Skyscanner: nel 2015 crescita a doppia cifra grazie a mobile e mercati asiatici

Skyscanner ha annunciato i risultati finanziari del 2015 che hanno visto il popolare metasearch raggiungere i ricavi record di £120 milioni (circa 165,6 milioni di euro), in crescita del 28% rispetto all'anno precedente.
Il fatturato è cresciuto del 34% mentre l'EBITDA normalizzato prima degli adeguamenti legali è stato di £22 milioni (circa 30 milioni di euro), in crescita del 5% rispetto al 2014.
"Il 2015 è stato un altro anno importante per Skyscanner e ha mostrato un solido progresso nella nostra strategia di espansione al di fuori del nostro mercato domestico, nel mobile e al di là del mercato dei voli - ha commentato **Gareth Williams**, CEO di Skyscanner – Il focus nella prima metà dell'anno è stato investire sul nostro prodotto e questo ha generato uno slancio per il business nel secondo semestre. Abbiamo anche osservato un'eccellente crescita nel numero di viaggiatori in tutto il mondo che pianificano i propri viaggi su Skyscanner, specialmente su mobile e nelle importanti regioni dell'Asia-Pacifico e delle Americhe. La copertura globale di Skyscanner, la nostra relazione diretta con partner e viaggiatori e la tecnologia proprietaria che sostiene il nostro successo spiegano la nostra solida performance nel 2015".
Un anno in cui l'azienda ha anche aperto due nuovi poli ingegneristici e Londra e di
Sofia impegnandosi in oltre 280 nuove assunzioni che hanno portato il team al numero di 770 persone nel mondo.
Skyscanner ci ha anche fornito una serie di statistiche relative al suo business che risultano molto interessanti per analizzare i trend del settore turistico:

Mobile

I visitatori di Skyscanner nel 2015 sono cresciuti del 48% rispetto all'anno precedente, raggiungendo la cifra record di 50 milioni di visitatori mensili. I visitatori da mobile sono cresciuti del 60% e ora rappresentano il 59% dei visitatori totali, con un incremento di 7 punti percentuali in soli dodici mesi. Sempre più spesso, i viaggiatori si collegano alla piattaforma Skyscanner da mobile, non solo per pianificare, ma anche per prenotare i propri viaggi: **le prenotazioni da web mobile sono cresciute del 24% anno su anno,** e comprendono il 42% di tutte le conversioni. Le app di Skyscanner, inoltre,

sono state scaricate complessivamente oltre 40 milioni di volte.

Asia e Cina

La regione dell'Asia-Pacifico ha continuato a mostrare una forte crescita, registrando un aumento dei visitatori del 48% nel 2015 e del 62% anno su anno se si guarda ai soli visitatori da mobile. Questo risultato include il Giappone, il terzo più grande mercato dei viaggi al mondo in cui Skyscanner e Yahoo! JAPAN hanno istituito una nuova joint venture, **Skyscanner Japan**, nel mese di luglio.
In Cina, un mercato su cui Skyscanner si è focalizzato sin dall'acquisizione di **Youbibi** nel 2014, i visitatori sono cresciuti del 67% e i visitatori da mobile sono quasi raddoppiati.

Business travel

Oltre al mercato dei voli, **Skyscanner for Business** - l'area dell'azienda dedicata al B2B - ha visto raddoppiare i propri ricavi. E gli investimenti stanno continuando se pensiamo che a inizio 2016 ha lanciato TravelPro.
Nel corso dell'anno scorso, inoltre, Skyscanner for Business ha lanciato il proprio prodotto white label per l'**autonoleggio** e ha incrementato del 71% i propri ricavi nel 2015.

Innovazioni

Skyscanner ha inoltre segnato alcune novità assolute del settore nel 2015, tra cui uno strumento di ricerca vocale di intelligenza artificiale per Alexa di Amazon e il primo biglietto venduto utilizzando le nuove funzionalità di **NDC** (New Distribution Capability) con British Airways. La società ha anche introdotto un servizio di prenotazione agevolata con una serie di partner, tra cui Air Canada.