**Adyen Index Digital Report: in Italia il 39% dei consumatori pensa di premere il tasto “unsubscribe”**

* I consumatori italiani sono registrati in media a 2 servizi di abbonamento, pagando €13,28 per ciascuno.
* Gli abbonamenti per film e servizi TV sono i più diffusi (68%), seguiti da quelli relativi ai servizi prioritari (63%)
* Sebbene i consumatori cerchino di risparmiare, il 66% delle aziende dichiara di investire nei propri servizi in abbonamento, con il 48% che intende applicare il modello a nuove linee di prodotti e servizi.

***Milano, 23 ottobre 2024*** - La nuova ricerca pubblicata oggi da Adyen, piattaforma tecnologico finanziaria scelta da molte aziende leader a livello mondiale, rivela che il 39% dei consumatori italiani ha già disdetto, o sta pianificando di cancellare, l'abbonamento a servizi e prodotti per i quali ha impostato pagamenti ricorrenti nei prossimi 12 mesi.

I dati pubblicati nel primo Global Digital Report di Adyen confermano che i consumatori continuano a risentire dell'elevato costo della vita. Inoltre, sottolineano il bisogno delle aziende di offrire servizi personalizzati affinché gli abbonamenti continuino a costituire una spesa mensile fondamentale.

I consumatori italiani sono registrati in media a 2 servizi di abbonamento, spendendo €13,28 per ciascuno al mese. La maggior parte (74%) risulta iscritta ad un abbonamento. Tuttavia, la ricerca di Adyen mostra quali sono gli abbonamenti digitali che le persone hanno deciso o stanno pensando di disdire: film/TV (19%), musica (15%), servizi prioritari (15%), food delivery (14%), abbonamenti a palestre (14%) e abbonamenti settimanali a negozi di alimentari (12%)**.\***

Tuttavia, nonostante il report dimostri che i consumatori italiani desiderano risparmiare annullando il proprio abbonamento, la maggior parte (66%) delle aziende ha dichiarato che investirà in modelli di acquisto ripetuto nel corso del prossimo anno. Quasi la metà (48%) ha affermato di voler ampliare la propria offerta includendo nuove linee di prodotti o servizi, dimostrando l’importanza del flusso di entrate derivante dagli abbonamenti.

*“Per favorire la client retention e cogliere nuove opportunità investendo in un modello di abbonamento, le aziende digitali devono ripensare i pagamenti in un’ottica strategica, quale elemento fondamentale per garantire la soddisfazione dei clienti e incrementare le conversioni e i ricavi. Gli acquisti ripetuti presuppongono, infatti, la creazione di una relazione di lungo periodo, in cui i consumatori si aspettano la massima praticità e personalizzazione in ogni fase*”, afferma **Gabriele Bellezze**, **Country Manager** di **Adyen Italia**.

*“Dal momento in cui i clienti scelgono di abbonarsi fino all’esecuzione del pagamento nei tempi previsti, ogni step deve essere semplice e senza interruzioni*”, aggiunge **Bellezze**. “*Occorre, quindi, ottimizzare anche il processo di pagamento, offrendo non solo i metodi di pagamento locali più diffusi, ma assicurando anche un’autenticazione fluida e sicura e una riduzione del numero di transazioni rifiutate”*.

**Come gestire al meglio gli abbonamenti**

Il report di Adyen ha rilevato la richiesta dei consumatori di fruire di servizi di abbonamento più efficienti in tre aree principali:

**1. Esperienza personalizzata**

Sebbene il 42% dei consumatori italiani apprezzi la comodità offerta dalle aziende online, la personalizzazione è ormai d'obbligo. Un abbonamento è un investimento e un impegno, quindi ci si aspetta dei riconoscimenti. Infatti, il 19% ha dichiarato di apprezzare la possibilità di ricevere offerte su misura e il 12% rimarrebbe fedele a un'azienda online se l'esperienza fosse personalizzata per loro.

**2. Rafforzamento della fidelizzazione**

Con così tante imprese online, può essere difficile differenziarsi. In Italia, il 41% dei consumatori ha affermato che la possibilità di ricevere sconti personalizzati li renderebbe più fedeli a un brand online, seguito dalla facilità di cancellazione e rimborso e da un ottimo servizio clienti, indicati rispettivamente dal 33% e dal 32% degli intervistati.

**3. Opzioni di pagamento diverse**

Mentre le opzioni di pagamento più diffuse in Italia sono la carta prepagata (42%) e la carta di credito (38%), il 21% dei consumatori desidera pagare con un portafoglio digitale come Apple Pay o Google Wallet. Quasi un quarto (24%) dei consumatori sarebbe maggiormente fidelizzato a un brand in grado di garantire un processo di pagamento semplice.

**FINE**

**Note**

\*La percentuale di intervistati che ha deciso o sta considerando di disdire determinati abbonamenti si riferisce a coloro che possiedono tali abbonamenti nel 2024. Le seguenti percentuali di intervistati in Italia hanno dichiarato di possedere abbonamenti per: film/TV (68%), servizi prioritari (63%), musica (34%), abbonamenti a palestre (31%), food delivery (26%), abbonamenti settimanali a negozi di alimentari (20%). Ad esempio, del 68% delle persone che hanno sottoscritto un abbonamento a film/TV, il 19% dichiara di aver deciso o di star pensando di disdire l'abbonamento.

**Informazioni sulla ricerca**

**L’indagine sui consumatori**

* 34.371 consumatori di età superiore ai 18 anni in Australia, Hong Kong, India, Giappone, Malesia, Singapore, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Paesi Bassi, Norvegia, Polonia, Svezia, Emirati Arabi Uniti, Regno Unito, Brasile, Messico, Canada e Stati Uniti.
* 2000 adulti intervistati in Italia.
* Sondaggio condotto tra il 3 giugno e il 19 giugno 2024.

**L’indagine sulle aziende digitali**

* 8.822 aziende digitali in Australia, Hong Kong, Cina, Giappone, Malesia, Singapore, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Paesi Bassi, Norvegia, Polonia, Svezia, Emirati Arabi Uniti, Regno Unito, Brasile, Messico, Canada e Stati Uniti. Gli intervistati erano senior leader di aziende con una visione approfondita dei ricavi e della strategia aziendale.
* 400 merchant intervistati in Italia.
* Sondaggio condotto tra il 31 maggio 2024 e il 19 giugno 2024.

**A proposito di Adyen**

Adyen (AMS: ADYEN) è la piattaforma tecnologica finanziaria scelta da molte delle aziende leader a livello mondiale che fornisce una moderna infrastruttura di pagamento end-to-end, approfondimenti data-driven e prodotti finanziari in un'unica soluzione integrata per aiutare le aziende a raggiungere le loro ambizioni, più velocemente. Con uffici in tutto il mondo, Adyen collabora con aziende come Brunello Cucinelli, Venchi, QC Terme, H&M, eBay, Microsoft.

**Contatti**

Ufficio stampa TEAM LEWIS

Alessandro Zambetti, Tommaso Orsenigo, Deborah Amato

AdyenItaly@teamlewis.com Tel. 02 36531375 Cel. +39 3389241387