

Sisalpay|5-Ipsos: il lockdown ha esaltato la sete di sicurezza

DALL'INDAGINE EMERGE ANCHE CHE GLI ITALIANI MOSTRANO MAGGIORE ATTENZIONE VERSO GLI ALTRI

LA RICERCA

ROMA Piccoli grandi gesti quotidiani scomparsi o radicalmente cambiati e incertezza per il futuro. Quasi un italiano su due (il 42%) dà un nuovo valore al tempo per sé stesso e per i propri affetti, a cui non sarebbe più disposto a rinunciare dopo l'emergenza coronavirus. A questo si aggiungono: maggiori esigenze di sicurezza e più attenzione verso gli altri e verso l'ambiente. A mancare di più della quotidianità di un tempo, invece, sono i gesti legati alla socializzazione (la vicinanza e il contatto con le persone care, le cene, gli aperitivi e i viaggi), ma anche quelli legati al sentirsi liberi (poter decidere di muoversi liberamente) e alla propria sfera personale e identitaria (il proprio spazio fisico e mentale, l'indipendenza, l'intimità). È questa la fotografia scattata da una analisi di Ipsos per la nuova società SisalPay|5, nata alla fine del 2019 dall'unione di SisalPay e Banca 5, l'istituto di Intesa Sanpaolo per i servizi bancari di prossimità. Lo studio traccia un quadro inedito dei sentimenti e delle nuove consapevolezza con cui gli italiani stanno affrontando la "Fase 2" del Paese, dopo oltre due mesi di lockdown. Una ricerca che ha analizzato a fondo il tema della quotidianità: cosa ci

manca di più, come conviviamo con il Virus e cosa cambieremo domani. La ricerca che ha indagato anche le abitudini legate al canale di prossimità di SisalPay|5, composto da oltre 50.000 esercizi (tabaccherie, bar, edicole) che, anche nel periodo di emergenza con 30 mila punti attivi (solo tabacchi ed edicole), ha garantito alla comunità di accedere a un'ampia gamma di servizi finanziari di base, come prelievi e bonifici, e di pagamento, come bollette, carte prepagate e telefoniche.

LA RETE

Convinta di quanto la micro-impresa e i piccoli esercenti rappresentino un vero motore vitale nell'economia italiana soprattutto in questa fase di ripartenza in cui le persone vivranno sempre di più in una dimensione "di vicinato", con nuove abitudini di vita e di consumo legate al proprio quartiere, SisalPay|5 ha strutturato un piano per mettere in sicurezza la rete di punti vendita: un programma incentrato al sostegno economico e una campagna che prevede l'invio a tutta la rete di un kit contenente dispositivi sanitari e mascherine protettive. Inoltre, grazie al progetto 100% Smartworking - che ha dato la possibilità ai dipendenti di continuare ad operare da remoto - l'azienda ha garantito un supporto operativo e commerciale costante a tutti i punti vendita. Infine, SisalPay|5 ha continuato a investire in campagne marketing e comunicazione informativa per promuovere l'utilizzo in sicurezza dei servizi di pagamento e finanziari della rete.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DI SISALPAY SPA

