

Alma

Buy Now Pay Later



Il nostro approccio
responsabile

I numeri chiave

del Buy Now Pay Later 2023 in Italia



Degli italiani ha fatto almeno un acquisto tramite BNPL.

Buy Now Pay Later: un fenomeno che non può essere ignorato

Negli ultimi anni il commercio ha subito profondi cambiamenti. La digitalizzazione delle modalità di consumo e la necessità per le aziende di essere sempre più omnicanali, insieme alla forte ascesa dei marketplace online e la rivendita dell'usato (il cosiddetto second hand) stanno trasformando il settore e rimescolando le carte in gioco.

Nel 2022 le transazioni Buy Now Pay Later (BNPL) hanno raggiunto i 2,3 miliardi di euro, con una crescita del 253% rispetto al 2021. L'86% del valore riguarda acquisti effettuati online, un risultato che porta il BNPL a rappresentare circa il 4% di penetrazione nel mondo e-commerce (Fonte: stime dell'Osservatorio Innovative Payments su dati dell'Osservatorio eCommerce B2c).

Questa crescita è dovuta sia alla popolarità dei pagamenti rateali tra i consumatori che all'aumento del numero di commercianti che offrono, online e in negozio, soluzioni BNPL per rispondere alle molteplici sfide commerciali.

Comprendere i fattori trainanti di questa crescente domanda dei consumatori è dunque essenziale. In primo luogo, troviamo il calo del potere d'acquisto degli italiani: secondo i dati dell'Istat, nel quarto trimestre del 2022 la forte crescita dei prezzi al consumo ha ridotto del 3,7% il potere d'acquisto delle famiglie italiane. Allo stesso tempo, i commercianti cercano di soddisfare al meglio i propri clienti offrendo loro soluzioni che rispondano alle esigenze di flessibilità, con l'obiettivo di aumentare la conversione, lo scontrino medio e incoraggiare altri acquisti futuri. Questo è fondamentale in un momento in cui i costi di acquisizione delle materie prime sono in aumento.



In Italia, nel 2022 le transazioni BNPL hanno raggiunto i 2,3 miliardi di euro, con una crescita del 253% rispetto al 2021.



+20 al 30%

Del tasso di conversione degli acquisti grazie al BNPL.



In un contesto di crescente concorrenza e di riduzione dei margini, la personalizzazione dell'esperienza d'acquisto e l'offerta di nuovi servizi come il BNPL è fondamentale.

Un altro elemento di risposta, infine, è la **flessibilità offerta dai pagamenti rateali** per quegli acquisti considerati «investimenti» - come il rinnovo di grandi elettrodomestici, il pagamento di corsi di formazione o di alcune prestazioni sanitarie - o le spese impreviste.

Questo perché il BNPL consente ai consumatori di effettuare acquisti con un maggiore controllo sulle proprie finanze, in tutte le categorie socio-professionali.

In un contesto di crescente concorrenza e di riduzione dei margini, la personalizzazione dell'esperienza di acquisto e l'offerta di nuovi servizi, come il BNPL, risultano dunque fondamentali. **Aumentando il tasso di conversione del 20-30% degli acquisti** (fonte: FEVAD - Fédération du e-commerce et de la vente à distance) e offrendo un'esperienza di acquisto fluida e istantanea, **i pagamenti rateali rispondono ai problemi dei commercianti e, allo stesso tempo, alle esigenze dei consumatori.**

Attraverso questo studio, progettato a partire da dati reali rappresentativi della popolazione italiana, vi invitiamo a scoprire i principali risultati relativi al mondo del BNPL in Italia per capire meglio l'entità del suo sviluppo e la sua rilevanza per il vostro business.

Buona lettura!

Riccardo Schiavotto

General Manager Alma Italia



Sommario

- 01. — Premessa** p.5
- > La società di ricerca partner: Istituto Piepoli
 - > L'indagine e i dati
 - > Distribuzione di genere
 - > Distribuzione generazionale
 - > Distribuzione geografica
- 02. — Gli italiani: le abitudini di acquisto e l'utilizzo dei pagamenti rateali** p.9
- > Dove acquistano gli italiani
 - > A cosa si presta attenzione prima di compiere un acquisto
 - > La conoscenza del BNPL ed il suo utilizzo
 - > La propensione all'utilizzo del BNPL
 - > Quali sono le barriere principali all'utilizzo del BNPL?
- 03. — Il Buy Now Pay Later: la rapida adozione da parte dei consumatori** p.17
- > Gli acquisti tramite i pagamenti rateali
 - > Il Buy Better: acquisti a rate flessibili, durevoli e sostenibili
- 04. — Alma, un approccio BNPL responsabile** p.23
-



01.

Premessa

Questo studio è il primo del suo genere in Italia. L'indagine è stata realizzata tra il 6 e il 13 Marzo 2023 su un campione di 1011 utenti rappresentativo della popolazione italiana per sesso, età, e regione geografica.

Questa analisi è il risultato della collaborazione tra Alma e l'istituto Piepoli, un istituto di ricerca indipendente.

Prima di rivelare i risultati, presentiamo la metodologia utilizzata e il campione di riferimento consultato.



1.011

Interviste condotte
su un campione rappresentativo
della popolazione italiana.



Indagine svolta tramite due metodologie:

+ Cawi*

- Online

+ Cati**

- Telefonicamente

La società di ricerca partner: Istituto Piepoli

L'Istituto Piepoli ha più di 55 anni di esperienza nel settore della ricerca statistica. È da sempre pioniera delle ricerche di marketing e nei sondaggi di opinione pubblica.

Inoltre, ha progettato e diretto i primi monitoraggi di soddisfazione della clientela, utilizzando dispositivi di propria creazione e contribuendo alla crescita della qualità di servizi pubblici e privati.

Fin dai primi anni 2000, l'Istituto Piepoli ha incrementato la propria attività nel campo del marketing specializzandosi in ricerche in tempo reale e in sondaggi nazionali e internazionali, insieme ai sondaggi online.

L'indagine e i dati

L'indagine è stata svolta tramite 1.011 interviste condotte attraverso due metodologie:

+ Cawi*

Online, con il coinvolgimento di uno dei maggiori gruppi di consumatori italiani, costituito da oltre 3 milioni di persone

+ Cati**

Telefonicamente, tramite l'estrazione di un campione dagli elenchi telefonici, in parte su numeri fissi e in parte su numeri di cellulare

I dati sono stati trattati secondo il codice deontologico di Assirm ed Esomar, le principali associazioni di categoria italiane e internazionali del settore.

Ne risulta che i dati sono stati trattati in forma:

✓ Anonima

✓ Aggregata

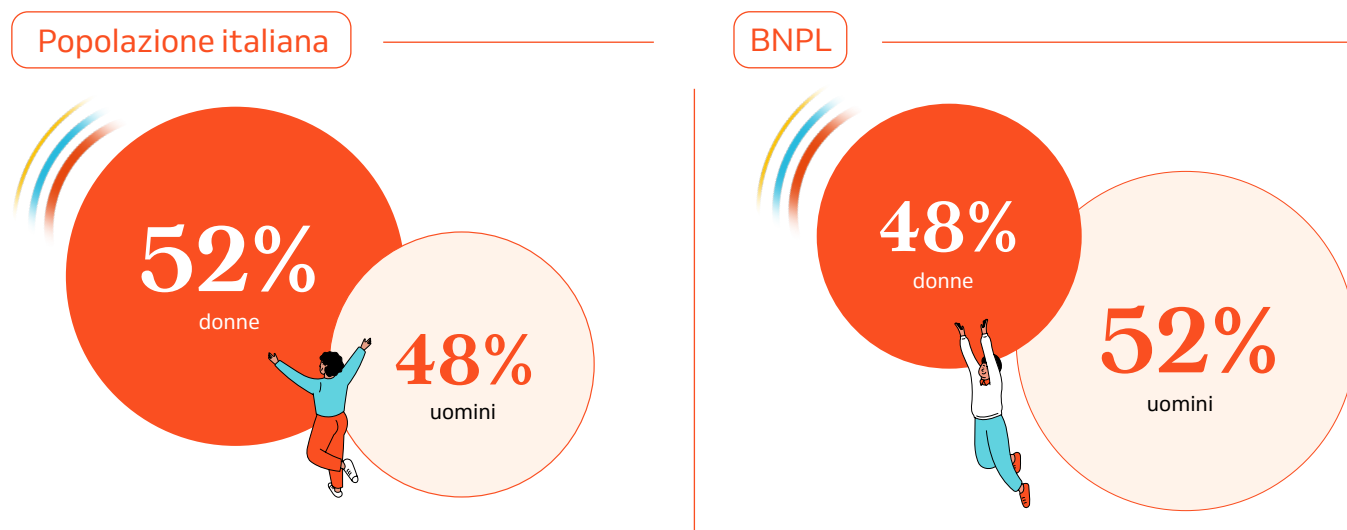
*Computer Assisted Web Interviewing

** Computer Assisted Telephone Interview

Distribuzione di Genere

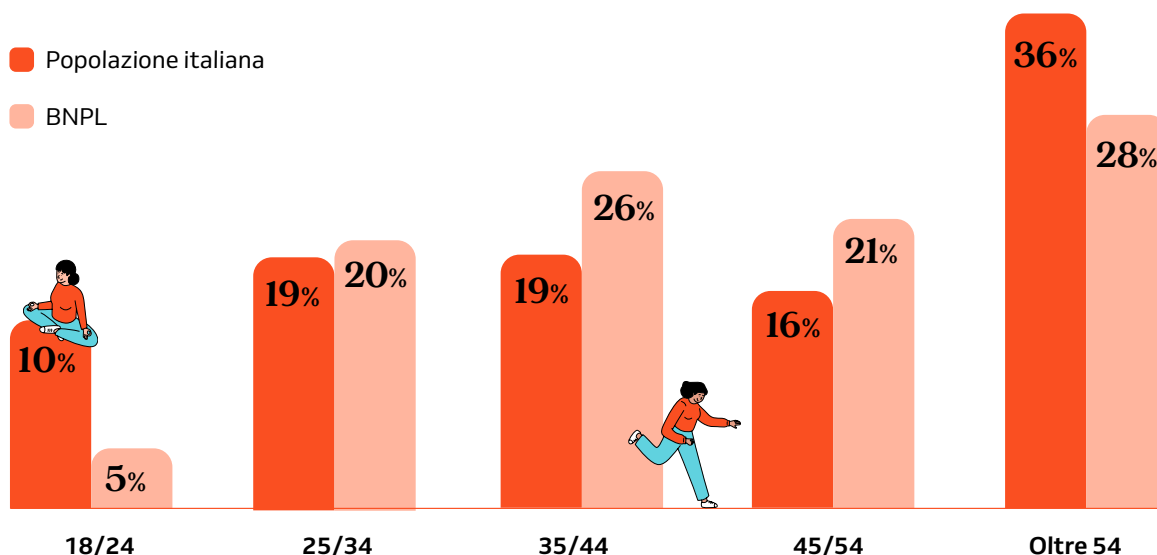
I dati raccolti per questo studio rappresentano un numero leggermente superiore di acquirenti donne rispetto agli uomini, proporzionalmente all'universo della popolazione italiana.

Osservando invece gli utilizzatori del BNPL, notiamo una leggera maggioranza e propensione alla rateizzazione **del genere maschile**.



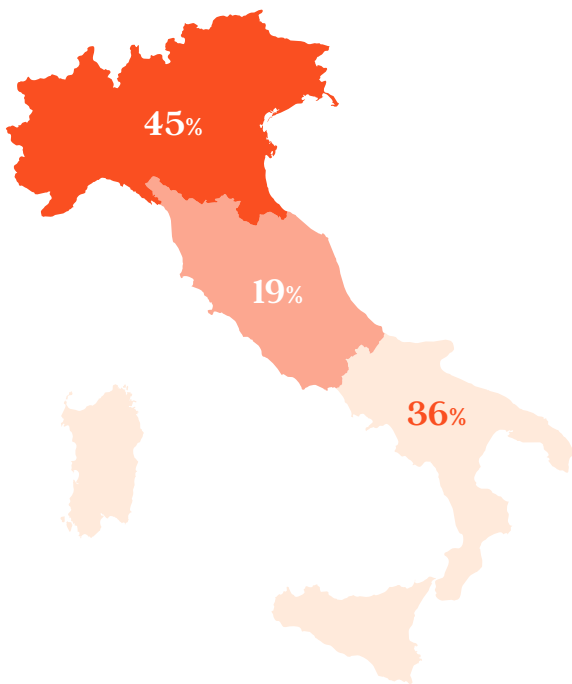
Distribuzione generazionale

La distribuzione generale per classi di età del campione selezionato è conforme a quella della popolazione di riferimento, ovvero agli italiani maggiorenni. Per quanto riguarda **gli utilizzatori del BNPL**, la maggior parte è rappresentata dai cosiddetti **millennials** (46,29%), ovvero i nati tra il 1980 e il 1994.

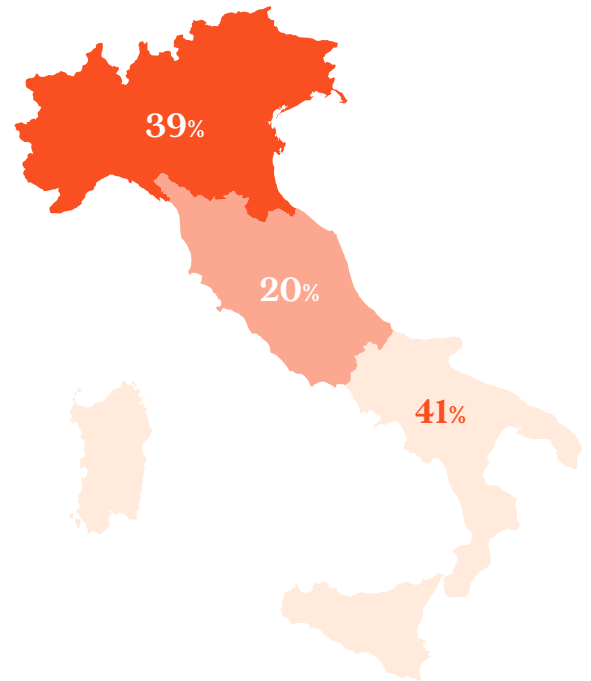


Distribuzione Geografica

Popolazione italiana



BNPL



02.

Gli italiani: le abitudini di acquisto e l'utilizzo dei pagamenti rateali

Per introdurre i risultati del nostro studio, presenteremo innanzitutto il contesto generale in cui si colloca il BNPL. Abitudini, propensioni e prospettive: scopriamo insieme le tendenze del mercato italiano.

Dove acquistano gli italiani

Secondo i dati raccolti, gli italiani tendono ancora a **preferire gli acquisti in negozi fisici** rispetto a quelli online.

100% in negozio



Più della metà in negozio



Ugualmente distribuiti tra negozio ed e-commerce



Più della metà online



+90% online



La pandemia, ovviamente, ha dato agli acquisti online una spinta significativa, che spiega, in parte, la forte crescita dell'e-commerce globale negli ultimi anni, che è passato dal 15% delle vendite totali nel 2019 a circa il 22% nel 2022.

Inoltre, secondo Morgan Stanley - la nota banca d'affari americana - **il mercato globale dell'e-commerce potrebbe ancora crescere fino a 5.4 miliardi di dollari entro il 2026.**



5,4 Md\$

Stima globale
del mercato e-commerce entro il 2026.



Gli italiani tendono ancora a preferire gli acquisti in negozi fisici.

A cosa si presta attenzione prima di effettuare un acquisto

La crisi del Covid-19 e la guerra in Ucraina hanno portato negli ultimi mesi ad **un significativo aumento dell'inflazione** (in Italia **+11,6% a dicembre 2022, dati ISTAT**) e hanno progressivamente minacciato la crescita delle economie occidentali.

Per arginare l'aumento dei prezzi, le banche centrali stanno perseguendo una politica di rialzo dei tassi di interesse che sta avendo un impatto su tutte le economie. Il rapporto deficit/PIL dell'Italia nel quarto trimestre del 2022, per esempio, è peggiorato di 0,7 punti percentuali (fonte: Il Sole 24Ore). Mentre le aziende stanno lottando per **preservare la loro redditività, anche le famiglie sono pesantemente colpite.**



+ 11,6%

Tasso di inflazione
in Italia a dicembre 2022.



*Mentre le aziende stanno lottando per **preservare la loro redditività, anche le famiglie sono pesantemente colpite.***



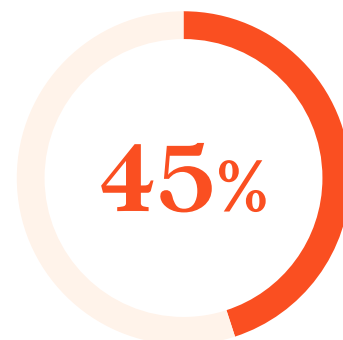
Questa crisi sta portando, quindi, gli individui a rivedere le proprie abitudini di consumo **per gestire il proprio budget**.

Non sorprende, infatti, che ad oggi il fattore principale nella scelta di un prodotto sia proprio il prezzo.

Interessante notare che, quasi a parità di percentuale, il secondo **fattore principale negli acquisti sia la qualità e la durevolezza dei prodotti (45%)**.

La consapevolezza dei **cambiamenti climatici e ambientali** è ormai preponderante nelle scelte d'acquisto dei consumatori di tutto il mondo.

I risultati della nostra ricerca ci dimostrano che **i consumatori italiani non sono disposti a scendere a compromessi in termini di sostenibilità**.

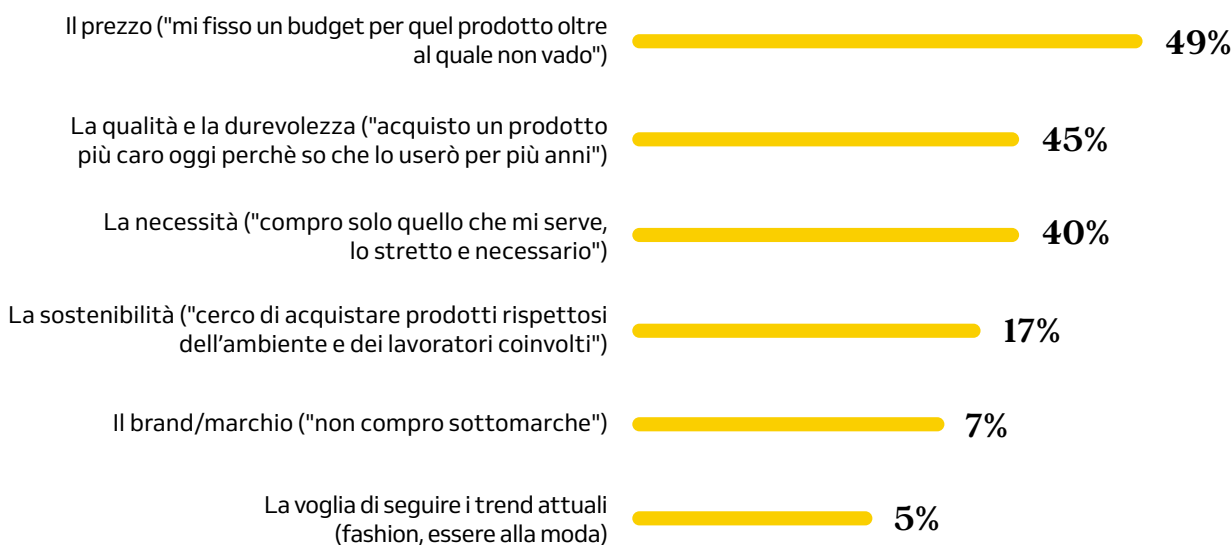


Degli italiani affermano che il secondo fattore principale negli acquisti sia **"la qualità e la durevolezza dei prodotti"**.



Quando deve effettuare un acquisto, principalmente quali sono gli aspetti a cui più attenzione?

Domanda a risposta multipla



La conoscenza del BNPL ed il suo utilizzo

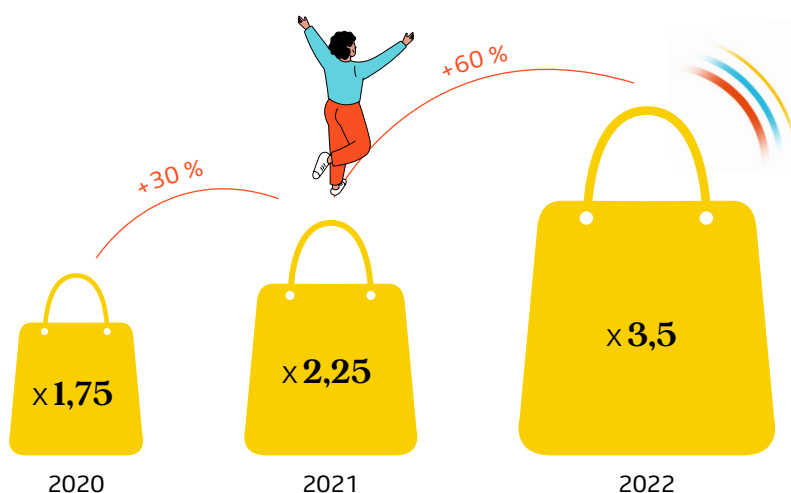
La nostra indagine ha dimostrato che **il 71% degli intervistati fosse già a conoscenza** del significato e, più in generale, delle soluzioni BNPL.

È utile notare che i pagamenti rateali stiano completamente rivoluzionando le abitudini di acquisto, motivo per cui **circa un italiano su tre ha già utilizzato questo metodo di pagamento per effettuare un acquisto in passato.**

Oltre alla crescita del numero di utenti, anche **la frequenza di utilizzo delle soluzioni BNPL** da parte dei consumatori è in forte aumento. Si stima, infatti, che **tra il 2020 ed il 2022 questa sia raddoppiata**, con un aumento importante specialmente nell'ultimo anno. Le soluzioni di pagamento rateali e flessibili stanno entrando a far parte delle abitudini di acquisto degli utenti, dimostrando che **il BNPL risponde ad un'esigenza reale dei consumatori.**

Nel 2022, **lo scontrino medio del valore rateizzato dagli italiani si attesta intorno ai 131 euro con un numero medio di 3 rate** (fonte: stime Osservatorio Innovative Payments 2023).

Frequenza d'acquisto media annuale per utilizzatore



La conoscenza del BNPL in Italia

✓ **71%**

✗ **29%**

L'utilizzo del BNPL in Italia

✓ **32,3%**

✗ **67,7%**



Nel 2022, lo scontrino medio del valore rateizzato dagli italiani si attesta intorno ai 131 euro con un numero medio di 3 rate

(fonte: stime Osservatorio Innovative Payments 2023).

È la categoria **“tecnologia”** la più popolare tra chi compra con metodi di pagamento rateali, seguita da elettrodomestici, **abbigliamento e calzature**.

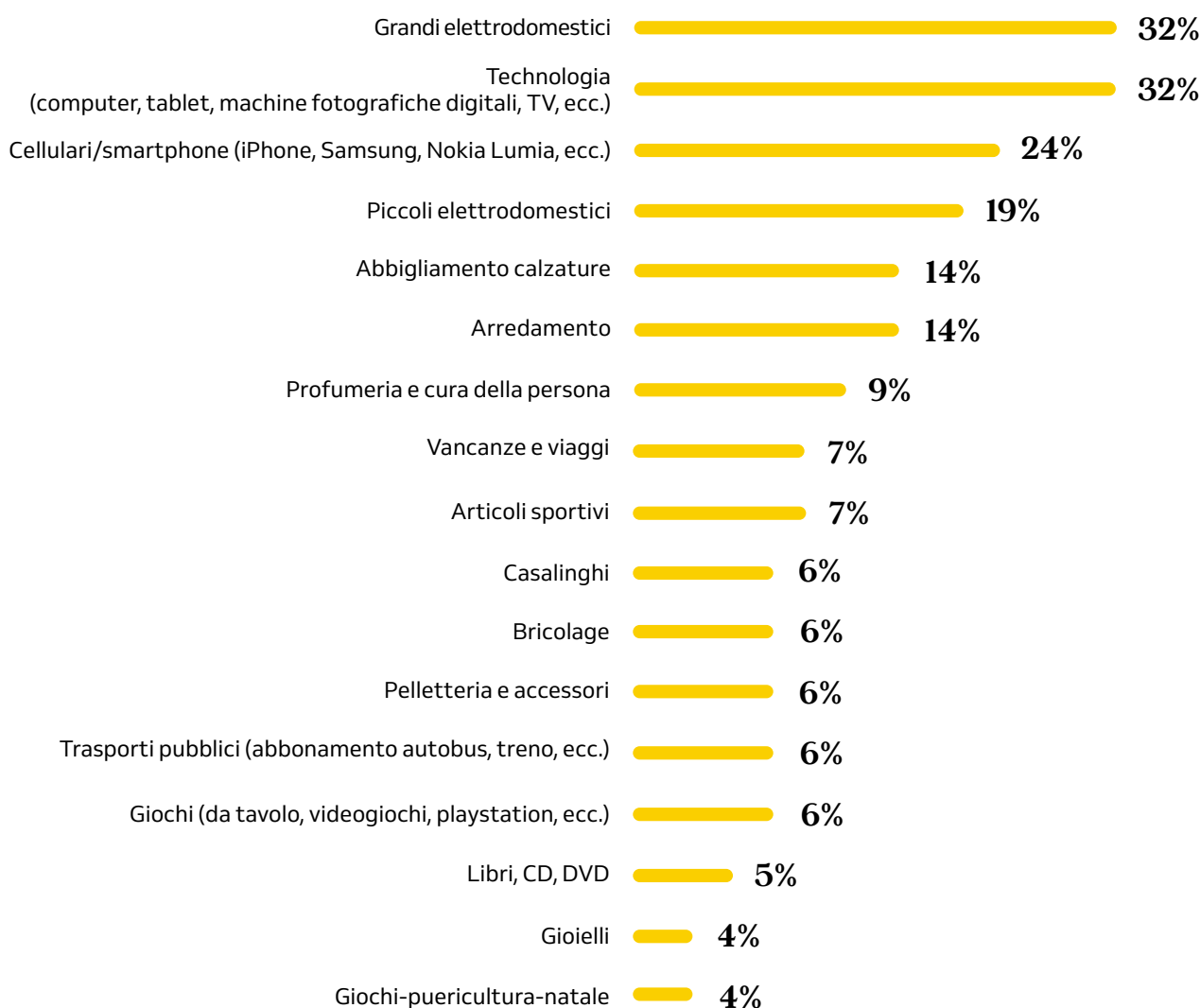
Sono queste, infatti, le categorie al centro delle preferenze di chi sceglie il BNPL, categorie caratterizzate da **prodotti con scontrini medi più alti**, dove **la qualità e la durevolezza assumono un ruolo fondamentale**.

I prodotti acquistati a rate



Per quale categoria di prodotti le è capitato di utilizzare questo metodo di pagamento a rate?

Base dati: coloro che hanno utilizzato il pagamento rateale



La propensione all'utilizzo del BNPL

Considerando che l'**85% degli utilizzatori del BNPL** affermano che questo nuovo strumento permette loro di **affrontare gli acquisti in modo più sereno**, non sorprende **la forte attitudine al riutilizzo di questa metodologia in futuro**.

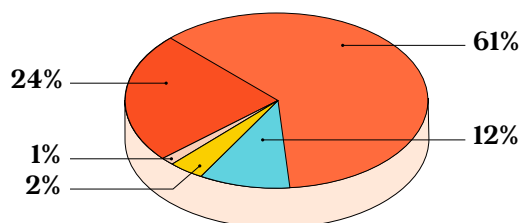
Questa è, ancora una volta, una conferma della validità dello strumento e del trend in forte crescita.

È rilevante soffermarsi anche su quella parte dei consumatori italiani che, pur conoscendo questa innovativa soluzione di pagamento, non ne ha mai fatto uso. Secondo le nostre indagini, va notato che **se il commerciante proponesse ai clienti di rateizzare i loro acquisti, ci sarebbe una propensione all'utilizzo dello strumento di circa il 41%** di coloro che, ad oggi, non lo utilizzano ancora. Risulta quindi evidente che, per il commerciante, offrire questo metodo di pagamento è quindi cruciale per aumentare le proprie vendite e rafforzare la fedeltà dei clienti.



In che misura questo metodo di pagamento a rate le permette di affrontare i suoi acquisti in modo più sereno?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla
- Senza opinione



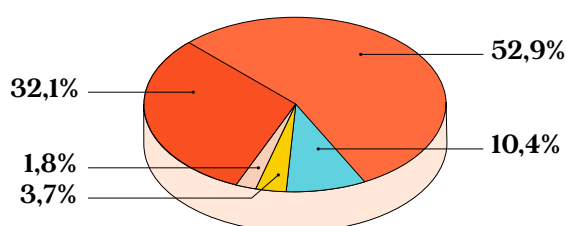
85%

Molto+abbastanza



Lei pensa che continuerà ad utilizzare in futuro questo metodo di pagamento a rate?

- Certamente sì
- Probabilmente sì
- Probabilmente no
- Certamente no
- Senza opinione



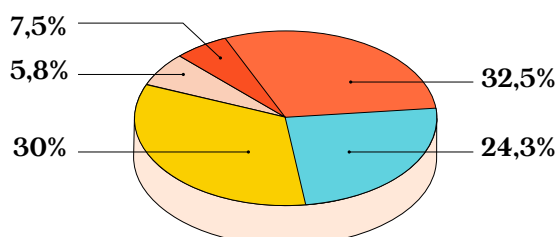
84%

Certamente sì
+probabilmente sì



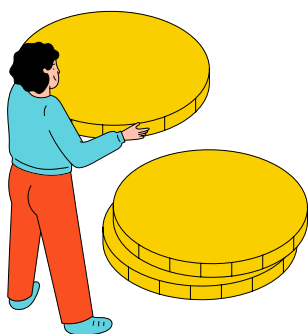
Se venisse informato durante l'acquisto (sia online che in un negozio fisico) della possibilità di questa soluzione innovativa di pagare a rate i prodotti selezionati e scelti, valuterebbe questa opzione di pagamento?

- Certamente sì
- Probabilmente sì
- Probabilmente no
- Certamente no
- Senza opinione



41%

Certamente sì
+probabilmente sì



Quali sono le barriere principali all'utilizzo del BNPL?

I consumatori che non si affidano ai pagamenti rateali, lo fanno per alcuni principali motivi, come evitare l'indebitamento (62%), sottrarsi dal pagamento di interessi sulle rate (37%), o dover fornire troppe garanzie (9%). Dati che trovano perfetto accordo con **l'approccio di Alma al BNPL**, costruito su due pilastri principali: la dilazione del pagamento con **la totale eliminazione degli interessi di mora** a carico del consumatore finale - scelta che permette un'erogazione del credito più cauta, che **privilegia profili solvibili** e, di conseguenza, **scoraggia l'indebitamento** eccessivo - e **il rispetto dei dati dell'utente**, che non vengono in nessun caso raccolti per scopi commerciali o di marketing.



Quali sono i motivi principali che la spingono a pagare i suoi acquisti in un'unica soluzione?
Domanda a risposta multipla





03.

Il Buy Now Pay Later: la rapida adozione da parte dei consumatori

Il BNPL sta rivoluzionando le abitudini di acquisto dei consumatori e trasformando il commercio.

L'obiettivo degli italiani non è comprare di più, ma meglio, ciascuno al proprio ritmo e secondo le proprie esigenze: in maniera più flessibile, con maggiore qualità e con materiali sostenibili e durevoli nel tempo.

Scopriamo ora le principali tendenze di adozione da parte dei consumatori in Italia.



Gli acquisti tramite i pagamenti rateali



Per i suoi acquisti, escludendo quelli di genere alimentari e prodotti di grandi importi (es. auto, moto, ecc..) in che proporzione li realizza tra negozi fisici ed e-commerce?

Base: Dichiarano di aver utilizzato il pagamento rateale

	% Total	Genere		Età					
		Uomo	Donna	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Oltre-64
100% in negozio	11%	10,1%	12%	5,9%	9%	8,5%	7,4%	16,7%	19,6%
Più della metà in negozio	31,5%	32,5%	30,4	35,3%	22,4%	29,3%	35,3%	45,2%	29,4%
Ugualmente distribuiti tra negozio ed e-commerce	37,6%	36,1%	39,2%	29,4%	55,2%	34,1%	39,7%	23,8%	31,4%
Più della metà online	14,7%	15,4%	13,9%	23,5%	7,5%	20,7%	16,2%	11,9%	11,8%
+90% online	5,2%	5,9%	4,4%	5,9%	6%	7,3%	1,5%	2,4%	7,8%

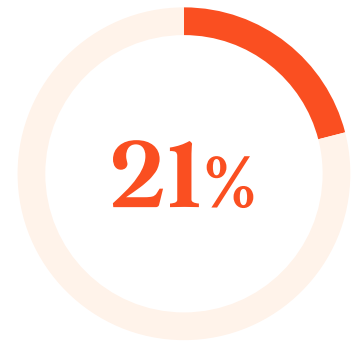
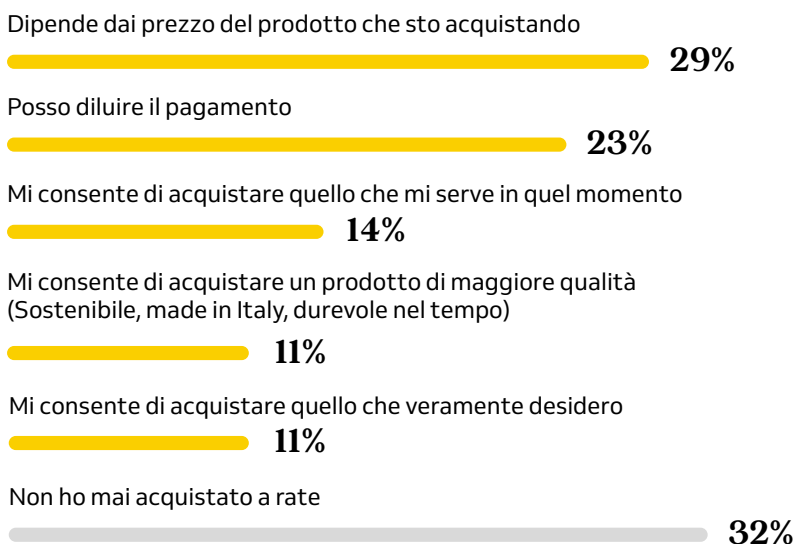
Il Buy Better: acquisti a rate flessibili, durevoli e sostenibili

Il prezzo di un prodotto è da sempre il motivo principale che spinge a pensare a nuovi metodi di pagamento. Ma l'aumento delle ricorrenza al BNPL può essere spiegato anche dalla **necessità di flessibilità e da una migliore gestione del budget** e degli acquisti non programmabili.

Sorprendente notare, però, come cambi la rilevanza della **qualità** per chi è abituato ad acquistare a rate. Infatti, guardando al caso specifico della risposta **“Mi consente di acquistare un prodotto di maggiore qualità”** (11%), la percentuale sale al **19% tra coloro che acquistano solo a rate e raddoppia al 21% tra coloro che acquistano a volte in un'unica soluzione e a volte a rate**. Sembra chiaro, quindi, che i pagamenti rateali vengano prescelti per acquisti che richiedono una maggiore attenzione al tipo di prodotto/servizio in termini di **sostenibilità, filiera produttiva e durevolezza**.



Quali sono i motivi che la spingono a pagare i suoi acquisti a rate ?



Il driver della «qualità» acquista sempre più rilevanza tra chi preferisce comprare a rate.



L'aumento delle ricorrenza al BNPL può essere spiegato anche **dalla necessità di flessibilità e da una migliore gestione del budget** e degli acquisti non programmabili.

Il pagamento rateale diventa quindi un alleato per gli acquisti degli italiani che, dopo averlo provato, lo descrivono con parole come **“affidabilità”, “sicurezza” e “aiuto nella gestione delle spese”**.

Non va trascurato il fatto che il BNPL viene anche considerato come una soluzione **“moderna” e “innovativa” che “semplifica la vita”**: per i commercianti questa dovrebbe essere la chiave di lettura per garantire ai clienti un’esperienza di equiparabile valore.



Le caratteristiche del pagamento a rate



Pesando a questi nuovi sistemi di pagamento a rate e in base anche alla sua esperienza di acquisto potrebbe dirmi quanto la loro offerta si adatta ai seguenti aggettivi?

■ Molto
 ■ Abbastanza
 ■ Poco+Per nulla
 ■ Senza opinione

	Molto	Abbastanza	Poco+Per nulla	Senza opinione	Molto + Abbastanza
Affidabile	35%	55%	9%	2%	90%
Sicura	39%	51%	9%	2%	89%
E' un aiuto nella gestione delle spese	41%	46%	12%	1%	87%
Moderna	38%	49%	13%	1%	86%
Innovativa	35%	49%	15%	1%	84%
Semplifica la vita	34%	49%	16%	1%	83%



+ 36%

Consumatori che acquistano con più qualità grazie al BNPL (25-34 anni).

I pagamenti rateali, ad oggi, non sono più limitati solo a importi elevati. Infatti, il BNPL offre **una flessibilità e una comodità** che i consumatori apprezzano nella **gestione del loro budget** per acquisti quotidiani. Risulta evidente che **l'obiettivo degli italiani non è comprare di più, ma meglio**, ciascuno al proprio ritmo e secondo le proprie esigenze.

Inoltre, sempre più persone cercano di **migliorare il loro potere d'acquisto attraverso il pagamento rateale**, e come già detto, circa un italiano su tre predilige il metodo BNPL per effettuare le proprie spese. Questo metodo di pagamento, come già detto, non sembra avere un impatto positivo solo sulla gestione delle finanze - **il 24% degli intervistati sostiene che i loro acquisti siano migliorati dal punto di vista economico** - ma anche sull'aumento della **qualità dei prodotti consumati** (percentuale che **sale dal 24% al 36% nella fascia di età 25-34 anni**).

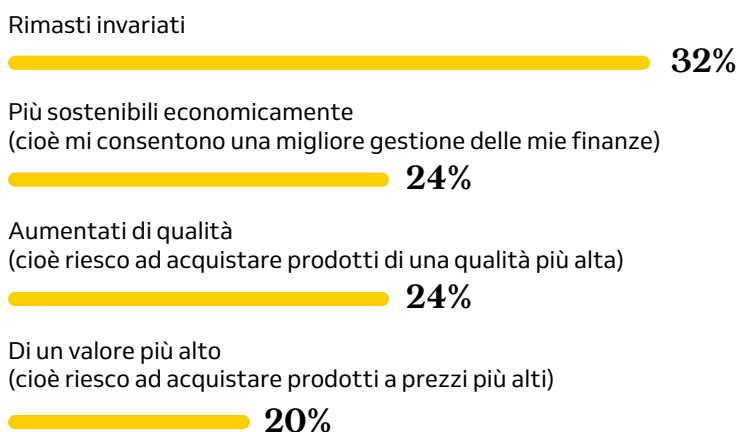
In un'epoca in cui l'acquisto di prodotti sostenibili è sempre più importante, il metodo BNPL sembra essere un'opzione **interessante per chi desidera migliorare la qualità degli acquisti e rendere il proprio stile di vita più sostenibile**.

Gli acquisti a rate



Con l'introduzione di questi nuovi metodi di pagamenti a rate i suoi acquisti sono...

Base dati: coloro che hanno utilizzato il pagamento rateale



Secondo una ricerca condotta da Deloitte, azienda inglese che offre servizi di consulenza e revisione, la maggior parte dei consumatori italiani, ovvero il **63%**, si preoccupa **della sostenibilità dei prodotti** che acquista; inoltre, il **65%** degli intervistati afferma di aver cambiato i propri comportamenti d'acquisto per **ridurre l'impatto ambientale**. Questi dati suggeriscono che **i consumatori italiani stanno diventando sempre più consapevoli della necessità di fare acquisti sostenibili e stanno agendo di conseguenza**.

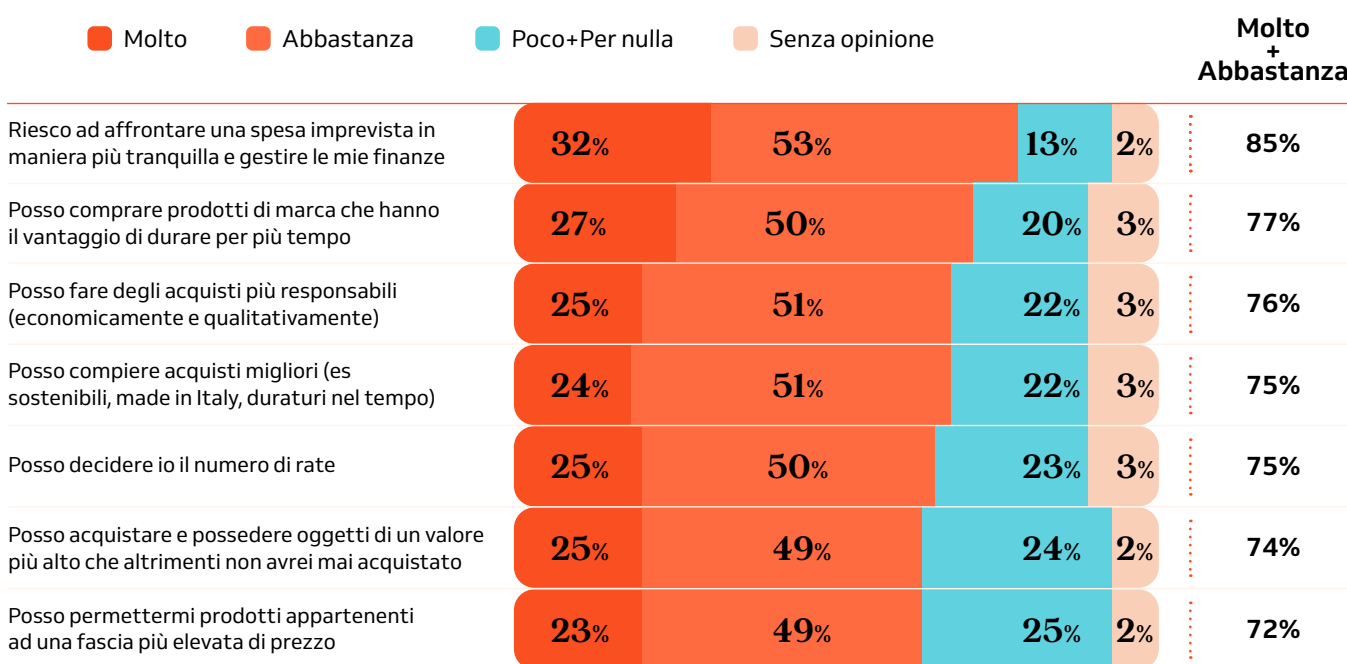
Anche la nostra ricerca evidenzia questo atteggiamento da parte dei consumatori. Infatti, il 77% degli intervistati afferma che grazie al BNPL è possibile acquistare prodotti **più durevoli nel tempo**, mentre il 76% è in grado di compiere acquisti **più responsabili dal punto di vista etico e sostenibile**. Inoltre, il 75% dei consumatori riesce ad effettuare acquisti più sostenibili a livello di filiera produttiva e materiali. Questi dati dimostrano come **il BNPL non solo favorisca il potere d'acquisto dei consumatori**, ma possa contribuire anche **ad una maggiore sostenibilità degli acquisti**.

Livello di accordo su alcune affermazioni



Per ognuna di queste affermazioni dovrebbe dirmi quanto è d'accordo se molto, abbastanza, poco o per nulla... Con i sistemi di pagamento a rate.

Base dati: coloro che hanno utilizzato il pagamento rateale



Alma, un approccio BNPL responsabile



- + Dal 2018 Alma sostiene una visione del commercio come **leva del progresso**. La nostra ragion d'essere è rendere il commercio più efficiente, consentendo **ai clienti di consumare meglio** pagando al proprio ritmo e comprando con maggiore qualità, **ai commercianti di vendere meglio** offrendo loro maggiore fiducia e controllo. Lo facciamo fornendo una soluzione trasparente e con prestazioni ineguagliabili.
- + Siamo a favore di un **BNPL responsabile**, che lotta attivamente contro il sovraindebitamento e non incoraggia il consumo eccessivo. Per questo motivo non vogliamo finanziare i cosiddetti acquisti quotidiani, come la spesa o la consegna dei pasti. Riteniamo che questi acquisti essenziali non debbano richiedere finanziamenti e, pertanto, non vogliamo incoraggiarli.
- + Per **dare ai nostri clienti un maggiore controllo sulle loro spese**, offriamo loro la possibilità di dilazionare gli addebiti, se necessario, in modo completamente digitale, intuitivo e gratuito. Inoltre, siamo l'unica azienda che non ha mai applicato alcuna penale per i ritardi di pagamento, perché crediamo che aggiungere spese peggiori la situazione di un cliente già in difficoltà.
- + Infine, **rispettiamo rigorosamente la proprietà dei dati dei clienti** dei più di 12.000 commercianti che già si affidano a noi in tutta Europa. Non chiediamo ai consumatori di creare un account quando pagano con Alma e non utilizziamo i loro dati a fini commerciali. I clienti dei nostri commercianti partner restano loro clienti.

Alma offre una soluzione di pagamento semplice, responsabile e sicura per i commercianti e i loro clienti.

Alma

I vostri clienti pagano al loro ritmo,
le vostre vendite accelerano.



+20%
aumento del fatturato



90%
Tasso di accettazione*



100%
pagamenti garantiti

Soluzione intuitiva ed efficiente

Le nostre soluzioni di pagamento 2, 3 e 4 rate sono al 100% digitali. Consentono un aumento medio del 20% del fatturato, con un tasso di accettazione dei pagamenti del 90%*.

Facile da installare online e in negozio

Qualunque sia la vostra attività, le nostre soluzioni sono rapide da integrare e molto semplici da configurare. Il pagamento richiede meno di un minuto ed è 100% garantito per i commercianti.

Un'offerta flessibile e trasparente

Per una maggiore libertà, le nostre offerte sono senza impegno e senza costi fissi per il commerciante. Per i consumatori non ci sono penali per eventuali ritardi di pagamento.

Unisciti ai **+12.000** brand
che già si fidano di noi!

oviadurini

urban fitness
POWERED BY

milleocchiali
GRUPPO FOLLETTO 1948

Miroglio Group

Sto Gran Tour

FREE OPTIK



LUCKY MUSIC NETWORK

KitchenAid

CAMOMILLA
italia

BARRY'S

algam
EKO



TrustScore 4.7 | 8.534 recensioni

Scopri la nostra offerta

Alma

almapay.com