

# IL POTERE della NUOVA STAY AT HOME ECONOMY

Grazie alla tecnologia è possibile declinare il termine “smart” per rivolgersi al grande pubblico e per presentare tematiche vicine al risparmio, agli investimenti e alle polizze. E confermare così il valore della finanza e dell'assicurazione come servizio di inclusione del cittadino

di **GIOVANNA BOGGIO ROBUTTI**, direttore generale di Feduf

**In questo momento in cui vi sono seri e importanti problemi di salute pubblica dovuti al diffondersi del Covid-19, come conseguenza non meno importante ci troviamo ad affrontare gli impatti che un rallentamento economico avrà sulle attività di molti di noi.**

Forse non è il momento di parlare di investimenti o del proprio risparmio, ma poiché è comunque una componente importante della nostra vita, dobbiamo cercare di non aggiungere ulteriori inquietudini a preoccupazioni più importanti. I mercati sono velocissimi a incorporare ogni notizia negativa o positiva, e reagiscono a volte in maniera violenta, come in questi giorni. Analisti e gestori di tutto il mondo rivedono le prospettive di crescita economica, alla luce delle ripercussioni sulle singole società quotate. È il momento di liquida-

re il mio investimento? In molti si pongono questa domanda, ma c'è una risposta corretta? È importante comprendere con quali occhi stiamo guardando all'investimento, per avvicinarci a una risposta il più corretta possibile: lo stiamo facendo con l'ottica del professionista che segue i mercati ogni giorno o con l'ottica dell'investitore? Questo è un elemento importante su cui riflettere poiché il punto di vista del risparmiatore è diverso e non deve sostituirsi a quello del professionista della finanza.

La *sharing economy* è stata l'indiscussa protagonista del modello economico degli ultimi dieci anni. Oggi però, a causa della pandemia, sta rapidamente mutando nella nuova *stay at home economy* che prevede un numero li-

mitato di spostamenti e, soprattutto, l'abolizione sistematica della condivisione di beni e servizi.

## L'impatto sull'economia della condivisione

I primi dati che arrivano dalla Cina post lockdown fotografano bene questa nuova dimensione: l'uso dell'auto privata è passato dal 34%

al 66% mentre l'utilizzo dei mezzi pubblici è passato dal 56% al 24%. Il timore delle persone è comprensibile e, diciamo chiaro: chi di noi oggi ha voglia di stare pigiato in uno spazio chiuso o usare un'auto già utilizzata pochi minuti prima da un perfetto estraneo? Se da un lato Covid-19 ha causa-





to ingenti perdite per le aziende fuoriclasse della sharing economy come **Uber, BlaBlaCar, Lyft, Airbnb, Wework**, dall'altro ha portato aumenti di fatturato in doppia cifra ai campioni della stay at home economy, una su tutte **Amazon** con le consegne a domicilio oppure **Netflix** e, soprattutto, le ormai imprescindibili piattaforme di videoconferenze in streaming, da **Zoom** a **Skype Business**.

Presupposto fondamentale della nuova *stay at home economy* è il poter fare tutto da casa, soprattutto lavorare e studiare, grazie al web e alla tecnologia; si concentra quindi intorno al concetto di smart working, poiché il distanziamento sociale ha eliminato un pilastro fondamentale per il business dell'economia della condivisione: la fiducia.

La sfida sarà quindi abituarci a nuovi paradigmi per mobilità, viaggi, lavoro, studio e informazione. Ed è qui che entra in gioco la resilienza, che in fisica è la capacità di un materiale di assorbire un urto senza rompersi, e in ambito psicologico è la capacità di far fronte in maniera positiva a eventi traumatici, di riorganizzare positivamente la propria vita dinanzi alle difficoltà, di ricominciare restando sensibili alle opportunità positive che la vita offre, senza alienare la propria identità.

### Relazioni umane insostituibili

**FEduF**, la Fondazione per l'Educazione finanziaria e al Risparmio creata da **Abi**, vive in modo proattivo l'opportunità data dall'esplosione in tutti i settori di un fenomeno già sen-

sibilmente presente in epoca precedente al Covid-19, ovvero quello del divulgare contenuti di qualità grazie al web e alla tecnologia.

Le piattaforme sono numerose e consentono di raggiungere adulti e giovani; ciò che manca in questo momento sono i contenuti e la capacità di realizzare format che, grazie a un linguaggio accattivante e dinamico, riescano a mantenere costante l'attenzione, malgrado il canale di comunicazione utilizzato sia per sua natura molto dispersivo. In una società sempre connessa, nell'era dell'evoluzione digitale, si è reso necessario trovare mezzi e linguaggi per parlare a tutti, rispettando il presupposto fondante della *stay at home economy* che ruota attorno al concetto di *smart*.

Oggi è smart tutto ciò che è reso più comodo, efficace e veloce grazie alla tecnologia (smartphone, smartwatch, ecc.), ma la parola inglese *smart* significa in prima istanza intelligente, brillante: **Smart-Talk** il nuovo format di FEduF, elaborato insieme a **Taxi1729**, nasce dunque con l'obiettivo di far conoscere al grande pubblico, attraverso un evento digitale *taylor-made*, i temi che condizionano la nostra vita quotidiana, ma di cui troppo spesso non

conosciamo i dettagli più importanti che impattano fortemente sulla nostra famiglia, sui nostri sogni e sul nostro futuro.

La finanza di base è infatti un elemento cruciale della cittadinanza attiva, essendo la finanza stessa un servizio basilare per il cittadino, per il consumatore: chi non vi accede, resta escluso. La finanza, infatti, può diventare un moltiplicatore di esclusione, anziché d'inclusione, laddove venga intesa come il sinonimo di un mero ricavo di profitto dal risparmio.

Lo SmartTalk per le banche e le istituzioni associate a FEduF che hanno deciso di farne uso, si è dimostrato uno strumento polivalente che consente loro di restare vicine in modo ancora più forte e diretto alle migliaia di persone, già incontrate in tutta Italia in occasione dei numerosi eventi. Ma soprattutto ha dato loro la possibilità di aprire un nuovo canale di comunicazione bidirezionale che consente di ascoltare le esigenze dei propri utenti e di dare una risposta in tempo reale. E non è poco, considerando che la nuova *stay at home economy* post Covid-19 sarà sì sostenibile, ecologica e più salubre, ma non potrà mai sostituire le relazioni umane. **1**