

Aziende, storie  
e persone

# PICCOLE & MEDIE

**Strumenti Boom tra gli imprenditori colpiti dalle restrizioni sui crediti**

## Servizi Prestiti difficili? Provo con la carta

Dal Piemonte all'Emilia: il primato della concentrazione di denaro di plastica (52%) per utilizzo aziendale

DI ISIDORO TROVATO

In un momento in cui pagare in contanti pesa e l'accesso al credito rimane centellinato, cresce tra le aziende italiane la familiarità con il «denaro elettronico», quelle carte di credito aziendali che per anni hanno faticato a trovare mercato nel nostro Paese.

E così da una ricerca condotta da CartaSi emerge che l'indice di concentrazione di carte di credito più elevato si registra in quelle zone dell'Italia in cui il tessuto della piccola media impresa è più sviluppato. Un segnale chiaro di come ci sia particolare attenzione alla gestione del proprio business in tutti gli aspetti, soprattutto sul versante del monitoraggio delle spese e su quello della facilità e della riduzione dei tempi nei pagamenti.

### L'area elettronica

La concentrazione più forte in assoluto si registra in Veneto dove le carte aziendali registrano un +32% rispetto a quelle personali. Livelli alti, in tal senso, si registrano anche in Lombardia: nell'area del terziario e della produzione le carte aziendali sono, in percentuale, più diffuse rispetto a tutte le altre regioni italiane. «I dati sulla distribuzione delle carte aziendali — spiega


**Artigiani Sergio Silvestrini, segretario generale Cna**

Gianluca De Cobelli, direttore commerciale di CartaSi — rispecchiano il tessuto economico del Paese. Emerge una diffusione molto forte nel Nord Italia, in particolare nelle regioni storicamente più ricche e produttive. Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte e Veneto, infatti, contano da sole il 52,8% delle carte aziendali del nostro Paese. Tutte Regioni in cui è più alta la concentrazione della piccola e media impresa. Per lo stesso motivo si riscontrano alti livelli di concentrazione di carte aziendali in Toscana (9,9%) e Lazio (8,6%), in cui sono molte le Pmi, più avvezze ad utilizzare questo strumento di pagamento».

In merito alle categorie merceologiche per le quali le carte aziendali sono più utilizzate, non arriva nessuna sorpresa: alberghi, ristoranti, viaggi e trasporti coprono da soli il 44,8% delle spese aziendali. I carburanti si attestano a un 9,8%, confermando come i mezzi di trasporto più utilizza-

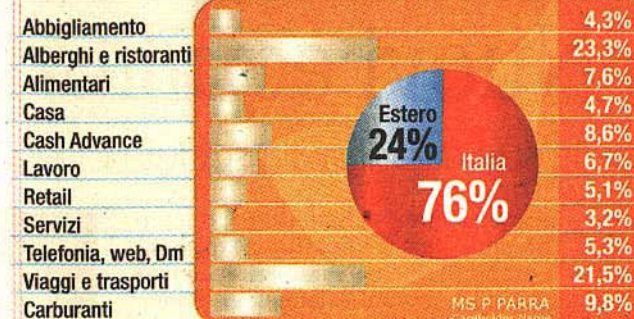
ti per i viaggi d'affari restino treni e aerei. Le altre categorie merceologiche (abbigliamento, alimentari, strumenti di lavoro, servizi, telefonia), tutte insieme, coprono il restante 46,7%. «Per incrementare ulteriormente la penetrazione di questo strumento di pagamento presso le aziende — aggiunge De Cobelli — CartaSi prevede di lanciare, nel secondo semestre di quest'anno, sia carte aziendali prepagate, molto adatte a certi settori merceologici e con un forte potenziale di crescita, sia nuove funzionalità revolving anche per i prodotti aziendali».

### Vantaggi e correttivi

Del resto, da tempo le piccole e medie imprese italiane chiedono agli istituti di credito strumenti finanziari sempre più raffinati e in grado di agevolare pagamenti e accesso al credito. «Una maggiore diffusione, anche nel nostro


**Credito Gianluca De Cobelli, direttore commerciale CartaSi**

### Gli acquisti elettronici



Paese, dei pagamenti elettronici è un fenomeno auspicabile — concorda Sergio Silvestrini, segretario generale della Cna —. In particolare, occorre sottolineare che alla crescita dei pagamenti elettronici si associano elementi virtuosi quali una maggiore trasparenza delle transazioni eseguite e un sensibile miglioramento dei livelli di pubblica sicurezza, per utenti ed esercenti, dovuti alla diminuzione di moneta circolante».

Forse però serve qualche correttivo per incentivare meglio questo tipo di strumenti. «Certo — ammette Silvestrini —. Per raggiungere un più robusto utilizzo dei pagamenti elettronici occorre rimuovere alcuni ostacoli sin qui incontrati. In particolare, sul fronte degli esercenti è necessario contenere il più possibile il costo delle transazioni e i tempi di incasso. Agli utenti vanno assicurati i più elevati livelli di sicurezza consentiti dalle procedure di contrasto alle frodi legate alla sottrazione dei dati personali». Pagamenti dilazionati, incassi sicuri, emersione dal nero sono argomenti forti per convincere le Pmi italiane. Ma la vera sfida si gioca nella capacità di garantire efficienza e sicurezza a costi contenuti. Chi ci riuscirà passerà all'incasso. Sulla carta.