

PRIMO SEMESTRE 2008: RALLENTANO I VIAGGI D'AFFARI

Nel corso del primo semestre 2008 si evidenzia un rallentamento della crescita delle spese di viaggio. Le spese aeree totali si riducono ed in particolare emerge una diminuzione dei voli internazionali ed una riduzione dei costi medi delle trasferte. Un maggiore utilizzo della classe di servizio economy e delle tariffe low yield completa il quadro dei servizi aerei. Per quanto riguarda

le altre categorie di spesa, si registra un incremento dei volumi, in particolare relativi a hotel e rail, confermando una tendenza già in atto negli anni precedenti. Il rallentamento della crescita economica, manifestatosi già nel corso del primo semestre 2008, ha rafforzato l'attenzione da parte delle aziende verso una più efficiente gestione delle spese di viaggio. Alcune aziende han-

no reagito alla necessità di contenimento dei costi intensificando l'utilizzo delle metodologie del travel management. Si è così assistito ad un ampliamento delle componenti di spesa inserite nella travel policy, ad una più accurata pianificazione delle trasferte ed un più diffuso uso delle tariffe negoziate.

Uvet American Express

SOMMARIO

IL CAMPIONE UVET AMEX:

- La composizione.....PAG. 2

TENDENZE GENERALI DI SPESA:

- Principali trend di mercato;
- Le trasferte.....PAG. 3
- Spese e costo medio.....PAG. 4

PRINCIPALI TREND DI MERCATO:

- Focus Air 1.....PAG. 5
- Focus Air 2.....PAG. 6
- Focus Air 3.....PAG. 7
- Focus Hôtelierie.....PAG. 8
- Focus Treno.....PAG. 9
- Mix di spesa e strumenti di pagamento.....PAG. 10

LE PRINCIPALI DESTINAZIONI DI VIAGGIO:

- La composizione per destinazione di viaggio.....PAG. 11
- Mete intercontinentali.....PAG. 12
- Mete europee.....PAG. 13
- Mete italiane.....PAG. 14

RIFLESSIONI SUL TRASPORTO AEREO:

- Biglietteria e tariffe 1.....PAG.15
- Biglietteria e tariffe 2.....PAG.16
- Dinamica prezzi High Yield e Low Yield - rotte nazionali.....PAG.17
- Dinamica prezzi High Yield e Low Yield - rotte europee.....PAG.18
- Dinamica prezzi High Yield e Low Yield - rotte intercont.....PAG. 19
- Componenti tariffarie.....PAG. 20

RIFLESSIONI SULLE SPESE DI HÔTELLERIE:

- Dinamica per volumi e room nights.....PAG. 21
- Distribuzione per categoria ricettiva e costo medio room night.....PAG. 22
- Costo medio room night-varie destinazioni.....PAG. 23

TREND DI SPESA

Rallenta la crescita delle spese di viaggio

Cresce la componente Hotel e rail nel mix gestito

Crescono la spesa ferroviaria sia in volumi che in biglietti



HÔTELLERIE

Aumenta il numero di aziende che inseriscono la gestione hôtelierie nella travel policy

BIGLIETTERIA AEREA

Volumi

Rallenta la crescita delle trasferte aeree, diminuisce il volume di spesa generale

Si riduce il numero e la durata delle trasferte intercontinentali

Prezzi

Si riduce il costo medio del biglietto sulle tratte europee ed intercontinentali

Aumento di tasse e surcharge sui voli nazionali

PREZZI

Aumenta la spesa ed il numero di room nights

Aumenta il peso degli alberghi esteri



TARIFFE

LOW YIELD

in crescita l'utilizzo delle tariffe con restrizioni

ECONOMY

incremento dell'uso della economy sui voli europei ed intercontinentali

COSTO ROOM/NIGHT

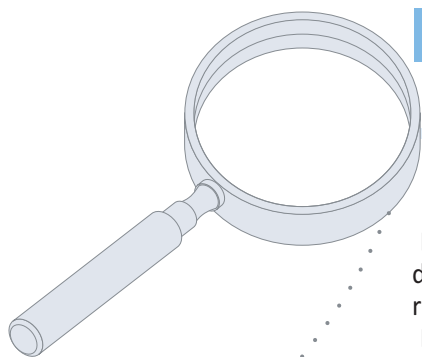
Italia

In crescita la media nazionale



Estero

stabile la media europea, in diminuzione la media intercontinentale



La composizione

L'analisi si focalizza sui dati relativi al 1° semestre 2008, ma - al fine di evidenziare meglio i trend di spesa delle aziende e l'andamento del mercato - viene proposto un confronto con i valori riguardanti gli anni 2006 e 2007.

Per rendere obiettivo il confronto con il periodo di osservazione più recente, in molte aree di analisi si sono presi in esame i dati semestrali anziché annuali così da neutralizzare eventuali effetti della variabile stagionale.

Il campione dell'indagine è costituito da 700 aziende clienti di Uvet American Express Corporate Travel con un volume annuo di spese di viaggio compreso tra i 20mila e i 15 milioni di euro, caratterizzate da una continuità di rapporto con l'azienda nell'intervallo di tempo considerato.

E' quindi un'indagine su un aggregato stabile e rilevante di clienti che fornisce indicazioni sulle principali tendenze del Business Travel in Italia.

Il campione Uvet Amex è composto da aziende appartenenti al settore manifatturiero e del terziario e operanti in segmenti di mercato eterogenei: dall'ICT al settore elettronico, dal comparto meccanico al chimico/farmaceutico, dall'alimentare alla moda, dal settore bancario/finanziario al mercato assicurativo e della consulenza. Se si considerano i macro-aggregati, il campione è concentrato in due aree di attività: il 47% delle aziende appartengono all'industria, il 40% al comparto dei servizi.

Alcune aziende del campione sono presenti in Italia con diverse sedi, filiali e/o unità produttive. Le aziende prese in esame sono localizzate, in particolare, nelle due principali città italiane: il 39% ha la propria sede principale a Milano, il 31% a Roma.

Una quota importante, pari al 30% delle aziende del campione, è composta da società multinazionali presenti con proprie strutture in più Paesi del mondo.

Il campione è costituito per il 67% da aziende di grandi dimensioni, che superano cioè i 2,5 milioni di euro annui di spesa; per il 25% da imprese di medie dimensioni (con una spesa compresa tra 500mila euro e 2,5 milioni di euro), mentre l'8% è costituito da aziende di piccole dimensioni, con una spesa di viaggio inferiore ai 500mila euro.

a) Il campione, in termini di numerosità, è composto per il 70% da aziende nazionali e per il 30% da aziende multinazionali.

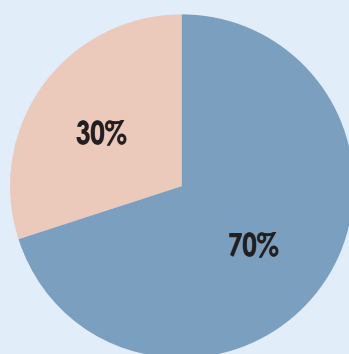
b) Il campione, in termini di volumi, è composto per il 67% da imprese di grandi dimensioni, con una spesa per il business travel di oltre 2,5 milioni di euro, per il 25% da aziende di medie dimensioni (con una spesa annua >500mila euro e <2,5 milioni di euro) e per il restante 8% da aziende di piccole dimensioni che non superano i 500mila euro per le spese legate al business travel.

c) Il 39% dei volumi complessivi è rappresentato da aziende che hanno la propria sede principale a Milano, il 31% a Roma.

d) Il 47% dei volumi complessivi è costituito da imprese che operano nel settore dell'industria e per il 40% nei servizi. Il 13% appartiene alla categoria "altri" che comprende commercio e trasporti

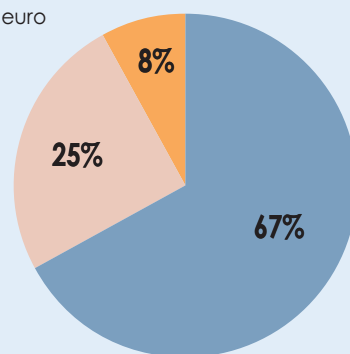
a) Tipologia aziendale

Local Multinational



b) Dimensione

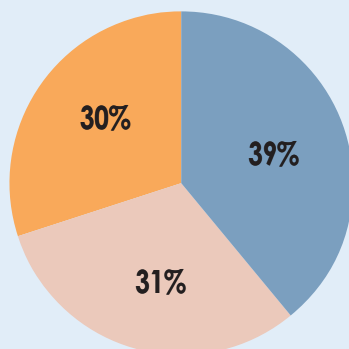
Large > 2,5 milioni di euro
Medium >500mila e < 2,5 milioni di euro
Small <500mila euro



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

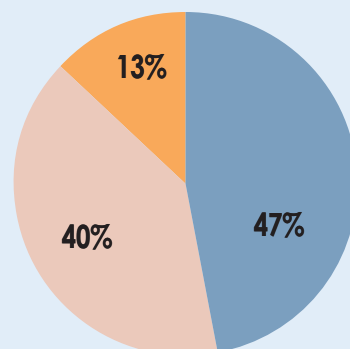
c) Localizzazione della sede

Milano Roma Altri



d) Settore

Industria
Servizi
Altri



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



TENDENZE GENERALI DI SPESA

Principali trend di mercato

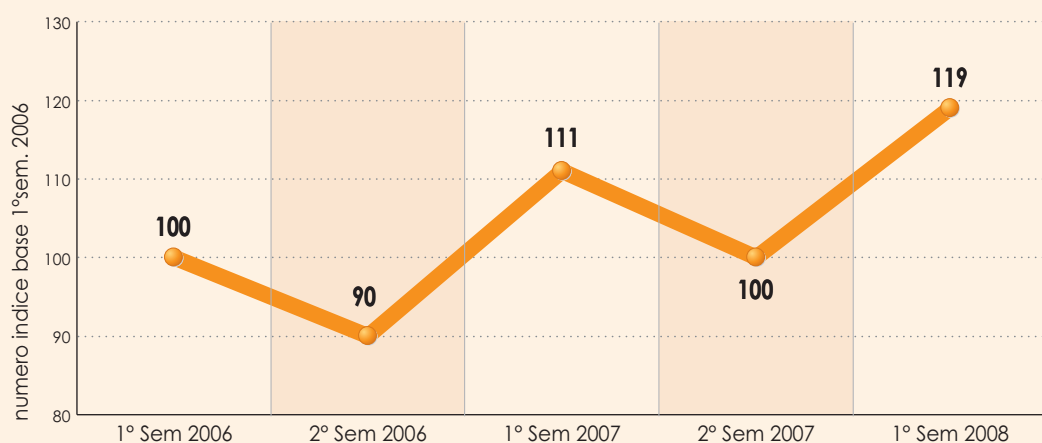
Si conferma il trend di crescita del numero di trasferte registrato anche nell'edizione precedente della Business Travel Survey: nel 1° semestre 2008 il numero dei viaggi d'affari è aumentato del 19% rispetto al 1° semestre 2006 e del 7,2% rispetto al corrispondente periodo del 2007.

Le aziende italiane viaggiano di più lungo tutto l'arco dell'anno: in crescita anche il numero di spostamenti nel 2° semestre 2007 che raggiunge i livelli del 1° semestre 2006.

Alla crescita del numero di viaggi corrisponde una sostanziale stabilità della durata media degli spostamenti sul territorio nazionale (che passa da 1,9 a 2 giorni) ed europeo (che rimane stabile a 3,6 giorni) e una contrazione di quelli intercontinentali (-13,9%) che passano da 10,4 a 9,0 giorni. ►

Andamento del numero di Trasferte

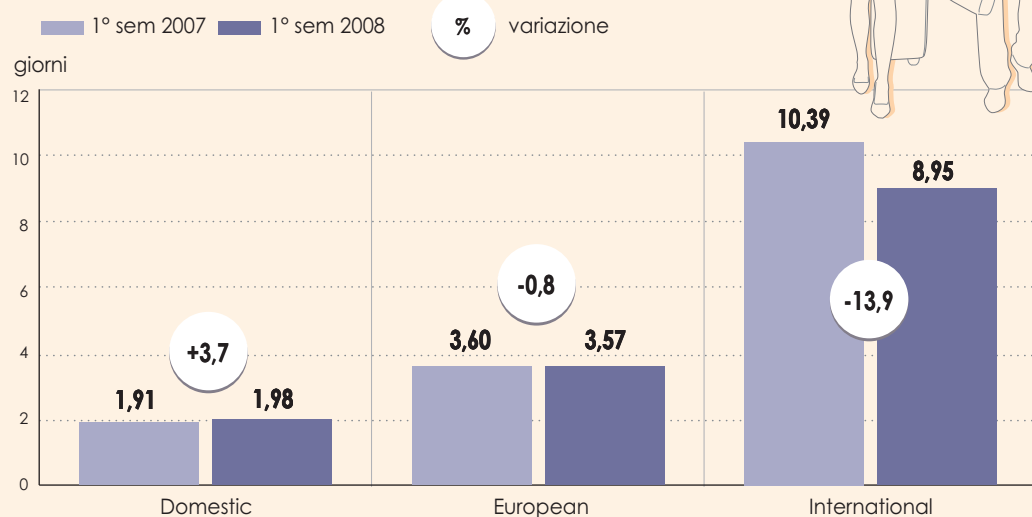
Il trend di crescita del numero di trasferte si conferma anche nel 1° semestre 2008, che registra un incremento del 19% rispetto al 1° semestre 2006. Questa dinamica ha riguardato anche il 2° semestre del 2007 che si attesta ai valori del 1° semestre 2006. Questo significa che l'incremento del numero di trasferte non ha riguardato esclusivamente alcuni periodi ma si è distribuito lungo tutto l'arco dell'anno.



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Durata media della trasferta

Nel primo semestre del 2008 i dati relativi al nostro campione evidenziano una sostanziale stabilità della durata media delle trasferte nazionali (2 giorni) ed europee (3,6 giorni); in sensibile diminuzione la durata media delle trasferte intercontinentali che passano da 10,4 giorni nel 1° semestre 2007 a 9,0 giorni nel 1° semestre 2008, registrando così una riduzione del 13,9%.



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



TENDENZE GENERALI DI SPESA

Principali trend di mercato

Questi dati portano a due considerazioni principali.

Le aziende del campione non rinunciano ai viaggi d'affari, indispensabili per competere in un mercato globale, ma razionalizzano e gestiscono meglio il tempo.

Le aziende del campione non rinunciano ai rapporti "personali" con clienti e fornitori: i viaggi d'affari non possono essere sostituiti dalle nuove tecnologie (video conferenze, mail, conference call, etc.) che "tuttavia" sono un indispensabile strumento tecnologico di supporto al business.

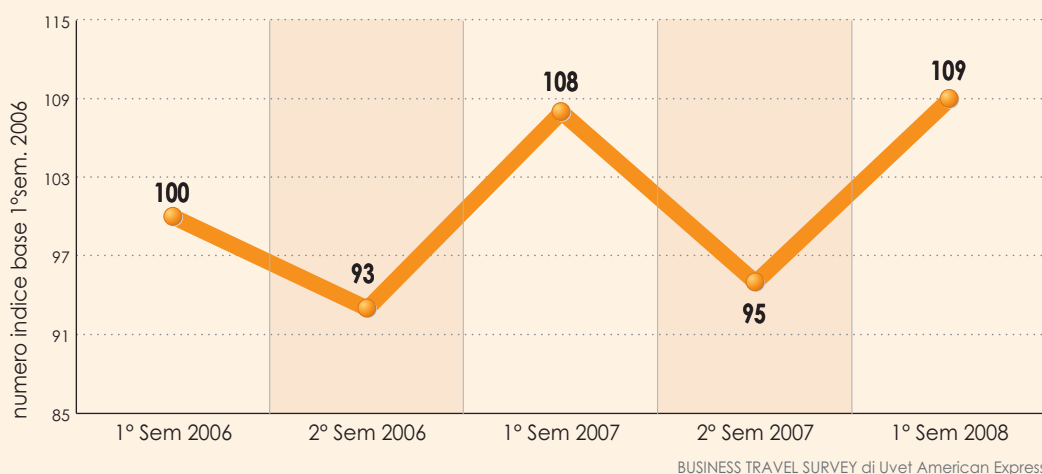
Alla crescita del numero di trasferte si contrappone il rallentamento della dinamica di crescita della spesa per viaggi d'affari.

Nell'ultimo triennio, infatti, si registra un progressivo rallentamento della dinamica di crescita delle spese di viaggio, che raggiungono una sostanziale stabilità nel 2008.

Le dinamiche descritte portano ad una sensibile riduzione del costo medio per trasferta che passa da 350 euro del 2006 a 321 euro del 2008 (-8,3%).

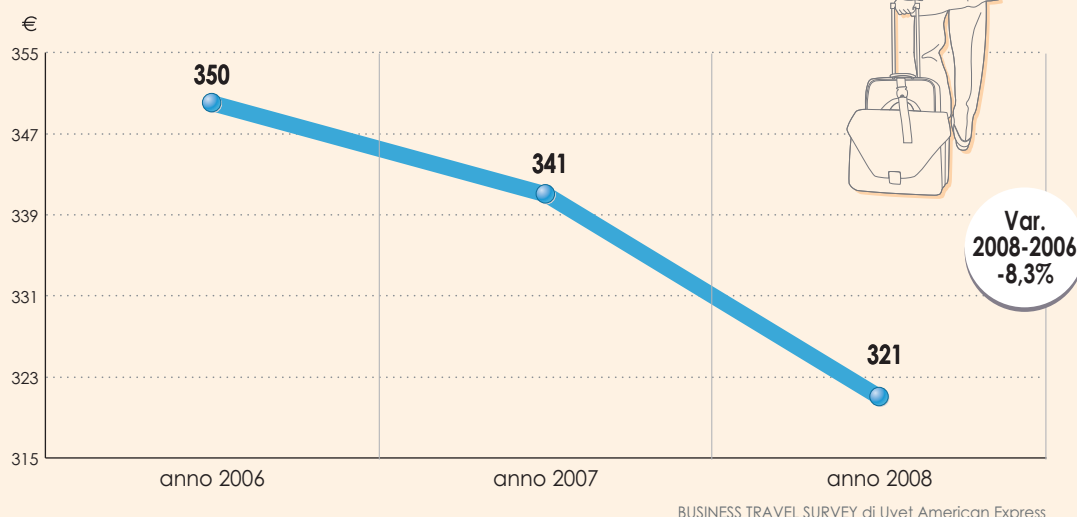
La dinamica di crescita, che ha caratterizzato la spesa per viaggi d'affari delle aziende del nostro campione, ha subito un forte rallentamento, soprattutto nell'ultimo anno. Nonostante le spese siano aumentate rispetto al 2006 (+9%), si nota che rispetto allo stesso periodo dello scorso anno l'incremento relativo è stato appena dello 0,9%, in controtendenza rispetto alla dinamica registrata dal 2006 al 2007 (+8%).

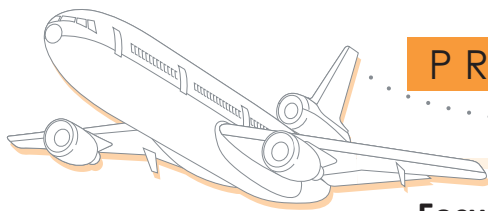
Andamento delle spese di viaggio



Costo medio per trasferta (in euro)

L'aumento del numero di trasferte, la sostanziale stabilità della durata media, il rallentamento della crescita delle spese di viaggio, hanno portato ad una riduzione del costo medio per trasferta che ha registrato una riduzione dell'8,3% dal 2006 al 2008 ed è passato da 350 euro a 321 euro. Il calo più significativo è avvenuto proprio nell'ultimo anno (-5,9%).





PRINCIPALI TREND DI MERCATO

Focus Air

Complessivamente, i volumi di spesa di biglietteria del nostro campione mostrano una crescita dal 2006 al 2007 (+10%) ma una successiva riduzione relativa dal 2007 al 2008 (-4,5%).

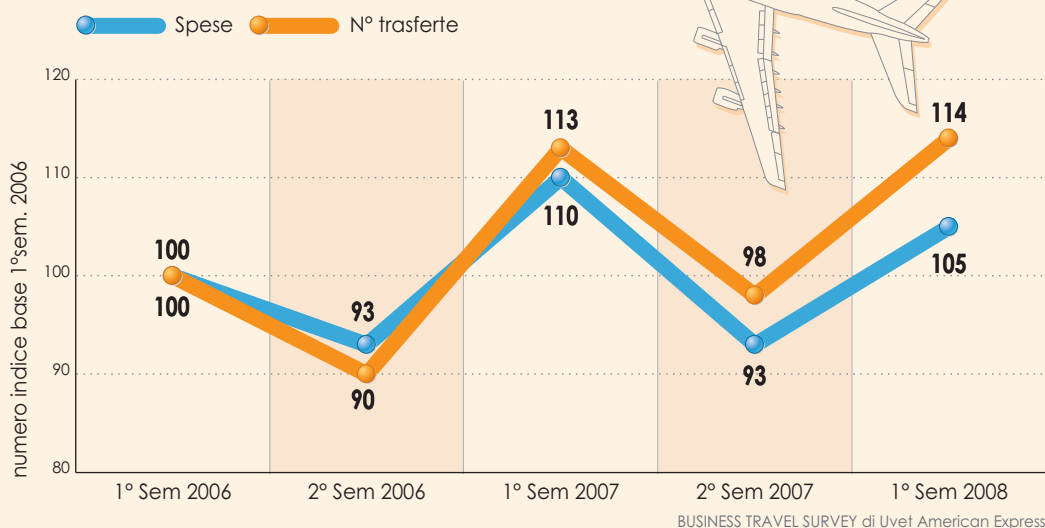
Questa contrazione nell'ultimo anno riflette quanto prima indicato per la spesa complessiva. Questa dinamica decrescente non si verifica per il numero di trasferte, anche se si evidenzia una sostanziale stabilità nell'ultimo anno.

Infatti, il numero di trasferte "Air" è aumentato in misura maggiore dal 2006 al 2008 (+14%) ma segna un forte rallentamento nell'ultimo anno (+0,9%).

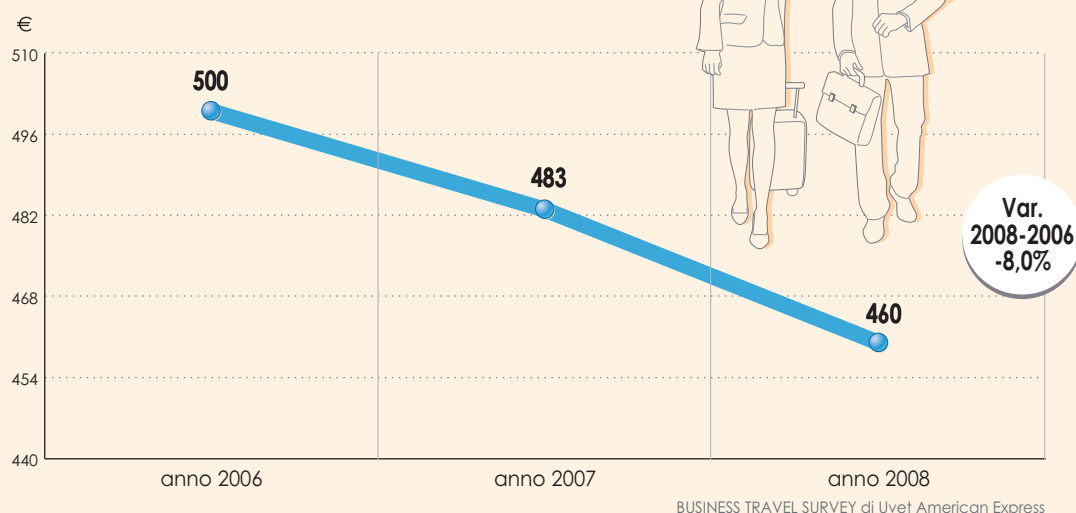
La riduzione della spesa per biglietteria aerea nell'ultimo anno, accompagnata da un incremento seppure marginale del numero di trasferte, ha contribuito ad una riduzione del costo medio per trasferta riferito al viaggio aereo che è passato da 500 euro del 2006 a 460 euro del 2008 (-8%). ▶

Nel 1° semestre del 2008 si registra una riduzione della spesa per biglietteria aerea rispetto al corrispondente periodo 2007. Questa riduzione non è trainata dalla dinamica delle trasferte che, al contrario, registrano un incremento, seppure minimo, rispetto allo scorso anno. Si nota che le aziende del campione dal 2006 ad oggi hanno aumentato il numero di trasferte aeree (+14%), con un minore incremento della spesa per biglietteria aerea (+5%).

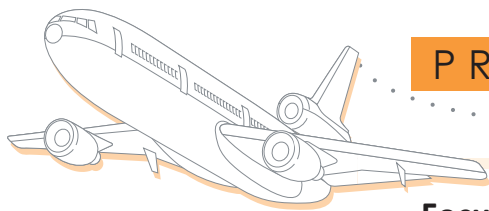
Andamento della spesa e del numero di trasferte



Costo medio del biglietto aereo (in euro)



Il maggiore incremento registrato dalle trasferte rispetto alla spesa per biglietteria aerea ha contribuito ad una progressiva riduzione del costo medio per trasferta aerea che passa da 500 euro nel 2006, a 483 euro nel 2007 sino a 460 euro nel 2008, con una riduzione nel periodo dell'8%.



PRINCIPALI TREND DI MERCATO

Focus Air

Fra le aziende la maggiore crescita si registra nei voli nazionali (+15% in termini di spesa e +13% in termini di trasferte).

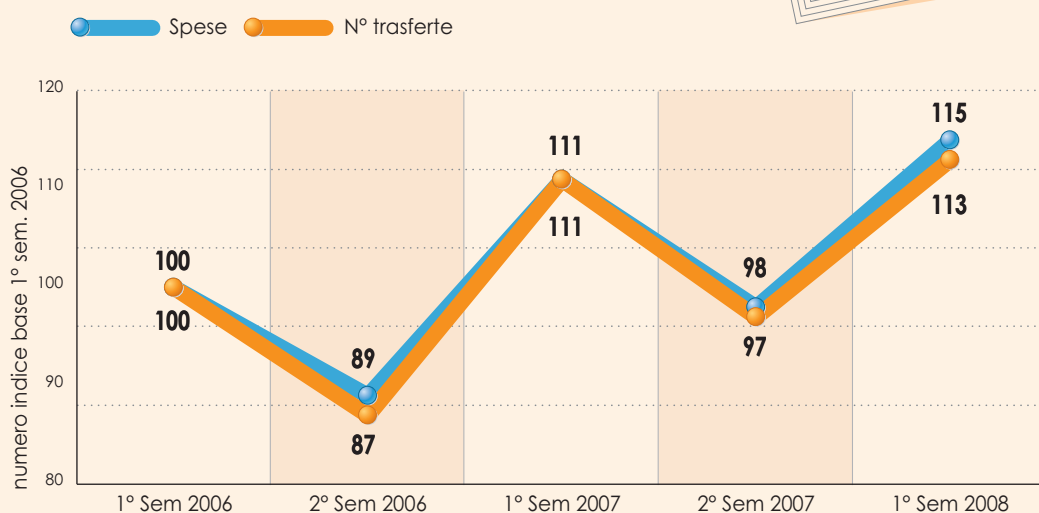
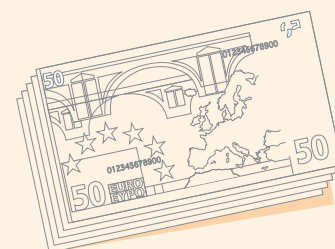
Interessante è notare la dinamica che caratterizza l'andamento dei voli Europei per i quali a fronte di una crescita del numero di biglietti (+15% rispetto al 2006) si registra una diminuzione della spesa che scende sotto i valori del 2006 del 4%.

Questo trend è rafforzato soprattutto nell'ultimo anno; nel 2008, infatti, aumenta il gap tra trasferte e spesa per i voli europei.

Questo conferma la forza e l'intensità della competizione in atto nel mercato europeo.

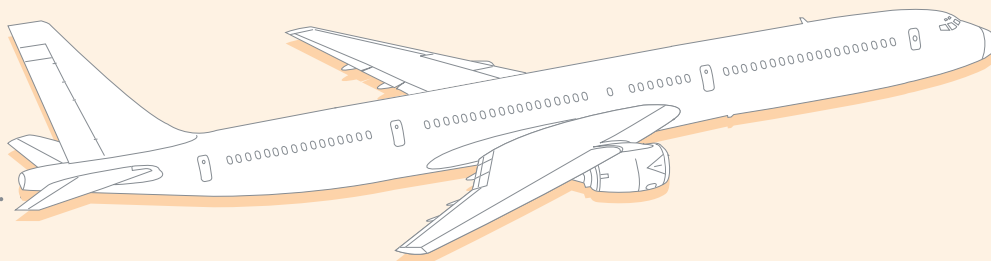
In aumento anche i voli intercontinentali, nonostante si evidenzia una caduta nel 1° semestre 2008 rispetto al 1° semestre 2007 sia del numero di biglietti sia della spesa.

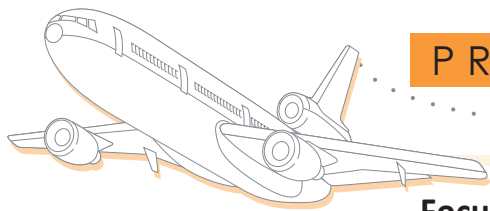
Andamento della spesa e del numero di biglietti Voli Nazionali



Le aziende del campione continuano a scegliere l'aereo per spostamenti nazionali: aumenta il numero di biglietti (+13% rispetto al 2006) e cresce la spesa (+15% rispetto al 2006), nonostante la crescita sia meno forte rispetto a quella che si è verificata tra il 2006 e il 2007.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

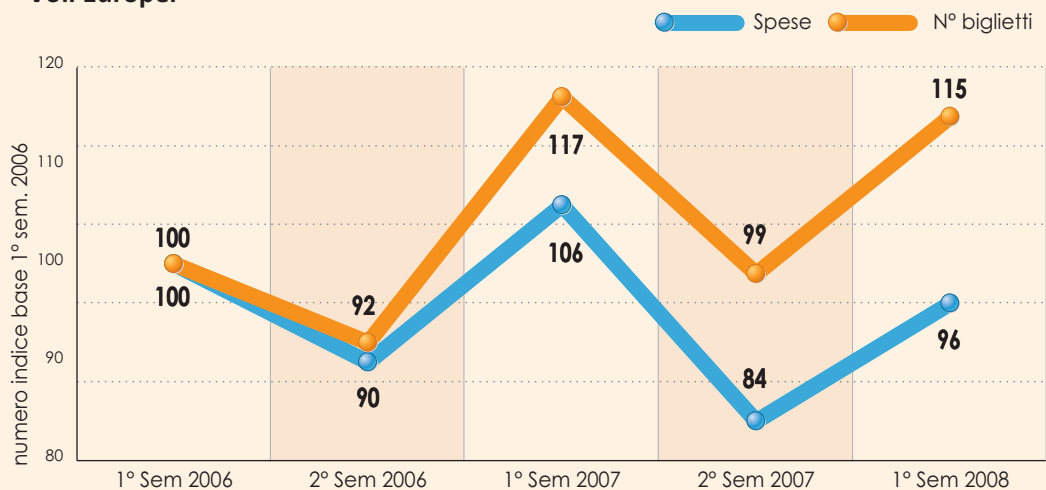




PRINCIPALI TREND DI MERCATO

Focus Air

Andamento della spesa e del numero di biglietti Voli Europei

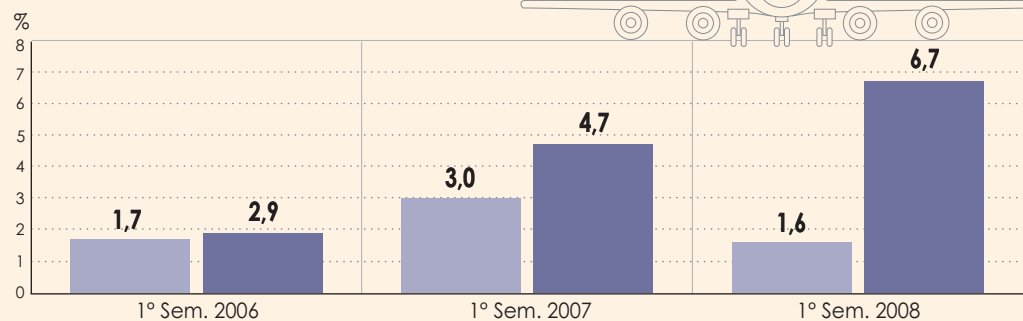


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il numero di biglietti per voli in Europa subisce un lieve arresto nell'ultimo anno, seppure mantenendo livelli superiori al 2006 (+15%). La stessa dinamica vale per la spesa complessiva, con maggiore intensità. Infatti, nel 2008 la spesa complessiva per voli europei è scesa al di sotto dei livelli del 2006 (-4%). Le aziende continuano a volare in Europa a prezzi più contenuti.

Biglietti Low Cost

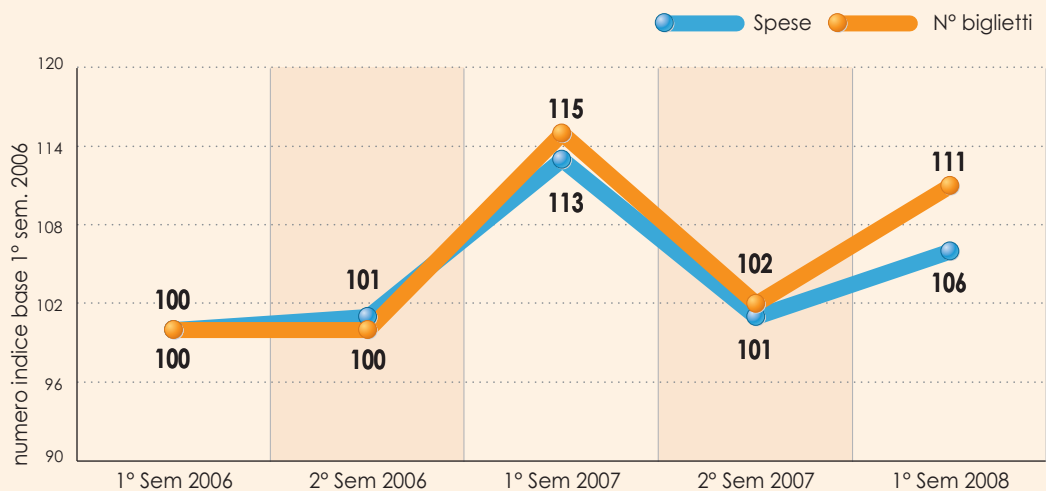
■ Nazionali ■ Europei



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

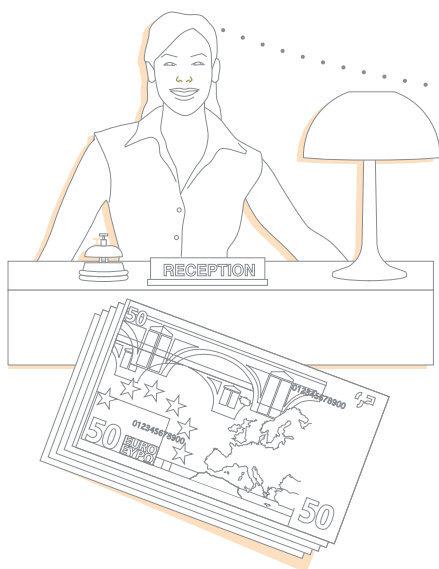
La sensibile riduzione dell'andamento della spesa per viaggi aerei in Europa nel triennio è influenzata anche dai voli low cost/low fare che registrano un incremento significativo e che pesano nel 2008 circa il 7% della spesa complessiva.

Andamento della spesa e del numero di biglietti Voli Intercontinentali



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Dal 1° semestre 2007 al 1° semestre 2008, la spesa di biglietteria aerea per i voli intercontinentali è diminuita; la stessa dinamica si verifica per il numero di biglietti. I due valori rimangono entrambi al di sopra di quelli del 2006 (+11% nelle transazioni; +6% nei volumi). Si evidenzia che solo per i voli intercontinentali i secondi semestri del 2006 e del 2007 superano i valori del 1° semestre. Questo significa che per queste tratte la stagionalità strutturale del settore è meno forte.



PRINCIPALI TREND DI MERCATO

Focus Hôtellerie

L'aumento del numero di trasferte trova conferma anche nei dati relativi all'hôtellerie. In forte crescita infatti sia la spesa (+23%) sia il numero di room nights (+26%) nel 2008 rispetto al 2006.

Questa dinamica si è verificata soprattutto nell'ultimo anno. Dal 1° semestre 2007 al 1° semestre 2008 la spesa incrementa del 20,6% mentre i volumi del 17,8% in termini relativi. La crescita è trainata dai volumi all'estero (+49% rispetto al 2006). Il costo medio per hotellerie si riduce dal 2006 al 2008 del 3,1% raggiungendo i 250 euro per camera.

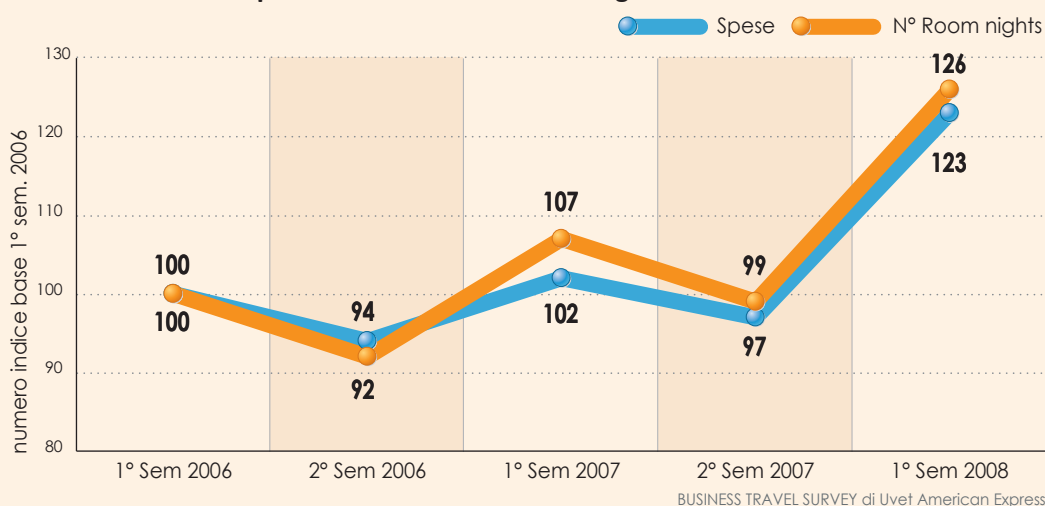
Si evidenzia una leggera crescita tra il 1° semestre 2007 e il 1° semestre 2008 dovuta a due fenomeni: da un lato aumenta il peso della spesa in hôtellerie europea e dall'altro aumentano i prezzi medi degli alberghi in Italia.

Le aziende del campione hanno sempre più affidato la gestione di questa componente della spesa di viaggio alla Travel Management Company, in una logica di aumento dell'efficienza e dell'efficacia del travel management.

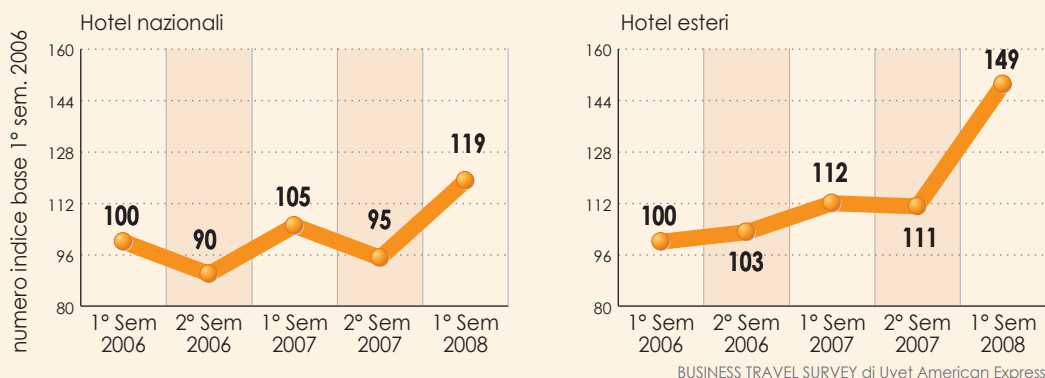
Dal 2006 al 2008 si verifica una significativa crescita dell'hôtellerie, sia in termini di room nights (+26%) sia di spesa (+23%).

Questa componente della spesa del viaggio inizia, in particolare in questo ultimo anno, ad essere gestita all'interno delle travel policy aziendali.

Andamento della spesa e del numero di room nights



Ripartizione della spesa Hotel (room nights)



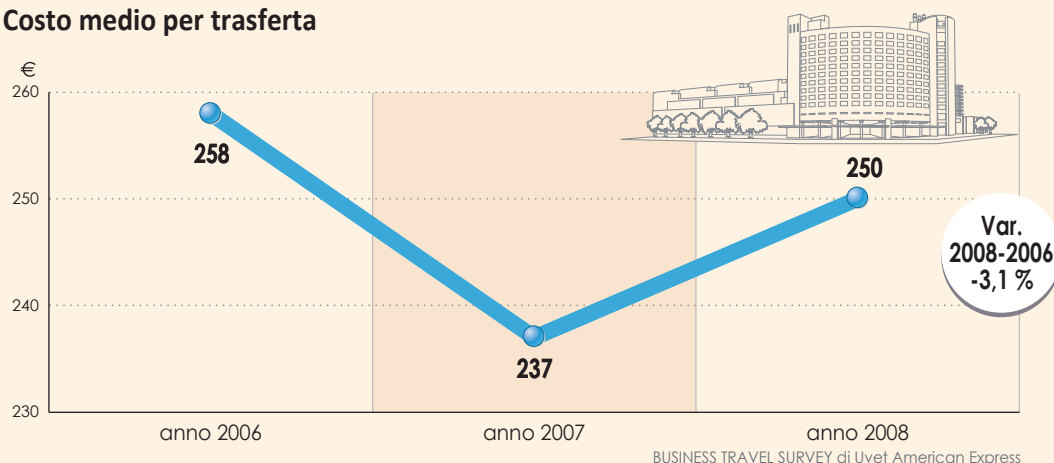
In particolare, aumenta il numero di room nights in hotel esteri (+49%). Il mercato nazionale cresce del 19% rispetto al 2006, confermando la tendenza evidenziata nel 2007.

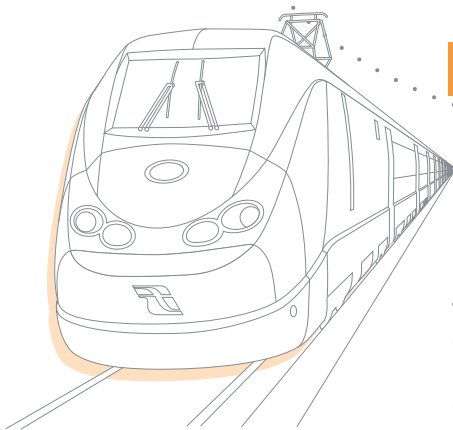
Il costo medio per trasferta che sostengono le imprese del campione è in diminuzione: passa da 258 euro nel 2006 a 250 euro nel 2008 (-3,1%).

La riduzione più significativa è avvenuta nel 2007, dove le aziende hanno speso in media 237 euro.

Questa tendenza è dovuta a due fenomeni: da un lato aumenta il peso della spesa in hôtellerie estera e dall'altro aumentano i prezzi medi degli alberghi in Italia.

Costo medio per trasferta





PRINCIPALI TREND DI MERCATO

Focus Treno

L'andamento generale delle trasferte è anche spiegato dal dato relativo all'utilizzo del treno per i viaggi d'affari. Nell'ultimo anno questo mezzo di trasporto ha fatto registrare incrementi positivi con un +28% rispetto al 2006 nel numero di biglietti.

Le aziende, seguendo la stessa tendenza evidenziata per l'hotellerie, tendono a gestire anche queste trasferte nell'ambito delle rispettive travel policy, in un'ottica di una più efficace gestione delle spese di viaggio.

Parallelamente alla crescita del numero di trasferte in treno, si segnala una crescita sostanziale delle spese sostenute per il viaggio. Dal 2006 ad oggi si registra un incremento del 66%.

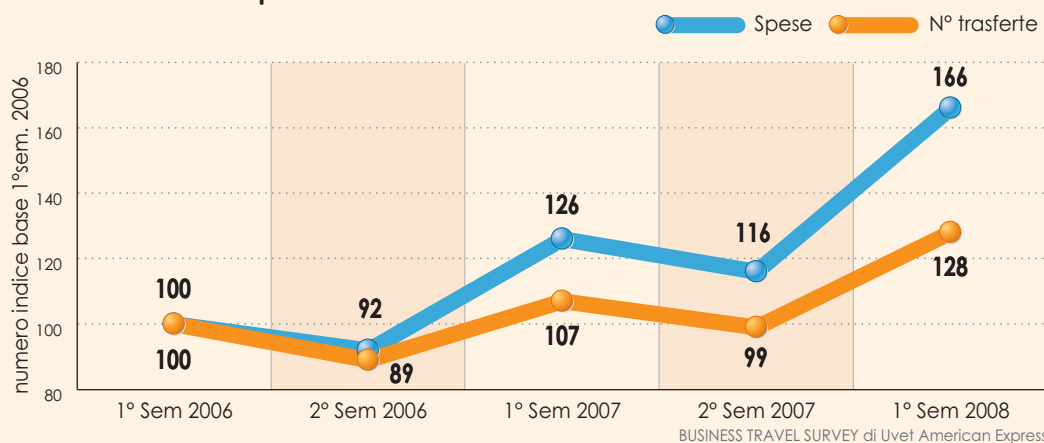
Questa tendenza è da ricollegare da un lato all'incremento delle tariffe ferroviarie associate ad una politica di "up-grading" dell'offerta ferroviaria e, dall'altro, alla crescita del numero di trasferte.

Le aziende continuano a preferire il servizio: l'80% dei biglietti hanno riguardato la 1° classe (nel 2006 rappresentava il 76% delle transazioni), solo il 20% in 2° classe.

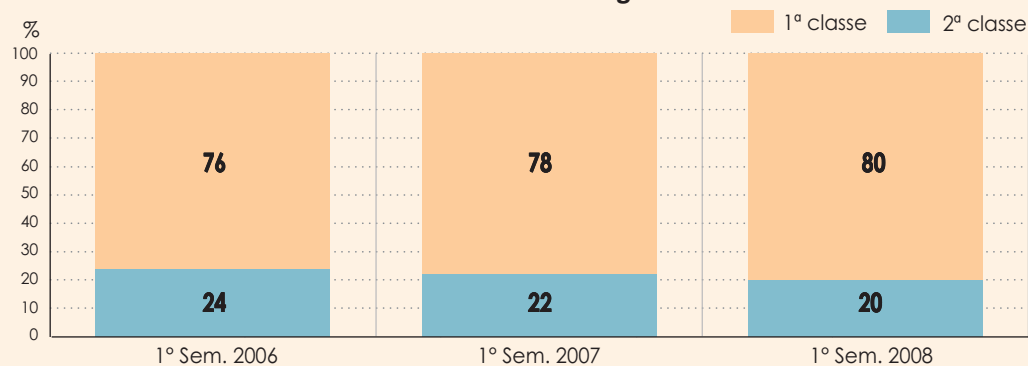
Aumenta il costo medio per biglietto che passa da 33 euro nel 2006 a 43 euro nel 2008.

Dal 2006 al 2008 si registra una forte crescita del numero di viaggi in treno (+28%), una dinamica iniziata in questo ultimo anno. Le aziende del campione utilizzano sempre di più questo mezzo di trasporto per i viaggi d'affari dei propri dipendenti. Anche la spesa registra una sensibile variazione (+66%), dovuta in parte all'aumento del numero di biglietti acquistati e in parte alle politiche tariffarie e alle strategie di up-grading dell'offerta messe in atto da Trenitalia negli ultimi anni.

Andamento della spesa e del numero di trasferte

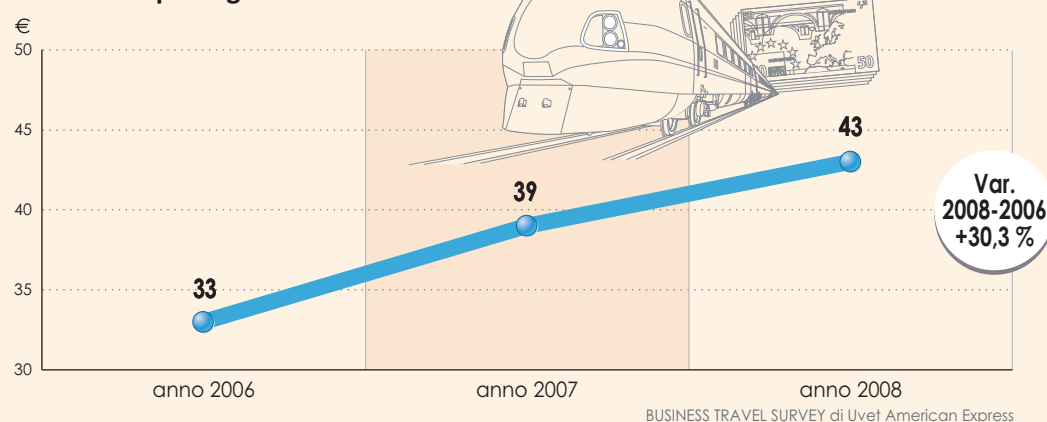


Utilizzo della 1ª e della 2ª classe Ferroviaria - n. biglietti



Cresce l'utilizzo della 1ª classe ferroviaria che nel 2008 rappresenta l'80% dei volumi di biglietteria (nel 2006 rappresentava il 76%). Gli acquisti delle aziende del campione si spostano verso la ricerca di un maggior servizio.

Costo medio per biglietto ferroviario



Il costo medio del biglietto ferroviario per una sola tratta è aumentato dal 2006 al 2008: è passato da 33 euro a 43 euro registrando un aumento strutturale del 30%.



PRINCIPALI TREND DI MERCATO

Il mix di spesa

Novità sul mix di spesa: l'incidenza della biglietteria aerea sul totale delle spese di viaggio diminuisce passando dall'81% del 2006 al 79% del 2008; aumenta il peso delle spese per l'hôtellerie (da 16 a 18%) e per la biglietteria ferroviaria che rappresentavano nel 2006 l'1,6% e oggi ne costituiscono il 2,4%.

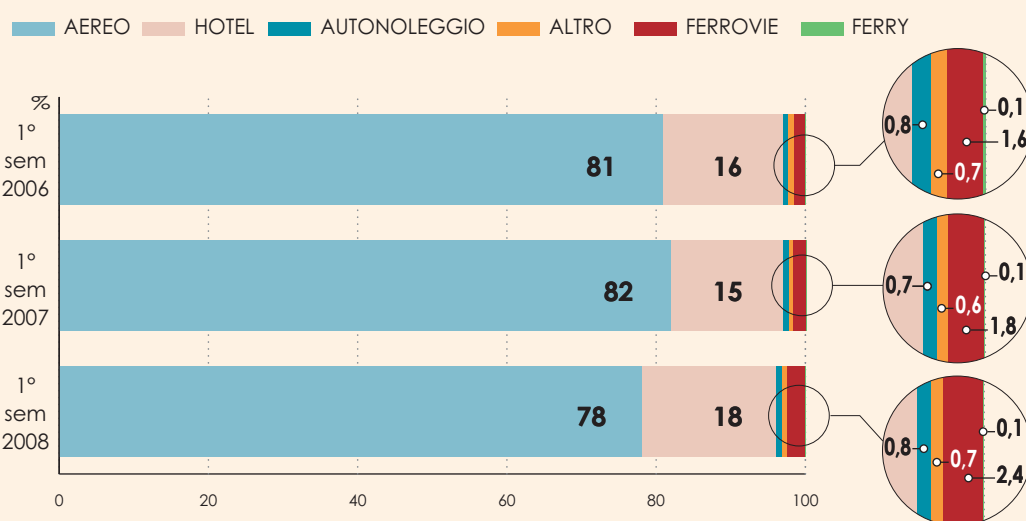
Gli strumenti di pagamento

Le aziende utilizzano principalmente la carta di credito per i viaggi d'affari. Per il 76% della spesa complessiva nel 1° semestre 2008 si è utilizzato questo strumento di pagamento, nel 1° semestre 2006 costituiva il 73%.

In crescita l'utilizzo della carta di credito per il pagamento di biglietteria aerea. Nel 2006 rappresentava l'84% della spesa, nel 2008 l'86%.

In sensibile aumento anche gli acquisti di hotel attraverso carta di credito. Nel 2006 rappresentavano solo il 16% della spesa mentre nel 2008 pesano per il 29% sul totale complessivo. Una dinamica iniziata negli ultimi anni che probabilmente si svilupperà anche in futuro.

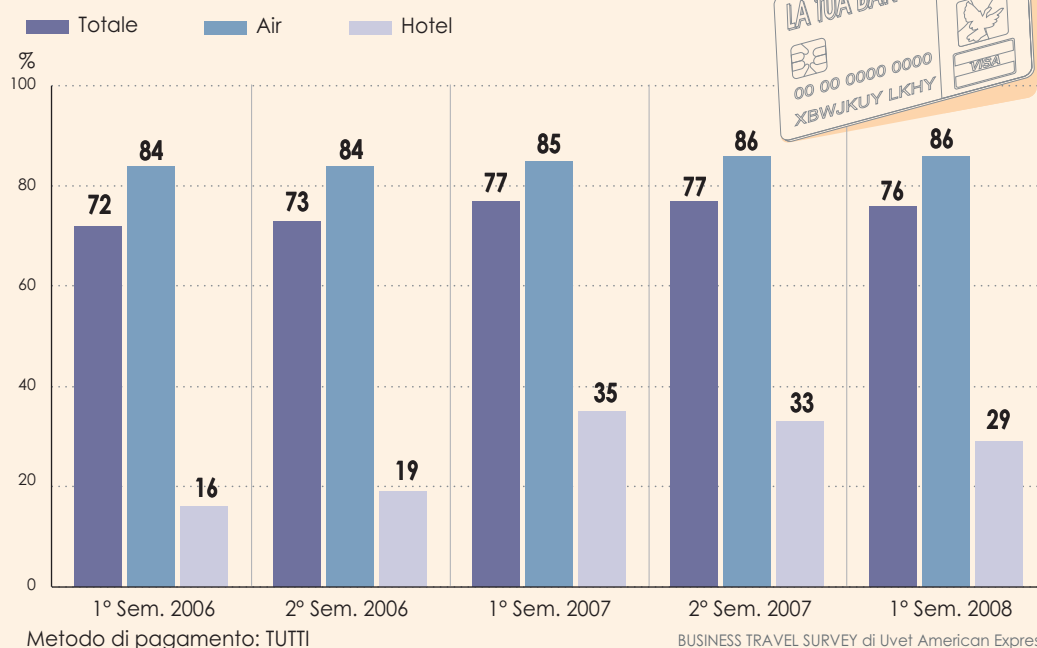
Ripartizione delle spese di viaggio



Cambiamenti nel mix di spesa: diminuisce il peso della biglietteria aerea (78%) che continua comunque a rappresentare la principale componente delle spese di viaggio, aumenta l'incidenza della spesa per hôtellerie (18%) e aumenta la rilevanza dei volumi della biglietteria ferroviaria (2,4%).

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

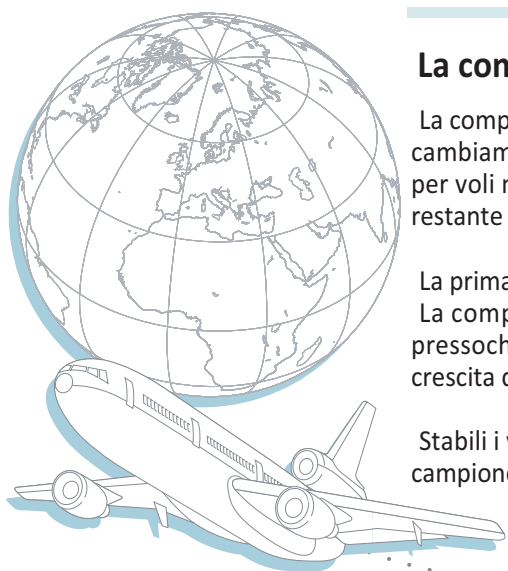
Strumenti di pagamento - carta di credito



Metodo di pagamento: TUTTI

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

LE PRINCIPALI DESTINAZIONI DI VIAGGIO



La composizione per destinazione di viaggio

La composizione per destinazione di viaggio del volume di biglietteria aerea nel 2008 non registra cambiamenti significativi: il maggior numero di biglietti è acquistato dalle aziende del campione per voli nazionali, che rappresentano il 60% dei volumi complessivi; il 32% per voli in Europa e il restante 8% per voli intercontinentali.

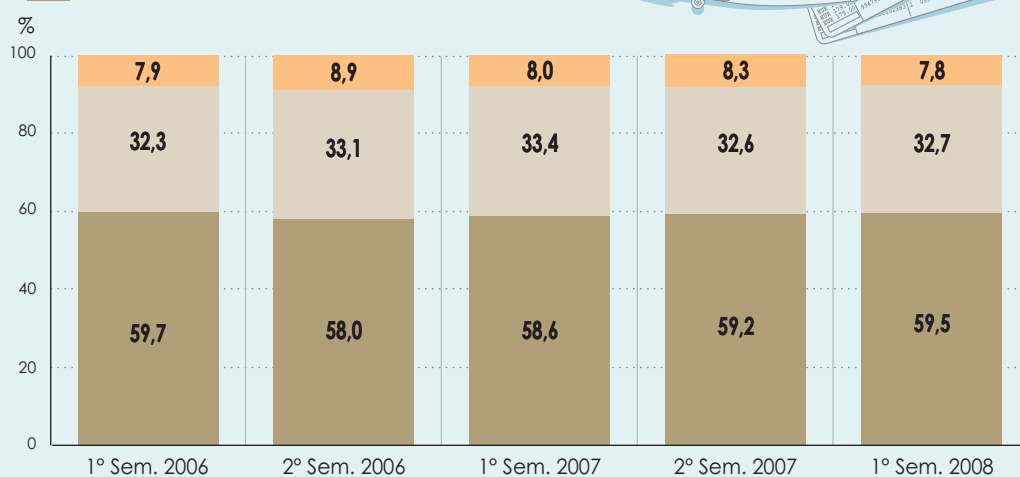
La prima destinazione dei viaggi d'affari è dunque l'Italia.

La composizione della spesa rispecchia le dinamiche analizzate in precedenza: il mix rimane pressoché invariato, si nota una riduzione del peso delle spese per voli in Europa e una leggera crescita dell'incidenza delle spese per viaggi in Italia.

Stabili i voli intercontinentali che rappresentano il 27,6% delle spese di viaggio delle aziende del campione.

Ripartizione della biglietteria aerea per destinazione del viaggio

International
European
Domestic

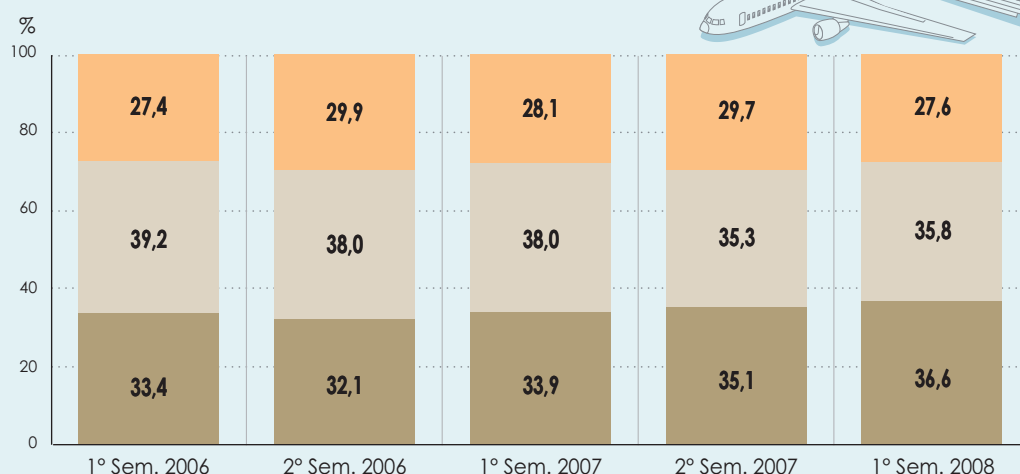


Il mix delle spese di biglietteria aerea per destinazione è stabile: il 59,5% dei biglietti riguardano rotte nazionali, il 32,7% tratte Europee e il restante 7,8% quelle intercontinentali.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

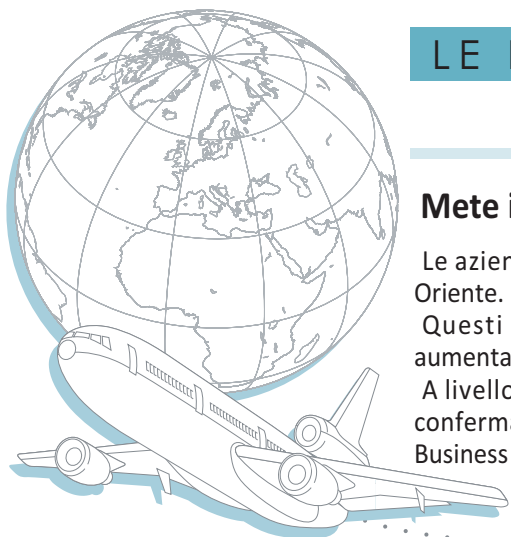
Ripartizione della spesa aerea per destinazione del viaggio

International
European
Domestic



La composizione della spesa è molto omogenea: il 36,6% del totale delle spese sostenute per l'acquisto di biglietteria aerea riguarda rotte nazionali, il 35,8% rotte Europee, il 27,6% tratte Intercontinentali. Si registra una lieve variazione nel mix con uno spostamento della spesa verso i voli nazionali e una riduzione di quelli Europei, una tendenza già evidenziata in precedenza.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



LE PRINCIPALI DESTINAZIONI DI VIAGGIO

Mete intercontinentali

Le aziende del campione scelgono come mete intercontinentali il Nord America e l'Estremo Oriente.

Questi due mercati da soli rappresentano il 66% dei volumi complessivi. In particolare aumentano i viaggi d'affari in Estremo Oriente mentre rimane stabile il Nord America.

A livello di destinazioni raggiunte, New York – che rappresenta la principale meta d'affari – conferma il trend di progressiva diminuzione già evidenziato nelle due precedenti edizioni della Business Travel Survey. Sale Pechino, si riduce leggermente Shanghai.

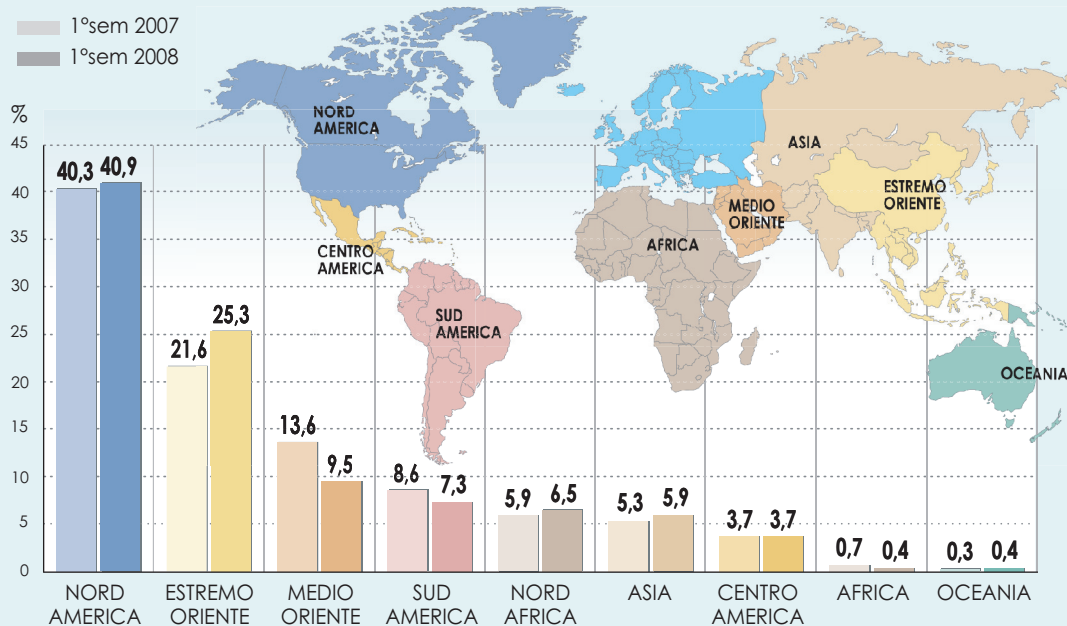
Nord America ed Estremo Oriente si confermano le due principali mete intercontinentali per i viaggi d'affari.

Da sole rappresentano il 66% dei volumi complessivi.

La crescita più significativa è quella dell'Estremo Oriente che pesava nel 2007 il 21% mentre nel 2008 supera il 25%. Stabile invece il Nord America.

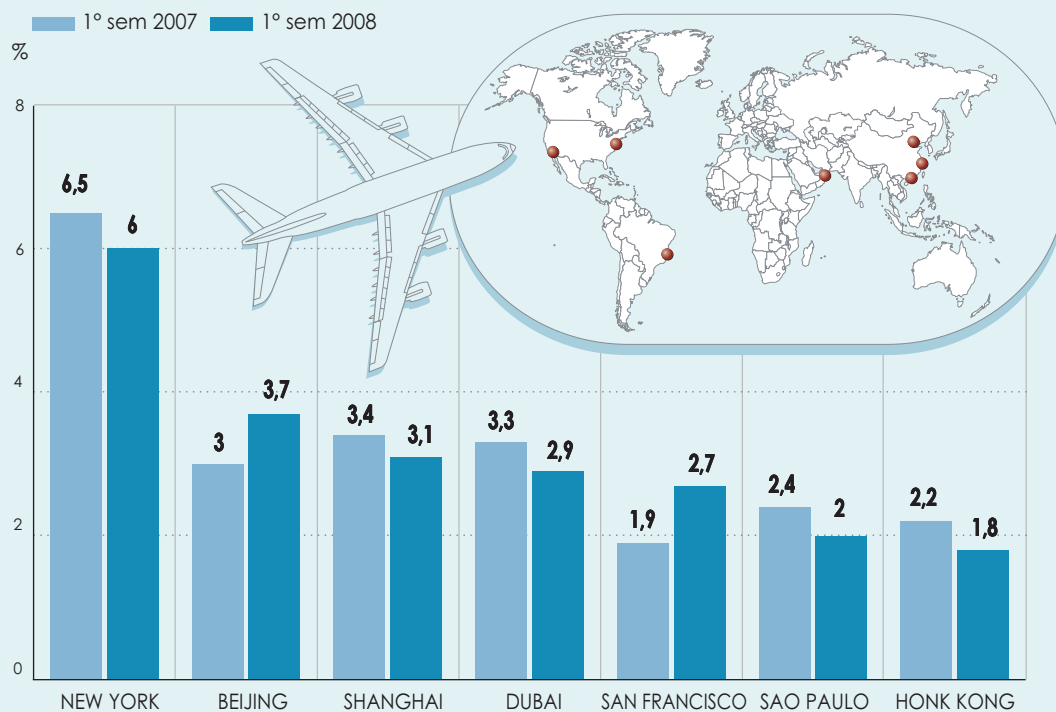
Si evidenzia una sensibile riduzione dell'incidenza del Medio Oriente sul totale volumi di biglietteria intercontinentale.

Traffico intercontinentale - volumi



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Principali destinazioni intercontinentali - n° biglietti



A livello di destinazioni intercontinentali raggiunte, New York si conferma la meta principale anche se registra una diminuzione rispetto al 1° semestre 2007. Crescono Pechino (che costituisce la seconda destinazione per volumi con una quota del 3,7%) e San Francisco che passa da 1,9% a 2,7%.

Si sottolinea che le prime sette destinazioni per volumi rappresentano solamente il 22,2% dei volumi di biglietteria intercontinentale complessivi.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

LE PRINCIPALI DESTINAZIONI DI VIAGGIO



Mete europee

Francia, Germania e Regno Unito restano anche nel 2008 le principali mete europee dei viaggi d'affari. Da sole rappresentano il 46% dei volumi di biglietteria aerea europea.

Un dato interessante è la discesa di quest'ultimo Paese, la cui quota scende dall'11,8 al 9,5%.

Parigi, Londra e Bruxelles si confermano ai vertici delle mete europee, anche se registrano tutte una riduzione nei volumi di biglietteria. Le prime tre destinazioni rappresentano solo il 26% dei volumi complessivi, segno che il mercato dei viaggi è frammentato tra più destinazioni e molto legato alle attività specifiche delle singole aziende.

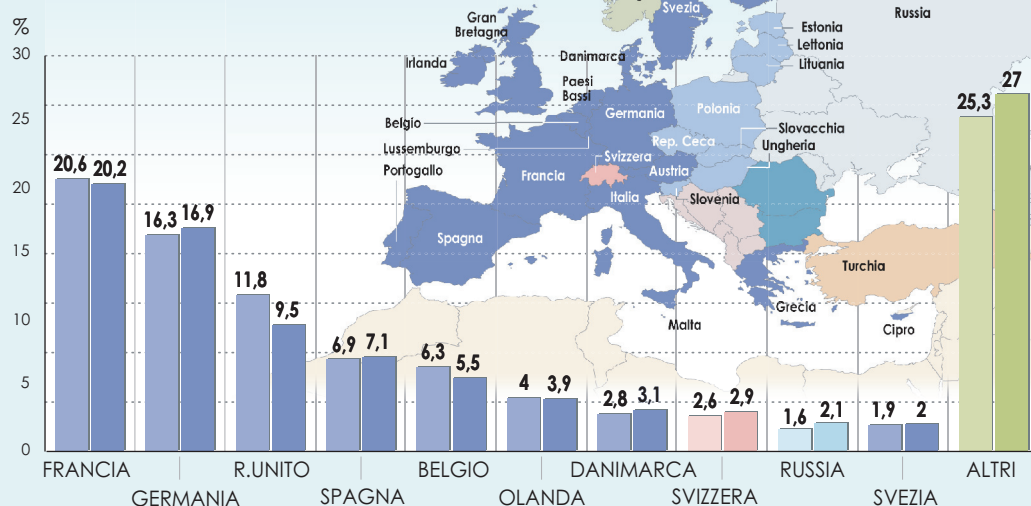
La principale destinazione dei viaggi d'affari delle imprese del campione è la Francia con il 20,2% dei volumi complessivi.

Seguono i voli verso la Germania e Regno Unito, Paese quest'ultimo che registra la più forte contrazione dei volumi.

Le prime dieci destinazioni rappresentano il 73% dei volumi complessivi di biglietteria aerea europea.

Traffico europeo -volumi

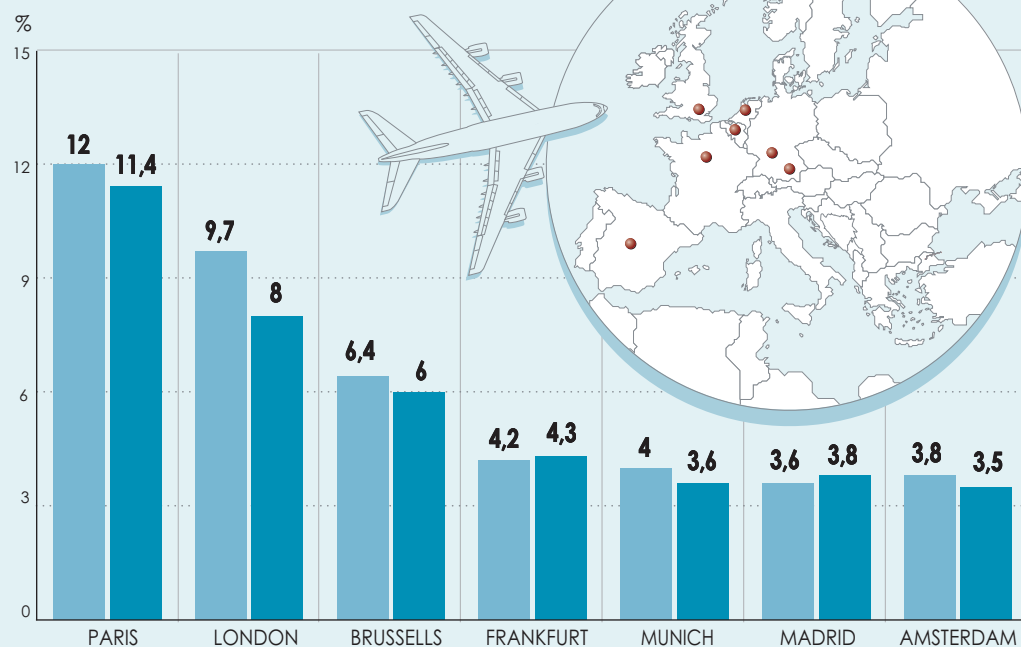
1°sem 2007 1°sem 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Principali destinazioni europee - n° biglietti

1° sem 2007 1° sem 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Parigi, Londra e Bruxelles si confermano le principali mete dei viaggi d'affari delle aziende del campione.

Registrano tuttavia una flessione nell'ultimo anno, a vantaggio delle mete minori. Marcata la diminuzione di Monaco che passa dal 4% al 3,6%.

Le prime tre destinazioni rappresentano oltre un quarto dei volumi.

I restanti tre quarti sono distribuiti e "polverizzati" tra città minori, dove le aziende hanno rapporti commerciali, filiali, unità produttive.



LE PRINCIPALI DESTINAZIONI DI VIAGGIO

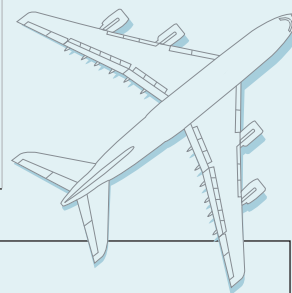
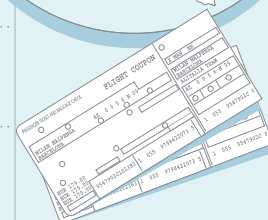
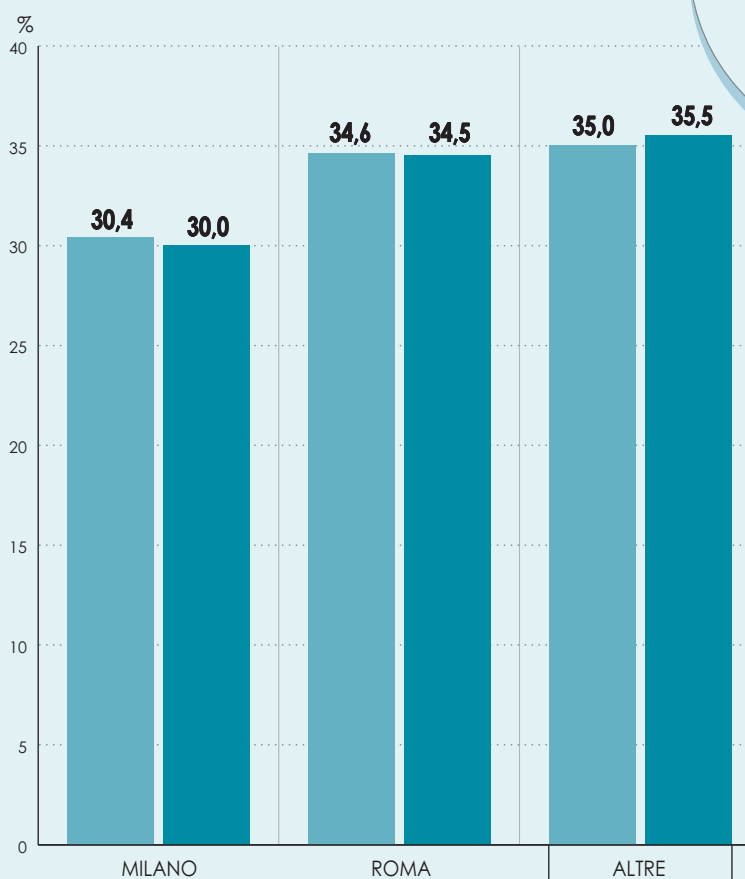
Mete italiane

I viaggi aerei in Italia sono molto concentrati: il 34,5% è rappresentato da Roma, il 30% da Milano.

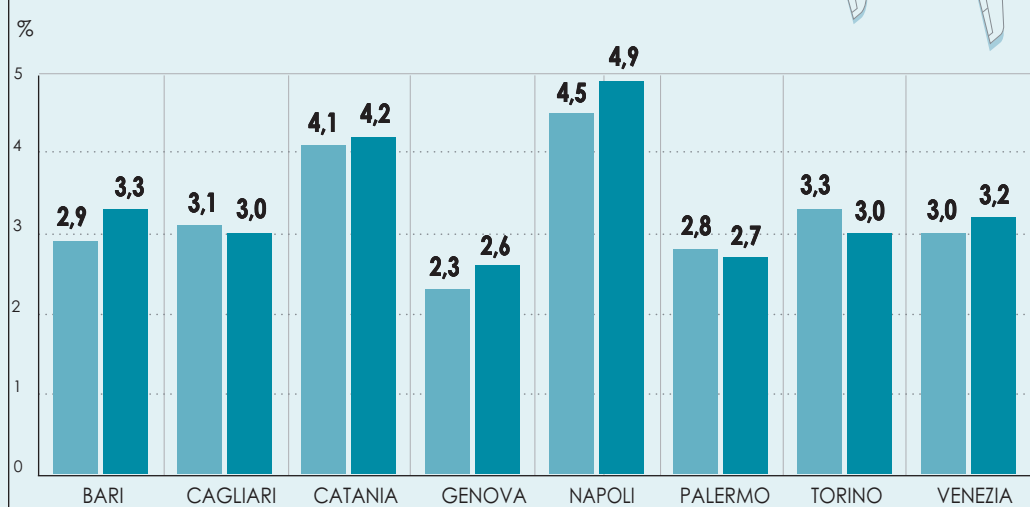
Tra le destinazioni minori si evidenziano Catania e Napoli, seppure con una quota di mercato decisamente inferiore (Napoli 4,9%; Catania 4,2%).

Principali destinazioni nazionali - n° biglietti

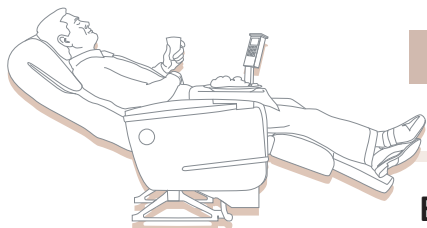
1° sem 2007 1° sem 2008



Le aziende del campione viaggiano principalmente su Roma e Milano. Queste due destinazioni da sole rappresentano circa il 65% dei volumi di biglietteria aerea nazionale. Napoli (4,9%) e Catania (4,2%) registrano una crescita nell'ultimo anno, seppure il loro peso sia ancora marginale rispetto alle prime due mete d'affari.



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



RIFLESSIONI SUL TRASPORTO AEREO

Biglietteria e tariffe

Come precedentemente descritto, nel 1° semestre del 2008 si registra una riduzione della spesa per biglietteria aerea rispetto al corrispondente periodo 2007. Questa riduzione non è trainata dalla dinamica delle trasferte che, al contrario, registrano un incremento, seppure minimo, rispetto allo scorso anno.

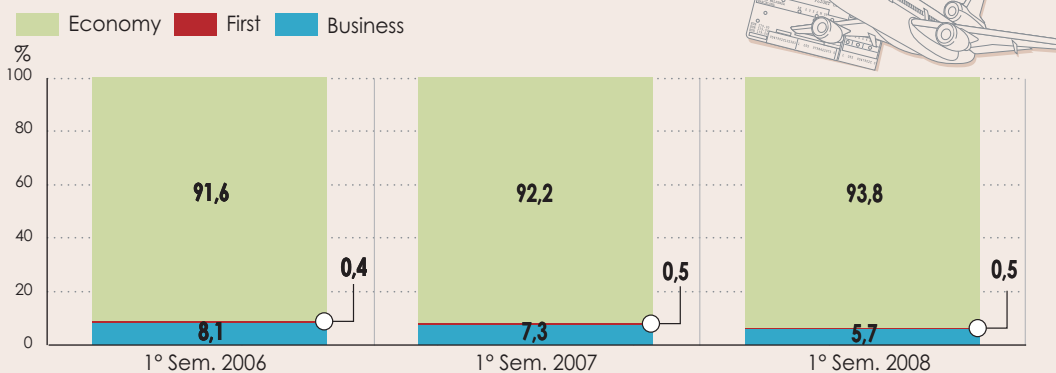
A livello tariffario prosegue il trend di diminuzione del costo medio della trasferta con un sempre più accentuato ricorso da parte delle aziende del campione all'utilizzo della classe di servizio "Economy" anche per i voli intercontinentali e ad una più attenta gestione, programmazione e razionalizzazione dei viaggi d'affari che si legano alla scelta di preferire tariffe "Low Yield" – tariffe con elevate restrizioni -.

Nel 2008, il numero di biglietti "Economy" rappresenta la quasi totalità dei volumi (93,8%); sui voli Europei la biglietteria "Economy" pesa per il 91% sul totale trasferte; sulle tratte intercontinentali costituisce il 59%. Diminuisce di conseguenza l'incidenza delle tariffe "Business" e "First".

Questi dati non sorprendono: è un processo iniziato già negli ultimi anni e riguarda in particolare il fatto che le aziende spesso inseriscono all'interno della travel policy la possibilità di acquistare una tariffa business solo se si superano le quattro o cinque ore di volo.

In crescita il peso delle tariffe Economy. Già nel 2006 rappresentavano il 91,6% dei volumi di biglietteria aerea, oggi ne costituiscono il 93,8%. Si riduce la classe "Business" che passa dal 8,1% del 2006 al 5,7% del 2008. La First Class è marginale. L'aumento della tariffa Economy, che comprende tutti i biglietti emessi sul territorio nazionale, è dovuta ad un aumento dei voli europei in classe Economy e ad una crescita delle trasferte aeree in Italia.

Classi di servizio - n. biglietti



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

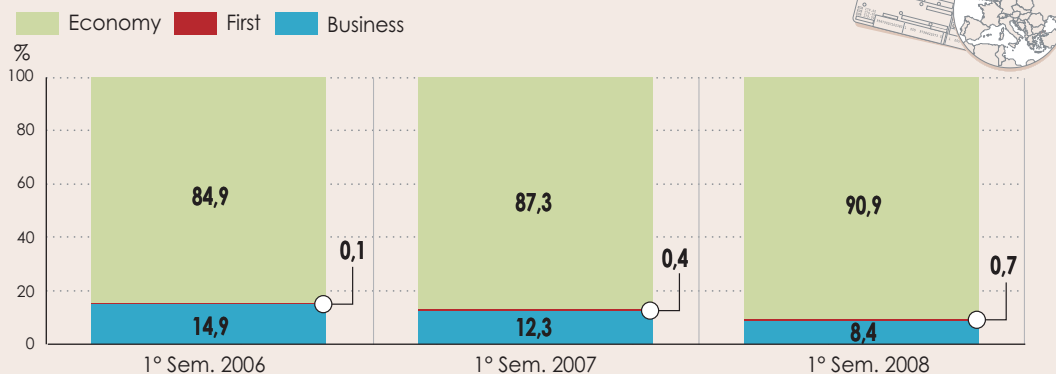
Anche per i viaggi in Europa le aziende del campione scelgono la classe "Economy" che rappresenta il 91% del volume complessivo delle biglietteria europea.

Nel 2006 pesava l'84,9%.

La classe "Business" si riduce e, nel 2008, pesa per l'8,4%.

Marginale l'incidenza della "First".

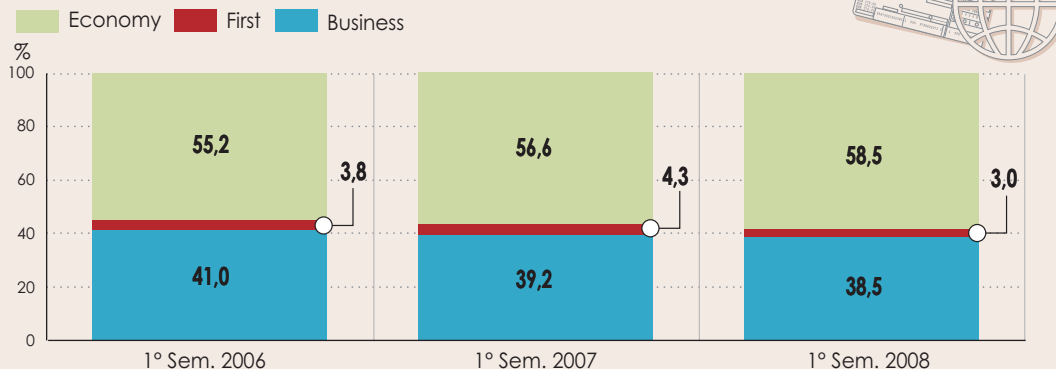
Classi di servizio (voli europei) - n. biglietti



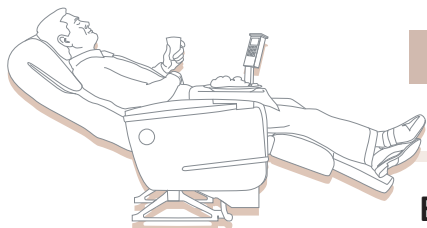
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Sui voli intercontinentali si registra una presenza maggiore rispetto a quelli nazionali ed europei della "First" che rappresenta però solamente il 3% del totale biglietteria aerea. Anche in questo caso l'"Economy" costituisce la classe di servizio più utilizzata (58,5%) mentre la Business pesa per il 38,5% sui titoli di viaggio complessivi.

Classi di servizio (voli intercontinentali) - n. biglietti



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



RIFLESSIONI SUL TRASPORTO AEREO

Biglietteria e tariffe

Se si segmentano i volumi complessivi di biglietteria aerea per tipologia di tariffa "High Yield" o "Low Yield" emerge chiaramente uno spostamento di mix verso quest'ultima tipologia dal 2006 ad oggi.

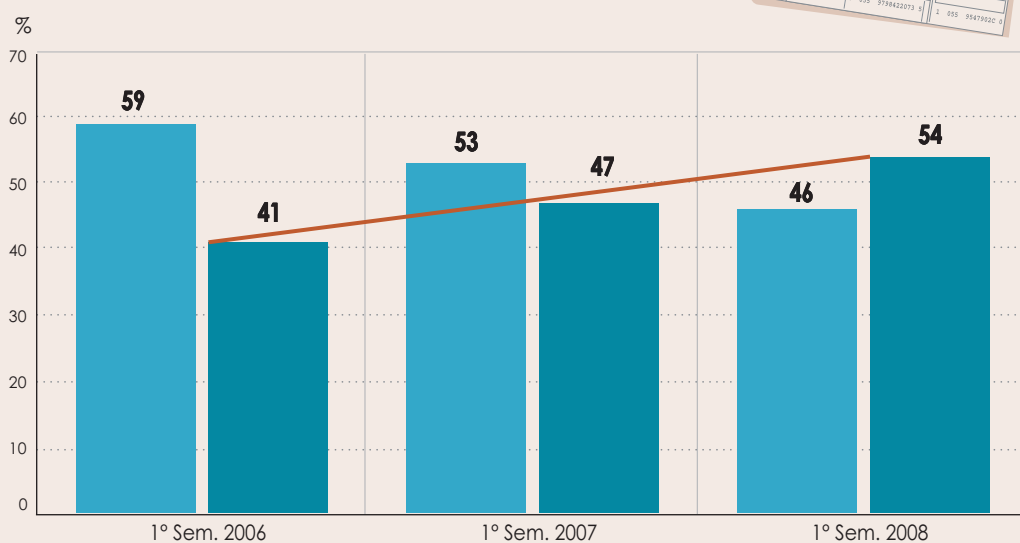
Nel 2006, infatti, il 59% dei titoli di viaggio erano associati a tariffe "High Yield".

Questa percentuale scende al 46% nel 2008. Di riflesso, aumenta in modo sensibile il peso delle tariffe "Low Yield" che passano dal 41% nel 2006 ad 54% nel 2008.

Le aziende del campione che hanno acquistato un biglietto aereo "Low Yield" nel 1° semestre 2008 lo hanno pagato in media 303 euro, il 43% del prezzo medio di un titolo di viaggio "High Yield".

Classi tariffarie - numero biglietti

High Yield Low Yield



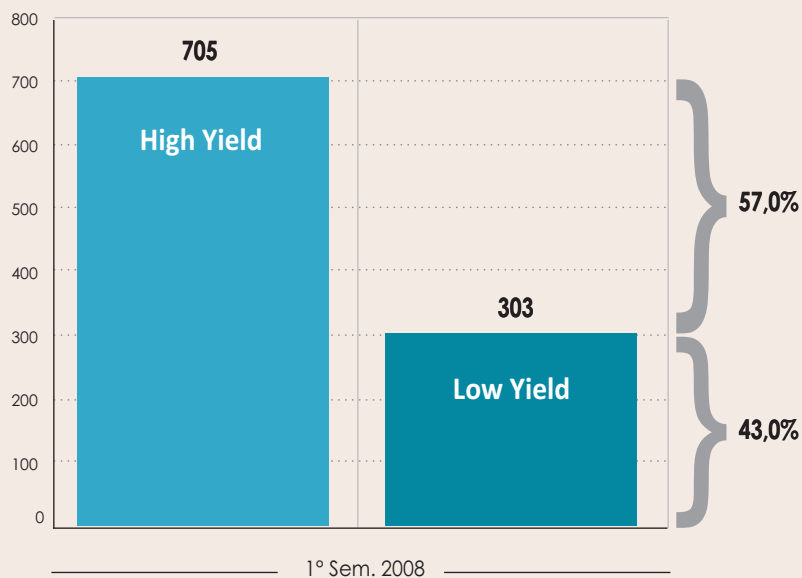
L'utilizzo di tariffe "Low Yield" favorisce la riduzione e l'ottimizzazione dei costi di viaggio oltre alla possibilità di programmare e progettare con anticipo la trasferta.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Livello Tariffario e Restrizioni

High Yield Low Yield

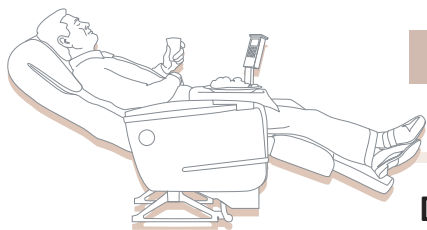
Prezzo medio per biglietto aereo High Yield vs Low Yield



Il prezzo medio per un biglietto aereo "High Yield" nel 1° semestre 2008 è stato pari a 705.

Le aziende che hanno utilizzato la tariffa "Low Yield" hanno pagato in media il 43% del prezzo della tariffa a bassa restrizione.

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



RIFLESSIONI SUL TRASPORTO AEREO

Dinamica dei prezzi "High Yield" e "Low Yield" - rotte nazionali

Se si analizzano i prezzi medi dei biglietti "High Yield" e "Low Yield" nelle rotte nazionali si nota che il prezzo del biglietto "High Yield" è aumentato del 2,5%, incremento trainato esclusivamente dalla dinamica della componente tasse e surcharge (+15%).

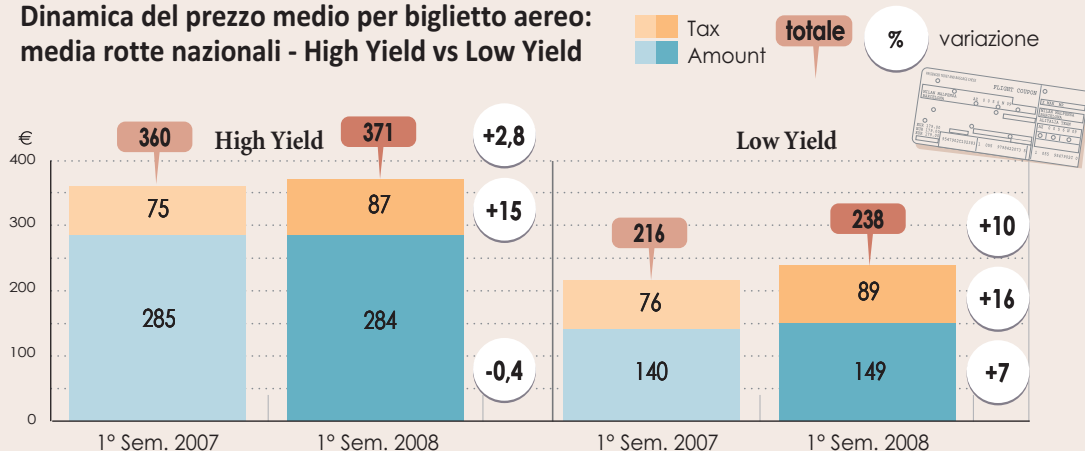
La tariffa media "Low Yield" aumenta del 10% e passa da 216 euro a 238 euro. Anche in questo caso l'aumento è influenzato dall'aumento di tasse e surcharge (+16%) oltre che dal prezzo della tariffa base (+7%).

Le tratte nazionali che trainano l'incrementi della tariffa media "High Yield" sono la Milano-Roma (+5,8%), la tratta Genova-Roma (+5,9%) e la Roma-Venezia (+4,7%).

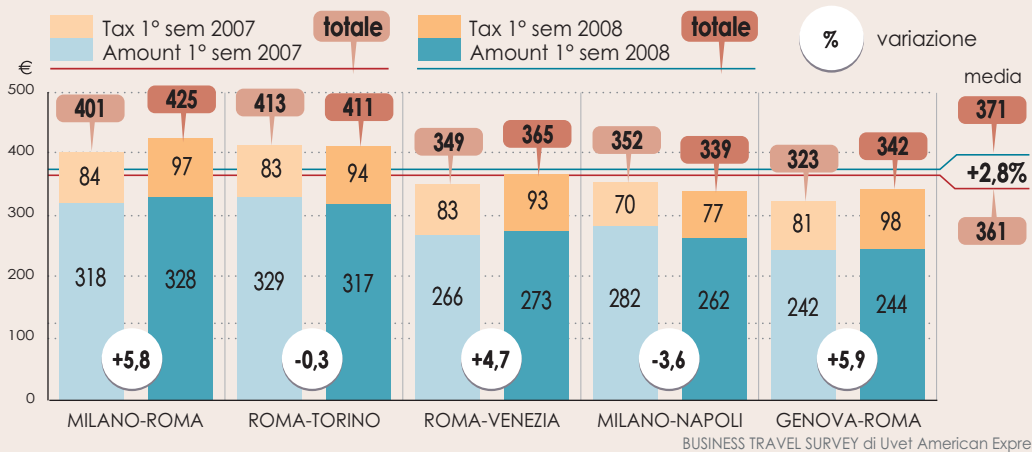
Le tariffe medie "Low Yield" crescono per tutte le tratte aeree nazionali principali, tra cui Milano-Roma (+11%), Roma-Torino (+15,7%) e Genova-Roma (+14,1%).

La tariffa media "Low Yield" nelle rotte nazionali aumenta del 10% nel 1° semestre 2008 rispetto al corrispondente periodo del 2007. Questa crescita è trainata da due fattori: un aumento di tasse e surcharge (+16%) e un aumento del prezzo escluse tasse e surcharge (+7%). Al contrario, la tariffa media "High Yield" aumenta solo del 2,8%, incremento dovuto esclusivamente all'aumento di tasse e surcharge.

Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: media rotte nazionali - High Yield vs Low Yield

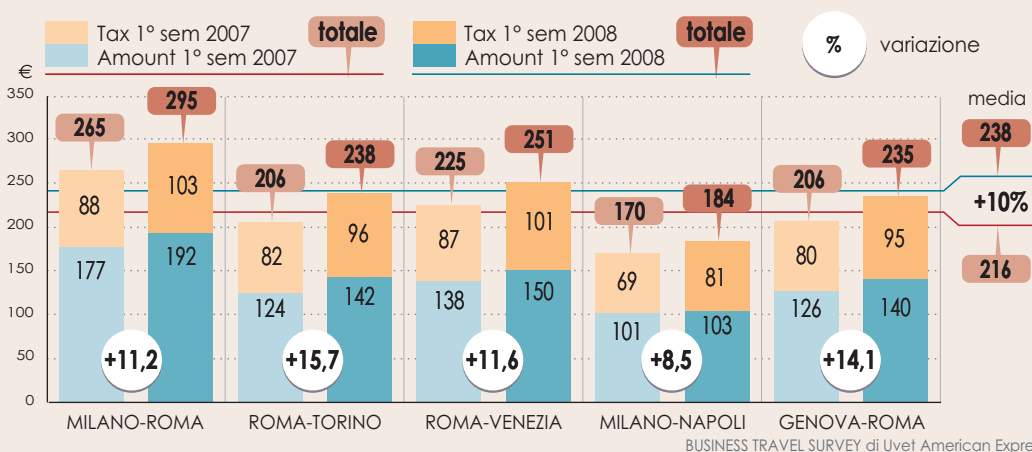


Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte nazionali - High Yield

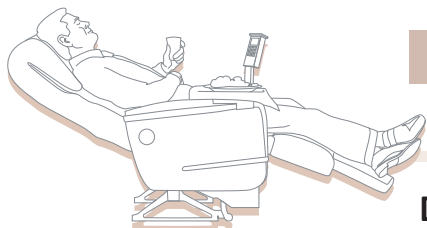


Il prezzo medio del biglietto aereo "High Yield" aumenta in 3 delle principali tratte nazionali: Milano-Roma (+5,8%), Roma-Venezia (+4,7%) e Genova-Roma (+5,9%). Diminuisce nella rotta Milano-Napoli (-3,6%) e rimane pressoché stabile nella Roma-Torino (-0,3%).

Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte nazionali - Low Yield



Il prezzo medio del biglietto "Low Yield" aumenta in tutte le principali tratte considerate, sia trainato dall'incremento della componente tasse e surcharge (che arriva a rappresentare in alcune tratte anche il 40% del prezzo complessivo) che del prezzo della tariffa base. Gli aumenti vanno da un +15,7% della tratta Roma-Torino a un +8,5% della tratta Milano-Napoli.



RIFLESSIONI SUL TRASPORTO AEREO

Dinamica dei prezzi "High Yield" e "Low Yield" - rotte europee

Le tariffe europee seguono un andamento diverso. Il prezzo medio di un biglietto "High Yield" (pari nel 2008 a 732 euro) ha registrato una diminuzione del 2,5% determinata dalla riduzione del prezzo della tariffa base (-3,9%) poiché tasse e surcharge registrano un incremento dell'8,3%.

La stessa dinamica si verifica nel prezzo medio dei biglietti "Low Yield", dove diminuisce, seppure in modo marginale (-0,9%) il prezzo complessivo, trainato dalla riduzione del prezzo della tariffa base (-2,6%). La componente tasse e surcharge aumenta del 5%.

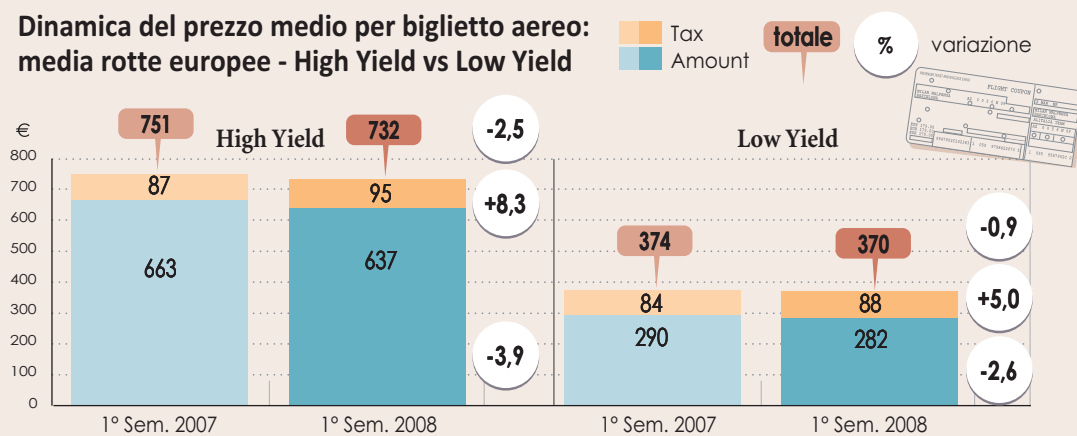
Tutte le principali tratte europee sono interessate da una diminuzione delle tariffe medie "High Yield" che va da -12,6% della tratta Milano-Madrid a -0,1% della rotta Roma-Parigi.

L'unica tratta che registra un incremento è la Milano-Parigi (2,8%).

Le tariffe medie "Low Yield" delle principali rotte presentano un andamento disomogeneo: la Milano-Parigi diminuisce del 19,8%, Milano-Bruxelles aumenta del 9,4%, anche Milano-Madrid aumenta del 4,5%.

Il prezzo medio delle tariffe aeree europee "High Yield" e "Low Yield" si riducono dal 1° semestre 2007 al 1° semestre 2008. Questa riduzione è trainata dalla diminuzione del prezzo della tariffa base che, nel primo caso si riduce del 3,9% mentre nel secondo del 2,6%. La componente tasse e surcharge aumenta sia per le tariffe "High Yield" (+8,3%) sia per quelle "Low Yield" (+5%).

Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: media rotte europee - High Yield vs Low Yield

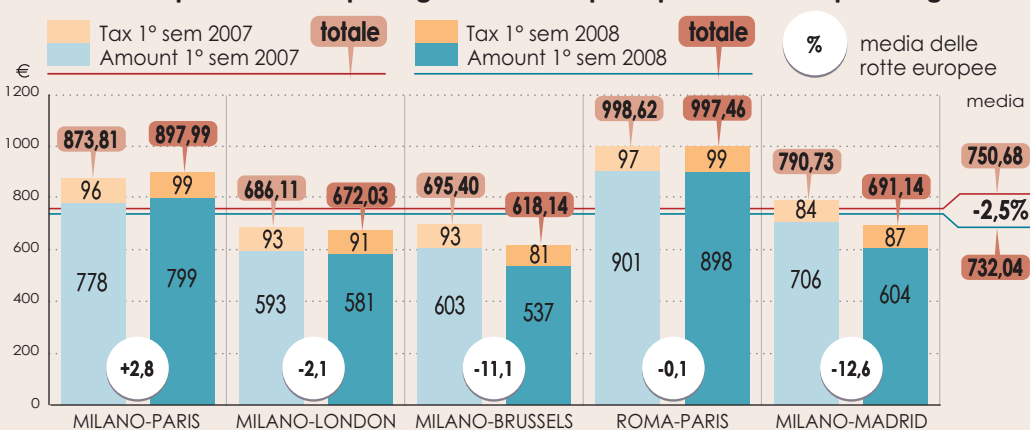


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Le tariffe medie "High Yield" diminuiscono in quasi tutte le principali tratte europee, ad esclusione della Milano-Parigi (+2,8%).

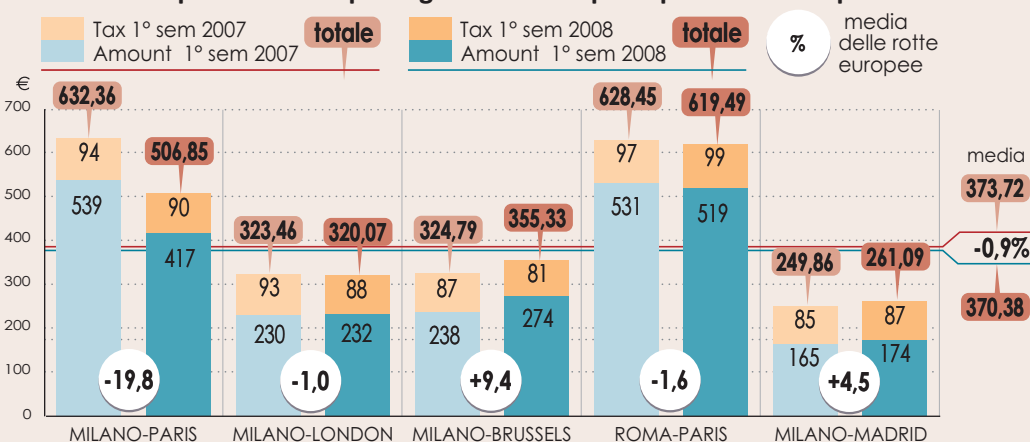
Si riduce sensibilmente il prezzo medio della Milano-Madrid (-12,6%) e della Milano-Bruxelles (-11,1%).

Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte europee - High Yield



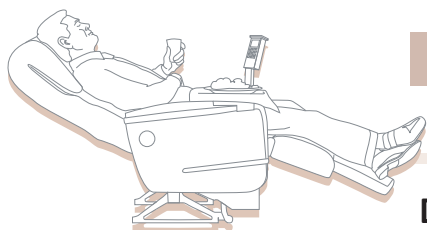
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte europee - Low Yield



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Le tariffe medie "Low Yield" delle principali rotte presentano un andamento disomogeneo: la Milano-Parigi diminuisce del 19,8%, Milano-Bruxelles aumenta del 9,4%, anche Milano-Madrid aumenta del 4,5%.



RIFLESSIONI SUL TRASPORTO AEREO

Dinamica dei prezzi "High Yield" e "Low Yield" - rotte intercontinentali

Per le rotte intercontinentali si verifica una diversa dinamica: aumenta il prezzo medio dei biglietti "High Yield" (+5,4%) e si riduce il prezzo medio dei biglietti "Low Yield" (-4%). L'incremento delle tariffe medie "High Yield" è dovuto alla combinazione del fattore tasse e surcharge - che raddoppia - (+40,1%) e del fattore tariffa base (+2,9%), mentre la diminuzione delle tariffe "Low Yield" è da ricercarsi nella sensibile riduzione del prezzo senza tasse che passa da 723 euro nel 2007 a 639 euro nel 2008, registrando un -11,6%. Si sottolinea che anche in questo caso la componente tasse e surcharge aumenta (+35%) e passa da 140 euro a 190 euro.

Tra le principali rotte intercontinentali non si registrano incrementi o riduzioni particolarmente significative delle tariffe medie "High Yield". Si segnala che Roma-New York registra un +4% mentre Milano-Sao Paulo un -4%. Le tariffe medie "Low Yield" di tutte le principali tratte aeree aumentano. In particolare, si riscontra un incremento sensibile della tratta Roma-New York (+20,4%).

La tariffa media "High Yield" delle rotte intercontinentali aumenta del 5,4% mentre si riduce del 4% quella "Low Yield".

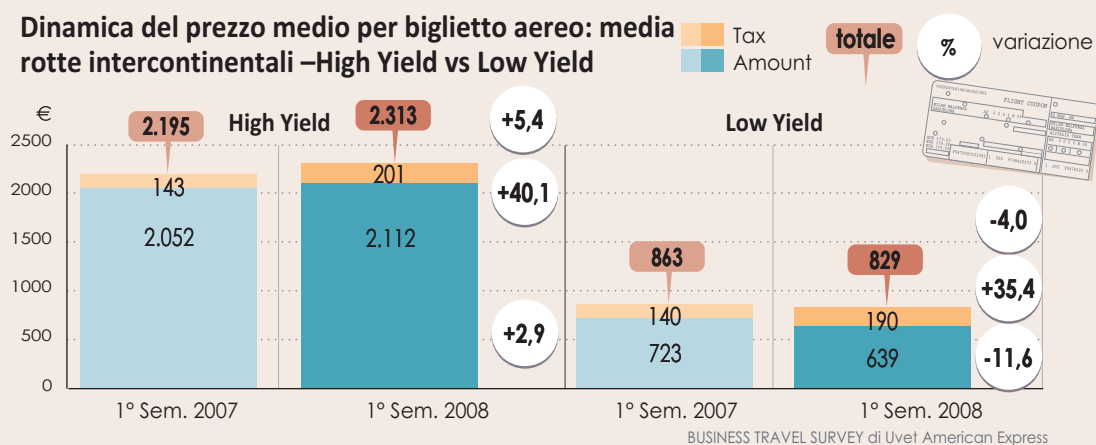
Il divario tra le due tipologie pertanto aumenta.

La crescita del prezzo medio dell'"High Yield" è da ricercarsi sia nell'aumento della componente tasse e surcharge, sia nell'incremento del prezzo della tariffa base.

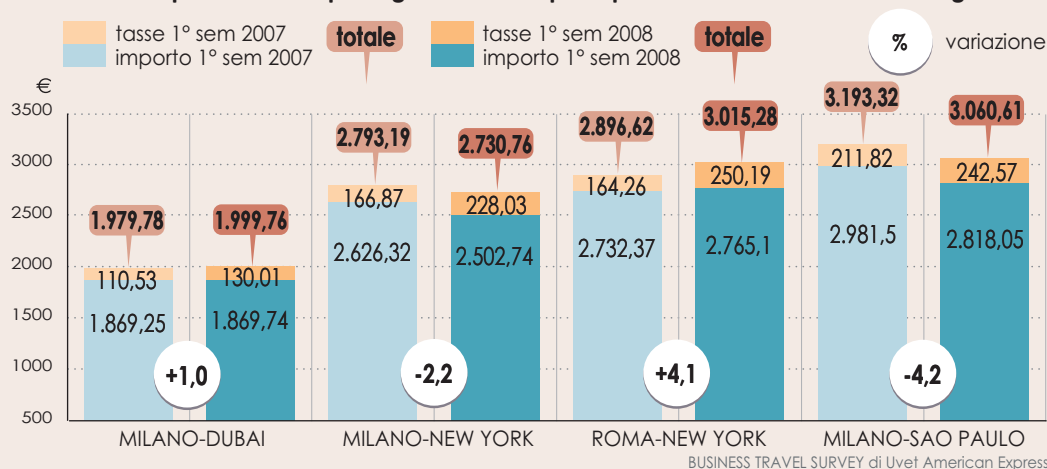
La riduzione del prezzo medio del "Low Yield" è invece imputabile a una riduzione sensibile del prezzo della tariffa base (-11,6%).

Anche in questo secondo caso comunque il livello di tasse e surcharge (+35,4%).

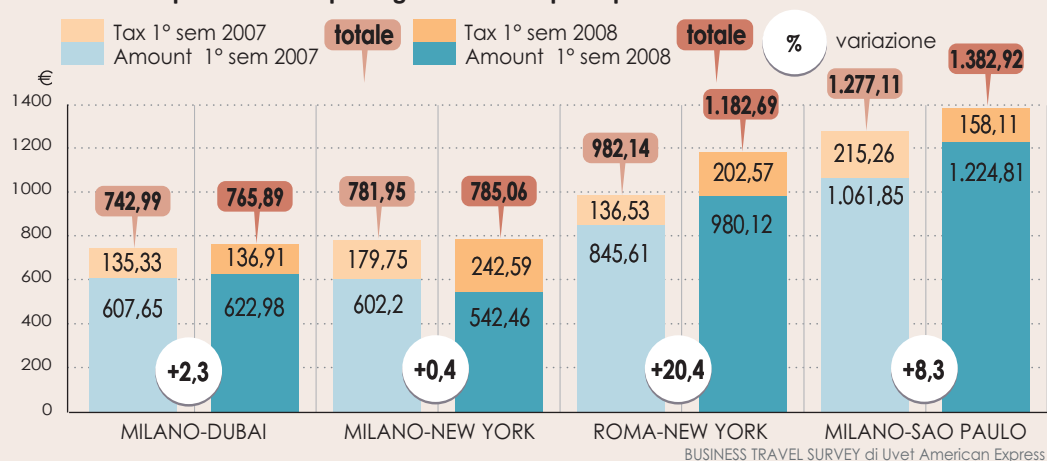
Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: media rotte intercontinentali -High Yield vs Low Yield



Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte intercontinentali -High Yield



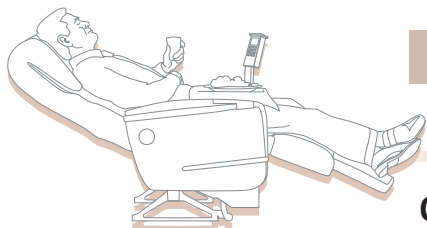
Dinamica del prezzo medio per biglietto aereo: principali rotte intercontinentali -Low Yield



Tra le principali rotte intercontinentali non si registrano incrementi o riduzioni particolarmente significative delle tariffe medie "High Yield".

Si segnala che Roma-New York registra un +4% mentre Milano-Sao Paulo un -4%.

Le tariffe medie "Low Yield" di tutte le principali tratte aeree aumentano. In particolare, si riscontra un incremento sensibile della tratta Roma-New York (+20,4%).



RIFLESSIONI SUL TRASPORTO AEREO

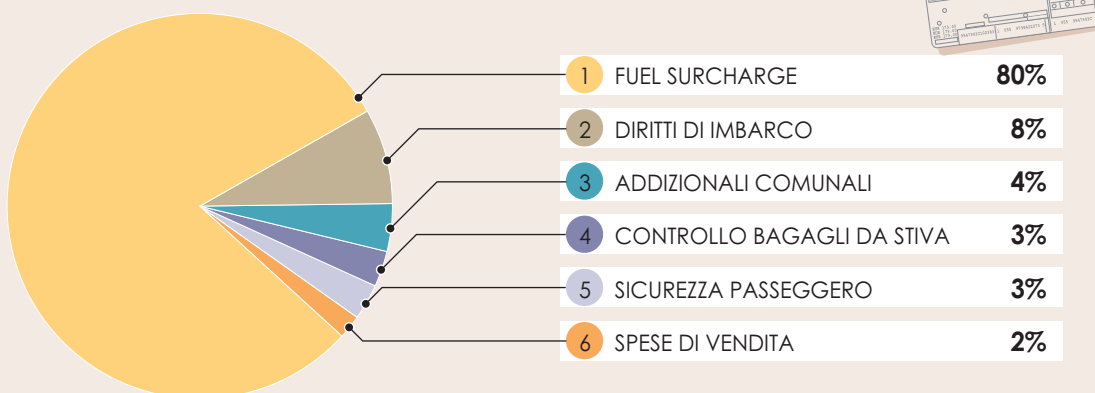
Componenti del prezzo del biglietto addizionali alla tariffa base

Le componenti "addizionali" alla tariffa base incidono in modo rilevante sul prezzo finale del biglietto soprattutto nel caso dei voli nazionali: a giugno 2007 ne rappresentavano il 23,5%, a giugno 2008 il 33,5%, incremento legato al "fuel surcharge" dato che il peso della altre variabili della voce "tasse e surcharge" è rimasto praticamente invariato.

Le tasse pesano in modo incisivo soprattutto sui biglietti dei voli nazionali.

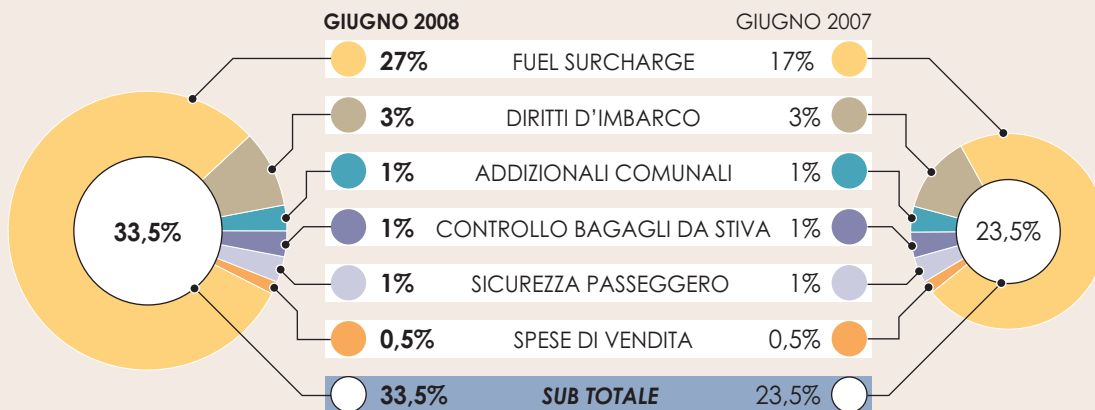
Un caso emblematico è quello delle tariffe del Milano-Roma, dove la componente tasse rappresentava a gennaio 2006 il 17,7% (55 euro su 310 euro) mentre a giugno 2008 pesa per il 32,7% sul prezzo medio del biglietto (113 euro su 346 euro).

Composizione della componente non tariffaria nel costo del biglietto aereo – voli nazionali (RILEVAZIONE GIUGNO 2008)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

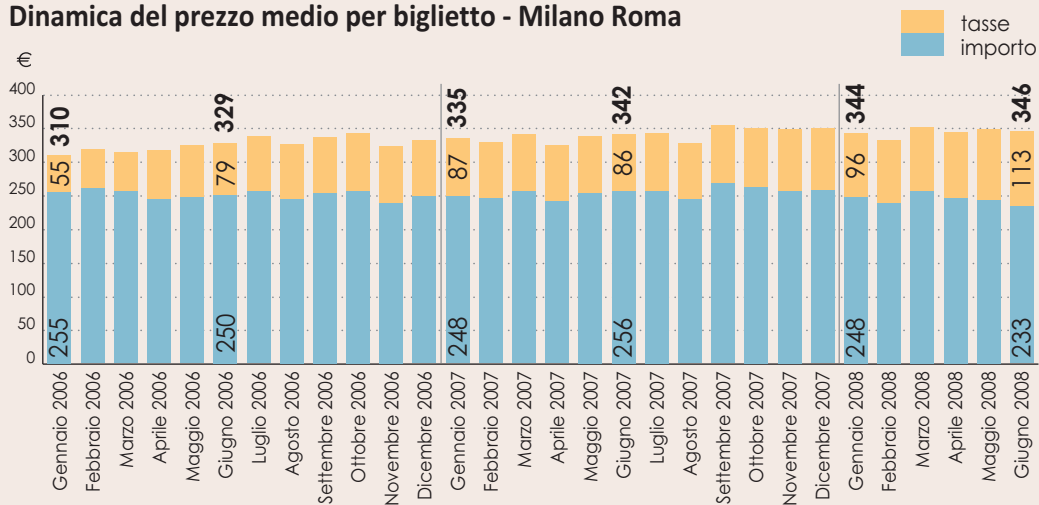
Peso della componente non tariffaria nel costo del biglietto aereo – voli nazionali



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

La dinamica del prezzo medio per biglietto aereo Milano-Roma rappresenta un caso emblematico dell'aumento delle componenti addizionali alla tariffa base. L'aumento del prezzo medio del biglietto è dovuto, infatti, all'aumento della voce tasse e surcharge che nel gennaio 2006 rappresentava il 18% del totale mentre nel giugno 2008 ne costituisce il 38%. La dinamica che si è verificata negli ultimi anni quindi è legata ad una diminuzione del prezzo medio della tariffa base, a fronte di un aumento delle componenti addizionali alla tariffa base che ha portato ad un generale incremento del prezzo medio complessivo (+12%).

Dinamica del prezzo medio per biglietto - Milano Roma



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



RIFLESSIONI SULLE SPESE DI HÔTELLERIE

Dinamica della spesa alberghiera

Come abbiamo visto in precedenza, nel 2008 si verifica una significativa crescita delle room nights (+26% rispetto al 2006) e della spesa (+23%).

Le aziende del campione viaggiano soprattutto in Italia.

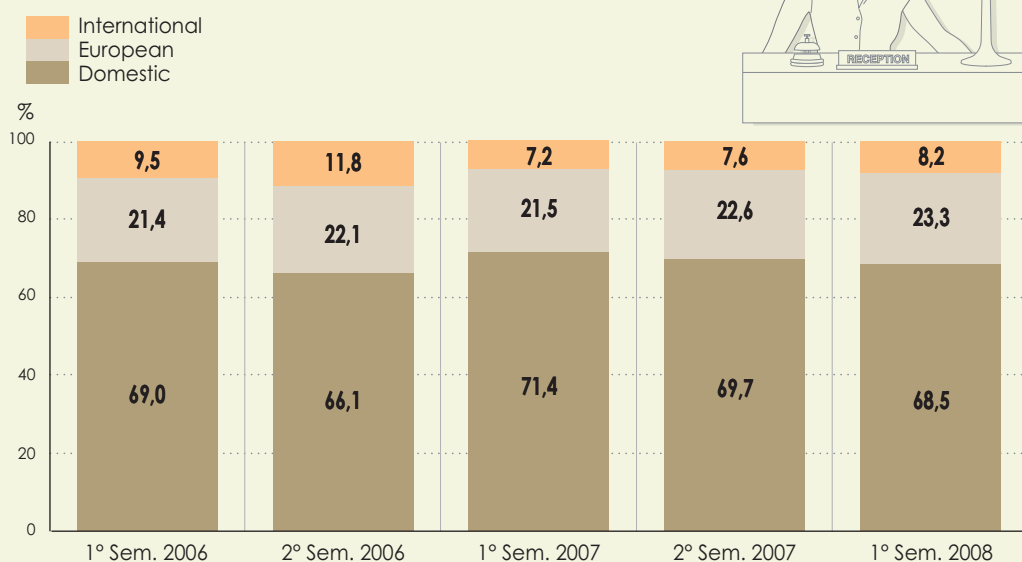
La percentuale di spesa in alberghi del nostro Paese è pari infatti al 68,5% del valore complessivo, con un'incidenza sui volumi (room nights) del 73,4%.

Tuttavia, anche analizzando la composizione della spesa e dei volumi per destinazione del viaggio emerge il trend evidenziato in precedenza: aumenta il peso delle notti trascorse in alberghi Europei (che nel 2008 pesano il 20,3% mentre nel 2006 rappresentavano il 17,2%) e conseguentemente della spesa che passa dal 21,4% del 2006 al 23,3% del 2008.

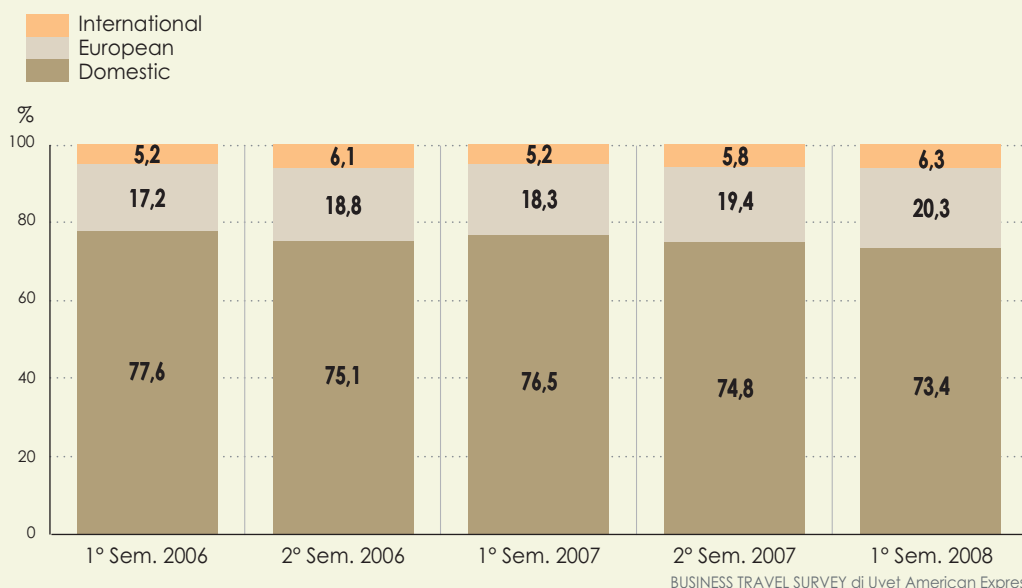
Marginali i dati relativi all'hôtellerie intercontinentale. Le aziende del campione hanno inserito questa componente del viaggio all'interno della propria travel policy e ne hanno demandato la gestione alla travel management company in un'ottica di riduzione sia dei costi diretti sia di quelli indiretti legati al business travel. ►

La spesa alberghiera delle aziende del campione si concentra in Italia (68,5%), confermando sostanzialmente la situazione del 2006 (anche se in leggera diminuzione). La spesa in alberghi europei, invece, aumenta e passa dal 21,4% del 2006 al 23,3% del 2008. Le aziende del campione hanno inserito questa componente del viaggio all'interno della propria travel policy e ne hanno demandato la gestione alla travel management company in un'ottica di riduzione sia dei costi diretti sia di quelli indiretti legati al business travel.

Ripartizione della spesa Hotel (volumi di spesa)



Ripartizione della spesa Hotel (room nights)



La stessa dinamica si verifica se analizziamo la composizione dei volumi (room nights). Il 73,4% delle transazioni è avvenuta in alberghi italiani, il 20,3% in alberghi europei e il 6,3% in hotel intercontinentali. Il mix, anche in questo caso, conferma la tendenza delle aziende ad inserire anche questa componente delle spese di viaggio all'interno della propria policy.



RIFLESSIONI SULLE SPESE DI HÔTELLERIE

Dinamica della spesa alberghiera

Le aziende non hanno cambiato il proprio comportamento d'acquisto con riferimento alla tipologia di albergo selezionata.

I 4 stelle sono la categoria alberghiera più utilizzata (76,2%), in crescita rispetto al 2006. Sostanzialmente invariati i 3 stelle che rappresentano circa il 20% delle room nights, in diminuzione i 5 stelle, passati dal 3,9% del 2006 al 3,0% del 2008.

Questa dinamica rispecchia la logica di contenimento dei costi senza andare a svantaggio del servizio.

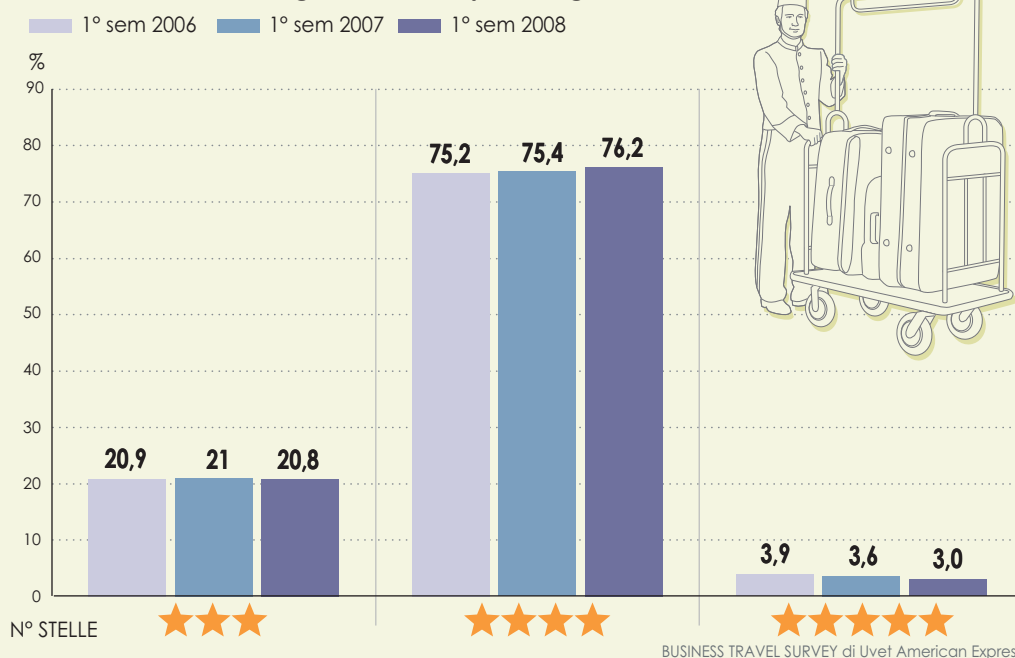
Rispetto al 2007, in leggera crescita le tariffe alberghiere in Italia che passano da 119 a 123 euro per room night.

Il costo medio europeo si attesta intorno a 150 euro mentre diminuiscono di 6 euro le tariffe dell'hotellerie intercontinentale (da 176 a 170 euro).

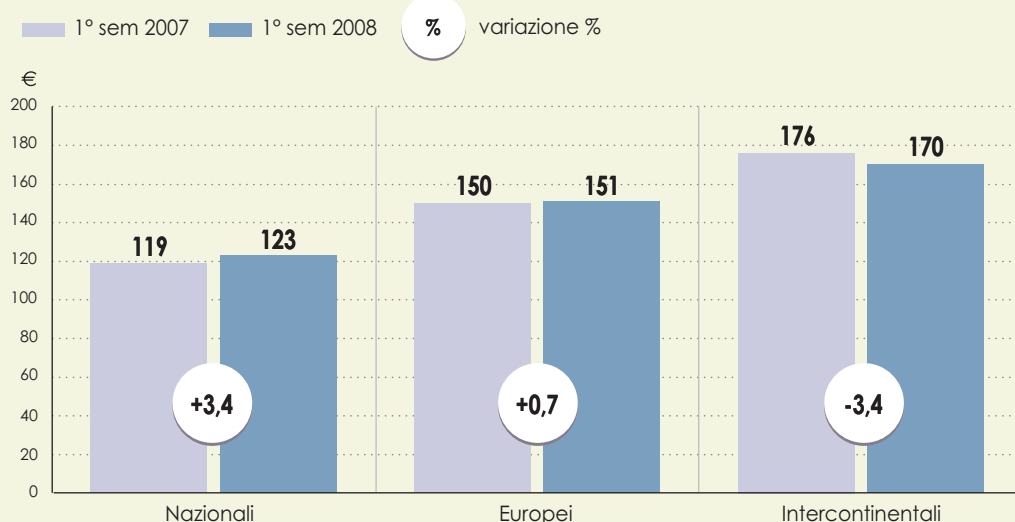
I 4 stelle rappresentano la categoria alberghiera più utilizzata dalle aziende (76,2%), in aumento rispetto al 2006 (75,2%). I 3 stelle rimangono sostanzialmente stabili e costituiscono un quinto delle transazioni.

I 5 stelle diminuiscono e passano dal 3,9% del 2006 al 3,0% del 2008. Le aziende del campione sembrano prestare attenzione al servizio offerto dalle strutture alberghiere (gli alberghi ad 1 o 2 stelle sono marginali), rispettando anche l'ottimizzazione dei costi (si riducono le notti nei 5 stelle).

Distribuzione room nights nazionali per categoria ricettiva



Costo medio delle room nights



La stessa dinamica si verifica se analizziamo la composizione dei volumi (room nights).

Il 73% delle transazioni è avvenuta in alberghi italiani, il 20,3% in alberghi europei e il 6,3% in hotel intercontinentali.

Il mix, anche in questo caso, conferma la tendenza delle aziende ad inserire anche questa componente delle spese di viaggio all'interno della propria policy.



RIFLESSIONI SULLE SPESE DI HÔTELLERIE

Dinamica della spesa alberghiera

Il costo medio per room night presenta sensibili differenze da una città all'altra. In Italia, ad esempio, il valore più elevato è a Milano, per pernottare una notte le aziende del campione hanno speso in media circa 157 euro (questo dato è in forte crescita rispetto allo stesso periodo del 2007 quando si spendevano 144,5 euro per room night). In crescita anche Firenze, che si conferma la seconda destinazione italiana più costosa, con 146,6 euro. Diminuisce il costo medio a Roma dove il costo per pernottamento è pari a 133 euro.

A livello Europeo Londra si conferma la città più cara (220,5 euro) anche se il costo medio per room night registra una flessione rispetto al 2007 (243,6 euro). In diminuzione anche Madrid.

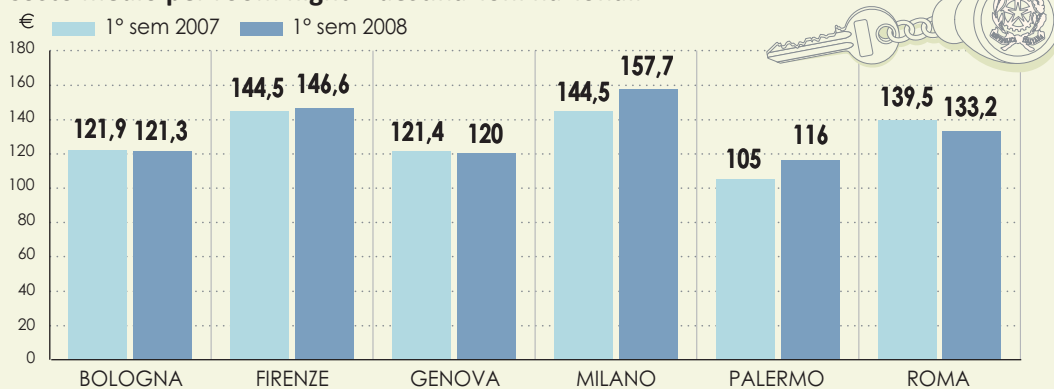
Cresce invece il costo medio per pernottamento a Parigi, che passa da 195,3 euro nel 2007 a 211,5 euro nel 2008, e a Barcellona (da 162 euro a 174 euro).

Aumentano i costi medi per hôtellerie a livello internazionale. In controtendenza solo New York che passa da 297 euro nel 2007 a 273,1 euro nel 2008, e Abu Dhabi che passa da 316 euro nel 2007 a 254,2 euro nel 2008.

Milano si conferma la città con il costo medio per camera più elevato (157,7 euro) e in crescita rispetto al 2007 (144,5 euro). La seconda destinazione italiana è Firenze con 146,6 euro, segue Roma con 133,2 euro. La capitale registra una flessione nel costo medio per room night che nel 2007 era pari a 139,5 euro.

Cresce Palermo (passa da 105 euro nel 2007 a 116 euro nel 2008), stabile Bologna (121,3 euro nel 2008).

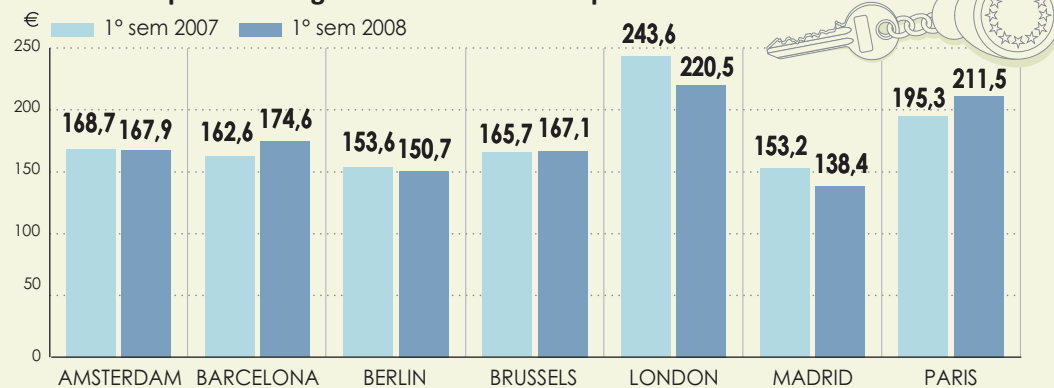
Costo medio per room night – destinazioni nazionali



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Tra le destinazioni europee Londra si conferma la più cara: il costo medio per room night è pari a 220,5 euro, seppure si sia verificato nell'ultimo anno una diminuzione di 23 euro per pernottamento. Diminuisce anche Madrid dove il costo medio alberghiero passa da 153,2 euro nel 2007 a 138,4 euro nel 2008. In crescita Parigi e Barcellona.

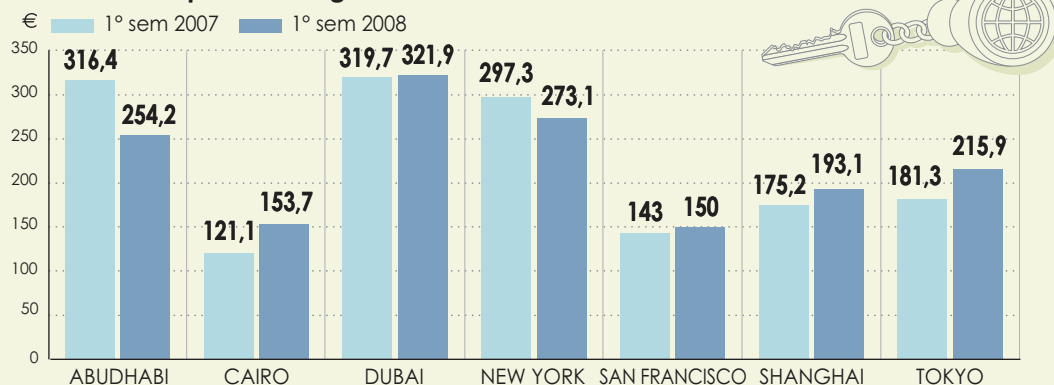
Costo medio per room night – destinazioni europee



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Dubai si conferma la destinazione più costosa, con un costo medio per room night pari a 321,9 euro nel 2008 (in leggera crescita rispetto al 2007). Segue New York che registra una sensibile contrazione: le aziende del campione hanno speso in media 273,1 euro per pernottamento. Diminuisce anche Abu Dhabi dove il costo medio passa da 316,4 euro a 254,2 euro.

Costo medio per room night – destinazioni intercontinentali



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 annuale 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 Ame-

rican 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 com-

prendere i trend di tutte le più importanti voci di spesa legate al travel.

Per cogliere con tempestività eventuali mutamenti di tendenza abbiamo pensato nei prossimi mesi di offrire al mercato una release trimestrale della ricerca.

Il campione indagato sarà omogeneo con quello della survey annuale e semestrale.

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

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

marketing@uetamex.com
tel. 02.838.031
www.uetamex.com

 **BIZTRAVEL
FORUM**

*Il blog dei
viaggi d'affari*

Infografica in collaborazione con

CENTIMETRI®
rete di comunicazione infografica