

Arriva la card di Aime, ed è una “cashback”

Pubblicato: Giovedì 5 Ottobre 2017



Nella battaglia delle app e delle card per fidelizzare clienti e soci, in atto da molti anni e che ha ormai già ampiamente raggiunto anche le associazioni di categoria, è arrivata da oggi anche **Aime**. In ordine cronologico non arriva per prima, ma la sua scelta è destinata comunque a fare rumore. La card che ha scelto per i suoi associati infatti è una carta “cashback”, uno di quei sistemi che restituiscono i soldi sul conto ad ogni acquisto fatto.

COS'E' UNA CASHBACK, IL NUOVO MUST AMERICANO POCO NOTO IN ITALIA

Cos'è esattamente una card cashback? Di certo sappiamo cosa non è: non è una semplice carta fedeltà, perchè non fa raccolta punti, e non è una carta di credito, perchè non “maneggia” i soldi di chi la possiede.

A spiegarlo, innanzitutto, [una voce di Wikipedia](#):

Un sito di cashback (letteralmente “soldi indietro”) è un sito dove gli utenti registrati possono guadagnare soldi veri dai loro acquisti online o anche da quelli dei loro amici: il sito di cashback guadagna una percentuale degli acquisti effettuati dai propri utenti su uno dei negozi convenzionati e altrettanto semplicemente riversa una parte di questo suo guadagno a chi ha effettivamente acquistato. L'utente registrato può guadagnare denaro

da molteplici tipi di acquisto online come viaggi, abbigliamento, prodotti elettronici e prodotti finanziari.

che ricorda inoltre che:

il pagamento avviene tramite assegno proprio per rendere meglio l'idea che non si tratta di sconto ma di guadagno e in alternativa anche con accredito sul conto PayPal o con bonifico bancario.

Un servizio che in Italia non è ancora diffuso e che arriva a Varese in maniera inusuale: attraverso una associazione di imprenditori

UNA CARD PER UNIRE GLI IMPRENDITORI E FIDELIZZARE I CONSUMATORI

Tra i primi aderenti al servizio di Aime, anche una delle imprese socie più grandi e conosciute, la **Fantinato Group**, attore significativo nella grande distribuzione provinciale: che, insieme alla sua carta fedeltà, propone ora ai suoi clienti anche la carta cashback, nel loro caso personalizzata con il suo logo.



«Ma la possibilità di adesione, da parte delle imprese, non è limitata alle grandi realtà, e nemmeno solo ai negozi – spiega il direttore **Gianni Lucchina** – tra gli aderenti lombardi ci sono anche dei commercialisti, per esempio». La campagna di “reclutamento” della card “Aime”, che verrà proposta innanzitutto ai soci della associazione, i quali potranno in seguito proporla ai clienti, è già iniziata: portando da 0 a **152 le imprese aderenti in provincia di Varese**. «Gli associati Aime la riceveranno gratuitamente, e potranno anche saperne di più dell'uso che se ne potrà fare».

Chi avrà in mano la Aime Card, o più precisamente la Lyoness card brandizzata Aime, potrà però

utilizzarla tra tutti gli associati Lyoness del mondo, accumulando crediti ad ogni acquisto, in percentuali variabili.

IL SISTEMA LYONESS, NEL MONDO UNO DEI SISTEMI DI CASHBACK DI CUI SI PARLA DI PIU'

Il sistema su cui si poggia la Aime card, che è di fatto la “brandizzazione varesina” di un sistema internazionale, è uno dei più diffusi al mondo, e da anni sotto la lente di ingrandimento dei consumatori in diversi paesi: nato nel 2004 in Austria, dove ha la sede legale (ma quella fiscale è in Svizzera) il sistema di **cashback Lyoness** ha migliaia di affiliati (e quindi realtà commerciali aderenti) in 47 paesi del mondo. In Italia, sono circa 12mila le imprese affiliate.

«Il gruppo italiano, che conta più di un milione di iscritti, è in costante crescita e si avvale della collaborazione di partner come Tamoil, Simply, Euronics, gruppo Coin, o realtà on line come Yoox, Ebay, Booking.com e Groupon» spiega **Edoardo Moretti**, amministratore delegato di Lyoness. Insieme a marchi come quelli citati, hanno la Lyoness card anche il **Moto Gp** o la **Spal**.

Va segnalato però che la card, che nella versione presentata da Aime viene posta come metodo di fidelizzazione delle imprese tra di loro e dei clienti da parte delle imprese che volessero utilizzarla con i loro consumatori, in un primo momento era anche troppo spesso presentata come “sistema per fare soldi creando una rete”, cosa che la rendeva più vicino ad una organizzazione piramidale, una “catena di sant’Antonio” commerciale. Di sicuro, il sistema è ormai rodato e diffusissimo: per chi non ha remore nei confronti del network marketing, la lyoness card è un elemento, tra le tante carte che abbiamo in tasca, di assoluta originalità.

[Stefania Radman](#)

stefania.radman@varesenews.it