

La storia di Coffice: come resistere al lockdown

“Strategici, in particolare, si sono dimostrati i QR code, utili per aprire una nuova strada al mio business e le consegne a domicilio in totale sicurezza” racconta Alberto, il gestore del locale

Alberto è un ex-maestro di snowboard che, dopo diversi anni passati a fare lo slalom fra le Dolomiti e le Alpi francesi, decide di tornare nella sua Milano per garantire stabilità e serenità alle due figlie. Così nasce Coffice, trait d’union fra la convivialità di un café e i ritmi dell’ufficio, per studiare e lavorare in modo smart, in compagnia di un ricco buffet.

Dall’apertura del locale gli affari hanno continuato a crescere, fino alle prime notizie dell’epidemia di Covid-19, quando le persone hanno cominciato a essere più caute cercando di diminuire al minimo possibile il rischio di finire tra i primi contagiati. Dopo mesi di chiusura, esternando la propria felicità per avere finalmente riaperto, Alberto racconta come PayPal ha aiutato il suo business a limitare le conseguenze della crisi.

“Dato che la maggior parte delle nostre entrate deriva dalle scuole, dalle università e dagli uffici del quartiere, con la pandemia ci siamo trovati quasi completamente bloccati”.

Alberto, però, non si è dato per vinto: *“Conoscevo PayPal già prima del lockdown, ma sono state le numerose richieste dei miei clienti che volevano pagare con questo servizio a spingermi ad attivarlo per il mio locale. L’immediatezza e la semplicità di utilizzo mi hanno permesso di diminuire drasticamente l’impatto della crisi sul mio giro d’affari. Strategici, in particolare, si sono dimostrati i QR code, davvero utili per aprire una nuova strada al mio business – le consegne a domicilio – in totale sicurezza”.*

“È stata un’occasione per allargare il parco clienti” – prosegue Alberto – “e mi sono divertito a vedere le espressioni stupite delle persone, rassicurate dalla velocità e dal distanziamento che questo metodo mi ha permesso di garantire. Siamo arrivati a raggiungere le dieci consegne al giorno!”

Un esempio di resilienza e di ripresa dalla crisi supportato, oltre che dai fatti, dai risultati dell’ultima indagine condotta da PayPal in collaborazione con Ipsos¹: il 60% degli intervistati si aspetta di utilizzare una soluzione contactless per evitare di dover digitare il proprio codice al momento di pagare, mentre il 63% si dichiara disposto a provare nuovi metodi di pagamento nei propri negozi preferiti.

Con il 78% degli over 65 che ritiene necessario sostenere l’economia locale, e il 56% di loro che sente la responsabilità di supportare i negozianti del proprio quartiere, non stupisce che fra i clienti delle consegne a domicilio ci fosse un’ampia quota di ultrasessantacinquenni – secondi solo ai Millennial.

Dalla ripresa dell’operatività ordinaria, *“sono numerosi gli studenti – universitari e non – che frequentano Coffice, insieme ai freelance che cercano uno spazio di coworking. C’è anche un’ampia fetta di clienti che lavorano negli uffici intorno al locale e vengono qui per la pausa pranzo”.* Comunque, rispetto a prima del lockdown e della diffusione dello smart working, sempre più professionisti scelgono di trascorrere le proprie giornate lavorative nel locale, anche per attuare la tanto ricercata separazione fra vita domestica e carriera: *“sono in tanti a scegliere gli spazi di Coffice. È diventato una sorta di ufficio allargato in cui regolarmente nascono collaborazioni professionali inaspettate”*

Nonostante la pandemia abbia rallentato la frequenza delle consegne i risultati raggiunti grazie ai QR code di PayPal, nato proprio nell’ottica di sostenere le piccole attività, permangono evidenti nell’allegria del suo tono di voce: *“PayPal è un servizio di cui tuttora continuo a servirmi, perché è davvero molto comodo e in linea con l’incessante crescita dei pagamenti digitali”.* Infatti, il numero di italiani che ha utilizzato i Mobile Payment è triplicato rispetto al 2019: 58 milioni di transazioni, per un valore di 1,83 miliardi di euro, effettuate negli ultimi 12 mesi².

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

² Dati degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano (2020)

<https://newsroom.it.paypal-corp.com/ultime-notizie?item=122615>