

## Il Buy Now Pay Later nelle agenzie Bluvacanze e Vivere&Viaggiare con Scalapay

*Pagamenti in 3 rate senza interessi né commissioni per i clienti da ogni touchpoint: fisici e digitali. Compra Ora e Paga Dopo, mai trend è stato più puntuale*

**Milano, 29 Settembre 2023**

Da settembre, le agenzie di viaggi del Gruppo Bluvacanze associate con i marchi Bluvacanze e Vivere&Viaggiare offrono a tutti i loro clienti il metodo di pagamento *Buy Now Pay Later* (Bnpl) con Scalapay.

Formula di rapida diffusione in Europa, quella del Bnpl permette di dilazionare il saldo della vacanza in 3 rate e fino a un massimo di 3mila euro senza interessi né commissioni a coloro che scelgono un negozio di viaggi della rete di proprietà di MSC Cruises e a chi possiede l'APP *Blu&cluB*, lanciata nella scorsa primavera. Inoltre, offre ai *retailer* la non banale opportunità di incrementare il valore dello "scontrino" grazie ad un'azione di *upselling*.

Il Buy Now Pay Later è la risposta a una precisa esigenza di nuovi target di viaggiatori nonché di innovazione della distribuzione turistica che il Gruppo Bluvacanze prospetta, avendo attuato una dirompente innovazione dei processi:

- di analisi di gestione sul punto vendita grazie a strumenti di *business intelligence* all'avanguardia e formazione continua sugli agenti di viaggi;
- di comunicazione e marketing in concomitanza con il lancio dell'APP *Blu&cluB*: oggi gli esclusivi prodotti di vacanza vengono diffusi attraverso una molteplicità di canali online e offline all'unisono. Infatti, alimentano *Bluvacanze.it* e raggiungono i *Blu&cluB members* attraverso l'applicazione digitale così come coloro che seguono i profili social media di Bluvacanze e Vivere&Viaggiare grazie alle campagne di *digital advertising*. Inoltre, vengono comunicati attraverso le informazioni dei *digital signage* (i monitor presenti in agenzia);
- di veicolazione della domanda *in store*: i viaggiatori che rispondono a una sollecitazione digitale vengono distribuiti sull'intera rete agenziale (300 negozi) che grazie al rinnovato strumento di

CRM è in grado di stabilire subito un contatto e procedere a un più esaustivo feedback per finalizzare la vendita;

- di pagamento: oltre a Scalapay appena introdotto, l'agenzia di viaggi può già accettare pagamenti con bonifico bancario digitale, anche dai clienti dell'APP Blu&cluB, in perfetto allineamento automatico contabile e amministrativo;
- infine, di erogazione del servizio in quanto il Gruppo sta realizzando un'esperienza di acquisto che definisce un nuovo *brand positioning* incentrato su professionalità, ampiezza di offerta, convenienza e qualità.

«L'evoluzione omnicanale del Gruppo Bluvacanze, come descritta in tutti i suoi aspetti, ci sta svelando una community di utenti interessantissima seppure sia appena cominciata e ancora siamo molto lontani da valori significativi per un'analisi critica – commenta **Marco Orlandi**, Chief Digital Consumer Experience Officer -. Dobbiamo certamente attuare un *fine tuning* perché l'ingranaggio si muova fluidamente e vada a raggiungere l'obiettivo di una vendita redditizia. Certamente l'opzione di acquisto dilazionato a rate contribuirà ad ampliare la base di acquirenti».

Secondo alcune ricerche, in Italia il Buy Now Pay Later ammonta a 2,3 miliardi di euro nel 2022. Un dato in notevole impennata dai 700 milioni di euro dell'anno precedente. Rispetto ai 48 miliardi delle transazioni e-commerce rappresenta il 4% pari a 17,1 milioni di transazioni, uno scontrino di 135 euro e un numero medio di rate di 3.

«Il nostro percorso ci ha visto pionieri del Buy Now, Pay Later dedicato alla Travel Industry, la collaborazione con un grande player come il Gruppo Bluvacanze di MSC Cruises rafforza la nostra posizione di leadership, offrendoci nuove opportunità di miglioramento e personalizzazione – argomenta **Matteo Cicalè**, Partnerships Director Travel di Scalapay -. Milioni di consumatori ci danno fiducia per rendere migliore la realizzazione dei loro sogni, da oggi anche attraverso un'esperienza digitale in centinaia di agenzie viaggio in tutta Italia».

Grazie alle sue transazioni, Scalapay analizza migliaia di brand con l'obiettivo di massimizzare la crescita dell'e-commerce e le ragioni che portano alla fidelizzazione dei clienti.

Contatti Stampa:

**Paola Baldacci**

**Corporate Communication Manager**

Ufficio Stampa Bluvacanze

Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze

T. 02-881261 - mobile 335 7303450

[paola.baldacci@bluvacanze.it](mailto:paola.baldacci@bluvacanze.it)

[ufficiostampa@bluvacanze.it](mailto:ufficiostampa@bluvacanze.it)

## Gruppo Bluvacanze

Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse *legal entities*: Bluvacanze dedicata alla distribuzione turistica, Going al Tour Operating e Cisalpina Tours al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event). In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet. Il tour operator Going è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali GOING4You che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, Going Resort per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, Going4Cruises per le estensioni di soggiorno abbinata in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, Going2Italy per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target luxury. Cisalpina Tours, infine, è la TMC del gruppo (travel management company) che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di live communication che si chiama Out of the Blu. Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia, in Brasile e a Cipro con un programma di ulteriori 7 aperture entro il 2023.