

Solidarietà e sostegno ai business locali, i grandi vincitori della fase di uscita dalla crisi

Sondaggio di Ipsos in partnership con PayPal sui cambiamenti nei modelli di consumo dovuti al Covid-19

Milano, 23 giugno 2020 - Di fronte a una **situazione senza precedenti**, si è rivelato necessario **trasformare la nostra quotidianità** inventando nuovi stili di vita e ritrovando uno spirito d'altruismo comunitario. Abbiamo dovuto ridimensionare le nostre prospettive sulla vita che conducevamo. Un sondaggio europeo condotto da PayPal e Ipsos durante la crisi evidenzia un **importante cambiamento nelle abitudini di consumo** degli italiani, in particolare per quanto riguarda la **solidarietà e la dimensione locale**.

Sostegno ai piccoli commercianti e ai negozi di prossimità

Mentre la fedeltà ai grandi marchi è rimasta all'ordine del giorno durante il lockdown, i grandi vincitori sono state le piccole e medie imprese. Gli italiani riconoscono l'importanza di sostenere gli esercizi commerciali nei pressi delle proprie case. Infatti, il **43% dei consumatori dichiara di aver acquistato più frequentemente del solito dai piccoli rivenditori durante il lockdown**, rispetto al 36% che ha invece comprato nei grandi magazzini. Ma la vera rivoluzione riguarda l'online, stando a quanto rilevato dalla ricerca il 60% degli italiani ha effettuato acquisti online durante il lockdown.

I cittadini anziani sono i più favorevoli riguardo al sostenere i commercianti locali:

- **L'78% degli over 65 ritiene che sostenere l'economia locale sia essenziale** per uscire dalla crisi.
- **Il 56% di loro dichiara di sentire la responsabilità di sostenere i negozianti del proprio quartiere.**

Dalla fine del lockdown, il desiderio di sostenere l'economia locale e di mantenere in vita i negozi di prossimità sembra ormai consolidato in Italia, dato che **il 66% degli italiani intende acquistare con la stessa frequenza prodotti locali e regionali**.

Il lockdown ha stimolato commercianti e consumatori **a privilegiare i pagamenti contactless** per rispettare le norme di distanziamento sociale. Mentre la gran parte degli italiani (69%) ha utilizzato una carta bancaria per pagare i propri acquisti durante il lockdown, **non meno del 70% preferisce utilizzarla per i pagamenti online. Il 57% dei millennial preferisce i servizi di pagamento online** rispetto al 53% degli ultra-cinquantacinquenni.

- Il 63% è disposto a provare nuovi metodi di pagamento nei propri negozi preferiti.
- Il 60% degli intervistati vorrebbe utilizzare i pagamenti senza contatto per evitare di dover digitare il proprio codice.

L'uso del contante è ancora oggetto di dibattito: mentre il 63% degli italiani è pronto a riutilizzare il contante nei negozi una volta che l'emergenza si sarà placata - il 40% è ancora preoccupato riguardo al dovervi ricorrere.

Un boom della solidarietà: le donazioni online sono aumentate durante la

“ Viviamo in una situazione senza precedenti e questo ha cambiato radicalmente il nostro modo di vivere, lavorare e consumare. Siamo orgogliosi di come la nostra community si sia riunita per proteggersi e sostenersi a vicenda, e di come siamo stati in grado di sfruttare la nostra tecnologia

crisi e rimangono cospicue

La solidarietà e i pagamenti elettronici escono vittoriosi dalla crisi. Durante il periodo di lockdown si è registrata una forte crescita **degli impulsi di solidarietà**. **Gli italiani desiderano effettivamente contribuire alla ripresa economica e, a questo proposito, i pagamenti elettronici sono la soluzione prediletta:**

- **Il 75% dei consumatori dichiara di preferire questo metodo di pagamento per inviare denaro ai propri parenti** durante il lockdown.
- **Il 75% degli intervistati è oggi favorevole alle donazioni online**, il che rappresenta un aumento del 18% rispetto a prima della crisi.

PayPal

PayPal è in prima linea nella rivoluzione dei pagamenti digitali da più di 20 anni. Facendo leva sulla tecnologia per rendere i servizi finanziari e il commercio più convenienti, accessibili e sicuri, la piattaforma PayPal dà la possibilità a più di 300 milioni di consumatori e commercianti in più di 200 mercati di aderire e prosperare nell'economia globale. Per maggiori informazioni, visita il sito [paypal.com](https://www.paypal.com) o la newsroom di PayPal Italia.

[1] *PayPal, in collaborazione con Ipsos, ha effettuato un'indagine di mercato su un campione di 26.000 persone per studiare l'evoluzione dei pagamenti online in tre periodi: prima del Covid-19, durante e dopo il lockdown. Studio condotto dall'8 al 29 maggio 2020 in 13 paesi del mondo (dal 14 al 20 maggio 2020 in Italia).*

 [PayPal Ipsos research](#)
(6,5 MB)

<https://newsroom.it.paypal-corp.com/ultime-notizie?item=122611>

per aiutare i nostri consumatori e i commercianti a superare questo difficile momento. A questi ultimi non sono mancati la creatività e la generosità per continuare a servire i propri clienti permettendo loro di pagare senza pensieri", ha commentato Maria Teresa Minotti, Director PayPal Italy.

”