

giovedì, Novembre 5, 2020 Sign in / Join

GAZZETTA DI NAPOLI GAZZETTA DI SALERNO GAZZETTA DI AVELLINO GAZZETTA DI ROMA SAPORI CONDIVISI PUBBLICITA' CONTATTI KYNETIC | web agency

GAZZETTA  
di MILANOCHARME HOME  
agenzia immobiliare a MilanoVISITA IL SITO WEB  
WWW.CHARMEHOME.IT

TOP NEWS ECONOMIA CULTURA EVENTI MODA FOOD SALUTE E BENESSERE RUBRICHE

Home &gt; Economia &gt; American Express main partner del salone dei Pagamenti 2020 Payvolution.

Economia

# American Express main partner del salone dei Pagamenti 2020 Payvolution.

By redazione - 5 Novembre 2020

63 0

- Advertisement -



## PRESTITI PERSONALI

esempio 30.000€ rata 365 x 120 mesi

**CESSIONE 5°** anticipo rinnovo  
6 mesi, invalidità senza rvm, piccole ditte**CAMBIALI** 10.000€ in 30 mesi  
valutiamo segnalati in banche dati**Studio Associato**  
3382237567

**American Express**, leader globale nei servizi e nelle soluzioni di pagamento, è **main partner** del "Salone dei Pagamenti 2020 **PAYVOLUTION**", un appuntamento importante per il settore dove l'azienda condivide la propria visione e osservatorio sui trend in atto in tema di **evoluzione delle abitudini di consumo e dei pagamenti** e il proprio contributo e impegno per la realizzazione della **cashless society**, consolidando e innovando le iniziative del gruppo per accelerare la crescita dei pagamenti digitali e diffonderne i benefici, e continuare a restituire valore ai clienti.

Nel corso dell'anno, abbiamo assistito ad una spinta verso la **digitalizzazione** da parte dei consumatori attraverso l'incremento degli acquisti online e dei pagamenti elettronici nei negozi fisici, tendenze che si sono radicate creando nuove abitudini di consumo e pagamento. In particolare, per quanto riguarda l'**e-commerce**, nella prima metà del 2020 il **23%** del totale della spesa dei consumatori è avvenuto attraverso pagamenti elettronici, due punti percentuali in più rispetto allo stesso periodo del 2019. Siamo di fronte ad una cifra davvero importante, se consideriamo che il totale dello speso è di mille miliardi. Anche i **mobile payments** in negozio hanno registrato una crescita significativa dell'**80%** rispetto al primo semestre del 2019, mentre le **transazioni contactless** sono aumentate del **17%** (**Fonte: Politecnico di Milano, 2020**). Inoltre, dalla ricerca "**Gli effetti del lockdown sui consumi: il punto di vista di piccole attività e consumatori**" commissionata da American Express a Nielsen Media Italia<sup>[1]</sup>, emerge che la metà dei piccoli esercizi commerciali dichiara di aver fatturato oltre il **40%** tramite il **canale online** e il **30%** di averne aperto uno ex novo durante o subito dopo la fine della fase 1. I negozianti segnalano anche un aumento dell'uso dei pagamenti tramite **POS (+46%)**, via **contactless (+43%)**, e tramite **smartphone (+25%)**.

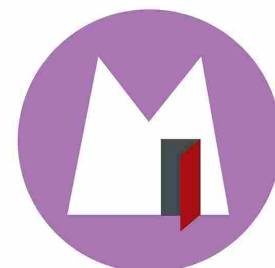
La spinta alla digitalizzazione da parte degli esercenti è confermata anche dai dati di American Express che registra un aumento delle richieste di **codici e-commerce**, a conferma del trend che vede gli esercenti ricorrere sempre di più a canali online per il proprio business: **+34%** da gennaio di quest'anno ad agosto che dimostra una scelta più strutturale e che si conferma anche a seguito del periodo del lockdown.

Ed è proprio per rispondere ai nuovi bisogni degli esercenti che American Express ha messo in campo iniziative per accelerare il processo di digitalizzazione, servizi per una migliore gestione commerciale e promozioni dedicate al loro rilancio. Per contribuire al

SCOPRI I BENEFICI DELL'OZONO

**AIRPURE OZONO**  
SANIFICA IGIENIZZA  
DEPURA DEODORAIdeale ed economico per  
sanificare tutti i giorni locali  
commerciali, studi professionali,  
abitazioni.

SCOPRI DI PIU' SU OZONOCARE.IT

**MILANO PROPERTY**  
REAL ESTATE in MILAN

rilancio delle piccole attività commerciali e sostenere la ripresa dei consumi, l'azienda ha inoltre lanciato in Italia **Shop Small**, programma globale che permette ai Titolari di Carta di ottenere uno **sconto di 5€ in estratto conto su una spesa di almeno 20€ presso i piccoli esercizi commerciali[2]** e che nei primi tre mesi ha visto migliaia di piccole attività commerciali e Titolari di Carta American Express aderire alla campagna. All'interno di questo progetto l'azienda ha integrato la piattaforma **Love Local** per offrire ai piccoli esercenti l'accesso a **strumenti digitali** e **approfondimenti** per aiutarli a crescere e promuovere le loro attività e per dare accesso ad **offerte dedicate** che possano aiutarli a gestire al meglio il loro business.

Restituire valore ai clienti è da sempre la missione dell'azienda, confermata anche quest'anno da iniziative concrete come l'arricchimento del programma **Amex Offers** con offerte mirate per i titolari di Carta su una selezione di player online attivi in diverse categorie merceologiche, le più richieste dai consumatori – dal pet food al caffè, dai prodotti per l'igiene e la persona a quelli per la casa – e offerte dedicate su retail online, intrattenimento e food & beverage.

La missione di restituire valore ai clienti per supportare i Titolari di Carta, in questo momento di ripartenza, prosegue inoltre attraverso la leva del cashback, facendo evolvere ulteriormente un **prodotto cashback** che American Express mette a disposizione in Italia da più di vent'anni, e che ora diventa ancora più strategico per diffondere le potenzialità dei pagamenti elettronici; con **Carta Blu** l'azienda consente da sempre un riaccredito di un valore pari al 1%, che ora sale al 4% (sui primi 2.000 euro spesi) per i nuovi Titolari con l'obiettivo di agevolare gli Italiani nella gestione delle loro spese, di soddisfare le piccole esigenze quotidiane in modo semplice e veloce e di sostenere i consumi.

L'impegno di American Express si conferma anche per i **clienti B2B** che, facendo leva sul modello chiuso dell'azienda, mette in contatto direttamente clienti ed esercenti creando una community, anche grazie alla creazione di una piattaforma **"Business for Business" B4B** che mette a fattore comune i due network per fare sinergia e generare opportunità di business. Nel corso dell'anno, American Express ha inoltre aiutato i clienti business e corporate a digitalizzarsi, talvolta anche riconvertendo le proprie linee, consentendo di utilizzare gli strumenti di pagamento per un numero sempre maggiore di forniture (fra cui digital advertising, ICT, servizi professionali).

*"Quest'anno abbiamo assistito all'accelerazione di diversi fenomeni che fanno tutti capo alla digitalizzazione e all'e-Commerce. Un'evoluzione che rappresenta un grande viatico per diffondere l'adozione dei pagamenti elettronici e realizzare una cashless society nel nostro Paese. Questo passa attraverso non soltanto un'evoluzione tecnologica, ma anche del servizio. L'obiettivo è di offrire una customer experience che sia sempre più integrata, fluida e sicura per convincere sempre più persone dei benefici dell'utilizzo degli strumenti di pagamento digitale e offrire un sostegno concreto alla ripresa dei consumi. Parlando di digitalizzazione dei pagamenti, la nostra sfida più grande rimane quella del supporto ai piccoli esercenti che abbiamo visto affrontare con coraggio l'emergenza, alle piccole e medie imprese che sono la vera ossatura del nostro sistema economico e ai nostri clienti consumer. Su questo continueremo ad impegnarci per fare la differenza, mettendo in relazione clienti ed esercenti e offrendo occasioni concrete per retrocedere loro valore, come abbiamo fatto durante tutta l'emergenza. Le misure delineate nel Piano Cashless del Governo*

E-COMMERCE BUSINESS  
www.kynetic.it

**SVEGLIATI!!**  
LA CONCORRENZA  
VENDE ON LINE  
**E TU?**



**ON LINE IN 7 GIORNI**  
**SCOPRI DI PIU'**

▶ **FACEBOOK+INSTAGRAM+YOUTUBE**

**INCREMENTA LA  
VISIBILITA' DEI TUOI  
SOCIAL DEL 300% IN  
SOLI 4 GIORNI**

■ SOCIAL  
■ MEDIA  
■ MARKETING

**SCOPRI COME** →

