

Mobilità, partnership MarinoBus e HiPay per i pagamenti online



MarinoBus, il marchio italiano del trasporto passeggeri su gomma, e **HiPay**, Gruppo Fintech specializzato in pagamenti omnicanali siglano una **partnership** che consentirà ai viaggiatori dei bus “con il picchio” di **acquistare i biglietti** con specifici **metodi di pagamento** dedicati al mercato europeo, tra cui **Visa, Mastercard, MyBank e Sofort**, fruibili sia **attraverso l’app** sia all’interno dello **store online**.

“Nell’ultimo decennio **la nostra strategia ha puntato sull’innovazione tecnologica** sia per **garantire un’alta qualità di viaggio** sia per **offrire una**

customer experience ottimale sin dalla fase d’acquisto in termini di semplicità e sicurezza – spiega **Gerardo Marino**, Amministratore Unico di MarinoBus -.

Offriamo ai nostri clienti la possibilità di prenotare e acquistare i biglietti non solo attraverso il sito Marinobus.it ma anche tramite la nostra app, con **differenti soluzioni di pagamento che vanno incontro alle molteplici esigenze dei clienti**. È un’offerta ampia e articolata che oggi assume ancora più valore grazie alle soluzioni di un esperto internazionale come HiPay. Tanto che ne abbiamo esteso l’integrazione anche al gestionale Albatross, realizzato da SI.TRA.P spin off dell’area IT della MarinoBus, che viene utilizzato dai principali player del settore delle linee a lunga percorrenza”.

“Siamo lieti di poter accompagnare un gruppo italiano come MarinoBus in questo percorso verso la digitalizzazione – commenta **Paola Treçarichi**, Senior Head di HiPay Italia - **Affiancare un marchio italiano che supporta lo sviluppo del proprio territorio, ponendo al centro la piena soddisfazione del cliente con alti standard di efficienza e affidabilità, è un orgoglio per noi**. In questo contesto l’utilizzo della tecnologia rappresenta un aspetto fondamentale per la crescita del nostro Paese e di tutto il comparto Travel. Grazie all’integrazione con la nostra piattaforma di pagamenti digitali, **MarinoBus offrirà ai propri viaggiatori non solo la sicurezza nelle transazioni, ma anche una customer journey in fase d’acquisto intuitiva e rapida, indipendentemente dal dispositivo utilizzato per l’acquisto del biglietto**”.