AirPlus International chiude un ottimo 2015. Italia tra i top four markets

Si è chiuso in positivo il 2015 di **AirPlus International**, società specializzata nella fornitura di soluzioni innovative per il pagamento, la rendicontazione e l'analisi delle spese aziendali. Nell'ultimo esercizio, il volume totale transato attraverso le proprie soluzioni di pagamento è stato pari a 13,8 miliardi di euro con un incremento dell'8,7% rispetto ai 12,7 miliardi del 2014. I ricavi sono a loro volta aumentati del 2,8% totalizzando 329 milioni di euro. Nel 2015 la società ha registrato un EBIT pari a 51,7 milioni di euro, ovvero l'11,7% in più rispetto ai 46,3 milioni dell'anno precedente.

"AirPlus ha registrato ottime performance pur operando all'interno di un mercato difficile", ha dichiarato **Patrick W. Diemer,** Chairman del Management Board. "La richiesta di soluzioni di pagamento per i viaggi d'affari continua il suo trend di crescita, tanto che nel 2015 abbiamo acquisito oltre 3.000 nuovi clienti a livello globale: il triplo rispetto all'anno scorso. **Germania, Francia e Italia** sono stati i mercati in cui AirPlus ha registrato i ricavi più elevati, insieme alla Cina che è diventata il quarto mercato per dimensioni.

In termini di percentuali di crescita, la Cina continua a occupare la prima posizione per il quinto anno consecutivo seguita da Messico, Australia e Regno Unito. Questi risultati confermano la strategia di successo adottata dall'azienda nello sviluppo sui nuovi mercati: nel 2015 il volume di AirPlus generato dai Paesi al di fuori della Germania è cresciuto del 15%. Nei prossimi anni continueremo a concentrarci sullo sviluppo a livello internazionale focalizzandoci principalmente sulla regione dell'Asia-Pacifico. In quell'area contiamo di quadruplicare i nostri ricavi entro il 2020", ha affermato Diemer.

Tra le performance migliori, c'è quella dell'Italia: nel nostro paese AirPlus ha messo a segno una crescita a due cifre per il sesto anno consecutivo: nel 2015 il volume del transato con le soluzioni di pagamento AirPlus è cresciuto del 12,1%. Il dato positivo è in parte dovuto sia ai nuovi volumi generati dall'ingresso nel settore procurement con soluzioni per la gestione degli acquisti aziendali sia dallo sviluppo delle integrazioni con i partner della filiera del travel e del business travel. Il primo trimestre del 2016 conferma il trend di crescita con un +15% sul volume del transato rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. "I risultati positivi registrati in Italia sono il frutto di un solido modello di business che si caratterizza per un portafoglio bilanciato tra tutti i segmenti di clienti – aziende large e extra-

large, SME, agenzie di viaggi, TMC - afferma **Diane Laschet**, Amministratore Delegato di AirPlus Italia-. La crescita è stata organica, e in linea con il ritmo dinamico di AirPlus International, grazie anche alla strategia multi business con l'ingresso nel mercato degli acquisti aziendali, che ha come obiettivo di aiutare le aziende a ottimizzare il proprio capitale circolante e la gestione amministrativa".
Il mercato delle soluzioni di pagamento si trova attualmente in piena evoluzione: nuove tecnologie e nuovi operatori rendono sempre più competitivo il settore in cui AirPlus opera. "I viaggiatori richiedono oggi sistemi di prenotazione e pagamento sempre più comodi e immediati, mentre le aziende necessitano di sicurezza dei dati delle transazioni e di trasparenza nei processi di acquisto. AirPlus sviluppa tecnologia e soluzioni che migliorano l'esperienza dei propri clienti sotto tutti questi aspetti, permettendo di integrare in modo efficace i pagamenti all'interno dei loro processi. Per questo nel futuro di AirPlus vi è l'intenzione di collaborare, in qualità di partner esperto, con nuovi provider nel settore dei pagamenti" aggiunge **Diemer**.
E proprio App, pagamenti mobile e virtuali sono saranno i trend che più influenzeranno i viaggi d'affari per i prossimi 12 mesi. In base all'**AirPlus Travel Management Study,** l'indagine che il gruppo conduce in 24 paesi, Italia inclusa, su un campione rappresentativo di circa 1.000 travel manager, mobile e virtual payment stanno guadagnando un riconoscimento sempre più ampio: circa 3/5 dei travel manager (61%) affermano che hanno già prodotto effetti nel settore dei viaggi d'affari, contro l'11% che non ne comprende le potenzialità. Sono il 88% coloro che nel nostro Paese sostengono l'importanza dei pagamenti virtuali, posizionando l'Italia trend setter di questo segmento. La percentuale diminuisce rispetto ai dati globali se si considera il settore dei pagamenti mobile, in cui il 54% dei rispondenti italiani ne recepisce l'importanza dell'uso. Per quanto concerne le business app, il 68% degli intervistati a livello mondiale le ritiene strumenti necessari a fornire utili servizi di viaggio ai propri dipendenti, gestendo in tempo reale i dati. In Italia la percentuale di chi ne riconosce il trend è del 59%.