

Confcommercio difende le forme tradizionali e la valenza sociale e culturale

Pos, come far convivere le due anime del commercio

POTENZA - Confcommercio guarda con interesse allo sviluppo del commercio elettronico, ma crede nella valenza sociale e culturale del commercio tradizionale, anche perché valorizza i centri storici, i piccoli borghi, le città, che sono il patrimonio della Basilicata. Pertanto, nell'appoggiare la diffusione di forme innovative di commercio, la Confederazione difende con forza la parità di condizioni in termini di diritti ed obblighi tra i due canali online e offline, in modo da assicurare una leale competizione/coesistenza tra le varie forme di commercio e favorisce prioritariamente norme e scelte che facilitino una integrazione tra commercio elettronico e commercio tradizionale. E' quanto sostiene Confcommercio Imprese per l'Italia Potenza in una nota a firma del presidente Fausto De Mare. A parere di Confcommercio l'imposizione dell'obbligo di installazione dei POS da parte di tutti i venditori di beni ed i prestatori di servizi, anche professionali, risulta sostanzialmente inadeguata rispetto all'obiettivo di promuovere una maggiore diffusione della moneta elettronica nel nostro Paese principalmente per i seguenti ordini di moti-

vi: il numero dei POS installati è già in linea con la realtà dei paesi più evoluti; l'effettivo divario risiede nel minor numero di operazioni effettuate con bonifici, addebiti diretti e carte di pagamento; l'evoluzione tecnologica sta consentendo lo sviluppo di piattaforme in grado di migliorare l'efficienza del processo di produzione ed erogazione dei servizi di pagamento. L'impegno del regolatore pubblico andrebbe, a nostro avviso - sottolinea la nota - orientato verso la promozione di schemi in grado di semplificare e migliorare l'efficienza complessiva dei processi di pagamento ed incasso tenendo conto del grado di evoluzione delle moderne tecnologie. Ciò con l'obiettivo di migliorare l'efficienza complessiva del sistema dei pagamenti del nostro Paese, riducendo sensibilmente i costi sostenuti dagli stakeholders, in primis esercenti e consumatori. In linea di principio, si ritiene necessario acquisire sempre più, a tutti i livelli istituzionali, la consapevolezza che la maggiore diffusione della moneta elettronica passa necessariamente attraverso la riduzione dei costi e delle commissioni pagate dagli utilizzatori finali.

