

IC37 - INDAGINE CONOSCITIVA SULLE CARTE PREPAGATE

Provvedimento n. 16961

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 giugno 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO l'articolo 12, comma 2, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, ai sensi del quale l'Autorità può procedere a indagini conoscitive di natura generale nei settori economici nei quali l'evoluzione degli scambi, il comportamento dei prezzi od altre circostanze facciano presumere che la concorrenza sia impedita, ristretta o falsata;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, 217, e, in particolare, l'articolo 17, relativo alle indagini conoscitive di natura generale;

CONSIDERATI i seguenti elementi:

1. Le carte prepagate sono una riserva di valore, anticipata dal consumatore o da terzi (sempre comunque a favore del consumatore), che può essere utilizzata come mezzo di pagamento per le operazioni di acquisto di beni o servizi.
 2. Le carte prepagate rappresentano un mezzo di pagamento alternativo al contante, laddove quest'ultimo non risulti utilizzabile (ad esempio per gli acquisti di beni e servizi *on line*), ovvero laddove l'utilizzo del contante comporti un maggiore dispendio di tempo (come nel caso dei pagamenti dei parcheggi o del pedaggio autostradale) o un più elevato livello di rischio. Le carte prepagate presentano caratteristiche distinte anche dagli altri strumenti elettronici di pagamenti tradizionali, in quanto non necessitano di un conto corrente e presentano un minor grado di rischio nelle transazioni.
 3. Le carte prepagate si distinguono in: carte "*usa e getta*", acquistabili dietro pagamento di un importo, che costituisce generalmente il valore monetario della carta stessa, e si utilizzano fino ad esaurimento del credito contenuto nella carta (purché gli acquisti vengano effettuati entro l'eventuale termine di scadenza indicato sulla carta stessa); carte "*ricaricabili*", il cui acquisto comporta generalmente un costo aggiuntivo rispetto al valore del credito inserito nella carta, che possono essere utilizzate indefinitamente, previo acquisto della ricarica da reinserire di volta in volta nella carta stessa.
 4. Le carte prepagate possono essere utilizzate, a seconda della tipologia di impresa che ne cura l'emissione e la gestione, per l'acquisto di un singolo bene o servizio, dell'insieme dei beni e servizi prodotti da una singola impresa, oppure per una gamma estremamente estesa di beni e servizi. Al riguardo, possono distinguersi due principali categorie di carte prepagate: 1) le carte emesse direttamente dal produttore dei beni e/o servizi acquistabili mediante la carta stessa, riferite ad un singolo bene oppure all'insieme ristretto dei beni e servizi venduti dall'impresa emittente; 2) le carte bancarie, collegate ai tradizionali circuiti VISA, MASTERCARD, ecc., destinate all'acquisto di un qualsiasi bene o servizio, e assimilabili ad un portafoglio elettronico, volto a facilitare e velocizzare i pagamenti.
 5. Le carte prepagate del primo tipo rispondono in molti casi non solo ad un'esigenza di velocizzazione dei pagamenti, ma anche ad un obiettivo di fidelizzazione (e/o discriminazione) della clientela: le carte delle grandi catene di distribuzione, ad esempio, risultano generalmente collegate all'erogazione di particolari sconti o alla possibilità di effettuare raccolte punti e concorsi a premi.
 6. In ogni caso, tali strumenti di pagamento, se da un lato conferiscono al consumatore specifici vantaggi in termini di rapidità e facilità di pagamento, oppure di accesso a specifiche iniziative promozionali destinate ai grandi clienti, dall'altro, obbligano il consumatore a versare anticipatamente un importo per un acquisto non ancora effettuato. In tal modo, l'acquirente della carta viene posto in una posizione di debolezza negoziale ed esposto al rischio di comportamenti opportunistici da parte delle imprese emittenti. Fra i profili che presentano criticità potrebbero esservi, ad una iniziale esame, quelli relativi alle norme che regolano la scadenza e il rimborso del credito residuo. Sui mercati nei quali tali imprese dispongano, singolarmente o collettivamente, di una posizione dominante, ciò potrebbe anche tradursi nell'imposizione di prezzi e condizioni contrattuali eccessivamente gravose per il consumatore tali da integrare la fattispecie di abuso di cui all'articolo 3 della legge n. 287/90.
 7. È di rilievo, pertanto, verificare come e in quale misura le norme contrattuali e regolamentari che disciplinano l'emissione e la gestione delle carte prepagate immunizzino da tali rischi. In quest'ottica, assume altresì rilievo il grado di trasparenza delle condizioni di accesso e di utilizzo di questa specifica categoria di prodotti, quale uno degli aspetti che possono incidere sulla concorrenza.
 8. In considerazione degli elementi sopra riportati, ed in ragione della rilevanza economica di tali mezzi di pagamento, nonché del fatto che potrebbero emergere per i consumatori problemi legati alle modalità di emissione e di gestione delle carte prepagate, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato intende procedere ad un'indagine conoscitiva volta a verificare gli effetti sulle dinamiche concorrenziali e, conseguentemente, sui consumatori, del progressivo utilizzo delle carte prepagate.
- Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

di procedere, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, della legge n. 287/90, ad un'indagine conoscitiva riguardante le carte prepagate.

Il presente provvedimento verrà pubblicato sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Alberto Nahmijas

IL PRESIDENTE
Antonio Catricalà