



Studio Kantar per Floa: il Buy Now Pay Later continua a crescere velocemente in Italia

- *Il 57% degli italiani utilizza il Buy Now Pay Later e il 35% lo ha scelto almeno qualche volta come forma di pagamento. Rispetto al 2022, si registra una rapida crescita del +13%*
- *Il 72% degli intervistati dichiara di essere disposto a cambiare negozio se il Buy Now Pay Later come metodo di pagamento non è offerto. In Europa il dato è del 54%*
- *Per il 58% degli utenti italiani questa forma di pagamento consente di acquistare prodotti di maggiore qualità e incentiva un consumo più responsabile, come nel caso dei prodotti di seconda mano (44%)*

Milano, 08 maggio 2024 - Anche nel 2023 il **Buy Now Pay Later (BNPL)** si conferma una delle **opzioni di pagamento più apprezzate in Europa e in Italia**. Da nuovo trend in grado di offrire vantaggi, sia per l'utente finale, sia per l'esercente, il modello si presenta ora sul mercato italiano come una solida opzione di pagamento, con un numero di utenti in rapida crescita.

È quanto emerge dalla terza edizione dello studio condotto da **Kantar per FLOA**, società al 100% del gruppo BNP Paribas con oltre 20 anni di esperienza nel settore dei pagamenti e del credito, per analizzare le abitudini e i costumi dei consumatori nel 2023 in relazione all'adozione del BNPL.

Il trend italiano: un numero crescente di utenti utilizza il BNPL con sempre maggiore frequenza

A livello europeo, il **68% degli intervistati dichiara di adottare il BNPL** e il 44% di utilizzarlo almeno qualche volta. Valori stabili rispetto al 2022 in cui si registrava un 43% per l'uso saltuario. Seppur la quota di utenti sia ancora leggermente inferiore alla media europea, in Italia il BNPL continua a crescere. Oggi la soluzione è ampiamente adottata dal **57% del campione**, mentre il 35% lo ha scelto almeno qualche volta come forma di pagamento. Rispetto al 2022, l'Italia registra una **rapida crescita (+13%)**. Insieme all'Olanda, il nostro Paese è l'unico a mostrare questo trend.

I dati dimostrano come il modello BNPL sia ormai consolidato nelle abitudini d'acquisto degli italiani, soprattutto dagli Under 40, che tendono a utilizzarlo con maggiore frequenza. Quasi la metà (41%) degli utenti effettua più di 8 acquisti all'anno con il BNPL, dato in aumento del +11% rispetto all'ultima rilevazione (in Europa la media è del 40%). In generale, tutti i settori sono interessati, ma le prime 3 categorie sono: elettrodomestici, tecnologia e viaggi.

Relativamente alla modalità di pagamento scelta, la percentuale di italiani che preferiscono lo split payment è di poco superiore a quella relativa al pagamento dilazionato, rispettivamente il



28% e il 25% del campione intervistato. Tuttavia, la quota di utenti che scelgono lo split payment sta crescendo due volte più velocemente (+22% vs 2022) rispetto al pagamento dilazionato (+9%). Un dato che conferma la popolarità della soluzione e come, in un contesto di inflazione, il consumatore è alla ricerca di una maggiore flessibilità.

BNPL come elemento fondamentale della customer experience e stimolo per un consumo più responsabile

Per i negozianti il pagamento rappresenta una componente chiave nel rapporto con il cliente: secondo la ricerca Kantar, **per un italiano su tre (31%) i metodi di pagamento accettati sono un fattore differenziante** quando si sceglie un rivenditore, sia online sia in-store. Per quanto riguarda il BNPL, il **72% degli intervistati dichiara di essere disposto a cambiare negozio se questa opzione non è offerta dall'esercente**: un dato ben oltre la media europea del 54%, che conferma la centralità che questo metodo di pagamento ha conquistato nelle abitudini di acquisto degli italiani.

Il BNPL si dimostra anche elemento importante nell'incentivare un **consumo più responsabile**: per più della metà degli utenti in Italia questa forma di pagamento consente di acquistare prodotti di maggiore qualità (58%). Tendenza che vale anche per il mercato del *second hand*, dove la possibilità di utilizzare il BNPL incoraggerebbe il 44% del campione italiano a preferire i prodotti di seconda mano rispetto a quelli nuovi e quasi un quarto degli intervistati dichiara di averlo già usato per questa tipologia di acquisti (27%).

“Il Buy Now Pay later sta trasformando le nostre abitudini di acquisto e si conferma un’opzione di pagamento irrinunciabile sia in Italia, dove presenta ancora ampio margine di crescita, sia in Europa, dove il numero di utenti sembra essersi stabilizzato” - ha commentato **Andrea Boschi, Country Manager di FLOA per l'Italia**. *“Come forma di Embedded Finance, consente alle entità alle aziende di qualsiasi settore di offrire servizi finanziari digitali ed è una soluzione win-win che aiuta ad aumentare la fidelizzazione dei clienti e l'inclusione finanziaria. Le potenzialità del BNPL, infine, si stanno estendendo dall'e-commerce anche ai punti vendita fisici”*.

NOTE PER I MEDIA

Informazioni su FLOA

FLOA sviluppa servizi finanziari e Buy Now Pay Later innovativi per consumatori ed esercenti. Con l'esperienza del cliente e l'innovazione tecnologica al centro della sua strategia, FLOA si adatta costantemente alle nuove abitudini di pagamento dei consumatori. In qualità di pioniere del pagamento in 3 o 4 rate, FLOA ha acquisito una competenza unica in materia di dati e scoring. Questa competenza garantisce che tutte le transazioni avvengano con il massimo livello di sicurezza e ci permette di offrire processi di pagamento on e off-line, differenziati per la loro facilità d'uso. FLOA serve già più di 4 milioni di clienti individuali in Europa e più di 15.000 partner commerciali online e nei punti vendita. Come filiale del gruppo BNP Paribas, FLOA ha sfruttato il suo DNA Fintech e la solidità finanziaria del suo azionista di riferimento per diventare un attore chiave nel settore del Buy Now Pay Later in Europa. Per saperne di più, visitate il sito: www.floa.com

Riferimenti Ufficio Stampa FLOA

Luca Carbonaro, floa@bpress.it