**Comunicato Stampa**

STUDIO VISA: OLTRE LA METÀ DEI CONSUMATORI TEME FRODI QUANDO VIAGGIA ALL’ESTERO

* Quasi un consumatore su sei (15%) è stato vittima di frodi durante un viaggio all’estero.
* Il 58% teme di venire truffato quando fa spese all’estero. Autonoleggio (33%) e alloggio (33%) risultano i settori più sensibili per i viaggiatori.
* Lo scorso anno, le soluzioni e la capacità di Visa hanno bloccato 40 miliardi di dollari di transazioni fraudolente, a livello globale, prima che potessero avere conseguenze sui consumatori.

**Milano, 24luglio 2024** – Una nuova ricerca Visa, tra i leader mondiali nel settore dei pagamenti digitali e Official Payment Technology Partner dei Giochi Olimpici e Paralimpici di Parigi 2024, rivela l’impatto che le frodi hanno sulle spese fatte dai consumatori all’estero nell’estate in cui si svolgeranno grandi eventi sportivi in Europa.

Il 35% degli italiani si recherà all’estero quest’estate e più della metà (58%) degli intervistati da Visa in Italia dichiara di provare “FOLO[[1]](#footnote-2)”, ossia paura di essere vittima dei truffatori quando effettua pagamenti in un altro Paese.

* I consumatori si sentono più vulnerabili nell’effettuare pagamenti online rispetto a quelli in negozio quando si trovano in un Paese straniero (32%, rispetto al 24% nel proprio Paese).
* L’autonoleggio (33%) e l’alloggio (33%) sono le voci per cui i viaggiatori si sentono più esposti quando pagano all’estero.
* Le spese di cambio (39%), i costi nascosti (36%) e il furto di identità (32%) sono stati indicati come le maggiori preoccupazioni dagli italiani.
* Gli intervistati sono più preoccupati di imbattersi in frodi quando effettuano pagamenti con importo pari o superiore a 900 euro.

Proprio a causa delle preoccupazioni legate alle frodi, i consumatori stanno modificando i loro comportamenti di pagamento: Visa ha rilevato che l’utilizzo di un’applicazione di pagamento mobile (25%) e l’evitare alcuni tipi di rivenditori (26%) sono precauzioni comuni adottate dai turisti.

Nonostante questi accorgimenti, è stato vittima di frode il 15% delle persone intervistate, di cui il 39% mentre era in viaggio all’estero.

Sempre secondo lo studio, le generazioni più giovani sono quelle più a rischio: il 53% degli under 35 dichiara di sentirsi sicuro quando spende all’estero (contro il 48% degli over 35), tuttavia il 22% degli under 35 è stato vittima di frodi rispetto al 14% degli over 35.

**Paul Fabara, Chief Risk and Client Services Officer di Visa, ha dichiarato**: “*Con l’arrivo del picco stagionale del turismo, aumentano anche i tentativi di frode nei pagamenti, a danno dei viaggiatori di tutto il mondo. Truffatori sempre più esperti prendono di mira i consumatori lontani da casa: Visa si impegna a fermarli sul nascere e a garantire che ogni transazione sulla nostra rete sia davvero il modo migliore e più sicuro di pagare ed essere pagati*”.

**Natalie Kelly, Chief Risk Officer, Visa Europe, ha commentato:** *“Sicurezza, praticità e fiducia sono gli elementi più importanti quando si tratta di effettuare pagamenti in un altro Paese. Dal momento che un elevato numero di persone viaggerà all’estero quest’estate, stiamo lavorando 24 ore su 24 per garantire che la nostra rete e la nostra tecnologia di pagamento prevengano e proteggano dalle frodi, fornendo ai consumatori soluzioni di pagamento più sicure possibili, che si tratti di una grande o di una piccola azienda, all’estero o nel proprio Paese*”.

Visa ha investito oltre 10 miliardi di dollari in tecnologia, anche allo scopo di ridurre le frodi e migliorare la sicurezza della propria rete, e lo scorso anno le sue soluzioni e capacità hanno bloccato 40 miliardi di dollari di transazioni fraudolente, a livello globale, prima che potessero avere conseguenze sui consumatori. Grazie a questi sforzi, gli episodi di frode si verificano in meno dello 0,1% delle transazioni, una percentuale tra le più basse di tutte le modalità di pagamento.

Negli ultimi 10 anni, Visa ha emesso più di 10 miliardi di token, una tecnologia che si integra in qualsiasi dispositivo, rendendo i pagamenti digitali più sicuri e al tempo stesso virtualmente inaccessibili ai truffatori. Attualmente, oltre il 40% di tutte le transazioni elaborate da Visa in Europa utilizza i token, a testimonianza della loro ampia adozione e della fiducia che i consumatori ripongono in questo metodo di pagamento.

**Visa**

Visa (NYSE: V) è tra i leader mondiali nei pagamenti digitali e facilita transazioni tra consumatori, esercenti, istituzioni finanziarie e governi in più di 200 Paesi e territori. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso la rete di pagamenti più innovativa, conveniente, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Crediamo infatti che le economie capaci di includere tutti ovunque possano far crescere tutti ovunque e riteniamo l’accessibilità fondamentale nella movimentazione del denaro del futuro.

Per maggiori informazioni, visita <https://www.visaitalia.com/>, oltre che il [blog Visa Italia](https://www.visaitalia.com/visa-everywhere/blog.html).

**La ricerca:**

Tra il 28 maggio e il 10 giugno 2024, Visa ha commissionato una ricerca a 2.000 intervistati nel Regno Unito, 1.000 in Italia e 1.000 in Spagna di età superiore ai 18 anni per capire la consapevolezza, la comprensione e la percezione delle frodi durante i principali eventi sportivi.

**Disclaimer:**

I casi di studio, le statistiche, le ricerche e le raccomandazioni sono forniti “COSÌ COME SONO” e sono intesi esclusivamente a scopo informativo e non devono essere utilizzati come consigli operativi, di marketing, legali, tecnici, fiscali, finanziari o di altro tipo. Visa Inc. non fornisce alcuna garanzia o dichiarazione in merito alla completezza o all’accuratezza delle informazioni contenute nel presente documento, né si assume alcuna responsabilità che possa derivare dall’affidamento a tali informazioni. Le informazioni contenute nel presente documento non sono da intendersi come consulenza legale e i lettori sono invitati a rivolgersi a un professionista legale competente qualora tale consulenza sia necessaria.

1. Fear of losing out [↑](#footnote-ref-2)