Immagine che contiene testo

Descrizione generata automaticamente

**L’unicorno Scalapay raccoglie capitali Series B per 497 milioni di dollari ed entra nel mercato del checkout**

*La soluzione Buy Now Pay Later raggiunge lo stato di unicorno dopo l’ultimo round di finanziamento*

NEW YORK, NEW YORK – 24 febbraio 2022 – **Scalapay**, la principale soluzione di pagamento dell’Europa meridionale che offre soluzioni di pagamento dilazionato (BNPL) senza interessi, ha annunciato oggi di aver raccolto 497 milioni di dollari di investimenti Series B. Il round di finanziamento è stato capitanato da Tencent e Willoughby Capital, con la partecipazione di Tiger Global, Gangwal, Moore Capital, Deimos e Fasanara Capital.

Scalapay è un’innovativa soluzione di pagamento per gli operatori dell’e-commerce in tutto il mondo, che permette ai clienti di acquistare subito e pagare successivamente, senza interessi. La sua offerta comprende tre alternative (Pay in 3, Pay in 4 e Pay Later), grazie alle quali i clienti non sono tenuti a effettuare pagamenti al momento dell’acquisto, e possono invece scegliere di pagare in 3 rate, 4 rate o integralmente dopo 14 giorni. In questo modo l’esperienza di acquisto diventa facile e piacevole, alleggerendo l’impatto finanziario sui clienti.

Con l’obiettivo di permettere ai commercianti di offrire ai clienti esperienze straordinarie, Scalapay ha anche lanciato la nuova piattaforma Magic. Destinata a rivoluzionare l’esperienza di pagamento, il nuovo sistema di checkout vuole risolvere i problemi più difficoltosi per gli esercizi commerciali che desiderano offrire una soluzione per l’e-commerce in tutto il mondo.

Scalapay è stata fondata da Simone Mancini e Johnny Mitrevski nel 2019. Il team di fondatori comprende anche Raffaele Terrone, Daniele Tessari e Mirco Mattevi. L’azienda ha, così, raccolto ad oggi oltre 700 milioni di dollari di finanziamenti. In seguito all’ultimo round Series A, Scalapay ha triplicato il volume di pagamenti mese dopo mese.

“Con soluzioni senza interessi abbiamo trasformato in qualcosa di piacevole una delle parti più faticose dell’esperienza di shopping, il pagamento”, commenta **Simone Mancini, co-fondatore e CEO di Scalapay**. “Ora con Magic ci spingiamo ancora oltre e aiutiamo i merchant europei a trasformare il checkout, facendo crescere il network di clienti e offrendo esperienze di acquisto ripetute che generano notevoli aumenti della conversione.”

“Magic ha un’incredibile opportunità di ridefinire l’e-commerce europeo, che ha una reputazione peggiore rispetto alle controparti negli Stati Uniti. Con Magic, abbiamo eliminato tutti i consueti punti di rallentamento al momento del pagamento e abbiamo risolto i principali motivi dell’abbandono del carrello come registrazione o login, spedizione, selezione del pagamento, e consensi per la privacy. Lo abbiamo fatto nel rispetto delle rigorose normative europee PSD2 e GDPR”, spiega **Johnny Mitrevski, co-fondatore e CTO di Scalapay**.

Scalapay continua a costruire un team di livello mondiale e punta a raddoppiare il numero di collaboratori entro la fine dell’anno. Ha anche in programma di aumentare il team di dirigenti e il consiglio di amministrazione. Tra i consiglieri di amministrazione aggiunti di recente c’è Amit Jhawar, in precedenza CEO di Venmo, e COO e CFO di Braintree.

"Scalapay è una soluzione geniale che combina un elegante sistema per i commercianti con un’esperienza utente semplice ma potente. Ho capito che Scalapay era vincente quando ho visto che il servizio per esercente e consumatore offriva uno straordinario valore ai due fronti della rete in Sud Europa", ha sottolineato **Amit Jhawar**.

Scalapay collabora attualmente con i più importanti esercenti e retailer internazionali, tra cui Twinset, Calligaris, Stroili, MSGM, Luisa Spagnoli, Decathlon, Calzedonia, Swappie e Seletti, tra gli altri. È anche lo sponsor ufficiale della Camera Nazionale della Moda Italiana fino al 2023, con speciali attivazioni durante le sfilate di Milano Moda Donna FW22-23.

"Da quando abbiamo offerto Scalapay ai nostri clienti online ed in-store, abbiamo visto crescere l'adozione del servizio da parte dei nostri consumatori in maniera straordinaria", afferma **Dragana Andjic, CDO Twinset**. Con il lancio sul mercato italiano, seguito poi da quello francese e spagnolo, Scalapay è diventata a tutti gli effetti un partner fondamentale per i retailer della moda sincronizzati alle necessità dei consumatori di oggi."

"Scalapay è il servizio perfetto in termini di omnicanalità. In un lasso di tempo brevissimo si è dimostrato essere uno strumento straordinario per incrementare il valore medio dell’ordine, sia online che in-store, nonché una leva di marketing strategica per attrarre nuovi consumatori" **Francesco Mura, E-commerce Director di Stroili**

<http://www.scalapay.com>

**About SCALAPAY**

Leader del mercato Buy Now Pay Later, Scalapay è una FinTech che ha trasformato il mondo dei pagamenti online e in-store permettendo agli acquirenti di ricevere i prodotti/servizi immediatamente, pagandoli in tre soluzioni, senza interessi. Già̀ operativa in Italia e in Europa e utilizzata da centinaia di migliaia di clienti, la FinTech ha incontrato il favore di oltre 3.000 brand, vantando una forte presenza online e in-store con più di 5.000 negozi fisici.

Per informazioni alla stampa:

Sara Ferdeghini - sara@ferdeghinicomunicazione.it - cell: 335.7488592

Francesca Motta - [motta@ferdeghinicomunicazione.it](mailto:motta@ferdeghinicomunicazione.it) - cell: 344.0965871

Ferdeghini Comunicazione Srl