

ASSOFIDUCIARIA

**Convegno “L’Assofiduciaria verso l’Euro”**

## **Il cambio della moneta**

Intervento di Antonio Finocchiaro  
Vice Direttore generale della Banca d’Italia

Roma, 12 luglio 2001



Signore e Signori,

1. apprezzo la decisione della Vostra Presidenza di dedicare parte dell'incontro annuale degli associati al segno monetario che, con lo slogan della Campagna di informazione Euro 2002, sarà la "NOSTRA moneta".

E' importante che nel tempo ancora a disposizione si intensifichi il dialogo con le categorie professionali e il grande pubblico su un argomento di tale rilevanza; è opportuno che i soggetti coinvolti nell'operazione di cambio della moneta consolidino l'impegno a fornire periodici aggiornamenti sullo stato di preparazione del nostro Paese.

L'adozione di banconote e monete in euro rappresenterà uno spartiacque nella storia monetaria dei Paesi interessati. Circa 300 milioni di cittadini europei acquisiranno piena e concreta consapevolezza della condivisione di una moneta comune; conserveranno, negli anni a venire, un ricordo marcato dell'esperienza che caratterizzerà le prime settimane del 2002.

L'introduzione materiale dell'euro - oltre che avvenimento storico e fattore di rilievo per il processo di integrazione europea - costituisce una sfida produttiva, logistica, operativa senza precedenti per i governi nazionali, l'Eurosistema, le banche centrali, i sistemi bancario e produttivo.

Indagini recenti sullo stato di conoscenza, da parte delle famiglie, delle fasi del passaggio all'euro e delle modalità d'uso della nuova moneta non appaiono rassicuranti. Anche se la situazione è in progressivo

miglioramento siamo ancora su livelli di consapevolezza piuttosto bassi.

Fra le imprese, la preparazione di quelle medie e grandi sembra di massima accettabile; quanto alle piccole, ai commercianti, agli artigiani, si rileva sovente una visione riduttiva del passaggio all'euro, una certa sottovalutazione delle cose da fare e dei rischi legati ad una preparazione tardiva.

In questa consapevolezza deve crescere l'impegno di autorità, istituzioni, amministrazioni pubbliche, banca centrale, organizzazioni di categoria, sistema bancario e postale, per citare taluni dei soggetti preposti, in relazione al proprio ruolo, all'operazione di cambio della moneta <sup>1</sup>.

Atteggiamenti di "benevola noncuranza" non sono ammissibili. Non è più tempo di indugi.

2. In diverse occasioni ho avuto modo di riferire sull'impegno della Banca d'Italia a realizzare un'offerta di banconote in euro nelle quantità, nei tagli, nei modi atti a consentire, secondo criteri di funzionalità e sicurezza, il passaggio al nuovo segno monetario. In questa sede mi limito a fornirVi alcuni dati aggiornati.

Nei due mesi dedicati al cambio della moneta (1° gennaio - 28 febbraio 2002) la Banca d'Italia metterà in circolazione fino a 2 miliardi di banconote in euro che sostituiranno il 90% circa dei 3,6 miliardi di

---

<sup>1</sup> Il 4 luglio scorso il Parlamento Europeo ha adottato una risoluzione - che si aggiunge alle precedenti - con un insieme di suggerimenti agli "attori economici" per un ottimale passaggio all'euro (SEC/Gen C/X/01/12b).

biglietti in lire che saranno nelle mani del pubblico all'inizio del periodo. I piani di produzione prevedono la stampa di 2,4 miliardi di biglietti, incluse le riserve operative <sup>2</sup>.

Ad oggi sono stati prodotti 1.700 milioni di pezzi di cui circa 1.600 pronti per la spendita; includendo le fasi intermedie di stampa, la produzione complessiva - in linea con i programmi stabiliti - è superiore all'80 per cento del totale.

Oltre 900 milioni di biglietti risultano trasferiti in 68 delle 100 filiali della Banca. Le rimanenti succursali verranno raggiunte nelle prossime settimane.

Man mano che rientrano nelle casse dell'Istituto i biglietti in lire logori e non riutilizzabili vengono distrutti. Al 6 luglio scorso, solo 40 milioni di banconote logore (poco più dell'1 per cento del totale in circolazione) erano in attesa di verifica per la

---

<sup>2</sup> Si tratta di 460 milioni di banconote da 5 euro, 515 da 10, 440 da 20, 555 da 50, 360 da 100, 25 da 200, 25 da 500 euro per un totale di 2.380 milioni di pezzi.

La scala dei tagli delle banconote in euro innova rispetto a quella dei biglietti in lire. Essa allinea il nostro agli altri paesi dell'area sotto i profili del valore dei tagli e del rapporto monete/banconote.

La distribuzione per tagli delle attuali banconote è, infatti, sostanzialmente immutata dagli inizi degli anni '70 quando vennero introdotti i biglietti da 2.000 e 20.000 lire. Tale circostanza ha gradualmente prodotto uno squilibrio nella scala, articolata nella parte inferiore ma carente nei livelli più elevati. Ad esempio, la funzione transattiva svolta a fine 1967 dalle banconote da 50.000 e 100.000 lire allora emesse si è venuta riducendo di molto.

La banconota da 500.000 lire ha costituito, in tempi recenti (1997), l'unico adeguamento verso l'alto della scala dei tagli. Peraltro, considerato il breve tempo disponibile per un'ampia diffusione, il nuovo taglio non ha prodotto appieno i suoi effetti: oggi le quote relative dei tagli massimi sul totale della circolazione nei principali paesi europei risultano almeno 3 volte superiori a quella della banconota da 500.000 lire nella circolazione italiana.

successiva distruzione. La Banca intende pervenire all'avvio del cambio della moneta con giacenze di biglietti in lire pressoché nulle, sì da poter accumulare nelle proprie filiali la massima quantità possibile di biglietti in euro. Il cambio potrebbe risultare agevolato dalla riduzione tempestiva del volume della circolazione <sup>3</sup>.

L'offerta di biglietti al mondo produttivo, a quello della distribuzione, al pubblico verrà curata, oltre che dalla banca centrale, dagli sportelli, circa 40.000, dei sistemi bancario e postale. La predisposizione di almeno il 90 per cento dei 30.000 dispensatori di banconote bancari per l'erogazione dei biglietti in euro di piccolo taglio sin dalle prime ore del 1° gennaio 2002 potenzierà l'azione distributiva del sistema <sup>4</sup>.

Le banche e le Poste hanno già comunicato alla Banca d'Italia le quantità e i tagli delle banconote di cui hanno bisogno per affrontare sia la fase di prealimentazione di seconda istanza della grande distribuzione e dei piccoli operatori, sia l'attività

---

<sup>3</sup> Un contributo al raggiungimento di tale obiettivo potrebbe essere fornito, nel prossimo dicembre, dall'anticipo del pagamento di salari e pensioni nel settore pubblico. La decisione farebbe rientrare nelle casse dell'Istituto, negli ultimi giorni del mese, i biglietti che, di solito, vengono riconsegnati dalle banche nei primi giorni del mese successivo. Nella stessa direzione opererebbe il versamento nei conti bancari dei risparmi detenuti in contanti dai cittadini. Quanto alle monete, un contributo alla contrazione del circolante prima dell'avvio del cambio può derivare dalla raccolta di fondi per il finanziamento di attività non profit o campagne di utilità sociale.

<sup>4</sup> Presso il Servizio Fabbricazione Carte Valori della Banca d'Italia è in corso un ciclo di test - riservato ai costruttori di queste macchine - per consentire l'adattamento dei sensori di lettura alle nuove banconote. Un secondo ciclo è previsto per settembre-ottobre p.v. Analoghe iniziative potrebbero essere adottate per i fabbricanti di mezzi che accettano banconote.

di sportello nelle prime settimane del periodo di doppia circolazione <sup>5</sup>.

Le richieste del sistema creditizio ammontano a oltre 1.100 milioni di banconote, articolate nei vari tagli, per un importo complessivo di 20 miliardi di euro. Per il sistema postale le prenotazioni assommano a 64 milioni di pezzi e a 2 miliardi di euro.

Si tratta, in totale, del 48 per cento della produzione complessiva. Tenendo conto degli oneri connessi alla prealimentazione, l'ampiezza delle richieste testimonia del contributo che le banche e il sistema postale intendono fornire alla riuscita ottimale dell'operazione di cambio <sup>6</sup>. Un contributo che si aggiunge all'impegno per la conversione in euro dei conti di pertinenza della clientela.

---

<sup>5</sup> La prealimentazione delle banconote costituisce una condizione fondamentale per una rapida e ordinata diffusione della moneta comune. Essa verrà avviata nel prossimo novembre per banche e sistema postale; la prealimentazione di seconda istanza della grande distribuzione e dei piccoli operatori da parte delle aziende di credito comincerà, rispettivamente, dal 1° e dal 15 dicembre p.v. Una prealimentazione "estemporanea" di banconote verrà effettuata in anticipo rispetto a tali date per consentire l'addestramento del personale presso le istituzioni bancarie con un certo numero di sportelli.

La Banca centrale europea ha escluso la possibilità di consegna anticipata delle banconote al pubblico. E' opinione della Banca che una simile consegna faccia aumentare il rischio di contraffazione in un periodo in cui il pubblico non è ancora abituato agli elementi di sicurezza delle banconote. Essa potrebbe inoltre generare confusione poiché non sarebbe possibile impedire l'uso dei biglietti prima dell'avvio del cambio (1° gennaio 2002). Per le monete, invece, la BCE ritiene che il rischio sia contenuto, considerato il loro basso valore. Esse potranno essere consegnate ai cittadini, in speciali kit, a partire dal 15 dicembre p.v.

<sup>6</sup> Il Consiglio direttivo della Banca centrale europea ha approvato il 5 luglio scorso specifiche misure per assicurare una regolare prealimentazione di banconote in euro a banche centrali di paesi esterni all'Eurosistema.

Pur in presenza di una richiesta di banconote di piccolo taglio maggiore di quella stimata, non appaiono fondati i timori di un'insufficiente disponibilità di tali biglietti. Ove necessario, l'Officina Carte Valori della Banca d'Italia dispone dei margini produttivi per fronteggiare eventuali situazioni di carenza.

Ministero dell'Economia, Banca d'Italia e Associazione Bancaria Italiana hanno già diramato o hanno in avanzato stato di elaborazione le istruzioni applicative per il cambio della moneta indirizzate a banche e sistema postale.

3. L'offerta di biglietti sul territorio nazionale, idonea a soddisfare una domanda massiccia, articolata e, per taluni aspetti, non prevedibile <sup>7</sup>, non costituisce la sola preoccupazione dell'Istituto di emissione. Tale offerta deve essere infatti gestita da personale in grado di rispondere a situazioni operative e richieste informative proprie di un evento che non ha precedenti.

Un piano nazionale di formazione sulle caratteristiche fisiche e di sicurezza delle nuove banconote è stato impostato dalla Banca d'Italia ed è in corso di attuazione.

Il metodo addestrativo è quello "a cascata", con impegno differenziato in relazione alle funzioni svolte; è finalizzato a far sì che il Paese possa

---

<sup>7</sup> Allo stato attuale sono disponibili soltanto stime di massima sulle giacenze di banconote presso le banche commerciali, il sistema postale, il commercio, la pubblica amministrazione e il pubblico. Un'ulteriore elemento di incertezza è rappresentato dall'ammontare della circolazione di biglietti fuori dai confini nazionali legata anche ad attività di difficile classificazione.



disporre, all'inizio del periodo di doppia circolazione, di un numero adeguato di "professionisti del contante" preparati a soddisfare la domanda proveniente dai cittadini e dalle aziende e a scoraggiare lo spaccio di banconote contraffatte <sup>8</sup>.

Le iniziative di formazione interna all'Istituto hanno finora riguardato i titolari delle unità di cassa e 20 docenti "primari"; questi, a loro volta, hanno formato 250 docenti "secondari" che stanno trasferendo al restante personale di cassa (poco più di 800 persone), su base decentrata, tutte le informazioni ricevute.

Di un'analogha iniziativa hanno beneficiato alcune decine di appartenenti alle forze dell'ordine. L'impegno formativo proseguirà all'interno dei vari organismi.

Sono in corso di definizione, con il contributo delle principali categorie destinatarie di attività formative, le modalità per effettuare, presso le filiali della Banca e con il coinvolgimento di rappresentanti locali, i previsti interventi. L'offerta

---

<sup>8</sup> La Banca centrale europea ha avviato talune iniziative finalizzate alla protezione della circolazione delle banconote e delle monete in euro dai pericoli delle contraffazioni. Oltre all'adozione di elementi di sicurezza visibili e rilevabili automaticamente, la BCE sta creando un archivio destinato a contenere i dati tecnici e statistici relativi a banconote e monete in euro riconosciute come false. A fianco di tale sistema informativo si sta istituendo un Centro di Analisi della Contraffazione. Di concerto con l'Europol, l'Interpol e la Commissione europea sono state infine definite misure per assicurare il coordinamento e un efficace flusso di informazioni per la prevenzione e la lotta contro le contraffazioni.

Quanto al nostro Paese, è in via di predisposizione un provvedimento legislativo che rafforza la tutela contro le falsificazioni delle monete e dei biglietti in euro.

addestrativa interessa oltre 7.000 bancari e poco meno di 3.000 addetti agli sportelli postali.

Con le grandi associazioni di categoria si stanno concordando i criteri per l'individuazione delle persone da addestrare in ogni provincia.

E' prevista infine la possibilità di accogliere, in misura limitata, richieste che provenissero da singole società a dimensione nazionale che gestiscono attività con rilevanti servizi di cassa (es., trasporto), ovvero da aziende aderenti al Programma di partnership.

Il materiale formativo verrà messo a disposizione dalla Banca centrale europea, a partire dal mese di settembre, e dalla Banca d'Italia <sup>9</sup>.

La creazione, specie da parte delle banche, di call-center a chiamata gratuita, come quello che sarà attivato dal Comitato euro, specializzati nel fornire informazioni sull'euro, risulterà di particolare utilità. E' importante, infatti, che l'informazione venga trasmessa sulla base di un rapporto di fiducia come quello che si stabilisce con le banche, percepite come le istituzioni a più stretto contatto con la moneta.

4. E' compito della Banca d'Italia - quale organo di vigilanza sulle banche e di sorveglianza sul sistema

---

<sup>9</sup> Il kit della BCE conterrà: a) un CD-ROM con la copia dei "lucidi" da utilizzare nel corso delle sessioni informative; sarà possibile usare il CD-ROM in maniera interattiva per verificare il grado di apprendimento; b) una cassetta video della durata di 10 minuti circa; c) un opuscolo di istruzione per i formatori. Verrà, inoltre, distribuito un pieghevole che i cassieri potranno utilizzare, presso il posto di lavoro, come materiale di rapida consultazione.

dei pagamenti - controllare lo stato di preparazione del sistema bancario al cambio della moneta. La disponibilità del contante e di personale preparato è condizione necessaria ma non sufficiente per l'ottimale gestione dell'operazione di sostituzione del segno monetario.

L'impegno delle banche è a tutto campo: occorre intervenire su strumenti di lavoro, procedure e sistemi informatici, modulistica, istruzioni applicative. E' l'intera azienda a dover essere preparata per fronteggiare tale evento. Un impegno diretto del vertice aziendale è indispensabile. Le banche che non risultassero pronte per l'euro potrebbero andare incontro a danni economici e di immagine.

La banca centrale segue la preparazione degli intermediari, pronta ad avviare all'occorrenza azioni di sollecitazione e di sostegno.

A fini conoscitivi, nel marzo scorso la Banca ha distribuito a 844 intermediari un articolato questionario. Si sono chieste informazioni sulla pianificazione delle attività, l'avanzamento dei lavori, i controlli adottati, le risorse umane e finanziarie impegnate, le criticità eventualmente incontrate.

La Banca ha restituito al sistema indicazioni aggregate sui principali risultati della rilevazione. Nel giugno scorso ha chiesto - a 246 intermediari cui fa capo il 92 per cento degli sportelli - un aggiornamento delle informazioni già fornite; le aziende capogruppo di 29 gruppi bancari sono state invitate a integrare tali informazioni con specifici

riferimenti alla conoscenza dei fattori di rischio e delle misure di emergenza assunte.

Dalle informazioni ricevute a marzo e a giugno emerge che tutte le banche stanno attuando gli interventi necessari per operare con la nuova moneta. Le percentuali medie di completamento degli interventi - ad esclusione della conversione dei conti e della formazione del personale - si attestano intorno al 70-80 per cento del totale con riferimento ai settori più critici.

Gli intermediari ritengono di poter concludere le attività pianificate entro i termini fissati. L'eventualità che nei primi mesi del prossimo anno si verificano blocchi prolungati dell'operatività viene considerata molto bassa. Qualche criticità potrebbe derivare da una possibile corsa agli sportelli per il cambio delle lire.

Sull'inutilità di tale comportamento tutti - dalla Pubblica Amministrazione alle organizzazioni di categoria, agli operatori commerciali, ai mezzi di comunicazione - dovrebbero richiamare l'attenzione del pubblico e della clientela; l'avvertenza dovrebbe far parte dell'informativa sulle modalità attuative del cambio finalizzate a far sì che il passaggio all'euro avvenga senza ansie.

Ci saranno due mesi per continuare a spendere le lire o per cambiarle in euro presso qualunque sportello della Banca d'Italia, del sistema creditizio e di quello postale. Ci saranno ulteriori 10 anni, a partire dal 1° marzo 2002, per cambiare le monete e le banconote nazionali presso l'Istituto di emissione. Il

sistema bancario potrà, su base volontaria, continuare per qualche tempo a svolgere quest'ultimo compito.

Dalle rilevazioni emerge anche che:

- la complessità del progetto di migrazione - e quindi il suo livello di rischio - dipende in larga misura dal numero di clienti e dalla articolazione della rete distributiva della singola azienda;

- nella pianificazione e nel controllo delle attività le grandi banche risultano più avanti rispetto alla media del sistema: su 46 aziende con oltre 100 sportelli, quasi tutte hanno definito, approvato ed avviato il piano operativo. Dai dati più recenti si rileva che il divario, segnalato nella prima rilevazione, tra intermediari grandi e piccoli si è sensibilmente ridotto;

- le aree nelle quali il livello di preparazione risulta più elevato sono quelle dei sistemi informativi (82 per cento con riferimento alle procedure operative) e delle apparecchiature per i pagamenti, quali i POS (83 per cento). La percentuale di conversione dei rapporti è invece bassa (7 per cento) anche per la scarsa attenzione finora manifestata dalla clientela verso l'euro; esistono peraltro segnali di recupero;

- pressoché tutte le banche attuano forme di controllo sui progetti euro ed hanno un responsabile unico per la migrazione che riferisce periodicamente all'alta direzione. Circa la metà degli intermediari ha assegnato la verifica dei piani agli ispettorati interni;

- quanto ai problemi emersi, circa il 70 per cento degli interpellati segnala una certa preoccupazione riferita alle risorse logistiche delle società per il trasporto valori; tali risorse appaiono limitate rispetto all'esigenza di soddisfare, con tempestività, le richieste delle banche nel primo periodo di doppia circolazione. Contatti sono in corso con le autorità competenti per l'adozione di interventi sulla normativa che regola questo tipo di attività, la predisposizione di eventuali misure di emergenza, l'attuazione di più articolate forme di sorveglianza.

Altre aree ad elevata criticità attengono alla trattazione degli assegni (dal 1° gennaio p.v. non potranno più essere emessi assegni in lire) e alla preparazione di fasce di clientela;

- il 73 per cento delle banche ha previsto un piano di emergenza per il cambio della moneta ma solo pochi intermediari lo hanno già attivato. Il piano si riferisce sia al changeover weekend (29 dicembre 2001 - 1° gennaio 2002) sia al periodo di doppia circolazione (1° gennaio - 28 febbraio 2002). Tra le misure più ipotizzate vi sono la creazione di strutture di supporto alla rete aziendale (94 per cento dei casi), la costituzione di unità di crisi per il controllo della transizione al nuovo segno monetario (69 per cento), l'assegnazione di risorse per il sostegno alla clientela (63 per cento);

- i dati sull'impiego di personale sono stati forniti, con la rilevazione di marzo u.s., da 762 banche mentre l'ammontare dei costi è stato segnalato da 748 intermediari: il campione è rappresentativo dell'impegno complessivo del sistema bancario. In

termini di risorse umane tale impegno veniva calcolato, a quella data, in circa 60 mila mesi/uomo, dei quali il 60 per cento riferito a personale dipendente e il 40 a risorse esterne; il costo della migrazione, incluse le spese per il personale, era stimato in circa 700 milioni di euro.

Come in precedenti occasioni (adozione dell'euro nel 1999, transizione all'anno 2000) la Banca d'Italia costituirà, sul finire del corrente anno, un apposito Comitato interno che, in collaborazione con l'analoga struttura già esistente presso la Banca centrale europea e con quelle che verranno create presso le banche e, prevedibilmente, presso altri enti e organismi nazionali, sarà in grado di fronteggiare esigenze improvvise o eventuali emergenze operative. Analoghi punti di riferimento risulterebbero di grande utilità se organizzati anche presso organismi di categoria e aziende con struttura territoriale articolata.

5. Il cambio della moneta, di per sé impegnativo, incontrerà ulteriori difficoltà se non potrà contare sulla collaborazione piena degli imprenditori, dei commercianti e del pubblico consapevoli del fatto che, con le proprie azioni, possono agevolare la transizione.

E' difficile prevedere con precisione le reazioni dei cittadini - in particolare nei primi due mesi del 2002 - di fronte alla sostituzione globale della moneta nazionale. I comportamenti di massa rispondono a impulsi e motivazioni complessi, che non è facile ipotizzare e/o influenzare. Anche i sondaggi più raffinati potrebbero rivelarsi inesatti.

Ampie fasce della popolazione potrebbero incontrare problemi di adattamento alla nuova moneta ovvero risultare seriamente preoccupate sull'uso quotidiano dell'euro. In forme di emarginazione, sia pure solo psicologica, potrebbero incorrere gli anziani, le persone con un basso livello di istruzione, i portatori di handicap sensoriali <sup>10</sup>.

Un maggior coinvolgimento del mondo dell'associazionismo e del volontariato contribuirebbe positivamente a raggiungere e informare gli elementi più deboli della società civile.

6. In tutti i Paesi, incluso il nostro, si moltiplicano le campagne di comunicazione a livello nazionale e locale: si intensificano le iniziative di organismi pubblici, associazioni di categoria, industrie, aziende finalizzate a preparare i consumatori ai nuovi segni monetari; iniziative addestrative vengono avviate per formare particolari categorie di persone; le autorità stanno predisponendo materiale educativo destinato alle scuole, alle famiglie, a fasce ben individuate di cittadini. I mezzi di comunicazione scrivono e parlano dell'euro sempre più frequentemente <sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Interventi sono stati effettuati già in sede di progettazione della moneta unica con il coinvolgimento, ad esempio, dell'Unione europea dei ciechi. Più di recente la Banca centrale europea e la Commissione Europea hanno prodotto dei kit contenenti campioni delle nuove monete e delle nuove banconote in euro - peraltro prive, queste ultime, dei dispositivi di sicurezza - per la "formazione" delle persone disabili. La stessa Banca contribuirà finanziariamente all'acquisto di strumenti atti ad agevolare i portatori di taluni handicap nell'uso del nuovo segno monetario.

<sup>11</sup> Una sintesi aggiornata delle iniziative in corso è reperibile in: European Commission, Directorate General Economics and Financial Affairs, Monthly monitoring-Preparation for the changeover to the euro, Eurogroup, 4 June 2001.



Un ulteriore sforzo va prodotto in direzione di quella armonizzazione dei comportamenti, quella sincronia degli interventi, quella mobilitazione generale capaci di garantire il successo dell'operazione. Dalle indagini finalizzate a valutare le azioni già promosse e da quanto lo stesso Parlamento europeo rileva <sup>12</sup> appaiono ancora insufficienti i risultati finora ottenuti e i progressi conseguiti.

Il confronto con precedenti operazioni, anche complesse, non può essere assimilato al cambio della moneta. L'introduzione dell'euro nel 1999 e il cambio data nell'anno 2000 richiesero un'ampia mobilitazione di risorse che portarono a risultati positivi; ma queste operazioni coinvolsero specifici settori aziendali e, soprattutto, esperti di informatica <sup>13</sup>.

Al cambio della moneta sono interessati, come già detto, oltre 300 milioni di cittadini che vedranno modificare il loro rapporto, anche psicologico, con la moneta, dovranno crearsi nuovi termini di riferimento monetario, potranno provare una immotivata sensazione

---

<sup>12</sup> Cfr. Parlamento europeo, Commissione per i problemi economici e monetari, Progetto di relazione sulla raccomandazione della Commissione sui mezzi per agevolare la preparazione degli operatori economici al passaggio all'euro, 8 maggio 2001 (Provvisorio).

<sup>13</sup> Peraltro, con riferimento all'introduzione dell'"euro contabile", l'adozione del principio "nessun obbligo, nessun divieto" non ha agevolato l'uso diffuso dell'euro fra i consumatori e le imprese. L'appuntamento è stato sovente rimandato come testimoniano la limitata quota dei pagamenti nazionali effettuati in euro dalle imprese, la ridotta quantità di conti bancari accesi o convertiti nel nuovo segno monetario, la lentezza nella conversione all'euro dei cicli contabili e amministrativi.

di impoverimento, dovranno essere tutelati contro i rischi di truffe e falsificazioni <sup>14</sup>.

I cittadini hanno bisogno di messaggi semplici, stilati con un linguaggio chiaro, diretto e comprensibile, di istruzioni dettagliate su aspetti concreti delle ricadute del cambio della moneta sulle attività quotidiane. Un impegno di comunicazione, questo, che dovrà essere promosso e maturare anche dal basso, dalle comunità locali e aziendali <sup>15</sup>.

7. L'esigenza di informare, comunicare, assistere i cittadini e i piccoli operatori <sup>16</sup> con un dialogo continuo e rassicurante è comune a tutti i Paesi dell'euro. Ognuno vi sta provvedendo nei termini e con i mezzi più adatti alle dimensioni del Paese e alle caratteristiche della popolazione.

---

<sup>14</sup> In Italia il Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro ha commissionato una ricerca sugli effetti derivanti dall'impatto dell'euro nella vita quotidiana delle famiglie. Lo studio si propone obiettivi conoscitivi - osservazione del processo di avvicinamento degli italiani alla nuova moneta, con particolare riferimento alle conoscenze, agli orientamenti pratici e ai bisogni di supporto - e operativi, mediante l'identificazione dei punti critici, delle fasce sociali più in difficoltà, dei bisogni a cui rispondere con specifiche azioni di sostegno.

Le conclusioni della ricerca possono così sintetizzarsi: a) le notizie sul passaggio all'euro risultano piuttosto diffuse nella popolazione ancorché migliorabili; b) sembrano emergere problemi in merito alla familiarizzazione con il nuovo segno monetario; c) si manifesta la necessità di colmare vuoti informativi e di conoscenza da parte dei cittadini.

<sup>15</sup> Un esempio interessante di comunicazione sull'euro è rappresentato da una recente (9 luglio 2001) pubblicazione della Commissione Europea: Domande e risposte sull'euro e l'Unione economica e monetaria europea.

<sup>16</sup> La comunicazione per le aziende ha avuto finora la precedenza da parte della stampa specializzata e degli enti istituzionalmente preposti al cambio della moneta. La ridenominazione del capitale sociale, l'adeguamento del sistema contabile, la ridefinizione dei listini, l'adattamento dei registratori di cassa nelle attività commerciali hanno imposto da tempo di affrontare il cambiamento. Il problema riguarda semmai - come emerge da più indagini - la tempestività dell'adeguamento.

Particolare attenzione va posta al tema della capacità di ascolto dei cittadini. Molto importante è il tempo della comunicazione: se troppo anticipata rispetto all'evento, essa potrebbe conseguire risultati deludenti sotto il profilo della ricettività, della predisposizione dei soggetti a interiorizzare i messaggi; se troppo vicina potrebbe rivelarsi insufficiente a raggiungere l'intero universo dei destinatari e a consentire loro di metabolizzare i messaggi ricevuti.

Questo spiega perché la maggior parte delle campagne informative raggiungerà la massima intensità nel terzo quadrimestre di quest'anno.

8. In Italia il Comitato euro - costituito presso il Ministero dell'Economia - ha varato un programma di comunicazione e di promozione con l'obiettivo di sviluppare, nelle aziende e nei cittadini, la piena conoscenza delle banconote e monete in euro, del loro corretto uso, delle scadenze fondamentali della transizione. Oltre ai documenti pubblicati, è stato costituito un apposito sito Internet che si aggiunge a quelli creati da altri enti e associazioni.

Alla Banca centrale europea e alle banche centrali nazionali compete fornire informazioni analitiche sulle caratteristiche visive, tattili e di sicurezza dei nuovi segni monetari e sulle modalità di conversione.

La Banca d'Italia - nell'ambito della Campagna di informazione Euro 2002 lanciata dalla Banca centrale europea in collaborazione con le 12 banche centrali dell'area - si sta muovendo lungo tre direttrici:

- la prima - a complemento alla campagna del Comitato euro - riguarda la creazione di una rete di soggetti pubblici o privati, aderenti senza alcun onere al Programma di partnership. Essi devono essere in grado di trasmettere informazioni pratiche riguardo le banconote e le monete in euro al proprio personale e alla propria clientela.

Gli aderenti possono godere di taluni vantaggi in termini di strumenti formativi, informazioni esclusive, sito web riservato, ricerche di mercato; in particolare avranno la possibilità - e taluni l'hanno già fatto - di riprodurre e distribuire materiale illustrativo e informativo relativo all'euro, fornito dalla Banca d'Italia, caratterizzandolo con il proprio "logo" a fianco di quello del Programma <sup>17</sup>;

- la seconda direttrice riguarda la stampa, nelle prossime settimane, di materiale illustrativo e informativo sull'euro, integrato da indicazioni specifiche per il nostro Paese, da distribuire ai cittadini ovvero a particolari categorie di persone (es., studenti) <sup>18</sup> tramite una pluralità di canali, incluse le filiali della Banca che potrebbero anche

---

<sup>17</sup> A fine giugno scorso le adesioni al Programma ammontavano a 158. Si registra un crescente utilizzo del logo della campagna. La Banca sta valutando la possibilità di un incontro di tutti gli aderenti per mettere a fattor comune le esperienze da ciascuno sviluppate.

<sup>18</sup> Si prevede di distribuire al pubblico - in parte attraverso gli aderenti al Programma - 32 milioni di copie dell'opuscolo "Prepararsi all'euro". La consapevolezza dell'importanza dei giovani nel processo di apprendimento degli anziani ha indotto la BCE a predisporre una iniziativa a favore dei bambini delle ultime due classi delle elementari. Nella seconda settimana di settembre a ciascuno di essi verrà consegnato, tramite la scuola, un manifesto che conterrà alcune domande sulle banconote e monete in euro. Fra coloro che risponderanno correttamente saranno sorteggiati vari premi. I vincitori del primo premio avranno la possibilità di ricevere, a

instaurare o sviluppare rapporti con gli enti e le associazioni più a contatto con le categorie deboli;

- la terza direttrice riguarda i contatti con i grandi mezzi di comunicazione. Larga parte del pubblico viene o verrà a conoscenza delle problematiche euro leggendo i giornali o guardando la televisione. Di qui l'opportunità per la Banca di contribuire a promuovere eventi che richiamino l'attenzione dei media e, quindi, del pubblico.

Diverse sono le iniziative che potranno essere avviate a partire dal prossimo autunno: a) incontri con i giornalisti per far sì che articoli e "servizi" sull'euro contribuiscano a rafforzare il processo di comunicazione istituzionale; b) inviti alle aziende televisive ed editoriali affinché informazioni riguardanti le nuove banconote e monete trovino collocazione nell'ambito di specifici spazi redazionali e nelle trasmissioni più diffuse.

In tale ambito la Banca d'Italia provvederà, a partire dal prossimo 30 agosto - secondo quanto si farà in tutti i paesi dell'Eurosistema - a comunicare al pubblico le caratteristiche di sicurezza delle nuove banconote.

Nel mese di settembre, la Banca organizzerà un'apposita conferenza informativa che costituirà un momento di rilievo del processo di comunicazione.

\* \* \*

---

Francoforte il 31 dicembre p.v., una serie completa di nuove banconote e monete.

Signore e Signori,

nei prossimi mesi ci saranno altre occasioni per informare la collettività sullo stato di preparazione e sull'avanzamento del Paese sul percorso, ormai breve, che conduce alla circolazione di nuove banconote e nuove monete.

L'Istituto sarà presente con un'attività di comunicazione basata su dati puntuali.

La Banca ha la responsabilità di assicurare al Paese un'offerta di banconote in euro sufficiente, per quantità, qualità, localizzazione, a consentire un'ordinata transizione.

Al successo del cambio della moneta concorre tuttavia l'adeguatezza della domanda che non dovrà risultare insufficiente, mal distribuita sul territorio, non scadenzata nel tempo.

La responsabilità di favorire tale adeguatezza impegna il ruolo di altri organismi e dei media. Un'informativa ai cittadini oggettiva, precisa, articolata, chiara nei contenuti e nel linguaggio, costante nel tempo e diffusa attraverso canali appropriati rappresenta una condizione necessaria perché il cambio della moneta si svolga con successo e senza traumi per la collettività.