

BUSINESS TRAVEL SURVEY



UVET.COM

VOCAZIONE

L'ARTE DI TRAMANDARE
DI PADRE IN FIGLIO.

DA UNA PICCOLA AGENZIA DI VIAGGIO
A UN GRANDE GRUPPO DI TURISMO
UNENDO QUATTRO GENERAZIONI.

uвет

UN GRANDE GRUPPO DI BUSINESS TRAVEL E VACANZE.

PERSONE, SERVIZI E SOLUZIONI CHE RENDONO IL TUO VIAGGIO UN'ESPERIENZA UNICA.

BUSINESS & LEISURE TRAVEL | MOBILITY & SERVICES | EVENTS

UVET American Express Global Business Travel 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 Global Business Travel, 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 aiutano ad analizzare la situazione attuale e le tendenze evolutive di un settore in continuo mutamento e fanno meglio comprendere i trend di tutte le più importanti voci di spesa legate al travel.

L'indagine è stata compiuta sui dati relativi a un campione di 700 aziende clienti di UVET Global Business Travel con spese di viaggio comprese tra 20 mila e 15 milioni di euro all'anno e caratterizzate da una continuità del rapporto nel corso del periodo considerato. L'analisi riguarda tutte le più importanti voci di spesa del Business

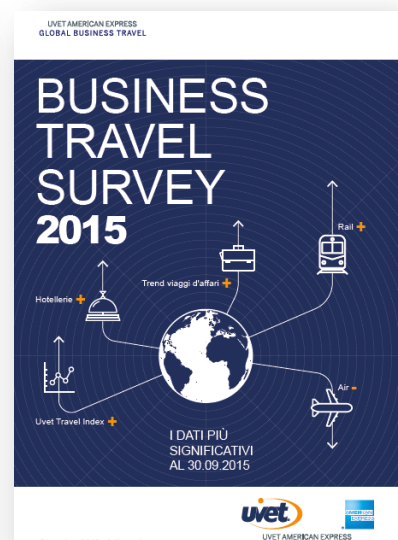
Travel (biglietteria aerea e ferroviaria, hôtellerie e rent a car) e si focalizza sui dati relativi al 1° Sem. 2016.

Viene costantemente proposto un confronto con i valori riguardanti gli anni 2014 e 2016, così da ottenere indicazioni sui trend di spesa delle aziende.

Il campione indagato in questa edizione, che abbraccia il triennio 2014-2016, è omogeneo con quello delle precedenti Business Travel Survey (ultima: edizione digital gennaio 2016).

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

Anche in questa edizione della BTS è presente l'UVET TRAVEL INDEX l'indicatore dei viaggi d'affari che prevede il ciclo economico.



MONDO

Lo scenario economico internazionale si conferma a macchia di leopardo con alcuni segnali di debolezza strutturali, soprattutto con riferimento ai Paesi Emergenti. Si confermano le indicazioni emerse nel corso dell'ultimo BizTravel Forum.

Più in dettaglio, si accentua la debolezza dell'economia globale e del commercio internazionale, con alcune differenze anche marcate tra le aree del Mondo. Gli Stati Uniti si confermano l'unico vero motore di espansione mondiale, pur non procedendo a pieno regime, mentre nelle economie emergenti le prospettive rimangono fragili e rappresentano il principale elemento di rischio per la crescita e per i mercati finanziari mondiali.

Persiste una debolezza del petrolio, che si attesta tra i 45 e i 50 dollari al barile. Inoltre, il calo rispetto al biennio precedente, non si è tradotto (fatto nuovo) in un irrobustimento della crescita mondiale. La riduzione dei prezzi dell'energia se da un lato è positiva per i paesi importatori, dall'altro aumenta i rischi finanziari dei Paesi emergenti e di quelli esportatori di petrolio come Brasile, Russia, Medio Oriente, Sud America ecc.). Venendo meno gli introiti da petrolio questi Paesi sono stati costretti a comprimere i bilanci pubblici, diminuendo la domanda, cioè facendo austerità anche loro. La Russia, ad esempio, a gennaio ha presentato dei tagli alla spesa pubblica del 10%, l'Arabia Saudita mira a tagliare la spesa pubblica del 14%, eliminare alcuni sussidi alla popolazione e introdurre nuove tasse, tra cui l'IVA, fino a ieri non applicabile nel Paese.

Questi tagli, che sono contrazioni di domanda, hanno un effetto sulle economie sviluppate in termini di minore possibilità di esportazione verso quei Paesi e, in generale, determina un effetto negativo sul commercio internazionale.

In questa situazione rimane molto accomodante l'orientamento delle politiche monetarie a livello internazionale dagli Stati Uniti che proseguono con i piedi di piombo e molto lentamente sul rialzo dei tassi, all'Europa che ha ampliato le politiche di quantitative easing come il Giappone, e la Cina che ha immesso ingente liquidità sul mercato per stabilizzare la sua economia.

Le stime di crescita per l'anno in corso sono state riviste di recente al ribasso da tutte le principali istituzioni internazionali (FMI, OCSE, Banca Mondiale, ecc.). Rispetto alle previsioni di inizio anno, l'area Euro passa da una crescita stimata dell'1,7% ad una dell'1,5%, il Giappone vede le stime di crescita dimezzarsi e passare dall'1% allo 0,5%, mentre gli Stati Uniti vedono le proprie stime di crescita ridursi dal 2,6% al 2,4%.

EUROPA

L'area Euro mostra segnali di lenta, ma continua, espansione ciclica, spinta in primis dalla domanda interna. Al contrario degli anni scorsi, rimane debole il contributo alla crescita da parte delle esportazioni, penalizzate dall'incremento dei rischi connessi con le tensioni geo-politiche.

Nel primo trimestre la Germania ha registrato una crescita dello 0,7%, la Francia dello 0,6%, l'Italia dello 0,3%, la Spagna dello 0,8% e l'Olanda dello 0,5%. Ancora in recessione rimane la Grecia con una contrazione del PIL nel primo trimestre del 2016 dello 0,5%.

L'inflazione nell'area Euro si colloca mediamente su valori nulli, ma con delle diversità sensibili tra gli Stati Membri. Sempre nel primo trimestre, in Germania i prezzi sono saliti dello 0,3%, in Francia dello 0,2%, in Olanda non si sono mossi, mentre in Italia si è registrata una discesa dello 0,4% e in Spagna dello 0,8%. In parte la mancanza di inflazione è spiegata dall'andamento del prezzo dell'energia, ma l'esistenza di ampi margini inutilizzati di capacità produttiva e occupazionale spingono in alcuni Paesi a una contrazione dei prezzi ancora più marcata.

Il Consiglio direttivo della BCE ha rafforzato lo stimolo monetario con un articolato pacchetto di misure espansive: l'incremento degli acquisti mensili a 80 miliardi di Euro; l'azzeramento del tasso di interesse sulle operazioni di rifinanziamento dell'Eurosistema; la riduzione a -0,4% del tasso di interesse sui depositi presso la BCE e l'avvio di 4 operazioni di prestiti alle banche anche a tassi negativi (con quest'ultima operazione quindi la Banca Centrale pagherà le banche per prendere a prestito il denaro nel tentativo di incentivarle a prestarlo alle imprese). Tutte queste misure hanno impatto diretto sul costo del denaro con effetti positivi sui costi di finanziamento per le imprese e le famiglie oggi in Europa ai minimi storici.

ITALIA

In Italia la ripresa continua, seppur a ritmi contenuti, ed è sostenuta prevalentemente dai consumi interni e dagli investimenti. Nei prossimi mesi ci si attende che l'espansione in atto nella manifattura possa risentire della debolezza della domanda estera, mentre continua a consolidarsi la ripresa nel settore dei servizi e in quello dell'edilizia. Sulla componente costruzioni, fortemente in contrazione dal 2010, emergono per la prima volta segnali di stabilizzazione e ripresa.

Il ciclo espansivo si è mantenuto anche nel primo trimestre del 2016, mettendo a segno un +0,3% di PIL a livello congiunturale, cioè rispetto al quarto trimestre del 2015. Rimane da verificare la tenuta dei prossimi mesi anche a seguito di shock negativi tra cui, il principale, l'esito del referendum in Gran Bretagna che ha indicato l'uscita dal mercato unico europeo.

A fronte del rallentamento dell'economia mondiale, infine, come per altri Paesi, le istituzioni internazionali hanno aggiornato, abbassandole, le stime di crescita per l'Italia. Fino ad aprile la crescita prevista era compresa tra l'1,2 e l'1,6%, mentre ora si attesta tra l'1,0% e l'1,3%.

FOCUS SULLA BREXIT

Valutare l'effetto Brexit sull'onda dell'emotività e delle prime reazioni dei mercati rischia di portare a conclusioni affrettate, soprattutto a fronte dell'esplosione di volatilità e degli eccessi nei giudizi, quasi sempre guidati da irrazionalità.

Torna interessante (e per certi versi simpatica) una storica frase di Benjamin Graham, inglese, economista, che scrisse nel 1949 "[The Intelligent Investor](#)". Il libro fu considerato uno delle pietre miliari di riferimento per gli investimenti e per l'approccio value investing e Warren Buffett lo definì il miglior libro sugli investimenti mai scritto.

La frase fu "In the short run, market is a voting machine and sometimes people vote very unintelligently. In the long run, market is a weighing machine and the weight of business and how it does is what affects values over time". Ci sembra particolarmente adatta alla situazione attuale.

A livello generale, c'è un consenso ampio sul fatto che gli effetti sull'economia britannica saranno negativi nel breve e nel lungo periodo, ma molta divergenza riguardo agli effetti sui membri dell'Area Euro.

Tralasciando i mercati (e la loro attitudine a essere *voting machine* nel breve) un punto su cui molti economisti concordano è che si verificherà nel tempo una parziale delocalizzazione di attività dal Regno Unito verso l'Unione Europea, in particolare per quelle attività specialmente asiatiche e statunitensi che sfruttavano il Regno Unito come porta d'accesso all'Ue. Un effetto a favore, invece, potrebbe essere legato ad una consistente svalutazione della sterlina che, unita a una tassazione favorevole, potrebbe aumentare la competitività di alcune attività produttive e manifatturiere.

Sull'Italia, lo shock nel breve periodo potrebbe avere delle ricadute sull'economia reale, rallentando la crescita economica, ma alcune prime analisi mostrano come la Brexit possa rappresentare anche una opportunità per l'Italia, dal punto di vista economico, e non solo uno shock esterno negativo.

Ci sono alcuni motivi che sostanziano questa prospettiva.

I tassi sul debito a dieci anni sono rimasti sostanzialmente stabili. Due giorni dopo la Brexit il decennale italiano è all'1,40%, ai minimi storici. Lo spread che si era leggermente alzato fino a 160 in corrispondenza della Brexit, si è poi attestato velocemente in area 140. La fiammata è legata più alla discesa dei rendimenti dei Bund che per una sfiducia sul debito italiano. Il Bund decennale, considerato porto sicuro, è sceso fino a -0,2% ed essendo lo spread il differenziale tra i due tassi del debito a dieci anni, la riduzione di quello tedesco ha comportato da solo un aumento dello spread. In breve, anche grazie alla BCE, la Brexit non ha riattivato preoccupazioni sui debiti sovrani. L'Italia continua a finanziarsi a tassi straordinariamente bassi e negativi fino a 5 anni (in questi casi è bene ricordarlo, il mercato paga l'Italia per prestargli il denaro, cioè l'Italia restituirà tra 5 anni meno risorse di quante ne prende a prestito dal mercato).

Al netto di alcuni casi specifici, pensiamo siano eccessive le preoccupazioni sul sistema bancario italiano che, inoltre, è in piena trasformazione. È tutto il sistema bancario europeo in sofferenza e lo dimostrano le performance di borsa delle principali banche straniere che da inizio anno registrano andamenti compresi tra il -30% e il -50%. Anche la sensazione che l'Italia soffra di più degli altri è dovuta al maggior peso del comparto finanziario nel nostro indice rispetto ad altre Borse.

La nostra esposizione commerciale nei confronti del Regno Unito è importante, ma di gran lunga inferiore a quella di Germania e Francia e di Paesi del Nord Europa come Olanda e Belgio. L'Italia esporta nel Regno Unito circa 27 miliardi di dollari, un quarto della Germania che esporta in UK quasi 100 miliardi di dollari. Ancora maggiore è il differenziale in termini di surplus commerciale: l'Italia genera 12 miliardi di dollari di attivo commerciale verso UK, contro i 50 miliardi di dollari della Germania. Da questi dati capiamo anche il comportamento più prudente del Governo tedesco che, contrariamente alla linea tenuta l'anno scorso con la Grecia, ha da subito adottato un atteggiamento più amichevole e paziente. Anche Francia (40 miliardi di dollari), Olanda (55 miliardi di dollari) e Belgio (34 miliardi di dollari) esportano in UK più dell'Italia.

Ultimo punto è che da 5 anni l'Italia, con i fatti, ha aumentato la sua affidabilità e credibilità europea e internazionale. Il nostro ruolo emerge anche a fronte delle debolezze della Francia, e dell'impasse politica spagnola che dopo 2 elezioni in 6 mesi sembra abbia nuovamente difficoltà a formare un Governo.

Sulla ritrovata credibilità internazionale l'Italia può rilanciarsi come uno dei Paesi guida del Continente. È necessario attivare da subito azioni di policy per candidare il nostro Paese e la città di Milano come sede di due autorità europee oggi basate a Londra che dovranno essere trasferite: l'European Banking Authority (EBA) e l'European Medicines Agency (EMA).

Con riferimento all'EBA la concorrenza di Francoforte e Parigi è spuntata dal fatto che ospitano già rispettivamente la BCE e l'ESMA (European Securities and Markets Authority). Se guardiamo all'EMA, in Lombardia è presente una delle più importanti filiere della sanità e della farmaceutica in Europa, con specializzazioni su applicazioni mediche e ricerche biotecnologiche.

L'Italia deve anche porsi nelle condizioni per attirare tutte le aziende cinesi che, fino a ieri, hanno utilizzato il Regno Unito come porta per l'Europa, o meglio come porta per il mercato unico europeo, tramite la creazione di package di attrattività e incentivi.

Ci sono tutte le possibilità per pensare a agire da grande Paese, sapendo che la risposta oltre che economica, questa volta dovrà essere anche politica.

UVET TRAVEL INDEX: STIME DI CHIUSURA AL 2° TRIMESTRE DEL 2016

Il primo trimestre del 2016 ha evidenziato un incremento del PIL dello 0,3% congiunturale (rispetto al quarto trimestre del 2015) allungando la serie di trimestri consecutivi in crescita a 5, cioè dal primo del 2015.

Con riferimento all'intero anno, invece, come abbiamo visto prima, le istituzioni internazionali hanno abbassato la crescita prevista che ora stimata essere in media l'1,1% contro la stima dell'1,4% dello scorso marzo.

La crescita, seppur lenta, sembra persistere nel nostro Paese e nel 4 trimestre dello scorso anno l'Italia già viaggiava con una crescita tendenziale annua che aveva raggiunto l'1%. Nei prossimi mesi la sfida sarà quella di non rallentare, ma di spingere ulteriormente sul ciclo di crescita.

Possiamo ricavare indicazioni importanti, a tal proposito, analizzando l'UVET Travel Index, che da oltre 4 anni fornisce indicazioni sul ciclo economico in anticipo, dai 3 ai 6 mesi, rispetto alla pubblicazione dei dati ufficiali.

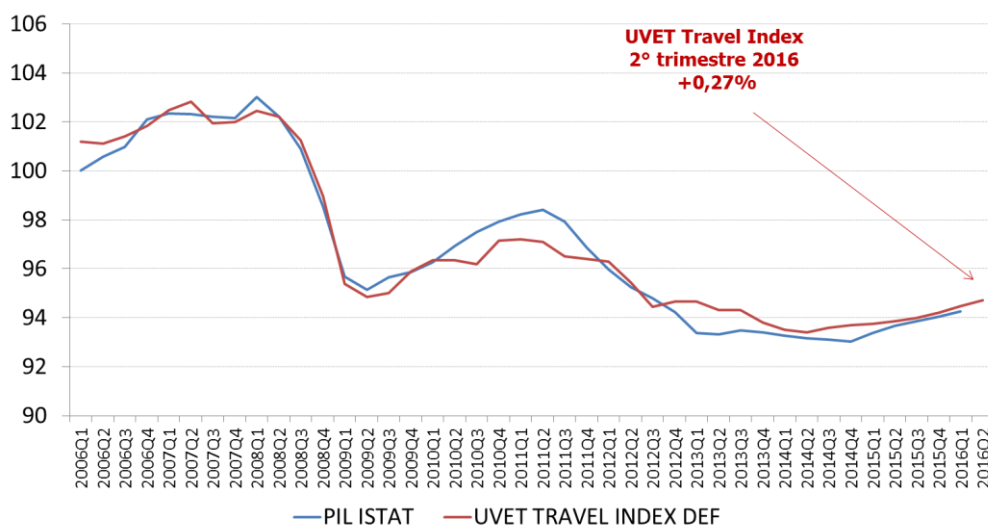
Dall'analisi dei consuntivi fino a giugno 2016 sul *Business Travel Managed*, forniti da UVET, e applicando il modello econometrico di stima sul PIL, che si è dimostrato consistente nelle previsioni sull'andamento economico nazionale, abbiamo elaborato la stima del PIL nel secondo trimestre dell'anno, basata sulle capacità esplicative e predittive contenute nelle statistiche sui viaggi d'affari.

La stima dell'UVET Travel Index per il secondo trimestre del 2016 evidenzia **un aumento dello 0,27% su base congiunturale rispetto al primo trimestre del 2016.**

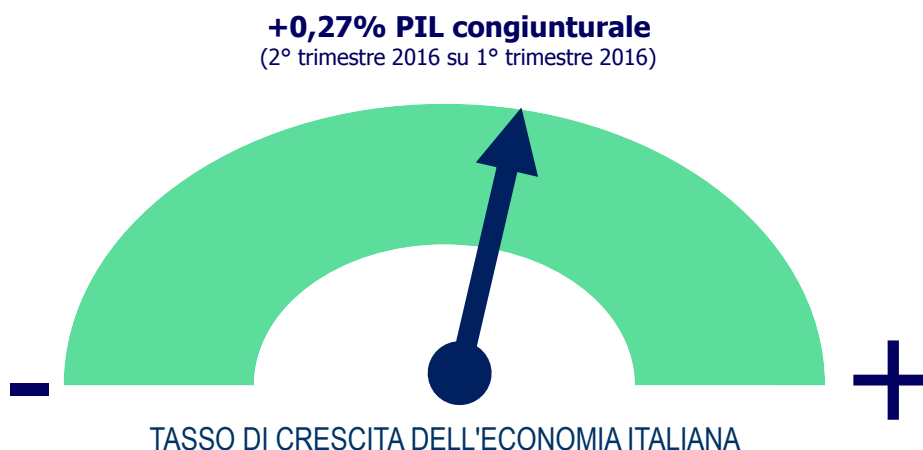
Su base tendenziale annua la crescita si attende allo 0,95%, nel caso in cui il tasso di crescita rimanesse inalterato anche nei successivi due trimestri.

Per centrare l'obiettivo di +1,7%, stima da noi fornita a novembre del 2015, è necessario accelerare in modo deciso nella seconda metà dell'anno.

Fattori che hanno pesato sulla crescita sono stati l'elevata volatilità sui mercati finanziari di inizio anno, innescata dal tonfo dei mercati asiatici, Cina su tutti, l'incertezza legata ai problemi che mordono il sistema bancario italiano ma anche europeo, e un raffreddamento della domanda globale alimentato, in particolare, dalla caduta del prezzo del petrolio, prima fonte di reddito per molti Paesi in via di sviluppo. Il risultato del recente referendum svoltosi in UK, inoltre, aumenta il livello di incertezza sul futuro con possibili ripercussioni negative sugli investimenti e sul commercio.



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati UVET



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati UVET

L'UVET Travel Index, dal 2012, evidenzia una elevata correlazione con il Prodotto Interno Lordo italiano. Dai dati Uvet Travel Index si evidenzia una crescita costante e continua, seppur non eccezionale.

Come nota metodologica statistica, si segnala che a livello econometrico la serie storica, nel periodo gennaio 2006 – giugno 2016, presenta un elevato livello di significatività statistica: l'indicatore (R^2) che misura la bontà del modello di regressione elaborato presenta un valore di 0,936, molto alto, considerando che il massimo è 1, e in altre parole significa che il 93,6% della variazione del PIL italiano può essere spiegata dal modello costruito che si basa sul database dei viaggi d'affari di UVET.

In questa fase le incertezze rimangono elevate, ma è anche vero che le imprese e gli operatori economici si sono abituati a lavorare nell'incertezza del quadro macro-economico e geo-politico. Nel complesso, emerge come l'attività economia stia strutturalmente andando bene, consolidando i segnali positivi del 2015.

I PREZZI NEL SETTORE TRASPORTI E NEL BUSINESS TRAVEL MANAGED A CONFRONTO

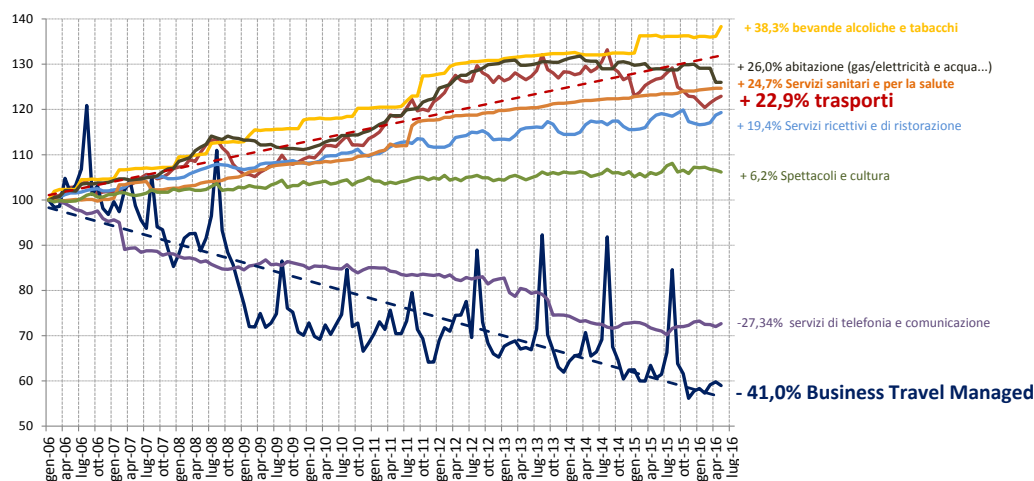
La rilevazione dei prezzi medi per il *Business Travel Managed* nel secondo trimestre del 2016 evidenzia il perdurare della compressione che caratterizza il comparto e quella tendenza al ribasso dei prezzi medi di viaggio iniziata nel 2006.

Si conferma, ancora una volta, una peculiarità che caratterizza il *Business Travel Managed*: rappresenta un settore capace di creare valore aggiunto e favorire efficienza nel sistema economico.

Tra gennaio 2006 e giugno 2016 l'incremento medio dei prezzi nel sistema economico, cioè l'inflazione, è stato del 19,7%, l'incremento dei prezzi nel settore trasporti si è attestato al 22,9%, mentre quello nel *Business Travel Managed* si è ridotto del 41,0%.

In sostanza, in un contesto di prezzi del settore trasporti in crescita del 22,9% tra gennaio 2006 e giugno 2016, il comparto del Business Travel Managed ha registrato una contrazione nei prezzi del 41,0%, andando in controtendenza anche rispetto alla crescita media dei prezzi (inflazione) dell'economia che si è attestata al 22,9%.

¹ Come nota metodologica statistica, si segnala che a livello econometrico la serie storica, nel periodo gennaio 2006 – giugno 2016, presenta un elevato livello di significatività statistica: l'indicatore (R^2) che misura la bontà del modello di regressione elaborato presenta un valore di 0,936, molto alto, considerando che il massimo è 1, e in altre parole significa che il 93,6% della variazione del PIL italiano può essere spiegata dal modello costruito che si basa sul database dei viaggi d'affari di UVET.



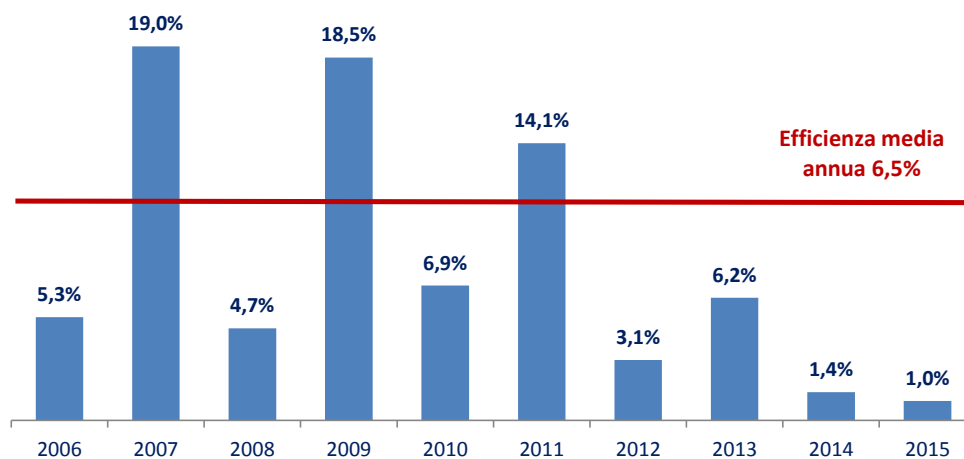
Andamento degli indici dei prezzi al consumo per il Business Travel Managed, per il settore dei Trasporti e alcuni settori di confronto

Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti su dati ISTAT e Gruppo UVET

Emerge chiaramente l'efficienza che viene costantemente prodotta nel comparto dei viaggi d'affari. A parità di caratteristiche e condizioni di viaggio, quello che costava 100 Euro nel 2006, oggi costa 59 Euro, mentre se avesse seguito la media dei prezzi del settore dei trasporti sarebbe dovuto costare 122,9 Euro, oltre il doppio.

La compressione costante e continua dei prezzi medi si traduce in minori spese per i viaggi d'affari per le imprese, aumentando la loro possibilità di contatti, in particolar modo con l'estero, favorendo la ricerca di nuove opportunità e l'internazionalizzazione del business.

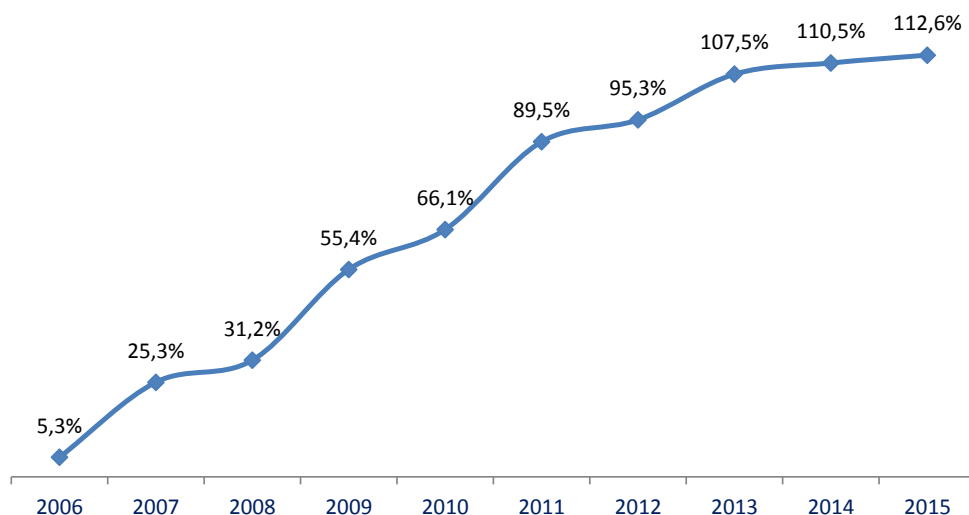
Dall'aggiornamento dell'indice di efficienza del Business Travel Managed, calcolato come il differenziale annuo degli indicatori di prezzo tra il settore del Business Travel Managed e quello complessivo dei trasporti, i risultati evidenziano dal 2006 al 2015, come il settore abbia prodotto un'efficienza media annua del 6,5%. Questo risultato si compone nel modo seguente: 4,2% circa di efficienza media annua creata direttamente nel Business Travel Managed attraverso la riduzione dei prezzi a parità di servizio; 2,3% circa deriva dalla crescita dei prezzi nel settore dei trasporti che non si riflette nel Business Travel Managed.



Indicatore di efficienza medio annuo del Business Travel Managed

(Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti su dati ISTAT e Gruppo UVET)

Complessivamente da inizio del 2006 l'efficienza cumulata si attesta quasi al 113%. Il 73% è generata da una efficienza diretta del *Business Travel Managed*, mentre il restante 40% deriva dalla crescita dei prezzi dei trasporti che non si è riflessa nel *Business Travel Managed*.



Indicatore di efficienza cumulato anno su anno del Business Travel Managed
 (Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti su dati ISTAT e Gruppo UVET)

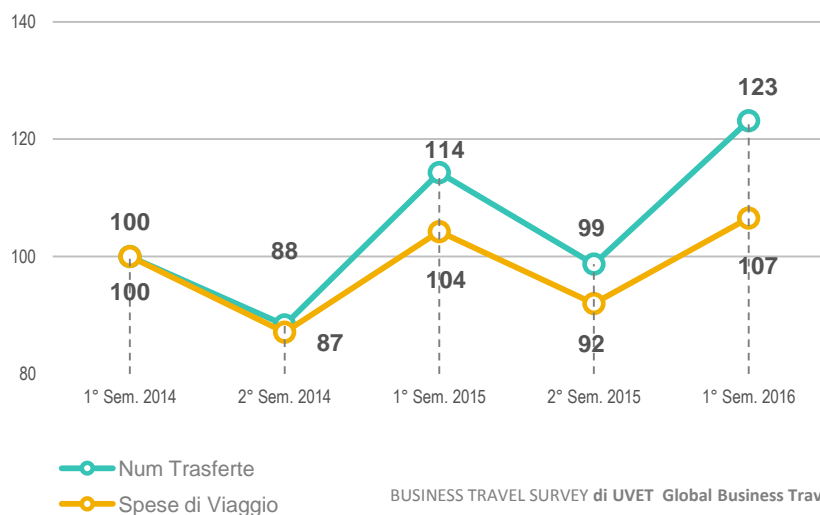
Questi numeri si basano su dati pubblici e di mercato e dimostrano come, nel tempo, sia possibile disporre di servizi di viaggio per lavoro a prezzi costantemente inferiori in termini relativi rispetto all'inflazione e, spesso, anche in termini assoluti. Considerando le dimensioni complessive del *Business Travel* in Italia l'efficienza in termini monetari creata dal *Business Travel Managed* è stimata per il 2015 in 1,35 miliardi di Euro, calcolata come la differenza tra l'ammontare teorico di spesa nel *Business Travel* se questo settore avesse seguito la dinamica inflativa dei trasporti e la sua spesa effettiva registrata ad oggi.

L'andamento del numero di trasferte e delle spese di viaggio sono in costante aumento. Considerando l'ultimo triennio 2014-2016, le trasferte sono aumentate di ben 23 punti percentuali, mentre le spese di 7 punti.

Lo stesso trend positivo ha registrato il 1° Sem. 2016, che vede un aumento delle trasferte e delle spese di viaggio rispettivamente di 8 punti e 3 punti percentuali.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

(numero indice base 1° Sem. 2014)



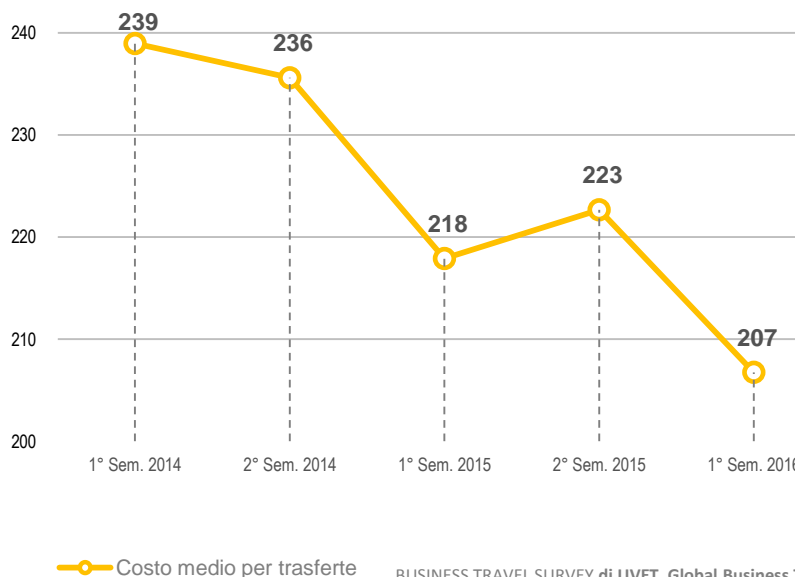
BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Il costo medio per trasferta conferma il trend in discesa anche nel 1° Sem. 2016. Rispetto al 2015 il costo è sceso di 5 punti percentuali, cioè di oltre 11 euro in termini monetari.

Se osserviamo il comportamento del costo medio per trasferta negli ultimi tre anni, vediamo che il costo si è ridotto di ben 13 punti, cioè di 32 euro in termini monetari.

COSTO MEDIO PER TRASFERTA

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

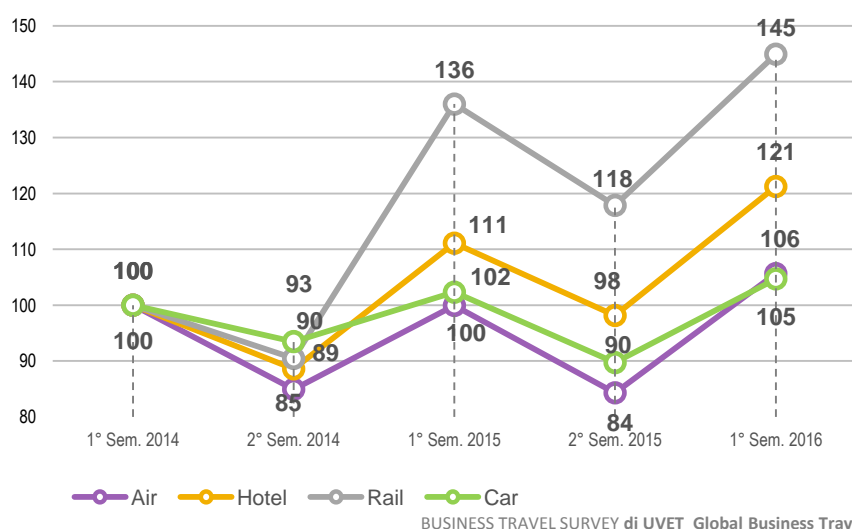
Il 1° Sem. 2016 registra un trend positivo per tutte le tipologie del servizio usufruito nella trasferta.

Rispetto al 1° Sem. 2015, i servizi Rail e Hotel sono cresciuti relativamente di 7 e 9 punti percentuali, mentre per quanto riguarda i servizi Car e Air negli ultimi 12 mesi hanno aumentato il numero di trasferte rispettivamente di 3 e di 6 punti percentuali.

Il trend del triennio 2014-2016 rispecchia quello dell'ultimo anno: infatti se guardiamo questo orizzonte temporale anche in questo caso tutti i servizi hanno registrato una crescita.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Sem. 2014)

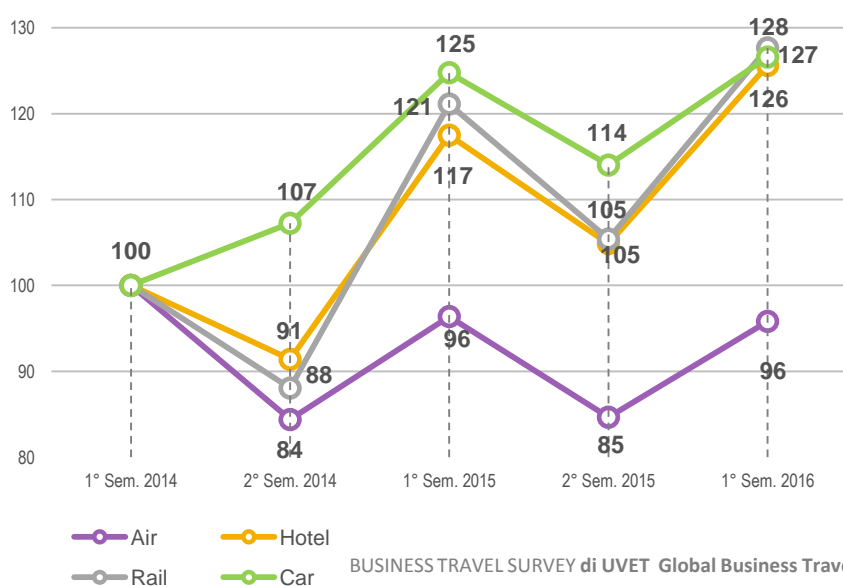


Le spese di viaggio negli ultimi 12 mesi sono aumentate per i servizi Rail e Hotel rispettivamente di 6 e 8 punti percentuali.

Il servizio Air resta costante rispetto al 1° Sem. 2015 mentre il servizio Car aumenta lievemente la spesa di 2 punto percentuale.

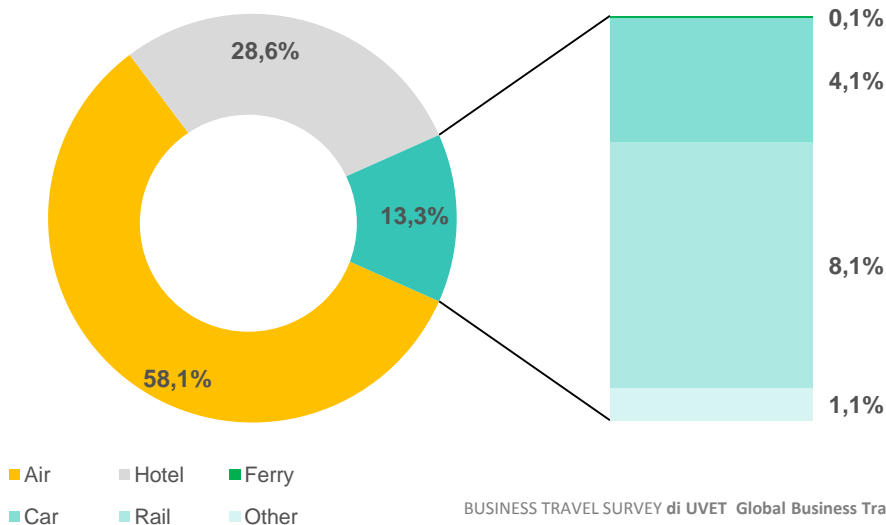
ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Sem. 2014)



Oltre la metà delle spese totali di viaggio appartengono al settore aereo. Rispetto al 1° Sem. 2015 la quota del trasporto aereo è scesa di quasi 2 punti percentuali. L'Hôtellerie copre oltre un quarto delle spese globali, incrementando nel 1° Sem. 2016 la propria quota di più di 1 punto percentuale. Cresciute lievemente anche le spese relative al servizio ferroviario, mentre rimangono costanti quelle del servizio Car.

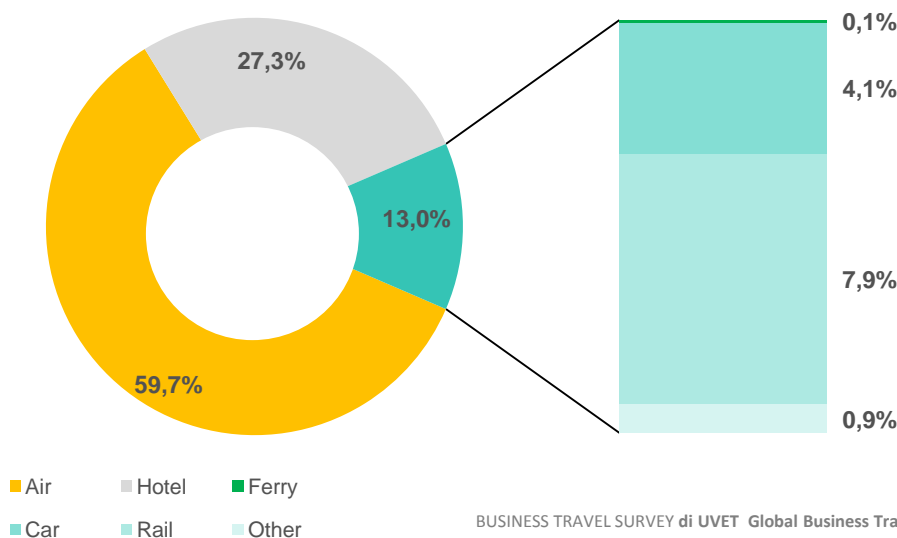
RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO (1° Semestre 2016)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Nel 2015 le spese di viaggio vedevano una maggiore predominanza del settore aereo rispetto al 2014. La riduzione delle spese del trasporto aereo è andata a vantaggio principalmente dei servizi rail e hotel.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO (1° Semestre 2015)

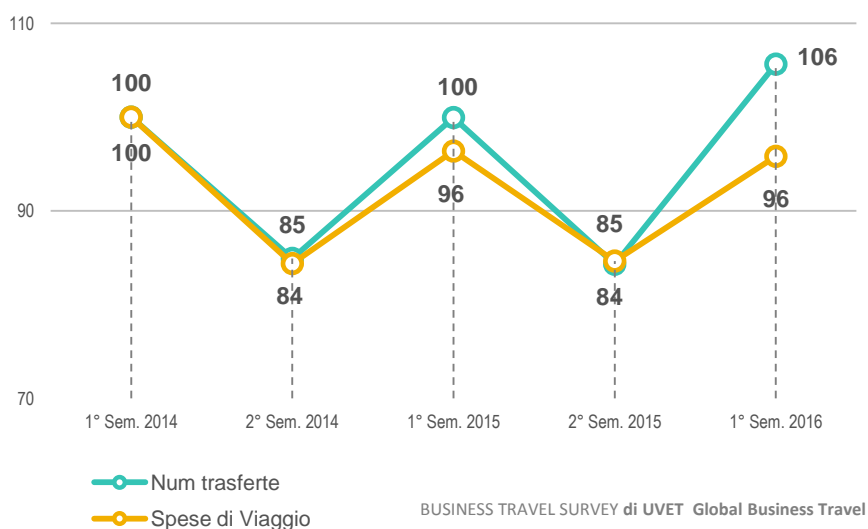


BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

L'andamento delle spese di viaggio aeree nel 1° Sem. 2016 è rimasto costante rispetto allo stesso periodo del 2015. Il numero di trasferte aeree, invece, rispetto all'anno precedente sono cresciute di 6 punti percentuali. Considerando il triennio 2014-2016, le spese di viaggio hanno registrato un calo di 4 punti, mentre il numero di trasferte sono aumentate di 6 punti.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE

(Numero indice base 1° Sem. 2014)



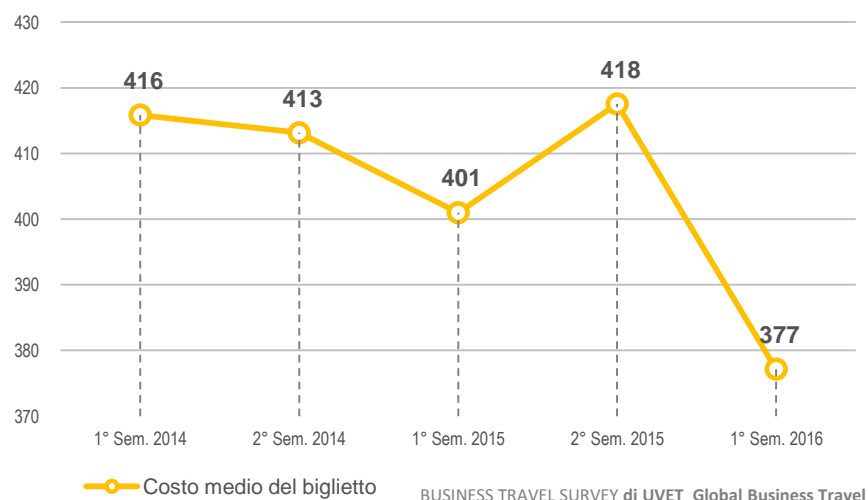
Negli ultimi 12 mesi si è assistito ad un lieve calo del costo medio del biglietto aereo.

Considerando l'ultimo triennio il trend del costo medio del biglietto aereo è stato decrescente fino al 1° Sem 2015 per poi aumentare nel 2° semestre e scendere nel 1° semestre del 2016 sotto il livello dello stesso periodo del 2014.

La decrescita del costo del biglietto nel 2016 è stato pari a 6 punti percentuali, cioè di un valore monetario pari a 24€.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO

(Euro)



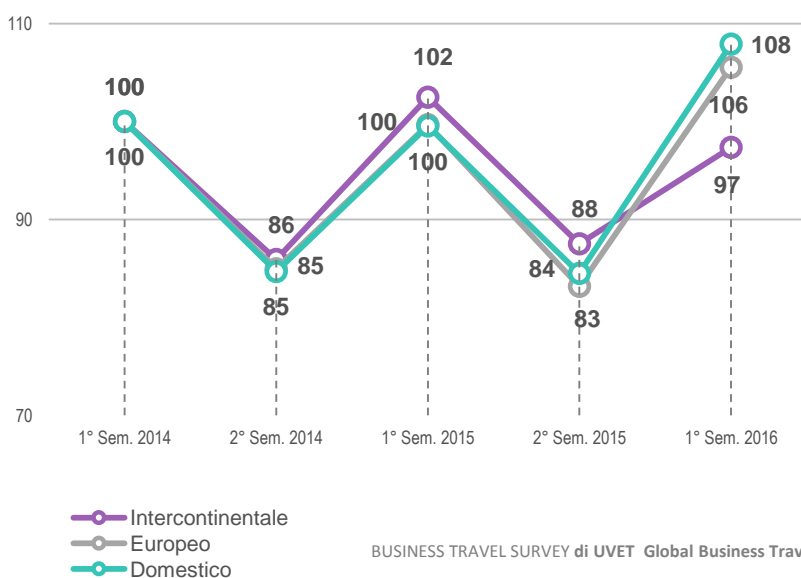
Il numero delle trasferte nel corso dell'ultimo anno è cresciuto nel mercato europeo e nazionale, mentre è calato in quello intercontinentale.

Se osserviamo il triennio 2014-2016 il trend non cambia.

Per quanto riguarda gli ultimi 12 mesi: in calo le trasferte intercontinentali, con meno 5 punti percentuali, in aumento i voli in Europa (con più 6 punti) e in crescita anche le trasferte domestiche pari a 8 punti rispetto al 2015.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

(Numero indice base 1° Sem. 2014)



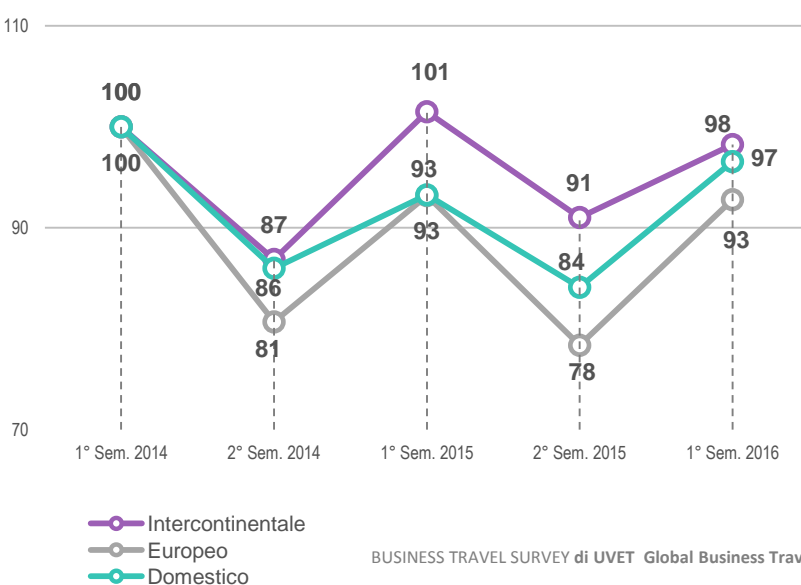
BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Le spese di viaggio al 1° Sem. 2016, aumentano per il trasporto nazionale di 4 punti percentuali, mentre si riducono di 3 punti per il traffico intercontinentale.

La spesa dei voli in Europa rimane costante rispetto al 1° Sem. 2015.

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE PER TIPOLOGIA

(Numero indice base 1° Sem. 2014)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

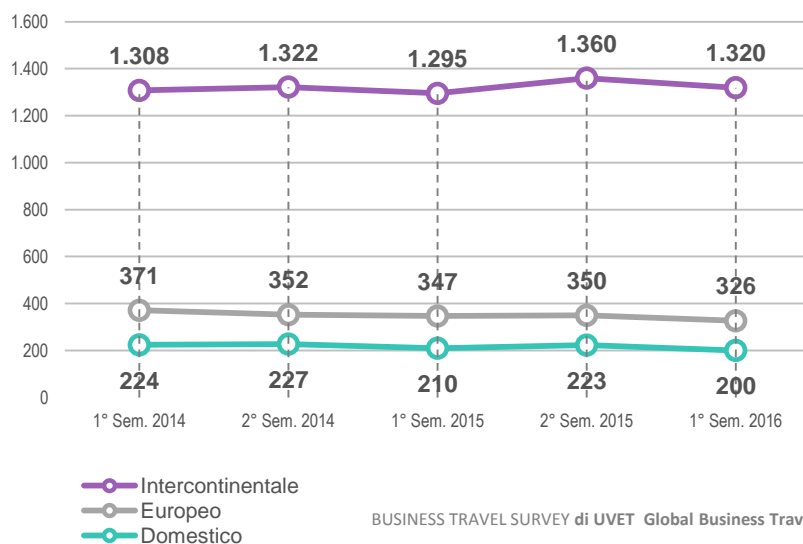
Nei confronti dell'anno precedente, il 1° Sem. 2016 ha registrato un calo del costo medio del biglietto aereo per il segmento europeo e nazionale, rispettivamente di 6 punti e 5 punto percentuale.

Il segmento intercontinentale ha invece registrato una crescita di 2 punti rispetto al 2015.

Stesso trend per il triennio 2014-2016: si assiste ad un calo importante del segmento europeo e nazionale mentre sono cresciute lievemente le spese per le trasferte aeree intercontinentali.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

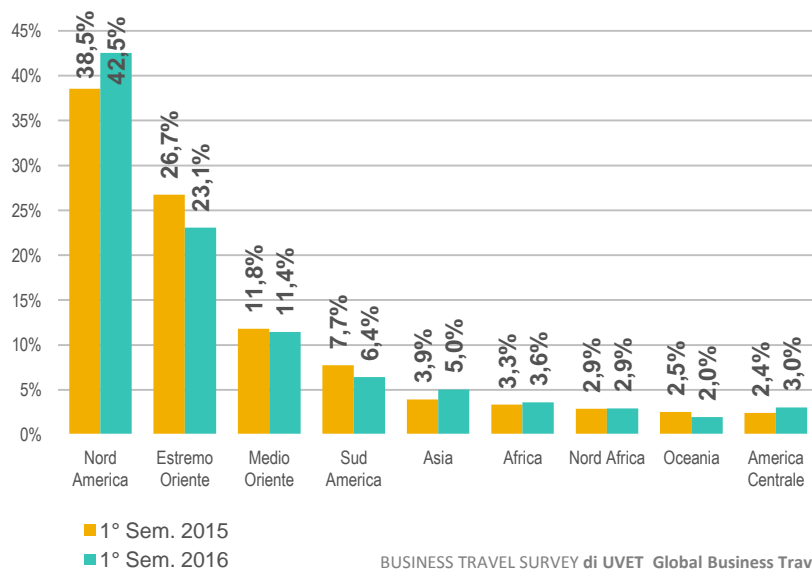
Oltre un terzo del traffico intercontinentale vede come principale destinazione il Nord America.

L'Estremo Oriente incide per più di un quinto del totale dei volumi di spesa, nonostante registri un segno meno negli ultimi 12 mesi.

In calo anche il Medio Oriente, il Sud America, e Oceania, mentre le altre destinazioni chiudono in rialzo.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO INTERCONTINENTALE

(Euro)

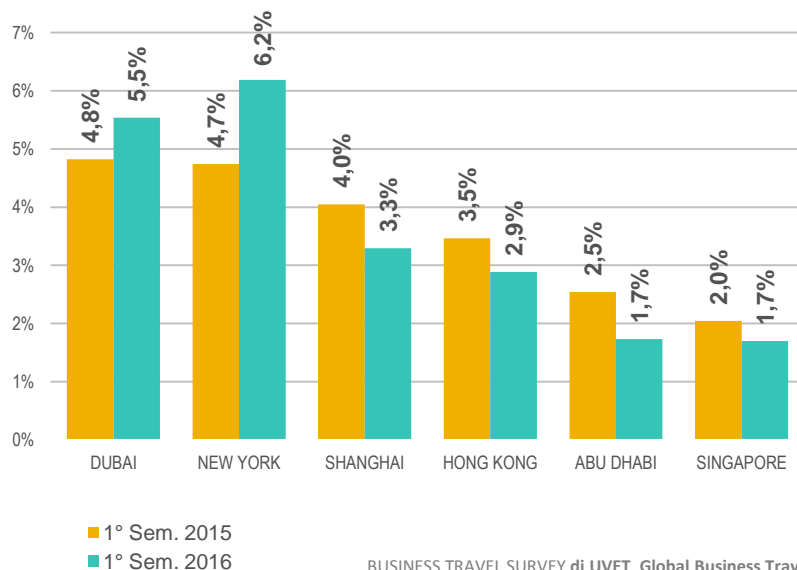


BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

I primi sei mesi del 2016 vedono New York la più importante destinazione del campione. Ciò conferma l'importanza della città come principale hub aeroportuale per i nostri viaggiatori d'affari che si dirigono in occidente. Al secondo posto troviamo un altro hub aeroportuale per chi viaggia in oriente: Dubai che aumenta la propria quota. Le altre destinazioni segnano una decrescita negli ultimi 12 mesi.

PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

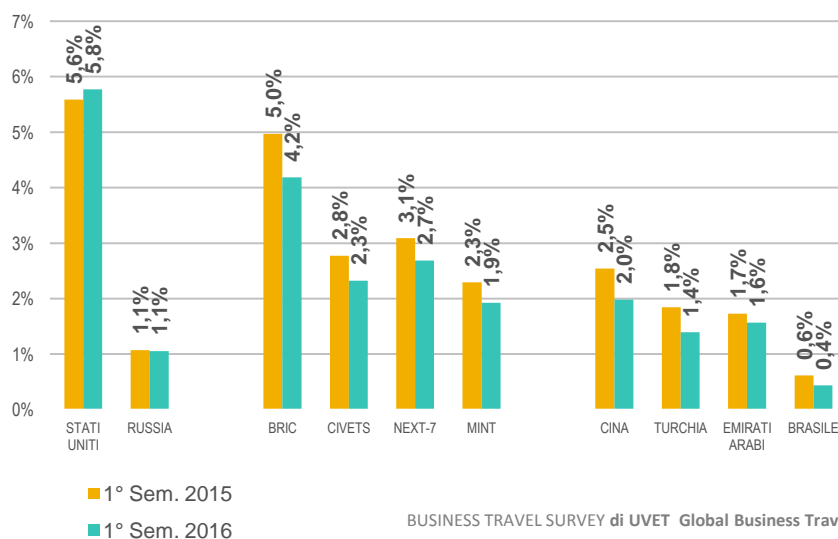
(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Nel 2016 il traffico internazionale si è sviluppato principalmente in occidente. L'area economica BRIC riduce la propria quota, trainata dall'andamento negativo della Cina, della Turchia e del Brasile. Crescono Stati Uniti, e rimane costante la Russia.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE DEL TRAFFICO INTERNAZIONALE: PRINCIPALI VARIAZIONI NELLE DESTINAZIONI



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

¹ BRIC: Brasile, Russia, India e Cina

² CIVETS: Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto, Turchia e Sud Africa

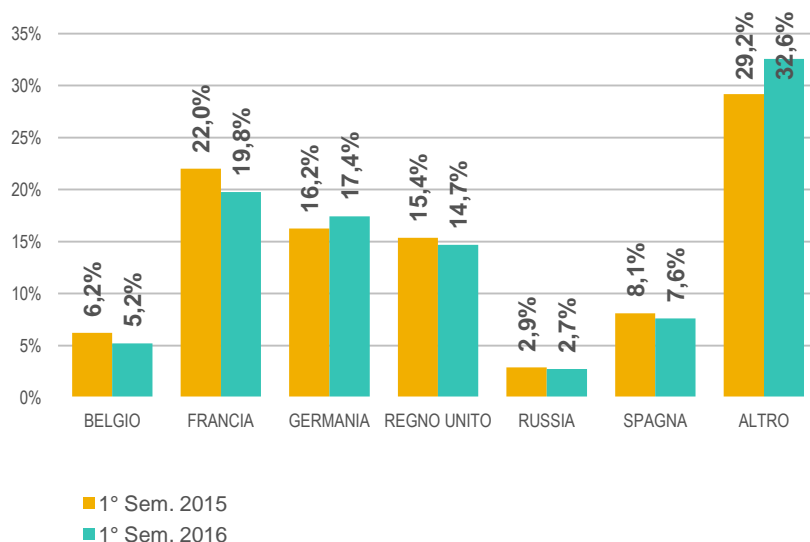
³ NEXT-7: Egitto, Indonesia, Messico, Nigeria, Filippine, Turchia e Corea Del Sud

⁴ MINT: Messico, Indonesia, Nigeria e Turchia

Analizzando il mercato europeo, Francia e Germania hanno confermato la loro leadership da un punto di vista economico per l'Italia, anche se negli ultimi 12 mesi la prima ha visto diminuire la propria quota, mentre la seconda cresce il proprio traffico.

Nell'ultimo anno hanno registrato valori in calo anche Regno Unito, Russia Spagna e Belgio.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO EUROPEO



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

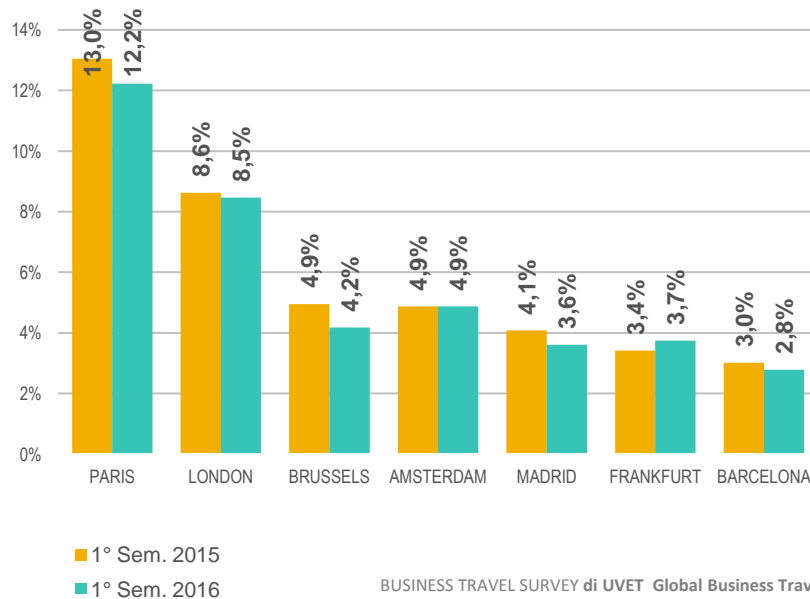
A livello europeo la principale destinazione è rimasta Parigi, con il 12 per cento del totale dei viaggi d'affari effettuati in Europa, nonostante abbia diminuito la propria quota.

In calo anche Brussels e le città spagnole Madrid e Barcellona.

A mostrare valori in crescita Frankfurt, mentre Amsterdam e Londra restano costanti.

PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Numero di biglietti)

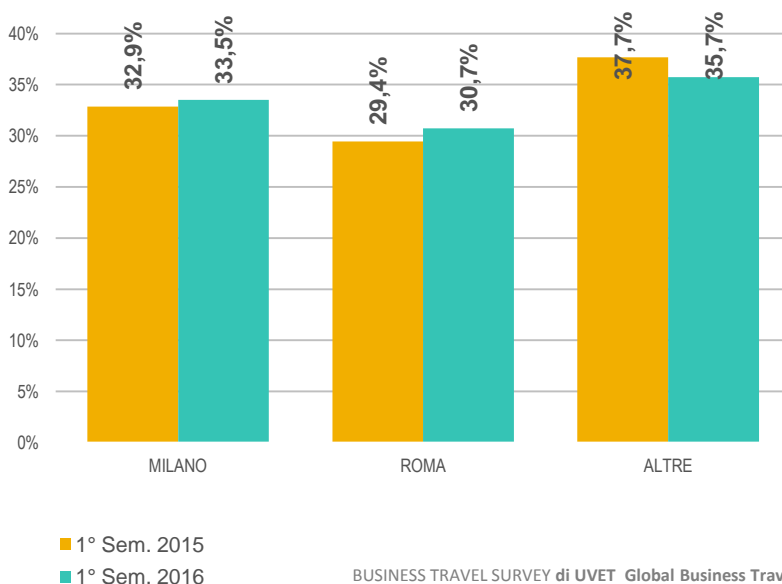


BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Nel segmento nazionale, Milano è la principale destinazione dei viaggiatori d'affari delle imprese del campione: quasi il 34 per cento dei clienti ha favorito gli scali di Linate e Malpensa. Anche Roma ha registrato negli ultimi 12 mesi una crescita mentre le altre destinazioni, invece, hanno registrato un calo della propria quota di mercato.

PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di biglietti)

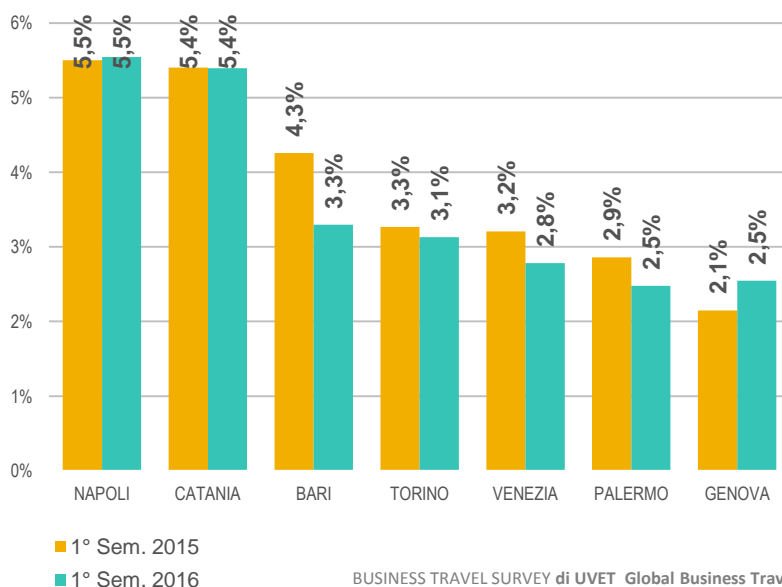


BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Lo scalo di Napoli, rimane il favorito tra le altre destinazioni nazionali senza registrare variazioni della propria quota. In seconda posizione troviamo Catania, anch'essa costante rispetto al 2015. Registra un forte aumento la città di Genova, mentre le altre destinazioni evidenziano un calo dei loro valori.

LE ALTRE DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

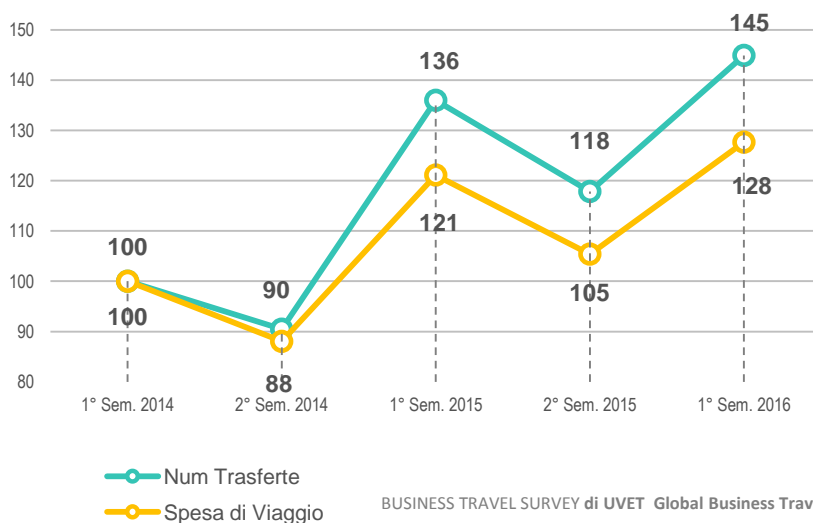
Negli ultimi 12 mesi l'andamento del numero di trasferte ferroviarie ha visto una crescita di 7 punti percentuali rispetto all'anno precedente e di 45 punti nei confronti del 2014.

Avviene lo stesso comportamento per quanto riguarda le spese di viaggio, in cui la crescita nel 2016 rispetto all'anno precedente è di 6 punti percentuali, mentre rispetto all'ultimo triennio è pari a 28 punti.

Questa fotografia mostra come l'utilizzo dell'alta velocità si stia normalizzando e che l'uso del treno sia entrato a far parte delle abitudini dei nostri viaggiatori d'affari.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO FERROVIARIE

(Numero indice base 1° Sem. 2014)



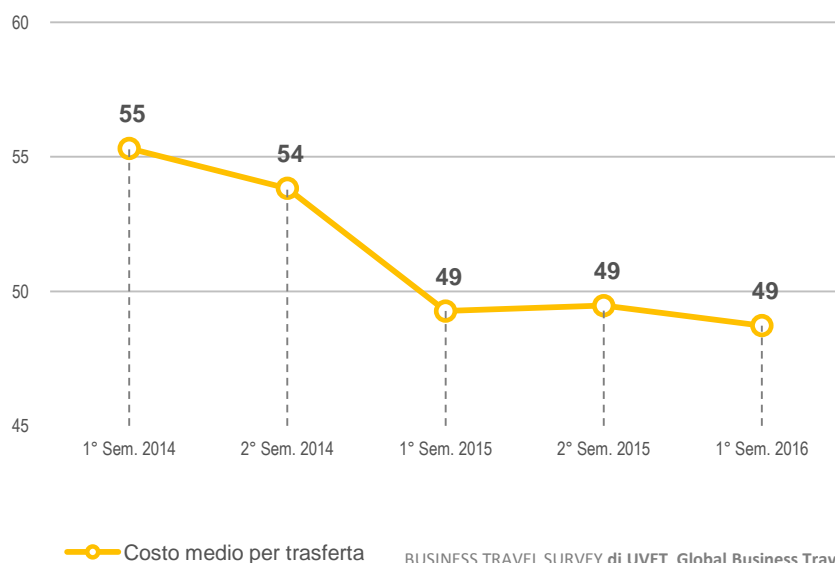
BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Il 1° Sem. vede il costo medio del biglietto ferroviario invariato rispetto all'anno precedente.

Dal calcolo della variazione triennale, invece, si evince una decrescita di 11 punti percentuali, cioè 6 Euro in termini monetari.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO FERROVIARIO

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

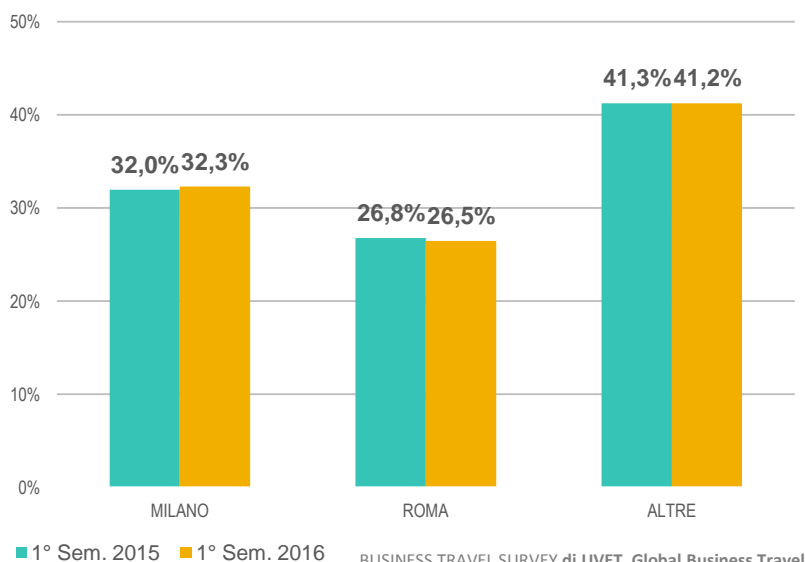
Milano rimane la principale destinazione italiana dei viaggiatori d'affari, aumentando di un punto percentuale la propria quota.

Roma riduce lievemente la propria quota di mercato rispetto all'anno precedente, e lo stesso comportamento lo registrano le altre destinazioni.

Tra le "Altre", le destinazioni principali restano quelle sulla tratta che percorre l'alta velocità come Torino, Bologna, Firenze e Napoli.

PRINCIPALI DESTINAZIONI FERROVIARIE NAZIONALI

(Numero di biglietti)



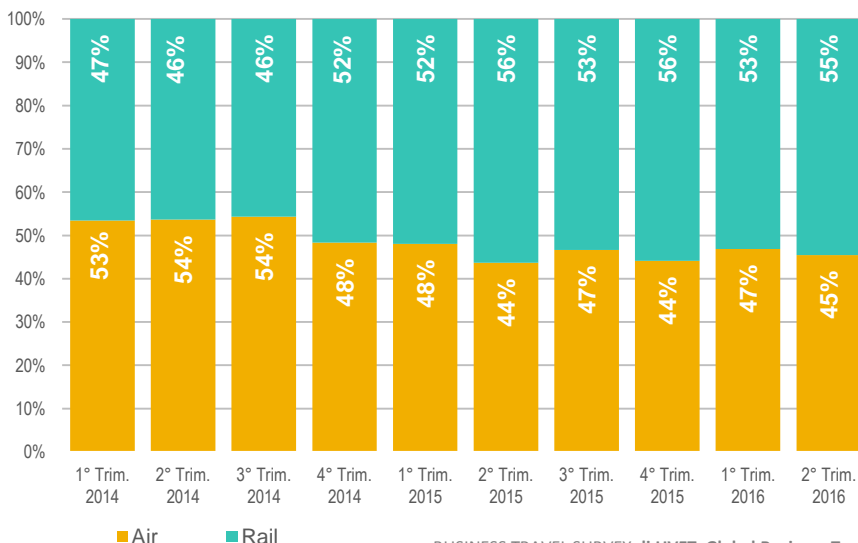
BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Nell'ultimo triennio abbiamo assistito ad un cambiamento delle abitudini di chi viaggia per affari grazie all'alta velocità che ha ridotto il tempo di trasferta tra Roma e Milano.

La fine del 2014 vede il previsto sorpasso del treno sull'aereo: nel 4° Trim. 2014 il mezzo preferito è stato il treno con una quota pari al 52 per cento sul totale.

Rispetto al 1° Sem. del 2014 il treno ha guadagnato 8 punti percentuali e dimostra un cambio importante delle abitudini di viaggio.

MILANO - ROMA MERCATO BUSINESS QUOTA DI MERCATO TRENO / AEREO

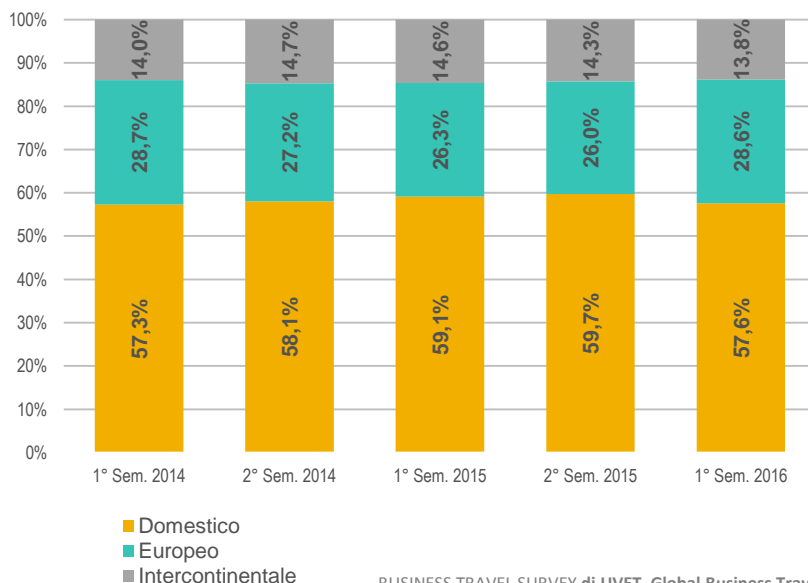


BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

L'hôtellerie ha presentato nel 2016 maggiori spese sul territorio nazionale con una quota quasi pari al 58 per cento del totale, registrando un lieve calo della spesa.

Il segmento europeo ha visto un aumento della sua quota di mercato di 2 punti percentuali rispetto al 1° Sem 2015, mentre si riducono invariate le spese alberghiere intercontinentali.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI HOTELLERIE

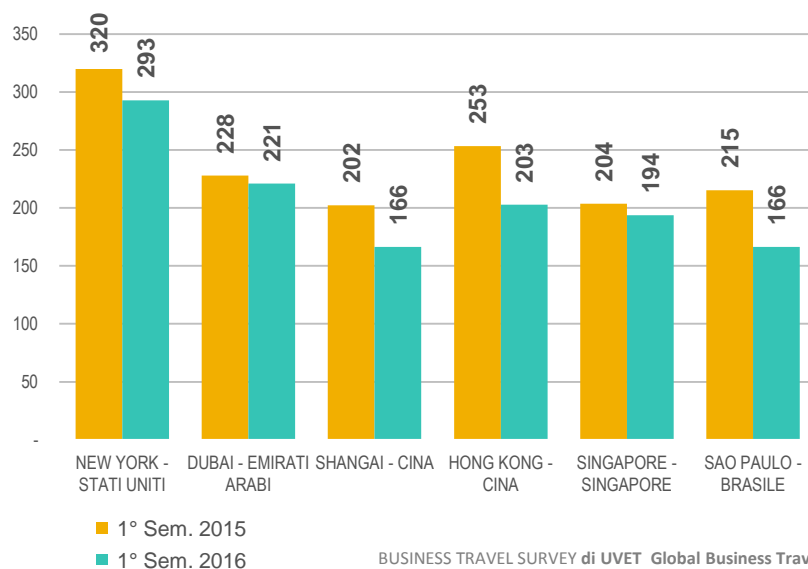


BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

Nonostante una decrescita del costo medio di 8,5 punti percentuali, New York rimane la città nella quale il pernottamento ha un costo maggiore negli ultimi 12 mesi.

In calo anche le altre destinazioni. La decrescita più significativa avviene a Sao Paulo.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

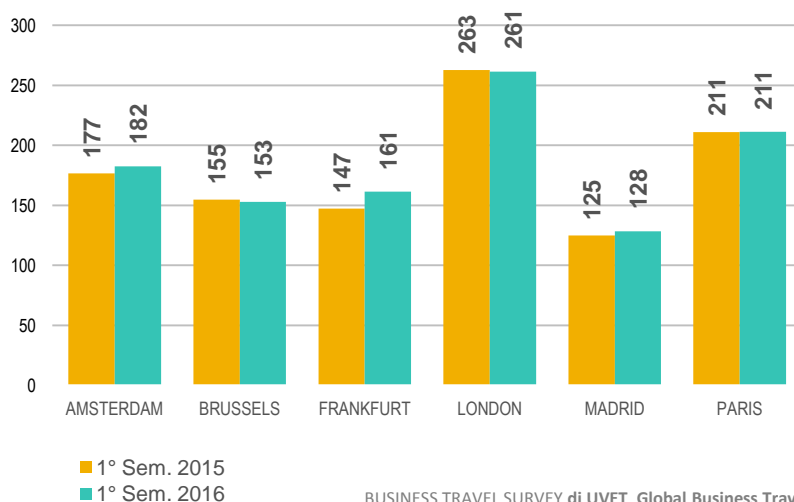
Nel 1° Sem. 2016 il costo medio per room night nelle destinazioni europee è aumentato nella città di Frankfurt, Amsterdam e Madrid.

Il costo medio per un pernottamento è invece diminuito nelle altre città ad eccezione di Parigi che è rimasta costante.

La città più economica rimane Madrid.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

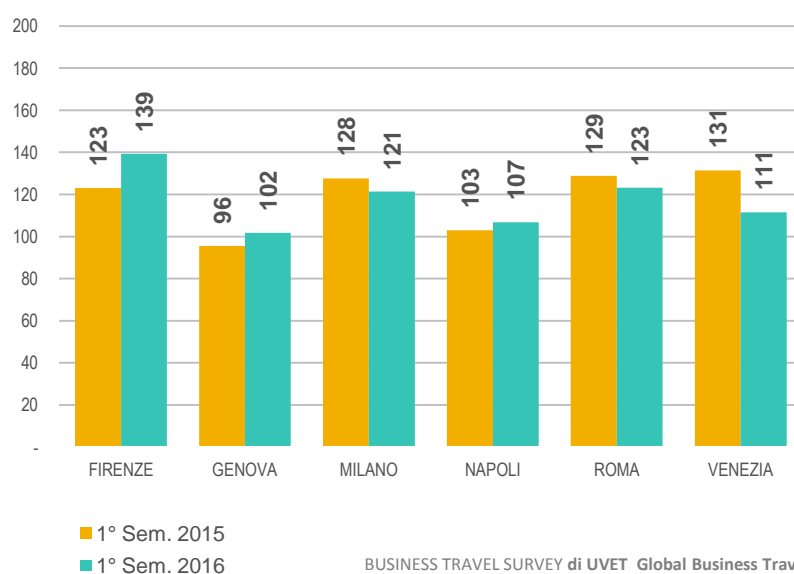
Negli ultimi 12 mesi, la città in cui è più caro pernottare è stata Firenze che vede aumentare il costo medio.

Al secondo posto troviamo Roma seguita da Milano, entrambe in lieve calo.

Napoli e Genova invece aumentano il costo delle camere.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI ITALIANE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di UVET Global Business Travel

UVET.COM

UNICITÀ **V**OCAZIONE **e**MOZIONE **t**ALENTO



UN GRANDE GRUPPO DI BUSINESS TRAVEL E VACANZE
PERSONE, SERVIZI E SOLUZIONI CHE RENDONO IL TUO VIAGGIO UN'ESPERIENZA UNICA

BUSINESS & LEISURE TRAVEL | MOBILITY & SERVICES | EVENTS

uvet



Le precedenti edizioni della Business Travel Survey sono disponibili su:



www.uvetgbt.com/bts

Per approfondimenti e/o suggerimenti contattare la:
UVET American Express Global Business Travel

t. +39 02 81838031
www.uvetgbt.com