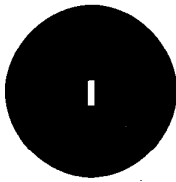


L'Italia riparte

“Pago dal tabaccaio sotto casa Così la nostra vita è migliorata”

Sisalpay|5 e Ipsos fotografano, in uno studio, le abitudini degli italiani nelle settimane del blocco e il loro desiderio di certezze: niente code, versamenti garantiti e 50mila punti vendita-amici

Andrea Frollà



Il Paese è ormai entrato pienamente nella fase del ritorno alla normalità o meglio di ingresso in una nuova normalità. E gli italiani la stanno affrontando con un bagaglio inedito di esperienze, sentimenti e consapevolezza portate in dote da oltre due mesi di lockdown. Tra lo stravolgimento dei comportamenti, la scomparsa di certezze scontate e le incertezze per un futuro difficile da decifrare, le domande irrisolte sono tante ma la voglia di tornare a essere protagonisti della quotidianità non manca.

Timori fisiologici ma anche speranza, consapevolezza e fiducia si mischiano così nella fotografia scattata agli italiani della Fase 2 dallo studio sulla quotidianità e la sicurezza ai tempi del coronavirus, elaborato da Ipsos per SisalPay|5, la newco nata dall'unione di SisalPay e Banca 5 (Intesa Sanpaolo). Nelle rilevazioni emerge chiaramente il desiderio di riappropriarsi di spazi, tempi e rapporti rimasti sospesi per troppo tempo. Oltre il 40% degli italiani attribuisce, infatti, un nuovo valore al tempo da dedicare a sé stessi e ai propri affetti. E alla rinnovata concezione del tempo si accompagnano anche maggiori esigenze di sicurezza e più attenzione verso gli altri e verso l'ambiente.

A mancare maggiormente agli italiani sono stati i gesti legati alla socializzazione (la vicinanza e il contatto con le persone care, gli aperitivi e i viaggi), ma anche quelli legati al

sentirsi liberi (potersi muovere liberamente) e alla sfera identitaria (il proprio spazio fisico e mentale, l'intimità). Abbiamo sofferto in sostanza la mancanza dei piccoli gesti di ogni giorno: bere il caffè al bar incontrando amici e colleghi, fare due chiacchiere con il barista o l'edicolante e ricaricare il cellulare dal tabaccaio di quartiere. Insomma di tutte quelle attività di prossimità e di contatto.

Esattamente in questo contesto si inseriscono le abitudini studiate da Ipsos e legate al canale di prossimità della stessa SisalPay|5 che, grazie all'apertura in sicurezza di edicole e tabacchi, ha garantito alla comunità l'accesso a pagamenti, bonifici, ricariche e altri servizi anche nel periodo di emergenza in oltre 30mila punti fisici. Un modello bancario di prossimità ad elevato impatto sociale che, secondo gli analisti di Ipsos, in una dimensione futura di plausibile maggior vicinato, cioè con abitudini e stili di vita più vivi nei quartieri, potrebbe fornire un contributo determinante nella graduale fase di ripartenza socio-economica del Paese. C'è però da intercettare allo stesso tempo un altro desiderio emerso dallo studio: avere più tempo a disposizione. Una richiesta in linea con l'obiettivo dichiarato di SisalPay|5 (semplificare la vita delle persone riducendo i tempi delle file, i vincoli orari agli sportelli, le ricevute da conservare) che la compagnia intende centrare in totale in sicurezza, anche tramite i kit protettivi già inviati alla rete di 50mila punti vendita ed integrando esperienze d'uso fisico-digitali che accolgano le esigenze di velocità, sicurezza e comodità dei consumatori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La scheda

Venti milioni di clienti per **Sisalpay** + Intesa



Sisalpay 5 è la "proximity banking company" italiana nata dall'unione dell'esperienza di **Sisalpay** nel mondo dei pagamenti e di **Banca 5** del gruppo Intesa Sanpaolo nei servizi bancari di prossimità. Il punto di forza della compagnia risiede nell'integrazione della rete fisica di oltre 50mila esercizi commerciali con una suite di servizi digitali. La società conta più di 20 milioni di clienti e 260 milioni di transazioni annuali, con un volume d'affari di circa 17 miliardi di euro.



Su la maschera
Un giovane tabaccaio di Pontecagnano (in provincia di Salerno) mostra il suo negozio e la sua tenuta "protettiva": durante il lockdown gli esercizi commerciali aperti nei piccoli centri sono stati un punto di riferimento per i cittadini

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DI SISALPAY