mangopay

# Marketplace: a San Valentino tra gli italiani cresce il second-hand

*Lo conferma un'analisi condotta su scala europea da Mangopay che ha esaminato gli acquisti sui marketplace specializzati in moda e accessori di seconda mano.*

**Milano, 13 febbraio 2024** - Nel 2023, in Italia, gli shopper online sui marketplace specializzati in moda e accessori di seconda mano hanno registrato un **incremento del 5% nella spesa durante la prima metà di febbraio** rispetto alla seconda metà del mese. Tuttavia, tale aumento è risultato inferiore rispetto all'anno precedente, quando si era osservato un incremento del 6,4% nella prima metà del mese rispetto alla seconda. Questi dati emergono dall'analisi condotta da Mangopay, fornitore di infrastrutture di pagamento modulari e flessibili per marketplace e piattaforme.

Nel complesso, nel 2023, la spesa dei consumatori su queste piattaforme, considerando Italia, Francia, Germania, Spagna e Regno Unito, ha registrato un **aumento del 35% rispetto al 2022 durante la prima metà di febbraio**. L'anno precedente, nel medesimo periodo, si era registrato un aumento del 24% rispetto al 2021.

**David Patin** di Mangopay ha dichiarato: *"Sembrerebbe che i consumatori siano sempre più inclini a scegliere regali di seconda mano per i propri cari, manifestando una crescente soddisfazione. I marketplace specializzati nel second-hand offrono una combinazione di vantaggi economici, ambientali e sociali che riflettono perfettamente i valori e le preferenze dei moderni shopper italiani. E chi potrebbe mai dire che questa scelta non possa anche essere romantica?"*.

Interessanti sono anche i dati di Mangopay registrati in altri paesi europei. Nel 2023, il maggior aumento è stato riscontrato tra gli acquirenti **francesi**, i quali hanno incrementato la propria spesa del 9,4% nei giorni antecedenti e compreso quello di San Valentino, rispetto ai giorni successivi al 14 febbraio. Nel 2022, tale percentuale era del 7,4%, mentre nel 2021 si attestava all'8,7%. Negli ultimi tre anni, l'aumento medio è stato dell'8,52%.

Subito dopo troviamo gli **spagnoli**, che hanno aumentato la spesa del 8,2% nella prima metà di febbraio rispetto a dopo San Valentino. Negli ultimi tre anni, l'aumento medio è stato dell'8%. Il dato registrato dai **tedeschi** è stato meno forte: lo scorso anno hanno incrementato la spesa del 5,3% nella prima metà di febbraio rispetto alla seconda, in confronto al 3,5% del 2022.

Il Regno Unito si distingue per una tendenza opposta: in ciascuno degli ultimi tre anni, la spesa è stata maggiore nella seconda metà di febbraio. Nel 2023, **gli acquirenti britannici hanno aumentato la spesa del 12% dopo San Valentino** rispetto alla prima metà del mese. Nel 2022, l'aumento è stato del 14,2% nella seconda metà del mese, mentre nel 2021 ha registrato un picco del 37%. Questo fenomeno potrebbe non indicare una minore inclinazione al romanticismo, ma piuttosto una preferenza per l'acquisto di nuovi regali di San Valentino, con conseguente rapida messa sul mercato dei doni indesiderati.

*FINE*

**Mangopay**

Mangopay abilita la platform economy con la sua infrastruttura di pagamento modulare. Nata nel 2013, Mangopay ha supportato oltre 2.500 piattaforme e marketplace. Basata sulla sua soluzione di e-wallet programmabile, l'infrastruttura end-to-end di Mangopay copre le esigenze di pagamento delle piattaforme, dal pay-in al payout, per molteplici modelli di business e flussi di lavoro delle piattaforme. Nel marzo 2023, Mangopay è stata nominata *"Best Platform and Marketplace Provider"* ai Merchant Payments Ecosystem (MPE) Awards per la sua capacità di fornire i migliori servizi di pagamento ai marketplace e alle piattaforme e nell'ottobre 2023 è stata nominata da FXC Intelligence come una delle più promettenti società di pagamenti transfrontalieri.

www.mangopay.com

**Per informazioni**
UTOPIA - Comunicazione e media relations in Italia per Mangopay
Massimiliano Mellone - Giulia Cadoni
m.mellone@utopialab.it - g.cadoni@utopialab.it
Tel. +39 345 6745686 – +39 331 761 0752