la Rassegna.it
Fondata nel 1906

Non è questione di innovazione ma di semplice riduzione dei costi

written by Redazione
19 Giugno 2019
Quello che sosteniamo da anni è confermato dai numeri. Non è questione di essere avanti o indietro, di essere innovatori o retrogradi, gli imprenditori del terziario non amano i pagamenti elettronici per un solo motivo: i costi eccessivi.

E' vero che la moneta virtuale ha una serie di vantaggi, a partire dalla sicurezza rispetto alla gestione del contante e del miglior servizio al cliente, ma è altrettanto vero che tali vantaggi non producono risparmi di costi o maggiori ricavi.

Sicuramente alcune responsabilità ce l'hanno anche i commercianti, un terzo dei quali ancora oggi fatica a distinguere le carte di credito da quelle di debito (ma conosce esattamente la differenza dei costi delle commissioni tra carta di credito e Pagobancomat!).

Eppure, nonostante questo, il numero delle operazioni di pagamento elettronico aumentano rispetto a quelle con il contante, i volumi dei ricavi con il POS crescono mentre la soglia per l'utilizzo della tesserina magnetica si abbassa.

Il mondo del commercio si divide tra due grandi parti. Coloro che si limitano ad un'accettazione minima dei pagamenti elettronici e coloro che invece cercano di utilizzare anche lo strumento di incasso come servizio e opportunità al consumatore. Nei primi sono molti coloro che non hanno margini o volumi d'affari che consentano di sopportarne i costi alti dello strumento.

Resta alta e quasi totalitaria la percezione che le commissioni non siano

Copyrights 2006-2022 - Iniziative Ascom S.p.A. - P.iva e C.F. 01430360162

realmente scese dopo l'introduzione del Regolamento europeo sulle commissioni interbancarie. E' significativo, per esempio, che solo un imprenditore su due (il 49,1%) si sia rivolto alla sua banca per chiedere una riduzione delle commissioni o per poca informazione o per negligenza; ma è preoccupante che il 45% di questi, quindi un imprenditore su quattro del totale del terziario, abbia ricevuto risposta negativa dalla banca.

La ricerca mette in luce quello che più incide sulla scelta dei commercianti: costi non sono solo per le commissioni ma anche per l'acquisto, il noleggio del POS, l'installazione, per il canone mensile e altri accessori (linea telefonica, addebito con RID, estratto conto e accredito giornaliero). Tutto ciò rende il quadro della spesa molto più pesante di quanto indicano le semplici commissioni, soprattutto per chi il POS lo utilizza poco. La sensazione di essere spremuti resta quindi alta negli imprenditori.

Non è un caso che la proposta degli imprenditori intervistati per la crescita finale della moneta elettronica sia univoca: contenere le spese delle commissioni, di installazione e per gli accessori come richiesto dal 91,4% degli intervistati.

Copyrights 2006-2022 - Iniziative Ascom S.p.A. - P.iva e C.F. 01430360162