

# L'evoluzione dei pagamenti digitali e le nuove opportunità per professionisti e piccole imprese

**VISA**

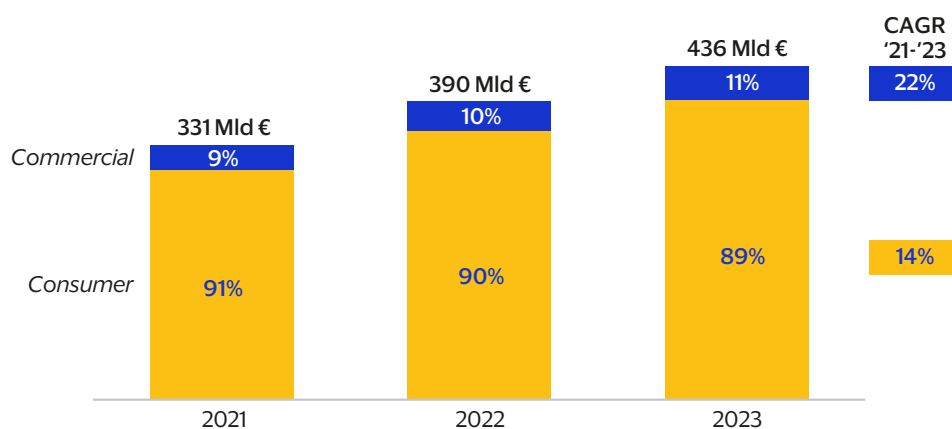
I pagamenti digitali sono sempre più diffusi tra i professionisti e le piccole imprese in Italia. Per supportare questa fase di digitalizzazione dell'ecosistema è fondamentale continuare a far evolvere i prodotti di pagamento, sviluppare nuovi servizi a valore aggiunto e promuovere programmi di comunicazione e formazione.

## I pagamenti stanno diventando sempre più digitali anche per piccole imprese e professionisti

In Italia i pagamenti digitali sono in continua evoluzione, non solo per il segmento *consumer* ma anche per i pagamenti tra imprese (B2B or *commercial*)<sup>1</sup>. Alla fine del 2023, del totale dei pagamenti digitali in Italia (436<sup>2</sup> miliardi di euro), ben l'11%<sup>3</sup> è stato effettuato da imprese e professionisti,

per un ammontare di circa 48 miliardi. Benché rappresentino ancora una frazione rispetto ai pagamenti *consumer*, i pagamenti *commercial* crescono ad una velocità ben superiore (CAGR\* '21-'23): 22%<sup>3</sup> rispetto al 14%<sup>3</sup> registrato dal segmento *consumer* (Grafico 1).

**Grafico 1** – Mercato dei pagamenti digitali in Italia: evoluzione del transato 2021-2023



Fonte: analisi e stime Visa Consulting & Analytics su dati dell'Osservatorio dei Pagamenti del Politecnico (marzo 2024) ed Euromonitor International (2023)

Per comprendere meglio la diffusione e le ragioni di utilizzo dei pagamenti digitali del segmento *commercial* nonché le loro esigenze emergenti, Visa ha condotto una ricerca intervistando 400 professionisti e imprese di piccole dimensioni, uniformemente distribuite sul territorio italiano, ("Osservatorio Visa sui Pagamenti Digitali delle Piccole Imprese e Professionisti in Italia" o "ricerca").

Il 61% degli intervistati possiede almeno una carta di pagamento business, ma con alcune differenze

all'interno del campione: il 47% per le micro aziende imprese da 1 a 9 addetti, ben l'84% per quelle piccole, con almeno 10 addetti<sup>4</sup>.

Sono diversi i vantaggi che questi strumenti offrono: la comodità di poter pagare ovunque (54%<sup>5</sup>), il migliore controllo delle spese (44%<sup>5</sup>) e il miglioramento dei processi aziendali (32%<sup>5</sup>). In particolare, per il 30%<sup>5</sup> delle imprese intervistate, le carte di pagamento consentono di ridurre l'utilizzo di contante per fronteggiare le spese.



“

“Per le piccole e medie imprese italiane pagare ed essere pagate in tempo diventa sempre più cruciale, come anche trovare soluzioni alternative che migliorino la liquidità. Ancora una volta la tecnologia può essere di supporto. Come? Le carte di pagamento aziendali, per esempio, permettono di pagare sempre e ovunque, tenere monitorate le spese e ottimizzare il flusso di cassa. Possono, inoltre, aiutare ad accedere ai mercati globali grazie alle garanzie e capillarità della rete Visa, rendendo le nostre piccole e medie imprese più internazionali. Fondamentale resta il ruolo delle banche che rappresentano il canale principale a cui le imprese si rivolgono per avere informazioni.”

”



**Stefano M. Stoppani,**  
Country manager di Visa in Italia

Tuttavia, il potenziale dei pagamenti digitali in ambito *commercial* è per lo più inesplorato: il 32%<sup>5</sup> di professionisti e piccole imprese intervistate utilizza regolarmente il contante, mentre il 26%<sup>5</sup> gli assegni. Inoltre, sembrerebbe

che solo il 10% riceva regolarmente offerte di soluzioni di pagamento alternative.

In base alla ricerca, emergono tre principali opportunità di crescita:

**#1**

L'importanza della comunicazione nel mondo dei pagamenti business

**#2**

L'offerta di prodotti e servizi premium

**#3**

Lo sviluppo di servizi a valore aggiunto

## L'importanza della comunicazione nel mondo dei pagamenti business

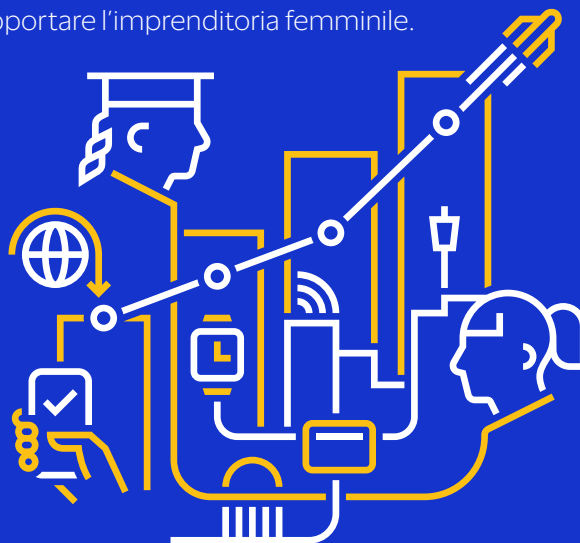
In Italia, i professionisti e le piccole imprese hanno una consapevolezza ancora limitata relativamente alle carte di pagamento commerciali specialmente della differenza tra una carta di pagamento personale ed una business: solo poco più di un intervistato su tre dichiara di conoscerla molto bene.

Esiste, infatti, un forte rapporto tra l'informazione sul prodotto e l'utilizzo: chi ha dichiarato di conoscere bene le carte di pagamento business, le utilizza con più frequenza rispetto a chi le conosce meno. In particolare, il 66%<sup>5</sup> degli intervistati che dichiarano di comprendere chiaramente la distinzione tra la carta personale e la carta business tende ad utilizzare quest'ultima per i pagamenti aziendali. Al contrario, tra coloro che hanno una comprensione superficiale di tale distinzione, questo valore scende al 46%.

Per cercare informazioni sui pagamenti business, invece, i professionisti e le piccole imprese preferiscono prima di tutto il canale online (42%<sup>5</sup>), seguito dalla filiale (39%<sup>5</sup>) e poi da commercialisti

e consulenti (30%<sup>5</sup>), con cui di solito interagiscono per attività non strettamente legate ai prodotti di pagamento.

La sensibilizzazione all'utilizzo delle carte business pertanto può avvenire in diverse modalità. In questo contesto, Visa promuove progetti con focus specifici per professionisti e piccole imprese: programmi di formazione gratuiti su una piattaforma digitale, eventi dedicati alla forza vendita degli emittenti e programmi volti a promuovere la digitalizzazione dell'imprenditoria italiana. Un esempio è l'iniziativa She's Next, che si colloca nel più ampio impegno a supportare l'imprenditoria femminile.



## She's Next a supporto dell'imprenditoria femminile

"She's Next" è l'iniziativa di Visa che mira a sostenere e promuovere l'imprenditoria femminile. Questo programma è rivolto alle piccole e medie imprese (PMI) guidate da donne, offrendo opportunità di finanziamento, formazione, networking e tutoraggio. Dal 2020 Visa ha investito globalmente circa 3 milioni di dollari in oltre 250 sovvenzioni e coaching per le donne titolari di piccole e medie imprese.

Nel contesto italiano, "She's Next" si propone come un potente strumento a disposizione delle donne imprenditrici per aiutarle a far crescere e rendere più competitive le loro imprese, potenziando le loro competenze e fornendo gli strumenti necessari per renderle più digitali.

## L'offerta di prodotti e servizi premium per i professionisti e le piccole imprese

Gran parte delle spese effettuate con carte business sono relative a viaggi e spese di rappresentanza (c.44%<sup>6</sup>), ma emergono nuove modalità d'utilizzo in ambito digitale. Le spese ordinarie ed amministrative avvengono sempre più tramite piattaforme digitali: dall'utilizzo dei grandi marketplace, al potenziamento del posizionamento del brand con piattaforme di pubblicità online, fino al pagamento di spese amministrative e bollette, nonché tasse, tramite portali dedicati (ad esempio PagoPa).

Inoltre, il fatto che il 5%<sup>7</sup> delle imprese altospendenti contribuisca a metà dei volumi generati dalle carte business, suggerisce l'opportunità di far evolvere l'offerta verso soluzioni premium anche in un segmento emergente come quello di professionisti e piccole imprese. I benefici dei prodotti e servizi premium, infatti, sono molteplici, tra cui l'aumento

della fidelizzazione da parte dei clienti verso la propria banca e il conseguente maggiore utilizzo dei pagamenti digitali.

L'80%<sup>5</sup> delle imprese si dichiara infatti disposta a pagare una commissione aggiuntiva per servizi premium, tra cui prevalgono il cashback, i servizi di assicurazione e le offerte dedicate ed esclusive (Grafico 2).

**l' 80%<sup>5</sup>**

**delle imprese si dichiara disposta a pagare una commissione aggiuntiva per servizi premium**

**Grafico 2** – Servizi premium per i quali le imprese sono disposte a pagare

(Domanda: per quali servizi legati ad una carta Business Premium è disposto a pagare una quota annuale più elevata?)



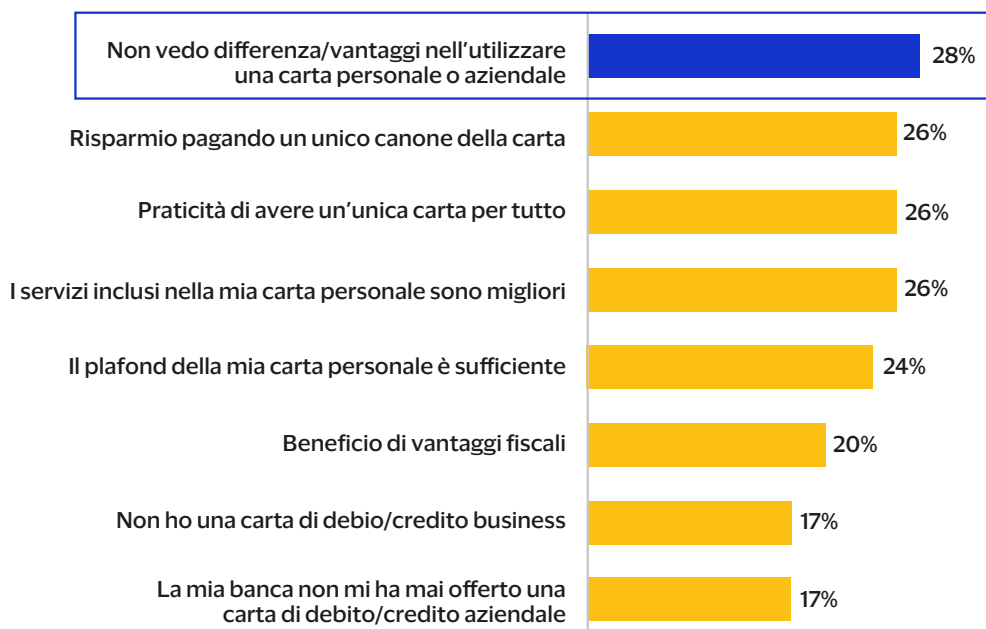
## I servizi a valore aggiunto per professionisti e piccole imprese

Il 28%<sup>5</sup> dei professionisti e delle piccole imprese intervistate utilizza la carta personale, anziché quella business, perché non si percepiscono differenze e/o vantaggi nell'uso di una carta aziendale (Grafico 3). C'è pertanto l'opportunità di sviluppare servizi

a valore aggiunto per poter meglio differenziare l'offerta *consumer* da quella business; il risultato sarà sicuramente quello di rafforzare il rapporto con il cliente, ridurre il tasso d'inattività e migliorare la propria competitività nel lungo termine.

### Grafico 3 – Reasoni che spingono le imprese all'utilizzo di una carta personale

(Domanda: quali sono i motivi principali per i quali lei /la sua azienda utilizza la carta personale (di debito, credito, prepagata) per le spese aziendali, invece di una business?)



Tra i servizi di maggiore interesse per professionisti e piccole imprese ci sono quelli per consentire un maggiore controllo e analisi delle spese aziendali: quasi un terzo degli intervistati è interessato ad accedere a una piattaforma di controllo, rendicontazione e analisi delle spese (Grafico 4). Una visione chiara e completa delle proprie finanze è un ulteriore elemento fondamentale per gli intervistati, poiché necessitano di ottimizzare il capitale circolante: il 23%<sup>5</sup> dei professionisti e delle piccole imprese è interessato ad avere una visione chiara della liquidità prospettica.



**Grafico 4 - Interesse delle imprese nei servizi collegati alla carta business**

(Domanda: in generale, pensando alla sua carta business o di voler disporre di una carta business per la sua azienda (se non la possiede attualmente), a quali dei seguenti servizi sarebbe più interessato?)



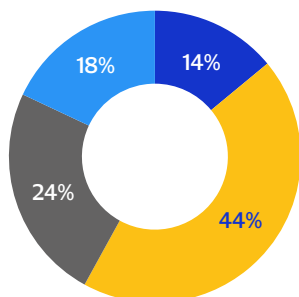
Tra le maggiori sfide evidenziate dagli intervistati rimane, inoltre, la necessità di velocizzare i trasferimenti di denaro, sia in ricezione sia in invio, per la continuità operativa della filiera produttiva. La possibilità di ricevere denaro per

rimborsi e pagamenti in modo istantaneo sarebbe fondamentale per oltre 6 intervistati su 10<sup>5</sup>, e in modo particolare per pagamenti a fornitori e rimborsi a dipendenti o clienti (Grafico 5).

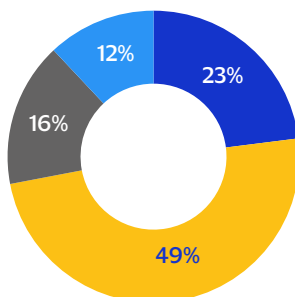
## Grafico 5 – Casi d'uso e frequenza per trasferimenti di fondi istantanei: l'esigenza delle imprese

(Domanda: per quali dei seguenti casi d'uso avrebbe l'esigenza di effettuare trasferimenti di fondi istantanei o immediati su carte di pagamento in Italia e nel mondo per la sua azienda e con quale frequenza?)

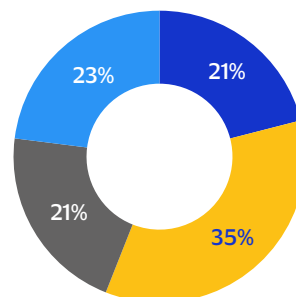
RIMBORSI a clienti, fornitori



PAGAMENTI a fornitori



RIMBORSI a dipendenti



■ Abitualmente ■ Qualche volta ■ Raramente ■ Mai

Anche in questo ambito Visa è in grado di aiutare tutti gli operatori del mercato a migliorare e potenziare l'offerta esistente. Visa Direct è una soluzione che permette trasferimenti di fondi rapidi e sicuri direttamente a carte Visa in tutto il mondo. Questo può essere un grande vantaggio, soprattutto quando si tratta di gestire transazioni

da o verso terzi, sostituendo i più tradizionali assegni e trasferimenti bancari, nonché il contante. Visa Direct permette, ad esempio, la riduzione dei tempi di merchant settlement (anticipazione degli incassi) e il pagamento immediato dei fornitori, garantendo una migliore gestione dei trasferimenti in maniera sicura e veloce.



Per le aziende diventa sempre più importante essere pagate e pagare in tempo. Il network Visa fornisce la tecnologia per aiutare le aziende a semplificare ed ottimizzare il modo in cui pagano e vengono pagate, in modo sicuro. Visa, inoltre, accettata in 200 Paesi nel mondo, può aiutare le imprese ad accedere ai mercati globali, ampliando le proprie fonti di reddito grazie alla possibilità di vendere online e al contempo permettendo di acquistare beni e servizi ovunque e al miglior prezzo. Grazie a una piattaforma di soluzioni dedicate ai pagamenti aziendali, può aiutare a portare benefici in tema di riconciliazione della spesa, efficienza dei processi e abbattimento dei costi interni. In particolare, poi, le carte di credito *commercial* costituiscono una linea di credito a breve termine che migliora la liquidità.



**Luca Moroni,**  
Head of Visa Commercial Solutions  
Southern Europe



# Conclusione

Il mondo dei pagamenti è parte integrante della trasformazione digitale di professionisti e piccole imprese. I player del mercato, grazie al supporto di Visa, possono accelerare questa transizione, sia facendo evolvere e arricchendo l'offerta esistente, che educando professionisti e piccole imprese circa i numerosi vantaggi che i pagamenti digitali offrono nel breve e nel lungo periodo.

## Metodologia della ricerca

Visa ha commissionato a IPSOS un sondaggio sul segmento *commercial*, che è stato lanciato nel periodo 28 agosto - 10 settembre 2023 sul mercato italiano. È stato selezionato un campione di 400 imprese, fino a 49 addetti e con fatturato fino a 50 mln €, clienti di banche italiane, dalle più tradizionali alle nuove fintech, distribuiti uniformemente sul territorio italiano, a cui è stato sottoposto un questionario online circa il ruolo degli strumenti di pagamento commerciali e digitali.

## Authors



**Stefano Stoppani** -  
Country Manager Italia



**Luca Gagliardi** -  
Head of Visa Consulting & Analytics Italia



**Sara Ippolito** -  
Manager Visa Consulting & Analytics Italia

### Disclaimer

I casi di studio, le statistiche, le ricerche e le raccomandazioni sono fornite "così come sono", e sono intesi a scopo puramente informativo e non devono essere considerati come consigli operativi, di marketing, legali, tecnici, fiscali, finanziari o di altro tipo. Visa Inc. non fornisce alcuna garanzia o dichiarazione in merito alla completezza o all'accuratezza delle informazioni contenute nel presente documento, né si assume alcuna responsabilità che possa derivare dal fare affidamento su tali informazioni. Le informazioni contenute nel presente documento non sono da intendersi come consulenza legale e si invitano i lettori a rivolgersi a un professionista competente qualora tale consulenza sia necessaria.

### Visa

Visa (NYSE: V) è tra i leader mondiali nei pagamenti digitali e facilita transazioni tra consumatori, esercenti, istituzioni finanziarie e governi in più di 200 Paesi e territori. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso la rete di pagamenti più innovativa, conveniente, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Crediamo infatti che le economie capaci di includere tutti ovunque possano far crescere tutti ovunque e riteniamo l'accessibilità fondamentale nella movimentazione del denaro del futuro. Per maggiori informazioni, visita <https://www.visaitalia.com/>, oltre che il blog Visa Italia, e seguici su Twitter @Visa\_IT

### Visa Consulting & Analytics

Visa Consulting & Analytics (VCA) è un team globale di esperti del settore dei pagamenti che promuove la crescita e il miglioramento di performance dei clienti Visa con progetti strategici personalizzati, dall'ideazione all'implementazione. VCA supporta i clienti nel raggiungere risultati tangibili e migliorare il loro *commercial*. Ciò include l'identificazione e la promozione di opportunità di crescita, l'ottimizzazione dei portafogli dei clienti, il miglioramento dell'esperienza del cliente e molto altro.

1. Pagamenti con carte di Debito, Credito e Prepagato Business e Corporate
2. Osservatorio dei Pagamenti del Politecnico (marzo 2024)
3. Euromonitor International (2023)
4. Metodologia descritta a fine report

\*CAGR, è l'acronimo di Compound Annual Growth Rate, ovvero il tasso di crescita annuo composto. Si tratta di una misura della performance media di un investimento nel lungo periodo

5. Osservatorio Visa sui Pagamenti Digitali delle Piccole Imprese e Professionisti in Italia (2023), in collaborazione con IPSOS
6. Visa Italia - Studio Personas Commercial 2023
7. "Premium SME Issuer Toolkit - Guide", Marzo 2023