

BUSINESS TRAVEL SURVEY

ed. settembre 2007



infografica by
CENTIMETRI.IT

PRIMO SEMESTRE 2007: LE AZIENDE ITALIANE ALLO SPECCHIO

Eccoci alla seconda edizione della Business Travel Survey. Un'iniziativa creata da Uvet American Express nel 2006 finalizzata a monitorare l'andamento dei viaggi d'affari in Italia attraverso l'analisi dei trend di spesa e dei comportamenti d'acquisto di un campione selezionato di aziende. Si tratta di uno strumento - unico in Italia - che riteniamo possa essere utile per capire l'evoluzione del mercato e indirizzare in modo ancora più strategico le scelte in materia di travel management.

Dopo il successo della prima release

annuale e della più sintetica overview trimestrale, abbiamo deciso di offrire un nuovo strumento di benchmarking presentando quasi in tempo reale i dati aggregati relativi al primo semestre dell'anno in corso confrontati con i numeri del corrispondente periodo del 2006. Il campione indagato è - come nelle edizioni precedenti - costituito da 700 aziende clienti di Uvet American Express, appartenenti a diversi settori merceologici e con volumi di spese di viaggio tra 20mila e 15 milioni di euro all'anno.

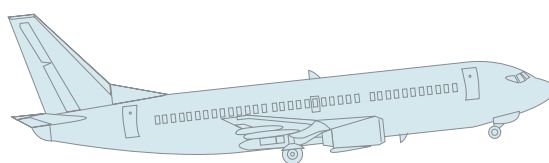
Ci auguriamo che questa iniziativa possa essere accolta dal mercato con lo stesso entusiasmo e interesse delle precedenti edizioni. Da parte nostra non interromperemo l'impegno per offrire sempre nuovi strumenti a operatori del settore e a chi gestisce il travel all'interno delle aziende per evolvere e maturare in un processo continuo di improvement e di superamento degli obiettivi già raggiunti.

Luca Patané
Presidente Uvet American Express

SOMMARIO

- TENDENZE GENERALI DI SPESA: Principali trend di mercato.....PAG. 2
- TENDENZE GENERALI: Trasferite medie per passeggero; Durata media trasferte.....PAG. 3
- TENDENZE GENERALI: Dinamica spesa aerea; Dinamica spesa hôtellerie; Ripartizione spesa di viaggio..... PAG. 4
- PRINCIPALI DESTINAZIONI...PAG. 5
- TENDENZE GENERALI: Composizione del traffico per area di destinazione.....PAG. 6
- RIFLESSIONI: Focus sulla biglietteria aerea.....PAG. 7
- TRASPORTO AEREO, CLASSI TARIFFARIE: Distribuzione spesa aerea: tariffe high yield e low cost; incidenza per numero di biglietti emessi.....PAG. 8
- BIGLIETTO AEREO: Dinamica del prezzo medio per le principali rottePAG. 9
- RIFLESSIONI: Le spese di hôtellerie.....PAG. 10
- HÔTELLERIE: distribuzione room/nights nazionali e spesa per n° di stelle.....PAG. 11
- HÔTELLERIE: Costo medio per room/night nelle principali destinazioni nazionali, internazionali e intercontinentali..PAG. 12

I DATI PIÙ SIGNIFICATIVI DEL SEMESTRE



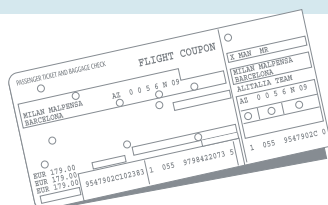
BIGLIETTERIA AEREA

Volumi

Trend di spesa: aumenta il numero delle trasferte, si mantiene stabile la durata e cala il costo medio.

Prezzi

Ancora in aumento l'incidenza di tasse e surcharge sul costo totale dei biglietti nazionali.



TARIFE

ECONOMY LOW YIELD

In crescita il peso delle tariffe con forti restrizioni

CORPORATE E FULL

Sensibile calo di incidenza su tutti i mercati

BUSINESS

Peso in riduzione sui voli intercontinentali

HÔTELLERIE

Aumentano le transazioni e si riducono i volumi di spesa su tutti i mercati.

COSTO ROOM/NIGHT

Italia

Stabile il costo di una room night in Italia.



Estero

In crescita sui mercati europei pur con notevoli differenze da una città all'altra. Migliora la capacità di ottimizzazione delle spese da parte delle aziende.

DESTINAZIONI

Europa

In Europa si rafforza Parigi e calano Londra e Francoforte.



Mondo

New York continua a perdere quote, mentre salgono le destinazioni cinesi e mediorientali.





Principali trend di mercato

Viaggi più frequenti, ma di breve durata e a costi più contenuti. E' questo un trend di mercato in atto già da qualche anno e oggi confermato. Le aziende italiane, che vogliano rimanere competitive sui mercati internazionali, non potendo ridurre il numero degli spostamenti cercano di contenere il volume delle spese riducendo la durata e il costo medio delle trasferte. Ma vediamo i dati che emergono dalla survey realizzata sulle aziende del campione. Nel primo semestre dell'anno in corso le trasferte medie per passeggero passano da 3,83 del corrispondente periodo del 2006 a 4,03; la durata media si stabilizza intorno agli 8 giorni per i viaggi intercontinentali (nel 1° trimestre 2007 era superiore a 12 giorni), scende sotto i 3 giorni per le trasferte in ambito europeo e si mantiene di un giorno nel caso di missioni in ambito nazionale.

Complessivamente i volumi di spesa di biglietteria aerea del nostro campione appaiono in crescita del 2,5% a fronte di un aumento del numero delle transazioni del 5,8%. Un dato che conferma il trend sopra evidenziato di riduzione del costo medio della trasferta e di continua crescita degli spostamenti. Ricordiamo che i dati forniti dalla Iata (associazione internazionale delle compagnie aeree) segnano +6% la crescita della domanda passeggeri nel primo semestre 2007.

Fra le nostre aziende la maggiore crescita si registra nei voli intercontinentali (+6,3% in termini di volumi e +7,9% in termini di transazioni); ma assai interessante è l'andamento dei voli internazionali, per i quali a fronte di una crescita del numero delle transazioni dell'8,9% si registra una diminuzione dei volumi dell'1,1% (addirittura -3,1% escludendo le tasse): un chiaro segnale della forte competizione in atto nel mercato europeo, dove le compagnie low cost continuano a conquistare quote di mercato.

Interessante la crescita anche dei voli nazionali (+3,9% in termini di transazioni), dove però la riduzione tariffaria pur presente è annullata dalla continua forte incidenza delle tasse (-1,9% i volumi senza tasse e +3,7% i volumi con tasse incluse).

L'aumento del numero delle trasferte da parte delle aziende del campione selezionato trova conferma anche nei dati relativi alle spese di hotel: complessivamente il numero delle transazioni aumenta dell'8% a fronte di un aumento dei volumi del 2%.

Si conferma anche per i costi di pernottamento il trend di contenimento delle spese in particolare per quanto riguarda le trasferte intercontinentali, dove le transazioni aumentano del 15% mentre i volumi calano del 16%; in ambito nazionale a un +7% del numero delle transazioni corrisponde un +2% dei volumi.

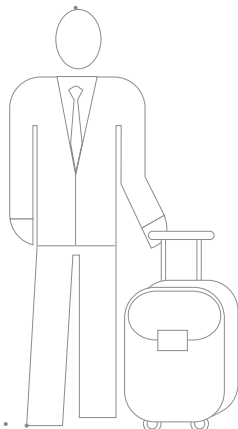
Nessuna novità di rilievo per quanto riguarda il mix di spesa: l'incidenza della biglietteria aerea sul totale delle spese di viaggio delle aziende continua a rappresentare l'82,2%, mentre il peso dell'hotel e delle altre voci di costo (ferrovie e autonoleggio) rimangono pressoché invariati.

A livello di destinazioni raggiunte, New York - che pur rimane la principale meta d'affari - conferma il trend di progressiva diminuzione (-3%) già evidenziato nelle precedenti edizioni della ricerca. Salgono le destinazioni cinesi (+2% Shanghai e +9% Pechino); cresce Dubai (+3%) e per la prima volta entrano nella top ten Il Cairo (+33%) e San Paolo (+51%).

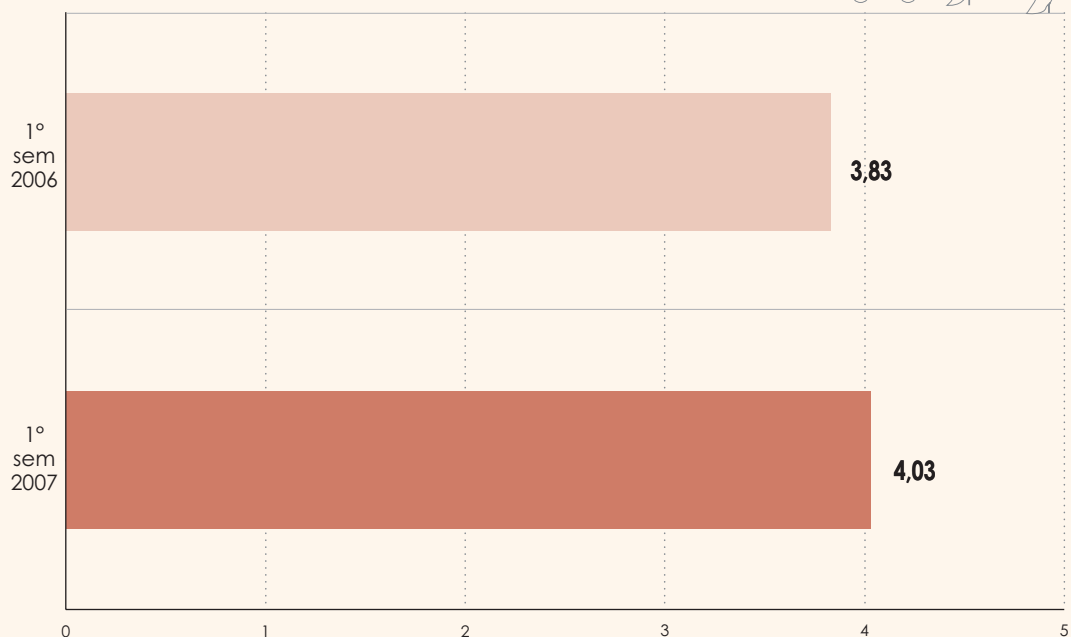
Parigi, Londra e Bruxelles si confermano ai vertici della classifica delle destinazioni europee; da notare però il progressivo aumento di peso della capitale francese (+6,1) a fronte di un calo della capitale inglese (-2%) e belga (-0,5%). Marcata la diminuzione di Francoforte (-3,2%), che nel 2006 aveva beneficiato dell'effetto "Mondiali di calcio" e delle città spagnole (-6,3% Madrid e -5,2% Barcellona)

Roma rimane la prima destinazione nazionale e allunga le distanze da Milano, che perde il 4%. In calo anche le altre destinazioni nazionali, ad eccezione di Bari, che rimane invariata, e di Torino, che sembra aver ritrovato mordente segnando +15,4%

TENDENZE GENERALI DI SPESA



Trasferte medie per passeggero 1° sem. 2007 su 1° sem. 2006

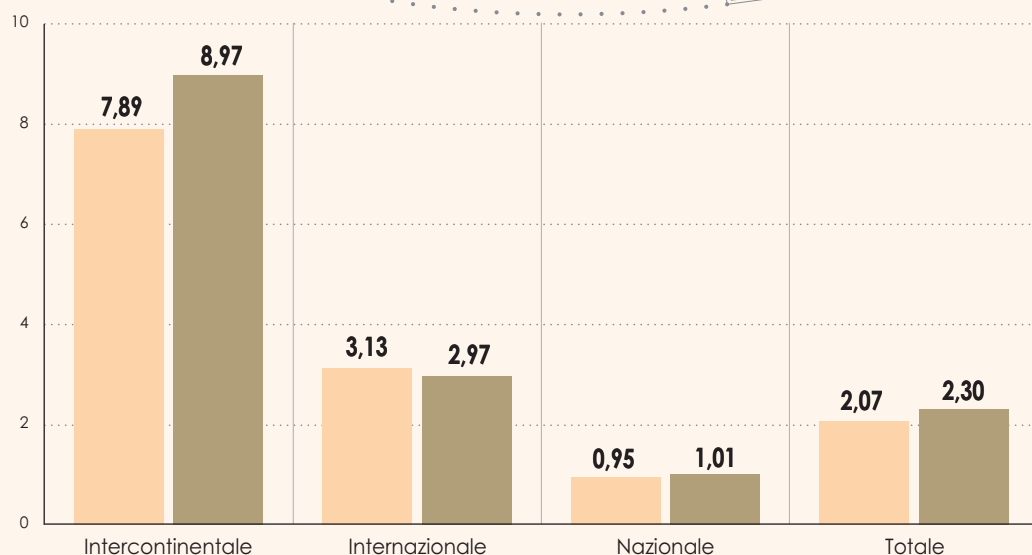
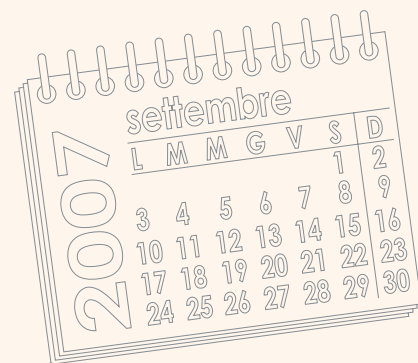


Nel primo semestre dell'anno in corso i dati relativi al nostro campione di aziende evidenziano una crescita delle trasferte medie per passeggero, che passano da 3,83 del corrispondente periodo del 2006 a 4,03.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Durata media trasferte (gg) 1° sem. 2007 su 1° sem. 2006

1° sem. 2006 1° sem. 2007



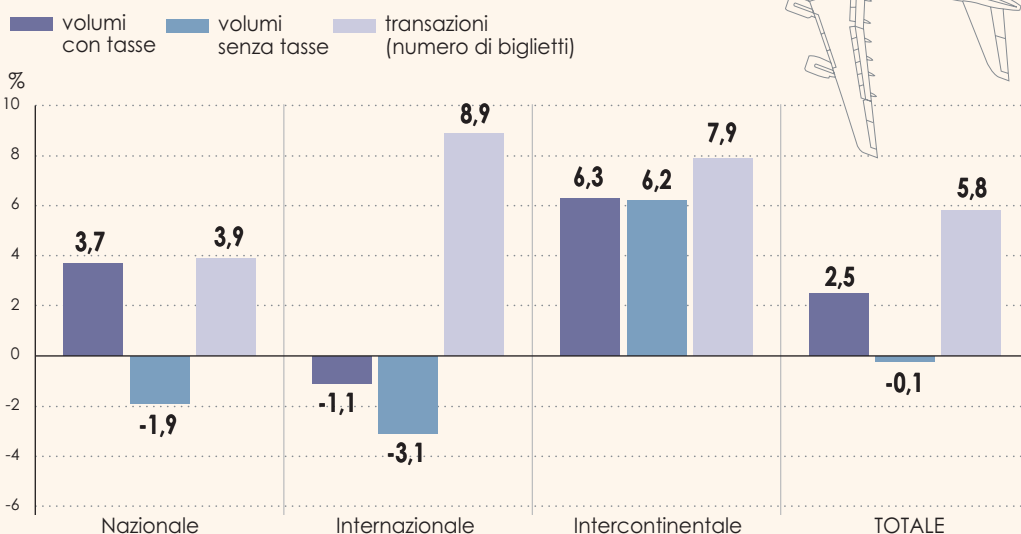
In leggerissima crescita la durata media delle trasferte intercontinentali che passano da 7,89 a 8,97 giorni; in diminuzione la durata delle trasferte in ambito europeo (da 3,13 a 2,97) e stabili le trasferte in ambito nazionale, che oggi avvengono perlopiù in giornata (1,01).

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

TENDENZE GENERALI DI SPESA

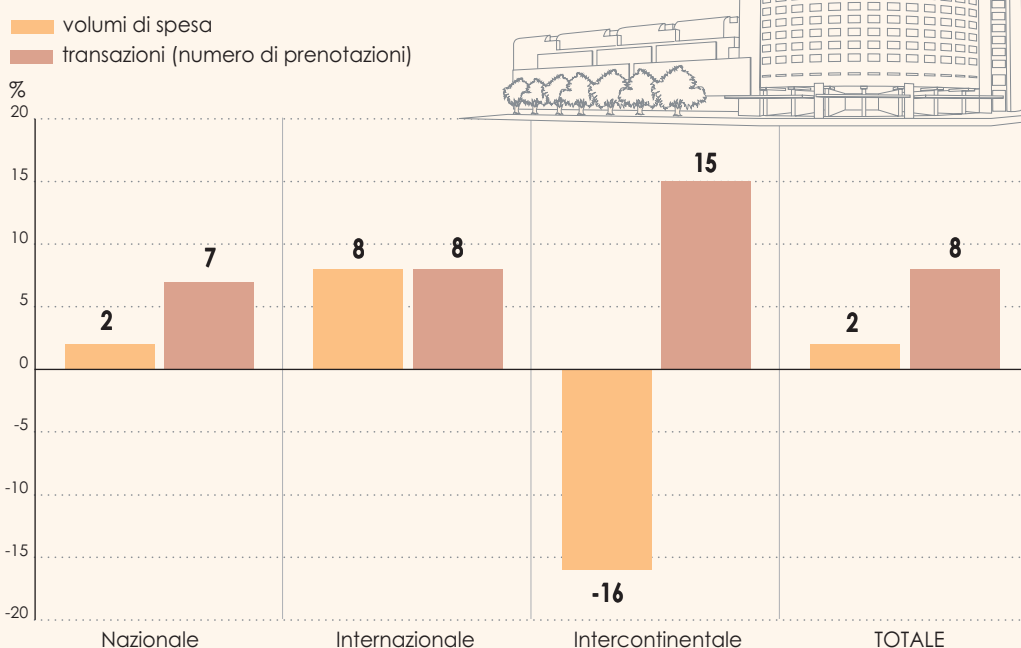
Complessivamente i volumi di spesa di biglietteria aerea appaiono in crescita del 2,5% a fronte di un aumento del numero di transazioni del 5,8%. Il maggior incremento si registra nei voli intercontinentali (+6,3% i volumi e +7,9% le transazioni); assai significativo è l'andamento dei voli internazionali, dove a fronte di una crescita del numero delle transazioni dell'8,9% si registra una diminuzione dei volumi dell'1,1% (addirittura -3,1% escludendo le tasse). Sui voli nazionali (+3,9% in termini di transazioni) la riduzione tariffaria è annullata dalla forte incidenza delle tasse (-1,9% i volumi senza tasse e +3,7% i volumi tasse incluse).

Dinamica spesa aerea: variazione 1° sem. 2007 su 1° sem. 2006



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

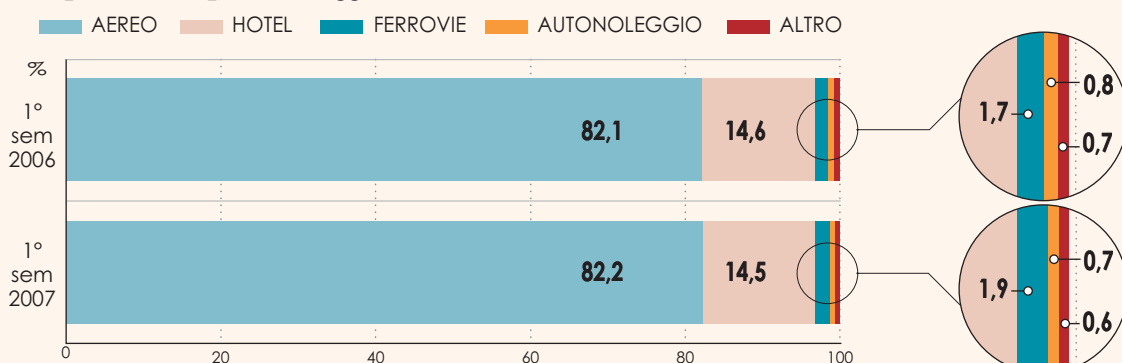
Dinamica spesa hôtellerie: variazione 1° sem. 2007 su 1° sem. 2006



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Complessivamente il numero delle transazioni aumenta dell'8% a fronte di un aumento dei volumi del 2%. Si conferma il trend di contenimento delle spese, in particolare per quanto riguarda le trasferte intercontinentali, dove le transazioni aumentano del 15% mentre i volumi calano del 16%. In ambito nazionale a un +7% del numero delle transazioni corrisponde un +2% dei volumi.

Ripartizione spesa di viaggio 1° sem. 2007 su 1° sem. 2006

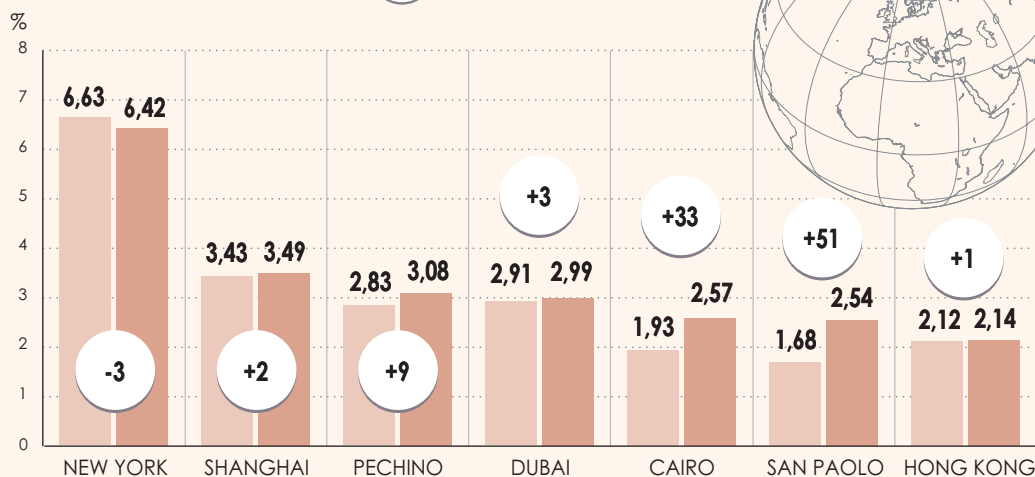


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Per quanto riguarda il mix di spesa l'incidenza della biglietteria aerea sul totale delle spese di viaggio continua a rappresentare l'82,2%, mentre il peso dell'hôtellerie e delle altre voci di costo (ferrovie e autonoleggio) rimane pressoché invariato.

Principali destinazioni intercontinentali

1°sem 2006 1°sem 2007 % variazione quota di mercato

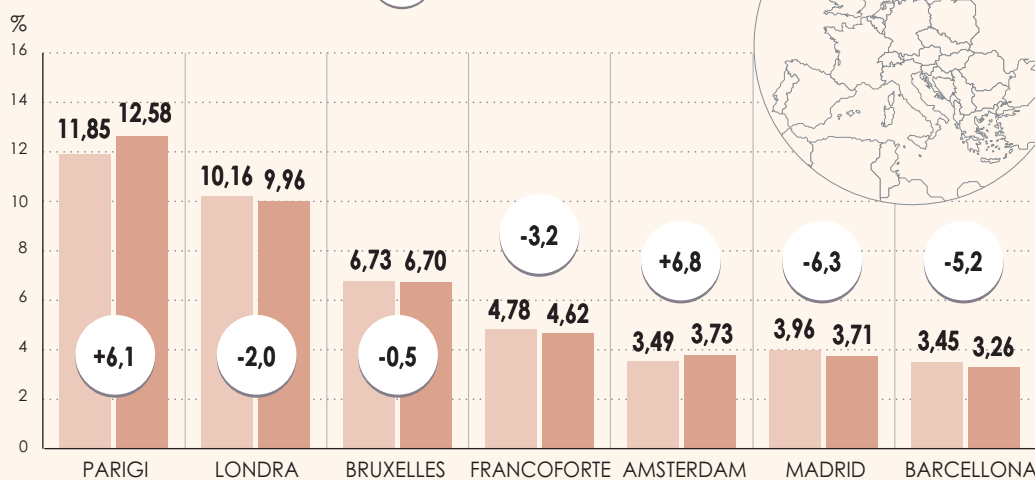


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

A livello di destinazioni raggiunte, New York cala del 3%. Salgono le destinazioni cinesi (+2% Shanghai e +9% Pechino); cresce Dubai (+3%) e per la prima volta entrano nella top ten Il Cairo (+33%) e San Paolo (+51%).

Principali destinazioni internazionali

1°sem 2006 1°sem 2007 % variazione quota di mercato

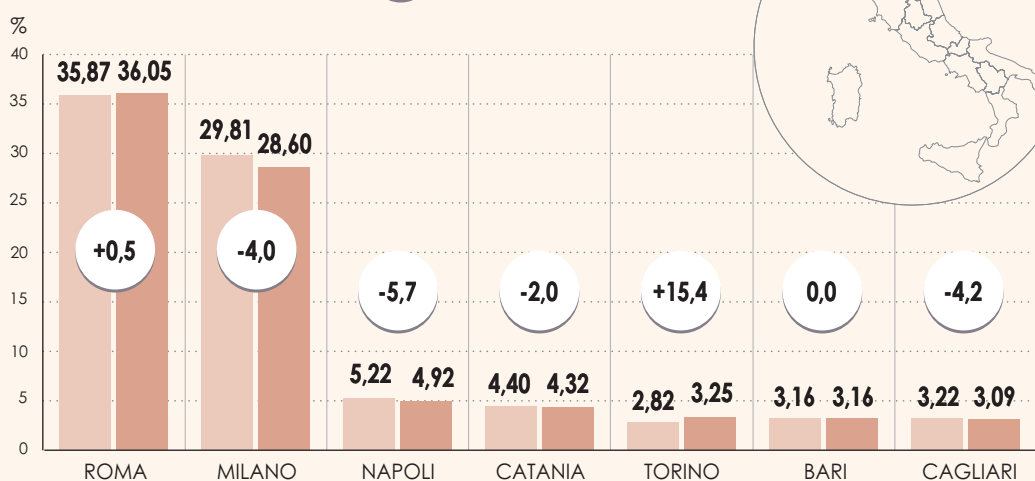


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Parigi, Londra e Bruxelles si confermano ai vertici della classifica delle destinazioni europee; da notare però il progressivo aumento di peso della capitale francese (+6,1%) a fronte di un calo della capitale inglese (-2%) e belga (-0,5%). Marcata la diminuzione di Francoforte e delle città spagnole (-6,3% Madrid e -5,2% Barcellona).

Principali destinazioni nazionali

1°sem 2006 1°sem 2007 % variazione quota di mercato



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

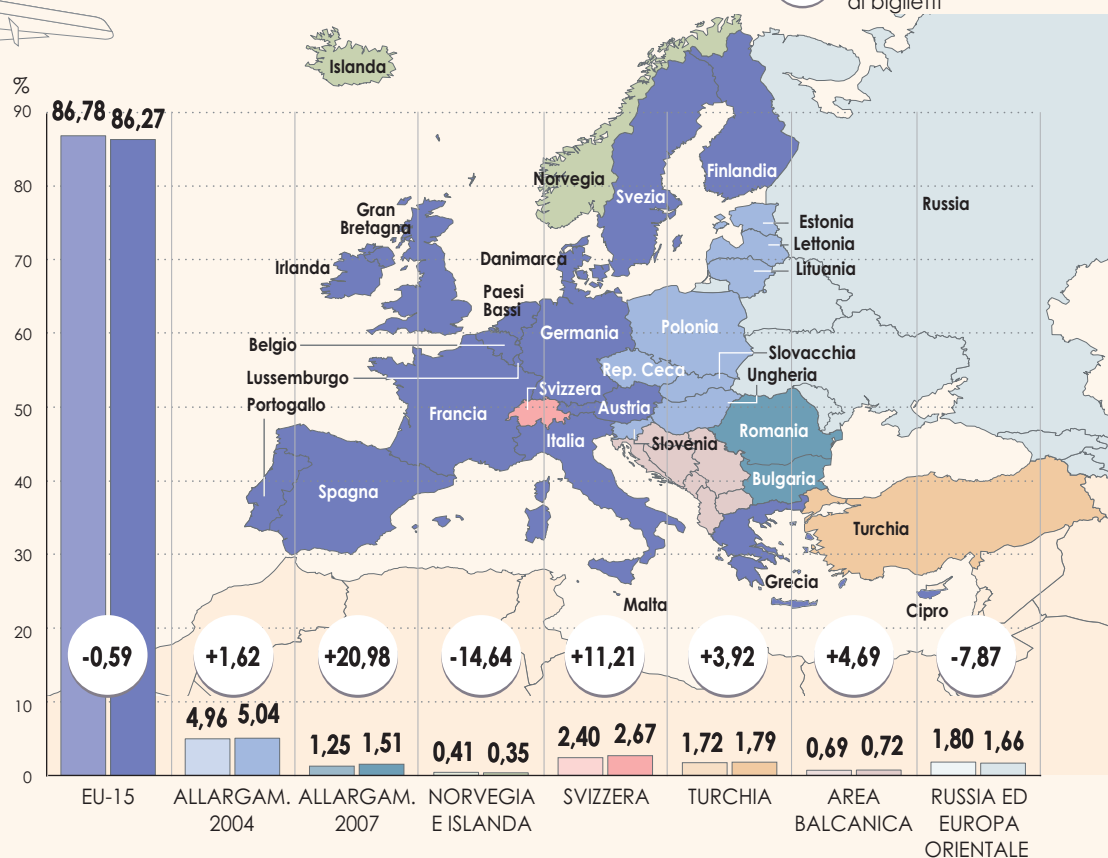
Roma rimane la prima destinazione nazionale e allunga le distanze da Milano, che perde il 4%. Stabili o in calo anche le altre destinazioni nazionali, ad eccezione di Torino che segna +15,4%.

COMPOSIZIONE DEL TRAFFICO PER AREA DI DESTINAZIONE

Mercato internazionale

1°sem 2006 1°sem 2007

% variazione quota di mercato per numero di biglietti

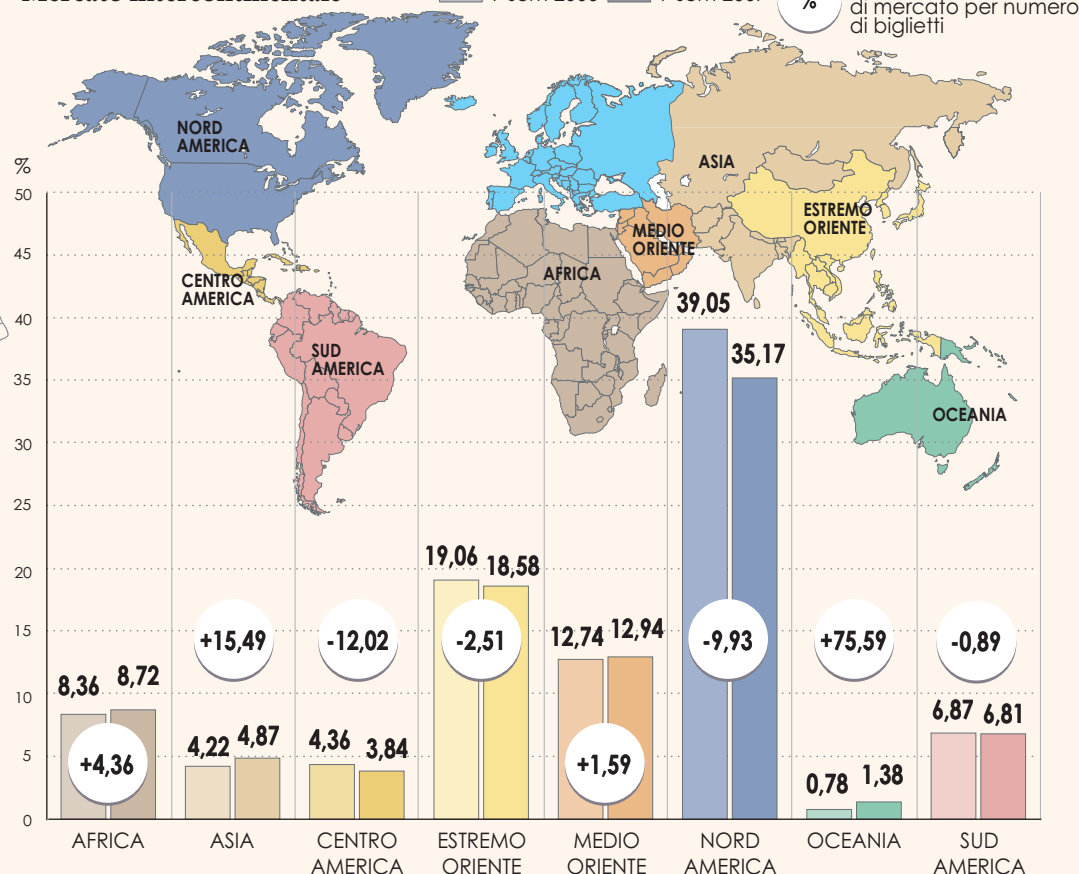


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Mercato intercontinentale

1°sem 2006 1°sem 2007

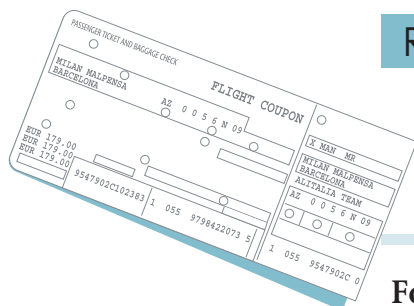
% variazione quota di mercato per numero di biglietti



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Esaminando le direttrici di traffico all'interno dell'Europa, notiamo un forte incremento delle trasferte in direzione dei paesi recentemente entrati a far parte dell'Ue (+20,98%) o in fase di sviluppo economico (area balcanica e Turchia). Significativa anche la crescita in direzione della Svizzera (+11,21%).

Dal punto di vista delle macroaree geografiche sono in netto calo i viaggi verso il Nord e Centro America a vantaggio delle destinazioni emergenti dell'Estremo Oriente, dell'area mediorientale e del continente africano.



Focus sulla biglietteria aerea

Come abbiamo visto, il traffico aereo è in decisa ripresa con un sensibile aumento della domanda passeggeri alimentata in larga misura dal business travel.

A livello tariffario prosegue il trend di diminuzione del costo medio della trasferta - già evidenziata nella survey dello scorso anno - con un sempre più accentuato ricorso da parte delle aziende alle tariffe economy low yield (letteralmente a bassa contribuzione, comprendono le tariffe con elevate restrizioni, tariffe promozionali e speciali e tariffe con bassa disponibilità) la cui incidenza sul totale dei biglietti nazionali emessi sale dal 46% del primo semestre 2006 al 53% del corrispondente periodo dell'anno in corso.

Anche a livello di voli internazionali aumenta l'utilizzo delle economy low yield fares, che passano da una quota del 47% del primo semestre 2006 all'attuale 50%. Diminuisce di conseguenza l'incidenza delle tariffe di classe business (dal 14 al 12%) e le economy high yield (ossia le tariffe di economy piene e corporate con vincoli ridotti) che passano dal 39 al 38%.

Il nuovo mix di destinazioni con una flessione dei voli verso gli Stati Uniti e una crescita delle trasferte in ambito mediorientale determina un calo delle tariffe business e high yield anche sui collegamenti intercontinentali, dove le economy low yield arrivano a rappresentare il 42,2%. Ricordiamo, infatti, che spesso le travel policy delle aziende consentono l'utilizzo della classe business soltanto per i voli superiori alle quattro o cinque ore.

Se a livello di collegamenti domestici la quota dei vettori low cost è ancora contenuta (2,95% dei biglietti contro l'1,72% dello stesso periodo del 2006), comincia a diventare significativa a livello di voli internazionali, dove sale dal 3 al 4,65%.

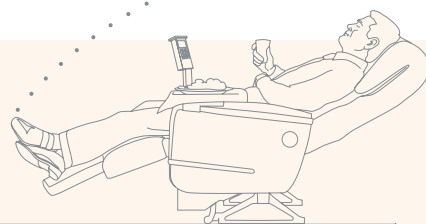
Nei collegamenti interni il prezzo medio del biglietto segna complessivamente +1,32% con più consistenti rincari sulla tratta Roma-Torino (+5,98%) e Roma-Milano (+3,57%), mentre cala la Milano-Napoli (-2,35%). In tutti i casi, però, il rialzo è imputabile al marcato incremento della componente tasse, mentre le tariffe vere e proprie sono in flessione.

La forte competizione spinge in giù (-4,81%) il costo medio per biglietto aereo sulle tratte internazionali. Più modesto sulla rotta Milano-Parigi (-2,89), il calo raggiunge -6,72% sulla Milano-Londra e -4,06 sulla Milano-Bruxelles.

Le tariffe dei voli intercontinentali sono in leggerissima crescita (+1,74%), ma in questo caso la componente tasse non è così determinante. Consistente l'aumento delle tariffe sulla tratta Milano-Pechino (+8,17%) e Roma-New York (+8,67%). Unica eccezione il Milano-Dubai dove i prezzi scendono dell'11,71% ■

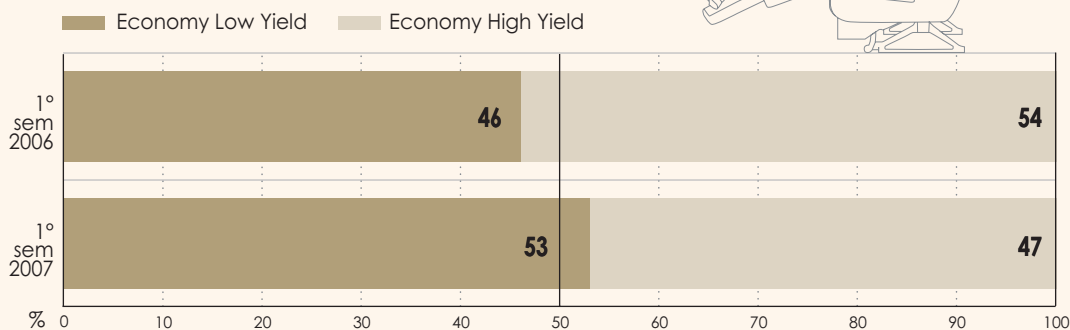
TRASPORTO AEREO: CLASSI TARIFFARIE

Per economy low si intendono le tariffe con elevate restrizioni, le tariffe promozionali, speciali e con bassa disponibilità. Le economy high sono le tariffe con basse restrizioni, le corporate e le tariffe cosiddette "piene". Le business high yield comprendono tutte le business (incluse le corporate).



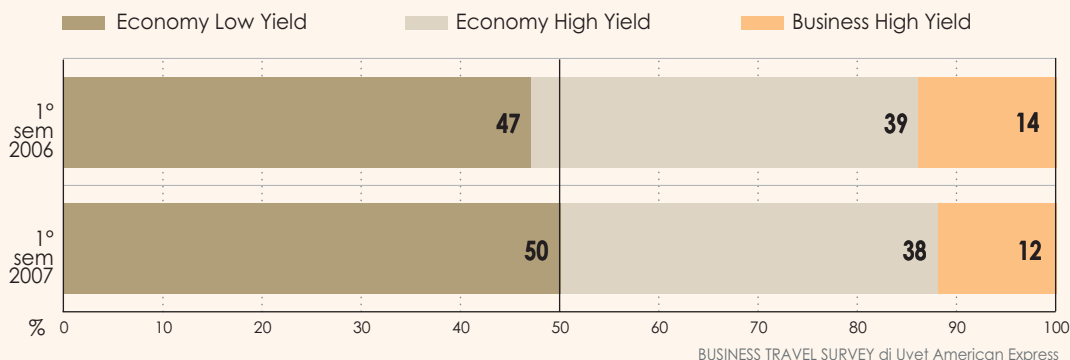
Distribuzione spesa aerea: mercato nazionale (per numero di biglietti emessi)

Sui voli nazionali l'incidenza delle tariffe economy low yield sale dal 46% del 1° semestre 2006 al 53% del corrispondente periodo dell'anno in corso.



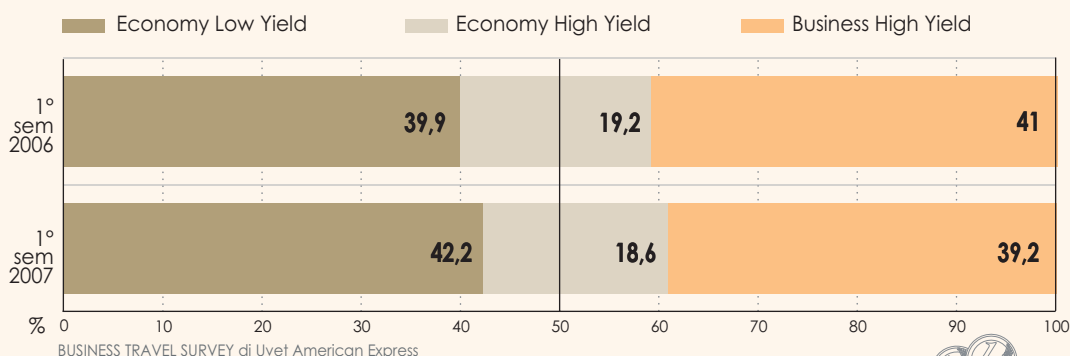
Distribuzione spesa aerea: mercato internazionale (per numero di biglietti emessi)

Anche a livello di voli internazionali aumenta l'utilizzo delle economy low yield fares, che passano a una quota del 47% del primo semestre 2006 all'attuale 50%. Diminuisce l'incidenza delle tariffe business (dal 14 al 12%) ed economy high yield (dal 39 al 38%).



Distribuzione spesa aerea: mercato intercontinentale (per numero di biglietti emessi)

Il nuovo mix di destinazioni con una flessione dei voli verso gli Stati Uniti e una crescita delle trasferte in ambito mediorientale determina un calo delle tariffe business e high yield anche sui collegamenti intercontinentali, dove le economy low yield arrivano a rappresentare il 42,2%.

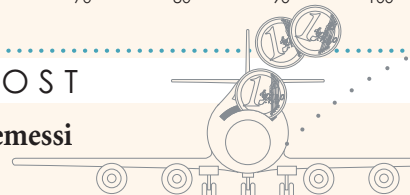
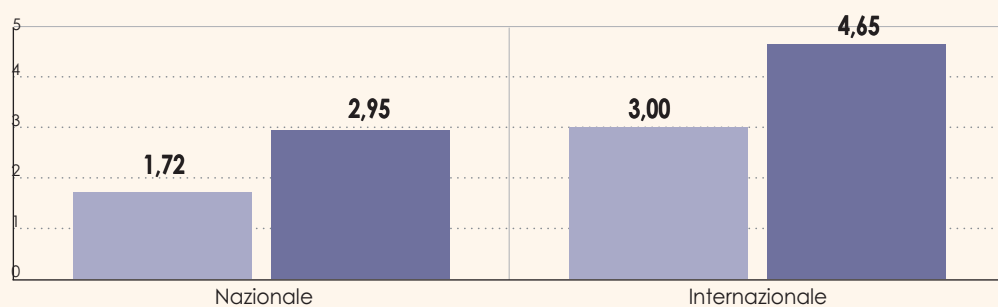


IL PESO DEI VETTORI LOW COST

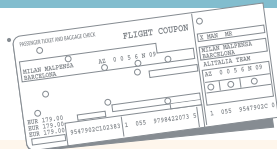
Incidenza dei vettori low cost per numero di biglietti emessi

Se a livello di collegamenti domestici la quota dei vettori low cost è ancora contenuta (2,95%), comincia a diventare significativa a livello di voli internazionali, dove rappresentano il 4,65% sul totale dei biglietti emessi contro il 3% dello stesso periodo del 2006.

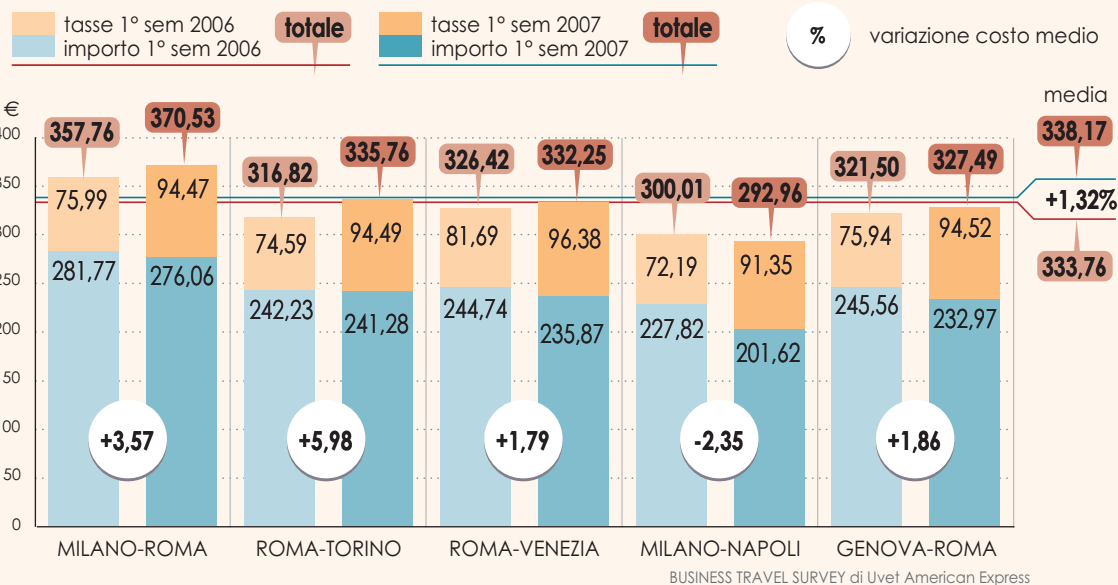
% 1° sem 2006 1° sem 2007



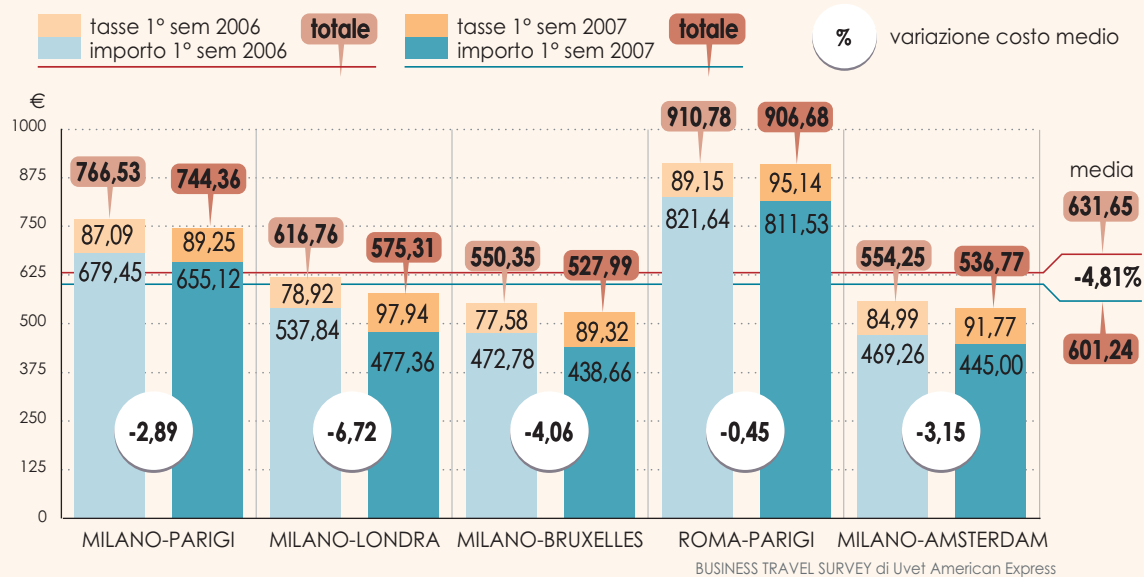
PREZZO DEL BIGLIETTO AEREO



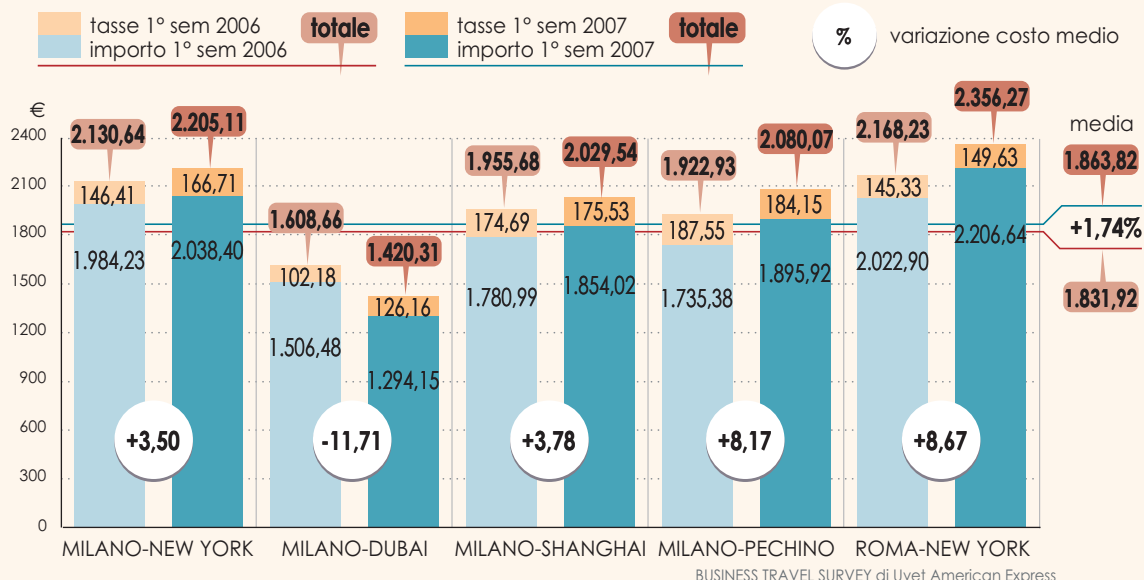
Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte nazionali



Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte internazionali



Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte intercontinentali





Le spese di hôtellerie

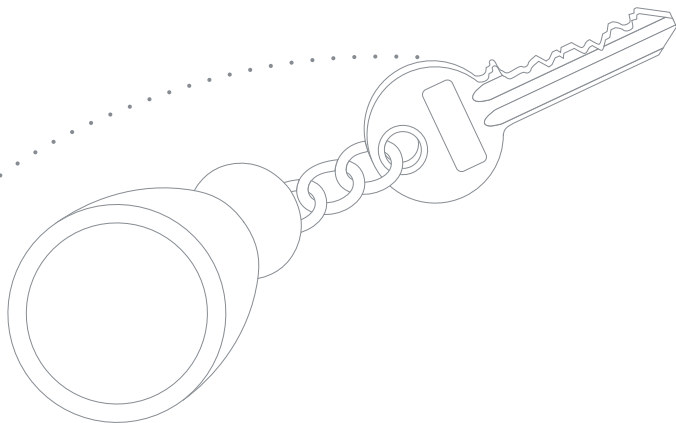
Come abbiamo visto all'aumento del numero delle transazioni fa riscontro il calo rispetto al primo semestre 2006 dei volumi di spesa, dovuto soprattutto a un maggior impegno nell'ottimizzazione delle spese alberghiere.

La tendenza della aziende a risparmiare sui costi è confermata dall'analisi dei dati relativi alla tipologia di albergo selezionata: i 4 stelle sono ancora la soluzione di gran lunga più utilizzata (74,62% per room night con un'incidenza sui volumi del 75,44%), ma cresce l'utilizzo dei 3 stelle e perfino dei 2 stelle.

Pressoché stabili le tariffe alberghiere in Italia nel primo semestre di quest'anno, pur con differenze sensibili da una città all'altra. Ad esempio a Milano il costo medio di una room night sale dell'8,5% raggiungendo 143,56 euro. In salita Genova (+6,2%) e in calo Napoli (-5,7%).

Complessivamente in rialzo del 4,1% il costo medio di una room night nelle città europee con sensibili differenze da una capitale all'altra. Gli incrementi più vistosi a Londra (+13,3%), Barcellona (+10%) e Berlino (6,6%); in forte discesa Amsterdam (-23,4%).

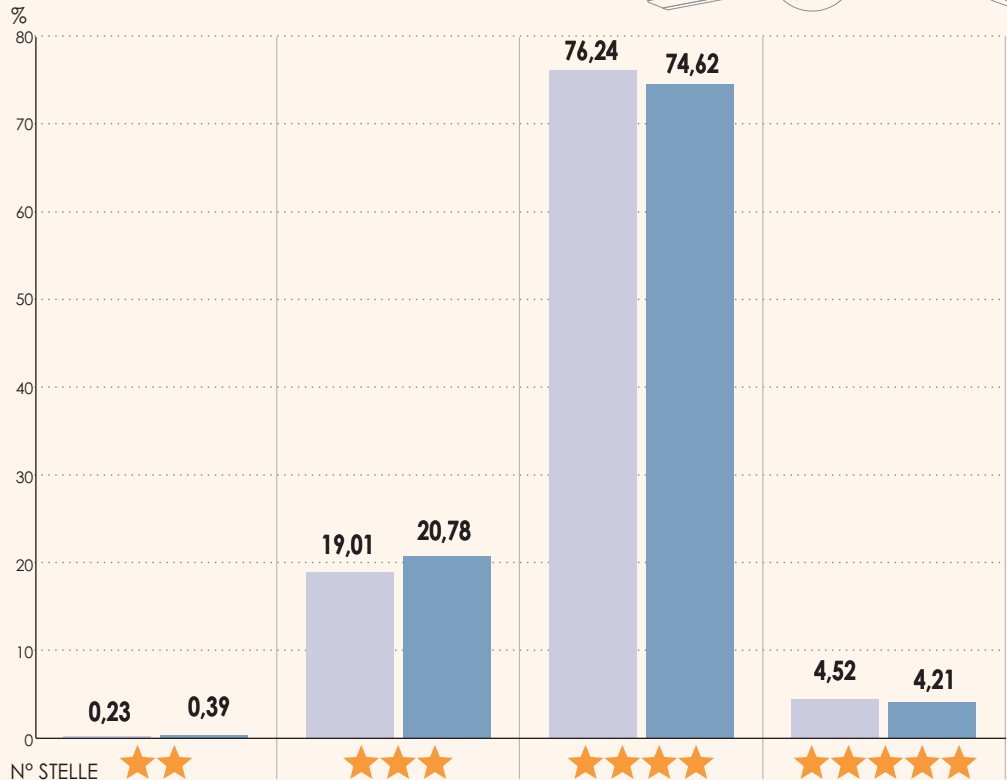
Le aziende del campione selezionato diminuiscono complessivamente del 13,5% il costo medio dei loro pernottamenti nelle destinazioni extraeuropee, pur con notevoli differenze da una città all'altra. Marcato l'incremento su Abu Dhabi, Il Cairo, Dubai e Shangai ■



DISTRIBUZIONE ROOM/NIGHT E VOLUMI DI SPESA

Distribuzione room night nazionali per numero di stelle

1° sem 2006 1° sem 2007

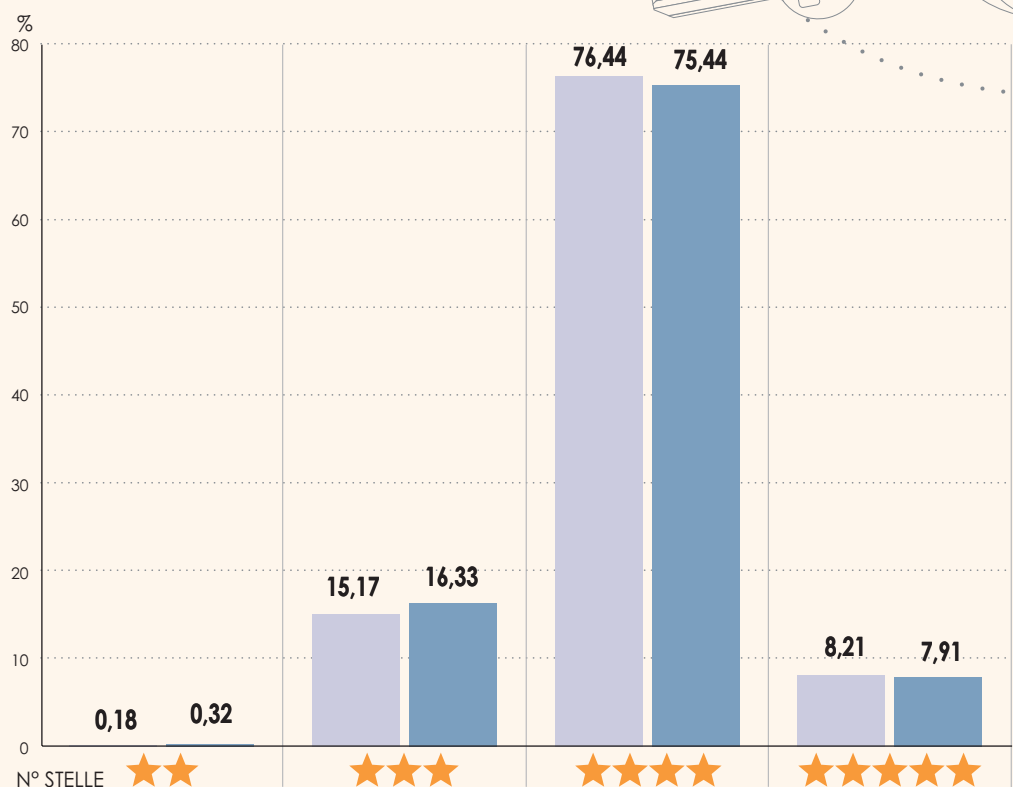


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Sebbene gli alberghi a 4 stelle siano ancora la soluzione di gran lunga più utilizzata dai viaggiatori d'affari (74,62% dei pernottamenti), cresce l'utilizzo dei 3 stelle (da 19,01 a 20,78%) e perfino dei 2 stelle.

Distribuzione volumi di spesa nazionale per numero di stelle

1° sem 2006 1° sem 2007



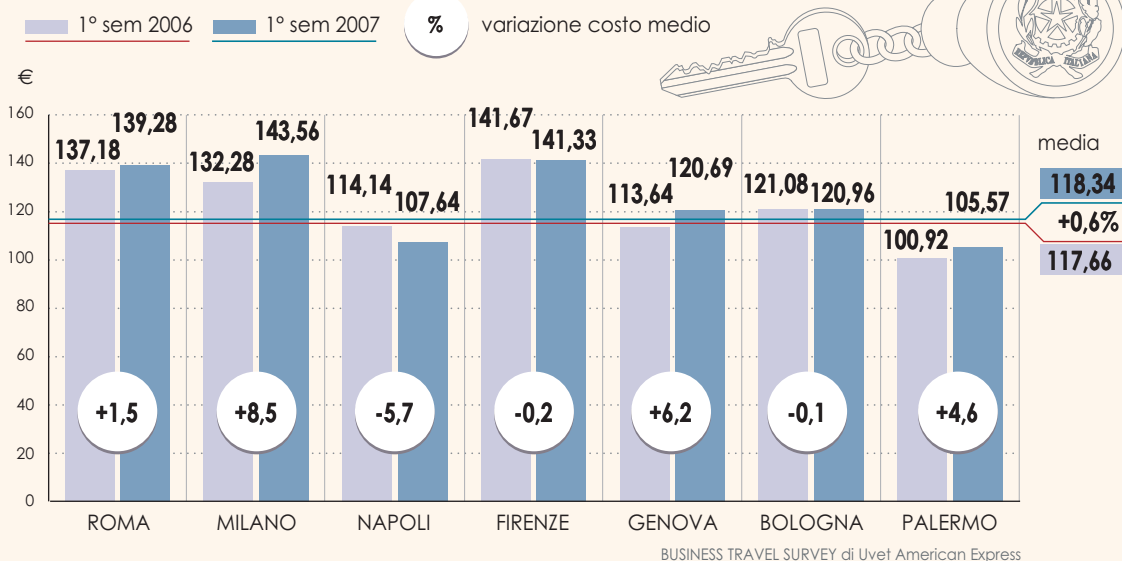
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Anche la ripartizione della spesa di hôtellerie rispecchia il trend di progressiva diminuzione del costo medio delle trasferte: in calo i volumi dei 5 stelle (da 8,21 a 7,91%) e dei 4 stelle (da 76,44 a 75,44%).

HÔTELLERIE: ANDAMENTO TARIFFARIO

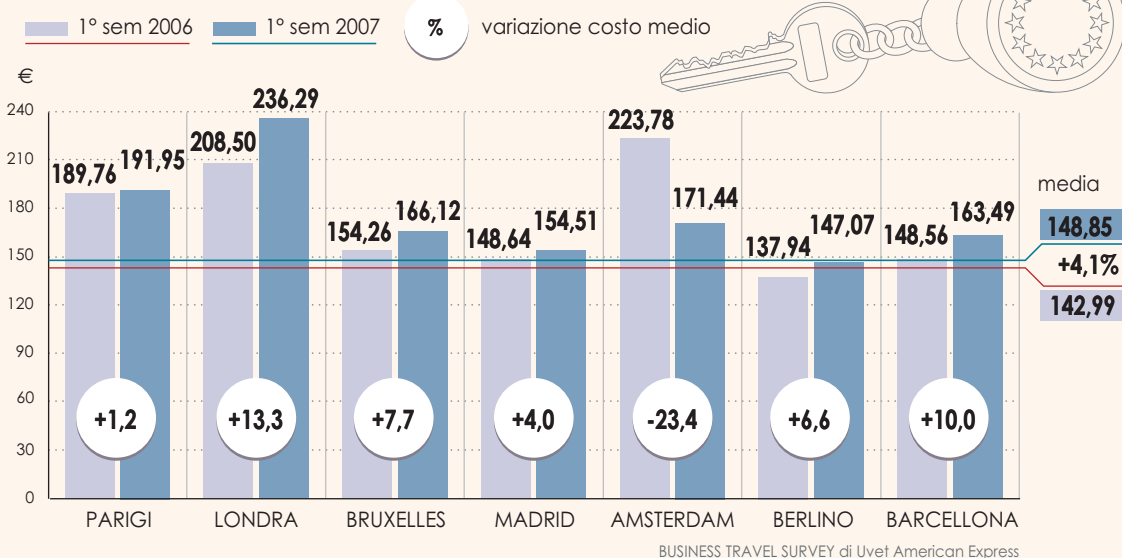
Per costo medio room/night si intende il costo medio per camera a notte.

Costo medio per room/night (in €) nelle principali destinazioni nazionali



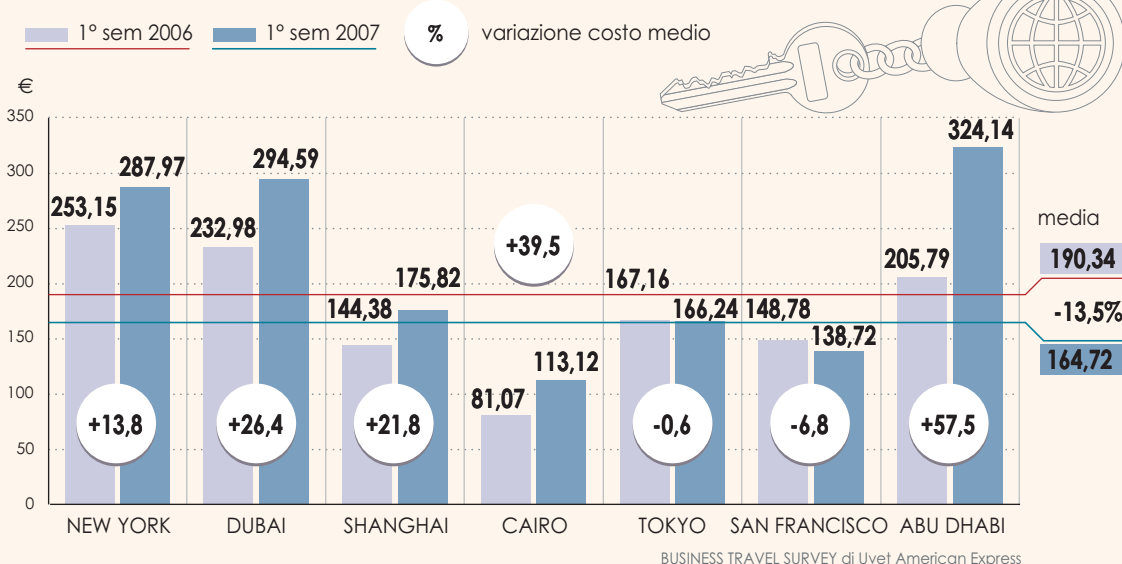
Pressoché stabili le tariffe alberghiere in Italia nel primo semestre di quest'anno, pur con differenze sensibili da una città all'altra. Ad esempio a Milano il costo medio di una room night sale del +8,5% raggiungendo 143,56 euro. In salita Genova (+6,2%) e in calo Napoli (-5,7%).

Costo medio per room/night (in €) nelle principali destinazioni internazionali



Complessivamente in rialzo del 4,1% il costo medio dei pernottamenti nelle città europee. Gli incrementi più vistosi a Londra (+13,3%), Barcellona (+10%) e Berlino (6,6%); in forte discesa Amsterdam (-23,4%).

Costo medio per room/night (in €) nelle principali destinazioni intercontinentali



Le aziende del campione selezionato diminuiscono complessivamente del 13,5% il costo medio dei loro pernottamenti nelle destinazioni extraeuropee, pur con notevoli differenze da una città all'altra. Marcato l'incremento su Abu Dhabi, Il Cairo, Dubai e Shanghai.