

Dicembre 2009

I SEMESTRE 2009: SI E' TOCCATO IL FONDO?

Tutti gli indicatori, spesa, volumi, prezzi, qualità del traffico, segnalano un evidente ridimensionamento del mercato rispetto agli andamenti degli anni precedenti. Gli stessi indicatori semestrali, tuttavia, soprattutto se integrati con i dati dell'ultimo trimestre, mostrano i segni di una stabilizzazione sui nuovi valori. Questo andamento può essere interpretato come il segnale di una fase conclusiva della discesa in attesa di un nuovo ciclo di

crescita, oppure come l'indice di una stabilizzazione del settore su una nuova situazione caratterizzata da prezzi/ costi più alti e volumi inferiori. Se questa seconda interpretazione venisse confermata, gli attori del settore si troverebbero a dover affrontare nei prossimi mesi una sfida senza precedenti in termini di produttività, efficienza dei processi, innovazione. Pur se soffocati all'interno del generale riassetto del settore, i segnali di

alcuni grandi trend già manifestatisi nelle precedenti edizioni della BTS sono chiaramente percepibili: l'uso più ampio ed articolato della travel policy, spostamento della spesa verso le tariffe negoziate e sul traffico nazionale, preferenzialità del mezzo ferroviario invece dell'aereo.

Uvet American Express

I DATI PIÙ SIGNIFICATIVI DEL 1° SEMESTRE 2009

TREND DI SPESA

Diminuzione delle spese di viaggio ▼

Continua a crescere la componente Rail nel mix gestito ▲

BIGLIETTERIA AEREA

Si conferma il trend di discesa dei prezzi della biglietteria aerea ▼

Sulla rotta Milano-Roma il traffico aereo subisce la concorrenza della TAV ▼

HÔTELLERIE

Sempre più le prenotazioni sono governate dalla Travel Policy aziendale ▲

VOLUMI

L'andamento delle numero di Room Night si stabilizza ►

I volumi di spesa diminuiscono ▼

COSTO ROOM/NIGHT

In leggera diminuzione ▼

Sensibile calo tariffario ▼

ANDAMENTO DEL LE SPESE DI VIAGGIO



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

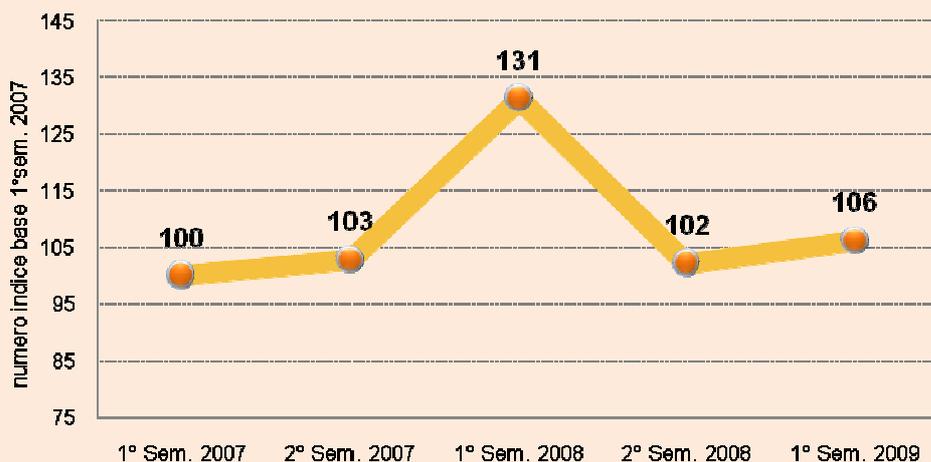


TENDENZE GENERALI DI SPESA



Il numero di viaggi d'affari nel 1° semestre del 2009, dopo la crisi esplosa lo scorso anno, è in leggera risalita.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

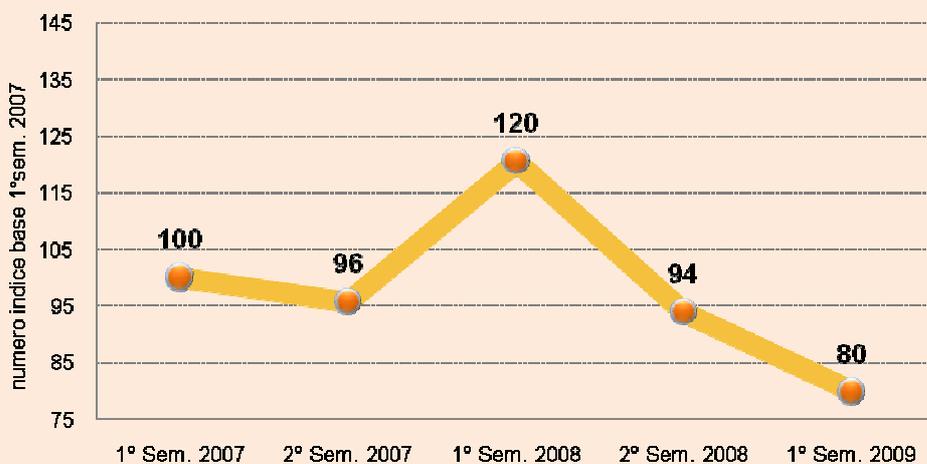
Secondo *AirPlus International Travel Management Study 2009*, studio fatto su un campione di 1.500 Travel Manager operanti in tutto il mondo, le conseguenze negative della crisi hanno riguardato maggiormente le aziende con elevati volumi di spesa.

Nonostante un incremento del numero di trasferite, la spesa media del viaggio diminuisce sempre più.

Come è possibile ciò?

Viaggi di minore durata, trasporto ferroviario anziché aereo, autonoleggio per le brevi distanze, hotel di categoria inferiore.

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO



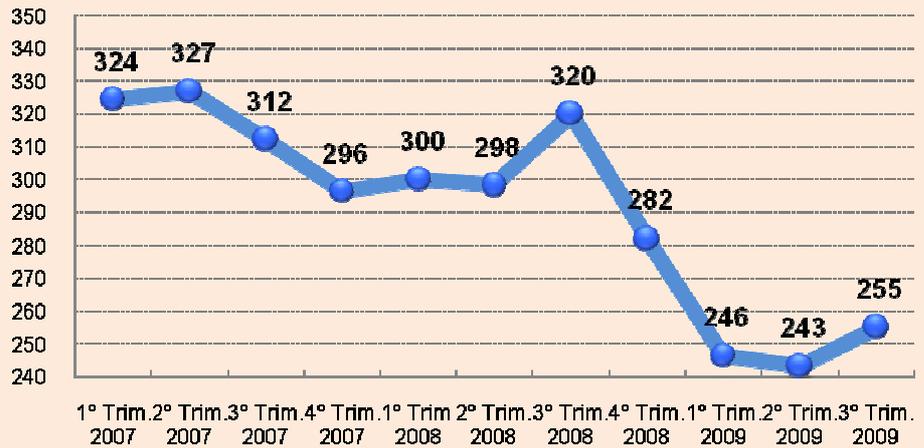
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

TENDENZE GENERALI DI SPESA



Il costo medio per trasferta si stabilizza dopo un trimestre di andamento decrescente.

COSTO MEDIO PER TRASFERTA (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

ANDAMENTO DELLE SPESE VIAGGIO NEL PERIODO SETT 2006 – SETT 2009

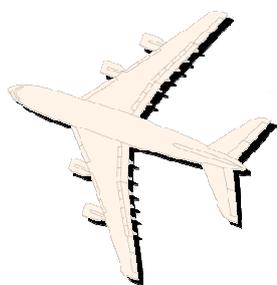


A settembre siamo tornati esattamente alla stessa situazione di 3 anni fa.

Il declino dei volumi di spesa è iniziato già dalla scorsa primavera.

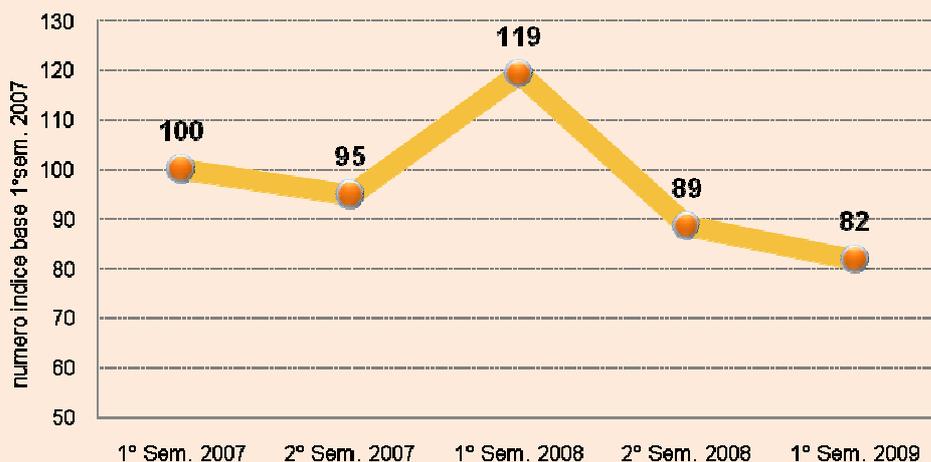
Nota positiva è che proprio nell'ultimo periodo sembra che il trend negativo si sia fermato.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Nel I semestre del 2009 continua la sensibile riduzione del numero di trasferte aeree.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE

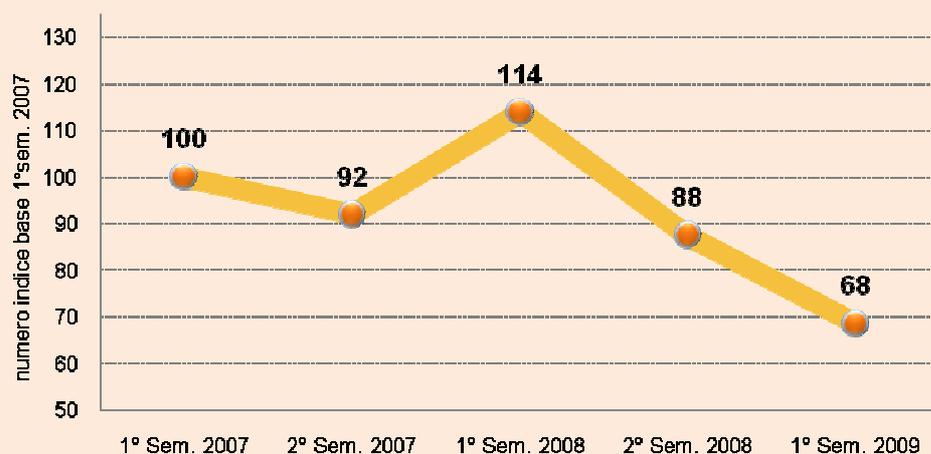


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Complessivamente, i volumi di spesa per la biglietteria aerea del campione si riducono.

Questo a causa del pricing competitivo dei vettori low cost e dell'abbassamento delle tariffe.

ANDAMENTO DELLE SPESE VIAGGIO AEREE



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

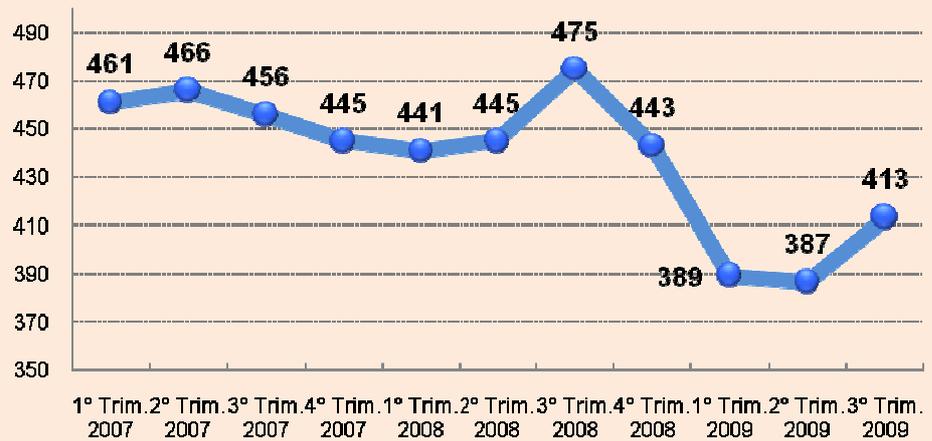


VIAGGI D'AFFARI IN ITALIA: LE SPESE AEREE

FOCUS AIR

Il costo medio sembra assestarsi, dopo nove mesi di discesa dei prezzi (- 19%). Una chiave di lettura potrebbe essere la politica di pricing più competitiva, anche favorita dalla diminuzione del costo del carburante.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO (Euro)

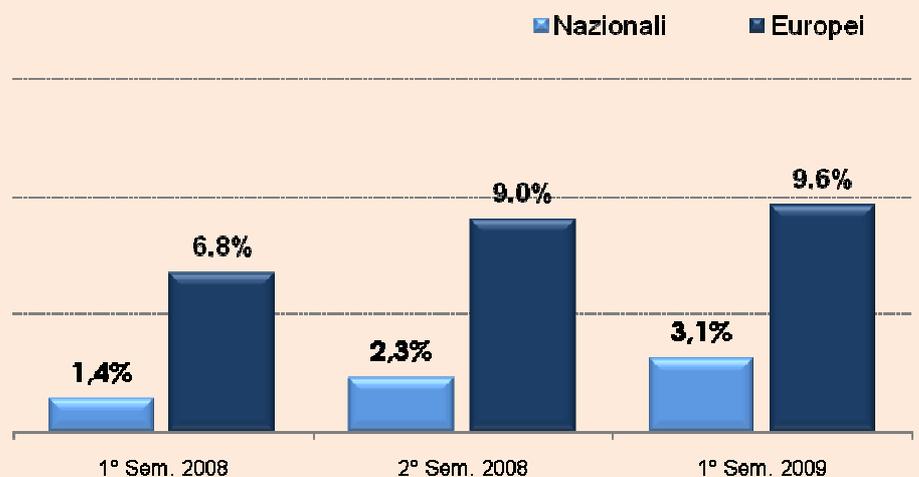


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

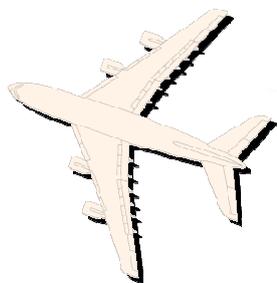
Il traffico delle low cost continua ad essere sempre in crescita per il mercato domestico, anche grazie all'apertura di nuove tratte e nuovi voli in partenza da Malpensa

Sempre più, le compagnie Low cost, sono entrate a far parte delle opzioni di viaggio gestite dalle Travel Policy aziendali.

BIGLIETTI LOW COST



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



VIAGGI D'AFFARI IN ITALIA: LE SPESE AEREE

FOCUS AIR

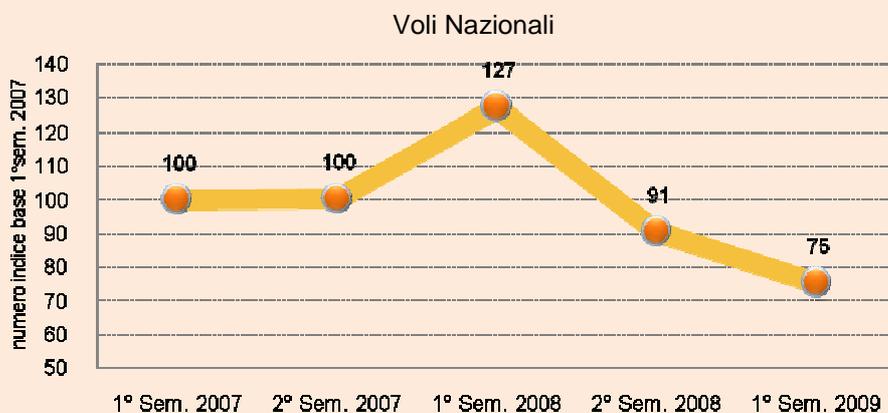
L'andamento in forte discesa è da imputare ad un intreccio di molteplici fattori:

- i piani aziendali di riduzione dei costi,
- l'impatto della T.A.V sulla Milano – Roma,
- la diminuzione del costo medio sulle tratte nazionali.

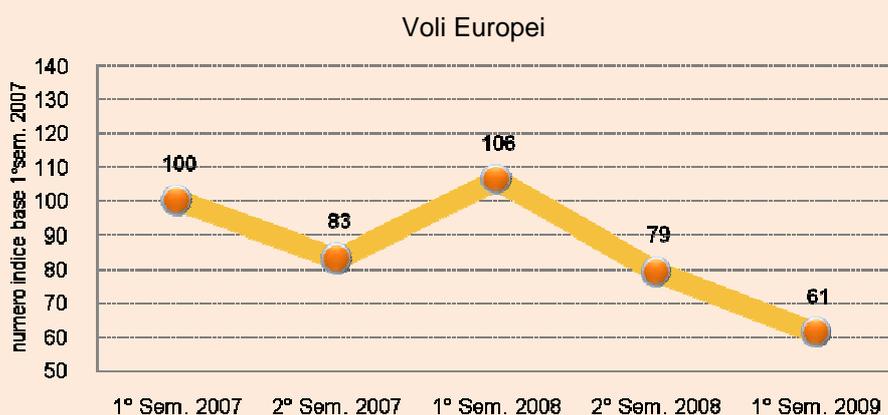
I viaggi internazionali sono i più penalizzati dai piani aziendali di contenimento della spesa per i viaggi d'affari. Mission e trasferte dovute a riunioni intracompany sono sostituite molte volte da un uso massiccio di conference call.

La netta limitazione dei viaggi aziendali non riguarda l'area delle trasferte legate allo sviluppo degli affari.

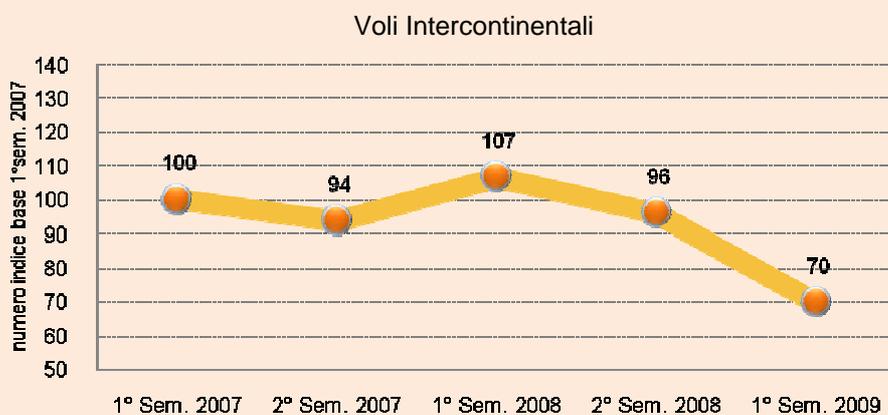
ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE



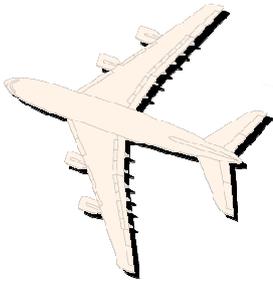
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



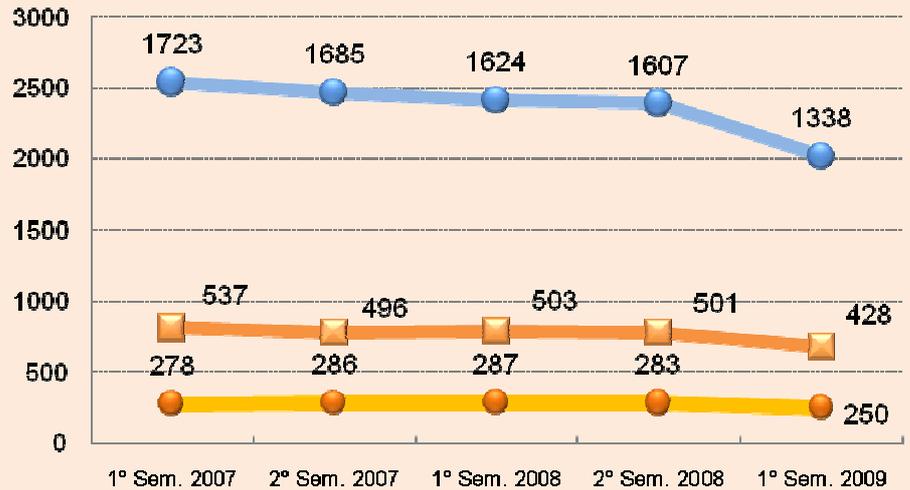
VIAGGI D'AFFARI IN ITALIA: LE SPESE AEREE

FOCUS AIR

Nel primo semestre del 2009, la competizione dei vettori favorisce l'alleggerimento dei budget di viaggio corporate.

Questa competizione si realizza con una forte discesa del prezzo del biglietto aereo. (diminuzione media complessiva del 14,5%)

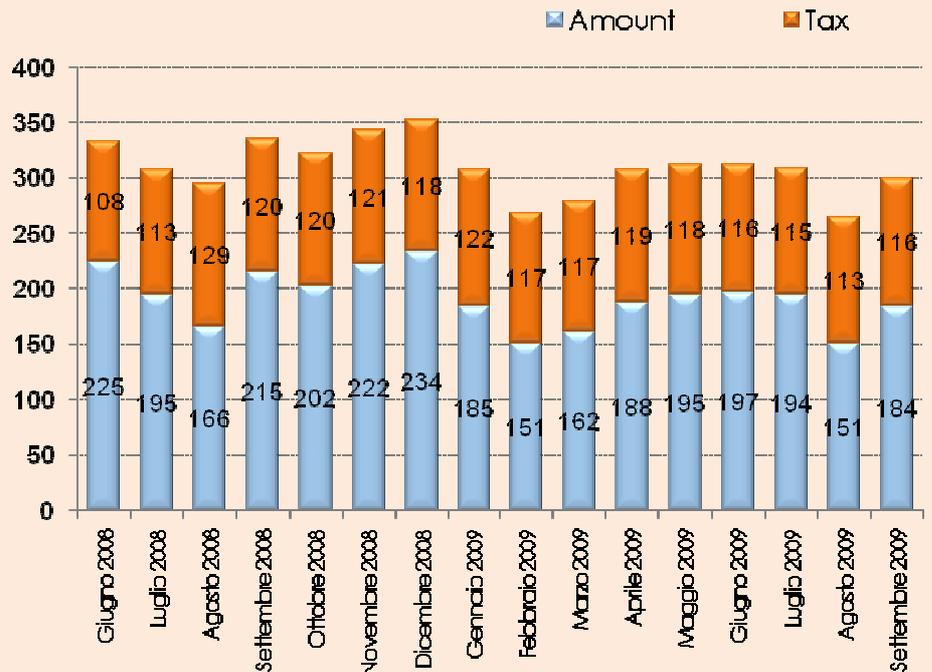
COSTO MEDIO PER BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO
NAZIONALE - EUROPEO - INTERCONTINENTALE



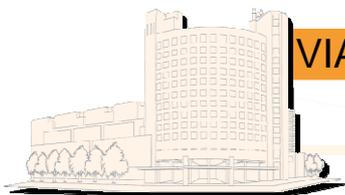
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

DINAMICA DEL PREZZO MEDIO PER BIGLIETTO
(Milano – Roma)

La dinamica dei prezzi si consolida nel tempo, riflettendo limitate oscillazioni. I diritti aeroportuali e tasse incidono per più di un terzo del costo complessivo.

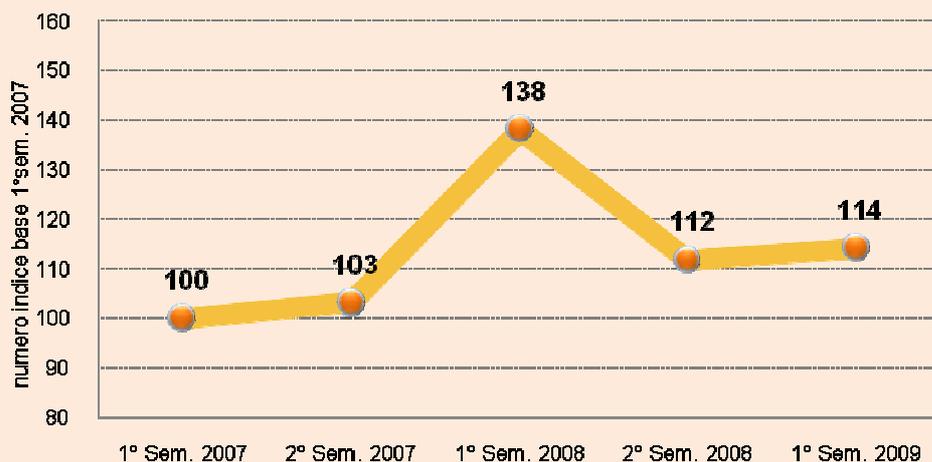


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Il processo di governo delle spese dei viaggi aziendali si estende e ingloba sempre più i servizi di pernottamento.

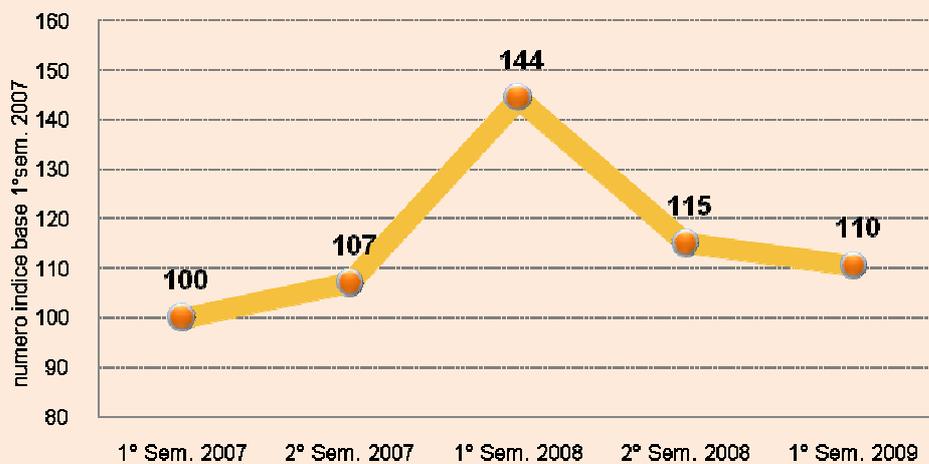
ANDAMENTO DEL NUMERO DI ROOM NIGHTS



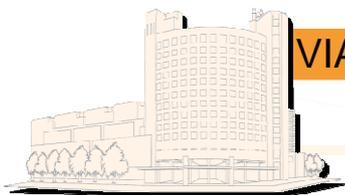
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

La travel policy aziendali impongono sempre di più il pernottamento in hotel di categorie inferiori (tre stelle).

ANDAMENTO DELLE SPESE DI HOTELLERIE

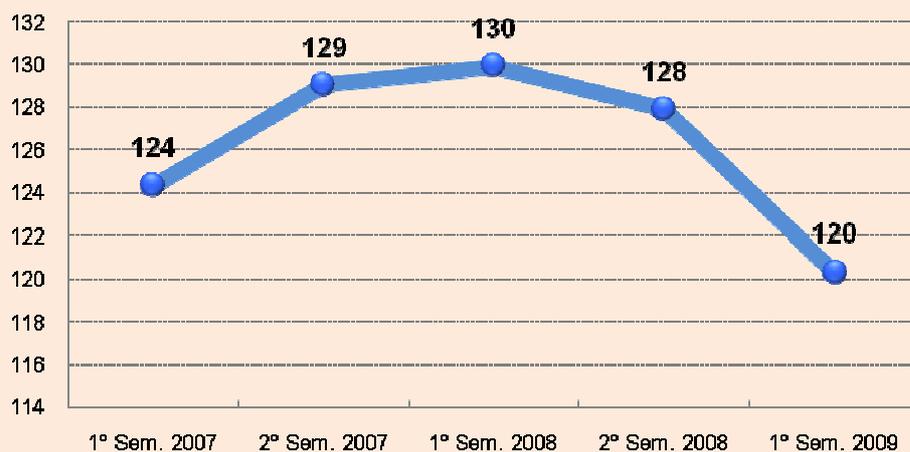


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Il prezzo medio è in flessione grazie all'accresciuto ruolo delle Travel Management Company, unita ad una maggiore flessibilità commerciale delle catene alberghiere.

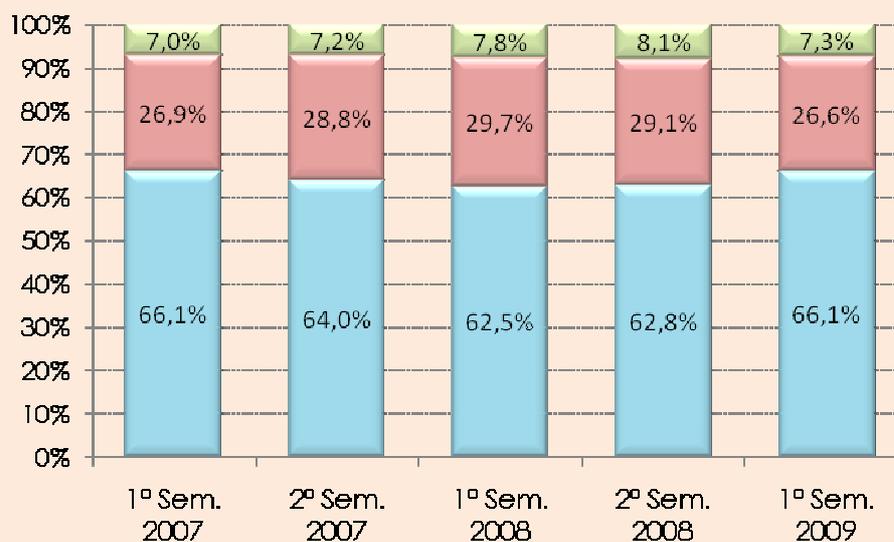
COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

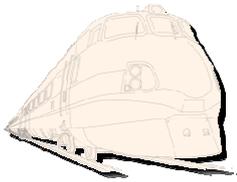
RIPARTIZIONE DELLA SPESA HOTEL (Volumi)

■ Domestic ■ European ■ International



Mentre resiste il mercato italiano, una sensibile riduzione si registra sulle destinazioni a medio e lungo raggio dove la riduzione per l'intercontinentale avviene gradualmente già dal 1° semestre del 2008. Per il traffico europeo il calo della spesa è davvero concreto.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

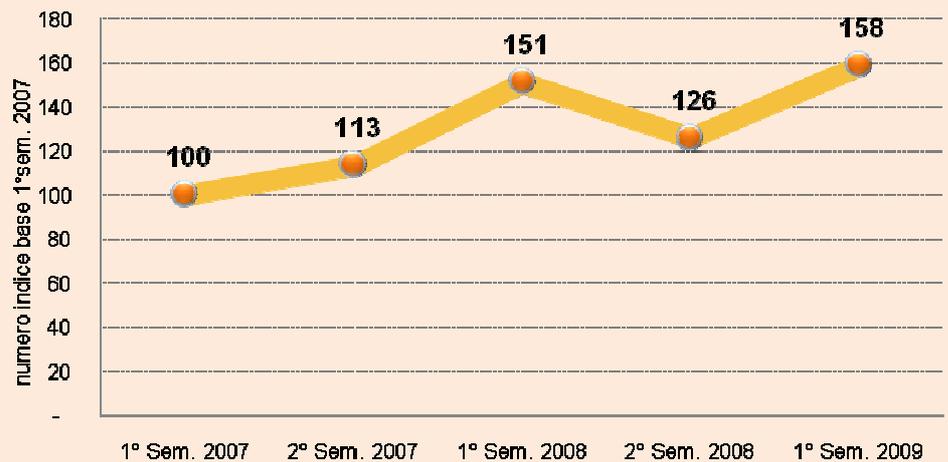


L'entrata in funzione del treno ad alta velocità, soprattutto sulla tratta Milano – Roma, ha modificato il rapporto di utilizzo tra aereo e treno.

Mentre il mercato del trasporto aereo nazionale è in discesa libera il treno non solo mantiene le sue posizioni ma recupera anche traffico.

Nello stesso tempo questo settore fa registrare un aumento del valore dello speso di circa il 50% rispetto al 2008 e circa del 60% sul 2007.

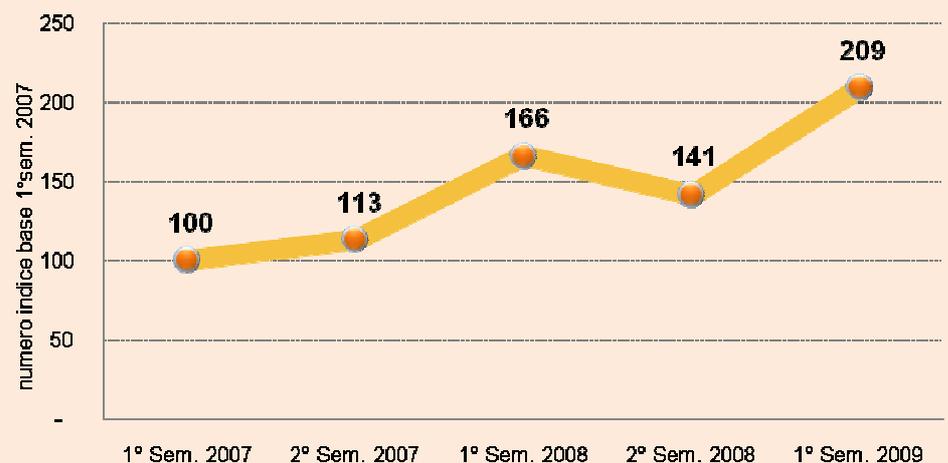
ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE FERROVIARIE



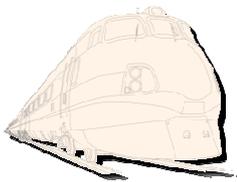
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Per quei viaggi la cui durata è inferiore alle 3 ore, (ad esempio sulla tratta Milano – Roma) la competizione accelererà ulteriormente, anche in previsione dell'arrivo del new comer NTV.

ANDAMENTO DELLE SPESE VIAGGIO FERROVIARIE



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



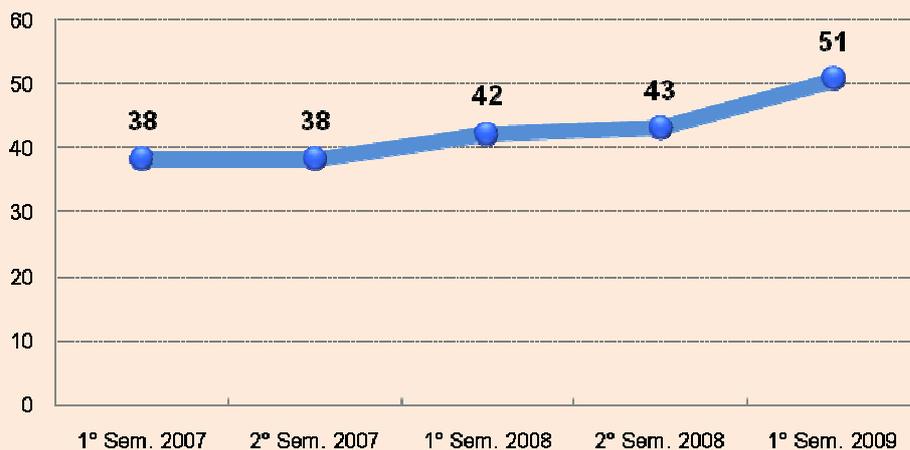
VIAGGI D'AFFARI IN ITALIA: SPESA FERROVIARIA

FOCUS RAIL

Aumenta considerevolmente il costo medio per biglietto che passa da 38 euro nel 2007 a 51 euro nel 2008.

Forte impatto dei costi Eurostar e Freccia Rossa.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO FERROVIARIO (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

UTILIZZO DELLA 1°E DELLA 2°CLASSE FERROVIARIA (N°biglietti)



Il comfort del viaggio e l'utilizzo dei treni veloci, soprattutto per i sales & accounts aziendali non viene messo in discussione dalle nuove linee guida delle Travel Policy societarie.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

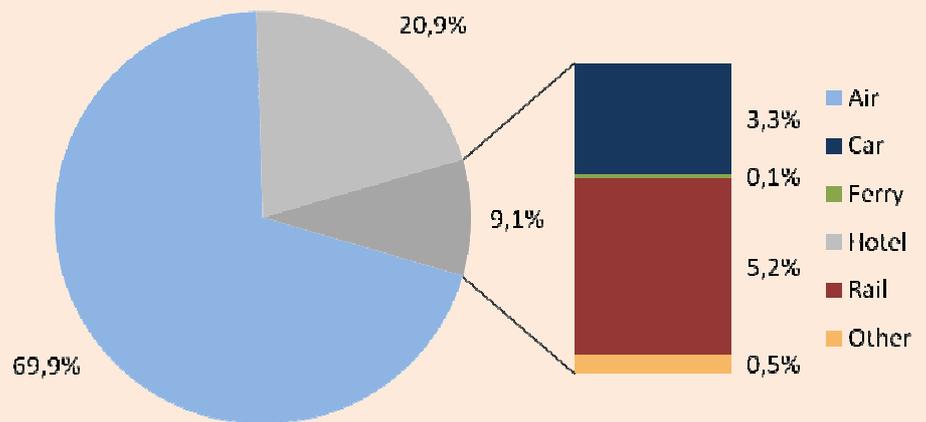
VIAGGI D'AFFARI IN ITALIA: MIX DI SPESA



Rispetto al 1° semestre 2008, rileviamo una diminuzione del peso della componente Air (-7%).

Acquistano maggior peso l'Hotellerie (+2,7%) gli Autonoleggi (+1,8%) e il Rail (+2,4%).

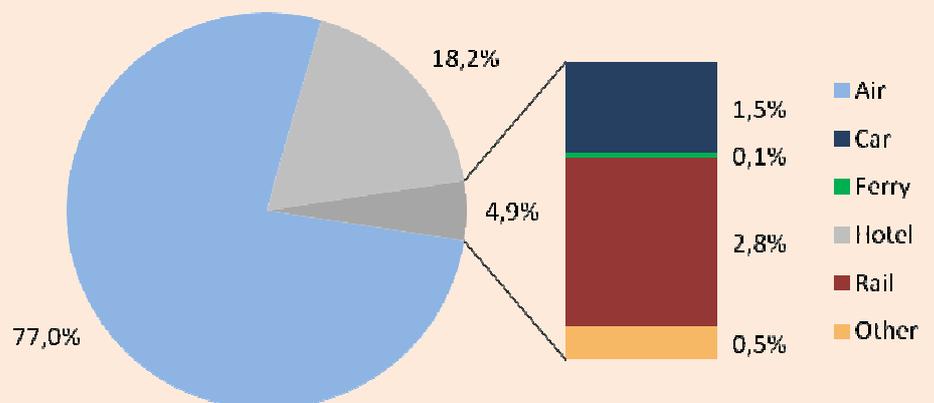
RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO
(1° SEMESTRE 2009)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO
(1° SEMESTRE 2008)

Benchmark
1° semestre 2008



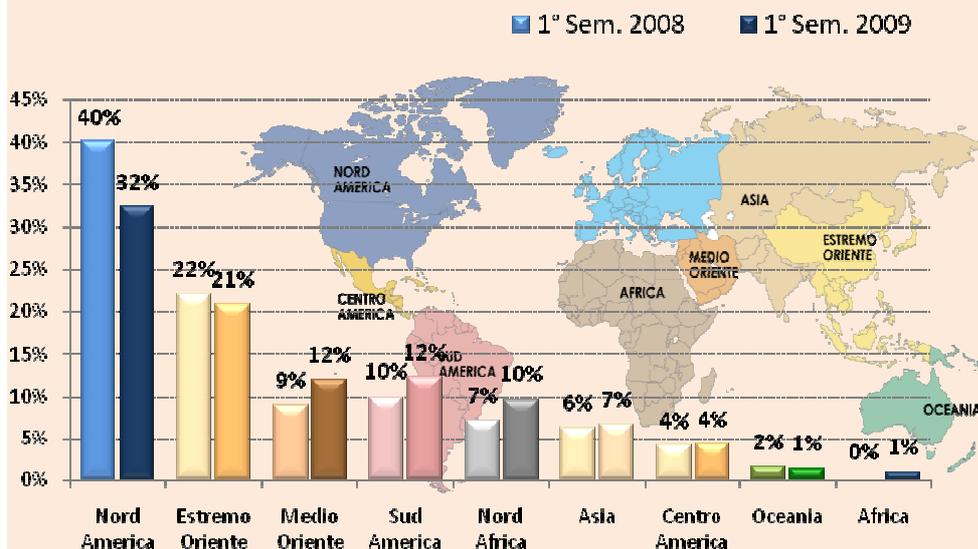
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

Nonostante la crisi sia mondiale, permangono i viaggi verso l'area Bric's (Brasile, Russia, India e Cina) in quanto mercati emergenti

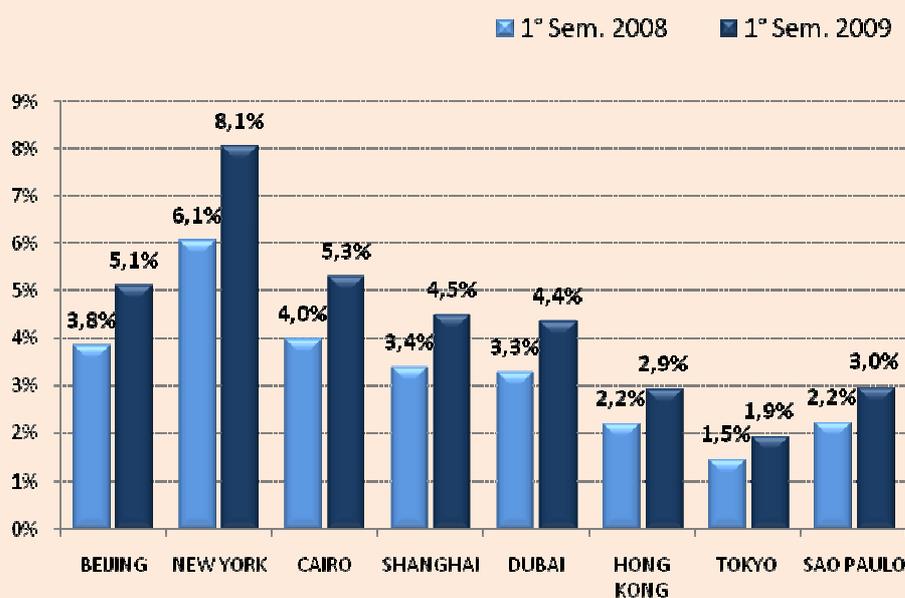
ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA



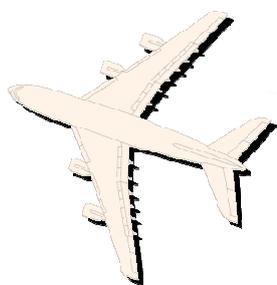
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI (N° BIGLIETTI)

Pechino dopo la crescita del 3° trim 2008 in concomitanza dei Giochi Olimpici 2008, è tornata ad essere una destinazione di rilievo come mercato emergente ma assolutamente in linea con le principali destinazioni mondiali.



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



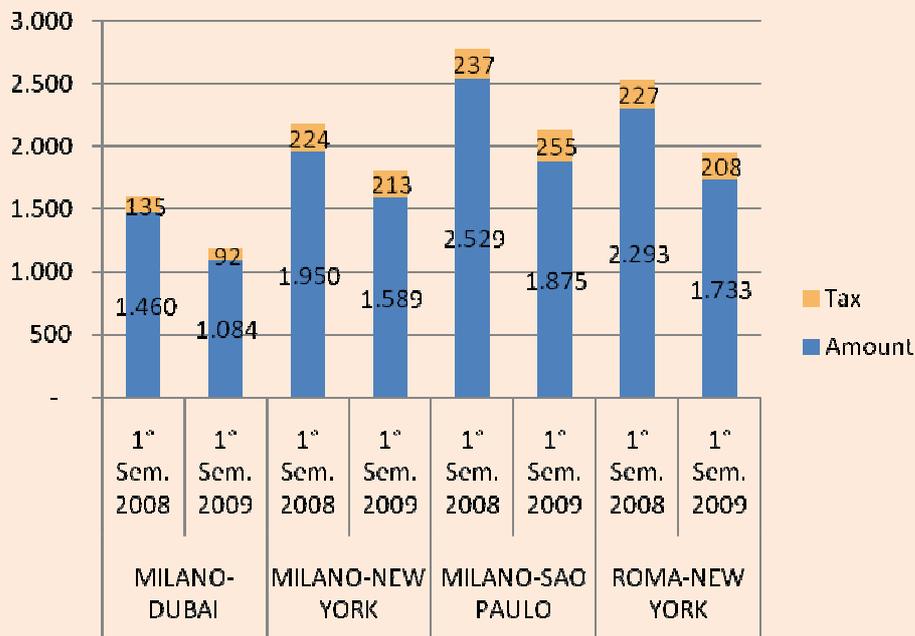
DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

Resistono le rotte dall'Italia verso le Americhe.

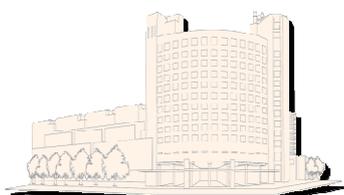
A causa dello spostamento di molti voli da Malpensa a Fiumicino, Roma si avvantaggia come Hub del maggior traffico sia in termini di passeggeri che di volumi.

Il prezzo medio per andare da Roma nella "Grande Mela" è maggiore del 30% rispetto a Milano.

DINAMICA DEL PREZZO MEDIO PER BIGLIETTO AEREO: PRINCIPALI ROTTE INTERCONTINENTALI (Euro)



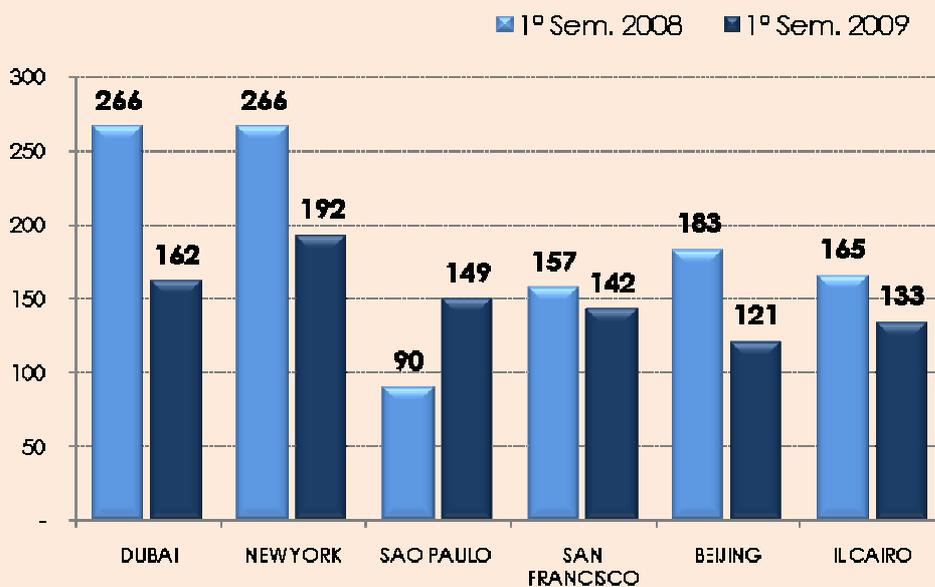
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



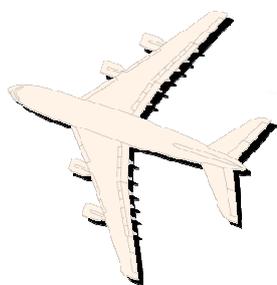
Le destinazioni intercontinentali reagiscono con una diminuzione dei prezzi, più sensibile rispetto a quella del mercato italiano.

Dubai manifesta da tempo una crisi strutturale, con caduta verticale delle tariffe.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI (Euro)

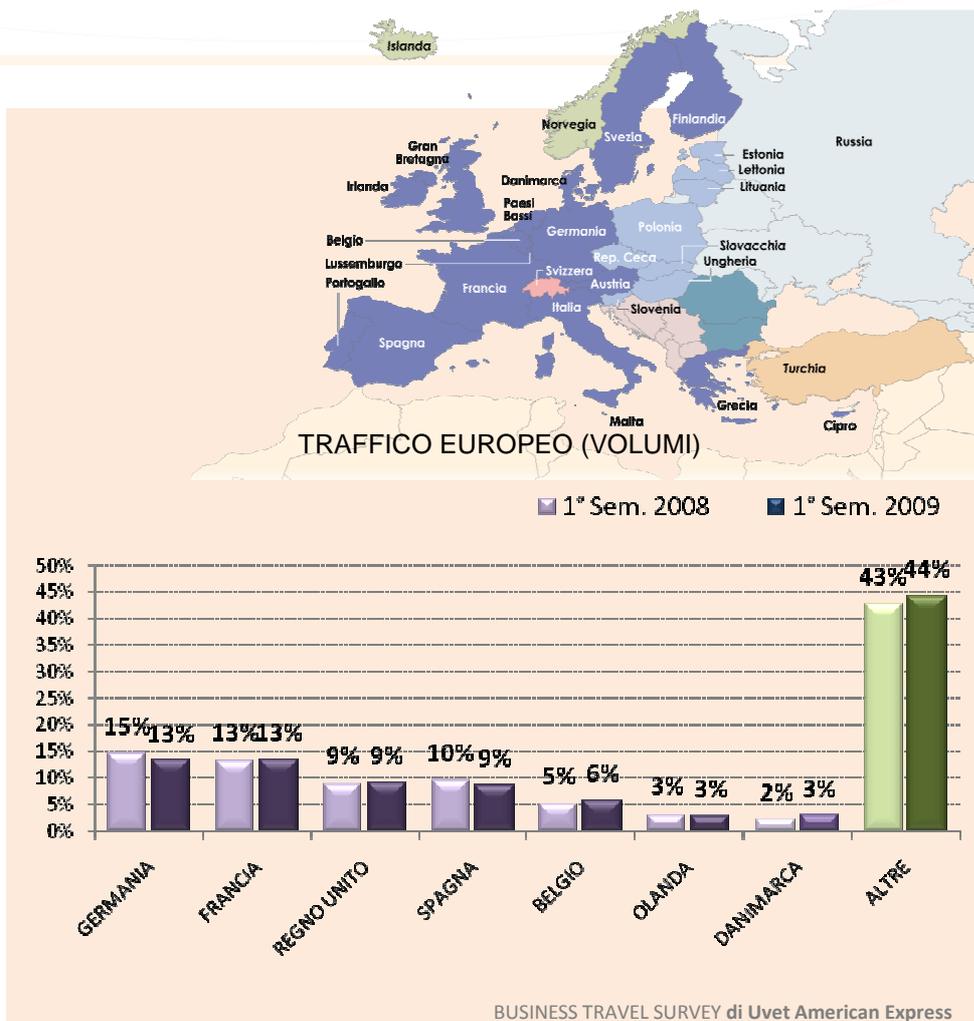


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



DESTINAZIONI EUROPEE

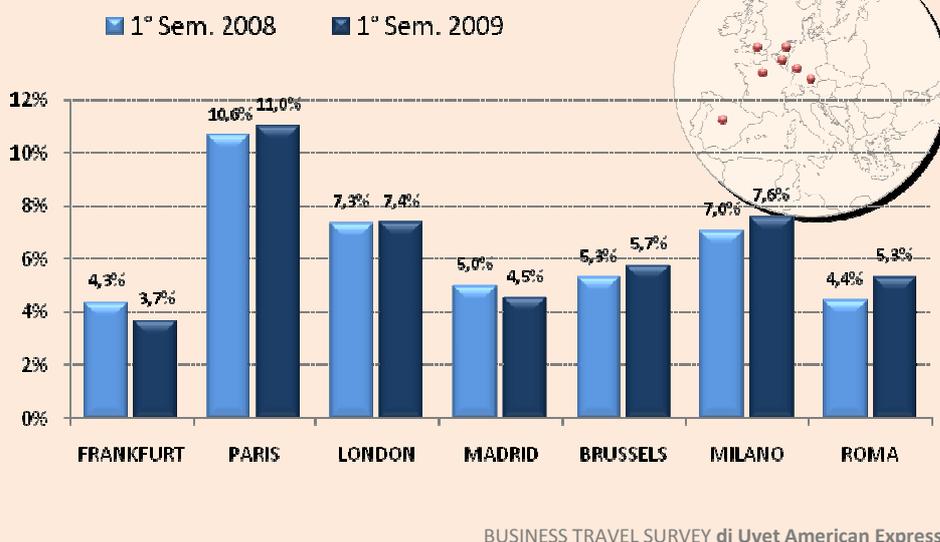
Destinazioni europee consolidate con flessioni nei mercati spagnoli e tedeschi

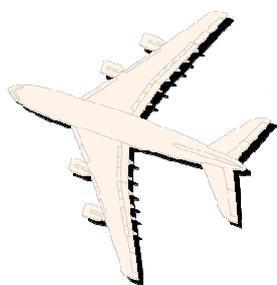


PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE (N° BIGLIETTI)

Parigi si conferma ancora una volta come principale destinazioni europea.

Aumentano in percentuale maggiore gli arrivi a Milano e Roma.

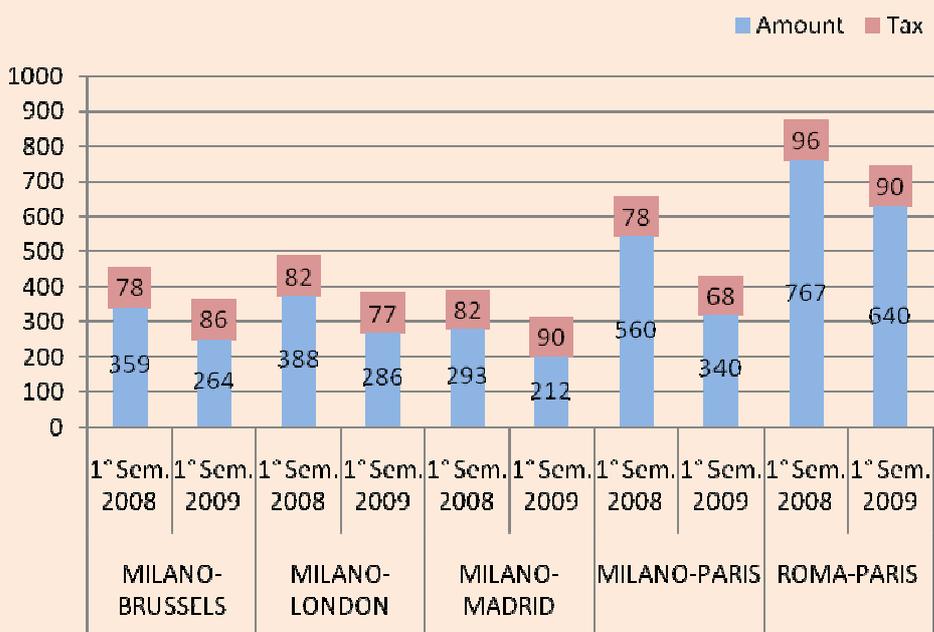




DESTINAZIONI EUROPEE

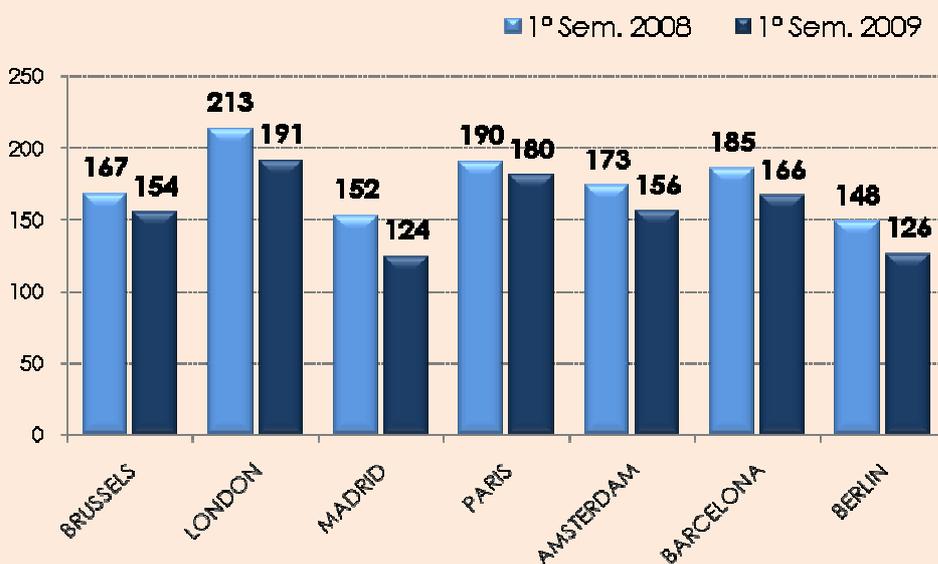
Prezzi in discesa ovunque, meno che sulle tratte in code sharing Air France – Alitalia.

DINAMICA DEL PREZZO MEDIO PER BIGLIETTO AEREO: PRINCIPALI ROTTE EUROPEE (Euro)

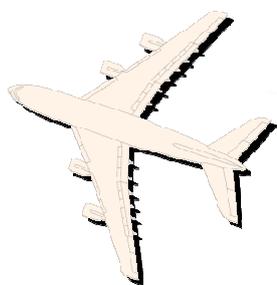


COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE (Euro)

Prezzi in discesa ovunque. Calo del prezzo medio minore a Parigi forte del suo status di prima destinazione europea.



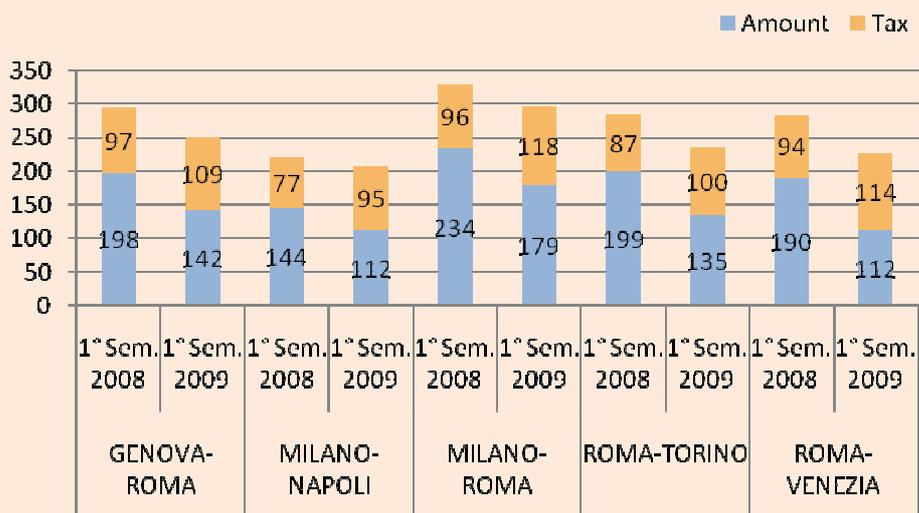
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



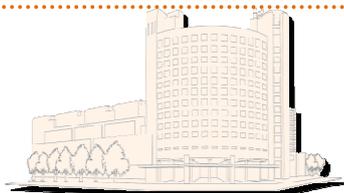
DESTINAZIONI DI VIAGGIO

Taglio rilevante dei prezzi da parte dei vettori, aumento indigesto della componente tasse e diritti aeroportuali.

DINAMICA DEL PREZZO MEDIO PER BIGLIETTO AEREO: PRINCIPALI ROTTE NAZIONALI (Euro)



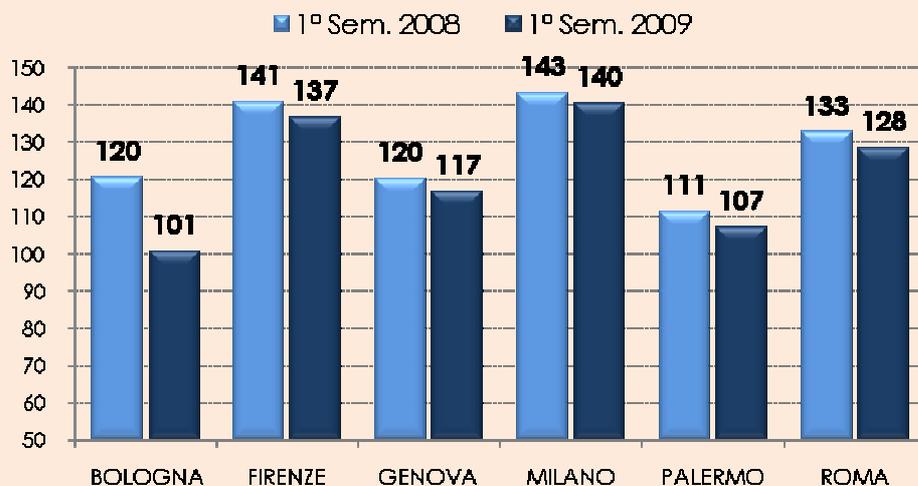
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



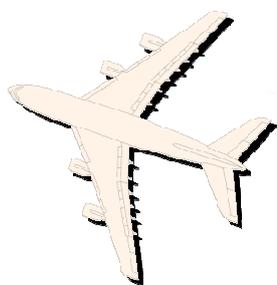
Milano, Roma e Firenze fanno segnare una diminuzione del prezzo medio; ciò nonostante pernottare in queste tre città costa molto di più.

Il costo medio delle Room Night in Italia è di 109€

COSTO MEDIO DELLE ROOM NIGHT: DESTINAZIONI NAZIONALI (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



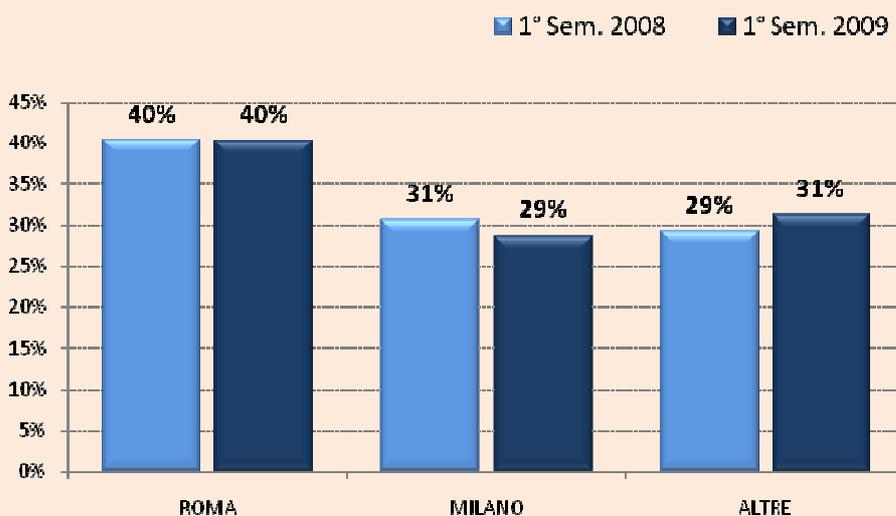
DESTINAZIONI NAZIONALI



Il de-hubbing di Malpensa da parte di Alitalia, comporta una perdita di quote di mercato di Milano come destinazione

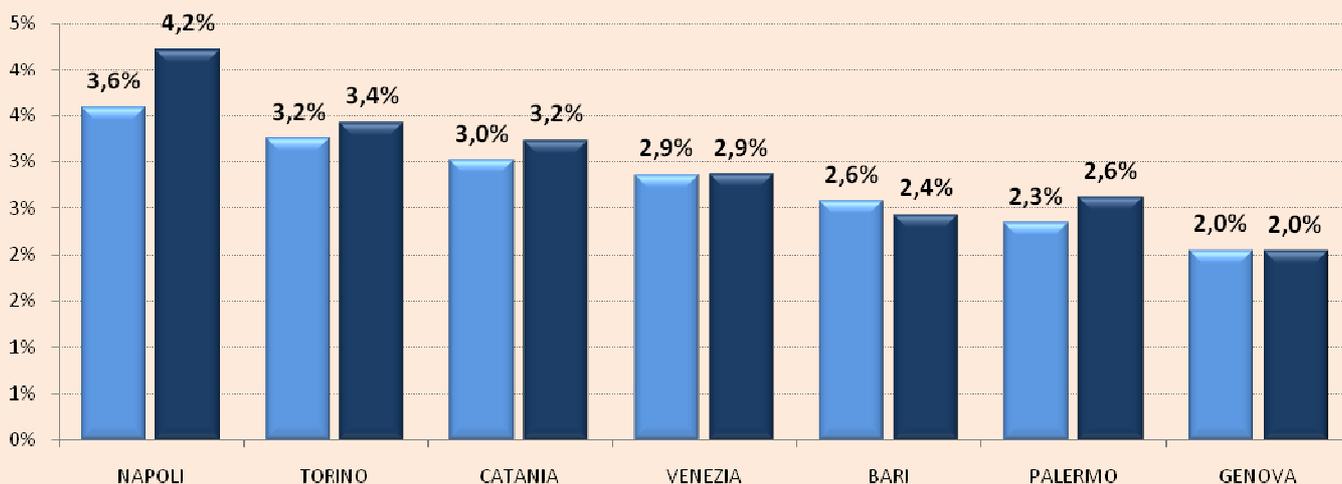
In crescita Napoli. Stabile il traffico nelle altre destinazioni italiane

PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI (% BIGLIETTI)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

1° Sem. 2008 1° Sem. 2009



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

UNA PANORAMICA COMPLETA SUL BUSINESS TRAVEL

Uvet American Express ha dato avvio sin dal 2006 alla "BUSINESS TRAVEL SURVEY", un'indagine che mira a monitorare l'andamento del Business Travel in Italia attraverso l'analisi dei trend di spesa e dei comportamenti d'acquisto di un campione selezionato di aziende in determinati periodi.

Ideata e realizzata da Uvet American Express, la ricerca offre una panoramica completa sul Business Travel e fornisce utili spunti di riflessione a tutti i responsabili dei viaggi aziendali e agli stessi operatori del mercato. Analisi, grafici e benchmark di mercato per analizzare la situazione attuale e le tendenze evolutive di un settore in continuo mutamento e per meglio comprendere i trend di tutte le più importanti voci di spesa legate al travel.

Il campione indagato in questa edizione che abbraccia il triennio 2007-2009 è omogeneo con quello delle precedenti Business Travel Survey (edizione marzo 2009).

Le dinamiche del campione di aziende utilizzato nella Business Travel Survey non rappresentano l'andamento di Uvet American Express: infatti il campione è stato selezionato proprio con l'intento di eliminare l'influenza dell'evoluzione del portafoglio aziendale dalle analisi.

Le precedenti edizioni della Business Travel Survey sono disponibili su www.uvetamex.com/bts

**Per approfondimenti e/o suggerimenti contattare
la Direzione Marketing & Comunicazione
di Uvet American Express**

marketing@uvetamex.com
tel. 02.81.838.031
www.uvetamex.com

