Comunicato stampa

**CON SCALAPAY MENO CARRELLI ABBANDONATI**

**E PIÙ ACQUISTI DI QUALITÀ.**

**Il case study con il tour operator All Tours rivela numeri interessanti:**

* *+ 20% di pratiche di nuovi clienti vs 2021 grazie a Scalapay*
* *12% di penetration media sul totale delle prenotazioni*
* *+9% valore della pratica media*

*Milano, 26 gennaio 2023*.

Il Buy Now Pay Later non è più appannaggio di pochi ma un trend consolidato anche per il settore del turismo.

A dimostrarlo sono anche i dati raccolti da Scalapay e la società partner All Tours che hanno analizzato il comportamento del consumatore di viaggi online.

All Tours è un tour operator online guidato da Ciro Di Maso che opera esclusivamente nel segmento B2C e propone mete italiane a una clientela composta per il 70% da famiglie con figli e per il 30% da coppie e nuclei familiari con bambini molto piccoli.

Scalapay, leader dei pagamenti Buy Now pay Later, ormai attiva nel travel da 2 anni, consente agli utenti di pagare importi fino a duemilacinquecento euro in tre rate senza interessi. Se la vacanza ha un costo maggiore, è possibile corrispondere la differenza tra il totale del viaggio e l’importo rateizzato al momento della prenotazione o del saldo.

Offrendo l’opzione Buy Now, Pay Later (BNPL), All Tours ha assistito ad un significativo miglioramento dei numeri su più fronti. Nel 2022, ha registrato un incremento del 43% di pratiche di nuovi clienti rispetto al 2021 **– crescita su cui Scalapay ha inciso per il 20%**.

La **penetration media** di Scalapay, sul totale delle prenotazioni, **si attesta al 12% con un picco nei mesi di giugno e agosto**.

La **pratica media è aumentata del 9%** e, **nell’80% dei casi, Scalapay è stato utilizzato sul saldo della vacanza**: gli utenti hanno quindi bloccato la prenotazione pagando un piccolo acconto all’inizio – pari al 10% del costo del soggiorno. La prima rata è stata addebitata al momento del saldo, le successive due con cadenza mensile.

Per quanto riguarda il target, l’80% degli ordini effettuati con Scalapay ha visto protagonista la **fascia di età 35-54**, seguito al 12% dai clienti compresi in quella 25-34, mentre più distaccato al 6% si attesta il segmento 55-64.

**Commenta Ciro Di Maso, CEO di All Tours:** *“Con la possibilità di dilazionare il pagamento, i clienti hanno scelto soluzioni di fascia più alta – quali, ad esempio, camere di categoria Superior – con un conseguente aumento dello scontrino medio. Scalapay si è rivelato uno strumento di marketing molto incisivo, abbiamo riscontrato un incremento di conversione al sito pari al +15% e abbiamo dimezzato le percentuali di “carrelli” abbondonati. Lo scontrino medio è passato da 1.890 a 2.030 euro.”.*

Commenta **Matteo Ciccalé**, **Partnerships Director - Travel di Scalapay:** *"All Tours si è affidata a Scalapay per la nostra capacità di offrire agli utenti un’esperienza di pagamento rateizzato facile e fluida in tutti i passaggi. Il cliente può così accedere al viaggio in modo più semplice mentre il tour operator incassa subito tutto l’importo al momento della prenotazione. Non è solo la semplicità nei pagamenti a farci apprezzare dal mercato bensì, come rivelano i dati, siamo anche un efficace strumento di marketing in grado di portare traffico e nuovi clienti che con ogni probabilità, non sarebbero mai arrivati ad acquistare sul sito del partner”.*

Per avere maggiori informazioni sul servizio offerto da Scalapay, [clicca qui.](https://form.typeform.com/to/JQZsXZ6U?utm_medium=email&utm_source=mediapartner&utm_campaign=CSAllTours_26012023&utm_content=Travel&typeform-source=www.google.com)

**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](mailto:motta@ferdeghinicomunicazione.it) - cell: 344.0965871

Ferdeghini Comunicazione Srl