



Comunicato Stampa

UVET LANCIA CON LA *BUSINESS TRAVEL SURVEY* LA SUA *PREDICTIVE ANALYSIS*

La Ricerca, arricchita da un'innovativa analisi predittiva, prevede un incremento dei viaggi d'affari verso gli Stati Uniti del 16% nel secondo trimestre 2017

Accanto alla consueta fotografia relativa al più recente e aggiornato andamento dei viaggi d'affari nel nostro Paese, il Gruppo Uvet inaugura un interessante progetto "predittivo" avviato con il sostegno di VOICES from the Blogs, società specializzata in big data analysis, che arricchisce la consueta Business Travel Survey sfruttando le grandi potenzialità fornite dalla tecnologia e dallo studio dei big data. Una prima e importante previsione è relativa agli Stati Uniti.

Milano, 23 marzo 2017 – Il **Gruppo UVET**, polo italiano leader nel turismo che ha da tempo rivolto la propria attenzione all'analisi dei trend dei viaggi d'affari, attraverso la *Business Travel Survey* annuncia una nuova e importante novità che permette al Gruppo guidato da Luca Patanè di costruire un "nuovo" modello predittivo dei viaggi d'affari.

Attraverso una prima ricerca frutto della collaborazione con uno spin off dell'Università degli Studi di Milano specializzato nei big data analysis (VOICES from the Blogs) si è potuto osservare che l'andamento macro economico negli Stati Uniti anticipa di tre trimestri la variazione dei viaggi d'affari verso gli USA. Questo risultato ha permesso di **prevedere un incremento dei viaggi d'affari verso gli Stati Uniti nel secondo trimestre 2017 rispetto al secondo trimestre 2016 del 16%** (con un intervallo di previsione tra il 12% e il 20%).

*"Siamo molto soddisfatti di aver avviato questo progetto - sottolinea **Luca Patanè, Presidente Gruppo Uvet** – che ci aiuterà ad anticipare i trend meglio di prima e a migliorare così allo stesso tempo i servizi che offriamo quotidianamente ai nostri clienti. Ho sempre creduto nella tecnologia e credo che l'investimento nei big data analysis rappresenti uno stimolo per sviluppare e migliorare, tra gli altri, anche il nostro settore. Lo dico non soltanto a beneficio del nostro Gruppo, o più in generale di noi operatori di settore, ma anche e soprattutto a beneficio del cliente, del consumatore finale".*

Come anticipato in Gennaio, sulla base dei dati consuntivi del 4° trimestre del 2016 l'UVET Travel Index , indice curato per la parte scientifica da **The European House – Ambrosetti**, stima una crescita economica dello 0,22%, in linea con quanto stimato per il terzo trimestre.

Ciò rappresenta una continuazione della moderata crescita registrata tra luglio e settembre, ma senza l'accelerazione di cui il Paese avrebbe bisogno. Dal "picco" più basso, registrato nel secondo trimestre del 2014, l'UVET Travel Index ha segnato una lenta e graduale risalita, in linea con il PIL, anticipando i dati sulla crescita economica italiana, seppure contenuta, che poi si è realizzata fino ad oggi.

Complessivamente la stima di chiusura sul **PIL dell'UVET Travel Index del 2016** si attesta a +0,93%.



Dalla consueta fotografia relativa al più recente e aggiornato andamento dei viaggi d'affari nel nostro Paese, emerge invece che **aumentano le trasferte di lavoro e crescono costantemente le spese di viaggio**. A "certificare" questo dato è l'ultima Business Travel Survey di Uvet - indagine che monitora 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. Considerando l'ultimo triennio 2014-2016, le trasferte sono aumentate di ben 23 punti percentuali, mentre le spese di 8 punti.

Il 2° semestre 2016 ha registrato un trend positivo, che vede un aumento delle trasferte e delle spese di viaggio rispettivamente di 9 punti e 1 punto percentuale.

Cala invece il costo medio per viaggio, confermando il trend in discesa anche nel 2° semestre 2016. Rispetto al 2015, il costo medio per trasferta è sceso del 7%, con una riduzione di 15 Euro a trasferta. Se si osserva il comportamento del costo medio per trasferta negli ultimi tre anni, si nota che si è ridotto di ben 12 punti, ossia di 28 Euro circa.

I principali risultati della Business Travel Survey

AIR

Nei primi mesi del 2017 i viaggi aerei registrano un incremento del 6% rispetto allo stesso periodo del 2016.

Considerando l'ultimo semestre del 2016 si è assistito ad una diminuzione dell'8% del costo medio del biglietto aereo. Nei primi mesi del 2017 il costo medio della trasferta aerea scende del 3% (a causa soprattutto della riduzione del costo delle trasferte nazionali) rispetto allo stesso periodo del 2016.

Le spese di viaggio al 2° Sem. 2016, diminuiscono per il trasporto nazionale ed europeo, rispettivamente di 6 e di 1 punto percentuali, mentre aumentano (2%) per le trasferte intercontinentali.

Il segmento nazionale, oltre a risentire della crisi economica che coinvolge il vecchio continente, è affetto anche dalla concorrenza del trasporto ferroviario. Ciò ha comportato una riduzione delle spese di viaggio domestiche rispetto al numero di trasferte, indicando un abbassamento del prezzo medio del biglietto.

Oltre un terzo del traffico intercontinentale vede come principale destinazione il Nord America. L'Estremo Oriente incide per circa un quarto del totale dei volumi di spesa, in calo rispetto al 2015. In calo Medio Oriente, Sud America, Nord Africa e Oceania, mentre Asia e America Centrale chiudono in rialzo, stabile l'Africa.

Il 2016 fa tornare New York come la più importante destinazione del campione. Passa al secondo posto Dubai che aumenta la propria quota. Ciò conferma l'importanza della città come uno dei principali hub aeroportuali per i nostri viaggiatori d'affari. In calo i flussi verso le altre destinazioni.

Nel 2016 il traffico internazionale conferma come protagonista gli Stati Uniti. Rimane stabile il Giappone. L'area economica BRIC riduce la propria quota, trainata dall'andamento negativo della Russia e del Brasile. L'andamento negativo si registra anche per la Cina.

Analizzando il **mercato europeo**, Francia e Germania hanno confermato la loro leadership da un punto di vista economico per l'Italia. Entrambe negli ultimi 12 mesi hanno visto aumentare la propria quota. Nell'ultimo anno Regno Unito, Spagna e Russia hanno ridotto le proprie quote in termini di volumi.



A livello europeo, la **principale destinazione** è rimasta Parigi, con quasi il 12 per cento del totale dei viaggi d'affari effettuati in Europa: in calo Londra, Francoforte e Madrid. A mostrare valori in crescita sono state Amsterdam e Monaco.

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. Roma evidenzia un aumento di quasi un punto percentuale. Le altre destinazioni, invece, hanno registrato una lieve diminuzione della quota di mercato.

RAIL

Nel secondo semestre 2016, l'andamento del numero di trasferte ferroviarie ha visto una crescita di 7 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Il 2016 vede un calo del costo medio del biglietto ferroviario pari a 4 punti percentuali. Dal calcolo della variazione triennale, invece, si evince una decrescita del 13%, cioè 7 Euro in termini monetari.

Milano rimane la principale destinazione italiana dei viaggiatori d'affari. Roma diminuisce la propria quota di mercato rispetto all'anno precedente, mentre restano stabili le altre destinazioni. Tra le "Altre", le destinazioni principali restano quelle sulla tratta che percorre l'alta velocità come Torino, Bologna, Firenze, Napoli e Venezia.

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. Rispetto al 2014, nel 2016 il treno ha guadagnato 7 punti percentuali e dimostra un cambio importante delle abitudini di viaggio.

HOTEL

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

Il segmento europeo ha visto un aumento della sua quota di mercato di 1 punto percentuale rispetto al 2015, mentre rimangono invariate le spese alberghiere intercontinentali.

Con una crescita del costo medio di 2 punti percentuali, New York rimane la città nella quale il pernottamento ha un costo maggiore.

Crescono i prezzi di Hong Kong e San Paolo. Dubai, Shanghai e Singapore in calo.

Nel 2016 il costo medio per room night nelle destinazioni europee è diminuito in tutte le principali destinazioni europee.

In Europa, Londra rimane la città più cara, seguita da Parigi mentre la più economica si conferma Madrid. Bruxelles percentualmente registra il calo più vistoso con 14 punti percentuali.

Negli ultimi 12 mesi, la città in cui è più caro pernottare è stata Venezia. Al secondo posto troviamo Firenze che aumenta il costo rispetto al 2015. Milano, dopo l'effetto Expo 2015, registra un calo del 4% sul prezzo medio. Per Roma e Napoli il prezzo rimane invariato. Genova rimane la città più economica, pur registrando un aumento del prezzo medio di 5 euro.



Il Gruppo Uvet è il polo italiano del turismo, leader nella fornitura di servizi e soluzioni innovative per viaggi leisure, mobility management, eventi, miche e pharma. Con oltre 1000 dipendenti è presente in molti mercati europei, il giro d'affari del Gruppo si attesta a circa 2.4 miliardi di euro, compreso il tour operator Settemari e il network di agenzie a brand Uvet Network, Last Minute Tour e Open Travel Network costituito da oltre 1.500 agenzie di viaggio attive nei segmenti business e leisure (<http://www.uvet.com>)

UVET GBT 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.

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 2° semestre 2016.

Per approfondimenti:

Salvatore Sacco, Marketing & Communication Specialist salvatore.sacco@uvetgbt.com | Tel: + 39 02 81 838 392

Ufficio stampa: SEC Relazioni Pubbliche e Istituzionali: Tel: + 39 02.624999.1

Fabio Leoni: leoni@secp.com | Francesca Brambilla: brambilla@secp.com