Comunicato stampa

**CON SCALAPAY È POSSIBILE**

**DESTAGIONALIZZARE LE VENDITE.**

**I dati raccolti da Mirabilandia parlano chiaro: in bassa stagione si registra un +37% delle vendite e una penetrazione media sugli ordini del 13,9%.**

*Milano, 20 febbraio 2023*.

Scalapay, leader dei pagamenti Buy Now pay Later, è partner di Mirabilandia da due anni. Il match è stato da subito vincente, sia perché la community di Scalapay è incline ad acquistare experience come quelle offerte dai parchi divertimento, sia perché i target sono molto simili.

Scalapay rappresenta quindi una forte leva nell’incremento dello scontrino medio nei periodi di alta stagione. Lo dicono i dati: nel mese di luglio il parco divertimenti ha riscontrato un incremento del +26,7% sugli acquisti di hotel + ingresso al parco e del 60% sugli abbonamenti riferiti allo scontrino medio, rispetto ad altri metodi di pagamento, acquistando servizi premium.

Questo allineamento positivo ha portato sicuramente un incremento delle vendite, ma anche un altro importante risultato: **Scalapay si è infatti rivelata come una forte leva per destagionalizzare, portando a Mirabilandia un incremento del +37% delle vendite in bassa stagione.**

Non solo, la **penetrazione media su tutti gli ordini Scalapay del 2022 è stata del 13,9%**, con un picco, soprattutto **nei mesi di bassa stagione** tra novembre e febbraio, del 19%.

Numeri di particolare rilievo e non certo da trascurare per chi nel settore del turismo deve destagionalizzare le vendite e fare upselling nei periodi di alta stagione.

*“Mirabilandia ha aggiunto Scalapay come modalità di pagamento degli abbonamenti e dei pacchetti parco+hotel già dal 2021”* **commenta Sabrina Mangia, Sales&Marketing Director di Mirabilandia** *“una decisione presa per andare incontro alla nuova customer behaviour dei nostri clienti e che ha da subito riscosso un grande successo. Come player del settore, siamo lieti di aver colto per primi questa opportunità tra le soluzioni buy now, pay later: di sicuro un grande valore aggiunto per un’azienda come Mirabilandia che offre divertimento per famiglie con bambini ma anche ragazzi ormai abituati a questa nuova modalità di acquisto”.*

Commenta **Matteo Ciccalé**, **Partnerships Director Travel di Scalapay:** *"Il segmento dei parchi divertimento, e in particolare Mirabilandia, è stato uno dei primi a cogliere le opportunità offerte da Scalapay e leggere oggi questi dati così positivi, a soli due anni di distanza dall’integrazione, è per noi grande orgoglio. Come ribadisco spesso, siamo anche un potente strumento di marketing. Dai dati analizzati da Mirabilandia emerge che, grazie all’utilizzo del brand Scalapay nelle loro attività di marketing, ad esempio nelle newsletter, il parco divertimenti ha riscontrato un aumento delle conversioni, con un’incidenza sul fatturato aumentato del 44%!”.*

**About Scalapay**

Leader del mercato Buy Now Pay Later, Scalapay eÌ 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. Già 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 - cell: 344.0965871

Ferdeghini Comunicazione Srl