

2013: TRATTENIAMO IL RESPIRO, RITORNA LA CRESCITA?

Segnali di ripresa dall'andamento dei viaggi di affari nel secondo semestre 2013. Peraltro confermati dalla previsione di un +1% del PIL 2014 in base alle indicazioni dell'UVET Travel Index, nato dalla collaborazione con The European House – Ambrosetti.

Gli andamenti indicano una tendenza verso il recupero dei valori del primo semestre 2011, il periodo di massima espansione dopo il biennio recessivo del 2008 – 2009.

Il secondo semestre sembra lasciarsi alle spalle il trend in riduzione della prima parte dell'anno. Emerge un percorso di recupero dei volumi di traffico europeo, e di crescita del traffico intercontinentale. Rimane flebile e depresso il traffico aereo nazionale. Segnali di nuova vivacità nella componente terrestre.

I volumi di traffico verso le aree tradizionali di business (USA, Germania, Spagna, Regno Unito, Francia) sembrano essere in ripresa.

Anche il traffico verso la Cina, che aveva mostrato un rallentamento negli ultimi mesi, mostra segni di riattivazione. Su questo orientamento generale dei viaggi si sovrappongono le tendenze di lungo periodo: la graduale sostituzione del traffico terrestre rispetto a quello aereo per le trasferte nazionali ed un costante aumento della quota dei servizi "business travel managed" relativi a hotel e car.

UVET AMERICAN EXPRESS

I DATI PIÙ SIGNIFICATIVI DEL 2013



▼ UVET TRAVEL INDEX

Nel 2013 l'indicatore arretra - 1,69% rispetto al 2012.



▲ TREND DI SPESA

In discesa nel primo semestre, in crescita nel secondo.



▲ BIGLIETTERIA AEREA

Contrazione del traffico nazionale. In crescita traffico europeo e intercontinentale nel secondo semestre.



▲ HOTELLERIE

Incremento delle prenotazioni gestite all'interno delle travel policy.

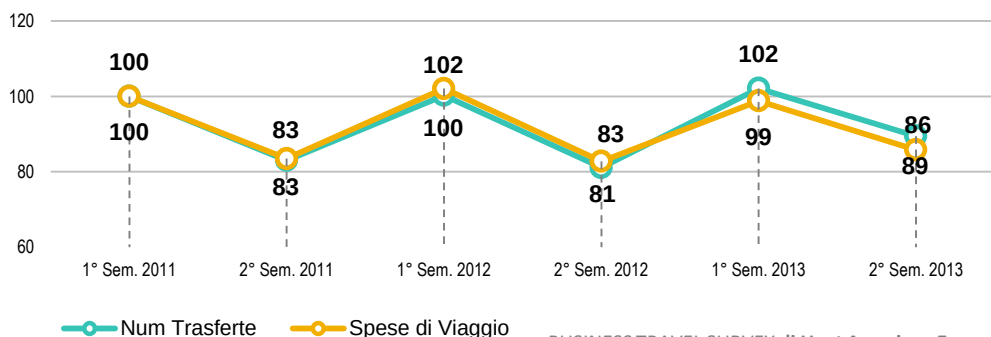


▲ RAIL

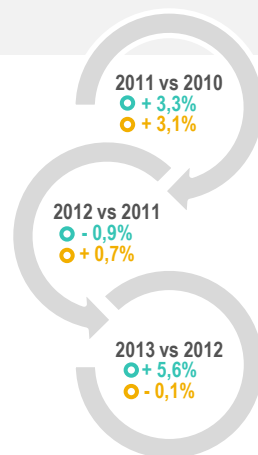
Rilevante aumento volumi e prenotazioni segmento alta velocità.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

Numero indice base 1° Semestre 2011



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



SOMMARIO

UVET TRAVEL INDEX

The European House-Ambrosetti 04

TENDENZE GENERALI DI SPESA

Trasferte e spese 08

VIAGGI D'AFFARI

Mix di Spesa 10

VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON AIR

Le spese 11

Le mete intercontinentali 13

Le mete europee 15

Le mete domestiche 16

VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON RAIL

Le spese 17

VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON HOTEL

Le spese 19

Le principali destinazioni 20

***Persone uniche
per momenti straordinari.***

*"Si chiama Paul Trolley ma
la gente lo chiama Mr. Biz.
Conosce il mondo del Business
Travel ed è un grande viaggiatore.
Qualunque problema tu abbia
in giro per il pianeta,
lui sa come risolverlo."*

*Sara Slot è una donna che
conosce il mondo e i suoi
segreti. Quando vuoi il volo
giusto e la migliore tariffa
si trasforma in Lady Flight
e in un attimo trova
la soluzione..."*



mobility & business travel | events meetings & congress | communication



UNA PANORAMICA COMPLETA SUI VIAGGI D'AFFARI E DEL CICLO ECONOMICO

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

Ideata e realizzata da Uvet American Express, la ricerca offre una panoramica completa sul Business Travel e fornisce utili spunti di riflessione a tutti i responsabili dei viaggi aziendali e agli stessi operatori del mercato. Analisi, grafici e benchmark di mercato 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 American Express 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

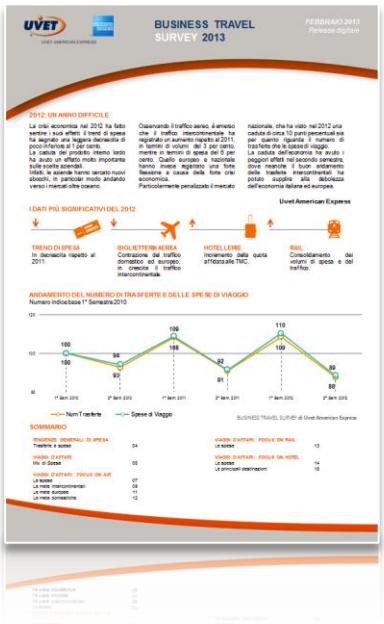
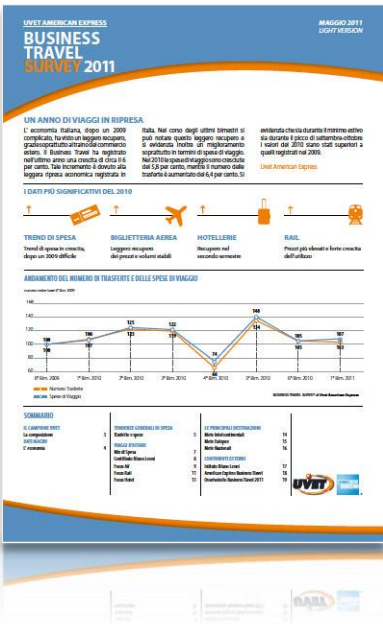
importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea / ferroviaria / hôtellerie) e aggiornate all’intero anno all’anno 2013.

Viene costantemente proposto un confronto con i valori riguardanti gli anni 2011 e 2012, così da ottenere indicazioni sui trend di spesa delle aziende.

Il campione indagato in questa edizione, che abbraccia il triennio 2011-2013, è omogeneo con quello delle precedenti Business Travel Survey (ultima: edizione digitale febbraio 2013).

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

Ampio spazio inoltre all’UVET TRAVEL INDEX l’indicatore dei viaggi d'affari che prevede il ciclo economico, scaturito dalla collaborazione con The European House – Ambrosetti.



INTRODUZIONE

Nel 2012, sulla base della naturale relazione esistente tra viaggi d'affari e attività economica è nato, con il contributo professionale e scientifico di The European House–Ambrosetti, l'UVET Travel Index, un indicatore sintetico capace di fornire **indicazioni in tempo reale** sull'andamento dell'attività economica aggregata del Paese.

Avere a disposizione degli indicatori istantanei dei *trend* dell'economia, in anticipo rispetto alle pubblicazioni ufficiali dell'ISTAT che, nel momento in cui sono rilasciate fanno riferimento, nel migliore dei casi, al trimestre precedente, è essenziale per orientare le decisioni aziendali e gli investimenti e per programmare al meglio le politiche di sviluppo.

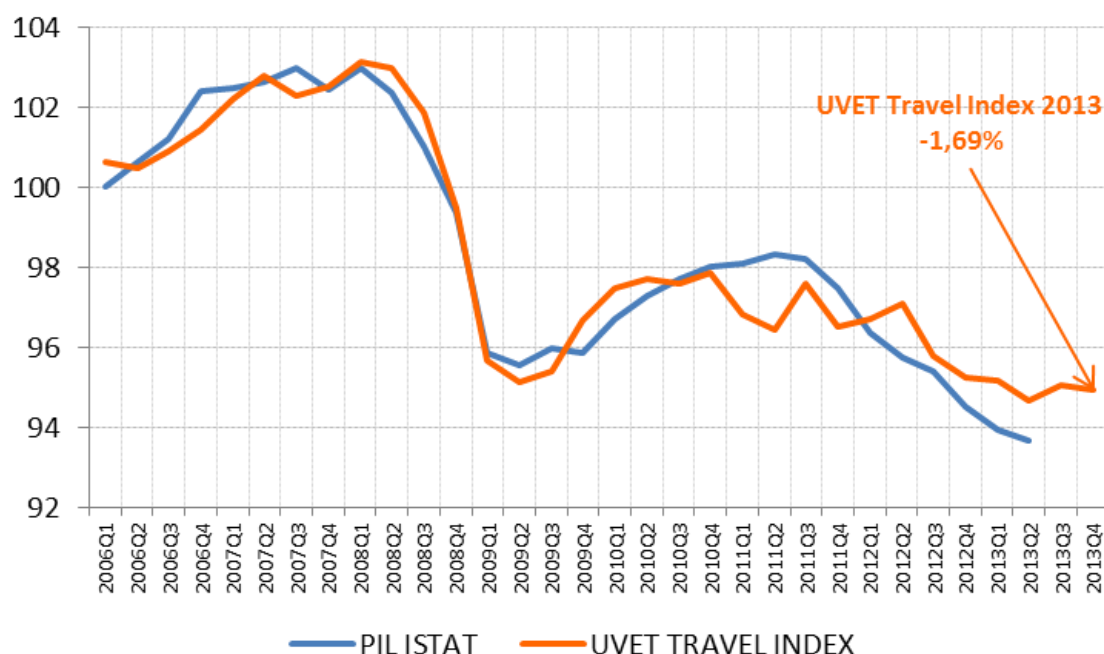
A livello metodologico, l'UVET Travel Index è un modello econometrico complesso che raccoglie circa 220.000 dati di *input* derivanti dalle informazioni disponibili nel database proprietario di UVET, composto da un campione di 700 imprese rappresentative dell'economia italiana su 12 variabili chiave, relative ai viaggi d'affari, selezionate *ad hoc* per l'analisi e dalle principali variabili macroeconomiche, su un orizzonte temporale che parte dal 1 gennaio 2006 ad oggi.

Presentato nelle edizioni 2012 e 2013 del *Biz Travel Forum*, evento di riferimento B2B in Italia per la Mobility, gli Eventi e il Turismo, l'UVET Travel Index ha evidenziato una altissima affidabilità e capacità predittiva del ciclo economico, fornendo una stima molto vicina alla realtà del PIL e dati e informazioni utili alla *business community* e alla collettività.

UN ANNO DI UVET TRAVEL INDEX: LA CHIUSURA PER IL 2013

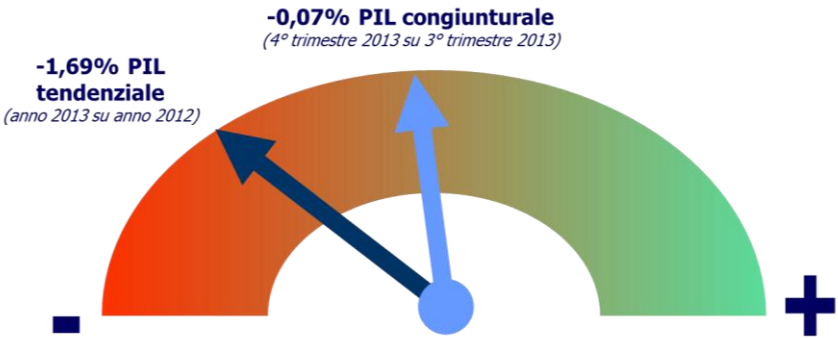
Le stime di chiusura dell'UVET Travel Index per il 2013 indicano un arretramento dell'indicatore dell'1,69% rispetto al 2012. Date le relazioni statistiche dimostrate tra UVET Travel Index e PIL, possiamo indicare una contrazione dell'economia italiana di pari entità.

Poiché le stime preliminari sul 4° trimestre del 2013 saranno rilasciate dall'ISTAT il 14 di febbraio 2014, mentre il valore ufficiale dell'anno 2013 sarà rilasciato in prima lettura il 3 di marzo 2014, le stime UVET Travel Index sono fornite con un anticipo compreso tra i 75 e i 90 giorni.



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati UVET

La nota positiva è che l'UVET Travel Index, nel 4° trimestre del 2013, registra una contrazione del PIL che si contiene nello 0,07%, evidenziando così un **rallentamento significativo della caduta dell'attività economia** aggregata nell'ultima parte dell'anno.



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati UVET

OUTLOOK 2014

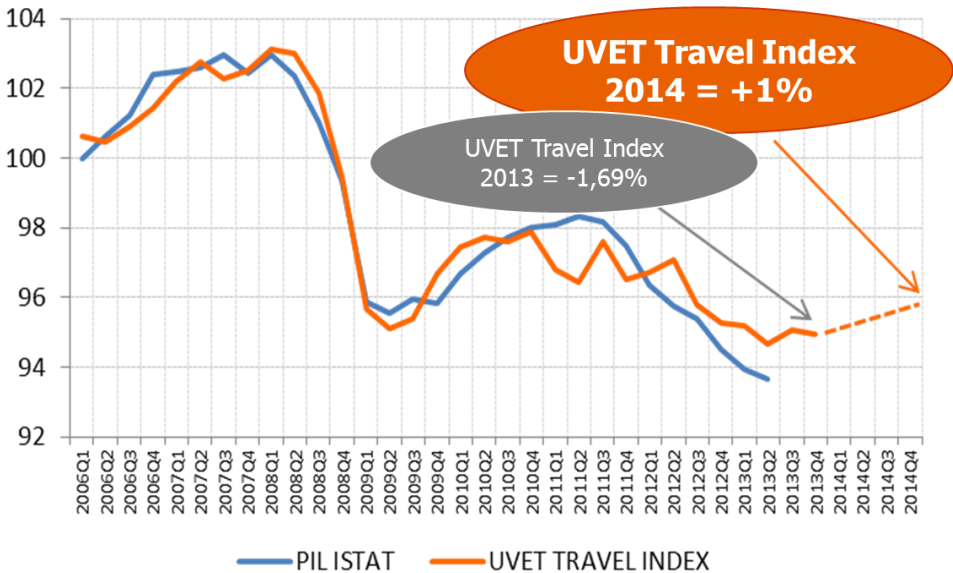
L'UVET Travel Index e le sue stime si basano su dati consuntivi del settore del Business Travel Managed da cui sono poi elaborate le indicazioni sul ciclo economico.

In occasione del BIZ Travel Forum del 26 novembre 2013 è stato utilizzato il modello econometrico dell'UVET Travel Index per stimare l'andamento del ciclo economico per tutto il 2014.

Tali previsioni hanno un maggiore margine di incertezza, ma cionondimeno forniscono utili indicazioni delle tendenze dell'economia nazionale, fornendo un quadro di sintesi della situazione generale.

Sulla base dell'andamento previsto del Business Travel Managed per il 2014, la stima relativa allo stesso periodo evidenzia un incremento dell'UVET Travel Index dell'1%.

Viene dunque confermata una possibile ripresa economica, con una accelerazione maggiore nella seconda parte del 2014. La crescita nei primi sei mesi, 1° semestre 2014 su 2° semestre 2013, evidenzia un aumento dello 0,3%.



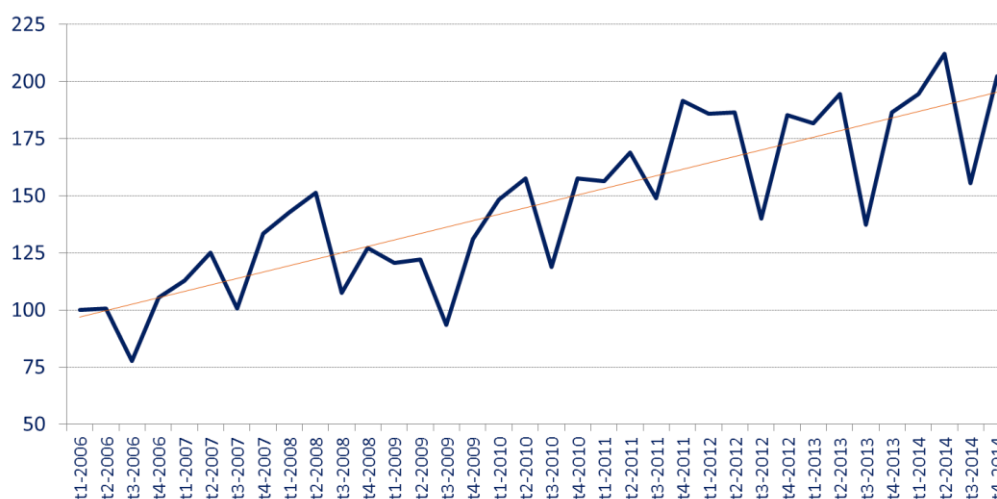
Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati UVET

SI VIAGGIA DI PIÙ PER AFFARI, MA SI SPENDE DI MENO

Due macro tendenze, di estremo interesse, hanno caratterizzato (e stanno caratterizzando tutt'ora) il BT in Italia: l'incremento dei volumi e la riduzione dei prezzi.

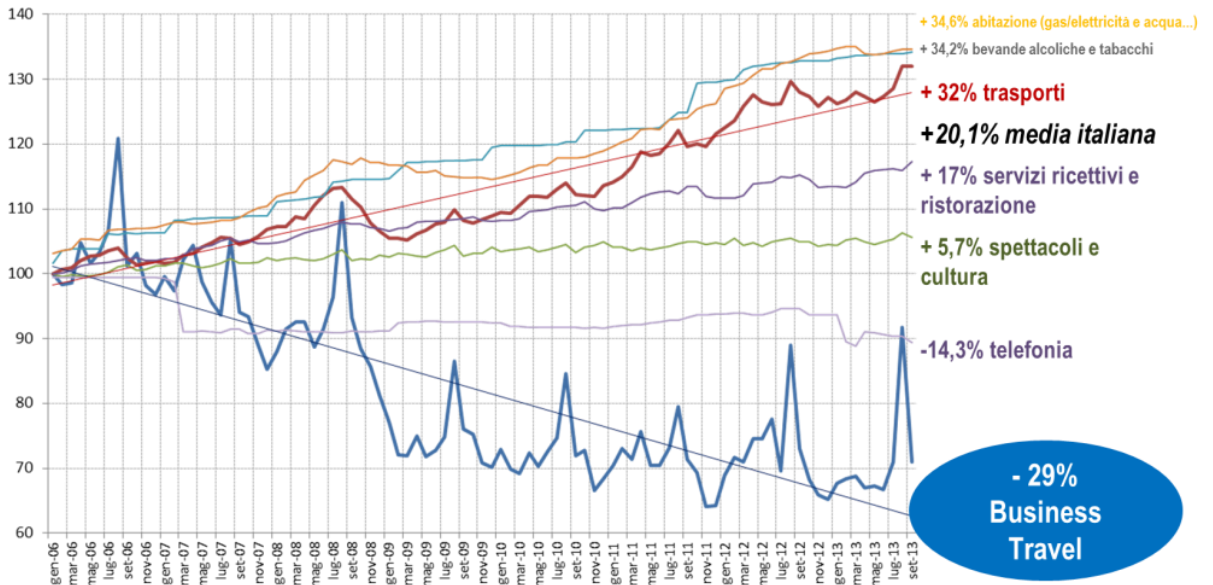
Entrambe sono in controtendenza rispetto all'economia. Infatti, fatto 100 il numero dei viaggi d'affari del 2006, oggi il *business travel* ha raddoppiato la sua dimensione, a differenza di una contrazione generalizzata dell'attività economica italiana (PIL, consumi, investimenti) negli ultimi anni.

Business Travel in Italia (numeri indice; 2006=base 100)



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat e UVET per la componente business travel

Sul fronte dei prezzi, invece, tra gennaio 2006 e settembre 2013, in un contesto di inflazione media del 18,5% e di incremento dei prezzi nel settore trasporti del 32%, nel *Business Travel Managed* si è registrata **una contrazione dei prezzi di quasi il 30%**. In altre parole, oggi mediamente un viaggio d'affari costa circa il 30% in meno rispetto al 2006, mentre i prezzi medi nel settore trasporti sono aumentati del 32%.



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat e UVET per la componente business travel

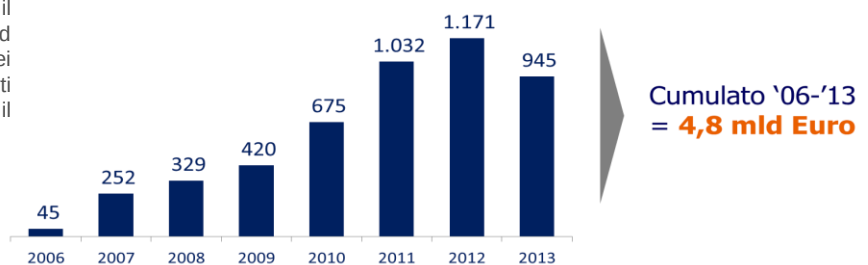
Le implicazioni e gli effetti benefici sull'economia sono significativi: le imprese spendono meno per i viaggi d'affari rispetto al 2006 e contestualmente aumentano le possibilità competitive derivante dalla possibilità di raggiungere il mondo in modo più conveniente.

Il Business Travel Managed, con circa 4,8 miliardi di Euro di risparmi di costo per le imprese prodotti tra il 2006 e il 2013, è dunque un settore che genera competitività economica, fornendo un servizio che migliora nel tempo ad un prezzo che si riduce, con un incremento costante di produttività a vantaggio di tutto il sistema economico.

La stima evidenzia un totale di risorse liberate.

Stima della differenza tra il volume in Euro complessivo dei viaggi d'affari in ipotesi che il Business Travel Managed avesse seguito la dinamica dei prezzi del settore dei trasporti (settore di riferimento Istat) e il volume reale.

Risorse liberate* dall'efficienza del settore business travel (milioni di Euro)

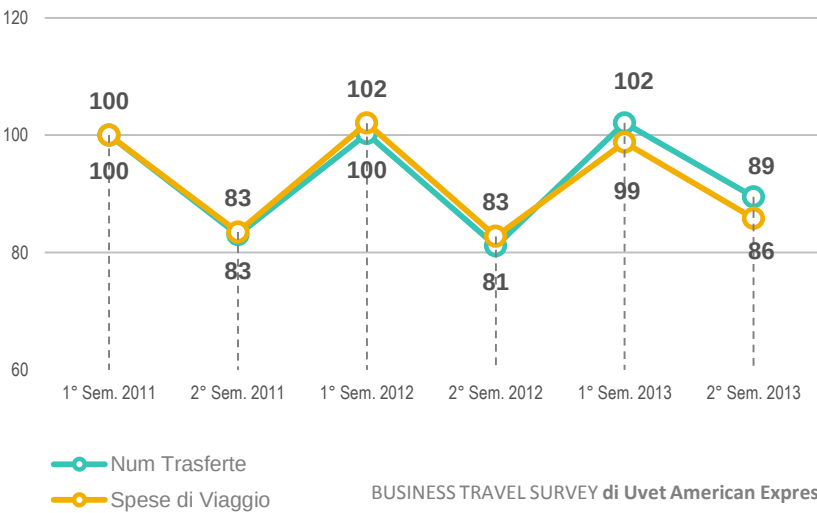


Fonte: stima The European House-Ambrosetti su dati UVET, Istat e dati propri di mercato.

Analizzando il 2013, il numero di trasferte e le spese di viaggio hanno presentato un comportamento differente: durante il 1° Sem. il numero di trasferte è aumentato di 2 punti percentuali, mentre le spese di viaggio sono scese di 3 punti rispetto al 1° Sem. 2012.

Nel 2° Sem., invece, sia il numero di trasferte che le spese di viaggio sono aumentate, rispettivamente di ben 10 punti le prime, e di 4 punti le seconde.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO
(numero indice base 1° Semestre 2011)

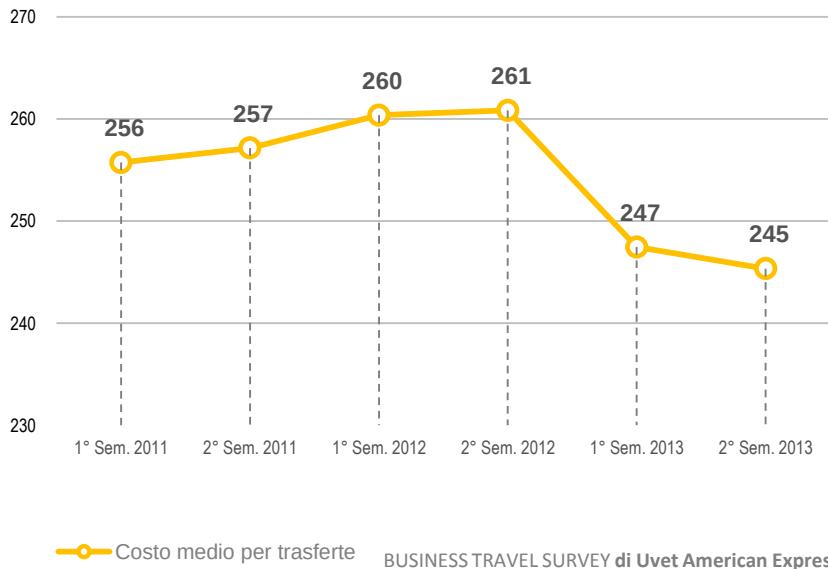


Nel 2013 il costo medio per trasferta è ha avuto un andamento decrescente.

Il costo medio durante l'anno è diminuito di ben 6 punti percentuali, cioè di 16 Euro in termini monetari.

La causa può essere ricondotta a due tendenze: da un lato le aziende attuando policy di contenimento dei costi, dall'altro, osservando il mix di spesa dei viaggi d'affari, sono in aumento l'uso di servizi che impattano meno sui costi della trasferta, come il servizio Hotel, Car e Rail a discapito del servizio aereo.

COSTO MEDIO PER TRASFERTA
(Euro)



Analizzando il 2013, si nota che l'unico servizio che non aumenta il proprio numero di trasferte sia quello aereo, il quale rimane costante.

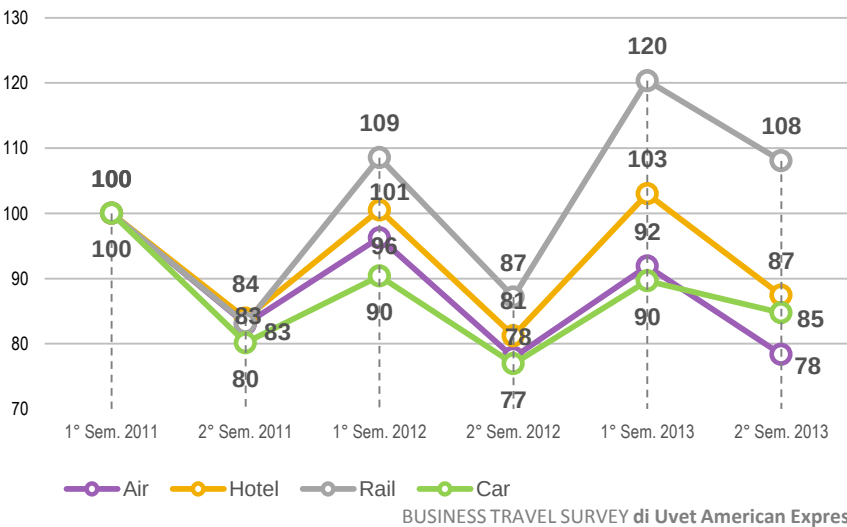
Gli altri servizi, invece, sono stati più utilizzati rispetto al 2012.

Sia il servizio rail che il servizio hotel sono aumenti sia nel 1° che nel 2° Sem. 2013. Rispettivamente i due servizi hanno chiuso il 2° Sem. con più 24 punti percentuali ed il secondo con 7 punti.

Il servizio car è rimasto costante il 1° Sem., mentre è aumentato nel 2° Sem. rispetto all'anno precedente, di ben 10 punti percentuali.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Semestre 2011)



Nel 2013 le spese di viaggio hanno registrato andamenti differenti in base al semestre dell'anno considerato.

L'utilizzo del servizio aereo è diminuito del 6 per cento nel 1° Sem. rispetto al 1° Sem. 2012 ed è invece rimasto costante nel 2° Sem.

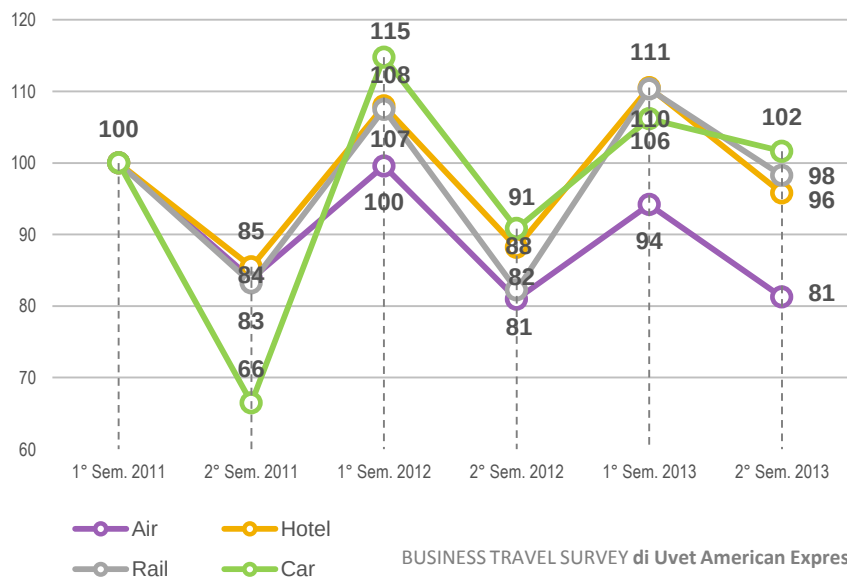
Il servizio hotel ha registrato un aumento della spesa sia nel 1° Sem. Che nel 2°, rispettivamente di 3 e 9 punti percentuali rispetto al 2012.

Anche la spesa di viaggio ferroviaria ha mostrato la stessa velocità di crescita per i due semestri del 2013: nel 1° Sem. la spesa è cresciuta di 3 punti percentuali, mentre nel 2° Sem di 19.5 punti rispetto al 2012.

Il servizio car ha visto, in termini di spesa, un calo di 8 punti percentuali il 1° Sem., mentre un incremento nel 2° Sem. di 12 punti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

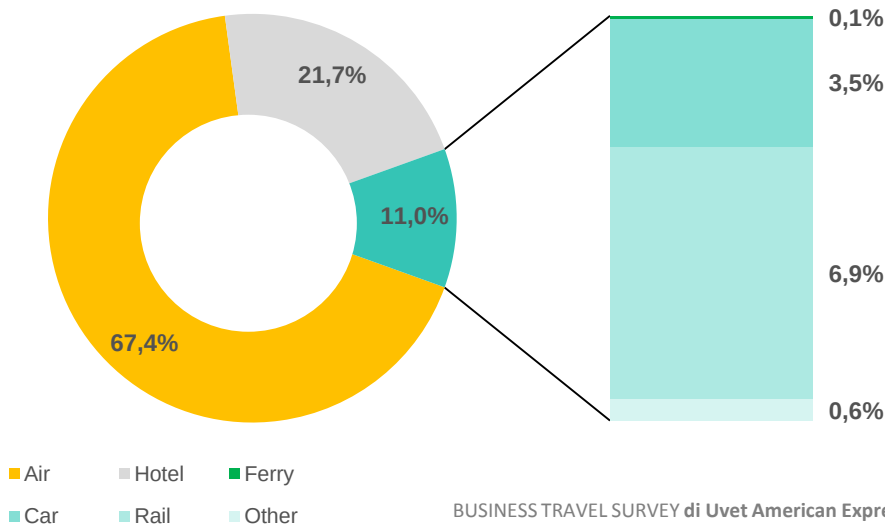
ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Semestre 2011)



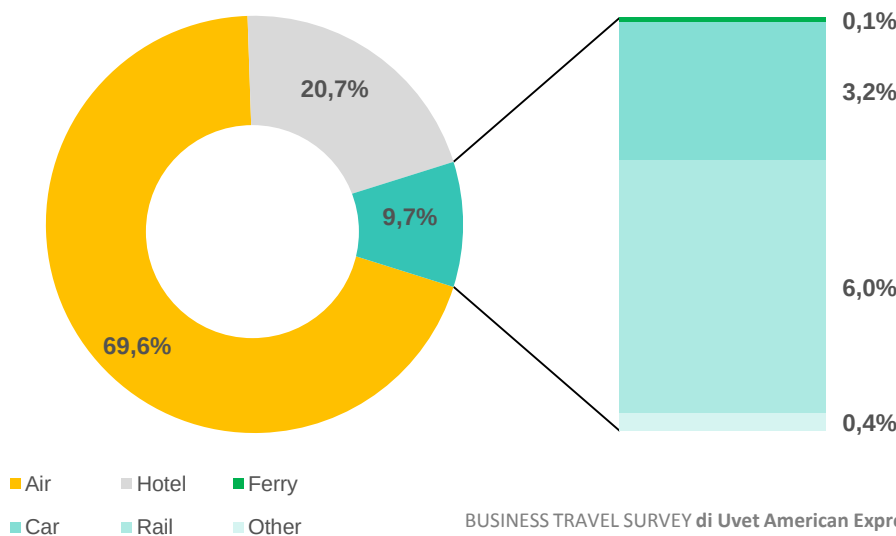
Oltre i due terzi delle spese totali di viaggio appartengono al settore aereo. Rispetto al 2012 la quota del trasporto aereo è scesa di circa 2.2 punti percentuali. L’Hôtellerie copre oltre un quinto delle spese globali, incrementando nel 2° Sem. 2013 lievemente la propria quota. Cresciute anche le spese relative ai servizi Rail e Car.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO
(2° Semestre 2013)



Nel 2012 le spese di viaggio vedevano una maggiore predominanza del settore aereo rispetto al 2° Sem. 2013. La riduzione delle spese del trasporto aereo è andata a vantaggio principalmente dei servizi Rail e Hotel.

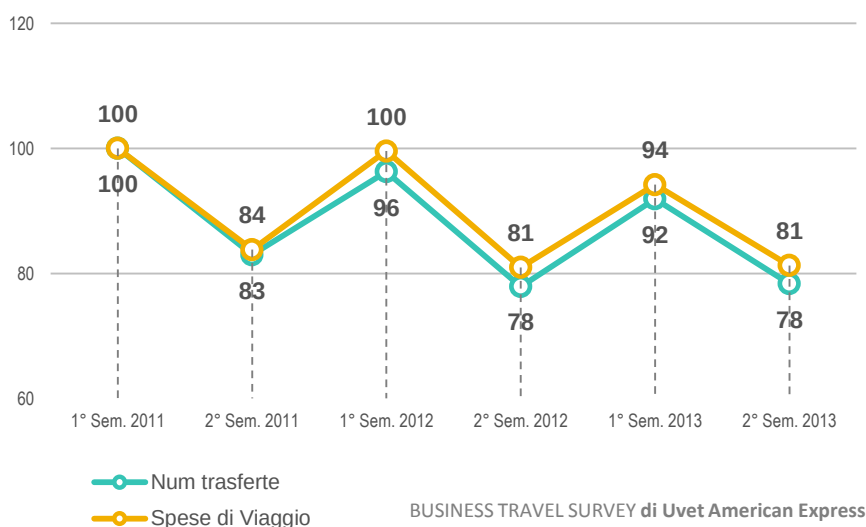
RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO
(2° Semestre 2012)



Il numero delle trasferte aeree è diminuito di 4 punti percentuali nel 1° Sem. 2013 rispetto al 1° Sem. 2012. Nel semestre successivo, invece, l'andamento è rimasto costante. Hanno seguito un andamento simile le spese di viaggio, mostrando una riduzione percentuale pari al 6 per cento, il 1° Sem., mentre anch'esse restano costanti nel 2° Sem. 2013. Considerando il triennio 2011 – 2013 si assiste comunque ad una riduzione del numero di trasferte, pari a 6 punti percentuali, e anche del livello di spesa che scende di 4 punti.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE

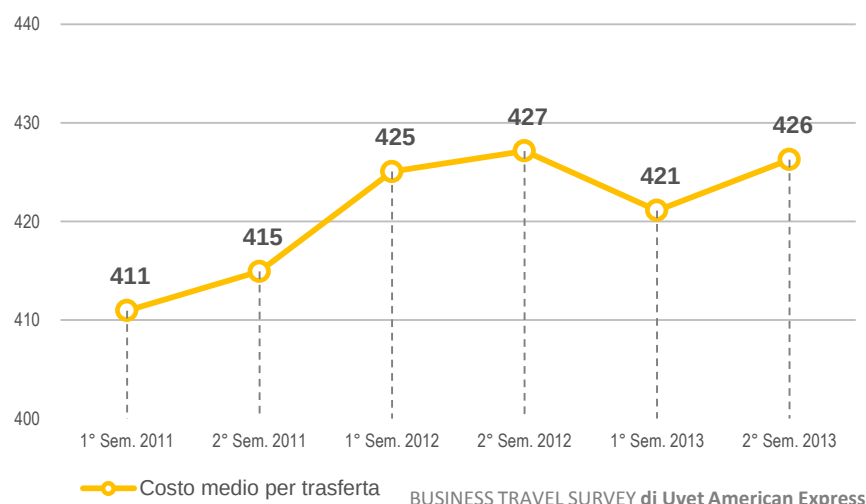
(Numero indice base 1° Semestre 2011)



Sia nella prima che nella seconda metà del 2013 si assiste ad un lieve calo del costo medio del biglietto, la riduzione equivale a 4 Euro nel 1° Sem. mentre ad 1 solo Euro nel secondo. Il trend del costo medio del biglietto aereo è stato fino al 1° Sem. 2012 in salita: incremento dovuto non solo all'aumento del traffico intercontinentale ma anche all'aumento del costo del carburante che ha inciso profondamente anche sui costi delle compagnie aeree.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO

(Euro)



Il numero delle trasferte aeree nel corso del 1° Sem. 2013 è diminuito nel mercato europeo e italiano, è aumentato in quello intercontinentale. Nel 2° Sem. invece si riprende anche il traffico europeo.

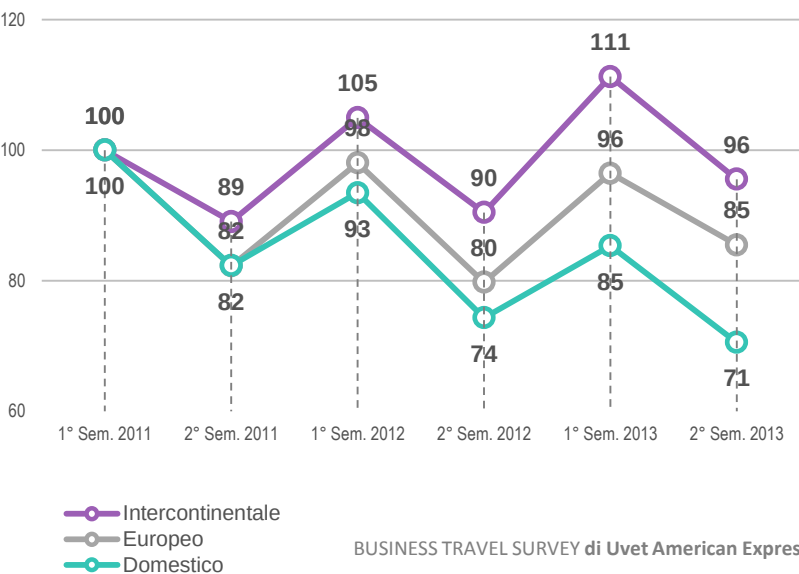
Il grafico rende evidente che la crisi economica è soprattutto italiana ed europea.

La diminuzione del numero di trasferte non si è verificata infatti nei voli intercontinentali, che sono aumentate di 6 punti percentuali nel 1° Sem. e di 7 punti nel 2° Sem..

La riduzione è stata molto accentuata per quanto riguarda le destinazioni italiane. Il panorama nazionale è certamente influenzato dall'aumento dell'utilizzo del trasporto ferroviario.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

(Numero indice base 1° Semestre 2011)

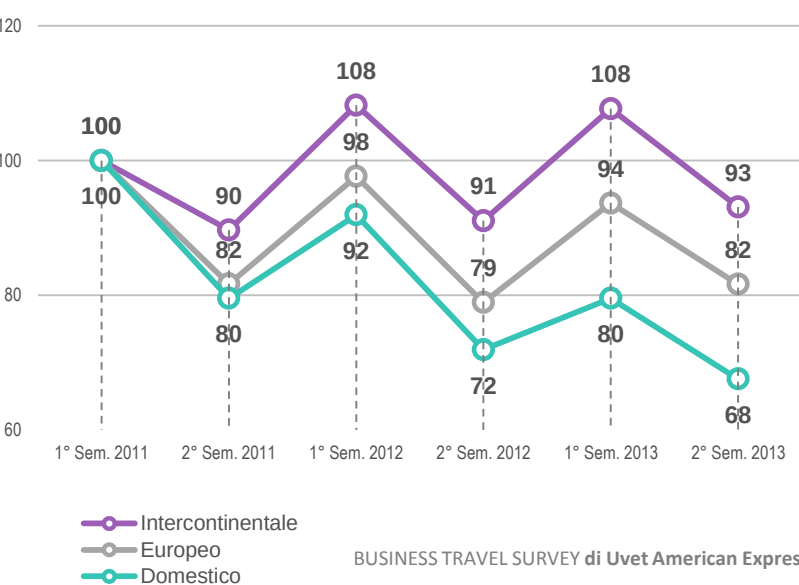


L'andamento delle spese di viaggio nell'ultimo Sem. 2013 è cresciuto sia nel mercato intercontinentale che nel mercato europeo, mentre è calato nel segmento domestico. Lo stesso comportamento emerge considerando il triennio 2011– 2013.

Il segmento nazionale, oltre a risentire della crisi economica che coinvolge il vecchio continente, è colpito 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, nonostante un aumento del prezzo del petrolio.

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE PER TIPOLOGIA

(Numero indice base 1° Semestre 2011)

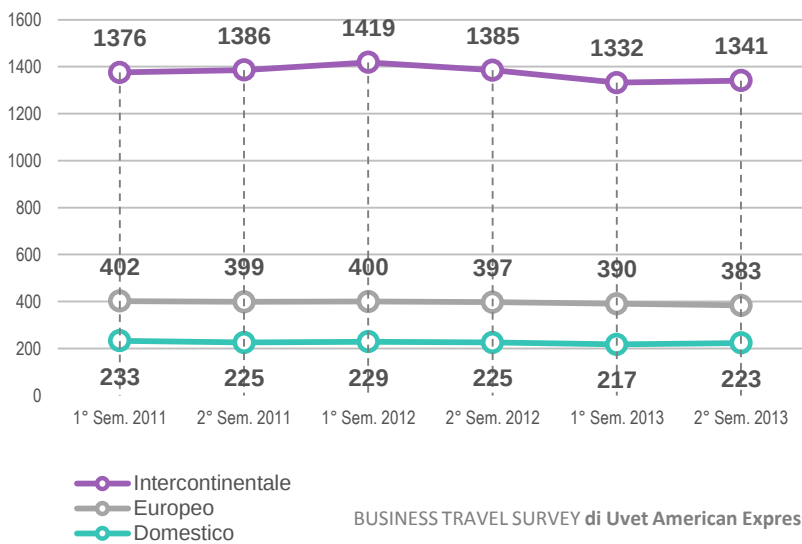


Nel 2013 il costo medio del biglietto ha registrato una diminuzione in tutti i segmenti.

Il costo medio del biglietto per i voli intercontinentali ed europei è diminuito di circa 3 punti percentuali, mentre per il segmento nazionale non ha evidenziato alcuna particolare flessione.

Lo stesso andamento si osserva considerando il triennio 2011 – 2013.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO
(Euro)

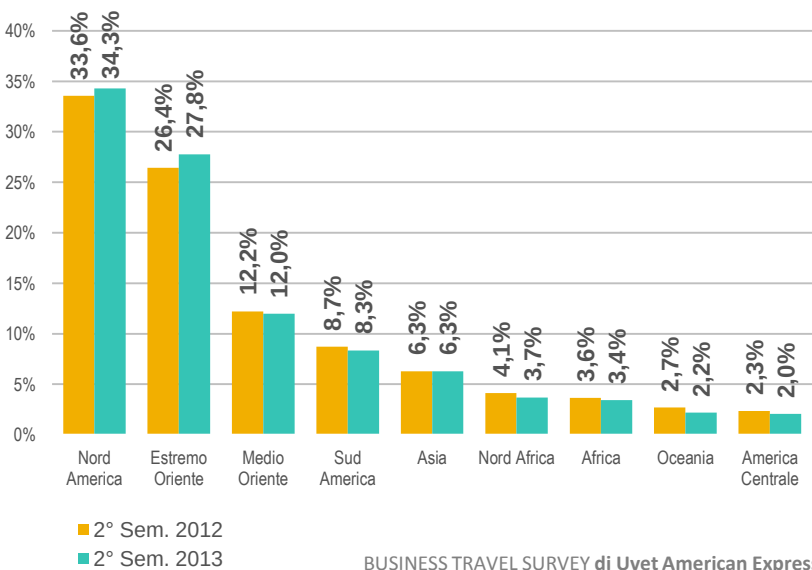


Oltre un terzo del traffico intercontinentale vede come principale destinazione il Nord America.

L'Estremo Oriente incide per più di un quarto del totale dei volumi di spesa, avvicinandosi sempre di più ad un terzo dei volumi di traffico totali.

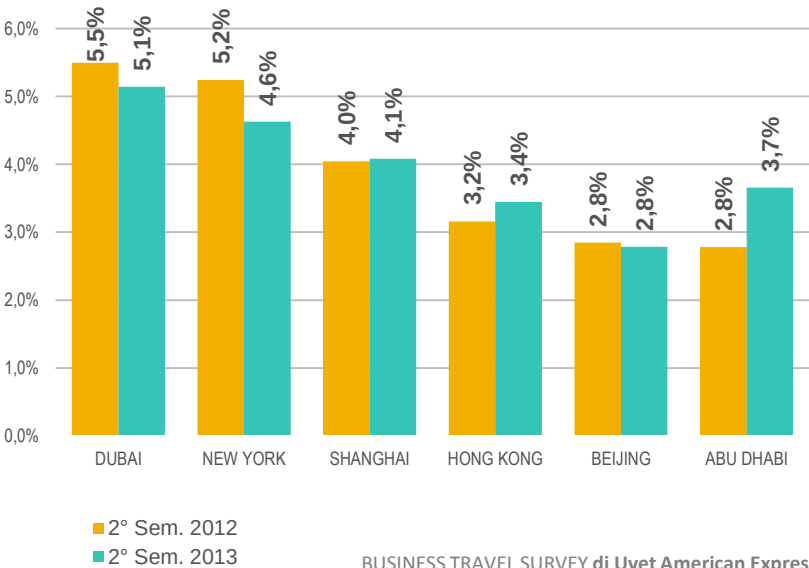
Le altre destinazioni, invece chiudono il 2013 in calo.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA
TRAFFICO INTERCONTINENTALE
(Euro)



Nel 2013 Dubai e New York restano le destinazioni favorite dai viaggiatori d'affari nonostante entrambe abbiano visto ridursi la propria quota rispettivamente di 7 punti percentuali la prima e di ben 12 punti la seconda. In crescita, invece, le città di Shanghai, Hong Kong e Abu Dhabi. Restano stabili i flussi verso la capitale cinese Pechino.

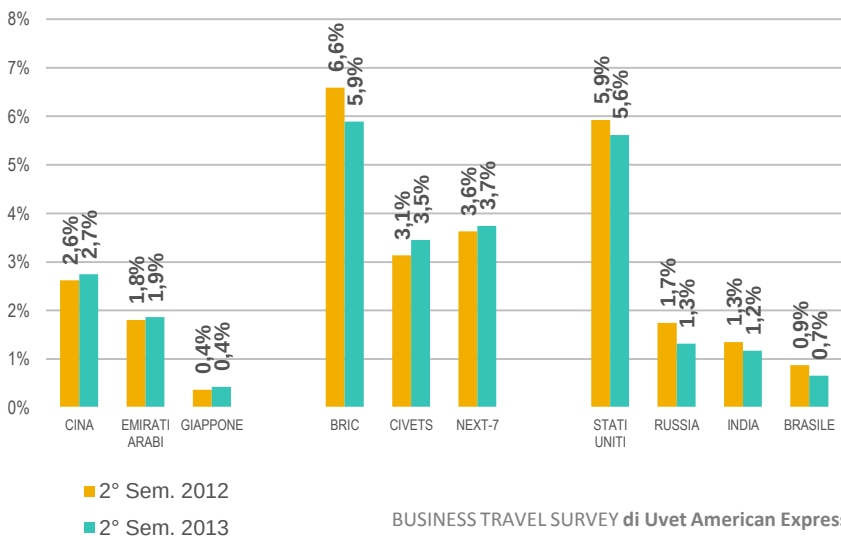
PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI
(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nell'arco del 2013 il traffico internazionale si è sviluppato a macchia di leopardo. L'area economica BRIC riduce la propria quota e pure gli Stati Uniti. In forte crescita le aree economiche CIVETS e NEXT-7 e gli Emirati Arabi. Costante resta, invece la quota del Giappone.

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



¹ BRIC: Brasile, Russia, India e Cina

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

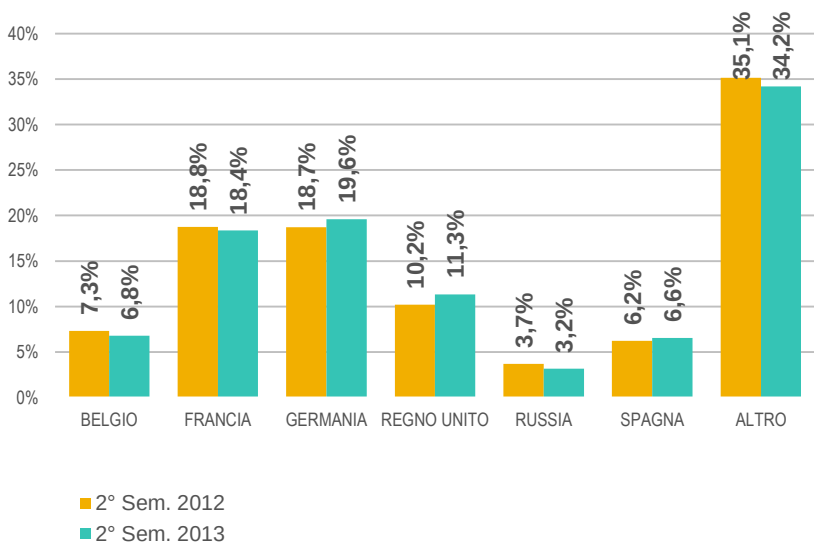
³ NEXT-7: Egitto, Indonesia, Messico, Nigeria, Filippine, Turchia e Corea Del Sud

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Analizzando il mercato europeo, Francia e Germania hanno confermato la loro leadership in termini di destinazione, anche se la prima ha visto diminuire la propria quota nel 2013.

Nell'ultimo anno ha registrato una forte crescita Regno Unito e Spagna, mentre riducono la propria quota Russia e Belgio in termini di volumi.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO EUROPEO



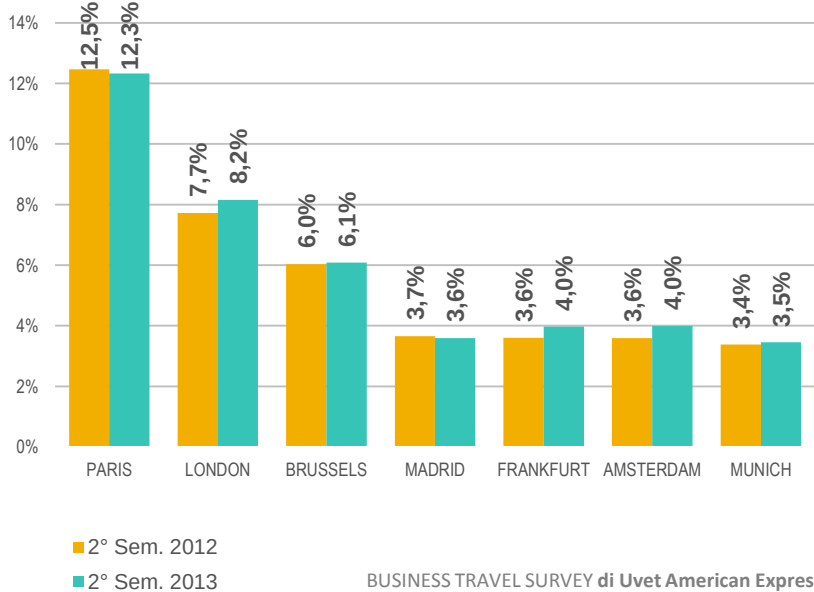
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

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

Brussels e Monaco mantengono stabili i propri volumi, mentre Londra, Francoforte e Amsterdam hanno aumentato la propria quota nel 2013.

PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel segmento nazionale, Milano è la principale destinazione dei viaggiatori d'affari delle imprese del campione: quasi il 32 per cento dei clienti ha favorito gli scali di Linate e Malpensa. Roma ha registrato una diminuzione della quota di mercato, che è andata a favorire la crescita delle altre destinazioni.

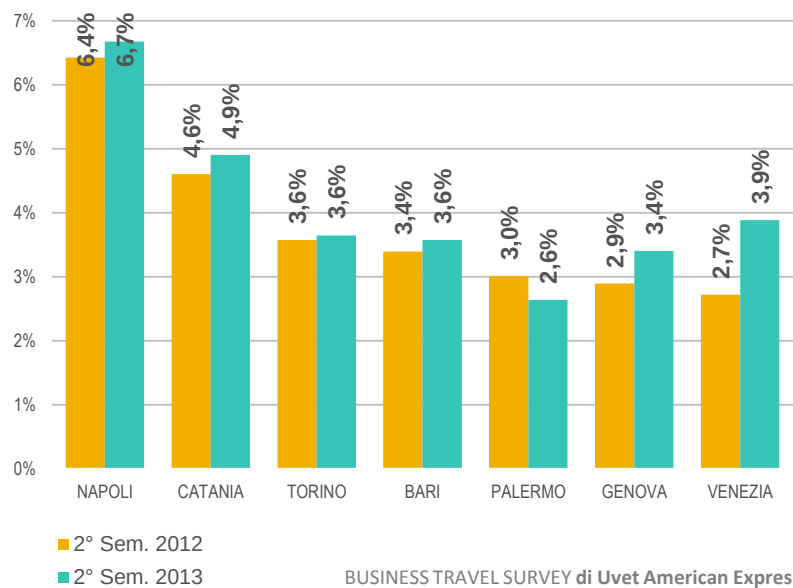
PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI
(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Lo scalo di Napoli ha registrato un incremento della quota di mercato arrivando a quasi il 7 per cento del totale. Lo stesso vale per tutte le altre destinazioni, ad eccezione di Palermo, che hanno anche loro vissuto un sostanziale incremento della propria quota.

LE ALTRE DESTINAZIONI NAZIONALI
(Numero di biglietti)

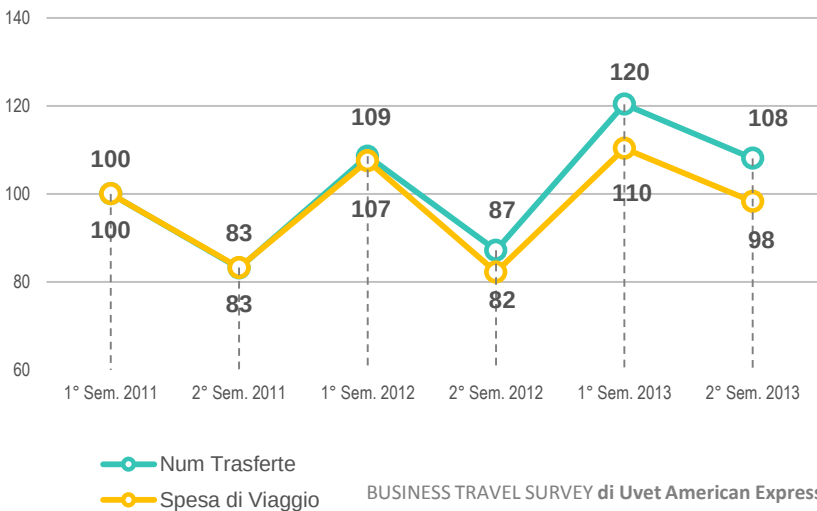


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Durante il 2013 l’andamento del numero di trasferte ha visto una crescita sia considerando il 1° Sem., segnando più 10 punti percentuali, che il 2° che ha registrato più 24 punti, rispetto agli stessi periodi del 2012. Analizzando l’andamento delle spese di viaggio ferroviarie osserviamo lo stesso comportamento: per quanto riguarda il 1° Sem. sono cresciute di 3 punti percentuali mentre di ben 19.5 punti nel 2° Sem. Valutando l’intervallo 2° Sem. 2011 – 2° Sem. 2013 si è evidenziata comunque una consistente crescita sia del numero di trasferte, aumentate di 30 punti percentuali, che delle spese di viaggio, cresciute di 18 punti percentuali.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO FERROVIARIE

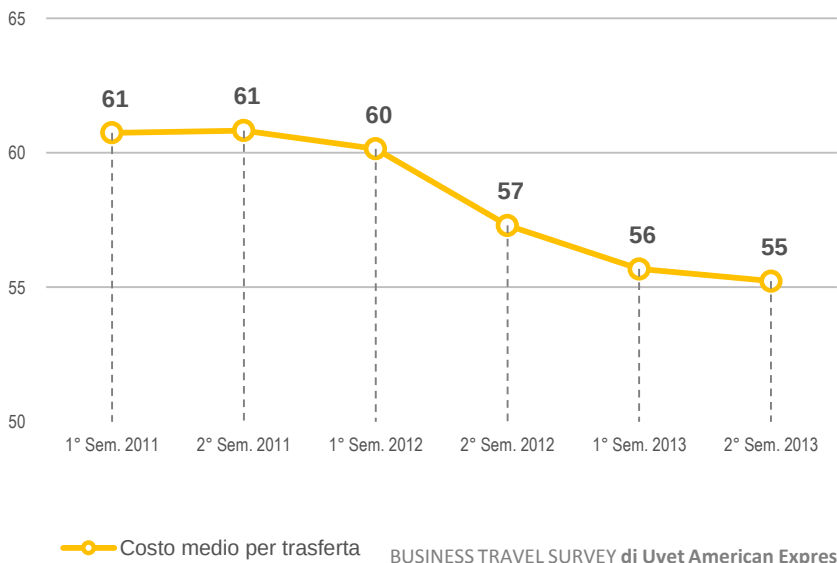
(Numero indice base 1° Semestre 2011)



Il costo medio del biglietto ferroviario è rimasto costante fino al 2° Sem. 2011, per poi scendere nel 2012 e arrivare a 55 Euro al 2° Sem. 2013. Anche in questo caso è possibile notare che la diminuzione dei prezzi sia iniziata nel momento in cui è cominciata la concorrenza nel settore Alta Velocità.

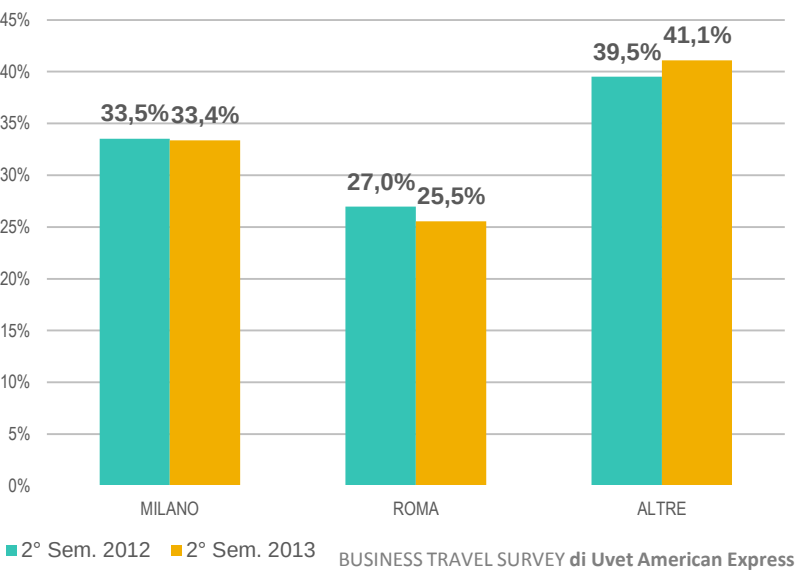
COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO FERROVIARIO

(Euro)



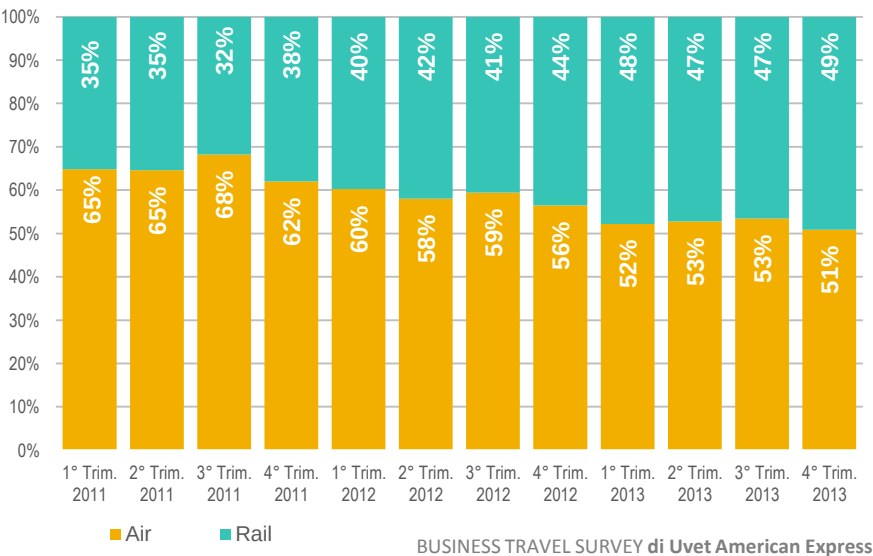
La stazione di Milano nel 2013 ha visto lo stesso numero di viaggiatori, rimanendo la principale destinazione di chi viaggia per affari. Roma riduce la propria quota di mercato rispetto all'anno precedente, a favore delle altre destinazioni che sono lievemente cresciute. Tra le "Altre", le destinazioni principali restano quelle sulla tratta che percorre l'alta velocità come Torino, Bologna, Firenze e Napoli.

PRINCIPALI DESTINAZIONI FERROVIARIE NAZIONALI
(Numero di biglietti)



La riduzione del tempo di viaggio tra Roma e Milano ha cambiato le abitudini di chi viaggia per affari. Tra le due città, il mezzo preferito è rimasto l'aereo, ma l'alta velocità ha ormai conquistato il 49 per cento della quota di mercato. La crescita è di ben 11 punti percentuali nell'arco di soli due anni e dimostra un cambio importante delle abitudini di viaggio. Prevediamo nel 1° Sem. 2014 l'affermazione dell'Alta Velocità.

MILANO - ROMA MERCATO BUSINESS QUOTA DI MERCATO
TRENO / AEREO

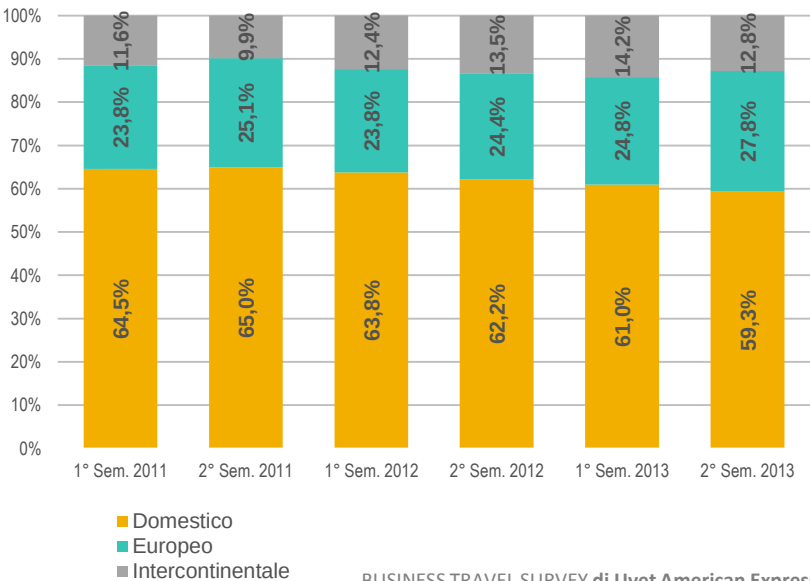


L’hôtellerie ha presentato nel 2013 maggiori spese sul territorio nazionale con una quota pari al 59.3 per cento del totale, registrando comunque una riduzione della spesa rispetto al 2012 sia considerando il 1° Sem. che il 2° Sem. 2013.

Il segmento europeo, invece, ha visto un incremento della sua quota di mercato sia nel 1° Sem. che nel 2° Sem. 2012, rispetto agli stessi semestri dell’anno precedente.

La spesa negli hotel di destinazioni intercontinentali, infine, ha avuto due velocità: ha visto un aumento del market share nel 1° Sem superando la quota del 14 per cento, mentre ha registrato un calo le 2° Sem. 2013.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI HOTELLERIE



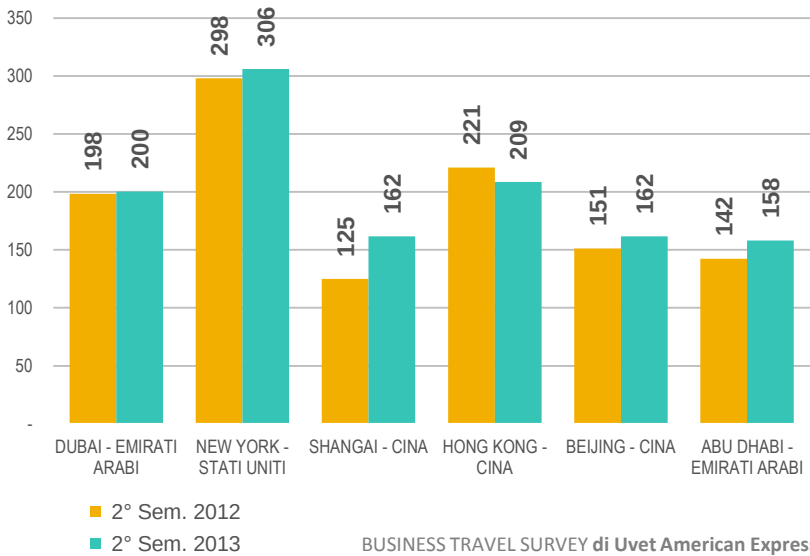
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il 2013 ha evidenziato un costo medio per room night in aumento per tutte le principali destinazioni intercontinentali, ad eccezione di Hong Kong.

New York è la città nella quale ogni pernottamento è costato maggiormente, arrivando a 306 Euro.

Abu Dhabi, nonostante l’aumento del costo medio di 11 punti percentuali, resta tra le mete più economiche.

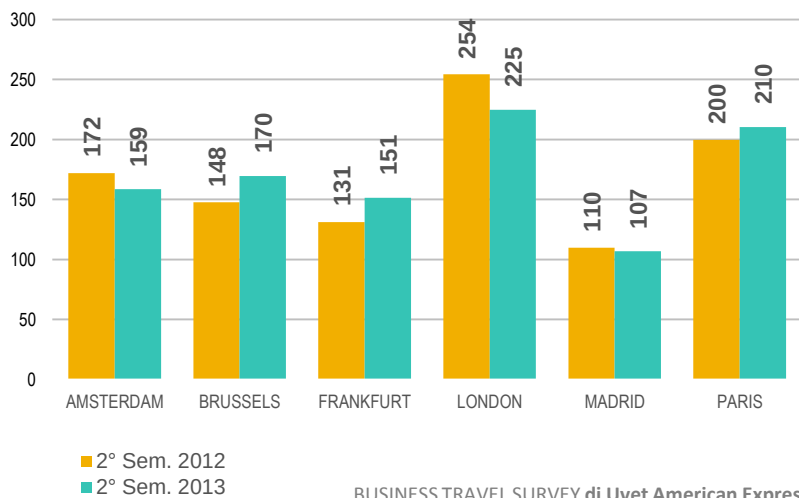
COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT
PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI
(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

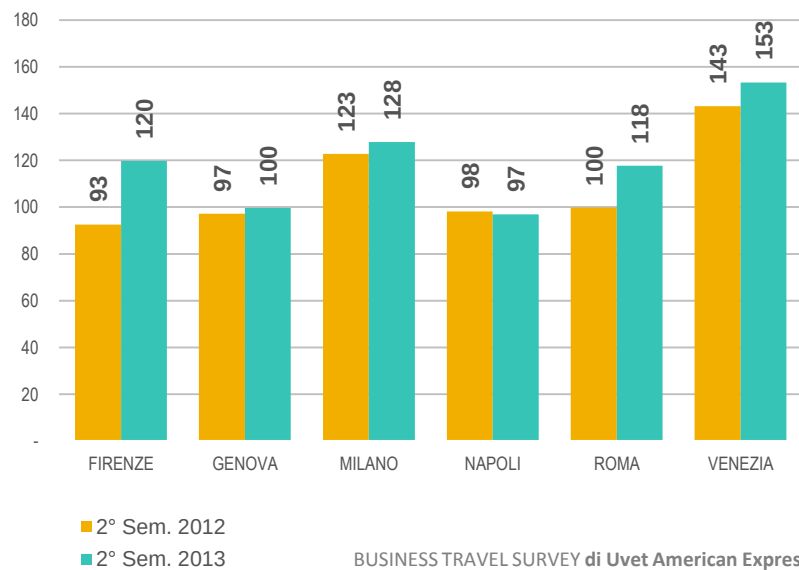
Nel 2013 il costo medio per room night nelle destinazioni europee è aumentato nella città di Parigi, Brussels e Francoforte.
Il costo medio per un pernottamento è invece diminuito nelle altre città: Amsterdam, Londra e Madrid.
La città più economica rimane Madrid, che ha visto un decremento del costo medio per room night di circa il 3 per cento.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT
PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE
(Euro)



Il costo medio per room night nel mercato domestico durante l'anno 2013 è aumentato in tutte le principali città ad eccezione di Napoli che ha diminuito lievemente il costo medio di un pernottamento.
Firenze ha registrato la variazione di prezzo più consistente, ha chiuso l'anno 2013 con 29 punti percentuali in più.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT
PRINCIPALI DESTINAZIONI ITALIANE
(Euro)



***Persone uniche
per momenti straordinari.***



mobility & business travel | events meetings & congress | communication





Le precedenti edizioni della Business Travel Survey sono disponibili su:



www.uvetamex.com/bts

Per approfondimenti e/o suggerimenti contattare la:
Direzione Marketing & Comunicazione | Uvet American Express.

marketing@uvetamex.com
+39 02 81838031
www.uvetamex.com