



BORGOGNA
GENERATION FUTURE

Generation Future

Scalapay, raccoglie 155 milioni di dollari di equity funding nella tornata di investimenti Series A



Generation Future è la «casa» dell'innovazione, della digitalizzazione, dello IoT, quali motori del progresso economico e sociale. Energia pulita, connettività, salute, logistica, mobilità, sono il centro di questi cambiamenti. Vogliamo essere player, business angel delle start-up e delle imprese che vorranno affrontare il domani con successo. Generation Future ha l'ambizione di rendere possibile il futuro.



BORGOGNA
GENERATION FUTURE

La sigla *Bnpl* sta diventando sempre più nota tra i consumatori italiani. Il suo significato è infatti *Buy now pay later*, ossia la possibilità di acquistare beni frazionando il pagamento in più rate, attraverso l'utilizzo della propria carta di credito. In questo modo si superano le lungaggini legate alle eventuali pratiche di finanziamento, consentendo ai consumatori di aumentare la propria capacità di spesa. Il fenomeno in Italia è in fase embrionale, ma i numeri raccontano che sempre più italiani, utilizzano questa forma di dilazione di pagamento, che invece all'estero è abbastanza diffusa ormai da diversi anni.

Prescindendo dalle opportune considerazioni che vanno fatte sul tema della dilazione dei pagamenti e dei relativi rischi di non riuscire più a sostenere il debito, da parte di consumatori avventati, il fenomeno ha degli aspetti molto interessanti che stanno favorendo una diffusione veloce nell'utilizzo di questa modalità di pagamento.

L'attenzione al *Bnpl* non è soltanto dei consumatori, tutt'altro. I primi ad essere *attori protagonisti* di questo nuovo *consumer movie*, sono i commercianti che beneficiano di una serie di opportunità che analizzeremo insieme.

In questo contesto, l'italiana Scalapay, si sta ritagliando sempre più un ruolo da protagonista.



BORGOGNA
GENERATION FUTURE

Il più importante player in Europa è sicuramente la fintech svedese Klarna, valutata oltre 45,6 miliardi di dollari, che conta 90 milioni di utenti attivi e 2 milioni di transazioni al giorno tramite i circa 250mila retailer con cui sono stati siglati accordi (tra i più importanti H&M, Sephora, Macy's, Ikea, Expedia, Samsung e Ralph Lauren).

Ma anche in Italia, non siamo rimasti fermi e oltre Scalapay, di cui scriveremo a breve, nel settore del turismo c'è Holipay, fintech specializzata nel settore dell'ospitalità fondata da Mattia Casadio, che ha creato un sistema automatico di incasso di rate anticipate e garantite per le prenotazioni alberghiere. Anche Holipay si promuove come un servizio a "zero costi fissi" per l'albergatore, favorendo il cliente finale eliminando totalmente le lungaggini burocratiche e i costi di istruttoria. L'acquisto è immediato e si può pagare in 5 o 10 rate senza alcuna maggiorazione di prezzo.

I competitor da battere sembrano essere per queste fintech, le carte di credito, in particolare nel settore delle vacanze e viaggi leisure, dell'abbigliamento e dell'elettronica e la guerra la combattono offrendo pagamenti a rate, zero fee e transazioni immediate senza necessità di contratti.



BORGOGNA
GENERATION FUTURE

In questa arena, come anticipavamo, si inserisce Scalapay che ha reso noto di aver raccolto 155 milioni di dollari di equity funding nell'ambito della tornata di investimenti Series A ad una valutazione di 700 milioni di dollari. Il round è stato capitanato dal venture capital newyorkese Tiger Global, che tra l'altro ha seguito recentemente, insieme a SoftBank l'ultimo round di Revolut. All'operazione hanno partecipato anche Baleen Capital e Woodson Capital che si sono aggregate a Fasanara Capital e Ithaca Investments.

Scalapay, nata nel 2019 su iniziativa di Simone Mancini e Johnny Mitrevskiai quali si sono successivamente aggregati, Raffaele Terrone, Daniele Tessari e Mirco Mattevi completando così il founding team. Dal lancio Scalapay, dopo aver lanciato la sua offerta in Italia, si è espansa in Francia, Finlandia, Austria, Olanda, Germania, Spagna, Portogallo, Belgio. In due anni sono stati raccolti complessivamente 203 milioni di dollari, il team è raddoppiato e all'inizio dell'anno contava oltre 150 persone.

Scalapay si sta imponendo sempre di più nel fashion system, diventando anche sponsor ufficiale della Milano Fashion Week, la settimana della moda milanese, per il periodo 2021-2023. Nel loro portfolio ormai sono presenti brand come Alberta Ferretti, Moschino, Philosophy, Msgm, Luisa Spagnoli e numerosi retailer multi-brand.



BORGOGNA
GENERATION FUTURE

In una recente intervista, Johnny Mitrevski, co-fondatore e Cto di Scalapay ha dichiarato: *“Nell’ultimo anno abbiamo assistito a una forte domanda di moda di lusso, molti clienti più giovani usano Scalapay per regalarsi una borsa Prada o le scarpe Valentino che adorano e che sognano da tempo. Poterlo fare in modo responsabile dal punto di vista finanziario, pagando nel tempo, aumenta il piacere dell’acquisto. Solitamente constatiamo un 30-50% delle transazioni dei nostri partner della moda di lusso effettuate con Scalapay, l’adozione da parte dei clienti è stata davvero galvanizzante”.*

Scalapay ha avuto un fortissimo impatto su oltre 3.000 brand partner, la piattaforma è ormai uno dei metodi di pagamento più utilizzati in Europa meridionale. Tra l’altro, su Trustpilot è la prima soluzione di pagamento per quanto riguarda la customer satisfaction. Scalapay, come i suoi competitor, facilita i consumatori nell’ottenere subito ciò che desiderano, favorendo la scelta e la spesa nell’immediato, grazie alla possibilità di poter suddividere il totale in tre importi mensili. Le aziende in questo modo ampliano la platea di clienti, con una spesa media che aumenta del 48% e delle conversioni al checkout che crescono dell’11%. Inoltre, Scalapay genera oltre un milione di visite al mese per i siti partner.