

Cresce anche in Italia l'uso delle carte virtuali tra i business travel

notizia pubblicata **21 Giugno 2019** alle ore **10:50** nella categoria **Turismo**



Cresce esponenzialmente l'uso delle carte virtuali per il pagamento dei viaggi d'affari, mentre rimane comunque forte quello delle carte corporate di plastica, o 'walking' per i viaggiatori. In soli 4 anni il numero globale delle aziende che fa affidamento alle carte virtuali per saldare i costi dei soggiorni in hotel dei propri dipendenti è quadruplicato, passando dall'8% del 2015 al 31% (quasi un'azienda su tre) del 2019. In testa alla classifica c'è l'Australia, dove il 46% delle aziende fa uso di questo tipo di pagamento, seguita però a poca distanza dall'Italia, che registra un 44%, mentre sono gli svizzeri a ricorrere, per ora, al minor uso delle carte virtuali (una azienda su dieci). La carta virtuale è, da un lato, pratica e veloce da utilizzare, dall'altro, essa permette di tracciare tutti i movimenti effettuati, semplificando così sensibilmente il lavoro amministrativo e di rendicontazione. Essa è, inoltre, uno strumento sicuro, perché gestito centralmente dall'azienda, che può definire un massimale, la tipologia di hotel o merchant da pagare, oltre che il periodo di validità e il numero di transazioni. L'importante incremento nell'uso delle carte virtuali è da attribuirsi anche alla congenialità di questo strumento per i dipendenti aziendali che viaggiano più sporadicamente. La ricerca AirPlus ha evidenziato che solamente un intervistato su 10, infatti, effettua più di dieci viaggi all'anno, mentre il 25% fa da quattro a sei viaggi nei dodici mesi e oltre la metà (il 51%) viaggia da una a tre volte all'anno. Per quest'ultima tipologia di viaggiatori d'affari le aziende raramente sono propense a destinare una corporate card, ma trovano nella carta virtuale uno strumento ideale – monouso, facile da

usare e controllare, flessibile, trasparente e sicuro.

La ricerca AirPlus fornisce anche alcuni interessanti insight su queste tematiche. In generale le carte virtuali insieme alle corporate card per i viaggiatori sono considerate una modalità vincente per i viaggi d'affari dall'83% dei travel manager intervistati. Per quanto riguarda l'utilizzo delle carte aziendali per i viaggiatori, si rileva come esse siano una soluzione generalmente apprezzata dal 74% dei travel manager intervistati. La Scandinavia registra qui la percentuale più alta, con l'88% di preferenze (gli intervistati potevano scegliere più di un'opzione), mentre l'Italia, con il 79% delle preferenze, si attesta comunque sopra la media globale. Se si guarda alle modalità generali di pagamento dei viaggi d'affari si evince tuttavia come, accanto alle carte di credito, continuino ad essere largamente utilizzate anche altre procedure: il 72% delle aziende chiede a chi viaggia per loro conto di coprire personalmente e anticipare i costi di viaggio, per poi saldare la somma a fronte di una nota spese. Questa modalità è differente a seconda degli stati, ma è comunque utilizzata dalla maggior parte di tutti gli intervistati in tutti i mercati presi in considerazione: gli Stati Uniti sono il paese che, con il 50%, ricorre di meno a questo sistema, mentre la Svizzera, con l'88%, registra la preferenza più alta per questa scelta, e l'Italia si attesta al 63%. Anche gli anticipi di contante da parte dell'azienda sono ancora un'opzione per quasi la metà (49%,) delle aziende che hanno risposto alla ricerca (in Italia è il 52%).

L'ultimo dato riguarda, infine, la prenotazione dei soggiorni hotel. Essi vengono prenotati per il 52% degli intervistati direttamente dall'azienda, e per il 7% via canali di prenotazione quali i self booking tool – per l'Italia questi dati sono rispettivamente del 49% e del 3%. Il restante 41% dei soggiorni hotel, invece, viene prenotato dal viaggiatore o attraverso OTA (online travel agencies) o direttamente presso l'hotel (in Italia è il 48%). Questa modalità di prenotazione è, tuttavia, "invisibile" per l'azienda, ossi sfugge al suo controllo e unita alla mancanza di un sistema di pagamento corporate rende ancora più difficile il rispetto della travel policy e la riconciliazione delle spese. <http://www.airplus.com>