

Congiuntura. I dati di **Uvet** American Express e di Hrg fotografano il momento difficile del settore

Brusco stop ai viaggi d'affari

A ottobre il valore delle trasferte business è diminuito dell'11,6%

Rosalba Reggio

Crollano i viaggi d'affari delle imprese nel mese di ottobre. Dopo un 2010 in recupero e un 2011 che ha confermato il trend fino a settembre, i principali operatori del settore denunciano, per la fine dell'anno, un secco peggioramento del business.

Come rilevato dall'osservatorio Business Travel 2011 di **Uvet** American Express, l'andamento complessivo delle spese di viaggio, in Italia, registra un crollo dell'11,6% e i dati ancora parziali di novembre - seppur decisamente più lievi - confermano il trend di flessione.

«Dal nostro osservatorio privilegiato - spiega Luca Patané, presidente del Gruppo **Uvet**, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 1,65 miliardi di euro - abbiamo spesso conferma di come i viaggi d'affari siano un interessante termometro della situazione economica. Se i primi 9 mesi del 2011 sono stati positivi, ottobre è stato negativo e abbiamo registrato un decremento a doppia cifra rispetto allo stesso mese dell'anno scorso».

Flessioni confermate dalla travel management company Hrg, che - attraverso l'elaborazione dei dati delle principali 15 aziende clienti - registra nel mese di ottobre (su ottobre 2010) un calo del 16% dei volumi, del 15% delle transazioni totali, del 17% delle transazioni voli nazionali, del 22% delle transazioni voli internazionali, del 4% delle transazioni treni.

Meno pesante il bilancio di Hrg sul periodo gennaio-ottobre 2011 sullo stesso periodo 2010: volumi -1,2%, transazioni totali -1,8%, transazioni voli nazionali -4%, transazioni voli internazionali +5%, transazioni treni +5%.

«A seguito di rigorose politi-

che di contenimento dei costi messe in atto dalle aziende negli ultimi tre anni - spiega Claudio Miglio, amministratore delegato di Hrg Italia - il settore dei viaggi d'affari sta attraversando una fase di assestamento che ha portato a una rigorosa politica di controllo e contenimento dei costi di trasferta attraverso l'analisi di dati sempre più sofisticati, a un più attento esame delle prenotazioni alberghiere, sulla scia di quanto avviene per i viaggi aerei e a un maggiore controllo della gestione di meeting aziendali».

Analizzando il trend dei vettori emergono situazioni diverse. Nel caso di Alitalia da metà settembre si è registrata una brusca frenata, in media del

CAMBIO DI ABITUDINI

Le imprese rivedono le proprie politiche di costo limitando gli spostamenti o puntando a maggiori risparmi sui costi

10%, nel traffico aereo a causa del rallentamento del business travel delle grandi imprese. Una flessione che si è appesantita nel mese di ottobre, e che potrà arrivare, tra novembre e dicembre, a punte del 30/50. «Il vero cambiamento - spiega Marco Sansavini, direttore vendite di Alitalia si è registrato sulle abitudini di acquisto con lo spostamento su biglietti a prezzi competitivi». Se, in sostanza, il biglietto business era solitamente "open", quindi aperto alla possibilità di modificare giorno e ora di prenotazione, oggi, sempre più spesso si scelgono formule più convenienti ma con più vincoli. Un passaggio che emerge dai dati di ottobre, dove, se il totale delle prenota-

zioni ha registrato un incremento rispetto allo stesso mese del 2010, si è registrata una flessione del 17 per cento della componente più pregiata, cioè delle tariffe più costose, a beneficio di quelle più economiche. Anche le imprese, dunque, - come le famiglie - modificano le proprie abitudini di acquisto, privilegiando la convenienza alla flessibilità e pianificando con maggiore cautela i viaggi d'affari. «Una modifica di abitudini - aggiunge Sansavini - ormai strutturale. Proprio per questo dal 2009 Alitalia ha cercato di accompagnare le imprese attraverso offerte mirate: per le grandi aziende contratti congiunti e integrati con i partner Klm, Delta, Air France per offrire grande offerta e alti livelli di servizio; per le Pmi offerte legate alla fedeltà, sul modello mille miglia, dove l'impresa guadagna crediti ad ogni viaggio di lavoro, oppure un sistema di carnet da 6 o 12 biglietti». Soluzioni che - dichiara Alitalia - hanno già avuto una buona risposta dal mercato.

Diverso il caso delle Ferrovie dello Stato. Grazie all'alta velocità - dove si concentra la maggior parte del business travel - il movimento non ha subito rallentamenti. Al contrario, fanno sapere dalle Ferrovie, se tre anni fa ci si spostava su rotaie il 36 per cento del traffico complessivo, oggi il dato ha raggiunto il 55 per cento.

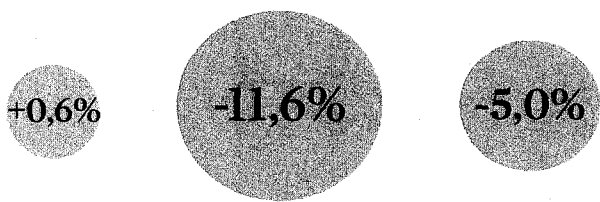
Il mese di novembre regala però qualche segnale di miglioramento. «Nei primi 25 giorni del mese - conclude Patané - il calo si è più che dimezzato, segno di una ripresa e di maggiore ottimismo. Se guardiamo poi ai viaggi intercontinentali dei manager in questi ultimi giorni siamo ormai ai livelli dello scorso anno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

IL CROLLO DELLE SPESE DI VIAGGIO

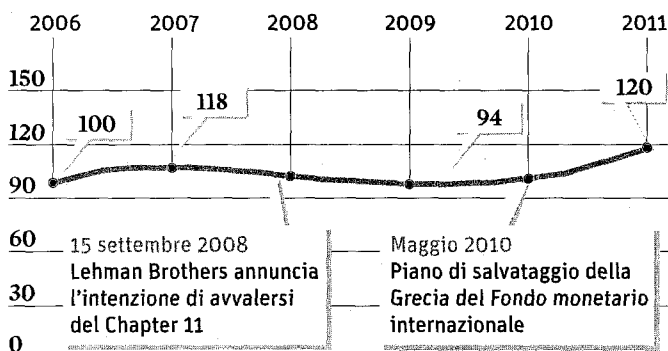
Settembre 2011 Ottobre 2011 Novembre 2011



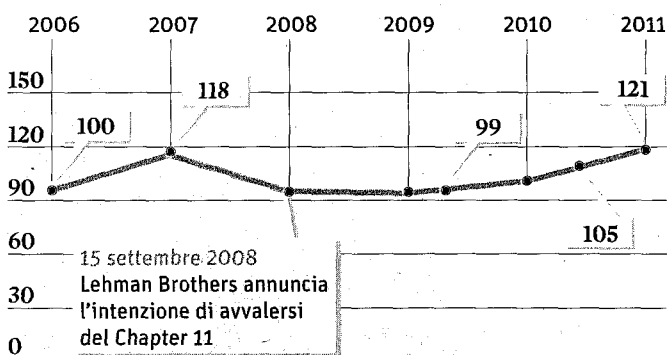
CONGIUNTURA
Gelata d'autunno
per il business
dei viaggi d'affari

Servizio ▶ pagina 23

IL TREND DELLE SPESE DEI VIAGGI D'AFFARI FINO A SETTEMBRE



ANDAMENTO DELLE TRASFERTE AEREE (NUMERO INDICE; BASE 100)



Fonte: Business travel survey di **UVET** American Express