

# BANCA D'ITALIA

*Provvedimento n. 41 dell'11 luglio 2002 "CARTE DI PAGAMENTO BANCARIE"*

## **LA BANCA D'ITALIA**

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'art. 81 del Trattato dell'Unione Europea;

VISTA la Comunicazione della Commissione Europea relativa agli accordi d'importanza minore;

VISTO il d.p.r. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTO il provvedimento n. 135/A del 7 febbraio 2001 relativo all'avvio dell'istruttoria, ai sensi degli artt. 2 e 14 della legge n. 287/90, nei confronti di Servizi Interbancari S.p.A., Deutsche Bank S.p.A., Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., Findomestic Banca S.p.A. e Cassa di Risparmio delle Province Lombarde S.p.A.;

VISTA la documentazione acquisita nel corso delle ispezioni condotte presso Servizi Interbancari S.p.A., Deutsche Bank S.p.A., Findomestic Banca S.p.A. e Cassa di Risparmio delle Province Lombarde S.p.A. il 12 febbraio 2001 e presso Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. il 13 febbraio 2001;

VISTO il provvedimento n. 170/A del 24 gennaio 2002, con il quale è stato prorogato al 30 giugno 2002 - fatto salvo l'ulteriore termine previsto dall'art. 20, comma 3, della legge n. 287/90 - il termine di conclusione del procedimento;

VISTO il parere espresso dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ai sensi dell'art. 20, comma 3, della legge n. 287/90 nella sua adunanza del 27 giugno 2002, trasmesso con lettera del 28 giugno 2002;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

1. Sono parti del procedimento:

- Servizi Interbancari S.p.A. (di seguito SI), soggetto di emanazione bancaria che opera nell'interesse delle banche partecipanti al capitale; è iscritto nell'elenco speciale previsto dall'art. 107 del Testo Unico in materia bancaria e creditizia. Il capitale di SI è detenuto da 137 soggetti, tutti riconducibili al sistema bancario (ABI, banche, ex istituti di centrali di categoria, società capogruppo di gruppi bancari). SI svolge per il sistema bancario italiano servizi connessi sia all'emissione di carte di pagamento (acquisizione di nuovi titolari; gestione delle contestazioni; operazioni di addebito; gestione degli sconfinamenti; invio degli estratti conto; recupero crediti) sia alla stipula di convenzioni con gli esercenti (valutazione delle convenzioni con nuovi

esercizi commerciali; gestione delle richieste di documentazione e delle contestazioni; gestione delle infrastrutture di rete). SI rappresenta il principale circuito bancario in Italia per quanto riguarda sia l'emissione e la gestione di carte sia il numero di esercizi convenzionati: con circa 7,2 milioni di carte emesse, detiene una quota superiore al 50% delle carte di credito presenti sul mercato nazionale; gli esercenti convenzionati sono 434.000 (circa l'80% dei punti vendita che accettano carte di pagamento). SI emette e gestisce la carta "CartaSi" per conto di 826 banche (circa l'86% del sistema, per complessivi 24.000 sportelli); rappresenta in Italia i marchi VISA e Mastercard;

- Deutsche Bank S.p.A. (di seguito DB), in veste di licenziatario del marchio VISA e dal 1990 anche del marchio Mastercard, che emette la carta "Bankamericard";
- Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (di seguito BNL), in veste di licenziatario dei marchi VISA e Mastercard, che emette la carta "Topcard";
- Findomestic Banca S.p.A (di seguito Findomestic), che opera prevalentemente nel settore del credito al consumo ed emette la carta "Aura";
- Cassa di Risparmio delle Province Lombarde (di seguito Cariplo), appartenente al gruppo bancario Intesa-BCI, in veste di licenziataria dei marchi VISA e Mastercard, che emette la carta "Moneta".

## **II. ATTIVITA' ISTRUTTORIA**

2. Sono pervenute alla Banca d'Italia alcune segnalazioni riguardanti una presunta violazione dell'art. 2 della legge n. 287/90 da parte di soggetti che emettono e gestiscono carte di pagamento; è stato, in particolare, segnalato il fatto che ai portatori delle carte di credito sarebbe richiesto il pagamento di una commissione uniforme, pari a L. 1.500<sup>1</sup>, per gli acquisti di carburante effettuati con tutte le carte di credito.
3. In base a tali elementi il 7 febbraio 2001 è stato disposto l'avvio di un'istruttoria ai sensi dell'art. 14, comma 1, della legge n. 287/90, nei confronti di SI, DB, BNL, Findomestic e Cariplo per accertare se abbiano posto in essere un'intesa sulle condizioni da applicare alla clientela.
4. Il 12 febbraio 2001 sono state condotte ispezioni presso SI, DB, Findomestic e Cariplo e il 13 febbraio 2001 presso BNL. Successivamente le parti hanno trasmesso informazioni e documenti relativi al funzionamento dei circuiti di pagamento interessati dall'istruttoria e alle condizioni applicate nei rapporti con gli esercenti e i detentori delle carte. Le informazioni richieste sono state fatte tenere da SI l'8 febbraio 2001, da Deutsche Bank il 16 febbraio 2001, da BNL e da Cariplo il 14 marzo 2001.
5. Il 22 marzo 2001 VISA International Service Association ha chiesto di intervenire nel procedimento ai sensi dell'art. 7, comma 1, lettera b), del d.p.r. 30 aprile 1998, n. 217.
6. Il 10 dicembre 2001 si è tenuta l'audizione di SI.

---

<sup>1</sup> In coerenza con il provvedimento n. 135/A di avvio dell'istruttoria e tenuto conto che la documentazione acquisita nel corso del procedimento è espressa in lire, i valori non sono definiti in euro.

7. Il 18 dicembre 2001 American Express Service Europe Ltd (di seguito Amex) è stata sentita al fine di acquisire specifiche informazioni sui prodotti e sui mercati oggetto dell'istruttoria.
8. Il 22 marzo 2001 e il 19 febbraio 2002 SI ha fatto tenere ulteriore documentazione.
9. Il 15 maggio 2002 è stata inviata la comunicazione delle risultanze istruttorie. Le parti hanno successivamente rinunciato a esercitare il diritto di essere sentite in audizione e di presentare memorie e documenti.

### **III. DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE**

#### **Il mercato delle carte di pagamento**

10. Dal punto di vista merceologico, il presente provvedimento interessa il mercato delle carte di pagamento, comprensivo delle carte di debito e delle carte di credito<sup>2</sup>. Per la definizione del mercato rilevante si fa riferimento ai provvedimenti della Banca d'Italia n. 23 dell'8 ottobre 1998 e n. 38 del 27 novembre 2001.
11. Le carte di debito sono emesse da soggetti riconducibili al sistema bancario nazionale (Pagobancomat) o a circuiti internazionali (VISA Electron, Edc/Maestro); esse prevedono la contabilizzazione diretta delle spese sul conto corrente del titolare. Le carte di credito comprendono sia le carte rappresentanti un marchio promosso da circuiti bancari (es. VISA e Mastercard), le quali possono anche assolvere una funzione di credito attraverso il pagamento rateale consentito al titolare, sia le cosiddette *Travel & Entertainment cards*, che offrono al titolare una linea di credito personalizzata, determinata in base alla sua capacità di spesa; esse prevedono l'addebito in unica soluzione sul conto corrente del titolare in un giorno del mese successivo a quello in cui sono effettuati i pagamenti<sup>3</sup>. Alcune carte di pagamento possono funzionare sia come carta di debito sia come carta di credito<sup>4</sup>.
12. I dati strutturali e i profili evolutivi del mercato italiano delle carte di debito e di credito mettono in evidenza una crescente diffusione del loro possesso e del loro utilizzo: nel biennio 98-2000, il numero di pagamenti effettuati con carte di credito è cresciuto in media del 24,4% su base annua, mentre quello con carte di debito è aumentato in media del 36,33%. Il numero di pagamenti con carte di debito tende a divenire superiore a quello con carte di credito<sup>5</sup>; gli importi medi delle transazioni presentano differenze contenute (20-25%) e in progressiva riduzione.

---

<sup>2</sup> La Commissione Europea ha adottato in numerosi casi un'analogia definizione di mercato rilevante; si vedano i casi IV/30.717-B e IV/35.999 Eurocheque; caso IV/29.373 Visa International; casi IV/34.234 Edc/Maestro - IV/34.579 Eurocard/Mastercard - IV/35.217 Europay ATM Program; caso IV/34.010 Dutch banks (acceptance giro system).

<sup>3</sup> Nella terminologia in uso in alcuni paesi esteri, le carte *Travel & Entertainment* sono comunemente definite *charge cards* o carte di debito differito.

<sup>4</sup> Cfr. il provvedimento della Banca d'Italia n. 23 dell'8.10.98 ("Pagobancomat").

<sup>5</sup> Negli anni 1999 e 2000 il numero complessivo di pagamenti effettuato con le carte di debito è stato pari, rispettivamente, a 247.500.000 e a 317.510.000, mentre quello dei pagamenti con carte di credito è stato pari, rispettivamente, a 229.178.000 e a 272.316.000.

13. La definizione del mercato si fonda sulla sostituibilità tra le diverse carte. Queste ultime, pur presentando specifiche caratteristiche, risultano altamente sostituibili tra loro rispetto alla funzione principale di strumento di pagamento nelle operazioni al dettaglio. La sostituibilità tra le diverse carte è dovuta anche alla circostanza che la maggior parte degli esercizi commerciali accetta pagamenti elettronici con ogni tipo di carta. I terminali installati (Point of Sale - POS) sono in genere abilitati a ricevere i pagamenti attraverso tutte le carte, di credito e di debito.
14. Dal punto di vista della distribuzione, le carte sia di debito sia di credito diffuse in Italia sono commercializzate prevalentemente dalle banche e risultano strettamente legate al conto corrente bancario, a cui è frequentemente associata una linea di credito concessa al correntista titolare della carta. Il titolare, sottoscrivendo il contratto di emissione della carta, accede a un servizio insito nel conto corrente.
15. La crescente diffusione delle carte che presentano entrambe le modalità di funzionamento (credito e debito) rappresenta un ulteriore elemento che favorisce la sostituibilità delle carte. La presenza delle due diverse funzioni in un'unica carta, da un lato, risponde alle economie di produzione realizzate nei supporti plastici; dall'altro, permette ai titolari di beneficiare di un ampliamento delle possibilità di spesa e di un'alternativa al momento dell'acquisto nel caso in cui una delle due carte non risulti utilizzabile. La prossima introduzione in Italia del microprocessore, che incorpora in un unico supporto le funzionalità di debito immediato, differito e di credito, costituirà un elemento in grado di favorire la diffusione delle carte cosiddette multifunzione e, di conseguenza, di aumentarne ulteriormente il grado di sostituibilità.
16. Le condizioni contrattuali ed economiche delle carte di debito e di credito sono sostanzialmente simili. In particolare, al titolare viene richiesto solo il pagamento di un canone annuo; non sono richiesti ulteriori oneri, collegati all'intensità e alla frequenza di utilizzo; i tetti massimi di spesa delle carte di debito sono simili a quelli delle carte di credito standard. Gli importi dei canoni delle carte di debito non differiscono sostanzialmente da quelli delle carte di credito standard; sono, invece, più elevati i canoni delle carte di credito "speciali" che offrono servizi accessori, come quelle cosiddette "oro" e "platino". Le differenze esistenti tra carte standard e carte speciali circa canone annuo, tetti massimi di spesa e funzioni accessorie aggiuntive risultano più rilevanti rispetto a quelle esistenti tra carte di debito e carte di credito.
17. Dal punto di vista geografico, l'offerta di carte di pagamento fa parte dei servizi bancari alla clientela per i quali le preferenze dei consumatori presentano peculiarità a livello nazionale, spiegabili con il diverso sviluppo raggiunto dall'attività bancaria al dettaglio nei vari stati<sup>6</sup>. La rilevanza nazionale è connessa con la struttura e la modalità dei servizi offerti ed è confermata anche dal fatto che i soggetti coinvolti hanno carattere nazionale.
18. Gli operatori finanziari non individuano significative differenze nell'utilizzo dei diversi tipi di carte, considerate in un rapporto di diretta concorrenza tra loro<sup>7</sup>; essi ritengono che, in Italia, la clientela bancaria non percepisce la differenza tra i due tipi di carte e non dimostra ancora di apprezzare le caratteristiche distintive delle carte di

---

<sup>6</sup> Cfr. il caso *BNP-Dresdner Bank*, Commissione UE, Decisione del 24.06.1996, GUCE L188/37 del 27.07.1996.

<sup>7</sup> Cfr. i verbali delle ispezioni presso DB e Cariplo.

credito<sup>8</sup>. I dati relativi alle tipologie d'acquisto e all'importo medio per transazione segnalano un utilizzo delle carte di pagamento progressivamente sempre più indifferenziato da parte dei consumatori.

19. Fattori tecnologici e comportamentali configurano il mercato delle carte di pagamento in chiave unitaria. Dal lato della domanda, la funzione di pagamento delle carte risulta più rilevante rispetto a quella di finanziamento, che è marginale e non sembra rappresentare un elemento determinante nella decisione d'acquisto e di utilizzo di una carta. Il finanziamento rateale (cosiddetto *revolving*) è percepito come una caratteristica accessoria. La clientela fa scarso utilizzo della possibilità di rateizzare i pagamenti e non sembra sensibile al vantaggio finanziario del posticipo tecnico dell'addebito: i dati relativi alla composizione dei pagamenti con carte di credito confermano che la maggioranza dei pagamenti avviene a saldo e che i pagamenti rateali sono limitati<sup>9</sup>. Secondo gli operatori, la minore incidenza del peso del segmento *revolving* è da attribuire, oltre che ai tassi di interesse richiesti, anche all'esistenza di limiti di fido<sup>10</sup>, particolarmente stringenti per le carte standard.
20. La detenzione di un portafoglio diversificato di carte di pagamento da parte degli utilizzatori è favorita dal basso costo marginale dell'acquisizione di un'ulteriore carta di pagamento: il pagamento del relativo canone permette al cliente di accedere a punti vendita incrementali e di disporre di funzioni accessorie diverse. Le funzioni accessorie spesso rappresentano strumenti di marketing, con ampie differenziazioni e contenuti economici variabili in relazione alla domanda dei singoli detentori e non sembrano incidere in maniera significativa sull'utilizzo delle diverse carte: ad esempio, la possibilità di utilizzare le carte di credito come strumento di prenotazione non determina automaticamente che lo strumento di pagamento della transazione sia effettivamente lo stesso.
21. Specifiche indicazioni sulla definizione del mercato delle carte di pagamento si desumono dalle decisioni della Commissione Europea. Nell'ambito dell'attività svolta ai sensi degli artt. 81 e 82 del Trattato CE, la Commissione ha definito in generale il mercato delle carte di pagamento in maniera unitaria, sottolineando il ruolo svolto dall'evoluzione tecnologica nell'accrescere il grado di sostituibilità tra carte di debito e di credito.
22. Conformemente alle indicazioni rivenienti dalla prassi comunitaria, nel mercato delle carte di pagamento è possibile distinguere tra l'attività di emissione delle carte (*card issuing*) e l'attività di stipula delle convenzioni con gli esercenti (*card acquiring*).

### ***Il mercato dell'attività di card issuing***

23. L'attività di emissione di carte di pagamento implica lo svolgimento delle operazioni di addebito sui conti correnti dei titolari; l'invio ai titolari dei relativi estratti conto; la gestione delle contestazioni effettuate dai titolari relativamente alle operazioni

---

<sup>8</sup> Cfr. verbale dell'audizione di Amex.

<sup>9</sup> In particolare, documenti acquisiti nel corso delle ispezioni riguardanti la percentuale di utilizzo della carta (addebito rateale e in unica soluzione) mettono in evidenza che la percentuale di pagamenti a saldo è intorno all'89%, mentre quella dei pagamenti rateali è intorno all'11-12%.

<sup>10</sup> Cfr. verbale ispettivo di SI.

contabilizzate e degli eventuali sconfinamenti; le eventuali azioni per il recupero dei crediti.

24. L'emittente compie una valutazione dei soggetti che richiedono la carta, determina i limiti di utilizzo della carta, assume il rischio di credito e provvede all'addebito automatico mensile in conto. Le condizioni di emissione e d'uso delle carte prevedono il versamento di una quota associativa annuale per l'emissione e il rinnovo della carta (differenziata in funzione del tipo di carta e di eventuali servizi aggiuntivi), il pagamento delle spese di emissione, di bollo e d'invio degli estratti conto, le commissioni per gli oneri di negoziazione relativi a utilizzi in valuta, le commissioni per anticipo contante e quelle applicate all'acquisto di carburante. L'emittente può farsi carico in tutto o in parte della quota associativa annuale, nell'ambito di iniziative di carattere promozionale e commerciale dirette a sviluppare la diffusione della carta.
25. Il mercato è caratterizzato dalla presenza dei licenziatari nazionali dei marchi internazionali VISA e Mastercard; a essi si aggiungono Amex e Diners' Club. Il sistema di affiliazione a VISA prevede il pagamento di una commissione *una tantum* d'ingresso (*initial service fee*); esso si articola in licenze primarie (*principal membership*) e licenze secondarie (*deposit access membership*<sup>11</sup>, *participant membership*, *VISA cash only member*). I licenziatari diretti per l'emissione delle carte VISA e Mastercard sono circa 55; nel tempo si è registrato un aumento del numero delle licenze concesse, specie agli operatori bancari nazionali di maggiori dimensioni. I contratti di licenza VISA prevedono che le banche convenzionatrici debbano pagare una commissione trimestrale fissa sulle carte, che varia a seconda del numero di carte, e una commissione trimestrale percentuale sul volume; le commissioni sono più alte per le carte emesse a favore di persone giuridiche (le cosiddette carte *non consumer*).
26. Nel mercato operano: SI, che in qualità di *principal member* di VISA, emette la carta Cartasì per conto delle banche ad essa associate; DB, che emette Bankamericard; Poste Italiane, emittente di carte di debito Postamat Maestro che permettono il prelievo presso ATM bancari appartenenti al circuito Mastercard. Poste Italiane commercializza carte di credito dietro licenza Mastercard, carte di credito *revolving* emesse dalla società specializzata Agos Itafinco S.p.A. e carte di credito a saldo emesse da DB.
27. SI è il principale licenziatario in Italia dei marchi VISA e Mastercard (cfr. tavola n. 1). La convenzione tra SI e le banche associate prevede che SI emetta, su richiesta delle banche e a favore dei nominativi indicati, carte di credito denominate "Cartasì" e altre carte di credito internazionali: di conseguenza, sulle carte di credito recanti i marchi VISA e Mastercard figura anche il marchio Cartasì e il nome della banca per conto della quale SI ha emesso la carta in questione. DB è licenziataria diretta di VISA e Mastercard e rappresenta il principale operatore nel settore delle carte cosiddette *co-branded*; essa è inoltre attiva nel settore della lavorazione elettronica delle operazioni, svolgendo tale servizio sia per le banche sia per Poste Italiane e Amex.

**Tavola n. 1: quote di mercato degli operatori dell'attività di card issuing - valori percentuali**

Operatore	Carte emesse	Spesa effettuata con carte

<sup>11</sup> Questa licenza permette il rilascio di carte di debito (VISA Electron).

Carta SI (VISA)	52	56,9
DB (Bankamerikard)	18	17,5
Topcard (BNL)	3,7	4,6
Moneta (Intesa)	3,6	6,2
Aura (Findomestic)	3,9	0,9
American Express	7,4	8,6
Diners' Club	3,4	3,3

Fonte: Rapporto Nielsen – dati al 30.6.00 al netto delle carte aziendali

28. I licenziatari nazionali hanno promosso l'emissione di carte aziendali e di carte *co-branded*, le cui caratteristiche possono anche significativamente variare rispetto alle carte standard. Le carte aziendali sono emesse principalmente da emittenti Travel&Entertainment (Amex, Diners' Club) e sono orientate alle aziende caratterizzate da una diffusa mobilità dei propri dipendenti, favorendo la gestione e il controllo amministrativo e contabile delle spese per viaggi e trasferte e per acquisti ricorrenti sostenute dai dipendenti nell'ambito dell'attività lavorativa. Le carte *co-branded* recano anche il logo dell'impresa industriale, oltre a quello dell'emittente finanziario, e accanto alla funzione di mezzo di pagamento (credito o debito) permettono di accedere a servizi aggiuntivi, sconti o programmi fedeltà; carte selettive sono emesse per conto di particolari clienti e si caratterizzano per un prevalente utilizzo nel credito al consumo<sup>12</sup>. Rispetto ad altri Paesi, in Italia le carte *co-branded* sono ancora scarsamente diffuse, con un'incidenza dell'8% sul mercato nazionale delle carte di credito.

### ***Il mercato dell'attività di card acquiring***

29. L'attività di convenzionamento degli esercenti consiste nel promuovere presso gli esercenti commerciali l'accettazione di carte di credito per il pagamento dei beni e servizi offerti. Essa implica la gestione dei flussi di pagamento presso l'esercente e la relativa contabilizzazione delle operazioni; la gestione delle richieste degli esercenti e delle loro eventuali contestazioni.

30. I principali operatori dell'attività di acquisizione di esercenti per l'utilizzo di carte di pagamento (siano esse carte recanti il marchio Pagobancomat ovvero i marchi internazionali VISA e Mastercard) sono SI, DB, BNL, Banca Antonveneta<sup>13</sup> e Banca Sella (cfr. tavola n. 2).

***Tavola n. 2: quote di mercato degli operatori dell'attività di card acquiring - valori percentuali***

Operatore	Volumi negoziati
Servizi Interbancari	57,9
Deutsche Bank	23,5
Setefi (Intesa-BCI)	5,9
Diners' Club	4,4

<sup>12</sup> Findomestic, emittente di Carta Aura, specializzata nel credito al consumo, in seguito all'adesione al circuito Europay/Mastercard ha emesso un altro tipo di Carta Aura con tutte le funzionalità tipiche delle carte di pagamento.

<sup>13</sup> Gli esercizi convenzionati con la Banca Antonveneta generano 20 mln di operazioni all'anno con Pagobancomat e altrettanti con le carte di credito VISA o Mastercard. Alla Banca Antonveneta fa capo il 10% circa dei POS installati presso gli esercenti.

BNL	4,0
Altri (B. Sella, Antonveneta, Cariverona, Banec)	3,9

Fonte: Rapporto McKinsey 1999

31. Agli operatori specializzati indicati al punto precedente si aggiungono banche e soggetti internazionali (National Westminster Bank, Findomestic, JCB e CILME), che hanno rapporti con aziende appartenenti a catene internazionali (linee aeree, alberghi, autonoleggi) e possono operare anche su mercati diversi da quello di residenza. Le regole di funzionamento dei circuiti internazionali consentono la possibilità di svolgere l'attività di convenzionamento solo dopo aver emesso un consistente numero di carte<sup>14</sup>.
32. SI è il principale operatore del mercato; secondo quanto comunicato da SI, la quota di mercato riferita alle spese effettuate tramite Cartasì presso gli esercenti direttamente convenzionati dalla società è pari per il 2001 a circa il 60%; nel 2000 era pari al 72%<sup>15</sup>. La diminuzione si è verificata in un contesto di elevata crescita dei volumi di spesa con carte di credito. SI stima che la propria quota di mercato attualmente oscilla tra il 41% e il 50%, registrando una contrazione rispetto agli anni passati soprattutto a causa dell'ingresso di nuovi operatori sul mercato.
33. Per effetto della concorrenza esercitata dagli operatori di più recente ingresso sul mercato, che offrono agli esercenti commissioni inferiori a quelle fissate da SI<sup>16</sup>, si è determinata una riduzione delle commissioni medie praticate agli esercenti. Attualmente, la commissione praticata agli esercenti in Italia si attesta mediamente intorno all'1,8%, a fronte dell'1,5% del Regno Unito, dell'1,6% del Belgio e dell'1,8% della Francia, paesi in cui i volumi intermediati sono notevolmente più consistenti.

### ***Gli schemi organizzativi delle attività connesse***

34. Il sistema organizzativo di carte di credito più diffuso in Italia è quello aperto o a "quattro parti". Il sistema prevede la partecipazione di quattro soggetti: (i) il titolare della carta di pagamento; (ii) il commerciante; (iii) la banca che emette la carta di pagamento (cosiddetta banca *issuer*); (iv) la banca dell'esercente che installa presso di esso il terminale abilitato al circuito di pagamento (cosiddetta banca *acquirer*). Questo tipo di organizzazione connota il sistema VISA/Mastercard<sup>17</sup>.
35. Quando la banca che emette la carta e quella che convenziona gli esercenti non coincidono, quest'ultima riconosce alla banca emittente una commissione interbancaria (cosiddetta *interchange fee*) per ciascuna operazione di pagamento. La commissione è *ad valorem*, fissata in percentuale sull'ammontare della singola transazione. Secondo

<sup>14</sup> Cfr. verbale dell'audizione di Amex.

<sup>15</sup> Tale quota non tiene in considerazione i circuiti proprietari e le banche che utilizzano la procedura *cd on line to issuer*, che consente la canalizzazione dei flussi di pagamento direttamente sulla banca emittente.

<sup>16</sup> Cfr. la documentazione acquisita presso SI: allegati n. 153-156, in cui si riferisce della pressione concorrenziale esercitata da Banca Sella, DB, Antonveneta e BNL, che offrirebbero commissioni comprese tra l'1,5% e il 2,5%.

<sup>17</sup> Nel sistema a tre parti, tipicamente quello *cd* proprietario di Amex o Diners' Club, la realizzazione dei pagamenti tra esercenti e consumatori è effettuata attraverso un'unica entità, non necessariamente di carattere bancario, che emette le carte di pagamento, affilia gli esercenti, installa presso questi ultimi i terminali necessari per l'utilizzazione delle carte di pagamento e incassa dai consumatori l'ammontare relativo alle transazioni effettuate presso gli esercenti affiliati al sistema.

gli operatori, essa rappresenta lo strumento che permette di riequilibrare i costi legati all'emissione e al convenzionamento con gli introiti ricevuti dai titolari e dagli esercenti; in tal modo, favorisce l'aumento della domanda e dell'utilizzo del servizio di pagamento offerto<sup>18</sup>. Secondo quanto emerge dalla documentazione acquisita, la commissione interbancaria incide sulle commissioni imposte agli esercenti in misura pari all'80% circa.

36. Relativamente alle carte di credito, sia il circuito VISA sia quello Europay/Mastercard fissano il livello della commissione interbancaria per i pagamenti a livello europeo. Nel sistema VISA, la commissione interbancaria stabilita dal *Board* europeo è determinata, senza tenere conto dei diversi settori merceologici, in percentuale sulla singola transazione effettuata e varia a seconda che quest'ultima sia elettronica o cartacea, in relazione ai rischi di credito e di frodi. Tale commissione è applicata automaticamente anche a livello nazionale nel caso in cui i membri nazionali di VISA non raggiungano un diverso accordo: è questo il caso dell'Italia, dove la commissione interbancaria è pari a 0,75%/0,95%<sup>19</sup>. Il circuito Mastercard adotta regole analoghe, diversificando la commissione interbancaria intraeuropea a seconda del tipo (cartaceo o elettronico) delle transazioni; per i pagamenti nazionali con carte emesse in Italia, la commissione interbancaria è determinata dai principali emittenti nazionali.
37. Le norme contrattuali delle licenze VISA per l'attività di *acquiring* prevedono il pagamento di: (1) una cosiddetta *merchant sales volume fee* trimestrale, calcolata in valore percentuale sui volumi di spesa generati dalle carte (con esclusione della carta di debito Electron) presso gli esercenti convenzionati; (2) una cosiddetta *international ATM fee* in misura fissa a carico di ogni transazione internazionale ATM transitante sul sistema VISANET; (3) una cosiddetta *international outgoing interchange fee* in valore percentuale sui volumi di spesa generati da carte straniere.
38. Considerato che è in via di definizione, da parte della Commissione Europea, l'esame della compatibilità con il mercato comune della cosiddetta MIF (Multilateral Interchange Fee) stabilita da VISA, la commissione in questione non è stata valutata ai fini della presente istruttoria.

#### **IV. VALUTAZIONI GIURIDICHE**

39. Il presente procedimento riguarda l'accertamento dell'eventuale sussistenza di un'intesa restrittiva della concorrenza, ai sensi dell'art. 2, comma 2, della legge n.287/90. La norma vieta "le intese tra imprese che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare in maniera consistente il gioco della concorrenza all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante, anche attraverso attività consistenti nel: [...] a) fissare direttamente o indirettamente i prezzi d'acquisto o di vendita ovvero altre condizioni contrattuali". Ai sensi dell'art. 2, comma 3, le intese vietate sono nulle ad ogni effetto.
40. Ai fini dell'applicazione dell'art. 2 della legge n. 287/90, le intese restrittive della concorrenza comprendono tutte le iniziative comunque idonee ad alterare la libertà di concorrenza che risultino dalla collaborazione fra più imprese, sia che venga stipulato

---

<sup>18</sup> Cfr. anche la posizione di VISA nel caso Comp/D-1/29.373 VISA International cit.

<sup>19</sup> Cfr. Comunicazione a norma dell'art. 19 par. 3 del regolamento n. 17 del Consiglio sul caso Comp/29.373 VISA International cit. La commissione è dello 0,75% o dello 0,95% se la banca convenzionatrice effettua la compensazione, rispettivamente, entro od oltre 5 giorni lavorativi successivi a quello della transazione.

un vero e proprio accordo con la finalità di coordinare il comportamento di imprese indipendenti sia che le iniziative stesse abbiano come conseguenza pratica comportamenti consapevolmente collaborativi sul mercato, a danno della concorrenza.

41. Secondo la giurisprudenza comunitaria e nazionale e gli orientamenti della Commissione UE, sussiste un accordo qualora le parti abbiano raggiunto un consenso generale sul comportamento da tenere; non è necessario che l'accordo abbia forma scritta né che soddisfi altri requisiti formali o preveda espressamente sanzioni per il caso di mancato rispetto ovvero misure per la sua realizzazione.
42. Si configura una pratica concordata lesiva della concorrenza quando, pur in assenza di accordo preventivo sul comportamento da tenere sul mercato, le imprese seguano una strategia comune che promuove o facilita il coordinamento delle rispettive condotte sul mercato e quando la pratica consente un coordinamento che non si sarebbe potuto ottenere altrimenti. La pratica concordata ha luogo quando il parallelismo di comportamenti riscontrato in imprese indipendenti non è frutto dell'operare delle forze di mercato<sup>20</sup> e trova spiegazione solo nell'esistenza di una concertazione<sup>21</sup>.
43. Gli elementi raccolti durante l'istruttoria non hanno accertato l'esistenza di un accordo tra le parti in ordine alla fissazione delle condizioni economiche applicate ai titolari e agli esercenti. In particolare, nel corso degli accertamenti ispettivi non è stato rinvenuto alcun documento da cui possa evincersi la conclusione di accordi tra gli operatori dei mercati delle attività di *card issuing* e di *card acquiring* finalizzati a restringere o alterare la concorrenza nell'ambito dei mercati rilevanti.
44. Al fine di accertare l'esistenza di una pratica concordata sono state esaminate le modalità di fissazione sia delle condizioni economiche applicate ai titolari delle carte di credito e agli esercenti sia della particolare commissione a carico dei titolari per l'acquisto di carburanti.
45. Per quanto riguarda le condizioni economiche praticate ai titolari, l'analisi istruttoria ha fatto emergere un'ampia differenziazione dei canoni annuali per le diverse carte di credito. In particolare, canoni più elevati sono richiesti per le carte di fascia alta (denominate carte "oro" o "platino"), indirizzate alla clientela d'affari o a quella ad alto reddito, caratterizzate da un'estesa serie di servizi accessori e da elevati limiti di spesa; canoni più bassi sono richiesti per le carte cosiddette *classic/standard* o aggiuntive. Sono spesso applicate tariffe promozionali che prevedono l'emissione gratuita della carta per il primo anno e canoni ridotti per quelli successivi, talvolta anche per effetto della sottoscrizione di altri contratti. Tali differenziazioni sussistono sia tra i diversi soggetti emittenti sia tra le banche aderenti a SI; in particolare, queste ultime possono definire canoni superiori a quelli stabiliti ufficialmente da SI per prodotti a cui sono associati servizi aggiuntivi tipici della banca stessa o del soggetto *co-branded* (es. Pagobancomat, servizi assicurativi, assistenza legale e medica, servizi autostradali, buoni sconto, bonus di programmi fedeltà). L'applicazione di differenti politiche commerciali da parte delle banche si traduce in una diversa redditività del portafoglio carte.

---

<sup>20</sup> Corte di Giustizia, causa Ahlstrom Osakeyhtio e altri c. Commissione CE (Pasta di legno), Raccolta, p. I-1307.

<sup>21</sup> Corte di Giustizia, cause riunite 110/88, 241/88 e 242/88 François Lucazeau e altri c. Société des auteurs compositeurs et éditeurs de musique (SACEM), Raccolta, I-2811.

46. Le condizioni che assistono i canoni annuali si differenziano significativamente anche per le date di addebito delle operazioni e per le commissioni percentuali sul prelievo di contante presso ATM in Italia e all'estero. Findomestic, specializzata nel settore del credito al consumo, pratica in relazione sia alla propria carta dedicata "Carta Aura" sia alla carta "Carta Aura Mastercard/VISA" condizioni più onerose rispetto a quelle degli altri operatori<sup>22</sup>. In particolare, per la stessa carta i canoni assumono valori anche molto differenziati, come testimoniano gli ampi intervalli fra il livello minimo e quello massimo (cfr. tavola n. 3). Considerando l'insieme dei canoni come un'unica distribuzione, emerge una dispersione complessivamente elevata, testimoniata da un valore del coefficiente di variazione piuttosto alto (78%).

**Tavola n. 3 : condizioni economiche per i titolari di carte di credito**

Operatori	Canoni annuali	Spese invio e/c	Addebito	Cash Italia/estero
BNL	24.000/300.000	2.000	15 gg data e/c	3%-4%
Deutsche Bank/Bankamericard	80.000	2.500	6 gg data e/c	4%
Cariplo (Intesa)	20.000/300.000	2.500	Data e/c	2%-4%
Servizi Interbancari	30.000/200.000	2.000	15 gg data e/c	4%
Findomestic	30.000	2.500	Contestuale	1,5%
BancoPosta	30.000/90.000			
Amex	60.000/270.000	2.500	Data e/c	3,50%
Diners'	140.000/180.000	2.500	Data e/c	4%
Media	136.167			
Scarto quadratico medio	106.137			
Coefficiente di variazione	78%			

*Nota: la media, lo scarto quadratico medio e il coefficiente di variazione sono stati calcolati considerando il valore medio degli intervalli.*

47. Per quanto riguarda le condizioni applicate ai commercianti, è emerso che generalmente questi ultimi pagano un canone per l'affitto dei terminali abilitati al circuito di pagamento (POS), a cui si aggiunge la commissione percentuale commisurata al valore dei pagamenti (*merchant fee*). L'installazione del POS può essere gratuita e l'onere del canone di affitto può ridursi con l'aumentare del numero delle operazioni di pagamento. Le commissioni sono differenziate a seconda del tipo di tecnologia fornita all' esercente (gestione della transazione elettronica o cartacea), del volume di fatturato gestito dall' esercente stesso e della categoria merceologica, con particolare riferimento all'incidenza media delle frodi e delle perdite su crediti per ciascuna categoria.

48. Le commissioni praticate agli esercenti registrano un'elevata differenziazione per settore merceologico e per singolo esercente. La documentazione raccolta in sede ispettiva ha fornito precise evidenze in tal senso. Tenuto conto della numerosità delle categorie merceologiche a cui appartengono gli esercenti convenzionati, l'analisi è stata circoscritta a quelle che segnalano un elevato numero di transazioni e che, secondo gli operatori, avendo margini più alti, sono ritenute maggiormente interessanti

<sup>22</sup> La maggiore onerosità si riscontra con riferimento al rimborso mensile e alla data di addebito degli interessi.

per l'accettazione delle carte (abbigliamento, calzature, etc). I risultati dell'analisi sono esposti nella tavola n. 4.

**Tavola n. 4: commissioni applicate agli esercenti - valori percentuali**

Settore merceologico	SI	BNL	Deutsche Bank
Supermercati	2	1-4	1,10-2
Alimentari	2	0,30-4	1,20-3,50
Ristoranti	3	1-4,5	0,8-3,75
Calzature	3	1-4	0,8-3,5
Abbigliamento	3	1,2-4	1-3,50
Farmacie	2,80	1,6-4	1,40-3
Librerie	3	2-4	1,30-3,50
Hotel	2,60	2,7-4	1,20-2,75
Autonoleggio	3	2-4	1,50-3
Benzinai	0,50	0,05-5	0,5
Media (*)	2	2,71	2,02

(\*) Nota: la media è stata calcolata considerando il valore medio degli intervalli.

49. Le differenziazioni tra le commissioni praticate sussistono anche nell'ambito del medesimo gruppo bancario. Ad esempio, per quanto riguarda la grande distribuzione alimentare, all'interno del gruppo Intesa/BCI, si praticano commissioni medie differenziate: Cariplo richiede l'1,25%, Banco Ambrosiano Veneto lo 0,67%, Cariparma lo 0,40% e Banca Friuladria lo 0,42%. La variabilità di condizioni tra gli operatori è confermata dai dati forniti da Cariplo riguardo ad alcune categorie merceologiche: grande distribuzione non alimentare: 1,20%; hotel: 1,28%; abbigliamento: 2,50%/2,75%. La commissione mediamente applicata agli esercenti da SI è pari al 2%. Particolare è la situazione di Findomestic, che non applica commissioni agli esercenti e retrocede loro una provvigione che va dall'1 al 5% del capitale finanziato. Il recupero dei minori introiti avviene con gli interessi per il credito al consumo, che gravano sull'acquirente.
50. Non sono emersi elementi che segnalino un comportamento collusivo tra gli operatori per pervenire a un allineamento dei prezzi: da un lato, non si registra un allineamento delle commissioni massime (5% per BNL e 3,75% per DB); dall'altro, sussiste un'ampia varianza delle commissioni all'interno di ciascun settore.
51. L'esistenza di significative differenze di condizioni economiche in funzione della categoria merceologica e all'interno della stessa categoria risulta essere legata "ai volumi delle transazioni, alla qualità delle carte accettate, alla presenza di accordi quadro con aziende *leader* del mercato e associazioni di categoria, nonché all'esistenza o meno di un rapporto ... con banche del gruppo"; "alle reti commerciali delle banche vengono indicati dei *range* di commissioni applicabili con diversi livelli di autonomia"<sup>23</sup>. La grande distribuzione e gli esercenti con rilevanti volumi di attività beneficiano di commissioni che tendono ad allinearsi al livello di pareggio.
52. Al fine di verificare se i valori possono giustificare un'ipotesi di collusione relativamente alle commissioni praticate agli esercenti, si è proceduto a un raffronto

<sup>23</sup> Cfr. il punto 6 del verbale ispettivo di Cariplo.

fra le condizioni applicate dai due maggiori operatori (SI e DB). In particolare, è stata effettuata un'analisi della dispersione dei valori che assume la commissione agli esercenti riferita a diversi settori merceologici.

53. L'allineamento si è riscontrato solo per la commissione applicata alle stazioni di servizio (0,50%). Per tutti gli altri settori è emersa un'ampia dispersione delle commissioni: di seguito si segnalano i risultati relativi ai settori più importanti. Nel settore "supermercati", mentre SI applica indistintamente il 2% a tutte le imprese convenzionate, DB presenta commissioni che oscillano fra l'1,10 e il 2%. La massima frequenza si ha in corrispondenza del valore di 1,10, applicato a 907 imprese che rappresentano il 70% di quelle convenzionate. Nel settore "calzature", SI applica il 3%; DB presenta ancora un'ampia dispersione dei valori fra lo 0,80 e il 3,50%, con la massima frequenza sul valore di 1,50%, praticato a 191 imprese (20% di quelle convenzionate). Nel settore "abbigliamento", SI pratica il 3%; DB presenta commissioni che vanno dall'1 al 3,50%, applicando il 2% solo all'1,6% delle imprese convenzionate; la massima frequenza si ha sul valore di 3,5% (23% delle imprese).

### ***Il settore dell'acquisto di carburanti***

54. L'unico settore merceologico in cui si riscontra l'uniformità delle condizioni economiche praticate agli esercenti e alla clientela è quello dell'acquisto dei carburanti. Le commissioni praticate agli esercenti delle stazioni di servizio si collocano su valori medi che oscillano intorno allo 0,50%<sup>24</sup>.
55. Inizialmente le convenzioni con le stazioni di servizio erano curate da SI e DB attraverso accordi commerciali stipulati direttamente con le grandi compagnie petrolifere, in base ai quali gli oneri di funzionamento del circuito non coperti dalla *merchant fee* erano in parte sovvenzionati direttamente dalle compagnie petrolifere e in parte recuperati dalla commissione fissa a carico del titolare della carta. Successivamente, quando la convenzione non è stata più curata direttamente dalle compagnie petrolifere, ma dai singoli gestori dei distributori di carburante, questi ultimi si sono resi indisponibili a corrispondere alle banche la *merchant fee* a causa degli esigui margini sul prezzo finale del carburante<sup>25</sup>.
56. A carico della clientela grava una commissione fissa pari a L. 1.500 per ogni singola transazione effettuata con carta di credito, sia cartacea sia elettronica. Non risultano commissioni specifiche per l'acquisto effettuato con carta di debito.
57. E' risultato che la fissazione di una commissione specifica per l'acquisto di carburante risale a una decisione assunta nel 1977 dall'allora operatore principale Bankamericard che, nell'ambito di un'iniziativa promozionale tesa ad ampliare la rete di accettazione della carta di credito presso i distributori, intendeva fornire un servizio aggiuntivo ai titolari dietro il pagamento di un prezzo<sup>26</sup>. In seguito, tale decisione è stata assunta da altri operatori; in particolare, SI ha fissato il valore della commissione in L. 1.500.

---

<sup>24</sup> Cfr. allegati da n. 35 a n. 40 del verbale ispettivo di SI.

<sup>25</sup> In proposito, l'Unione Petrolifera Italiana ha dichiarato la propria estraneità alla vicenda, attribuendo la responsabilità della pratica alle sole imprese emittenti le carte.

<sup>26</sup> Cfr. il verbale ispettivo di DB.

58. SI ha giustificato la commissione di L. 1.500 con l'esigenza di permettere la copertura dei costi in un settore caratterizzato da ridotti margini di guadagno per gli esercenti (il margine lordo per il gestore è pari a L. 60 per litro di benzina), da un basso livello medio di carburante erogato, dallo scarso apporto di vendita di prodotti non petroliferi e da un elevato carico fiscale sul prodotto venduto (75% di accise). Ciò non permetterebbe di praticare agli esercenti delle stazioni di servizio commissioni paragonabili a quelle di altri settori, necessarie al soggetto convenzionatore per coprire i costi gestionali e operativi. Secondo SI, l'addebito di una commissione sufficiente a coprire i costi annullerebbe tutti i ricavi degli esercenti e renderebbe quindi improponibile il convenzionamento.

59. La commissione è stata determinata da SI sulla base della struttura dei costi sottostante alla tipologia di transazione (cfr. tavola seguente). Essa non è percepita da SI sui titolari di carte emesse da altri emittenti nazionali ed esteri (cosiddette transazioni *outgoing*, che rappresentano il 25% del totale).

Voci di costo	Lire per transazione
Commissione d'interscambio passiva	870
Oneri finanziari	40
Altri costi indiretti	60
Costi di gestione di transazione	300
Costi di gestione terminale POS	500
Costi di gestione esercente	100
Totale	1870

60. La commissione applicata alle transazioni presso le stazioni di servizio risulta essere più bassa della media; la spesa media sostenuta presso le stazioni di servizio (L. 90.000) è meno elevata di quella registrata presso altri settori merceologici. I costi sostenuti da SI sulla singola transazione sarebbero pari a L. 1.870, mentre i ricavi percepiti sarebbero pari a L. 1.950 (di cui L. 1.500 di commissione fissa). E' emerso che, per aumentare i propri margini, alcune banche avrebbero convenzionato direttamente singoli distributori a condizioni meno favorevoli di quelle concordate da SI<sup>27</sup>.

61. Alla decisione di SI di stabilire il valore della commissione in L. 1.500 si sono successivamente allineati tutti gli altri operatori; anche gli emittenti di carte *Travel & Entertainment* hanno verificato presso la propria clientela la disponibilità a pagare la commissione aggiuntiva (anche in misura superiore a L. 1.500), a fronte di un ampliamento della rete di distributori convenzionati che garantisse una maggiore capillarità di punti vendita presso cui rifornirsi. In particolare, dall'attività istruttoria non è emersa alcuna simultaneità nel comportamento degli operatori relativamente alla fissazione della commissione o alle variazioni del suo importo.

62. Di recente sono emersi comportamenti differenziati che hanno riguardato sia la commissione fissa sia la *merchant fee* allo scopo di incentivare il convenzionamento dei distributori. Tra le iniziative si segnalano quelle di Cariplo, che non prevede la commissione per l'acquisto di carburante, di Cariverona e di Banca Sella. Cariplo,

<sup>27</sup> Cfr. allegato n. 65 al verbale ispettivo di SI.

dopo un iniziale allineamento a SI, nel luglio 2000 ha abbassato la commissione a L. 1.400 e ha stipulato un accordo con TOTAL-FINA ed ERG per annullare il peso della *merchant fee* sulle transazioni: per ciascun rifornimento, il distributore non paga commissioni e riceve il margine stabilito con la compagnia petrolifera direttamente sul conto, mentre la società petrolifera riceve sul proprio conto l'accredito (al netto della commissione), che avrebbe dovuto essere a carico del distributore; in tal modo, le compagnie petrolifere si accollano i costi delle operazioni e il titolare di Carta Moneta non paga alcuna commissione. Cariverona (gruppo UniCredito) dal 1997 applica ai titolari una commissione di L. 500 per singola operazione di acquisto carburante. Banca Sella ha lanciato un prodotto che offre al titolare la possibilità di scegliere tra 4 regimi tariffari, che prevedono diverse combinazioni di canoni periodici e di commissioni per transazione: la commissione media per singola transazione è pari a L. 1.027. Il 17% delle carte emesse da Banca Sella non prevede la commissione sugli acquisti di carburante, ma solo il canone periodico nella misura massima di L. 12.000; l'83% delle carte paga la commissione di L. 1.500 o commissioni di importo inferiore, combinate con un canone periodico che varia tra L. 8.000 e L. 4.000.

63. In sintesi, alla luce degli elementi di fatto e di diritto sopra esposti, si ritiene che i comportamenti adottati dalle parti non realizzino un accordo o una pratica concordata ai sensi dell'art. 2 della legge n. 287/90.

## **VI. IL PARERE DELL'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO**

72. L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha rilevato che la documentazione acquisita dalla Banca d'Italia nel corso della propria istruttoria non ha fatto emergere elementi che provino la conclusione di accordi fra le parti finalizzati a restringere o alterare la concorrenza. In particolare, la verifica delle commissioni praticate dalle parti per l'attività di emissione di carte e di stipula delle convenzioni con gli esercenti per l'accettazione delle stesse ha messo in evidenza un'ampia differenziazione delle condizioni praticate ai titolari delle carte e ai commercianti. L'Autorità condivide che l'uniformità delle condizioni praticate alla clientela nel settore dell'acquisto di carburante è ascrivibile a un comportamento imitativo di aggiustamenti delle commissioni avvenuto nel corso di anni, indotto da condizioni economiche del mercato assolutamente peculiari: la documentazione agli atti dimostra l'assenza di simultaneità nel comportamento delle parti relativamente all'applicazione della commissione di L. 1.500 e alla variazione del suo importo.

73. L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato concorda sul fatto che non risultano elementi atti a comprovare che SI, DB, BNL, Cariplo e Findomestic abbiano posto in essere un'intesa in violazione dell'art. 2, comma 2 della legge n. 287/90.

## **VII. CONCLUSIONI**

74. L'attività istruttoria non ha messo in evidenza l'esistenza di forme di coordinamento concorrenziale tra le parti per stabilire le condizioni economiche applicabili alla clientela con riferimento all'attività di emissione di carte di pagamento e per definire le commissioni a carico dei commercianti nell'attività di stipula delle convenzioni con

questi ultimi. In particolare, riguardo alla commissione fissa di L. 1.500 a carico del titolare per ogni acquisto di carburante presso le stazioni di servizio, non è emersa a carico delle parti l'esistenza di condotte volte a stabilire di concerto l'imposizione della suddetta commissione o del suo importo.

RITENUTO che nel corso del procedimento non sono emersi elementi idonei a comprovare la sussistenza di intese, nella forma di accordi o di pratiche concordate, volte a restringere o alterare il gioco della concorrenza nel mercato delle carte di pagamento,

### **DISPONE**

che non sono emersi elementi comprovanti che i comportamenti posti in essere dalle parti nell'attività di emissione di carte di pagamento e di stipula delle convenzioni con gli esercenti integrino le fattispecie di cui all'art. 2, comma 2, della legge n. 287/90;

Il presente provvedimento verrà notificato alle parti e successivamente pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento - ai sensi dell'art. 33, comma 1, della legge n. 287/90 - può essere proposto ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio, entro il termine di sessanta giorni dalla data di notifica del provvedimento stesso.

IL GOVERNATORE  
*A. Fazio*