singola transazione);
- **tempo risparmiato:** secondo precedenti stime di TEHA Group, ogni transazione unitaria *cashless* permetterebbe di risparmiare 25 secondi rispetto ad una transazione unitaria con contanti, assumendo che il pagamento *cashless* avvenga in *store* fisici. Applicando il reale aumento di transazioni *cashless pro-capite* annue negli anni di riferimento (2015-2023) e calcolando la retribuzione oraria mediana a livello italiano (pari a 11,25 Euro), è stato possibile stimare il valore economico associato al tempo risparmiato dell'aumento reale dei pagamenti *cashless* negli ultimi 9 anni;
- **sostenibilità ambientale**<sup>17</sup>; ogni singola transazione *cashless* abilita un risparmio di emissioni di CO<sub>2</sub> rispetto a una singola transazione in contanti pari a -72%. Applicando al totale delle emissioni di CO<sub>2</sub> evitate il costo sociale di una tonnellata di CO<sub>2</sub> pari a 195 Euro<sup>18</sup>, si ottiene il controvalore economico della maggiore sostenibilità abilitata dal *cashless* rispetto al contante.

---

<sup>17</sup> Si rimanda al paragrafo 4.2 del presente Capitolo per ulteriori approfondimenti.

<sup>18</sup> Fonte: Rennert, K., Errickson, F., Prest, B.C. *et al.* Comprehensive evidence implies a higher social cost of CO<sub>2</sub>. *Nature* 610, 687–692 (2022).



**Figura 4.1** Dimensioni delle esternalità positive considerate nell'Indice dei benefici economici della *Cashless Society*. Fonte: elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2026.

L'indicatore fornisce una visione di sintesi sul **valore economico delle esternalità positive** generate dall'aumento delle transazioni *cashless*. Negli ultimi **10 anni** (dal 2015, da quando è nata la Community, al 2025) le **esternalità positive della transizione *cashless*** in Italia ammontano a **55,4 miliardi** di Euro pari a circa x2,5 il valore della Legge di Bilancio di dicembre 2025.

Per l'edizione di quest'anno si è inoltre voluto stimare l'ordine di grandezza dei **benefici potenzialmente generabili nel periodo 2026–2030**, attraverso **due scenari** alternativi:

- **Scenario 1 (trend attuale):** i benefici abilitati dal *cashless* sono stimati assumendo un tasso di crescita delle transazioni *pro-capite* (variabile di *input* della stima) allineato **all'andamento recente**, pari al tasso medio annuo di crescita composto degli ultimi tre anni.
- **Scenario 2 (convergenza ai best performer):** i benefici sono stimati ipotizzando che l'Italia raggiunga entro il 2030 la **media delle transazioni *pro-capite* dei tre migliori performer del 2024 in UE-27** (Irlanda, Finlandia e Danimarca), pari a **487 transazioni pro-capite** (vs 181 in Italia).

I risultati evidenziano benefici rilevanti in entrambi i casi. Nel primo scenario, mantenendo i tassi di crescita attuali, entro il 2030 verrebbero generati **€27,4 miliardi aggiuntivi**, un valore pari a circa due volte il costo previsto per il **Ponte sullo Stretto di Messina**<sup>19</sup>. Contestualmente, si otterrebbe un risparmio di circa **152 mila tonnellate di CO<sub>2</sub>**, equivalente alle emissioni annue di circa **100.000 automobili**.

Nel secondo scenario, ipotizzando la **convergenza ai livelli dei best performer**, i benefici raggiungerebbero ordini di grandezza significativamente superiori: circa **€123 miliardi** a livello nazionale (paragonabili al PIL della Slovacchia<sup>20</sup>) e un risparmio di circa **680 mila tonnellate di CO<sub>2</sub>**, equivalente alle emissioni annue di circa **450.000 automobili**

<sup>19</sup> Sono stimati 13,5 miliardi di Euro

<sup>20</sup> Pari a circa 130 miliardi di Euro nel 2024.

## 4.2 LA RILEVANZA ECONOMICO-SOCIALE DELLA FILIERA *CASHLESS* IN ITALIA E IL SUO RUOLO PER LA DIFFUSIONE DI UNA CULTURA DIGITALE

### 4.2.1 OBIETTIVI, STRUTTURA E METODOLOGIA

Oltre ai benefici a livello sistemico che la *Cashless Society* genera per il sistema-Paese, va sottolineata anche la rilevanza della **filiera industriale dei pagamenti *cashless***, che comprende le fasi della catena del valore sottostante alla transazione elettronica e l'ecosistema dei servizi digitali a supporto.

Anche quest'anno, infatti, The European House - Ambrosetti ha aggiornato i **numeri chiave della filiera *cashless* in Italia**, ricostruita per la prima volta dalla Community nel 2018. Nel dettaglio, gli obiettivi della ricostruzione della catena del valore estesa della *Cashless Society* in Italia sono di carattere duplice: **i)** mappare e monitorare la base industriale e tecnologica «*cashless*» presente in Italia; **ii)** qualificare il ruolo della filiera e dimensionarne il valore attuale.

Il perimetro della ricostruzione include tutti i servizi e gli attori operanti lungo la **filiera estesa della *Cashless Society***. Di conseguenza, le aree principalmente approfondite sono monetica e pagamenti digitali, *fintech*, infrastrutture digitali (es. banda larga, POS, ecc.).

Andando nel dettaglio dei **passaggi metodologici** seguiti per la ricostruzione della filiera, il primo ha riguardato l'individuazione dei **settori coinvolti** all'interno della filiera *cashless* estesa attraverso la classificazione in codici ATECO di Istat<sup>21</sup>, seguita dalla cernita delle aziende italiane e straniere basate in Italia attinenti alla filiera *cashless* estesa e dall'analisi dei loro bilanci svolta attraverso il *database* Aida – Moody's Analytics. L'analisi dei bilanci ha un carattere fortemente quantitativo, al fine di indagare i principali **risultati economici** (numero di aziende, fatturato e valore aggiunto) ed **occupazionali**.

Un ultimo aspetto che occorre sottolineare in questa sede riguardo la ricostruzione della filiera è il ricorso a differenti metodologie per la definizione del «**coefficiente *cashless***», ovvero quel valore assegnato a ciascun macro-gruppo di appartenenza delle aziende della filiera al fine di considerare la quota dei risultati economici ed occupazioni legati ai pagamenti elettronici:

---

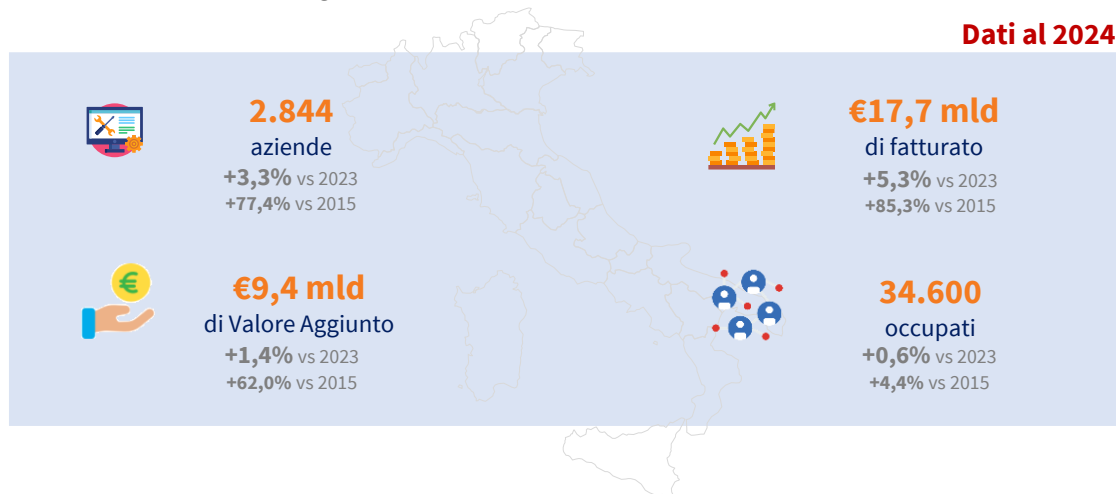
<sup>21</sup> Fabbricazione di altri articoli in materie plastiche; Fabbricazione di altri componenti elettronici; Commercio all'ingrosso di computer, apparecchiature informatiche periferiche e di *software*; Produzione di *software* non connesso all'edizione; Gestione di strutture e apparecchiature informatiche *hardware - housing* (esclusa la riparazione); Elaborazione dati; Gestione *database* (attività delle banche dati); *Hosting* e fornitura di servizi applicativi (ASP); Riparazione e manutenzione di computer e periferiche; Telecomunicazioni; Intermediazione monetaria di istituti monetari diverse dalle Banche centrali; Imprese di gestione esattoriale; Istituti di moneta elettronica (Imel); Altre attività creditizie; Attività di gestione ed elaborazione di pagamenti tramite carta di credito; Attività di Bancoposta; Servizi di trasferimento di denaro (*money transfer*); Altri servizi di sostegno alle imprese.

- **Banche ed Istituzioni finanziarie:** individuazione della percentuale massima di commissione interbancaria per operazione prevista per legge e calcolo del fatturato generato dal canone annuo delle carte di pagamento e dalla vendita di POS (6,9%)<sup>22</sup>;
- **Sviluppatori di hardware e software:** individuazione del fatturato delle aziende controllate esclusivamente collegate alla *Cashless Society* e calcolo della percentuale sul fatturato totale delle capogruppo (5%);
- **Telecomunicazioni:** individuazione del fatturato delle aziende controllate esclusivamente collegate ai pagamenti *mobile* e calcolo della percentuale sul fatturato totale delle capogruppo (0,02%).

Tali passaggi metodologici hanno portato la Community a poter disporre dell'**unico database** in Italia con dati economici pluriennali della filiera estesa della *Cashless Society*, per un totale di oltre **2.800 aziende** (di cui sono stati ricostruiti i bilanci e le informazioni relative a fatturato, valore aggiunto e occupati) e **oltre 1,5 milioni di osservazioni** lungo un **orizzonte temporale di 13 anni** (2012-2024).

#### 4.2.2 I RISULTATI DELL'AGGIORNAMENTO DEI VALORI ECONOMICI E SOCIALI DELLA FILIERA CASHLESS IN ITALIA

L'aggiornamento dei valori della filiera *cashless* in Italia ha permesso ancora una volta di mettere in luce la sua rilevanza economico-sociale per il sistema-Paese, in crescita anno su anno e nel decennio 2015-2024. Nel dettaglio, al 2024 in Italia tale filiera è costituita da **2.844 aziende** (+3,3% vs. 2023 e +77,4% vs. 2015), che generano **17,7 miliardi di Euro di fatturato** (+5,3% vs. 2023 e +85,3% vs. 2015), **9,4 miliardi di Euro di Valore Aggiunto** (+1,4% vs. 2023 e +62,0% vs. 2015) e sostengono oltre **34.600 occupati** (+0,6% vs. 2023 e +4,4% vs. 2015).

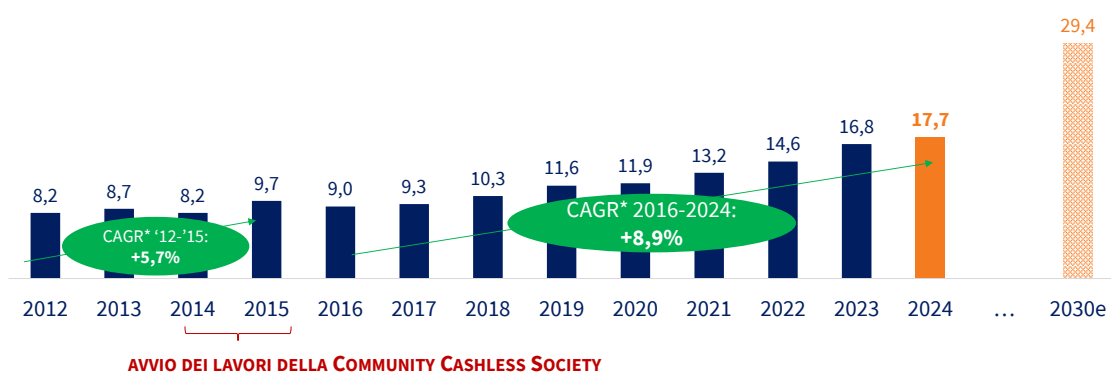


**Figura 4.2** Quadro della filiera *cashless* in Italia (e confronti anno su anno e decennio), 2024. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat e AIDA – Moody's Analytics, 2026.

<sup>22</sup> Sono stati considerati i seguenti canoni medi annui: 40 Euro per le carte di credito, 15,5 Euro per le carte di debito e 15 Euro per le carte prepagate. Ciascun canone medio è stato poi moltiplicato per il rispettivo numero di carte in circolazione in Italia.

La filiera *cashless* ha una **dimensione economica comparabile** (e spesso superiore) rispetto a filiere “iconiche” del *Made in Italy*, distinguendosi soprattutto per capacità di generare valore. Nel 2024 il *cashless* in termini di **fatturato** supera l’industria del vino (€11,8 mld, x1,5), quella delle calzature (€14,9 mld, x1,2), ed è nettamente sopra la farmaceutica di base (€6,7 mld, x2,6). Il vero elemento distintivo è però il **Valore Aggiunto**, dove il *cashless* risulta molto più “*value intensive*”: x4,9 rispetto all’industria del vino (€1,9 mld), x4,2 rispetto alla farmaceutica di base (€2,2 mld) e x2,2 alle calzature (€4,2 mld).

In continuità con il confronto dimensionale con alcune filiere emblematiche del *Made in Italy*, è utile leggere anche la **dinamica di crescita della filiera *cashless***, che risulta influenzata dall’azione di **stimolo e coordinamento** della Community. Dalla sua istituzione, il **fatturato della filiera ha infatti accelerato**: nel periodo **2012-2015** la crescita è stata pari a **+5,7%**, mentre dal **2016** (avvio dei lavori della Community Cashless Society) al 2024 l’incremento è salito a **+8,9%**, ovvero un ritmo circa **1,5 volte** superiore rispetto al periodo precedente. Proiettando al 2030 la traiettoria di crescita osservata dal 2016, il fatturato della filiera potrebbe avvicinarsi a **€30 miliardi**. Questa espansione ha anche ricadute dirette sulle entrate tributarie: nel solo **2024 il contributo fiscale** riconducibile alla filiera *cashless* è stimato in **€831 milioni**<sup>23</sup>, con un potenziale incremento fino a **~€1,1 miliardi al 2030**, a conferma di un impatto crescente non solo economico ma anche di finanza pubblica.



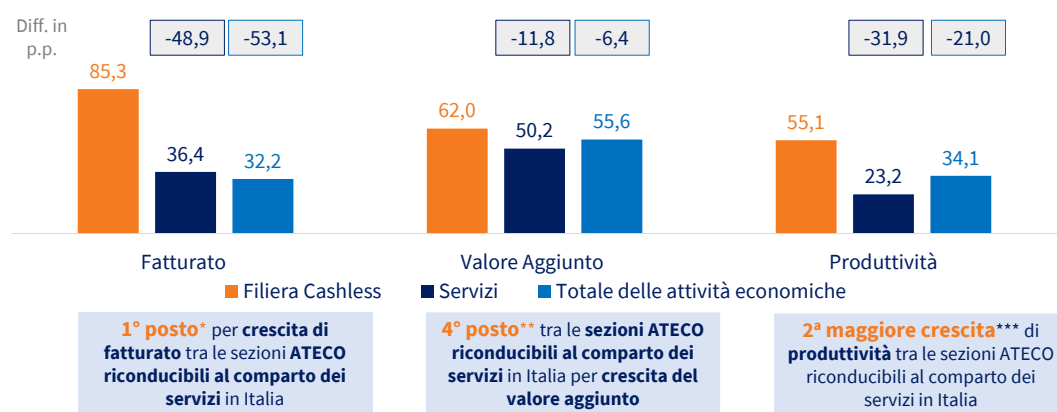
**Figura 4.3** Fatturato della filiera *cashless* in Italia (miliardi di Euro), 2012-2030e. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat e AIDA – Moody’s Analytics, 2026. NB: Nel 2015 è entrata in vigore la nuova direttiva sui pagamenti, la PSD2 (European Payment Services Directive) che aggiorna la versione precedente del 2007, introducendo nuove norme di sicurezza per i pagamenti elettronici. Inoltre, nel 2015 è entrato in adozione lo standard dei pagamenti EMV (Europay, Mastercard e VISA), che ha permesso una crescita delle nascite di startup e aziende relative ai pagamenti *cashless*. (\*) CAGR: Compound Annual Growth Rate.

Sempre con riferimento alle dinamiche di crescita della filiera *cashless* degli **ultimi 10 anni**, occorre sottolineare come la filiera abbia mostrato una dinamica **nettamente più sostenuta** rispetto ai **macro-benchmark dell’industria, dei servizi e del totale delle attività economiche**. Tra il **2015** e il **2024**, la crescita del fatturato della filiera raggiunge **+85,3%**, a

<sup>23</sup> Sono stati qui considerate l’IRES, pari al 25% su un imponibile pari al 12,4% del fatturato calcolato tramite elaborazioni sui bilanci delle aziende appartenenti alla filiera, e i contributi INPS, pari al 27%-28% del costo complessivo del lavoro

fronte di **+36,4%** della media dei servizi e **+32,2%** del totale delle attività economiche, posizionandosi al 1° posto tra le sezioni ATECO riconducibili ai servizi.

Anche sul valore aggiunto la filiera evidenzia una **performance superiore: +62,0%**, contro **+50,2%** dei servizi e **+55,6%** dell'**economia complessiva**, collocandosi al **4° posto** tra le sezioni ATECO considerate. Il differenziale più marcato emerge però sulla **produttività**, in crescita di **+55,1%**, ben **oltre la media dei servizi (+23,2%) e del totale economia (+34,1%)**: un risultato che si traduce nella 2ª maggiore crescita tra le sezioni ATECO riconducibili ai servizi. Nel complesso, i dati indicano una filiera caratterizzata da espansione, capacità di generare valore e miglioramenti di efficienza, coerenti con un percorso di innovazione e trasformazione strutturale.



**Figura 4.4** Crescita di fatturato, Valore Aggiunto e produttività della filiera cashless a confronto con la media dei servizi e di tutte le attività economiche in Italia (valori %), 2015 -2024. *Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat e AIDA – Moody’s Analytics, 2026.* (\*) Se si esclude il comparto dell’istruzione, di natura prevalentemente pubblica, che evidenzia una crescita pari a +93,5% (concentrata prevalentemente a partire dal 2021 e intensificata dagli investimenti del PNRR). (\*\*) Se si escludono i comparti dell’Istruzione (+105,8%) e della Sanità (+63,8%), di natura prevalentemente pubblica. Nelle prime 3 posizioni si trovano: 1. Attività artistiche, sportive e di intrattenimento (+82,3%); 2. Alloggio e ristorazione (+75,2%); 3. Attività professionali, scientifiche e tecniche (+71,2%). (\*\*\*) Preceduta solo dal comparto dei servizi di commercio all’ingrosso e dettaglio (+63,8%).

#### 4.3 IL PROGRESS REPORT DELLE PROPOSTE DI POLICY DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY

Nelle passate edizioni la Community ha elaborato e posizionato **47 proposte d’azione** di cui **35 sono state ad oggi implementate (74%)**. In particolare, gli ambiti di riferimento delle proposte della Community implementate ad oggi si riferiscono a:

- **iniziative di «sistema-Paese»:** 7 proposte implementate su 10 (**70%**);
- **contrasto all’economia sommersa e l’evasione IVA:** 7 proposte implementate su 9 (**78%**);
- **diffusione del cashless tra i cittadini attraverso use case e gamification:** 8 proposte implementate su 10 (**80%**);
- **accettazione del cashless da parte degli esercenti:** 5 proposte implementate su 8 (**63%**);
- **digitalizzazione dei pagamenti verso la P.A.:** 8 proposte implementate su 10 (**80%**).

Focalizzandosi sul più recente insediamento del Governo Meloni, sono state implementate **5 proposte della Community**:

- avviare **programmi di educazione finanziaria** attraverso la collaborazione tra **scuole ed università** e rappresentanti delle Istituzioni finanziarie italiane per la progettazione ed erogazione di corsi di formazione e iniziative *ad hoc*;
- promuovere il lancio di un'operazione «trasparenza» verso i commercianti sui **reali costi associati ai pagamenti cashless**;
- rendere **detraibili le spese** condizionate al pagamento tracciabile;
- collegare i **registratori di cassa telematici** direttamente agli strumenti di pagamento;
- innalzare la soglia di detassazione dei **buoni pasto** elettronici da €8 a €10.

In particolare, l'**innalzamento della soglia di detassazione dei buoni pasto elettronici da 8 a 10 Euro** rappresenta la più recente delle misure introdotte dal governo guidato da Giorgia Meloni, nell'ambito della Legge di Bilancio 2026 (Legge n. 199/2025), con l'obiettivo di rafforzare gli strumenti di *welfare* aziendale e sostenere il potere d'acquisto dei lavoratori dipendenti. La norma stabilisce che, **a partire dal 1° gennaio 2026**, il valore dei buoni pasto elettronici non concorre alla formazione del reddito da lavoro dipendente — e quindi non è soggetto né a imposta sul reddito né a contribuzione previdenziale — **fino a un limite giornaliero di 10 Euro**, rispetto al precedente tetto di 8 Euro.

L'intervento si inserisce in una più ampia strategia di politica economica volta a sostenere il reddito disponibile dei lavoratori senza aumentare direttamente la componente salariale lorda. In questo modo, i **buoni pasto continuano a rappresentare uno strumento fiscalmente efficiente sia per i dipendenti sia per le imprese**: i primi beneficiano di un'integrazione netta del reddito, mentre le seconde possono erogare un benefit deducibile senza aggravio contributivo. Secondo alcune stime<sup>24</sup>, l'aumento della soglia potrebbe tradursi in un **beneficio annuo fino a circa 440 Euro per lavoratore**, qualora le imprese decidano di adeguare il valore nominale dei buoni al nuovo limite massimo.

La misura interessa un bacino significativo di beneficiari: **circa 3,5 milioni di lavoratori**, distribuiti tra settore privato e pubblica amministrazione, oltre a un ampio numero di imprese e di esercizi commerciali convenzionati che accettano i *ticket* come forma di pagamento. In questo senso, l'innalzamento della soglia di esenzione non produce effetti soltanto sul reddito dei dipendenti, ma può generare **ricadute economiche più ampie**, favorendo i consumi nel settore della ristorazione e dei servizi alimentari e rafforzando il ruolo dei buoni pasto come leva di *welfare* aziendale.

Infine, la scelta di intervenire esclusivamente sui buoni elettronici riflette anche un obiettivo di **modernizzazione e tracciabilità dei pagamenti**. In tale prospettiva, l'aumento della soglia di esenzione fiscale contribuisce non solo al sostegno del reddito dei lavoratori, ma anche alla

---

<sup>24</sup> Fonte: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

progressiva digitalizzazione dei sistemi di *welfare* aziendale e dei pagamenti nel settore dei servizi.

#### **4.4 LE PROPOSTE DI *POLICY* DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY PER L'EDIZIONE 2025/2026**

All'interno del percorso 2025/2026, alla luce di quanto riportato finora nel presente Rapporto, il *framework* propositivo della Community si focalizza su **ambiti specifici** per una maggiore «cultura *cashless*» per cittadini, P.A. e aziende.

In particolare, sono stati individuati alcuni **ambiti di riferimento** su cui agire per diffondere la cultura *cashless*: **mobilità, digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, pagamenti B2B**, riconoscimento della filiera come asset strategico per il Made in Italy, lotta all'**evasione fiscale**.

All'interno degli ambiti descritti, sono state identificate **7 proposte di policy**:

1. (**Mobilità**) Proporre l'inclusione delle **spese per i parcheggi** tra quelle deducibili per le trasferte aziendali;
2. (**Mobilità**) Sostenere l'adozione di un modello uniforme per gestire i casi di mancato **pagamento della sosta**;
3. (**Mobilità**) Introdurre la possibilità di **sanzionare da remoto** – tramite l'Anagrafica Nazionale della Popolazione Residente (ANPR) e con la segnalazione del gestore della sosta – il mancato pagamento per la sosta “fuori sede” aperta al pubblico passaggio;
4. (**Digitalizzazione della P.A.**) **Ampliare** l'adozione di **strumenti di pagamento *cashless*** per l'acquisto della marca da bollo e ampliare il suo utilizzo anche per tutte le **istanze amministrative per cui è richiesta** al favorire la trasparenza e tracciabilità delle transazioni;
5. (**Pagamenti B2B**) Rendere **100% *cashless*** la modalità di pagamento per gli investimenti da effettuare per accedere ai benefici di **Piano Transizione 5.0** e del **Fondo di Garanzia**, garantendo allo stesso tempo la possibilità di pagare con tutti gli strumenti *cashless* disponibili;
6. (**Filiera**) Creare un **unico aggregato Istat (ATECO)** per rendere la filiera *cashless* riconoscibile e per favorirne una maggiore valorizzazione;
7. (**Lotta all'evasione fiscale**) Riportare il **limite di utilizzo del contante** a 1.000 Euro (o almeno ai 2.000 Euro in vigore fino al 2022).

#### **PROPOSTA 1: RENDERE DEDUCIBILI I PAGAMENTI *CASHLESS* PER LA SOSTA**

##### **Razionale:**

Nel sistema fiscale italiano, la disciplina delle spese sostenute nell'ambito dell'attività lavorativa trova il proprio riferimento principale nel **Testo Unico delle Imposte sui Redditi (TUIR)**, che distingue tra diverse tipologie di costi in base al loro grado di connessione con l'esercizio dell'attività professionale o d'impresa. In particolare, la normativa tende a differenziare tra **spese considerate essenziali**, direttamente funzionali allo svolgimento della

prestazione lavorativa — come vitto, alloggio e trasporto — e **spese accessorie o discrezionali**, tra cui rientrano ad esempio i costi di parcheggio. Le prime sono generalmente ritenute più facilmente riconducibili all'attività lavorativa e quindi più chiaramente giustificabili ai fini della deducibilità o del rimborso, mentre le seconde presentano un grado di connessione meno immediato con l'esercizio dell'attività e risultano più difficili da standardizzare sotto il profilo fiscale e amministrativo.

Un'evoluzione significativa in questo ambito è stata introdotta con la Legge di Bilancio 2025, che ha rafforzato i requisiti di **tracciabilità dei pagamenti** ai fini della deducibilità delle spese di trasferta e dei rimborsi aziendali. A partire dal **1° gennaio 2025**, i costi sostenuti per vitto, alloggio e viaggio — inclusi i servizi di trasporto tramite taxi o noleggio con conducente — risultano deducibili o rimborsabili solo se **adeguatamente documentati e pagati tramite strumenti tracciabili**, quali carte di pagamento, bonifici o altri sistemi *cashless*. Questa impostazione normativa mira a rafforzare la coerenza tra documentazione contabile e flussi finanziari effettivi, riducendo il rischio di utilizzi impropri delle note spese e semplificando i controlli fiscali.

La relazione tecnica della manovra evidenzia inoltre come la **diffusione dei pagamenti digitali** nelle spese di trasferta possa generare **effetti positivi** anche sotto il profilo del contrasto all'evasione fiscale. In particolare, la progressiva digitalizzazione dei pagamenti per vitto, alloggio, trasporto e servizi analoghi è stimata produrre **maggiori entrate tributarie pari a circa 432 milioni di euro nel 2026 e 244 milioni di euro nel 2027**, grazie alla maggiore tracciabilità delle transazioni e alla riduzione delle aree di opacità nei rimborsi aziendali.

In questo contesto, tuttavia, **le spese di parcheggio non sono sempre esplicitamente ricomprese tra quelle trattate allo stesso modo delle spese essenziali**. Ciò dipende in parte dalla loro natura frammentata e di importo generalmente ridotto, oltre che dalla maggiore difficoltà di documentazione rispetto a voci di spesa più strutturate. Questa esclusione crea una potenziale incoerenza nel trattamento fiscale delle spese di mobilità sostenute durante le trasferte lavorative.

#### **Proposta:**

Alla luce di queste considerazioni, la **Community Cashless Society di TEHA** propone di **estendere la deducibilità anche alle spese di parcheggio**, a condizione che tali pagamenti siano effettuati tramite **strumenti di pagamento digitali e tracciabili**.

L'obiettivo della proposta è duplice:

- da un lato, si intende garantire **maggior coerenza nel trattamento fiscale delle spese di mobilità** sostenute dai lavoratori durante le trasferte, includendo anche una voce di costo frequentemente associata agli spostamenti professionali;
- dall'altro lato, la misura contribuirebbe a **favorire ulteriormente la diffusione dei pagamenti elettronici nei servizi urbani**, come la sosta su strada o nei parcheggi automatizzati.

L'introduzione di un simile meccanismo permetterebbe di mantenere un adeguato livello di controllo fiscale grazie alla tracciabilità digitale delle transazioni, riducendo al contempo i margini di irregolarità e migliorando la trasparenza dei flussi di spesa nelle note spese aziendali. In una prospettiva più ampia, l'estensione della deducibilità ai pagamenti di parcheggio *cashless* contribuirebbe inoltre a rafforzare il processo di **digitalizzazione dei servizi di mobilità urbana** e dei sistemi di pagamento collegati alle trasferte di lavoro.

## **PROPOSTA 2: ADOTTARE UN MODELLO UNIFORME PER LA GESTIONE DEI MANCATI PAGAMENTI DELLA SOSTA**

### **Razionale:**

La disciplina della **sosta a pagamento su suolo pubblico** è regolata principalmente dall'**articolo 7 del Codice della Strada**, che attribuisce ai Comuni la competenza di istituire aree di parcheggio a pagamento e di definirne le modalità di gestione e controllo. Nel corso degli ultimi anni, la normativa è stata oggetto di modifiche finalizzate a chiarire il trattamento dei casi di **mancato o parziale pagamento della sosta**, una questione che ha generato in passato numerosi dubbi interpretativi e contenziosi.

Con la **revisione dell'articolo 7** è stato stabilito che, qualora un utente non provveda al pagamento della sosta oppure versi un importo inferiore a quello dovuto, oltre alla **sanzione amministrativa prevista per la violazione**, debba essere corrisposta anche la **tariffa relativa al periodo tariffato della giornata**. In questo modo, la norma introduce il principio del recupero della cosiddetta "**tariffa evasa**", ovvero dell'importo che l'utente avrebbe dovuto versare per il servizio di parcheggio effettivamente utilizzato.

Nella fase iniziale di applicazione della norma si è tuttavia diffusa un'interpretazione secondo cui la tariffa non pagata potesse essere considerata **parte integrante della sanzione amministrativa**. Se questa lettura fosse stata confermata, l'intero importo sarebbe stato soggetto alle regole previste per le multe del Codice della Strada, inclusa la possibilità di pagamento in misura ridotta entro determinati termini e la destinazione dei proventi secondo i criteri previsti per le sanzioni amministrative. Ciò avrebbe comportato la perdita della natura di **corrispettivo tariffario del servizio di parcheggio** per la quota relativa alla sosta non pagata.

A seguito delle osservazioni avanzate dalle associazioni di categoria, il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (MIT) è intervenuto per chiarire che **tariffa e sanzione devono essere mantenute distinte** sia dal punto di vista giuridico sia sotto il profilo contabile. La quota relativa alla tariffa evasa rappresenta infatti il corrispettivo per il servizio di sosta utilizzato e deve quindi essere calcolata e recuperata separatamente rispetto alla sanzione amministrativa.

Nonostante tale chiarimento, resta comunque ai comuni la responsabilità di definire, attraverso le convenzioni con i gestori dei parcheggi o con le società incaricate del controllo, **le modalità operative di gestione degli incassi**, la distinzione tra quota tariffaria e quota sanzionatoria, nonché le procedure di rendicontazione e di gestione delle relazioni con gli

utenti. Questa autonomia può tuttavia determinare una significativa **eterogeneità nei modelli di gestione adottati a livello locale**.

#### **Proposta:**

Alla luce di queste criticità, si propone di **promuovere a livello comunale l'adozione di un modello operativo uniforme per la gestione dei casi di mancato o parziale pagamento della sosta**. Tale modello dovrebbe essere fondato su una chiara distinzione tra **quota tariffaria** (relativa al servizio di sosta effettivamente fruito) e **quota sanzionatoria** (derivante dalla violazione amministrativa).

L'implementazione di questo approccio dovrebbe essere accompagnata dall'utilizzo di **sistemi digitali pienamente tracciabili**, in grado di gestire in modo integrato i processi di pagamento, recupero delle tariffe non versate, emissione delle sanzioni e rendicontazione degli incassi. L'adozione di piattaforme digitali condivise o standardizzate consentirebbe infatti di semplificare le procedure amministrative, migliorare la trasparenza dei flussi finanziari e ridurre il rischio di contenziosi con gli utenti.

### **PROPOSTA 3: INTRODURRE LA POSSIBILITÀ DI SANZIONARE DA REMOTO – TRAMITE L'ANAGRAFICA NAZIONALE DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE (ANPR) E CON LA SEGNALAZIONE DEL GESTORE DELLA SOSTA – IL MANCATO PAGAMENTO PER LA SOSTA “FUORI SEDE” APERTA AL PUBBLICO PASSAGGIO**

#### **Razionale:**

In Italia si registrano ogni anno centinaia di milioni di eventi di sosta, una frequenza di utilizzo che rende questo servizio un pilastro della mobilità quotidiana e un'occasione fondamentale per promuovere comportamenti digitali virtuosi. Nonostante la normativa vigente (Legge 177 del 25 novembre 2024) stabilisca che i parcheggi debbano adeguarsi alle norme del Codice della Strada (CdS), l'adozione di sistemi "free-flow" senza barriere è frenata dall'impossibilità di garantire il sanzionamento automatico senza l'intervento fisico di un agente.

La transizione verso una "Cashless Society" richiede anche l'eliminazione delle frizioni fisiche e del contante, promuovendo **l'identificazione del veicolo tramite targa e il pagamento con metodi digitali**. Un sistema di sosta interamente digitale e senza barriere agirebbe come rilevante strumento educativo per il cittadino, normalizzando l'uso di pagamenti elettronici tracciabili in linea con gli obiettivi di modernizzazione del Paese.

#### **Proposta:**

La possibilità di sanzionamento per la sosta su strada (on-street) è già una realtà consolidata. Pertanto, si propone di integrare l'Art. 201 del CdS per estendere esplicitamente il sanzionamento da remoto a tutte le **aree di sosta tariffate "fuori sede" (off-street) aperte al pubblico passaggio**. L'Amministrazione locale deve essere tenuta a emettere la sanzione a seguito di una semplice segnalazione da parte del Gestore della Sosta, documentata tramite sistemi di riconoscimento automatico della targa (grazie all'Anagrafica Nazionale della Popolazione Residente), senza la necessità di una presenza fisica dell'agente sul posto. Tale obbligo non deve essere subordinato alla stipula di convenzioni preventive tra Comune e

gestore, configurandosi come mera notifica di violazione amministrativa supportata da prova digitale univoca. Questo intervento favorirebbe la **diffusione di parcheggi senza barriere e l'uso esteso di metodi di pagamento 100% digitali**.

#### **Contributo di AIPARK e Arrive per il Rapporto 2026 della Community Cashless Society**

Le aree urbane sono il motore della nostra economia e della nostra società e le città devono poter necessariamente rispondere alle **molteplici esigenze di mobilità**, e quindi di accessibilità, richieste dai residenti, dai pendolari, dai professionisti che viaggiano per lavoro e dai milioni di visitatori che portano vitalità. Con l'espansione delle città, la mobilità urbana diventa sempre più impegnativa ed un approccio sistemico e digitalizzato è l'unica opzione percorribile per attivare la transizione.

Il ruolo strategico della mobilità urbana e della sosta è riconosciuto a livello europeo; affinché ciò si realizzi in Italia la nostra legislazione nazionale deve sancire che i **parcheggi in struttura e la sosta su strada siano considerati infrastrutture e componenti del sistema della mobilità** per veicoli a servizio delle persone e delle merci.

Le tariffe per la sosta devono essere considerate come un **regolatore della domanda** di mobilità e non solo una semplice forma di ricavo. Il modello tariffario deve considerare, nella sua definizione, parametri derivanti dalla domanda di sosta generata dagli attrattori presenti nei diversi ambiti urbani, e di conseguenza costituire una leva per **ottimizzare sia la scelta di mobilità che l'uso dell'offerta di sosta**, incidendo positivamente sulla ripartizione modale nei centri urbani. La trasformazione funzionale in atto del sistema di mobilità si basa sull'assoluta esigenza di avviare il processo di digitalizzazione e di disporre di dati per pianificare e gestire il sistema integrato della sosta. Le varie funzioni interessate riguardano i sistemi di monitoraggio e di controllo, i sistemi di pagamento elettronico, i sistemi di sanzionamento e l'uso di standard comuni per integrare i diversi stakeholders dell'ecosistema della mobilità.

Oggi è necessario prevedere la trasformazione funzionale dei parcheggi in strutture, in hub urbani **a servizio delle diverse esigenze di mobilità**, sia delle persone che delle merci. Si tratta di mettere a disposizione servizi per le ricariche elettriche, aree dedicate alla logistica dell'ultimo miglio, alla *sharing mobility* e servizi di pagamento *seamless* oltre alla sosta per i veicoli. Conseguentemente vanno adeguati gli **istituti contrattuali** (contratti di servizio, concessioni, ecc.) **alle nuove modalità di gestione ed alle nuove esigenze**. L'impianto normativo deve pertanto considerare queste nuove funzioni e lasciare spazio a quelle che in futuro potranno essere implementate, proprio in relazione alle nuove esigenze che ne potranno derivare.

Il Commissario europeo per i Trasporti Sostenibili e il Turismo, Apostolos Tzitzikōstas, ha sottolineato in apertura della conferenza della European Parking Association a Bruxelles lo scorso settembre che *"...la gestione dei parcheggi non riguarda solo il deposito dei veicoli. Si tratta di recuperare spazio urbano per le persone, di rendere più accessibili le attività economiche e ricreative, garantire che gli spazi pubblici siano attraenti e sostenere soluzioni di mobilità multimodali. I parcheggi si trovano al crocevia tra pianificazione urbana, politica dei trasporti, digitalizzazione e sostenibilità."*

## **PROPOSTA 4: AMPLIARE L'ADOZIONE DI STRUMENTI DI PAGAMENTO CASHLESS PER L'ACQUISTO DELLA MARCA DA BOLLO**

### **Razionale:**

La **marca da bollo** rappresenta uno strumento fiscale tradizionalmente utilizzato nell'ordinamento italiano per attestare il pagamento dell'imposta di bollo dovuta su determinati documenti, atti e istanze amministrative. Con il progressivo processo di digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, sono state introdotte anche forme di **marca da bollo digitale**, costituite da un insieme di dati informatici associati in modo univoco al documento su cui l'imposta viene applicata. In questo modello, il pagamento del bollo genera un identificativo digitale che consente di verificare l'avvenuto versamento dell'imposta e di collegarlo al documento di riferimento, rendendo superflua l'apposizione fisica del contrassegno cartaceo.

La gestione dei pagamenti digitali verso la P.A. in Italia avviene principalmente attraverso la piattaforma pagoPA, integrata nei sistemi informativi pubblici e accessibile tramite il Portale dei Servizi Telematici. Tuttavia, allo stato attuale, l'utilizzo della marca da bollo digitale tramite tali strumenti risulta limitato a un numero ristretto di fattispecie amministrative. In particolare, il pagamento digitale dell'imposta di bollo è attualmente previsto soltanto in alcune procedure specifiche, come la **presentazione di offerte nelle vendite giudiziarie** o l'**iscrizione all'Albo Nazionale dei consulenti tecnici d'ufficio (CTU)** presso i tribunali.

Questa limitazione operativa comporta che, per molte altre istanze amministrative soggette a imposta di bollo, i cittadini siano ancora costretti ad acquistare la **marca da bollo cartacea** presso rivendite autorizzate. Tale modalità implica spesso la necessità di uno spostamento fisico per l'acquisto del contrassegno, nonché la gestione manuale dell'apposizione sul documento, determinando un'esperienza amministrativa meno efficiente e meno coerente con i principi di digitalizzazione dei servizi pubblici. Di conseguenza, il ricorso limitato alla marca da bollo digitale può generare una situazione percepita come **disomogenea o iniqua**, in cui alcune procedure consentono modalità di pagamento completamente digitali mentre altre continuano a richiedere l'utilizzo di strumenti analogici.

Oltre agli aspetti di semplificazione amministrativa, la diffusione della marca da bollo digitale potrebbe produrre effetti positivi anche sotto il profilo economico e ambientale. Le stime relative al mercato della marca da bollo indicano che i **ricavi annui generati dalla vendita dei contrassegni cartacei** si collocano in un intervallo compreso tra circa **5,2 e 8,6 milioni di Euro**. In questo contesto, una progressiva conversione verso modalità di pagamento completamente digitali potrebbe ridurre in modo significativo i costi indiretti legati alla gestione del formato fisico. In particolare, si stima che una transizione verso un sistema integralmente *cashless* potrebbe determinare **un risparmio tra 2,1 e 3,6 milioni di ore complessive per cittadini e amministrazioni**, una **riduzione dell'utilizzo di carta stampata compresa tra 108.000 e 181.000 metri** ed **emissioni evitate di CO<sub>2</sub> comprese tra circa 814.000 e 1,3 milioni di tonnellate**, grazie alla diminuzione degli spostamenti e dei processi di stampa e distribuzione del contrassegno cartaceo.

### Proposta:

Alla luce delle criticità evidenziate, si propone di **abilitare, ove possibile, in modo sistematico l'acquisto della marca da bollo in formato digitale**, mantenendo comunque la possibilità di ricorrere al formato cartaceo, e di **estenderne l'utilizzo a tutte le istanze amministrative per le quali è prevista l'imposta di bollo**.

In particolare, la proposta prevede **l'integrazione del pagamento del bollo digitale all'interno delle piattaforme di pagamento della Pubblica Amministrazione** — in primo luogo attraverso PagoPA — rendendo disponibile un servizio uniforme per l'acquisizione e la gestione delle istanze soggette a imposta di bollo<sup>25</sup>. In questo modo, il cittadino potrebbe effettuare il pagamento direttamente *online* contestualmente alla presentazione della domanda o del documento, senza la necessità di acquistare preventivamente il contrassegno fisico.

L'estensione della marca da bollo digitale consentirebbe di **semplificare significativamente l'interazione tra cittadini e Pubblica Amministrazione**, riducendo tempi e passaggi operativi e rendendo più coerente il processo di digitalizzazione dei servizi pubblici. Al contempo, la tracciabilità dei pagamenti digitali contribuirebbe a migliorare la trasparenza dei flussi finanziari e a facilitare le attività di controllo e rendicontazione da parte delle amministrazioni competenti.

### **PROPOSTA 5: SUPPORTARE LA DIGITALIZZAZIONE DEI PAGAMENTI B2B ATTRAVERSO L'INTRODUZIONE DELL'OBBLIGO DI RICORSO AGLI STRUMENTI CASHLESS**

#### Razionale:

Le politiche pubbliche volte a sostenere la trasformazione tecnologica del sistema produttivo italiano prevedono numerosi strumenti di incentivo agli investimenti delle imprese. Tra i più rilevanti rientrano il **Piano Transizione 5.0** e il **Fondo di Garanzia per le PMI**, che rappresentano due pilastri delle politiche industriali finalizzate a promuovere innovazione, digitalizzazione ed efficientamento energetico nelle imprese, in particolare nelle piccole e medie realtà produttive.

L'accesso a tali strumenti richiede generalmente la **tracciabilità dei flussi finanziari relativi alle spese agevolabili**, al fine di dimostrare in modo univoco e verificabile l'effettivo sostenimento degli investimenti oggetto di incentivo. La tracciabilità costituisce infatti un elemento essenziale per consentire alle amministrazioni competenti di verificare la corretta destinazione delle risorse pubbliche e la conformità degli investimenti realizzati rispetto ai requisiti previsti dalla normativa.

Nel caso del Piano Transizione 5.0, tuttavia, né la normativa di riferimento né le indicazioni operative pubblicate dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) definiscono un **elenco tassativo dei mezzi di pagamento ammessi** per sostenere le spese agevolabili. Le

---

<sup>25</sup> Si fa qui riferimento ai procedimenti amministrativi in cui l'imposta di bollo è stata forfettizzata

linee guida e le FAQ si limitano a richiedere che i pagamenti risultino adeguatamente documentati attraverso la fatturazione e la corretta registrazione contabile, lasciando quindi aperta, almeno in linea teorica, la possibilità di utilizzare anche strumenti di pagamento non tracciabili, come il contante, purché l'operazione sia documentata.

Una situazione analoga si riscontra anche nell'ambito del Fondo di Garanzia per le PMI. Sebbene questo strumento operi principalmente come **garanzia pubblica su finanziamenti concessi dagli intermediari finanziari** — e non come contributo diretto su singole spese di investimento — la normativa non prevede una definizione esplicita e tassativa delle modalità di pagamento da utilizzare per le operazioni sottostanti agli investimenti finanziati. Di conseguenza, anche in questo caso non esiste un vincolo generalizzato che imponga l'utilizzo esclusivo di strumenti di pagamento tracciabili per le transazioni tra imprese.

Questa lacuna normativa può avere implicazioni rilevanti sotto il profilo della trasparenza e del controllo dei flussi finanziari collegati agli incentivi pubblici. Secondo l'ultimo rapporto sull'economia sommersa pubblicato da Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), nelle attività economiche legate alla **produzione di beni di investimento** la sottodichiarazione del valore aggiunto è stimata intorno al **3% del totale**, pari a circa **4,4 miliardi di Euro**. Tale dato evidenzia come, anche in settori caratterizzati da investimenti rilevanti e spesso sostenuti da politiche pubbliche, possano persistere margini di opacità nelle transazioni economiche tra imprese.

#### **Proposta:**

Alla luce di queste considerazioni, si propone di **rendere integralmente cashless le modalità di pagamento relative agli investimenti effettuati per accedere agli incentivi previsti dal Piano Transizione 5.0 e dal Fondo di Garanzia per le PMI**. In particolare, la proposta prevede l'introduzione di un requisito esplicito secondo cui tutte le spese agevolabili debbano essere saldate esclusivamente tramite **strumenti di pagamento tracciabili**, includendo l'insieme delle modalità *cashless* disponibili (ad esempio bonifici bancari, carte di pagamento, strumenti di pagamento digitali e altri sistemi elettronici equivalenti).

L'introduzione di un vincolo generalizzato alla tracciabilità dei pagamenti consentirebbe di **rafforzare la trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche**, migliorando al contempo i processi di riconciliazione contabile tra imprese, intermediari finanziari e amministrazioni pubbliche responsabili della gestione degli incentivi. Inoltre, la piena digitalizzazione dei flussi finanziari renderebbe più agevole l'attività di verifica e monitoraggio da parte delle autorità competenti, riducendo il rischio di irregolarità o utilizzo improprio dei benefici fiscali e finanziari.

L'obbligo di utilizzare esclusivamente strumenti di pagamento *cashless* nelle transazioni B2B riconducibili agli investimenti agevolati potrebbe contribuire anche alla **riduzione delle aree di economia sommersa**. Considerando che la sottodichiarazione nel settore della produzione di beni di investimento è stimata in circa **4,4 miliardi di Euro di Valore Aggiunto**, una maggiore tracciabilità delle transazioni legate agli incentivi pubblici potrebbe favorire l'emersione di una parte di tali flussi economici, rafforzando la *compliance* fiscale e migliorando l'efficacia complessiva delle politiche di sostegno agli investimenti produttivi.

## **PROPOSTA 6: CREARE UN UNICO AGGREGATO ISTAT (ATECO) PER RENDERE LA FILIERA CASHLESS RICONOSCIBILE E PER FAVORIRNE UNA MAGGIORE VALORIZZAZIONE**

### **Razionale:**

L'aggiornamento dei valori della filiera *cashless* in Italia ha permesso ancora una volta di mettere in luce la sua rilevanza economico-sociale per il sistema-Paese, in crescita anno su anno e nel decennio 2015-2024. Nel dettaglio, al 2024 in Italia tale filiera è costituita da **2.844 aziende** (+3,3% vs. 2023 e +77,4% vs. 2015), che generano **17,7 miliardi di Euro di fatturato** (+5,3% vs. 2023 e +85,3% vs. 2015), **9,4 miliardi di Euro di Valore Aggiunto** (+1,4% vs. 2023 e +62,0% vs. 2015) e sostengono oltre **34.600 occupati** (+0,6% vs. 2023 e +4,4% vs. 2015).

### **Proposta:**

La creazione di un **unico aggregato Istat** (ATECO), che superi l'attuale dispersione abilitando un più efficace monitoraggio degli sviluppi della filiera, è un elemento chiave per la riconoscibilità della filiera *cashless* in quanto fattore centrale dell'ecosistema dei servizi italiani. Si tratta di una misura proposta dalla Community fin dal 2019 quando, per la prima volta in Italia, questa filiera è stata ricostruita nelle sue diverse componenti e che acquisisce ancora più importanza alla luce del dinamismo avuto negli anni.

## **PROPOSTA 7: RIPORTARE IL LIMITE DI UTILIZZO DEL CONTANTE A 1.000 EURO (O ALMENO AI 2.000 EURO IN VIGORE FINO AL 2022)**

### **Razionale:**

Dal 1° gennaio 2023, il tetto al pagamento in contanti in Italia è stato innalzato a **5.000 Euro**, tornando ai valori del 2010. Si tratta dell'ottava modifica alla soglia in circa 15 anni: di fatto, in questo arco di tempo, il tetto al contante è stato modificato una volta ogni due anni, implicando una mancanza di stabilità normativa per il Paese.

In particolare, la decisione di innalzare il tetto al contante deriva dal voler portare l'Italia su valori in linea con la media europea. Oltre all'Italia, sono **11 i Paesi UE** che hanno fissato un tetto al contante, per **una media (al netto del valore italiano) pari a 4.673 Euro** (comunque inferiore al nuovo valore italiano). Tale media, poi, se si escludono Croazia e Repubblica Ceca – che hanno un tetto al contante rispettivamente di 15.000 Euro e 11.000 Euro e che, pertanto, può essere equiparato all'assenza di un tetto al contante – la media scende a **2.822 Euro**, circa la metà del nuovo valore italiano. Infine, prendendo in considerazione i *Big-4* europei, solo la Germania non ha fissato un tetto al contante negli anni, mentre sia Spagna (2.500 Euro) che Francia (1.500 Euro) riportano dei valori più bassi della media europea.

Evidenze econometriche derivanti da studi già condotti da Banca d'Italia<sup>26</sup> sul contesto italiano e dalla più ampia letteratura economica di riferimento indicano l'effetto negativo sull'economia sommersa dell'aumento del tetto al contante. Nel dettaglio:

- con riferimento all'**economia sommersa**, Banca d'Italia stima che l'aumento del tetto al contante da 1.000 Euro a 3.000 Euro nel 2016 abbia portato a un aumento del peso dell'economia sommersa sul PIL pari a 0,5 punti percentuali;
- con riferimento al **VAT gap**, Banca d'Italia stima che l'aumento del contante di 1 punto percentuale sul totale transato del Paese determina un aumento tra 0,8 punti percentuali e 1,8 punti percentuali del peso dell'IVA evasa sul totale IVA.

A questo proposito, occorre ricordare infine come il **contrasto all'evasione e la riduzione dell'economia sommersa** sono due degli obiettivi di carattere generale inclusi nel **PNRR e concordati con l'Unione Europea** come requisito essenziale per l'invio dei fondi comunitari.

### **Proposta:**

La proposta della Community, pertanto, è quella di riportare il **tetto al contante a 1.000 Euro** (o almeno ai 2.000 in vigore fino al 2022).

Occorre sottolineare qui, tuttavia, che risulta necessario anche **garantire stabilità all'impianto normativo**, fattore rispetto al quale i continui cambiamenti al tetto si pongono in controtendenza. A tal fine, la proposta non deve essere dunque vista come un'ulteriore "cambio di direzione" alla lotta del Paese contro l'evasione fiscale e l'economia sommersa, quanto invece come un **passo deciso verso tale direzione**. Infatti, nonostante a livello comunitario non sia stato fissato un tetto al contante, l'Unione europea auspica l'identificazione di un tetto più basso possibile. Quindi, a livello europeo la strada verso un minore ricorso al contante e un corrispondente maggiore ricorso a strumenti di pagamento tracciabili appare delineata e, pertanto, abbassando il tetto al contante, l'Italia potrebbe allinearsi a tale prospettiva e avviare in maniera più decisa la sua lotta all'evasione fiscale e all'economia sommersa.

---

<sup>26</sup> Banca d'Italia, "Pecunia olet. Cash usage and the underground economy" (a cura di Giammatteo M., Iezzi S., Zizza R.), Questioni di Economia e Finanza (*Occasional Papers*), n. 649, ottobre 2021.

## BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO

- ABI e OSSIF, “Rapporto intersettoriale sulla Criminalità Predatoria”, edizioni 2022-2023
- ALTFI, “Peer-to-Peer Lending. State of the Market Report 2019”, 2019
- Altroconsumo, “Community Cashless Society, prima riunione di advisory board”, 2024
- Arkwright, “European mobile payments report 2025. A fragmented market in motion – key players, growth trends and strategic outlook”, 2025
- Arvidsson N., “Building a Cashless Society: The Swedish Route to the Future of Cash Payments”, 2019
- Banca Centrale Europea, “Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE)”, edizioni 2020, 2022, 2024
- Banca Centrale Europea, “Euro banknotes and coins statistics online”, 2019
- Banca Centrale Europea, “Fifth report on card fraud”, settembre 2018
- Banca Centrale Europea, “Study on the use of cash by households in the Euro Area” (a cura di Esselink H. e Hernández L.), Occasional Paper 201, settembre 2017
- Banca Centrale Europea, “ECB Payment Statistics”, edizioni 2016-2024
- Banca d’Italia, “Il costo sociale degli strumenti di pagamento in Italia. I risultati della terza indagine”, giugno 2025
- Banca d’Italia, “Tavolo di lavoro su open banking”, luglio 2023
- Banca d’Italia, “Pecunia olet. Cash usage and the underground economy” (a cura di Giammatteo M., Iezzi S., Zizza R.), Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers), n. 649, ottobre 2021
- Banca d’Italia, “Mercati, infrastrutture, sistemi di pagamento. Inside the black box: tools for understanding cash circulation” (a cura di Baldo L., Bonifacio E., Brandi M., Lo Russo M., Maddaloni G., Nobili A., Rocco G., Sene G., Valentini M.), n. 7, luglio 2021
- Banca d’Italia, “Banche e moneta: serie nazionali”, 9 febbraio 2021
- Banca d’Italia, “Mercati, infrastrutture, sistemi di pagamento. TIPS – Target Instant Payment Settlement: il sistema europeo per il regolamento dei pagamenti istantanei” (a cura di Renzetti M.), n. 1, gennaio 2021
- Banca d’Italia, “A game changer in payment habits: evidence from daily data during a pandemic” (a cura di Ardizzi G., Nobili A., Rocco G.), Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers), n.591, dicembre 2020
- Banca d’Italia, “L’alfabetizzazione finanziaria degli italiani: i risultati dell’indagine della Banca d’Italia nel 2020” (a cura di D’Alessio G.), Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers), n. 588, dicembre 2020

- Banca d'Italia, “Questioni di Economia e Finanza. *Mind the Gap! The (unexpected) impact of COVID-19 pandemic on VAT revenue in Italy*”, 2022
- Banca d'Italia, “Misure della circolazione e del circolante nelle pubblicazioni della Banca”, 2 ottobre 2020
- Banca d'Italia, “Le frodi con carte di pagamento: andamenti globali ed evidenze empiriche sulle frodi *online* in Italia”, (a cura di Ardizzi G., Bonifacio E., Painelli L.), Questioni di Economia e Finanza (*Occasional Papers*), n.562, giugno 2020
- Banca d'Italia, “Banche e moneta: serie nazionali”, 10 marzo 2020
- Banca d'Italia, “Il costo sociale degli strumenti di pagamento in Italia. I risultati della seconda indagine”, marzo 2020
- Banca d'Italia, “Supplementi del Bollettino Statistico. Indicatori monetari e finanziari”, 2020
- Banca d'Italia, “Indagine *fintech* nel sistema finanziario italiano”, dicembre 2019
- Banca d'Italia, “L'utilizzo del contante in Italia: evidenze dall'indagine della BCE ‘*Study on the use of cash by households*’ (a cura di Rocco G.), Questioni di Economia e Finanza (*Occasional Papers*), n. 481, gennaio 2019
- Banca d'Italia, “Economie regionali”, pubblicazioni monografiche sull'economia delle Regioni italiane, 2018-2019
- Banca d'Italia, “Il prelievo locale sui rifiuti in Italia: *benefit tax* o imposta patrimoniale (occulta)?” (a cura di Messina G., Savegnago M. e Sechi A.), Questioni di Economia e Finanza (*Occasional Papers*), dicembre 2018
- Banca d'Italia, “Mercati, infrastrutture, sistemi di pagamento. *Report on the payment attitudes of consumers in Italy: results from ECB surveys*”, 2022
- Banco de Portugal, “*Report on payment systems*”, 2020
- Bank for International Settlements (BIS), “*Payments are a-changin' but cash still rules*” (a cura di Bech M., Faruqui U, Ougaard F. e Picillo C.), BIS Quarterly Review, marzo 2018
- Bank for International Settlements (BIS), “*Statistics on payment, clearing and settlement in the CPMI countries – Red Book Statistics*”, 2000-2018
- Banque de France, “*Discours de François Villeroy de Galhau, Gouverneur de la Banque de France Président de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution*”, ottobre 2020
- Banque de France, “*Breakdown of the use of non-cash payment instruments*”, 2020
- Banque de France - Comité National des Paiements Scripturaux, “*National Strategy for Cashless Payment Instruments 2019-2024*”, febbraio 2019
- Borsa italiana, “Rapporto Cashless 2022-Ambrosetti: Italia paese fortemente dipendente dal contante”, 2022

- Cambridge – Centre for Alternative Finance, World Bank Group and World Economic Forum, “*Public launch of the global COVID-19 fintech market rapid assessment studies*”, 2020
- Camera dei Deputati, “Audizione del Direttore dell’Agenzia delle Entrate – Ernesto Maria Ruffini: effetti dell’introduzione della fatturazione elettronica”, giugno 2020
- Camera dei Deputati, “Proposta di Legge A.C. 2167 – Istituzione del voucher universale per i servizi alla persona e alla famiglia”, 11 ottobre 2019
- Camera dei Deputati – Servizio Studi, “Pagamenti e antiriciclaggio”, 2 dicembre 2025
- Camera dei Deputati – Servizio Studi, “Pagamenti e antiriciclaggio”, 11 gennaio 2022
- Camera dei Deputati – Servizio Studi, “Pagamenti e antiriciclaggio”, 10 dicembre 2020
- Camera dei Deputati – Servizio Studi, “Iva e fatturazione elettronica”, 9 marzo 2020
- Camera dei Deputati – Servizio Studi, “Le entrate delle Regioni e degli enti locali”, 5 ottobre 2018
- Centro Ricerca Sicurezza e Terrorismo, “*Onion routing, cripto-valute e crimine organizzato*”, 2019
- Centro Ricerca Sicurezza e Terrorismo, “Profili penali delle criptovalute”, 2021
- Cerved, “Rapporto Cerved PMI 2022”, 2022
- Cerved, “Rapporto Cerved PMI 2019”, 2019
- Chainalysis, “*The 2021 Geography of Cryptocurrency Report*”, ottobre 2021
- Clusit, “Rapporto Clusit 2020 sulla sicurezza ICT in Italia”, 2020
- CNBC, “*Germ-ridden cash may boost use of contactless payments*” (di Dickler J.), 18 marzo 2020
- CNBC, “*Electronic payments look more appealing as people fear cash could spread coronavirus*” (di Rooney K.), 16 marzo 2020
- Comitato Pagamenti Italia, “Rapporto Annuale 2018”, luglio 2019
- Comité économique et social européen, “*L’éducation financière pour tous – Les stratégies et les bonnes pratiques en matière d’éducation financière au sein de l’Union européenne*”, 2011
- Commissione Europea, “*EU payment observatory, annual report 2025*”, 2025
- Commissione Europea, “*EU payment observatory, annual report 2023*”, 2023
- Commissione Europea, “*A study on the application and impact of Directive (EU) 2015/2366 on Payment Services (PSD2)*”, febbraio 2023
- Commissione Europea, “*Impact Assessment Report, Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council amending Regulation (EU) n° 910/2014 as regards establishing a framework for a European Digital Identity*”, 2021

- Commissione Europea, “*VAT gap in the EU*”, edizioni 2020-2023-2024-2025
- Commissione Europea, “*Study and Reports on the VAT Gap in the EU-28 Member States*”, 2020
- Commissione Europea - Directorate General Taxation and Customs Union, “*Study and Reports on the VAT Gap in the EU-28 Member States: 2018 Final Report*”, TAXUD/2015/CC/131, settembre 2019
- Confcommercio, “Il paradosso della TARI: diminuiscono i rifiuti, ma tassa sempre più salata”, 25 luglio 2018
- Confindustria Digitale (Anitec-Assinform): “Il digitale in Italia 2022. Mercati, Dinamiche, Policy, 2022
- Corcom, “Euro digitale, la Bundesbank spinge: serve accelerare”, 2022
- Corriere della Sera, “Giovani, 2 acquisti su 3 con lo *smartphone*”, 2023
- Corriere della Sera, “500 Euro, 5 Paesi chiedono alla BCE di eliminarle: ‘Servono alla criminalità e all’evasione’” (di Sabella M.), settembre 2021
- Corriere della Sera – Corriere Economia, “Il premier: il cashback non serve contro l’evasione. Appalti e lavoro, cosa cambia” (di Marro E.), giugno 2021
- Corriere della Sera, “Sul bus senza i biglietti corrono i pagamenti con la carta di credito” (di Santucci G.), 4 gennaio 2021
- Corriere della Sera – Corriere Innovazione, “*No-Touch Economy*” (di Del Barba M.), 30 ottobre 2020
- Corriere della Sera – Corriere Economia, “*Bonus Pos* nel decreto di agosto per le spese fino a fine anno con carta e bancomat” (di Savelli F.), 2 agosto 2020
- Corriere della Sera, “Pagamenti in contanti, cosa cambia a luglio: limite a 2mila euro, sanzioni e novità” (di Jattoni Dall’Asén M.), 17 giugno 2020
- Corriere della Sera, “App, assistenti virtuali. La tecnologia cancella il pagamento «*cash*». Milano prima in Italia” (di Guglielmini F.), 25 maggio 2020
- Corriere della Sera, “*Boom* dei pagamenti digitali: +55% nella prima settimana della fase 2” (di Capozucca E.), 14 maggio 2020
- Corriere della Sera, “La lotta al contante? Può portare 12 miliardi (e i Comuni facciano la loro parte)”, 30 settembre 2019
- Corriere della Sera – L’Economia, “Contanti? Un tesoro da 200 miliardi. Ne usiamo troppi e favoriamo i soliti furbi” (di de Bortoli F.), 16 settembre 2019
- Corriere della Sera, “*Bonus* fiscali se si paga con carte e bancomat” (di Massaro F.), 8 settembre 2019
- Corriere della Sera, “Tari, ecco quanto si paga la spazzatura in ogni città”, 20 dicembre 2018

- Corriere della Sera, “*Fintech e fiducia, l’Italia accetta la sfida del denaro virtuale*” (di Sottocornola F.), 5 novembre 2018
- Corriere della Sera, “*Altro che fine del contante*” (di Massaro F.), 28 settembre 2018
- Corriere delle Comunicazioni, “*Pagamenti digitali, Italia terzultima in Europa per transazioni pro-capite*”, 2022
- Corte dei Conti, “*Rapporto 2021 sul coordinamento della finanza pubblica*”, 2021
- Cribis, “*Payment study 2024*”, 2024
- Digital Monetary Institute, “*The future of payments*”, edizioni 2020-2023
- Dominik H. Enste, “*The shadow economy in industrial countries*”, 2018
- Easy Welfare, “*Osservatorio Welfare*”, edizioni 2019-2020
- Eshopworld, “*Global ecommerce market ranking 2019*”, 2018
- European Research Studies Journal, “*The Greek VAT Gap: The Influence of Individual Economic Sectors*”, Anna, C. et. al, 2021
- Fanpage, “*Tetto al contante, bonus Pos e l’ipotesi dello stop alle multe: le novità sui pagamenti elettronici*”, 2022
- Financial Times, “*The painful path to curing Japan of its cash addiction*” (di Lewis L. e Inagaki K.), 23 luglio 2019
- First Online, “*Pagamenti digitali, l’Italia resta molto affezionata al contante ma il Pnrr può invertire la tendenza*”, 2022
- Fondazione Montagne Italia, “*Rapporto Montagne Italia*”, 2017
- Foundation for Economic & Industrial Research, “*Monitoring the impact of measures to boost digital payments*”, giugno 2018
- Formiche, “*Cashless Way*”, n.153, dicembre 2019
- ForumPA, “*Icity Rank - Rapporto annuale 2020. Indice di trasformazione digitale*”, 2020
- Gazzetta di Milano, “*Oltre la metà dei consumatori della Generazione Z e Millennial ammette di aver abbandonato un percorso d’acquisto quando “Buy Now, Pay Later” non era disponibile*”, 2022
- Gazzetta Ufficiale, “*Legge di bilancio 2025*”, 2024
- Gazzetta Ufficiale, “*Legge 30 dicembre n. 178*”, 2020
- Gazzetta Ufficiale, “*Decreto-Legge 26 ottobre n.124*”, 2019
- Gli Stati Generali, “*Agli italiani il cash piace ancora troppo*”, 2022
- Globe Echo, “*In Italy, The Return Of Cash Payment Is Controversial*”, 2022
- Group BCPE – Natixis Payments, “*Instant Payment. Marché, usages et offres*”, luglio 2018

- G4S, “*World Cash Report 2018*”, 2018
- Huffington Post, “In Francia spariscono i bancomat. La via transalpina al *cashless*” (di Capitanio M.E.), 29 settembre 2020
- Huffington Post, “Quanto piace ancora il contante. Italia agli ultimi posti per pagamenti *cashless*” (di Capitanio M.E.), 2022
- Huffington Post, “Il contante è per sempre. Italiani terzultimi in Ue per transazioni *cashless*” (di Paccarié L.), 2022
- Huffington Post, “Fintech Talks. Pagamenti Digitali: sulla via del *cashless*”, 2022
- Huffington Post, “Sul Pos il prezzo non è giusto: il governo cambia. Parma: "Con più contante, 13 miliardi in più di nero" (di D'Ippolito D.)”, 2022
- IHS Global Insight, “*The benefits of electronic payments in the Canadian economy*”, 2012
- Il Fatto Quotidiano, “Sul *cashback* Draghi sbaglia: così non si incentiva più la moneta elettronica” (di Gomez P.), luglio 2021
- Il Giornale, “Mulle e obblighi, la stretta sui contanti in anticipo: la data X” (di Garau, F.), 2022
- Il Giornale, “Una mazzata da 2000 Euro per chi fa un errore con i contatti” (di Di Lollo M.), 15 giugno 2020
- Il Giorno, “Pagamenti elettronici e scetticismo” (di Ruben”), 2022
- Il Messaggero, “Pagamenti digitali, rapporto Cashless: Italia fortemente dipendente dal contante”, 2022
- Il Sole – 24 ore, “Trasferte e rimborsi spese, la tracciabilità affianca gli obblighi documentali” (di Sirocchi S.), 2026
- Il Sole – 24 ore, “Bce: euro digitale, per le banche un conto fino a 5,8 miliardi” (di Bufacchi I.), 2025
- Il Sole – 24 ore, “Cyber crime. Chi lo combatte in Italia: la mappa degli specialisti nella security d’impresa hi-tech” (di Elli S.), 2025
- Il Sole – 24 ore, “Pagamenti. Si risparmia di più usando la carta e con l’online banking” (di Incorvati L.), 2025
- Il Sole – 24 ore, “Il poker dei condoni avanza. Affitti brevi, il Parlamento frena” (di Latou G. e Parente G.), 2025
- Il Sole – 24 ore, “Imposta di soggiorno, per i Comuni gli incassi volano oltre il miliardo” (di Mazzei B.L.), 2025
- Il Sole – 24 ore, “La Bce stringe sull’euro digitale. Al maviva scelta fra i fornitori” (di Bufacchi I.), 2025
- Il Sole – 24 ore, “Il futuro dei pagamenti digitali”, 2024

- Il Sole – 24 ore, “Bonifici. La nuova vita dei pagamenti istantanei” (di D’Angerio V.), 2024
- Il Sole - 24 ore, “Il *cashless* punta su sicurezza e velocità: resta la sfida dei costi e dei micro pagamenti” (di Aquaro D.), 2024
- Il Sole - 24 ore, “Dai negozi al digitale, la Gen-Z traina l’acquisto da *smartphone*” (di Colombo C.), 2024
- Il Sole - 24 ore, “Uso del contante in calo, aumentano ancora le Sos” (di Galimberti A.), 2023
- Il Sole - 24 ore, “I pagamenti digitali raggiungono i volumi del transato in contanti” (di Incorvati L.), 2023
- Il Sole - 24 ore, “La guerra al contante arriva dalle carte di debito” (di Incorvati L.), 2023
- Il Sole - 24 Ore, “Economia sommersa a 192 miliardi: meno lavoro nero, più evasione” (di Marroni C.), 2023
- Il Sole - 24 Ore, “Pagamenti digitali record: 1.300 miliardi di transazioni” (di Carlini V.), 2023
- Il Sole - 24 ore, “Pagamenti elettronici: tutte le novità dal tetto ai contanti al Pos” (di Incorvati L.), 2022
- Il Sole - 24 Ore, “L’Italia fanalino di coda in Europa nell’essere *cashless* society” (di Incorvati L.), 2022
- Il Sole - 24 Ore, “Il Cashback favorisce i redditi alti’. Ecco perché Draghi lo ha sospeso” (di Filippone N.), giugno 2021
- Il Sole - 24 Ore, “Ancora troppi ostacoli per la Psd2’: l’EBA sollecita vigilanza e sanzioni” (di Sol. P.), marzo 2021
- Il Sole - 24 Ore, “Contante addio in tre mosse: contro l’evasione spinta al *cashless*” (di Aquaro D. e Dell’oste C.), 12 ottobre 2020
- Il Sole - 24 Ore, “Dal Cashback alle detrazioni: il piano anti-contante del Governo in 6 mosse” (di Barone N. e Mobili N.), 1 ottobre 2020
- Il Sole - 24 Ore, “Addio al contante, corrono le *app*”, 25 maggio 2020
- Il Sole - 24 Ore, “Pagamenti, come funziona il credito d’imposta per chi accetta l’uso delle carte” (di Serafini L.), 13 febbraio 2020
- Il Sole - 24 Ore, “Freno al contante in quattro mosse. Bonus e sanzioni nel Piano del MEF” (di Mobili M.), 13 settembre 2019
- Il Sole - 24 Ore, “Il governo punta su carte e bancomat, ma al Sud trionfa il contante” (di Aquaro D. e Dell’Oste C.), 12 settembre 2019
- Il Sole - 24 Ore, “Con PagoPa il Comune ci guadagna: raccoglie di più e con minori costi” (di Longo A.), 3 dicembre 2018

- Il Sole - 24 Ore, “Per un’Italia davvero *cashless* serve più interazione con la PA” (di De Molli V.), 17 luglio 2018
- IMF, “*World Economic Outlook*”, gennaio 2026
- IMF, “*World Economic Outlook*”, ottobre 2025
- IMF, “*World Economic Outlook*”, gennaio 2024
- IMF, “*World Economic Outlook*”, ottobre 2023
- IMF, “*Explaining the Shadow Economy in Europe: Size, Causes and Policy Options*”, novembre 2019
- IMF, “*Shadow economies around the world: what did we learn over the last 20 years?*”, *Working Paper*, 2018
- Informazione fiscale, “Scontrino elettronico e pagamenti con POS, semplificazioni dal 1° luglio” (di D’Andrea A.), giugno 2021
- Internazionale, “Il governo Meloni ha problemi con i contanti”, 2022
- Intrum, “*European Payment Report 2018 – Italia*”, 2018-2019
- Isfort Audimob, “Rapporto sulla mobilità degli Italiani”, edizioni dicembre 2022, novembre 2023, novembre 2024, novembre 2025
- Istat, “Prospettive per l’economia italiana nel 2020-21”, dicembre 2020
- Istat, “Integrazione tra registro esteso delle principali variabili economiche delle imprese ‘Frame SBS’ e l’indagine campionaria sulle tecnologie dell’informazione e della comunicazione ‘ICT’ - anno di riferimento 2018”, marzo 2020
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2020-2023”, ottobre 2025
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2019-2022”, ottobre 2024
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2018-2021”, ottobre 2023
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2017-2020”, ottobre 2022
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2016-2019”, ottobre 2021
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2015-2018”, ottobre 2020
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2014-2017”, ottobre 2019
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2013-2016”, ottobre 2018
- Istat, “L’economia non osservata nei conti nazionali. Anni 2012-2015”, ottobre 2017
- Italia Oggi, “Cashless, Italia lenta”, 2022
- Italia Oggi, “Gli italiani non rinunciano all’uso dei contanti”, 2022
- Kearney, Visa, “*Next generation government disbursement programs*”, 2024
- Key4biz, “Pagamenti digitali, l’Italia è sempre più cashless” (di Stigliani E.), 2022

- La Nazione, “Toscana terza regione italiana per pagamenti elettronici” (di Pieraccini M.), 2022
- L’Espresso, “Caro Draghi si sbaglia, il cashback non è una misura che aiuta i ricchi” (di Bottura L.), luglio 2021
- La Repubblica, “Via all’alleanza il bancomat va in Europa” (di Scalise I.), 2026
- La Repubblica, “I pagamenti digitali volano ma il gap rispetto al resto d’Europa non è chiuso” (di Frojo, M.), 2022
- La Repubblica, “I pagamenti cash scendono sotto il 50% ma l’Italia è fanalino di coda in Europa” (di Amato S.), 2022
- La Repubblica, “E-payment, dal Pnrr una spinta da 27 miliardi di euro”
- La Repubblica (Affari&Finanza), “Open banking, Italia a rilento mentre parte il risikio aziende” (di dell’Olio L.), 2022
- La Repubblica - Affari & Finanza, “Cashback, le famiglie rimettono la spesa ma lo Stato risparmia tagliando il contante” (di Balestrieri G.), 18 gennaio 2021
- La Repubblica - Affari & Finanza, “Benefit anche via app: felici e digitali” (di Di Palma S.), 16 novembre 2020
- La Repubblica - Affari & Finanza, “Moneta digitale, la scossa del fisco in Italia riparte la spinta all’online” (di Frollà A.), 12 ottobre 2020
- La Repubblica, “Sempre più contanti in Italia, anche se da POS e carte prepagate vengono segnali di recupero”, 16 marzo 2019
- La Repubblica - Affari & Finanza, “Deficit e contanti il conto non torna” (di Bogo F.), 18 giugno 2018
- La Stampa, “Italia paradiso della banconota: dal Recovery la spinta per i Pos” (di Balestrieri G.), 2022
- La Stampa, “Rapporto Cashless 2022-Ambrosetti: Italia paese fortemente dipendente dal contante”
- La Stampa, “Pos, vantaggi e svantaggi del pagamento senza contanti: domande e risposte” (di Balestrieri G.), 2022
- Milano Finanza, “Firenze è la città italiana che usa meno contante. Ecco quali sono tutte le altre in classifica”, 2022
- Milano Finanza, “Ecco perché l’innalzamento del limite ai pagamenti in contanti non inciderà sui volumi di Nexi”, 2022
- Milano Finanza, “Net insurance, sinistro pagato su Whatsapp”, (di Romano M.), 24 settembre 2020
- Milano Finanza, “Ora è davvero POS-sibile” (di Pira A.), 28 settembre 2019

- Milano Finanza, “A qualcuno piace POS” (di Bertolino F. e Carosielli N.), 6 luglio 2019
- Milano Finanza, “*Workinvoice*, l’anticipo fatture italiano vale 900 milioni di Euro”, (di Tarroni M.), 28 gennaio 2019
- Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, “Conto Nazionale delle Infrastrutture e dei Trasporti. Anni 2021-2022”, 2023
- Ministero dell’Economia e delle Finanze, “Relazione sull’economia non osservata e sull’evasione fiscale e contributiva”, edizioni 2018-2024
- Ministero dell’Economia e delle Finanze, “Rapporto sulle entrate”, novembre 2024
- Ministero dell’Economia e delle Finanze, “Documento programmatico di bilancio 2025”, ottobre 2024
- Ministero dell’Economia e delle Finanze, “Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza”, maggio 2021
- Ministero dell’Economia e delle Finanze – Agenzia delle Entrate – Agenzia delle Dogane e dei Monopoli - Sogei, “Lotteria degli scontrini, pronte le regole. Per la prima estrazione appuntamento al 7 agosto”, 6 marzo 2020
- Ministero dell’Economia e delle Finanze, “Documento programmatico di bilancio 2020”, dicembre 2019
- Ministero dell’Economia e delle Finanze – Dipartimento del Tesoro, “Rapporto statistico sulle frodi con le carte di pagamento 2017” (a cura della Direzione V Ufficio VI – UCAMP – Ufficio centrale Antifrode dei mezzi di pagamento), 2018
- Ministero delle Imprese e del *Made in Italy*, “Piano transizione 5.0”, 2024
- Ministero delle Finanze e dei Conti Pubblici e Ministero dell’Economia e dell’Industria francesi, “*Stratégie nationale sur les moyens de paiement*”, ottobre 2015
- Ministero per l’Innovazione Tecnologica e la Digitalizzazione, “La piattaforma per le notifiche digitali”, luglio 2020
- Moody’s Analytics, “*The impact of electronic payments on economic growth*”, 2020
- Nature (di Rennert K. et al.), “*Comprehensive evidence implies a higher social cost of CO<sub>2</sub>*”, Settembre 2022
- Nexi, “Nordic payments report 2024”, 2024
- Nikkei Asian Review, “*Singapore’s latest QR payments test promises to go easier on merchants*” (di Suruga T.), 1 novembre 2023
- Nikkei Asian Review, “*Singapore startup serves up fintech for consumers who like cash*” (di Nakano T.), 1 settembre 2019
- OECD, “*2020 international survey of adult financial literacy*”, 2020

- Osservatorio Innovative Payments, “Analisi dei costi delle commissioni per i pagamenti elettronici”, 2024
- Osservatorio Nazionale *Sharing Mobility*, “9° Rapporto nazionale sulla *sharing mobility*”, 2025
- Osservatorio Nazionale *Sharing Mobility*, “8° Rapporto nazionale sulla *sharing mobility*”, 2024
- *Oxford Economics*, “*The environmental impact of digital over cash payments in Europe*”, 2024
- Pagamentidigitali.it, “Verso un’Italia cashless: lo stato dell’arte del Paese e i divari tra le regioni”, 2022
- PagoPA, “Le norme del Decreto Semplificazioni n.76/2020 recante “Misure urgenti per la semplificazione e l’innovazione digitale”, settembre 2020
- PagoPA, “Il pagamento presso POS fisici nel sistema PagoPA – versione 2.0”, giugno 2020
- Parlamento Europeo, “*Taxation of the Informal Economy in the EU*”, 2022
- Politecnico di Milano, “Innovative Payments: nuovi orizzonti digitali. I dati chiave del 2025”, 2025
- Politecnico di Milano, “*La mobilità in Italia: valori di mercato e strumenti di pagamento nel triennio 2019-2021*”, febbraio 2022
- Politecnico di Milano, “*Osservatorio eCommerce B2C*”, 2021
- QuiFinanza, “Le città italiane dove si usano meno contanti: svelata la classifica”, 2022
- Quotidiano Nazionale, “Attenzione al messaggio ‘liberi tutti’”, 2022
- Quotidiano Nazionale, “Pagamenti digitali, Firenze capitale italiana”, 2022
- Reserve Bank of India (RBI), “*National strategy for financial inclusion 2019-2024*”, gennaio 2020
- Reuters, “*Analysis: Italy's cash payments U-turn is all gain, no pain*” (by Za, V.), 2022
- Senato della Repubblica, “A.S. 542 - Conversione in legge del decreto-legge 28 giugno 2018, n. 79, recante proroga del termine di entrata in vigore degli obblighi di fatturazione elettronica per le cessioni di carburante”, luglio 2018
- Senato della Repubblica, “A.S. 2960 - Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2018 e bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020”, novembre 2017
- Smartmoney, “*La sharing economy sta tornando al contante?*” (di Cosimi S.), 30 ottobre 2018
- Stanford University e VISA, “*The future of transportation. Mobility in the age of the megacity*”, febbraio 2020
- Statista, “*B2B e-commerce in Europe*”, 2022-2025

- Statista, “*Fintech Report 2021, Digital Payments*”, 2021
- Statista, “*From frenzy to fall: is e-Commerce vack to normal*”, 2022
- Statista, “*Where paying bills is a ‘Future Me’ problem*”, ottobre 2021
- Statista, “*2021 is set to be another grim year for global tourism*”, giugno 2021
- The European House - Ambrosetti, “Verso un’Italia cashless: il bilancio di 10 anni e cosa resta da fare per cittadini, imprese ed esercenti”, Rapporto 2025 della Community Cashless Society, aprile 2025
- The European House – Ambrosetti, “Verso un’Italia cashless: casi d’uso e ruolo di cittadini, imprese e esercenti”, Rapporto 2024 della Community Cashless Society, aprile 2024
- The European House - Ambrosetti, “Accelerare la transizione *cashless* a beneficio del Paese: fattori abilitanti, casi d’uso e prospettive future”, Rapporto 2023 della Community Cashless Society, aprile 2023
- The European House - Ambrosetti, “Verso un’Italia *cashless*: le opportunità del PNRR e i *trend* innovativi nel mondo dei pagamenti”, Rapporto 2022 della Community Cashless Society, aprile 2022
- The European House - Ambrosetti, “Verso la *Cashless revolution*: i progressi dell’Italia e cosa resta da fare”, Rapporto 2021 della Community Cashless Society, aprile 2021
- The European House - Ambrosetti, “Verso la *Cashless revolution*: i progressi dell’Italia e cosa resta da fare”, Rapporto 2020 della Community Cashless Society, aprile 2020
- The European House – Ambrosetti, “Verso la *Cashless revolution*: i progressi dell’Italia e cosa resta da fare”, Lettera Club 104, aprile 2020
- The European House - Ambrosetti, “*Cashless revolution*: a che punto siamo e cosa resta da fare per l’Italia”, Rapporto 2019 della Community Cashless Society, aprile 2019
- The European House - Ambrosetti, “*Cashless revolution*: a che punto siamo e cosa resta da fare per l’Italia”, Rapporto 2018 della Community Cashless Society, aprile 2018
- The European House – Ambrosetti, “*Cashless society*: a che punto siamo e cosa resta da fare per l’Italia”, Lettera Club 90, aprile 2018
- The European House – Ambrosetti, “Rivoluzione *cashless*: il posizionamento del Paese e l’agenda per l’Italia”, Rapporto 2017 della Community Cashless Society, aprile 2017
- The European House - Ambrosetti, “Rivoluzione *cashless*: il posizionamento del Paese e l’agenda per l’Italia”, Lettera Club 83, aprile 2017
- The European House - Ambrosetti, “La diffusione dei pagamenti elettronici: una priorità per la crescita e la competitività dell’Italia”, Rapporto 2016 della *Community Cashless Society*, aprile 2016

- The European House - Ambrosetti, “La diffusione dei pagamenti elettronici: una priorità per la crescita e la competitività dell’Italia. Cosa fare – Parte seconda”, Lettera Club 74, maggio 2016
- The European House - Ambrosetti, “La diffusione dei pagamenti elettronici: una priorità per la crescita e la competitività dell’Italia. Il ritardo del Paese e le opportunità – Parte prima”, Lettera Club 73, aprile 2016
- The Paypers, “Australia’s big four banks shut down 3800 ATMs”, marzo 2022
- Unique Identification Authority of India, “Annual report 2022-2023”, 2023
- Visa, “Transforming disbursements and payouts”, 2023