

Lettera Club

TEHA Group

La presente Lettera rientra nelle attività di TEHA Club.
Tuttavia i suoi contenuti possono non coincidere con le opinioni di tutti i numerosi membri del Club stesso.

Verso un'Italia cashless: il bilancio di 10 anni e cosa resta da fare per cittadini, imprese ed esercenti

Evoluzione tecnologica e digitalizzazione sono i “game changer” che sempre più impattano sulle attività economico-produttive e sulla vita delle persone, garantendo prospettive di crescita e di “business continuity”. Il settore dei pagamenti è tra quelli che meglio esprimono le potenzialità collegate all’innovazione, abilitando benefici legati alla **tracciabilità**, all’**efficienza**, alla **sicurezza** e alla **sostenibilità delle transazioni** che, a loro volta, sono associati all’incremento del ciclo dei consumi, all’emersione dell’economia sommersa, all’efficientamento dei servizi della Pubblica Amministrazione e anche alla digitalizzazione dell’economia nel suo complesso. Sulla base di queste considerazioni, nel 2015 TEHA Group ha attivato la **Community Cashless Society**, una piattaforma di confronto di alto livello per la diffusione dei pagamenti elettronici in Italia, che raccoglie i principali attori della filiera dei pagamenti¹, oltre che le Istituzioni di riferimento, chiamate a

confrontarsi sulle priorità d’azione per concretizzare la “Rivoluzione Cashless” in Italia. Questa Lettera intende riassumere i risultati emersi dal decimo anno di attività della Community, analizzando i cambiamenti registrati nell’ultimo anno nella Cashless Society e gli interventi che possono ancora essere messi in campo, all’interno di un’agenda condivisa tra Istituzioni e imprese, per rimuovere i fattori ostativi che ancora ne limitano la piena diffusione.

LO STATO DELL'ARTE DELLA CASHLESS SOCIETY IN ITALIA: I RISULTATI DELL'OSSERVATORIO DELLA COMMUNITY

Nonostante l’Italia rimanga un Paese ad alta Cash Intensity, dall’Osservatorio emerge come la Cashless Society si stia gradualmente consolidando. In particolare, i risultati del **Cash Intensity Index 2025**, ovvero l’indicatore della Community Cashless Society che misura il livello di “dipendenza dal contante” di **144 economie globali**, conferma come il nostro Paese sia una delle economie più dipen-

¹ Sono Partner della X edizione della Community Cashless Society: Visa, American Express, Bancomat, CBI, Crif, Edenred, Intesa Sanpaolo, Mastercard, Nexi, NTT Data, Satispay, Argentea, Banca Cambiano, BFF Bank, BKN301, BPER, Cofidis, Easypark, Iconto, Mooney, Pax Italia, PayDo, Paypal, TerraPay e UnipolTech.

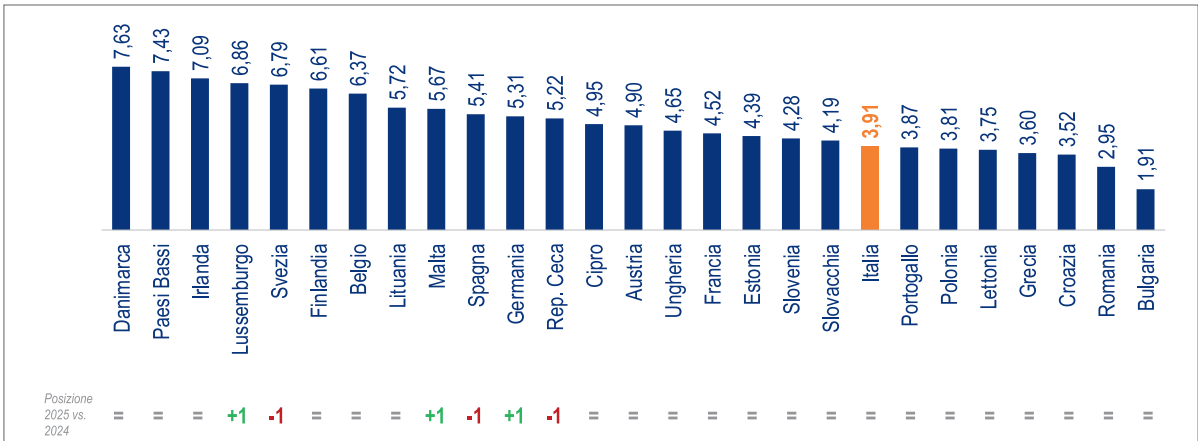


Figura I. Cashless Society Index 2025 (CSI 2025): il posizionamento dell'Italia e degli altri Paesi dell'UE-27 (scala crescente da 1=min a 10=max) e variazioni di posizione nel 2025 rispetto al 2024. NB: Nel 2024 l'Italia era al 21° posto, ma a seguito dell'aggiornamento della metodologia di calcolo di alcuni indicatori da Eurostat nel 2025, è stato ricalcolato anche l'indice del 2024, che posiziona l'Italia al 20° posto Fonte: elaborazione TEHA Group, 2025

denti dal contante. L'Italia, infatti, si conferma nella presente edizione tra **le peggiori economie per Cash Intensity**, posizionandosi al **31° posto** (migliorando di tre posizioni rispetto al 2023 e al 2024). L'analisi sui pagamenti a livello europeo segnala comunque un percorso stabile dell'Italia verso la Cashless Revolution. Nel **Cashless Society Index 2025**, lo strumento di monitoraggio che fotografa il posizionamento dei Paesi europei sulla base di 16 Key Performance Indicator in due aree di riferimento "Fattori abilitanti" (con peso del 30%) e "Stato dei pagamenti" (con peso del 70%), **l'Italia si conferma al 20° posto in Unione Europea** per stato di avanzamento della Cashless Society, il **posizionamento più alto** dall'inizio del monitoraggio dell'Indice (2016).

L'Italia continua, quindi, nel progressivo percorso di riduzione del gap rispetto ai top-3 best performer europei (Danimarca, Paesi Bassi e Irlanda), mantenendo invariato il distacco rispetto al 2024 (-47%). Il percorso di avvicinamento segna, perciò, una riduzione del divario di 14,1 punti percentuali rispetto al 2016 e 5,9 punti percentuali rispetto al 2022. Questo trend positivo è sottolineato anche dal valore delle transazioni cashless in Italia, che ha raggiunto i **453 miliardi di Euro nel 2023**, con un tasso di crescita del **+13,3%** rispetto al 2022, raggiungendo il **42,2%** dei consumi. Per il 2024 si stima un transato di circa **471 miliardi di Euro** e un peso sui consumi del **43,8%**. Anche la velocità relativa della transizione cashless in Italia – monitorata dal Cashless Society Speedometer – consolida un trend positivo, infatti pur mantenendosi stabile nel corso dell'ultimo anno (da **25,3** a **26,4**), è più che triplicata negli ultimi 5 anni, evidenziando come il Paese sia adesso **maggiormente "predisposto"** al raggiungimento delle performance dei best-performer europei verso la Cashless Society.

A partire dalla sesta edizione, la Community Cashless Society arricchisce l'Osservatorio con un ulteriore indice rispetto a quelli tradizionali, ovvero l'**Indice dei benefici economici**, che quantifica le **esternalità positive per la società** della rivoluzione cashless (ossia la riduzione del costo della gestione e circolazione del contante, la sicurezza delle transazioni, l'equità dei contribuenti, lo stimolo allo sviluppo economico, il tempo risparmiato e la sostenibilità ambientale). L'indicatore fornisce una visione di sintesi sul **valore economico delle esternalità positive** generate dall'aumento delle transazioni cashless. In particolare, tra il 2015 e il 2023, la crescita della Cashless Society in Italia ha generato benefici complessivi per un valore cumulato pari a **39,4 miliardi di Euro**. La relazione tra la crescita del mercato cashless e i relativi benefici ed esternalità positive si riscontra nel fatto che **ogni miliardo di Euro di transato cashless in più attiva nel sistema-Paese circa 140 milioni di Euro di esternalità positive**.

In particolare, il beneficio in termini di **sostenibilità ambientale** è stato aggiunto nella scorsa edizione 2023/2024 grazie alla realizzazione di un **modello**

proprietario di stima di impatto ambientale dei pagamenti cashless vs. in contanti, da cui emergeva come un pagamento cashless fosse, in media in Europa, il **19% meno inquinante** rispetto ad uno in contanti. Nella presente edizione **2024/2025** abbiamo **aggiornato il modello** e il confronto dei numeri relativi a 3 Paesi europei significativi con differenti strutture di pagamento (Italia, Finlandia e Germania). Dall'aggiornamento è emerso come **in Italia una transazione cashless sia il 72% meno inquinante di una in contanti**.

LE 3 SURVEY CONDOTTE DALLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY PRESSO I CITTADINI, GLI ESERCENTI E LE IMPRESE ITALIANI SULLE ABITUDINI DEI PAGAMENTI

Come nella scorsa edizione, la Community ha deciso di affiancare alla tradizionale **survey ai cittadini italiani** (che monitora le abitudini sui pagamenti degli italiani), una **survey dedicata agli esercenti italiani**, al fine di comprendere lo stato dell'arte della loro digitalizzazione e la loro percezione rispetto al «mondo cashless» e una **survey dedicata alle imprese** italiane, con l'obiettivo di comprendere il posizionamento attuale e le criticità potenziali percepite dalle imprese italiane rispetto alla digitalizzazione dei processi B2B.

Dalla survey ai cittadini è emerso che nel 2025 si conferma un **consolidamento delle abitudini cashless**. 4 italiani su 5 ritengono «importante» o «molto importante» la possibilità di pagare in modalità cashless presso gli esercizi commerciali. L'incremento della preferenza verso il cashless è spinto anche dai pagamenti innovativi (**digital wallet e P2P**), nel 2025, in particolare, le scelte attraverso i canali dei **pagamenti con smartphone e P2P sono aumentate** di 4,7 punti percentuali. **I giovani e i cittadini del Sud e Isole sono quelli che hanno aumentato di più il ricorso al cashless nell'ultimo anno** (rispettivamente 61,7% e 44,9% vs. 41,1% di media nazionale), mentre oltre 1 cittadino su 2 intende ridurre il ricorso ai contanti nei prossimi anni. Infine, risulta mediamente apprezzata dagli italiani la possibilità di ricorrere al **pagamento a rate** (3,2 in una scala da 1=min a 6=max), preferita in particolare dagli under-30 e nel Sud e Isole. Con riferimento ai pagamenti online, il **Buy Now Pay Later (BNPL)** si sta affermando sempre di più come nuova soluzione di pagamento e 2 italiani su 5 vi hanno fatto ricorso nell'ultimo anno. Per 2 italiani su 5 il BNPL rappresenta **>10%** dei propri acquisti online e 1 su 2 ritiene che senza di esso non avrebbe potuto effettuare l'acquisto.

Dalla survey agli esercenti è emerso che **solo il 4% degli esercenti in Italia non accetta pagamenti cashless**, con le carte di pagamento che si confermano la prima modalità cashless per accettazione (da 2 esercenti su 5). Oggi, inoltre, per 1 esercente su 2 i pagamenti cashless rappresentano **oltre il 50% del fatturato**. Circa 1 esercente su 2, inol-

FILO LOGICO

Verso un'Italia cashless: il bilancio di 10 anni e cosa resta da fare per cittadini, imprese ed esercenti

L'osservatorio della Community Cashless Society mostra un Paese ancora dipendente dal contante nel 2025 ma con un consolidamento del progresso verso una Cashless Society

L'Italia nel 2025 figura come un'economia ancora basata sul contante:

- È tra le **peggiori economie** al mondo (31^a) per incidenza del contante su PIL secondo il Cash Intensity Index (pari a **11,6%**);
- Ha un valore di Cash Intensity superiore a quello delle principali aree geografiche (+2,9 p.p. vs. Centro e Sud America, +2,4 p.p. vs. Nord America, +1,6 p.p. vs. Europa e +1,2 p.p. vs. Asia e Oceania).

Ma mostra passi importanti verso la Cashless Revolution:

- È **20^a in Unione Europea** per stato di avanzamento della Cashless Society, il posizionamento più alto dall'inizio del monitoraggio dell'Indice (2016);
- Il **valore delle transazioni cashless** ha raggiunto i **453 miliardi** di Euro nel 2023, con un tasso di crescita del **+13,3%** rispetto al 2022, raggiungendo il **42,2% dei consumi**, per il 2024 si stima un transato di circa 470 miliardi di Euro (+13% vs. 2022) e un peso sui consumi del 43,8%;
- La **velocità dello sviluppo del cashless** in Italia raggiunge un punteggio di 26,4 (+1,1) e conferma il **trend positivo degli ultimi 5 anni**, in cui ha più che triplicato la velocità di crescita, un risultato confermato dall'aumento delle transazioni cashless pro-capite (+202,7% dal 2020).



Le 3 survey condotte dalla Community Cashless Society presso i cittadini, gli esercenti e le imprese italiane sulla diffusione della Cashless Society nel Paese

SURVEY AI CITTADINI ITALIANI

- Nel 2025 **aumentano le preferenze verso il cashless** e, in particolare, le scelte attraverso i canali dei pagamenti con **smartphone e P2P** (+4,7 p.p.), il pagamento digitale rappresenta un **fattore di «attrattività» per i consumatori**: 4 italiani su 5 ritengono «importante» o «molto importante» la possibilità di pagare in modalità cashless presso gli esercizi commerciali;
- I **giovani e i cittadini del Sud e Isole** sono quelli che hanno aumentato di più il ricorso al cashless nell'ultimo anno (rispettivamente 61,7% e 44,9% vs. 41,1% media nazionale), mentre oltre 1 cittadino su 2 intende **ridurre il ricorso ai contanti** nei prossimi anni;
- Tra i giovani della generazione Z vi è un **elevato ricorso al contante** (57% vs. 16,4% carte di pagamento) e, di conseguenza, solo 1 su 3 fa ricorso ai pagamenti cashless ogni giorno o più volte a settimana.

SURVEY AGLI ESERCENTI ITALIANI

- Il **96% degli esercenti in Italia accetta pagamenti cashless**, con le carte di pagamento che si confermano la prima modalità;
- Oggi, inoltre, per **1 esercente su 2** i pagamenti cashless rappresentano oltre il **50% del fatturato** e per 3 esercenti su 4 questa quota arriva fino al 75%;
- Circa 1 esercente su 2, inoltre, ha aumentato l'**accettazione dei pagamenti cashless** negli ultimi anni, trainata dalla **maggiore domanda** da parte dei clienti (51% delle risposte), oltre che dalla spinta normativa e dalla sicurezza. Infatti, circa 1 esercente su 2 (il 45%) ritiene di perdere clienti qualora smettesse di accettare pagamenti cashless.

SURVEY ALLE AZIENDE ITALIANE

- oltre 7 aziende su 10 **non ritengono sia necessaria una maggiore digitalizzazione** e non ne riconoscono i benefici (denotando limiti di percezione e consapevolezza significativi);
- Anche il ricorso all'**e-commerce** risulta limitato, infatti 8 aziende su 10 non hanno attivato canali di e-commerce B2B a causa di mancanza di interesse strategico, mentre solo 1 azienda su 2 sta sperimentando **soluzioni digitali**, ma principalmente con riferimento al ciclo ordine-consegna-fatturazione



Le proposte di policy 2025 della Community Cashless Society

- Nelle passate edizioni la Community ha elaborato e posizionato 46 proposte d'azione di cui 34 sono state ad oggi implementate (74%).
- All'interno del percorso 2024/2025, invece, il framework propositivo della Community si basa sui benefici sistemici che il cashless apporta al sistema-Paese. Le azioni e policy pro-cashless favorite e proposte dalla Community sono:
 - 1 Creare, di concerto con le Istituzioni competenti in materia, le condizioni normative e legali per rendere la **tassa di soggiorno cashless**.
 - 2 Creare, di concerto con il MEF, l'Agenzia delle Entrate e le Associazioni di categoria, le condizioni normative e legali per la **dematerializzazione del documento commerciale di vendita o prestazione**.
 - 3 **Promuovere il data sharing B2B «a monte»** per ottimizzare la user experience nei vari ecosistemi di servizi (come la mobilità).

tre, ha **aumentato l'accettazione dei pagamenti cashless** negli ultimi anni, trainata dalla maggiore domanda da parte dei clienti (51% delle risposte), oltre che dalla spinta normativa e dalla sicurezza. Infatti, circa 1 esercente su 2 (il 45%) ritiene di perdere clienti qualora smettesse di accettare pagamenti cashless.

Dalla survey alle aziende, infine, è emerso che 2 aziende su 3 si considerano **digitalmente «mature»**. Tuttavia, le **soluzioni tecnologiche** a più elevato valore aggiunto rimangono **sotto-utilizzate**: in questo contesto, oltre 7 aziende su 10 non ritengono sia necessaria una maggiore digitalizzazione e non ne riconoscono i benefici (denotando limiti di percezione e consapevolezza significativi). Anche il ricorso all'e-commerce risulta limitato, infatti 8 aziende su 10 non hanno attivato canali di **e-commerce B2B** a causa di mancanza di interesse strategico, mentre solo 1 azienda su 2 sta sperimentando **soluzioni digitali**, ma principalmente con riferimento al ciclo ordine-consegna-fatturazione

LE PROPOSTE DI POLICY 2025 DELLA COMMUNITY CASHLESS SOCIETY

Nelle passate edizioni la Community ha elaborato e posizionato **46 proposte d'azione** di cui **34 sono state ad oggi implementate (74%)**. All'interno del percorso 2024/2025, invece, il framework propositivo della Community si basa sui benefici sistemici che il cashless apporta al sistema-Paese, in particolare:

1. Il cashless favorisce la **trasparenza e l'equità fiscale**, contribuendo alla riduzione dell'economia sommersa e all'aumento delle entrate IVA:
 - secondo le stime NADEF, la fatturazione elettronica ha permesso di recuperare – tra il 2018 e il 2019 – tra 1,7 miliardi di Euro e 2,1 miliardi di Euro di VAT gap;
 - secondo le stime di TEHA, la fatturazione elettronica ha permesso di recuperare – tra il 2019 e il 2021 – tra 6,3 miliardi di Euro e 7,8 miliardi di Euro di VAT gap.

2. Il cashless è più **sostenibile**, riducendo l'impatto ambientale legato alla produzione, al trasporto e allo smaltimento del denaro fisico:

- in Italia una transazione cashless emette il 72,4% in meno di CO2 di una in contanti;
- dal 2015 al 2023 i pagamenti cashless hanno abilitato, solo in Italia, il risparmio di oltre 250 milioni di kg di CO2.

3. Il cashless stimola l'**innovazione**, favorendo la crescita di nuove Fintech e rafforzando l'intero ecosistema imprenditoriale:

- la filiera cashless in Italia ha prodotto nel 2023 16,7 miliardi di Euro di fatturato (+14,8% vs. 2022), ha permesso la creazione di 9,3 miliardi di Euro di Valore Aggiunto (+23,1% vs. 2022) e sostiene oltre 34,4mila persone (-5,9% vs. 2022) su 2.752 aziende (+3,4% vs. 2022).

Pertanto, in corrispondenza di ciascun beneficio si basano le azioni e policy pro-cashless favorite e proposte dalla Community, nel dettaglio:

1. Creare, di concerto con le Istituzioni competenti in materia, le condizioni normative e legali per rendere la **tassa di soggiorno cashless**.
2. Creare, di concerto con il MEF, l'Agenzia delle Entrate e le Associazioni di categoria, le condizioni normative e legali per la **dematerializzazione del documento commerciale di vendita o prestazione**.
3. **Promuovere il data sharing B2B «a monte»** per ottimizzare la user experience nei vari ecosistemi di servizi (come la mobilità).

"Yesterday's wow quickly becomes today's ordinary."
(Jeff Bezos)

La Lettera Club si avvale di proposte di soluzioni che si originano nell'ambito delle attività del Club e, più in generale, nelle attività professionali di TEHA Group. Siamo consapevoli di disporre di un osservatorio di informazioni e di una rete di relazioni, anche internazionali, particolarmente privilegiati ma allo stesso tempo sappiamo di non essere "depositari del verbo". Al fine di essere utili al nostro Paese e all'Europa, obiettivo verso il quale ci sentiamo molto impegnati, auspichiamo vivamente che ai contenuti di ogni Lettera faccia seguito una grande quantità di suggerimenti critici, sia sostanziali che formali, da parte dei destinatari. Si prega di indirizzare i suggerimenti a letteraclub@ambrosetti.eu. Ringraziamo in anticipo per la preziosissima collaborazione.

Chiunque fosse interessato alle attività di TEHA Club è pregato di contattare Silvia Lovati all'indirizzo e-mail club@ambrosetti.eu o al seguente numero di telefono +39 02 46753 1.

ANNO XIV
NUMERO 160
Lettera Club
TEHA, 2025

Tutti i diritti sono riservati.
DIRETTORE RESPONSABILE:
Nino Ciravegna
Stampa: TFM - Via San Pio da Pietrelcina, 15/17 - 20005 Pogliano Milanese

REDAZIONE:
TEHA Group S.p.A.
Via F. Albani, 21
20149 Milano
Tel. +39 02 46753 1
Fax +39 02 46753 333
Per informazioni:
letteraclub@ambrosetti.eu
Registrazione presso il Tribunale di Milano
N° 493 del 20.07.06

TEHA