

# Cashback flop: solo il 3,1% ha avuto rimborso massimo

## Più svantaggi che vantaggi dice la Camera di Commercio

● Quasi un flop anche qui. In Basilicata l'uso della carta di credito riguarda tra il 35 e il 40 per cento dei cittadini; la maggiore concentrazione dei mezzi alternativi al contante si registra tra gli abitanti del Nord e, più in generale delle grandi città, con un capofamiglia di età inferiore a 65 anni, un reddito medio-alto e una condizione diversa da quella di operaio o disoccupato. Quanto al giro generato dal cashback, solo il 3,1% ha ottenuto il rimborso massimo di 150 euro; quasi la metà degli aventi diritto (il 49,6%) un rimborso tra i 50 e i 99 euro; il 32,8% meno di 50 euro; il 14,5% tra 100 e 149 euro.

«La conclusione (il 30 giugno scorso) della prima fase del programma del Cashback di Stato, il rimborso pensato per incentivare i pagamenti digitali, è l'occasione per esercenti e consumatori di una riflessione approfondita sulle criticità sinora registrate anche in Basilicata e una valutazione oggettiva su vantaggi, in verità molto risicati, per i consumatori e gli svantaggi, specie di spese aggiuntive, per i commercianti». È quanto sostiene Confcommercio Potenza partendo da alcuni numeri del suo Centro Studi: Confcommercio ribadisce che «l'impulso alla diffusione della moneta elettronica andrebbe anzitutto perseguito abbattendo costi e commissioni a carico di consumatori ed esercenti, in particolare per la fascia dei micropagamenti». Meglio sarebbe l'esenzione delle commissioni sui micro pagamenti, con una soglia a 50 euro.

La proposta di Confcommercio Potenza è chiara: incentivare e promuovere l'utilizzo di strumenti elettronici di pagamento con un sistema di premialità e non di penalizzazione. «Confcommercio - spiega il presidente Fausto De Mare - 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. In ogni caso se l'obiettivo è quello di combattere l'evasione fiscale, bisogna tenere presente che le carte di credito o di debito non esauriscono il novero di strumenti elettronici che consentono la tracciabilità dei pagamenti. Difendiamo dunque la parità di condizioni in termini di diritti ed obblighi tra i due canali online e offline, per assicurare una leale competizione tra le varie forme di commercio. Confcommercio avanza alcune idee concrete per rimuovere gli ostacoli alla diffusione della moneta elettronica: promuovere la realizzazione di piattaforme efficienti che superino gli attuali schemi di produzione ed erogazione dei servizi di pagamento, riducendo i livelli di intermediazione finanziaria; introdurre dei tetti massimi alle commissioni interbancarie».

