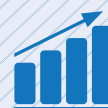


# BUSINESS TRAVEL SURVEY 2014

I DATI PIÙ  
SIGNIFICATIVI  
AL 30.09.2014



## UVET TRAVEL INDEX

Previsioni di chiusura anno  
2014: -0,37 % rispetto al  
2013.



## TREND DI SPESA

Crescita delle spese di  
viaggio rispetto al 2013.



## BIGLIETTERIA AEREA

In crescita l'Europa. Con-  
trazione nel mercato inter-  
continentale e domestico



## HOTELLERIE

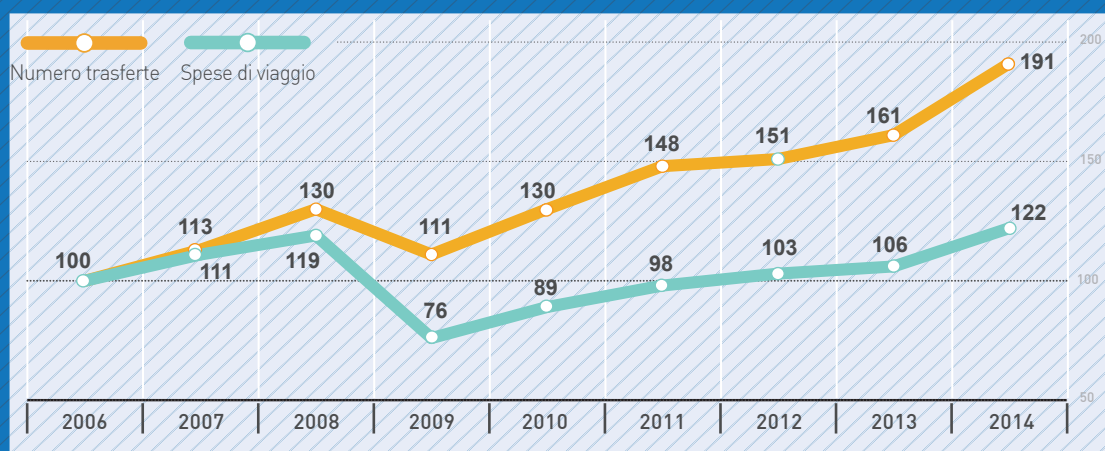
Incremento della spesa  
grazie alle prenotazioni  
gestite dalla Travel policy



## RAIL

Aumento delle trasferte e  
della spesa nel settore Alta  
Velocità

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO





UVET AMERICAN EXPRESS  
GLOBAL BUSINESS TRAVEL

*"Official Destination and Events Management Partner  
for U.S Pavilion at Milano Expo2015"*

[uvetexpo2015.com](http://uvetexpo2015.com) | [uvetamex.com](http://uvetamex.com)



*operation | mobility & business travel  
events meetings & congress | communication*



Preferred Authorised Reseller

# EDITORIALE

Business Travel Survey Novembre 2014

## EDITORIALE BUSINESS TRAVEL SURVEY CLASSIC 2014

Anche quest'anno la Business Travel Survey si presenta arricchita dal punto di vista dei contenuti, grazie alla nuova partnership con Sea Aeroporti Milano e agli innovativi contributi elaborati con The European House – Ambrosetti, uno dei più importanti think thank di Italia.

Con Expo 2015 alle porte abbiamo ritenuto adatto per questa edizione proporre un focus sui movimenti aerei, sia business che leisure, dell'area metropolitana che ospiterà il grande evento.

Oltre al quadro macroeconomico internazionale di riferimento, è stata introdotta una nuova analisi sull'internazionalizzazione delle imprese italiane, con l'obiettivo di cogliere al meglio la relazione tra viaggi d'affari e interscambio commerciale tra Italia e altri principali Paesi.

Mediante l'UVET Travel Index, che si rivela come un indicatore affidabile che registra l'andamento dei viaggi d'affari e l'attività economica aggregata, abbiamo potuto introdurre le previsioni di stima di chiusura del 2014.

A causa di eventi geopolitici e di una forte competitività da parte dei paesi emergenti, le principali destinazioni del business travel hanno subito un leggero ridimensionamento.

Nonostante il sistema economico italiano abbia registrato un ulteriore periodo di stagnazione, le nostre ultime analisi rilevano che le aziende continuano a viaggiare. L'anno in corso si è caratterizzato quindi da una forte ripresa dei viaggi verso i mercati europei, con conseguente aumento sia del numero di trasferte che delle spese di viaggio totali rispetto al 2013.

Il Business Travel Managed non è solo un modello in rapida adozione da parte delle aziende, ma grazie alla competitività che lo contraddistingue, è anche un'attività che continua ad apportare forte efficienza e produttività.

Buona lettura, **Luca Patanè**,  
Presidente Uvet American Express

## SOMMARIO



**UNA PANORAMICA COMPLETA  
SUI VIAGGI D'AFFARI** ..... 4



**IL CAMPIONE UVET AMEX**  
Metodologia e campione ..... 5



**DATI MACRO E UVET TRAVEL  
INDEX**  
Lo studio TEH-Ambrosetti ..... 6-19



**TENDENZE GENERALI DI SPESA**  
Gen-Sett 2014 vs 2012 ..... 20-22  
1 Trim. 2012 vs 3 Trim. 2014 ..... 23-24



**VIAGGI D'AFFARI:**  
Mix di spesa ..... 25  
Contributo Istituto Bruno Leoni ... 26



**VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON AIR**  
Le spese aeree ..... 27-29  
Le destinaz. intercontinentali .. 30-33  
Le destinazioni europee ..... 34  
Le rotte ..... 35  
Le destinazioni nazionali ..... 36



**VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON RAIL**  
La spesa ferroviaria ..... 37



**VIAGGI D'AFFARI:  
FOCUS ON HOTEL**  
La spesa di Hotellerie ..... 38-39



**CONTRIBUTI ESTERNI**  
Università  
Milano Bicocca ..... 40-44  
Osservatorio Business  
Travel 2014 ..... 45-46  
Sea Aeroporti Milano ..... 47-50



# UNA PANORAMICA COMPLETA SUI VIAGGI D'AFFARI



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’a-

nalisi riguarda tutte le più importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea e ferroviaria, hôtellerie e rent a car) aggiornate al terzo trimestre 2014.

Poiché si tratta di un’edizione annuale della “Business Travel Survey”, viene costantemente proposto un confronto con i valori riguardanti gli anni 2012, 2013 e 2014, così da ottenere indicazioni sui trend di spesa delle aziende.

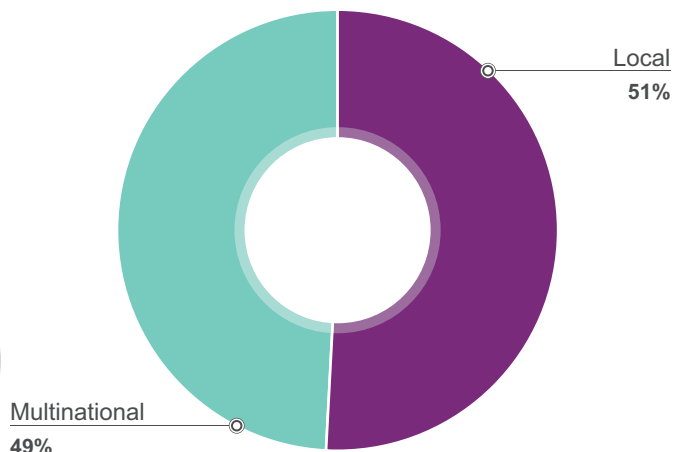
Il campione indagato in questa edizione, che abbraccia il triennio 2012-2014, è omogeneo con quello delle precedenti Business Travel Survey (ultima: edizione digitale luglio 2014).

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.



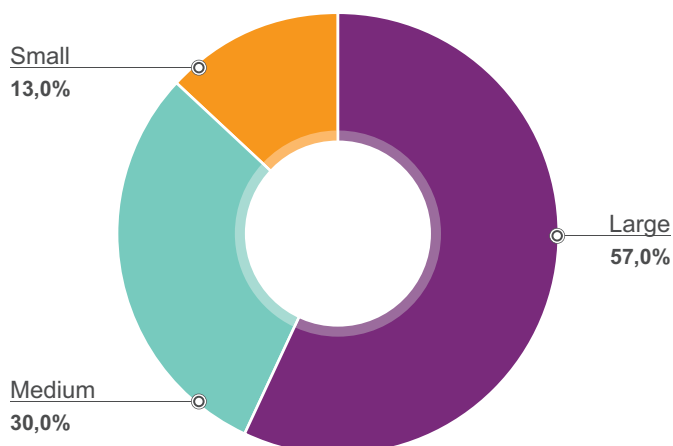
## METODOLOGIA E CAMPIONE

### TIPOLOGIA DI AZIENDA



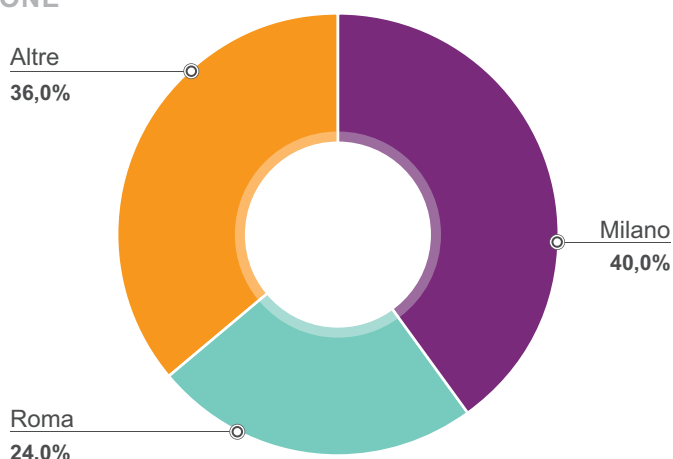
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

### DIMENSIONE



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

### LOCALIZZAZIONE DELLA SEDE



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

L'analisi riguarda tutte le più importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea, ferroviaria e hôtellerie) e si focalizza sui dati relativi agli ultimi nove mesi del 2014.

Il campione UvetAmex è composto da aziende appartenenti al settore manifatturiero e terziario, operanti in segmenti di mercato eterogenei: dall'ICT al settore elettronico, dal comparto meccanico al chimico / farmaceutico, dall'alimentare alla moda passando per quello finanziario e bancario.

Interessante la distribuzione tra aziende "local", ossia quelle che hanno sedi e core business prevalentemente in Italia, e società multinazionali, presenti con proprie strutture in più Paesi del mondo: le prime costituiscono all'incirca il 51% del campione.

Per poter condurre l'analisi in maggiore profondità e far emergere le differenze nel comportamento d'acquisto tra grandi aziende con volumi di spesa più elevati (e spesso una maggiore attenzione alla razionalizzazione di spese e processi) e piccole-medie aziende con volumi più ridotti, il campione è stato suddiviso in tre "cluster" dimensionali in funzione dei volumi di spesa di viaggio complessivi.

Sono state quindi definite "small" le aziende con volumi annui di spesa di viaggio inferiori ai 500 mila euro, "medium" quelle con volumi che si collocano tra i 500 mila e i 2,5 milioni di euro, "large" le società che spendono in trasferte oltre 2,5 milioni di euro all'anno.

Analizzando il peso dei tre cluster in termini di volumi di spese di viaggio, le aziende "Large" rappresentano il 57% del campione mentre le "Medium" pesano circa il 30% e le "Small" il 13%.

In ultima analisi, mostriamo dove sono localizzati la sede e il core business delle aziende clienti.

Il 40% delle aziende è situato nel Nord Italia vicino a Milano, il 24% è presente a Roma, mentre il 36% delle aziende del campione è dislocato uniformemente nel restante territorio nazionale.

## Il quadro macroeconomico internazionale di riferimento

Dopo la netta decelerazione nel primo trimestre 2014 **l'attività economica mondiale chiuderà l'anno con un segno positivo, ma in netta decelerazione rispetto alle previsioni** e con intensità differente tra le principali aree geografiche.

A livello complessivo, sulla ripresa economica pesano le incertezze geopolitiche sia in Europa, sia in Medio Oriente. In tale contesto, l'orientamento delle banche centrali delle maggiori economie mondiali resta accomodante, anche se la Federal Reserve americana entro l'anno interromperà gli stimoli all'economia (sotto forma di acquisti diretti di bond<sup>1</sup>) e probabilmente si avvierà ad **aumentare i tassi di interesse**, in modo graduale, entro i primi mesi del 2015.

**Secondo le ultime stime dell'OCSE la crescita del prodotto interno lordo mondiale dal 2,8% di quest'anno dovrebbe accelerare al 3,4% nel 2015 e al 3,9% nel 2016**, fatto salvo un non peggioramento delle tensioni geopolitiche.

Inoltre, il recente rallentamento dell'attività nelle economie emergenti, come ad esempio in Cina, Brasile e Russia, potrebbe rivelarsi più profondo del previsto e protrarsi per un periodo di tempo maggiore, rallentando la crescita economica mondiale.

## L'andamento economico nell'area dell'Euro

**Nell'area Euro la ripresa nei primi mesi del 2014 è stata diseguale, modesta e accompagnata da inflazione molto bassa** e credito alle imprese in continua flessione.

Dopo un primo trimestre di leggera crescita, 0,2% di aumento del PIL sul trimestre precedente, tutte e tre le più grandi economie dell'Eurozona hanno registrato performance negative nel secondo trimestre.

La Francia è in stagnazione, l'Italia è tornata in recessione segnando una contrazione dello 0,2% e la Germania, che fino a poco fa sembrava superasse quasi immune la crisi economica europea ha evidenziato anch'essa una **contrazione dello 0,2% del PIL**.

In questo contesto, unito anche ad un progressivo e ormai costante rallentamento nella dinamica di crescita dei prezzi, la Banca Centrale Europea ha messo in campo, negli ultimi mesi, misure straordinarie per riportare, come da statuto, un livello di inflazione di poco inferiore al 2% all'anno.

**L'Europa non è ancora in deflazione**, ma è entrata in una fase di prolungata e bassa inflazione complessiva, con delle dinamiche invece di deflazione già in atto su un'ampia gamma di prodotti e servizi. Il significativo rallentamento dell'inflazione in Europa ha evidenziato, in modo chiaro, come ciò dipenda dalla **debolezza della domanda e dei consumi**.

<sup>1</sup> E di Mortgage Backed Securities, MBS

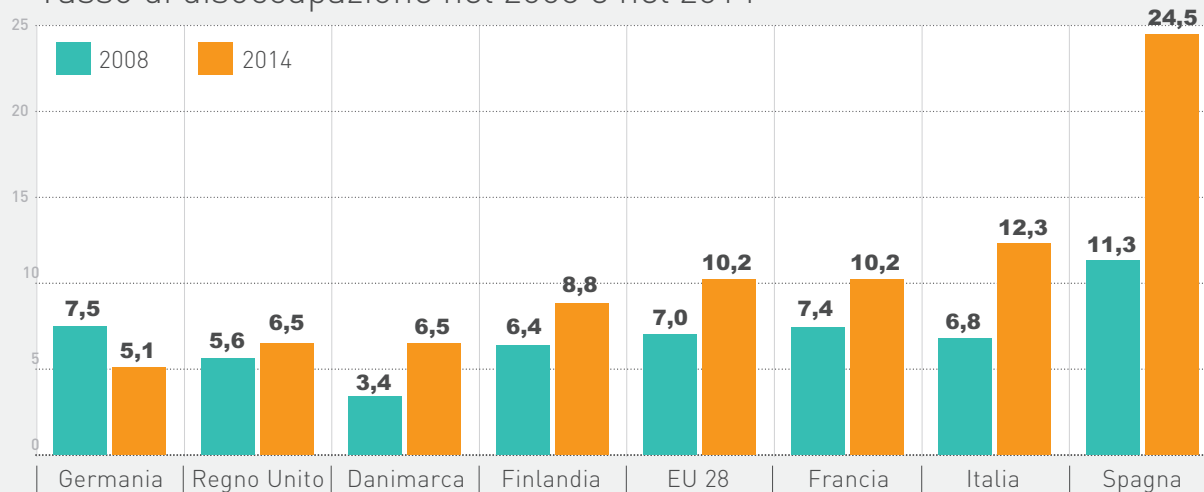
Poiché l'origine della debolezza dell'economia è la mancanza di consumi, e non la mancanza di credito, permangono incertezze sulle reali possibilità che la BCE, da sola, sia in grado di portare l'Europa fuori dalla secca economica. Come ha evidenziato Mario Draghi, alla riunione di agosto dei banchieri centrali a Jackson Hole, per far ripartire l'economia inceppata dell'Eu-

rozona è necessario procedere parallelamente attraverso un significativo piano di investimenti infrastrutturali europei, tagli di spesa nei paesi in deficit, aumenti della spesa nei paesi in surplus come, ad esempio la Germania, e un sostegno monetario da parte della BCE con misure straordinarie.

La produzione industriale stenta a ripar-

## La situazione italiana

Tasso di disoccupazione nel 2008 e nel 2014



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat, 2014

**In Italia si alternano fasi di stagnazione e contrazione dei consumi**, della produzione industriale e degli ordini. Un dato, purtroppo, in continuo deterioramento è quello legato al mondo del lavoro, con **la disoccupazione giovanile che ha raggiunto ad agosto il 44,2%**, massimo storico, mentre il tasso complessivo di disoccupazione si è attestato al 12,3%. **L'economia italiana è tornata in recessione nei primi sei mesi del 2014** dopo un positivo 4° trimestre del 2013. **Tuttavia, i segnali non sono tutti negativi.** Se alcuni settori come quello delle costruzioni

e dell'automotive sono ancora in profonda crisi, altri settori come ad esempio quello della moda, del design, della meccanica e dell'alimentare di alta gamma, mostrano segnali di vivacità e miglioramento rispetto ai valori dei trimestri precedenti.

Il principale sostegno per l'economia italiana e per questi settori continua a provenire dall'andamento dell'interscambio con l'estero, con un **aumento delle esportazioni**, anche se emergono anche in questo ambito preoccupazioni relative alla possibile escalation di sanzioni incrociate sul commercio tra UE e Russia.

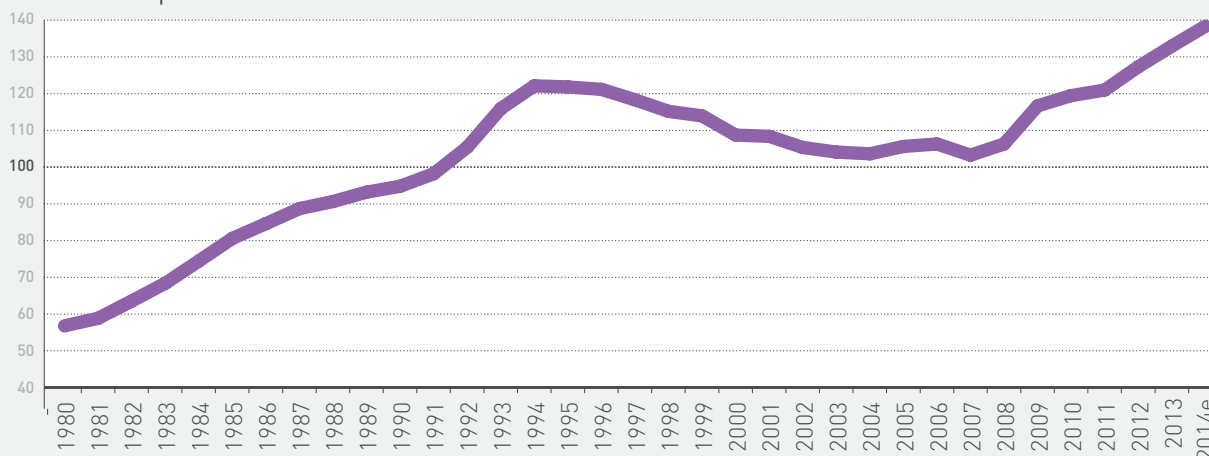
tire, nonostante un aumento della fiducia delle imprese.

Sul fronte del debito pubblico, nonostante un aumento del rapporto Debito/PIL causato in prevalenza dalla riduzione del denominatore (PIL), **prosegue il risanamento dei conti e il tetto del 3% di deficit sul PIL non dovrebbe essere sfiorato.**

Un significativo aiuto economico che si è tradotto in un importante alleggerimento del peso del debito, sotto forma di spe-

sa per interessi che l'Italia deve pagare, è arrivato dalla **riduzione dei rendimenti sui titoli di Stato**, che hanno raggiunto su tutte le scadenze i minimi storici in assoluto per il nostro Paese: ad esempio, i titoli di Stato a un anno pagano un rendimento vicino allo 0,25% vs tassi che raggiunsero il 7% alla fine del 2011, mentre il BTP a 10 anni ha raggiunto i minimi storici con rendimenti che si sono attestati intorno al 3,3%.

Debito pubblico in % del PIL in Italia



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati ISTAT e Banca d'Italia, 2014

Le previsioni economiche per il 2015 delle principali e più autorevoli istituzioni e organizzazioni internazionali evidenziano una **graduale e diffusa crescita rispetto ai valori attuali.**

Tuttavia, in questo contesto, è utile evidenziare alcuni punti di cambiamento e criticità che rendono, in questa fase, molto difficile effettuare previsioni. Fino a pochi mesi fa le stime erano di una graduale ripresa dell'attività economica e, come successo più volte in passato negli ultimi

anni, tali previsioni sono andate disattese. Infatti, da alcuni mesi, le previsioni di ripresa sono di volta in volta spostate sempre più avanti. Cosa dobbiamo pensare a questo punto?

Oltre ad eventi che non possono essere previsti, come ad esempio le tensioni geopolitiche che impattano sulla crescita, a nostro parere è in atto un cambiamento di paradigma di consumo di famiglie e imprese che, in questo contesto storico, rende le previsioni stesse meno affidabili.

In particolare, analizzando i dati economici si nota come il maggior ottimismo (o minor pessimismo) sul futuro non si traduce più (come prima) in modo automatico in comportamenti di spesa degli individui e delle famiglie, o di investimento delle imprese. **La fiducia dei consumatori, che ha registrato una riduzione negli ultimi due mesi (luglio e agosto), rimane comun-**

**que su valori tra i più alti dall'inizio della crisi e superiori al 2007**, prima della crisi stessa. A questi livelli di fiducia, però, non corrisponde un risveglio della spesa per consumi. Anche nelle imprese, l'ottimismo crescente non si traduce più in investimenti, ma solo in una prospettiva di investimento.

## Le previsioni per il 2015

Venendo alle previsioni per il 2015, secondo i principali osservatori internazionali, **la crescita per i Paesi del mondo sarà positiva.**

I segnali di crescita, seppure con forza differente, dovrebbero estendersi in tutta Europa, e nei suoi Paesi più strategici – Germania, Francia, Italia e Spagna. Le dinamiche recenti di inflazione, molto basse in Germania e Francia, e segnali di deflazione in Italia e Spagna, evidenziano tuttavia come, al di là delle previsioni, la situazione non sarà anco-

ra completamente stabilizzata.

Fuori dall'Eurozona **la Cina continua a guidare la classifica delle economie in espansione con un +7,2%**, dato in rallentamento rispetto alla crescita a doppia cifra degli anni scorsi, ma coerente in un'ottica di migliorare la qualità della crescita, rendendola più sostenibile nel lungo periodo (basti pensare ad esempio ai problemi ambientali esplosi negli ultimi anni) e sviluppando maggiormente i consumi interni.

Previsioni 2014 e 2015 dell'andamento del PIL nell'area Euro e nei suoi principali Paesi e nel Regno Unito

|                               | Italia                   |            | Germania   |            | Francia    |            | Spagna     |            | Regno Unito |            | Eurozona   |            |
|-------------------------------|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|
|                               | 2014                     | 2015       | 2014       | 2015       | 2014       | 2015       | 2014       | 2015       | 2014        | 2015       | 2014       | 2015       |
| Intesa Sanpaolo               | 0,4                      | 1,3        | 2,1        | 1,8        | 0,7        | 1,2        | 1,1        | 1,6        | -           | -          | 1,1        | 1,5        |
| Goldman Sachs                 | 0,3                      | 1,1        | 2,3        | 2,1        | 0,7        | 1,1        | 0,9        | 1,2        | 3,4         | 3,0        | 1,1        | 1,5        |
| Bank of America Merrill Lynch | 0,5                      | 1,1        | 1,9        | 2,1        | 0,7        | 1,4        | 1,2        | 1,5        | 3,0         | 2,7        | 1,1        | 1,6        |
| UBS IB                        | 0,2                      | 0,8        | 1,9        | 2,0        | 0,7        | 1,2        | 1,1        | 1,6        | 3,1         | 2,8        | 1,0        | 1,5        |
| IMF                           | 0,6                      | 1,1        | 1,7        | 1,6        | 1,0        | 1,5        | 0,9        | 1,0        | 2,9         | 2,5        | 1,2        | 1,5        |
| European Commission           | 0,6                      | 1,2        | 1,8        | 2,0        | 1,0        | 1,5        | 1,1        | 2,1        | 2,7         | 2,5        | 1,2        | 1,7        |
| OECD                          | 0,5                      | 1,1        | 1,9        | 2,1        | 0,9        | 1,5        | 1,0        | 1,5        | 3,2         | 2,7        | 1,2        | 1,7        |
| BNP Paribas                   | 0,4                      | 0,8        | 2,0        | 2,1        | 0,6        | 1,0        | 0,9        | 1,2        | 2,7         | 2,4        | 1,0        | 1,3        |
| UniCredit Group               | 0,2                      | 1,4        | 2,2        | 2,5        | 0,7        | 1,4        | 1,1        | 1,4        | 3,2         | 2,2        | 1,2        | 1,7        |
| JP Morgan                     | -0,1                     | 1,2        | 1,5        | 2,1        | 0,4        | 1,5        | 1,3        | 2,2        | 3,1         | 3,0        | 0,8        | 1,8        |
| Commerzbank                   | 0,2                      | 0,4        | 1,7        | 2,0        | 0,5        | 0,7        | 1,4        | 2,3        | 3,0         | 2,6        | 0,9        | 1,2        |
| Deutsche Bank                 | 0,3                      | 1,3        | 1,8        | 2,0        | 0,7        | 1,3        | 1,0        | 1,8        | 3,1         | 2,5        | 1,1        | 1,5        |
| HSBC Bank                     | 0,2                      | 0,6        | 1,9        | 1,7        | 0,7        | 1,2        | 0,7        | 1,1        | 3,2         | 2,5        | 0,9        | 1,1        |
| Barclays Bank                 | -0,1                     | 1,0        | 1,5        | 1,3        | 0,5        | 1,2        | 1,3        | 2,0        | 3,1         | 2,8        | 0,8        | 1,4        |
| <b>Media</b>                  | <b>0,3<sup>(1)</sup></b> | <b>1,0</b> | <b>1,9</b> | <b>2,0</b> | <b>0,7</b> | <b>1,3</b> | <b>1,1</b> | <b>1,6</b> | <b>3,0</b>  | <b>2,6</b> | <b>1,0</b> | <b>1,5</b> |

Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti, stime aggiornate a settembre 2014

<sup>(1)</sup> Ultime previsioni sono in negativo a -0,4% (ISTAT)

L'India si conferma al secondo posto con una crescita stimata del 6,1%, mentre Brasile e Russia vedono le prospettive di crescita comprese rispettivamente tra 1,7 e 1,4. Con riferimento alla Russia il dato sarà fortemente condizionato dalle sanzioni imposte dall'EU per le tensioni geopolitiche in Ucraina. Il Giappone, grazie agli ingenti stimoli economici, che hanno portato a definire

le iniziative "Abenomics" dal nome del Primo Ministro Shinzō Abe che le ha volute, è uscito da una ventennale situazione di stagnazione economica e bassa inflazione. Negli Stati Uniti la crescita si rafforzerà ulteriormente, completando il pieno recupero rispetto alla situazione pre-crisi del 2008, in termini economici, di produzione industriale e di tassi di occupazione dei lavoratori.

## Previsioni 2014 e 2015 sull'andamento del PIL nelle principali economie extra-EU

|                               | USA        |            | Giappone   |            | Cina       |            | Brasile    |            | Russia     |            | Turchia    |            | India      |            |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                               | 2014       | 2015       | 2014       | 2015       | 2014       | 2015       | 2014       | 2015       | 2014       | 2015       | 2014       | 2015       | 2014       | 2015       |
| Intesa Sanpaolo               | 1,7        | 3,1        | 1,3        | 1,3        | 7,3        | 7,1        | -          | -          | -          | -          | -          | -          | 4,8        | 5,3        |
| Goldman Sachs                 | 1,7        | 3,1        | 1,5        | 1,2        | 7,3        | 7,6        | 1,1        | 1,5        | 1,0        | 3,0        | 3,5        | 1,9        | 5,1        | 6,3        |
| Bank of America Merrill Lynch | 1,6        | 3,2        | 1,8        | 1,5        | 7,2        | 7,2        | 1,6        | 2,0        | 0,9        | 2,1        | 3,8        | 3,5        | 5,4        | 6,5        |
| UBS IB                        | 2,1        | 3,2        | 1,2        | 1,2        | 7,3        | 6,8        | 0,6        | 1,5        | 0,6        | 1,4        | 3,0        | 3,8        | 5,3        | 5,5        |
| IMF                           | 2,8        | 3,0        | 1,4        | 1,0        | 7,5        | 7,3        | 1,8        | 2,7        | 1,3        | 2,3        | 2,3        | 3,1        | 5,4        | 6,4        |
| European Commission           | 2,8        | 3,6        | 1,5        | 1,3        | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -          |
| OECD                          | 2,6        | 3,5        | 1,2        | 1,2        | -          | -          | -          | -          | -          | -          | 2,8        | 4,0        | -          | -          |
| BNP Paribas                   | 1,6        | 3,1        | 1,9        | 1,7        | 7,1        | 6,6        | 1,2        | 2,3        | -0,4       | 0,7        | 2,7        | 3,3        | 4,7        | 5,6        |
| UniCredit Group               | 1,6        | 2,7        | 1,5        | 1,2        | 7,1        | 6,9        | -          | -          | -0,7       | 0,8        | 2,5        | 2,3        | -          | -          |
| JP Morgan                     | 2,1        | 3,0        | 1,0        | 1,4        | 7,3        | 7,3        | 0,7        | 1,5        | 0,5        | 1,0        | 3,0        | 4,0        | 5,3        | 6,5        |
| Commerzbank                   | 2,0        | 2,9        | 1,3        | 1,3        | 7,3        | 6,8        | 1,1        | 1,6        | 0,5        | 1,5        | -          | -          | 5,8        | 6,2        |
| Deutsche Bank                 | 2,2        | 3,3        | 1,2        | 1,5        | 7,8        | 8,0        | 0,9        | 1,2        | 0,8        | 2,4        | 3,0        | 3,5        | 5,5        | 6,5        |
| HSBC Bank                     | 1,7        | 2,7        | 1,4        | 1,3        | 7,4        | 7,7        | 1,1        | 1,2        | 0,0        | 1,0        | 3,2        | 2,7        | 5,3        | 6,3        |
| Barclays Bank                 | 2,0        | 2,7        | 1,1        | 1,3        | 7,4        | 6,9        | 0,7        | 1,0        | -0,1       | -0,6       | 3,3        | 3,7        | 5,7        | 6,4        |
| <b>Media</b>                  | <b>2,0</b> | <b>3,1</b> | <b>1,4</b> | <b>1,3</b> | <b>7,3</b> | <b>7,2</b> | <b>1,1</b> | <b>1,7</b> | <b>0,4</b> | <b>1,4</b> | <b>3,0</b> | <b>3,3</b> | <b>5,3</b> | <b>6,1</b> |

Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti, stime aggiornate a Settembre 2014

Da questo contesto di rafforzamento della crescita americana, rilancio di quella giapponese e consolidamento delle economie asiatiche, **l'Italia dovrebbe continuare a beneficiarne economicamente soprattutto sul fronte delle esportazioni.**

La ripresa a breve del nostro Paese dipende, in modo prevalente, dal contesto economico europeo e dalle politiche che verranno portate avanti dalla nuova Commissione Europea, oltre che dalle decisioni

della BCE che, di fatto, con le sue azioni ha portato ai minimi storici il costo di rifinanziamento del debito italiano e soffiato via dall'Europa i timori di nuove crisi di debito. Le necessarie riforme strutturali e i processi di efficientamento delle spese della PA sono indispensabili, ma saranno economicamente visibili nel medio periodo, cioè entro i prossimi tre anni. **Nel breve periodo, serve un impulso che faccia ripartire la domanda e i consumi.**

Il rallentamento della caduta del PIL è seguito da previsioni ottimistiche per il 2015, ma la recessione ancora non è terminata. Le stime di crescita, abbastanza contenute dei paesi dell'Eurozona (+1,5%), si allineano a quelle di Giappone, Russia e Brasile.

## Come è nato l'UVET Travel Index

**UVET azienda leader in Italia di servizi e soluzioni innovative per il *business travel*, viaggi *leisure*, *mice* e *pharma***, dispone di un osservatorio privilegiato e in tempo reale sull'andamento del business nel mondo dei viaggi che rappresenta, a sua volta, un importante elemento segnalatore sull'attività economica, oltre che costituire un importante fonte di informazioni non solo per gli operatori ma anche per le istituzioni del Paese e per la collettività.

Nel corso degli ultimi anni UVET ha individuato una **forte relazione tra l'andamento dei viaggi d'affari (che segnalano l'attività delle imprese) e l'attività economica aggregata del Paese**, notando come le informazioni che si derivano osservando le dinamiche del *business travel* siano in grado di rappresentare "in tempo reale" l'andamento dell'economia.

In tale contesto, UVET ha deciso di costruire un innovativo indicatore sintetico, **l'UVET Travel Index**, primo nel suo genere, sulla base delle informazioni statistiche presenti nel proprio database, per fornire ai *policy maker* e agli operatori informazioni sull'attività economica del Paese.

## Come è stato costruito l'UVET Travel Index

Il modello di stima e la costruzione dell'indicatore sono stati realizzati con il supporto operativo di **The European House – Ambrosetti**. Ogni trimestre l'indicatore UVET Travel Index viene aggiornato e reso disponibile, così come viene migliorato costantemente il modello di stima, al fine di garantire consistenza, affidabilità e la qualità dei risultati prodotti.

Il database per le elaborazioni è rappresentato da dati strutturati con frequenza mensile relativi al *business travel managed* in Italia dal 1° gennaio 2006, considerando 12 variabili selezionate per l'analisi, a loro volta scomposte in differenti viste: Tempo del viaggio (giorno, mese, anno), Famiglia del servizio (aereo, nave, auto, treno, hotel), Classe del servizio (economy, economy premium, business, first), Destinazione del viaggio (suddiviso per città, Stato e Continente), Sistemazione (hotel/altro), Tipologia di settore economico del viaggiatore.

Le elaborazioni statistico-econometriche sono state effettuate prelevando i dati così strutturati da un **campione di 700 imprese** rappresentative dell'economia italiana. Il modello di stima dell'UVET Travel Index, si basa su analisi di regressioni lineari multivariate che cercano di individuare e quantificare le relazioni tra le dinamiche dei viaggi d'affari e le variabili macro-economiche nazionali, sintetizzate nel Prodotto Interno Lordo (PIL)<sup>1</sup>.

1 Nel modello di stima gli andamenti del business travel sono trattati con tecniche statistiche ad hoc per destagionalizzare i dati (tipicamente molto elevata per alcuni periodi dell'anno, come le festività o nei mesi estivi) e di neutralizzare gli effetti inflattivi specifici del settore e la ridondanza delle informazioni nelle serie storiche analizzate. In questo modo le analisi permettono di ottenere, in aggiunta alle indicazioni sul ciclo economico, informazioni puntuali e viste ulteriori del segmento dei viaggi d'affari, arricchendo il patrimonio informativo a disposizione degli operatori.

## L'UVET Travel Index oggi

Dal modello elaborato e dalla pubblicazione dell'**UVET Travel Index** è possibile inferire l'andamento e le tendenze dei dati economici nazionali, prima della loro divulgazione ufficiale da parte degli organismi pubblici preposti. Dopo essere stato presentato il 6 novembre del 2012 in occasione del **BizTravel Forum**, l'evento B2B di riferimento in Italia per la Mobility, gli Eventi e il Turismo, in questi due anni ha ottenuto un buon successo per interesse e seguito non solo tra gli operatori economici che operano nel settore dei viaggi d'affari.

UVET in uno spirito di contribuzione allo sviluppo della competitività del mondo dei viaggi tramite anche l'accrescimento e la condivisione della conoscenza, ha deciso di proseguire nello sforzo intrapreso, rendendo disponibile le informazioni dell'UVET Travel Index in un osservatorio permanente e di facile interpretazione.

## I risultati dell'aggiornamento al 3° trimestre del 2014

Come si può osservare nel grafico successivo la dinamica dell'UVET Travel Index, nel periodo che va dal 1° gennaio del 2006 a luglio del 2014, presenta una **forte correlazione con il PIL italiano**.

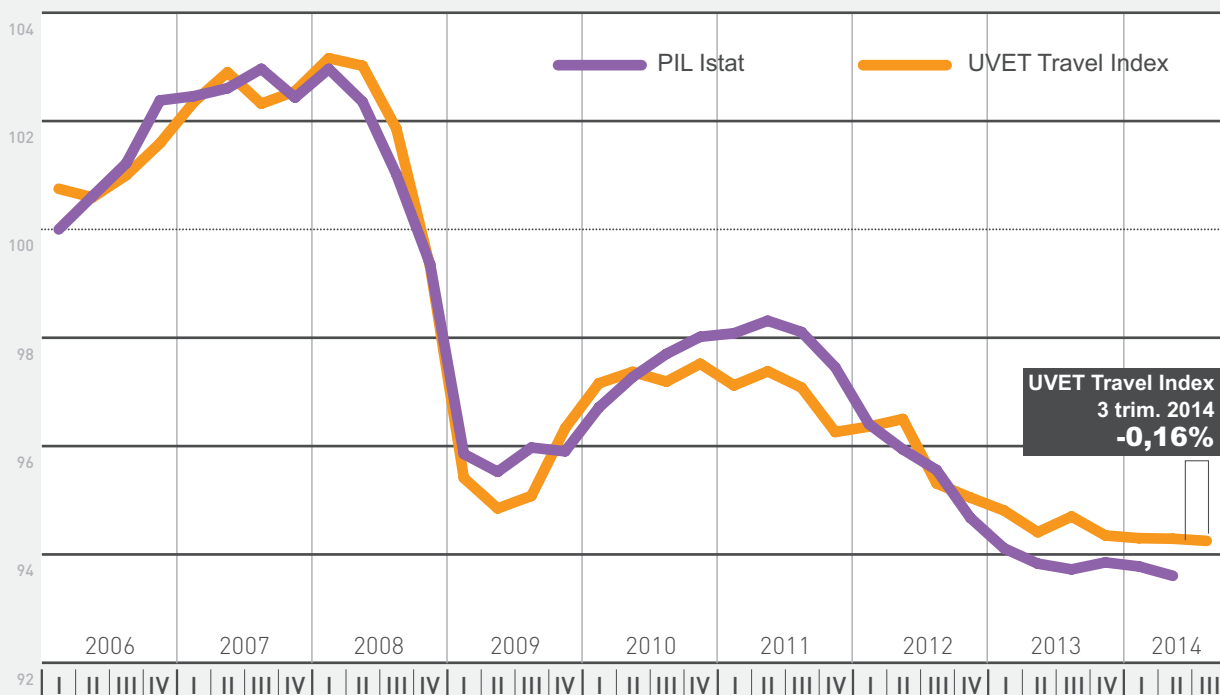
Dal punto di vista dei test econometrici, i risultati ottenuti sono particolarmente positivi: l'indicatore ( $R^2$ ) che misura la bontà del modello di regressione elaborato, cioè misura quanto l'indicatore UVET Travel Index si muove con il Prodotto Interno Lordo Italiano, evidenzia un valore di 0,936,

molto alto, considerando che il valore massimo è 1. In altre parole osservando la dinamica dell'UVET Travel Index, si è in grado di spiegare il **93% della variazione del PIL italiano**.

Utilizzando i dati UVET sui viaggi d'affari, nel periodo compreso tra luglio 2014 e settembre 2014, si evidenzia una **leggera contrazione congiunturale dell'UVET Travel Index dello 0,16% circa** (terzo trimestre 2014 su terzo trimestre 2013).

I livelli dell'UVET Travel Index si sono sostanzialmente appiattiti dal quarto trimestre del 2013, e si posizionano ai minimi dell'intera serie storica analizzata, cioè ai minimi da gennaio 2006.

Confronto tra PIL reale e UVET Travel Index



Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti, 2014

L'andamento dell'UVET Travel Index indica come **la caduta economica sembra essersi fermata** rispetto al -1,9% del 2013, ma non emergono segnali di inversione della tendenza. Valori di contrazione così piccoli, come quelli del terzo trimestre, indicano

che la caduta non si è ancora arrestata in modo completo, ma essendo molto vicini allo 0%, indicano nei fatti una stagnazione economica, che rimarrebbe tale anche se al posto del segno -0,16%, avessimo ottenuto +0,16%.

L'UVET Travel Index registra al terzo trimestre 2014 -0,16%. La pesante caduta economica sembra essersi arrestata.



## Previsioni di chiusura anno 2014

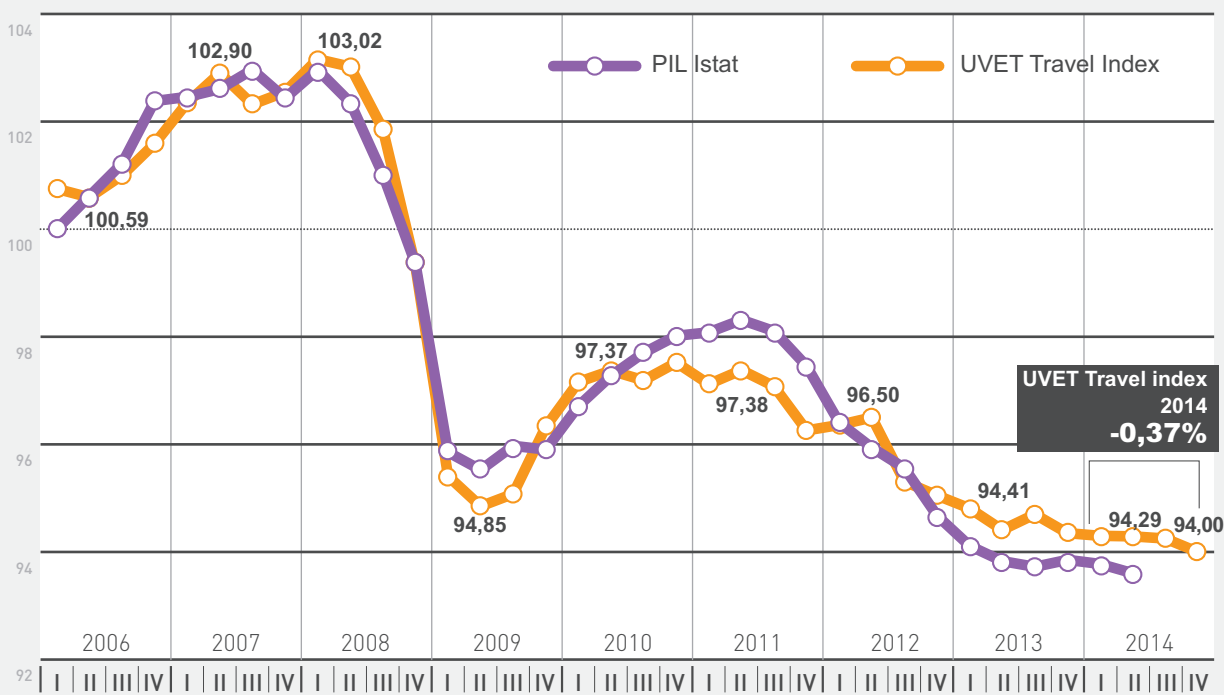
Sulla base delle previsioni di chiusura del 2014 del settore *Business Travel Managed* elaborate da UVET si è effettuata una stima anche sul quarto trimestre del 2014 e, conseguentemente, sulla chiusura dell'intero anno.

La differenza tra le due stime consiste

nel fatto che quelle del terzo trimestre del 2014 si basano su dati consuntivi del settore *Business Travel Managed* a settembre 2014, mentre quelle del quarto trimestre 2014 si basano su stime UVET del settore del *Business Travel Managed*.

Nel grafico si presenta la dinamica stimata dell'UVET Travel Index per il prossimo trimestre, ottobre-dicembre 2014.

UVET Travel Index: previsioni di chiusura anno 2014



Fonte: elaborazioni The European House-Ambrosetti, 2014

Come si può osservare emerge per il 2014 una **contrazione complessiva dello 0,37%** dell'UVET Travel Index. Questo arretramento sconta un effetto trascinalamento dei primi due trimestri dell'anno non positivi.

L'economia italiana non si è ancora ripresa, anche se ha arrestato la caduta pesante del 2013. Le medesime considerazioni fatte con riferimento alla stima del terzo trimestre valgono anche in questo caso. Sarebbe stato meglio avere +0,37% come

valore di chiusura del 2014 dell'UVET Travel Index, rispetto al segno meno attuale, ma anche se qualcosa sarebbe cambiato sotto il profilo del rispetto dei vincoli di bilancio europei, poco cambia nella sostanza: **l'Italia è in stagnazione economica**. Le stime (e le speranze) per una ripresa nel 2014 sono andate disattese e l'Italia non è riuscita ad invertire la rotta di caduta dell'attività economica iniziata nel 2011, ma solo di rallentare - quasi azzerando - la caduta stessa.

A fine anno 2014 l'UVET Travel Index registra un calo del -0,37%

## Viaggi d'affari e business delle imprese italiane

Data l'ampiezza e profondità dei dati UVET in questa edizione abbiamo effettuato un'analisi sull'internazionalizzazione delle imprese e della *Business Community* Italiana.

L'obiettivo è indagare se esiste **una relazione tra i viaggi d'affari e l'export dell'Italia verso gli altri Paesi del Mondo** in aree geografiche interessanti per sviluppo economico e valutare i risultati raggiunti e il potenziale ancora inespresso. L'analisi è stata realizzata con riferimento al periodo compreso tra Gennaio 2006 e Settembre 2013.

I risultati hanno evidenziato **una forte correlazione** tra queste variabili, sostanziando l'ipotesi secondo cui le dinamiche di export per l'Italia e i viaggi d'affari sono interdipendenti<sup>1</sup>.

Secondariamente è stato effettuato un **confronto tra le performance esportative dell'Italia verso i paesi target e le performance del resto del Mondo** sempre verso i paesi target, per identificare se esistono margini di miglioramento per il nostro export in termini relativi rispetto a quanto fatto da altri Paesi nel Mondo.

In sintesi, dall'analisi effettuata e che riportiamo graficamente in seguito abbiamo indicazioni sull'**efficacia dei viaggi d'affari** per l'aumento dell'export italiano e una comparazione della dinamica di quest'ultimo rispetto al resto del Mondo che evidenzia margini di miglioramento considerevoli.

In altre parole, **i viaggi d'affari sono correlati positivamente e significativamente all'export italiano**. Più si viaggia, più si esporta, e l'aumento delle esportazioni italiane è, nella maggior parte dei casi, inferiore rispetto a quello medio mondiale verso i Paesi target. Quindi **esistono possibilità di migliorare l'export**, spingendo maggiormente su quei mercati/Paesi attraverso più viaggi di *business*.

Sulla base dei risultati ottenuti per i BRICS<sup>2</sup>, nel periodo 2006-2013, sono riportati nel grafico successivo: l'indice di correlazione tra i viaggi d'affari italiani e l'export italiano verso i BRICS; la variazione in percentuale dell'export dall'Italia verso i BRICS; la variazione percentuale dell'export totale medio dai Paesi del resto del Mondo verso i BRICS<sup>3</sup>.

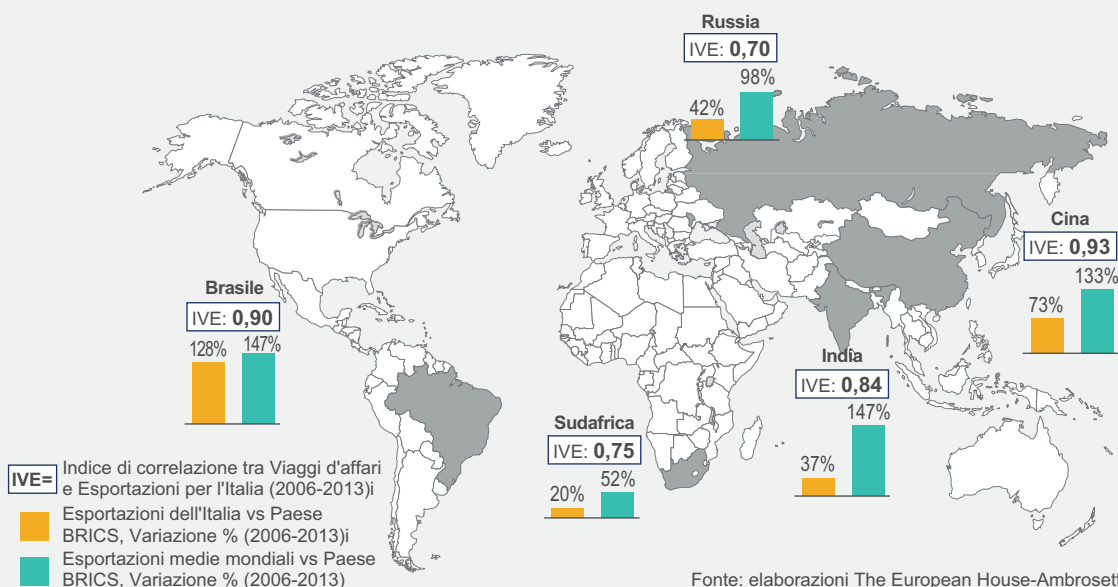
1) Indice di correlazione  $\rho$  compreso tra 0,45 e 0,93 nelle differenti analisi tra Italia e Paesi target nelle differenti aree geografiche. Ricordiamo che l'indice di correlazione  $\rho$  può assumere valori compresi tra 0 e 1 dove 0 implica mancanza totale di correlazione e 1 massima correlazione tra le variabili.

2) Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica.

3) I dati espressi in valore monetari sono stati convertiti in Euro, se necessario, utilizzando il tasso di cambio medio annuo riportato da Banca d'Italia tra Euro e altra valuta del Paese target.



Indice I.V.E. e variazione % export verso i Paesi BRICS dall'Italia e dal mondo (2006-2013)



Come si può osservare, l'indice di correlazione tra viaggi d'affari e export italiano nei Paesi BRICS è molto elevato e compreso tra 0,70 della Russia fino al 0,93 della Cina.

Questo significa che i trend dei viaggi d'affari italiani nei BRICS sono uguali ai trend delle esportazioni per il 70% in **Russia** (valore minimo) e per il 93% in **Cina** (valore massimo). Maggiore sono i viaggi e maggiore sarà l'export per l'Italia. Export che in media, nonostante nel periodo di riferimento 2006-2013 sia cresciuto, rimane **inferiore alla crescita media mondiale dell'export verso i Paesi BRICS**.

Tornando ai due esempi precedenti, il nostro export in Russia è aumentato del

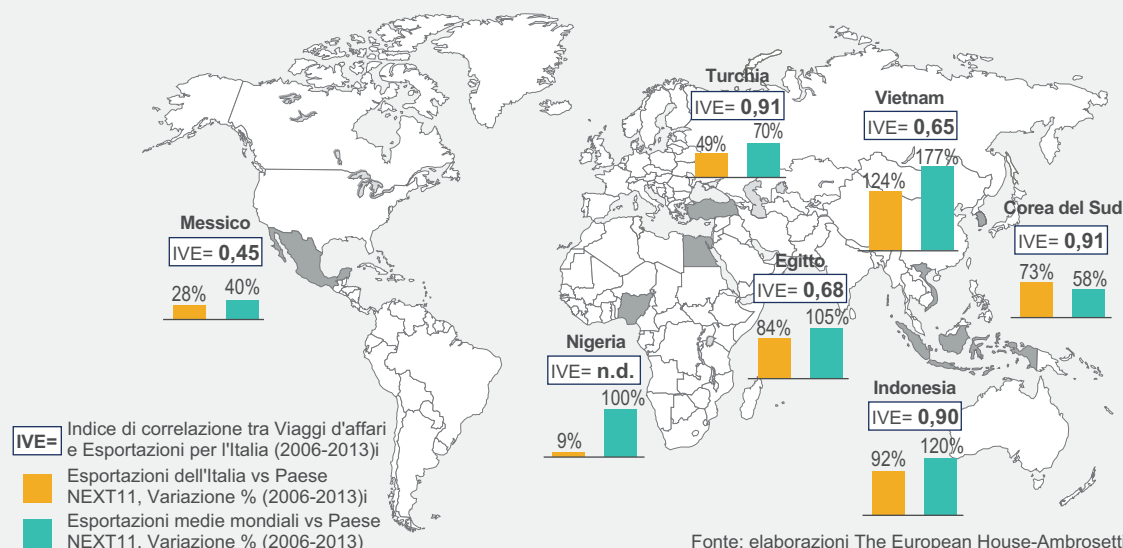
42%, ma quello medio mondiale in Russia è aumentato del 98%. In Cina il nostro export è aumentato del 73%, mentre quello medio mondiale del **133%**.

Rimane pertanto spazio per aumentare il nostro export, facendo leva sui viaggi d'affari che sono estremamente correlati con l'export dell'Italia verso questi Paesi.

Nel grafico successivo si riporta: indice di correlazione tra viaggi d'affari e export italiano vs alcuni Paesi appartenenti ai NEXT 11<sup>4</sup>, variazione % export dall'Italia vs alcuni Paesi appartenenti ai NEXT 11 e export totale dai Paesi del resto del Mondo verso alcuni Paesi appartenenti ai NEXT 11 (2006-2013)

4) Bangladesh, Egitto, Indonesia, Iran, Messico, Nigeria, Pakistan, Filippine, Turchia, Corea del Sud e Vietnam.

Indice I.V.E. e variazione % export verso alcuni Paesi NEXT11  
dall'Italia e dal mondo (2006-2013)



La medesima analisi effettuata su alcuni Paesi appartenenti ai NEXT 11, fa emergere un quadro differenziato.

Escludendo Messico e Nigeria, che hanno specificità rispetto agli altri (ad esempio la Nigeria è molto connotata sul settore energetico), **Egitto, Indonesia, Turchia, Corea del Sud e Vietnam, presentano indici di correlazione compresi tra lo 0,65 del Vietnam e lo 0,91 di Turchia e Corea del Sud.** Quindi, come nel caso precedente, questo significa che la dinamica dei viaggi d'affari italiani è uguale alla dinamica delle esportazioni per il 65% in Vietnam (valore minimo) e per il 91% in Turchia e Corea del Sud (valore massimo).

Con riferimento alle possibilità di aumento del nostro export è da evidenziare come in Vietnam sia aumentato del 124%, mentre quello medio mondiale del 177%, in Turchia è aumentato del 49% contro un incremento medio mondiale del 70%.

In Corea del Sud, invece, il nostro export è aumentato in modo maggiore rispetto alla media mondiale, ma è possibile comunque espandersi ulteriormente data l'altissima correlazione tra viaggi d'affari e export stesso. In sintesi, lo sviluppo della relazione tra Italia, BRICS e alcuni Paesi appartenenti ai NEXT 11, sembra essere guidato da **due elementi imprescindibili** tra loro: il primo la **crescita economica del Paese target che apre possibilità di business**; la seconda un **presidio dei mercati dei paesi target da parte della business community italiana** per cogliere le possibilità di crescita che sono segnalate (come *proxy*) dall'aumento dei viaggi d'affari. In questi Paesi, infatti, esistono **correlazioni significative tra andamento dei viaggi d'affari e esportazioni dell'Italia**. In conclusione **"più si viaggia, più si esporta"**, creando *business*.

In sintesi i valori registrati dall'IVE, riportano che **i viaggi d'affari sono correlati positivamente e significativamente all'export italiano**. I principali paesi che identificano un valore dell'indice molto alto sono la Corea del Sud, il Brasile, la Cina, l'Indonesia e la Turchia

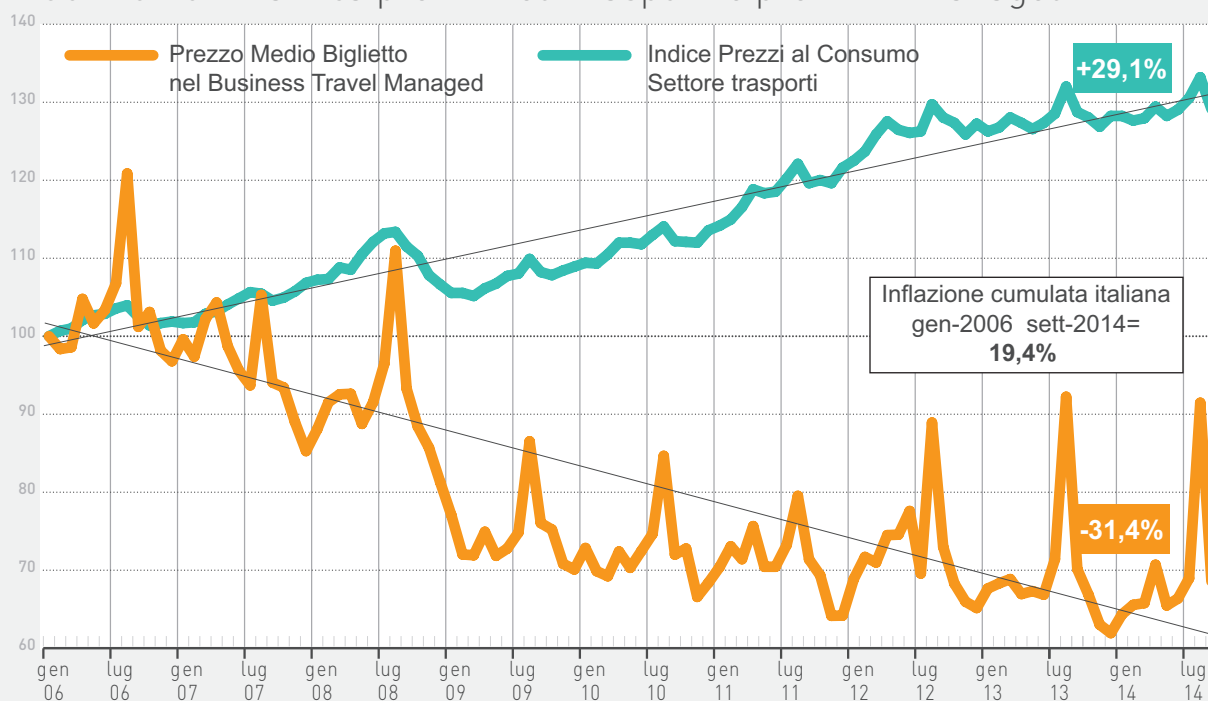
## La dinamica dei prezzi nel Business Travel Managed

Nel terzo trimestre del 2014 prosegue la compressione dei prezzi medi di viaggio per il *Business Travel Managed* evidenziando un livello di competitività del settore molto sostenuto. Infatti, ad una riduzione dei prezzi, corrisponde un aumento dei viaggi. I due effetti combinati evidenziano l'importanza del *Business Travel Managed* come settore che crea efficienza e

competitività nell'intero sistema economico.

In termini numerici, tra gennaio 2006 e settembre 2014, l'incremento medio dei prezzi nel sistema economico, cioè l'inflazione, è stata del 19,4%, mentre l'incremento dei prezzi nel settore trasporti si è attestato al 29,1%. In tale contesto, la dinamica dei prezzi nel *Business Travel Managed* ha registrato livelli inferiori del 31,4%, nonostante un aumento del numero dei viaggi superiore a circa l'80% su base annua.

Confronto Dinamica prezzi medi trasporti e prezzi BT Managed



Fonte: elaborazioni The European House-Ambrosetti 2014

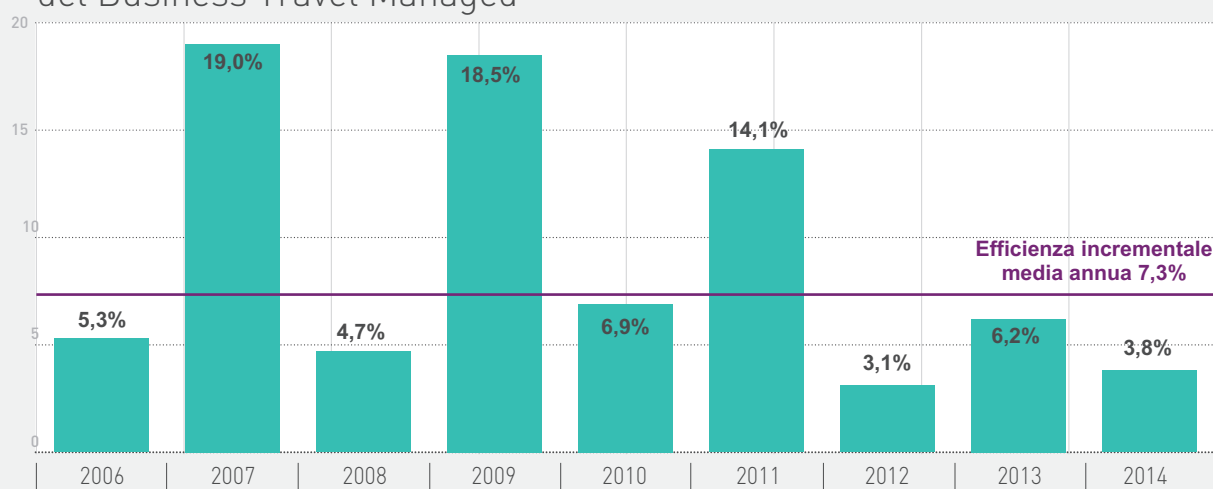
L'efficienza che viene prodotta e rilasciata in economia dal comparto dei viaggi d'affari può essere concretamente tradotta nel modo seguente: a parità di caratteristiche e condizioni di viaggio, un viaggio che costava 100 Euro nel 2006, oggi costa 68,6 Euro, mentre se avesse seguito la media dei prezzi del settore dei trasporti sarebbe

dovuto costare 129,1 Euro, quasi il doppio. Volendo stimare l'efficienza prodotta dal settore del *Business Travel Managed*, abbiamo elaborato un indice calcolato come il differenziale annuo degli indicatori di prezzo tra il settore del *Business Travel Managed* e quello complessivo dei trasporti.

I risultati evidenziano come, in media, dal 2006 ai primi 9 mesi del 2014 il settore abbia prodotto un valore di efficienza pari a circa il 7,3% ogni anno così suddiviso: 4,2% circa di efficienza media annua creata di-

rettamente nel *Business Travel Managed* attraverso la riduzione dei prezzi a parità di servizio; 3,1% circa deriva dalla crescita dei prezzi nel settore dei trasporti che non si riflette nel *Business Travel Managed*.

## Indicatore di efficienza cumulato anno su anno del Business Travel Managed

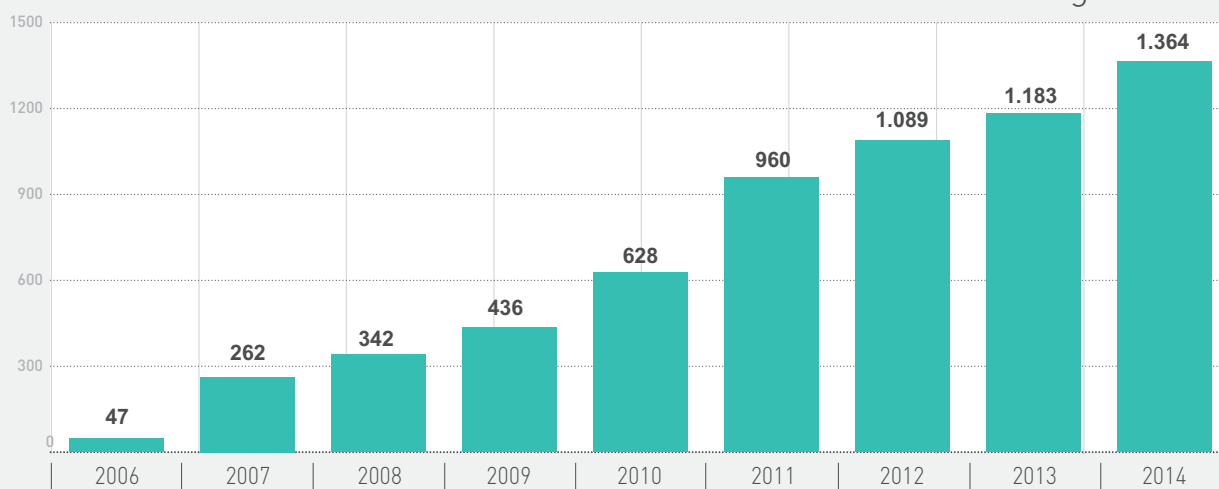


Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti su dati ISTAT e Gruppo UVET

In base alle dimensioni complessive del *Business Travel* in Italia l'efficienza in termini monetari creata dal *Business Travel Managed* è stimata per il 2014 in 1,36 miliardi di Euro, calcolata come la differenza tra l'am-

montare teorico di spesa nel *Business Travel* se questo settore avesse seguito la dinamica inflativa dei trasporti e la sua spesa effettiva registrata ad oggi.

## Valori di efficienza in milioni di Euro nel Business Travel Managed



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

**Il Business Travel Managed è un settore che genera efficienza.** Negli ultimi sei anni, in un contesto generale di inflazione dei prezzi dei trasporti pari al +29,1%, il Business Travel Managed ha rilevato un calo del prezzo pari a -31,4%.



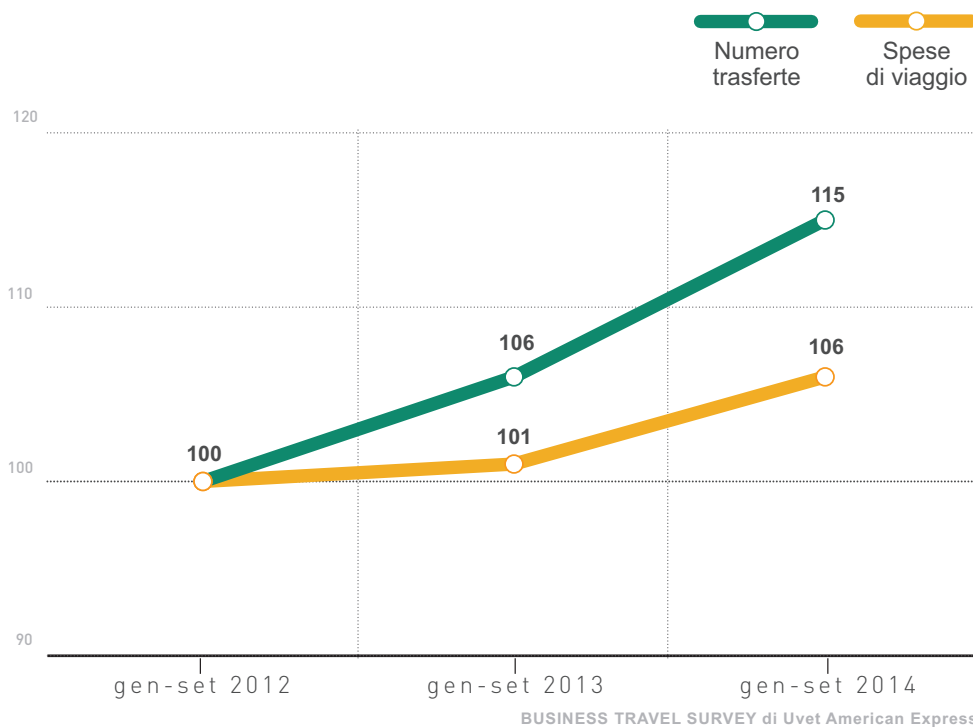
# TENDENZE GENERALI DI SPESA

(Gen-Sett 2014 vs 2012)

Il grafico mostra immediatamente come sia il numero di trasferte che le spese di viaggio siano cresciute nell'ultimo triennio. Le prime hanno registrato negli ultimi 12 mesi un aumento di 8 punti percentuali e le seconde di 5.

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

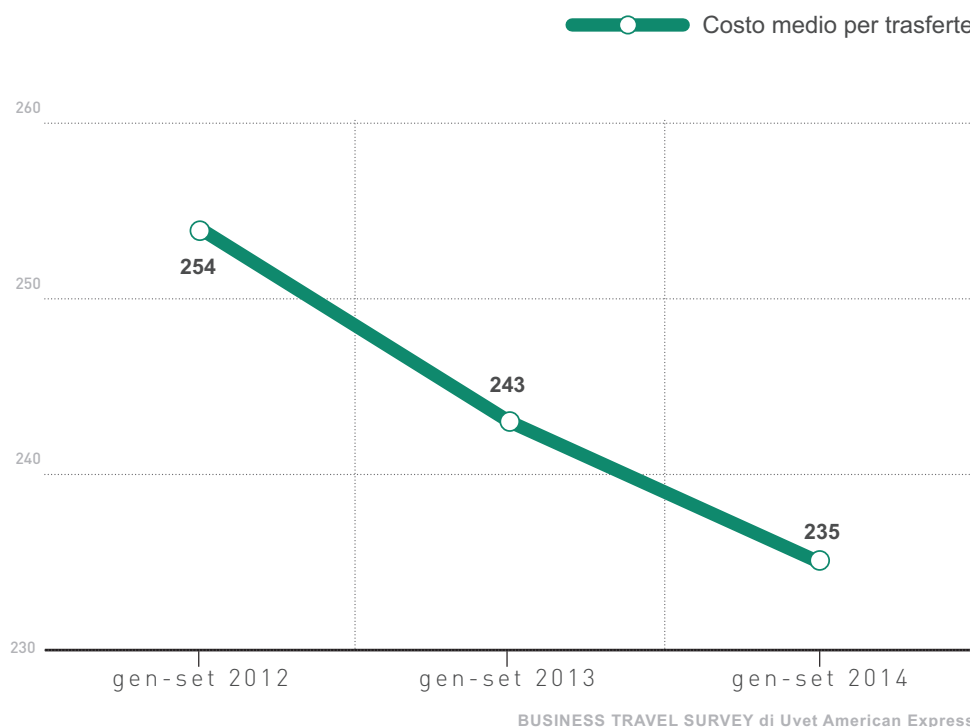
Numero indice base Gen-Set 2012



I primi tre trimestri del 2014 hanno mostrato un rallentamento del calo del costo medio del biglietto pari a 3 punti percentuali. In termini assoluti la riduzione è stata pari a 8 euro rispetto allo scorso anno e di 19 euro rispetto al 2012.

## COSTO MEDIO PER TRASFERTA

(Euro)



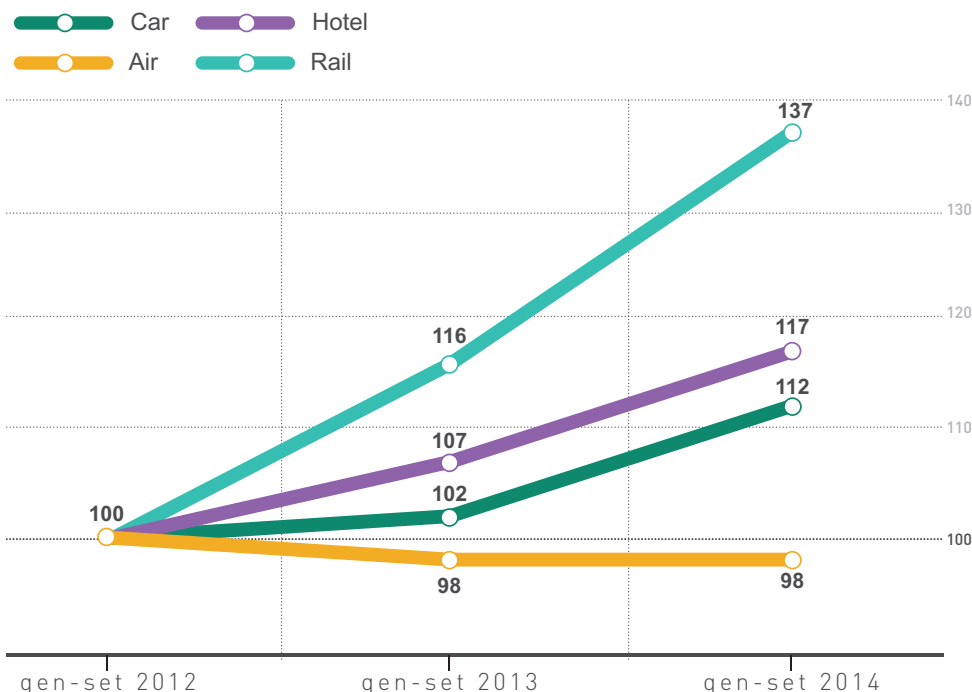
# TENDENZE GENERALI DI SPESA

(Gen-Sett 2014 vs 2012)



## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

Numero indice base Gen-Sett 2012



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

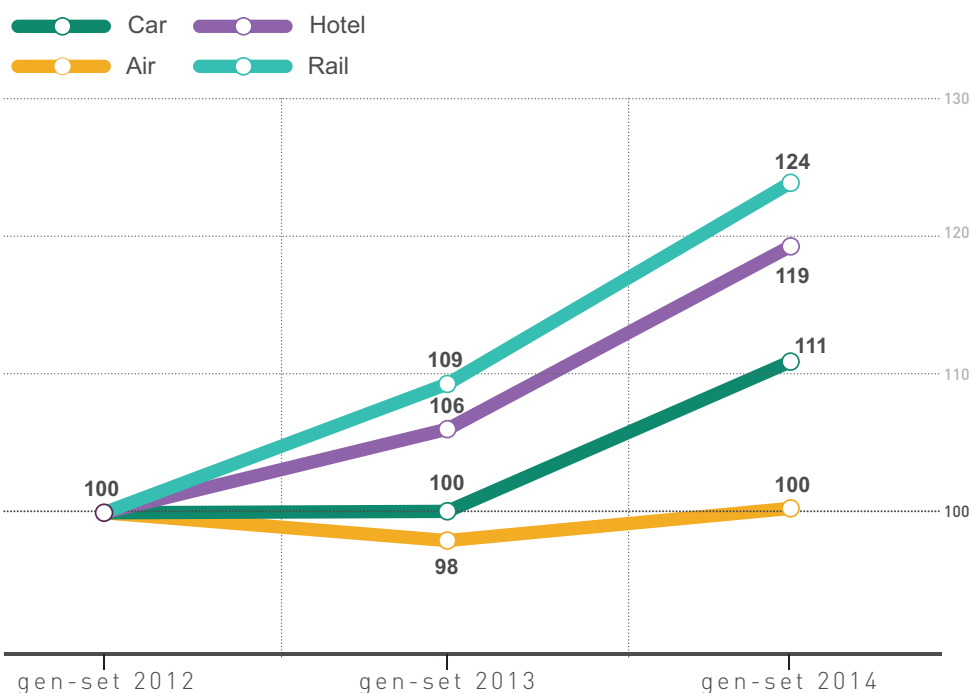
Analizzando i primi nove mesi del 2014, rispetto al 2013 si conferma il trend in salita dei servizi Car, Hotel e Rail:

il primo aumenta di 10 punti percentuali, il secondo di 9 e il terzo di ben 18 punti.

Il servizio Air rimane stabile rispetto all'anno precedente, mentre se rapportato al 2012 registra un calo di 2 punti percentuali.

## ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

Numero indice base Gen-Sett 2012



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il grafico relativo alle spese di viaggio mostra valori in aumento per ogni sua componente.

Il servizio Air cresce di 2 punti percentuali, raggiungendo lo stesso valore del 2012.

Si registra invece, rispetto all'anno precedente, una forte crescita per le spese Rail e Car.

Le prime crescono di 14 punti percentuali e le seconde di 11.

L'aumento delle spese del servizio Hotel corrispondono a un aumento di 12 punti percentuali.



# VIAGGI D' AFFARI: LE SPESE AEREE

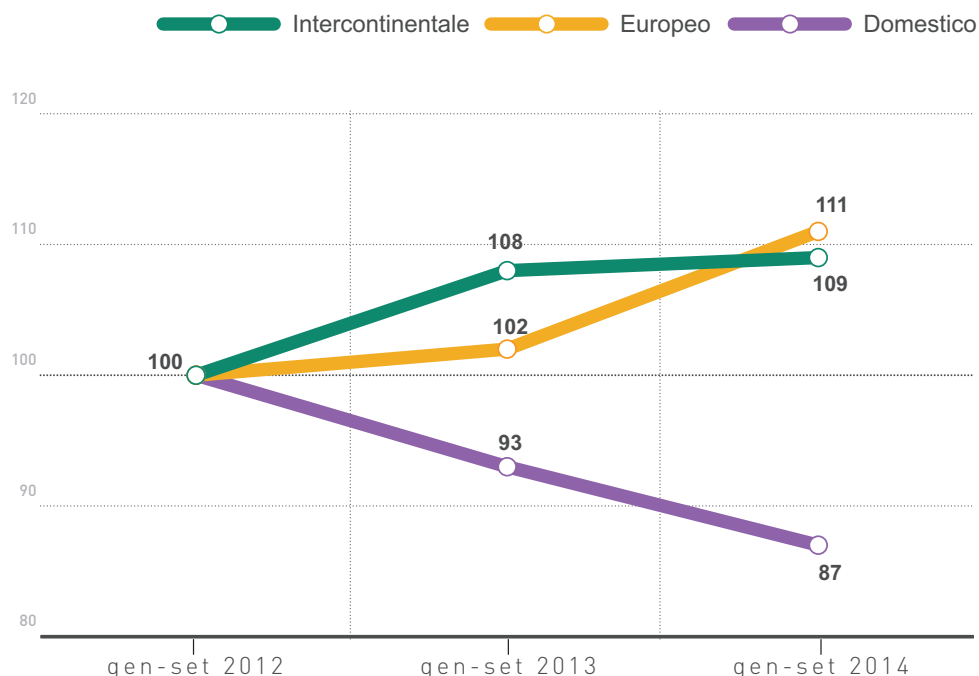
(Gen-Sett 2014 vs 2012)

Il numero delle trasferite nel corso dei primi 9 mesi del 2014 ha registrato un forte aumento nel mercato Europeo (9 percento), è calato nel mercato italiano del 6 percento mentre è cresciuto in quello intercontinentale di quasi un punto percentuale.

Il settore aereo italiano ha certamente subito un calo a causa della concorrenza dell'alta velocità.

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

Numero indice base Gen-Set 2012

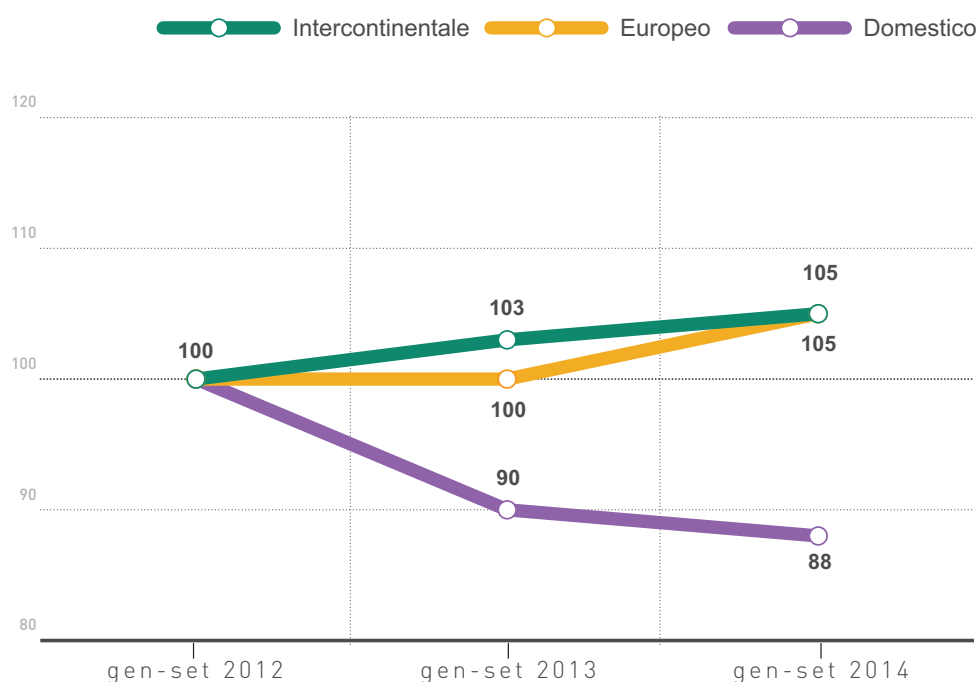


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

L'andamento delle spese di viaggio nell'arco Gen.-Set. 2014 è conforme al trend del numero di trasferite. Si registra, quindi, un leggero aumento nelle spese intercontinentali di 2 punti percentuali, un aumento sostenuto nel mercato europeo (5 percento), ed un ulteriore calo nel mercato domestico pari a meno 2 punti.

## ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE PER TIPOLOGIA

Numero indice base Gen-Set 2012



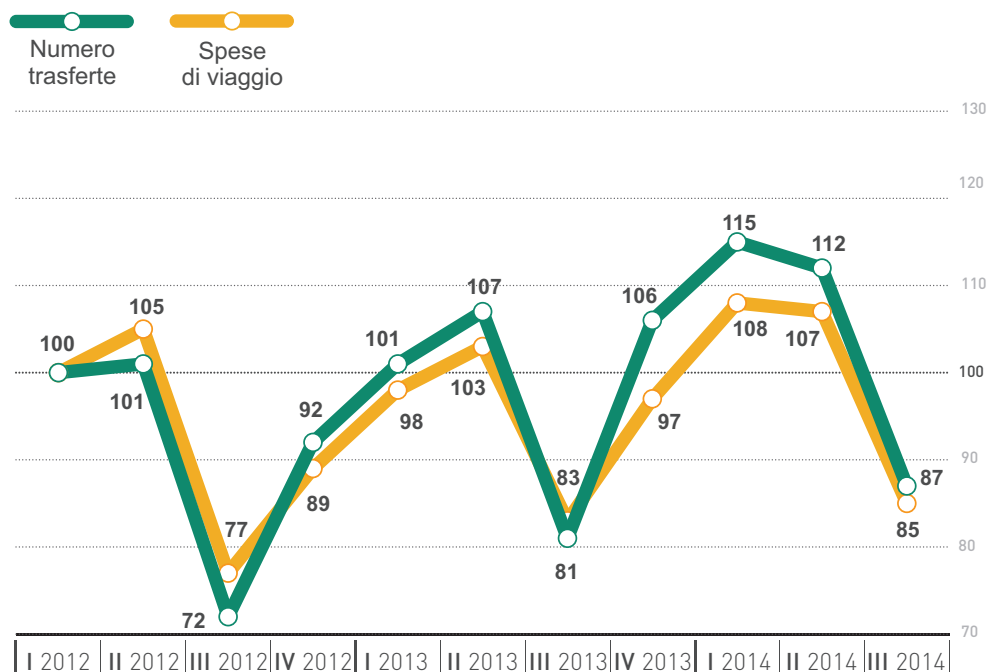
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



1 Trim. 2012 vs 3 Trim. 2014

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

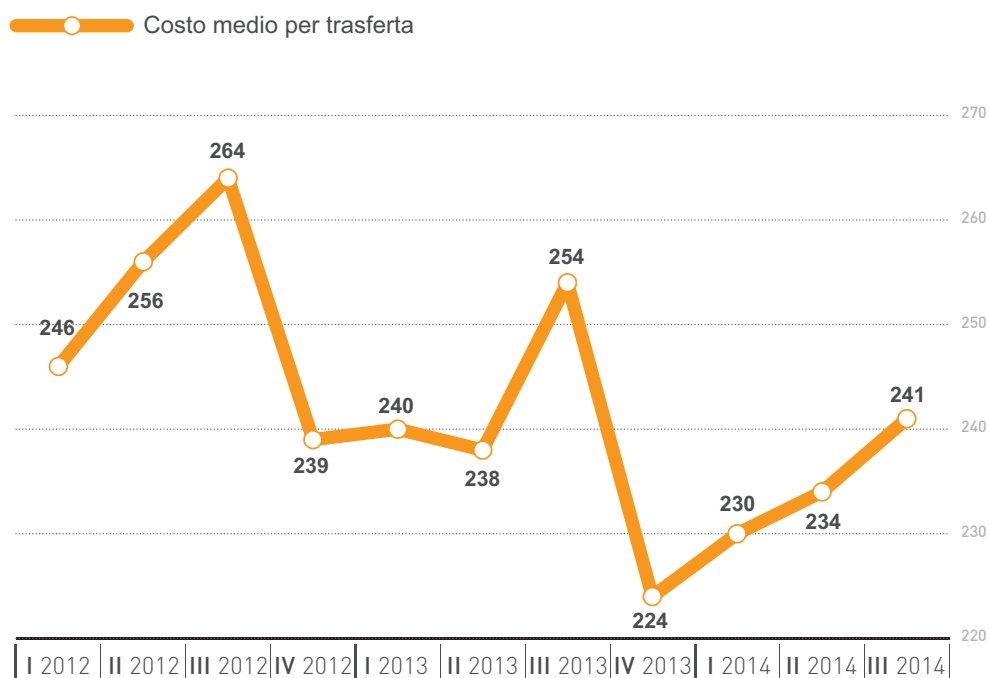
Numero indice base 1 Trim. 2012



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Osservando il 3° Trim. 2014 rispetto al 2013, si denota una conferma del trend in salita, sia per il numero di trasferite che per le spese di viaggio. Le prime aumentano di 7 punti percentuali e le seconde di 2.

## COSTO MEDIO PER TRASFERTA (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il calo del costo medio per trasferta corrisponde ad un aumento percentuale del numero delle trasferite.

I primi nove mesi del 2014 rilevano un decremento pari a 5 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Gli ultimi risultati mostrano quindi un'ulteriore conferma del trend a ribasso del costo medio per trasferta, che guardando il triennio cala di 9 punti percentuali pari ad un valore assoluto di 23 euro.



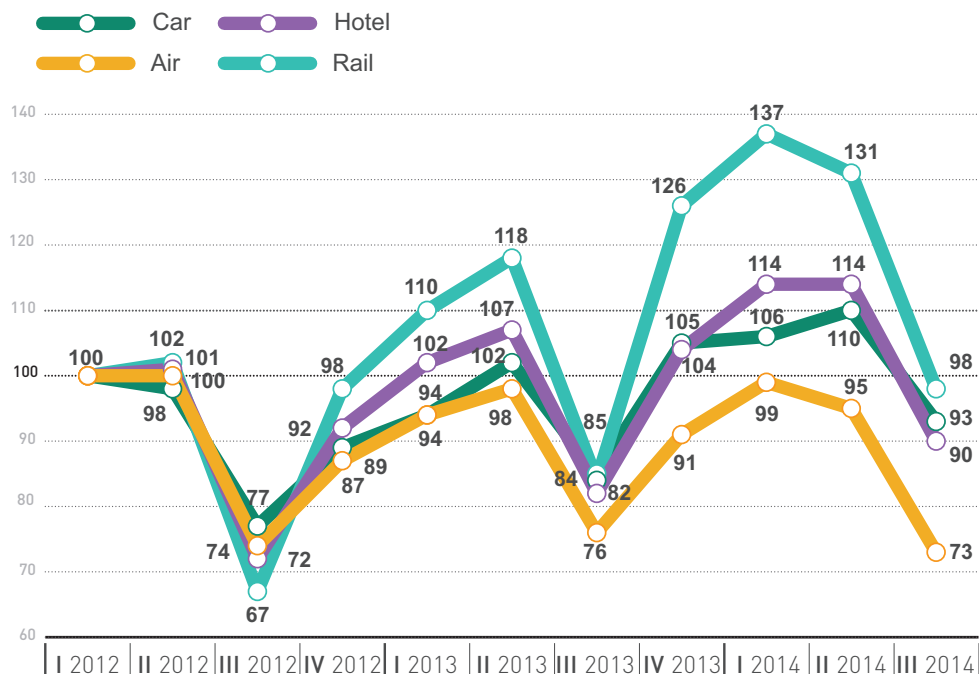
1 Trim. 2012 vs 3 Trim. 2014

Analizzando il 3° Trim. 2014 rispetto al 2013, si registra un aumento del numero di trasferte per tutte le tipologie di servizio, ad eccezione di quello Air che cala di 4 punti percentuali.

I servizi Rail, Hotel e Car aumentano rispettivamente di ben 17 punti il primo, di 10 il secondo e di 9 punti il terzo segmento.

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

Numero indice base 1 Trim. 2012



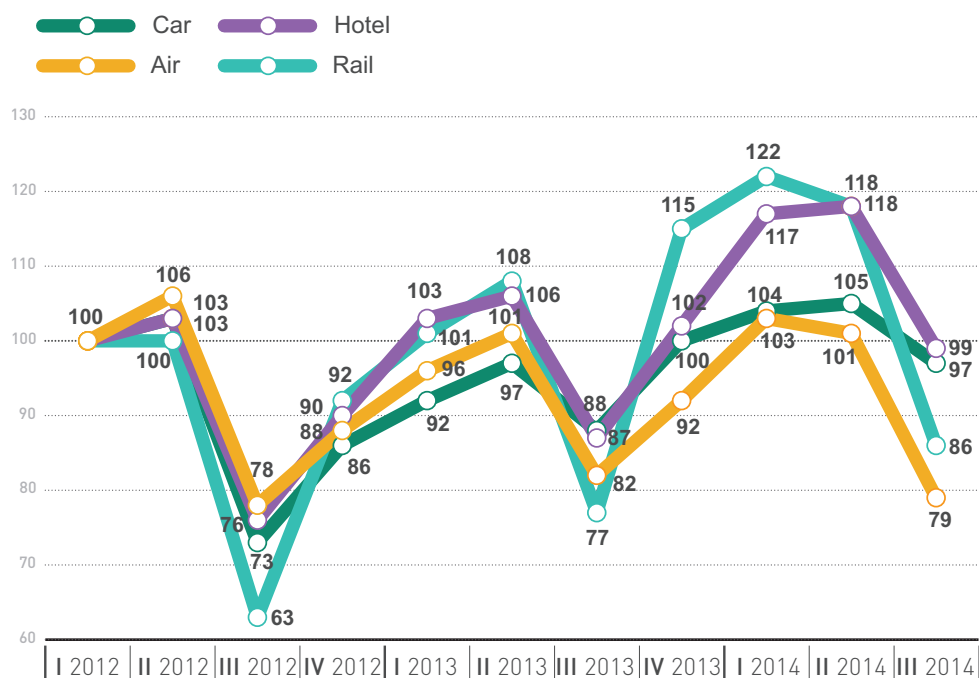
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Al 3° Trim. 2014 l'analisi delle spese di viaggio riporta che l'unico valore a mostrare un segno meno è il servizio Air, che rispetto all'anno precedente cala di 4 punti percentuali.

Continuano ad aumentare, invece, le spese nei servizi Car, Hotel e Rail, registrando rispettivamente più 10 punti percentuali le prime, più 14 le seconde e più 12 le terze.

## ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

Numero indice base 1 Trim. 2012

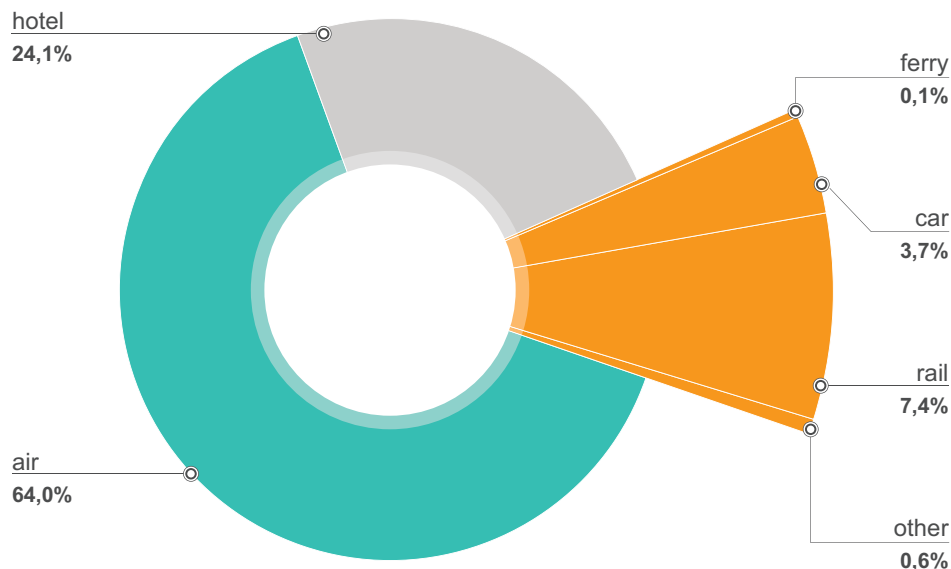


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



## RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO

Gennaio-Settembre 2014



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

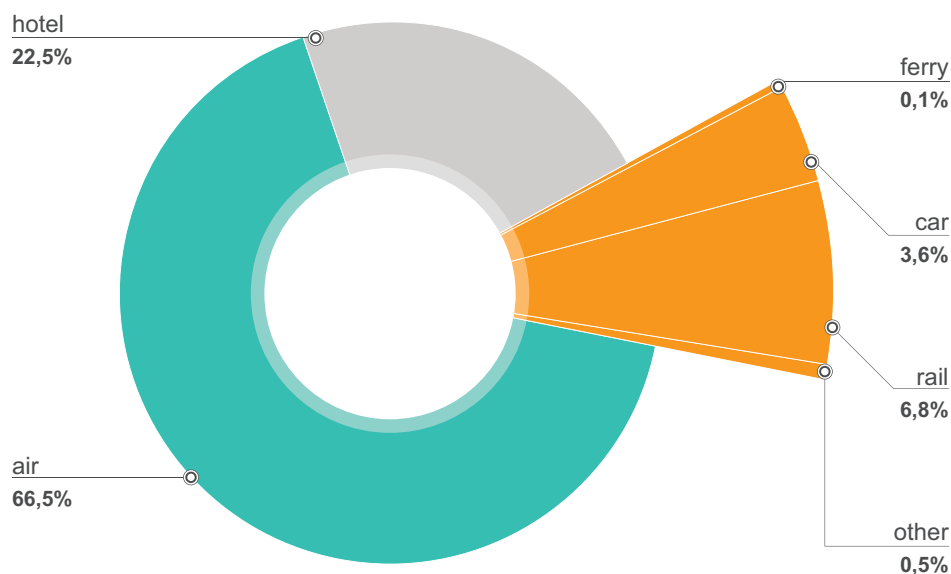
Rispetto allo stesso periodo del 2013 la quota del trasporto aereo è scesa di 2,5 punti percentuali, occupando il 64 per cento delle spese di viaggio.

L'Hôtellerie copre oltre un quinto delle spese globali, incrementando di 1,6 punti percentuali la propria quota.

Registrano una lieve crescita le spese relative al servizio ferroviario e al servizio Car.

## RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO

Gennaio-Settembre 2013



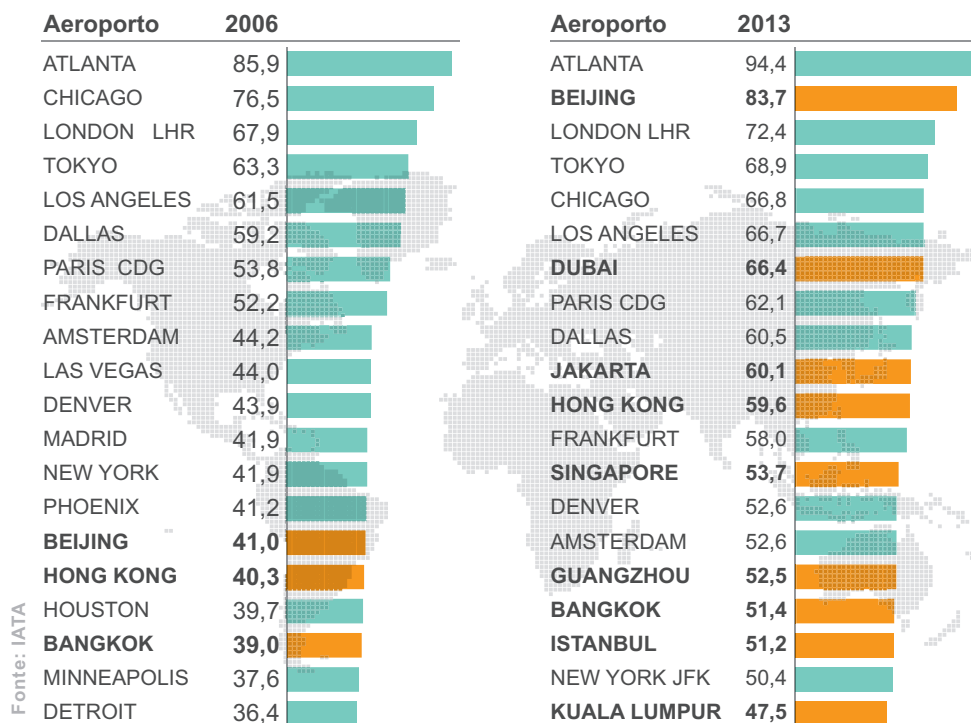
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel 2013 le spese di viaggio vedevano una maggiore predominanza del settore aereo rispetto al presente.

La riduzione delle spese del trasporto aereo è andata a vantaggio principalmente dei servizi Hotel e Rail.

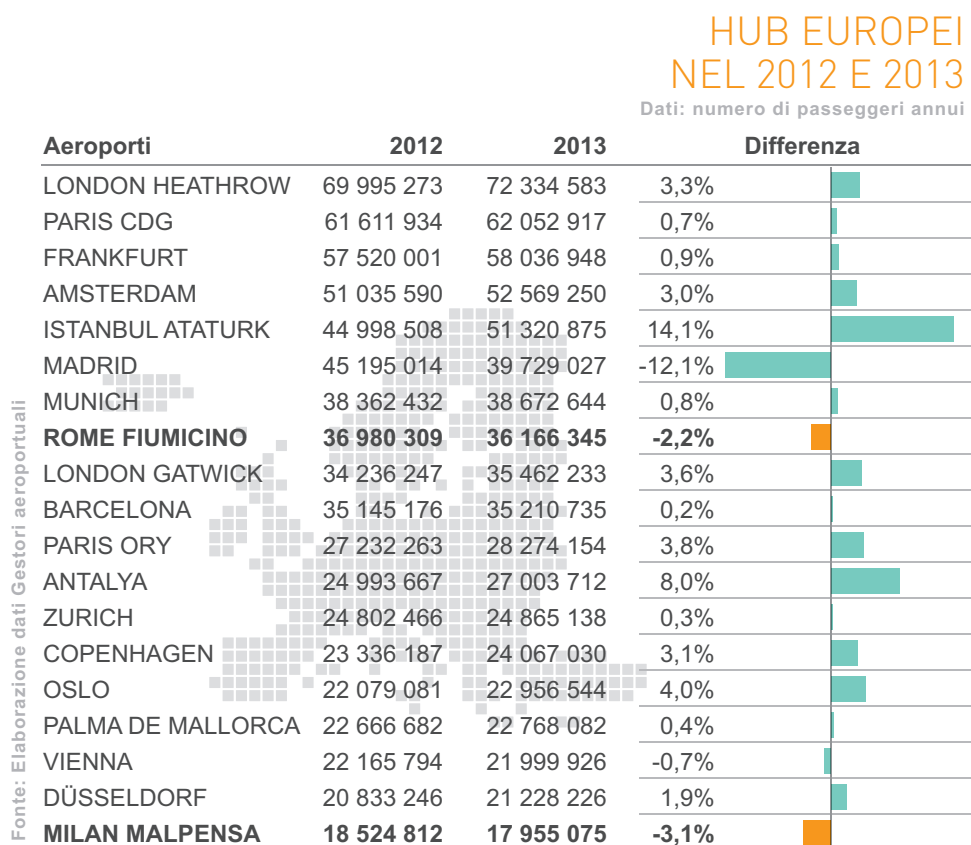


Il panorama degli aeroporti mondiali è cambiato radicalmente nel corso degli ultimi anni. Facendo un raffronto tra il 2006 e il 2013 si denota come nelle prime venti posizioni, vi sia stata una forte crescita degli scali fuori dall'Europa e Nord America. Destinazioni quali Pechino e Dubai, ma anche Jakarta, Hong Kong e Singapore acquistano una posizione sempre di maggiore rilevanza nel corso degli ultimi anni.



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

I principali aeroporti europei hanno tutti registrato una leggera crescita del numero di passeggeri, compresa tra lo 0,7 per cento di Parigi Charles de Gaulle e il 3,3 per cento di Londra Heathrow. Madrid ha registrato un forte calo dovuto al ridimensionamento di Iberia e al contempo Istanbul Ataturk ha guadagnato la quarta posizione, insediando lo scalo di Amsterdam. Roma Fiumicino rimane in ottava posizione, ma sempre più lontana dai grandi scali europei, mentre Milano Malpensa ha visto un'ulteriore perdita rispetto agli anni passati.

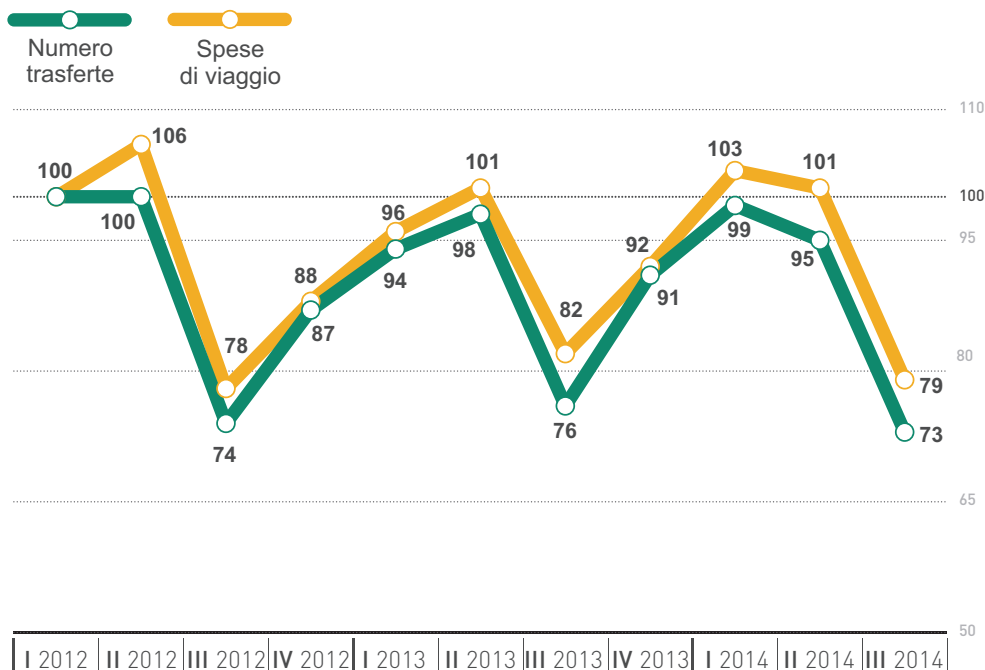


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



### ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE

Numero indice base 1 Trim. 2012

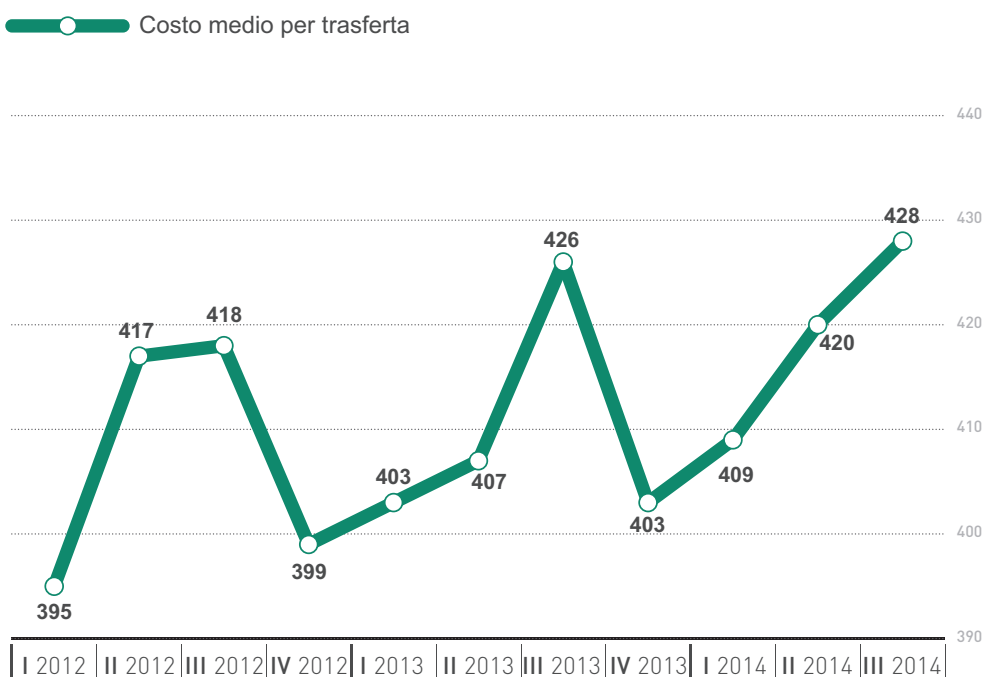


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il confronto tra il 3° Trim. 2014 e il 3° Trim. 2013 mostra un calo delle spese di viaggio e del numero di trasferite aeree pari a 4 punti percentuali per entrambe.

### COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio del biglietto aereo al 30 settembre 2014, è rimasto costante rispetto al 2013, aumentando di soli 2 euro.



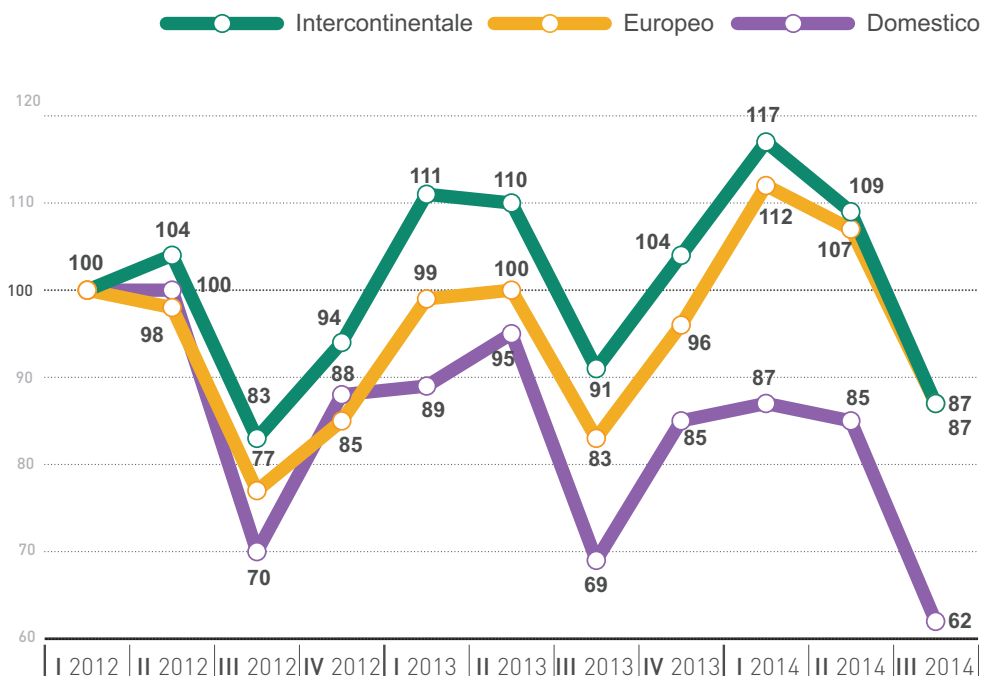
Segmentando il nostro campione in 3 cluster, spicca un'inversione del trend dei movimenti domestici, che nell'ultimo anno calano di 10 punti percentuali.

Calano anche l'attrattività del mercato intercontinentale, la variazione registrata tra il 3° Trim. 2014 e il 3° Trim. 2013 è di meno 4 punti percentuali.

Le trasferte del mercato europeo sono le uniche a crescere: rispetto al triennio 2012-2014 e rispetto all'anno precedente, salgono rispettivamente di 13 e di 5 punti percentuali.

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

Numero indice base 1 Trim. 2012



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il mercato italiano ha registrato al 3° Trim. 2014 un calo di 6 punti percentuali rispetto al 3° Trim. 2013, mentre diminuisce di 7 punti se si considera il triennio 2012-2014.

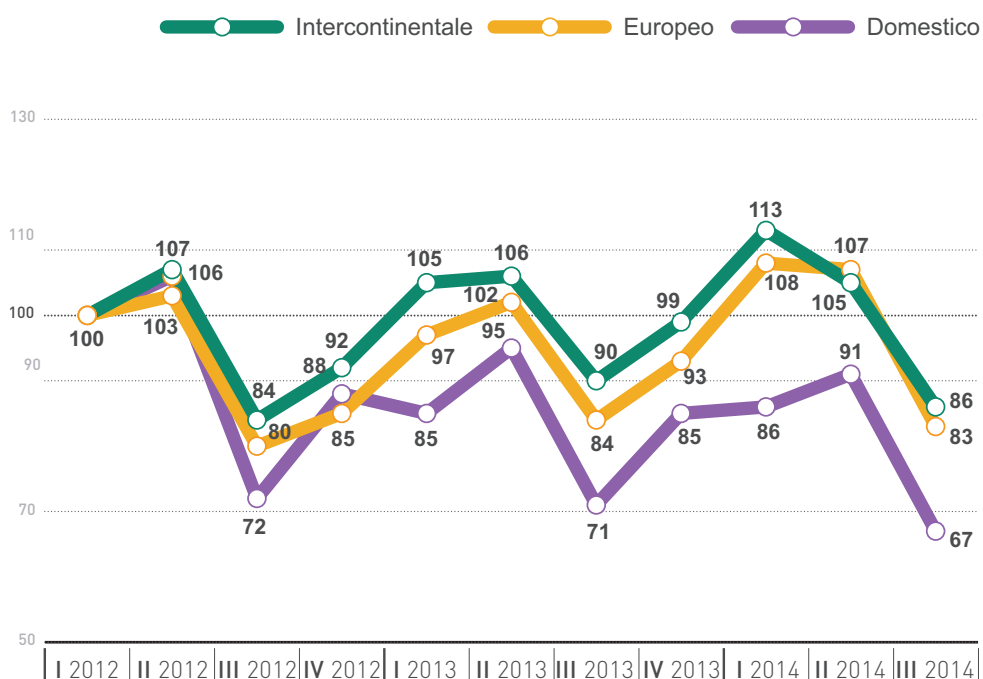
Il segmento europeo e quello intercontinentale seguono due andamenti differenti sia considerando gli ultimi 12 mesi sia nell'ultimo triennio.

Quello europeo al 3° Trim. 2014 ha registrato un calo annuale di un punto percentuale, mentre considerando l'arco temporale 2012-2014 le spese di viaggio sono cresciute di 4 punti.

Il segmento intercontinentale, ha evidenziato un calo di 4 punti percentuali tra il 3° Trim. 2014 e il 3° Trim. 2013 e un aumento di 2 punti rispetto al 2012.

## ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE PER TIPOLOGIA

Numero indice base 1 Trim. 2012

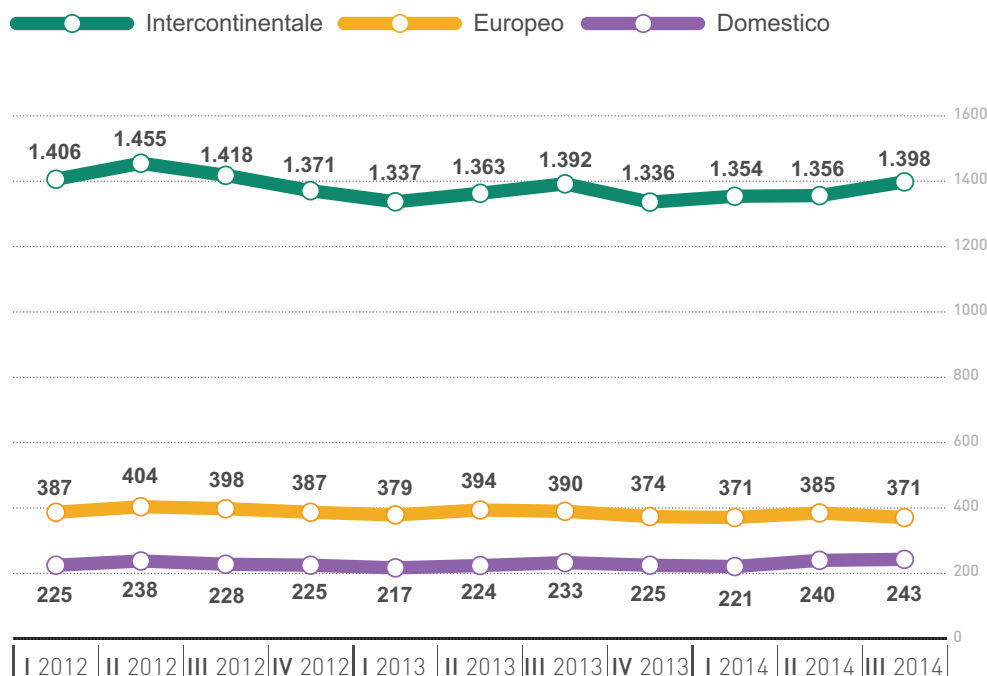


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



### COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO

(Euro)



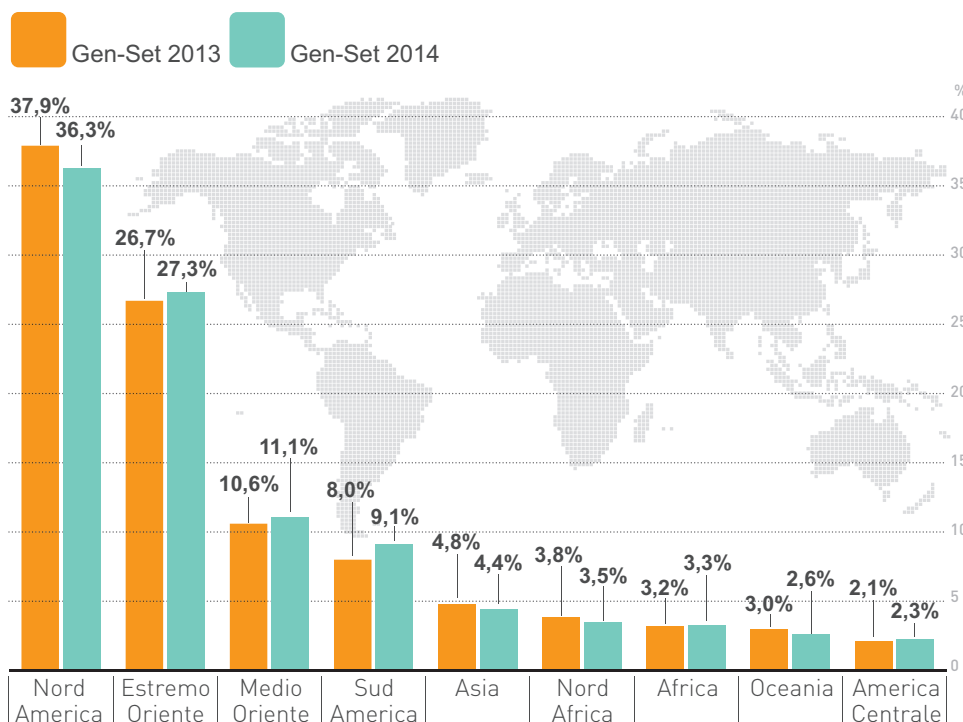
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel 2014 il costo medio del biglietto ha registrato andamenti diversi per ogni segmento in esame.

Il 3° Trim. 2014 ha evidenziato un costo medio in aumento di 4 punti percentuali per i voli domestici, e una crescita molto lieve per i voli intercontinentali.

Il mercato europeo è l'unico a diminuire e registra meno 5 punti percentuali rispetto all'anno precedente e meno 7 punti rispetto lo stesso periodo del 3° Trim. 2012.

### ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO INTERCONTINENTALE



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel periodo Gen. - Set. 2014, poco più di un terzo dei volumi di spesa del traffico intercontinentale sono presenti nel Nord America.

L'Estremo Oriente, che registra un lieve incremento rispetto all'anno precedente, è in continua crescita e rappresenta più di un quarto dei volumi di spesa intercontinentali.

In crescita anche il Medio Oriente, l'Africa, il Sud e il Centro America.



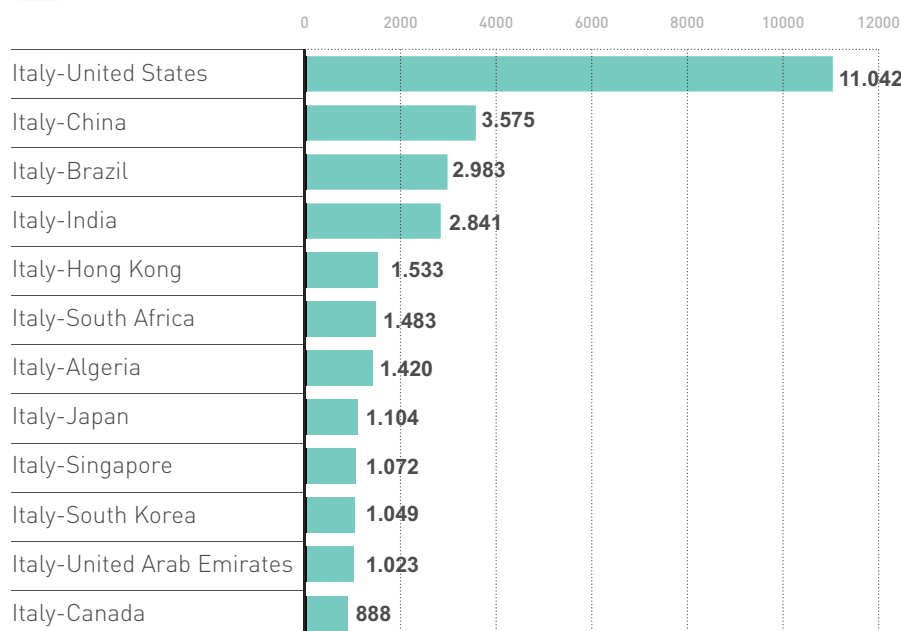
Nei primi nove mesi del 2014, gli Stati Uniti costituiscono la prima destinazione intercontinentale degli itinerari indiretti (via Hub).

A considerevole distanza seguono Cina, India e Brasile.

## DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI VIA 'HUB'



n° voli



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il grafico mostra i primi dieci Hub preferiti dal campione di riferimento nello stesso periodo.

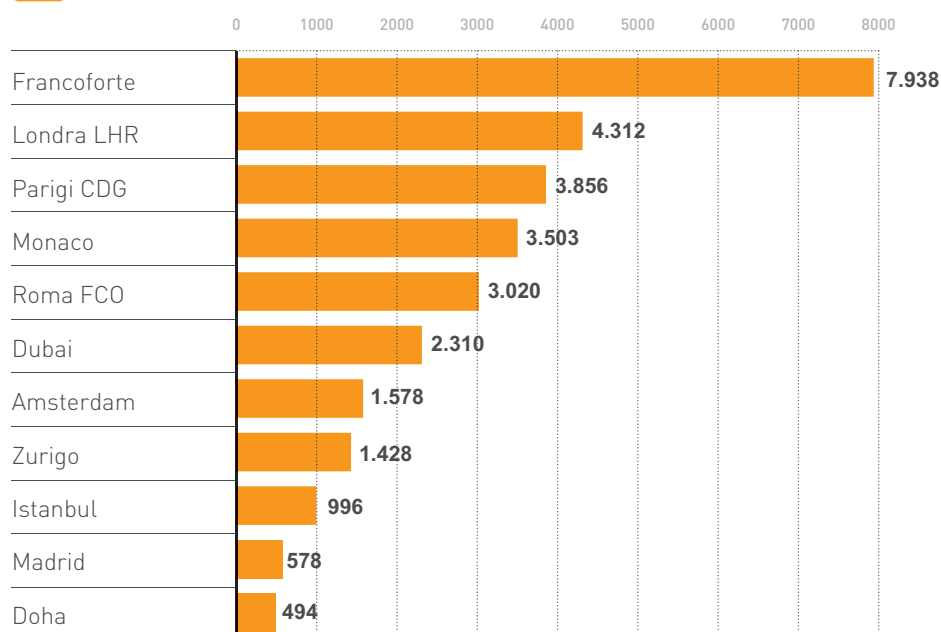
I primi tre aeroporti di transito preferiti sono Europei: Francoforte, Londra, Parigi, Monaco e Roma Fiumicino.

Segue Dubai (traffico d'affari su Asia e Oceania) e Amsterdam.

## TRAFFICO INTERCONTINENTALE SU ITINERARI INDIRETTI VIA 'HUB'



n° voli



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



## FOCUS ON AIR

### PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

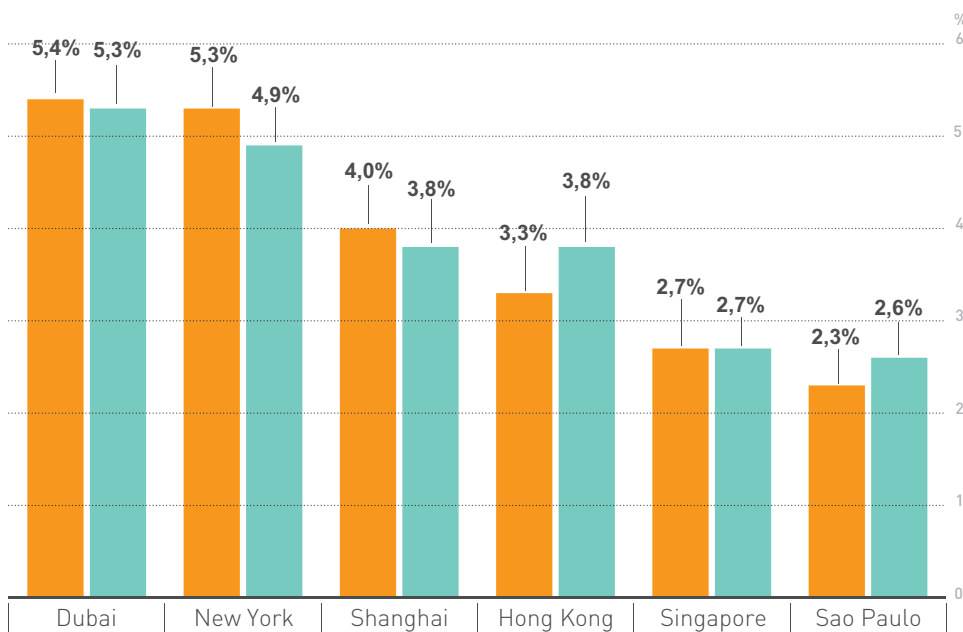
Numero di Biglietti



Gen-Set 2013



Gen-Set 2014



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Dubai, nonostante un lieve calo rispetto al 2013, rimane la città più importante tra le destinazioni intercontinentali, seguita da New York.

Nel 2014 sono emerse come destinazioni in crescita solo Hong Kong e Sao Paulo, mentre cala Shanghai.

### DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTE INTERCONTINENTALI

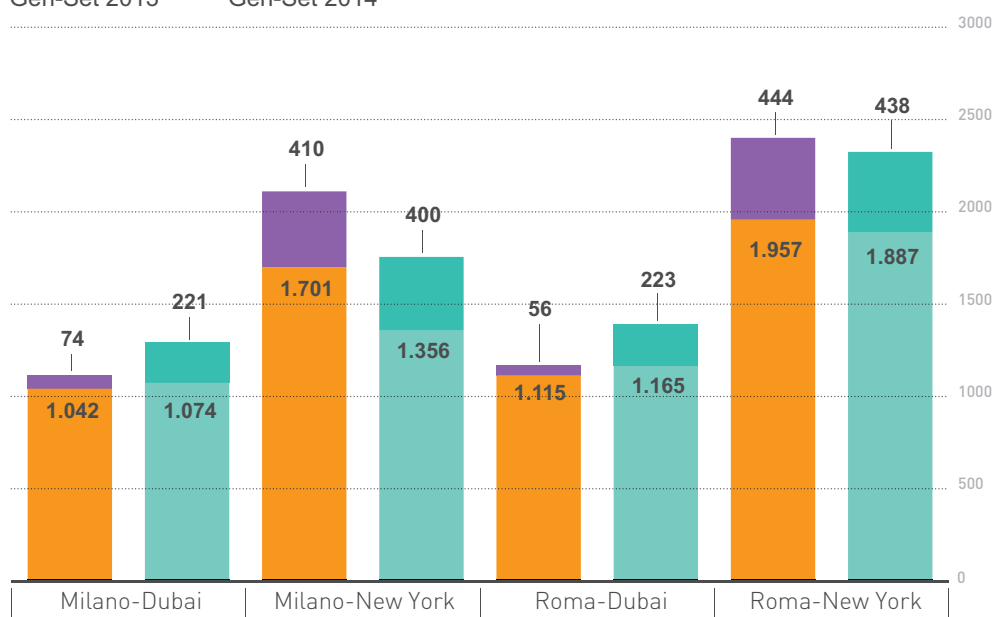
(Euro)



Tax Amount  
Gen-Set 2013



Tax Amount  
Gen-Set 2014



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il prezzo medio del biglietto per le principali destinazioni intercontinentali è cresciuto per le tratte Milano-Dubai e Roma-Dubai, aumento da attribuire principalmente ad un forte incremento delle tasse, pari a 147 euro per la prima tratta e 167 euro per la seconda.

Cala invece il costo per le tratte Milano-New York e Roma-New York.



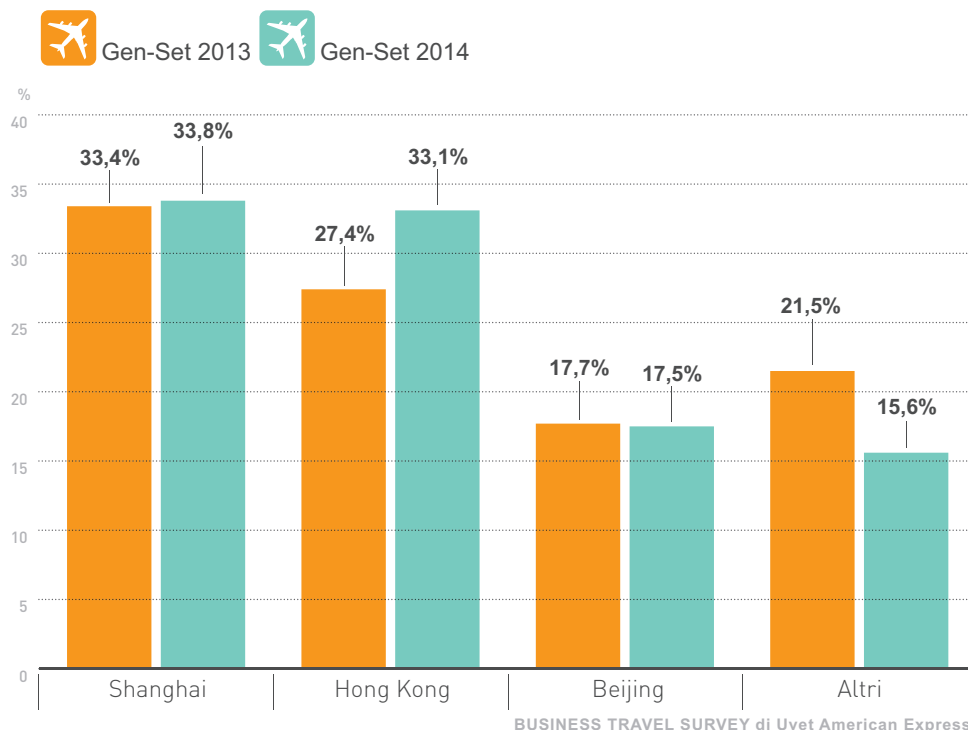
Il peso sempre maggiore del traffico verso la Cina rispetto al traffico intercontinentale totale, rende importante vedere come si siano distribuite le trasferte nella Repubblica Popolare.

Nel 2014 Hong Kong registra una crescita della propria quota molto forte, pari a 21 punti percentuali, e si avvicina al livello di Shanghai, che rimane la prima meta del Paese Asiatico.

Andamento inverso, invece, per Pechino che perde 1 punto percentuale della propria quota.

## DISTRIBUZIONE AEROPORTUALE DEI VIAGGI IN CINA

Numero di Biglietti

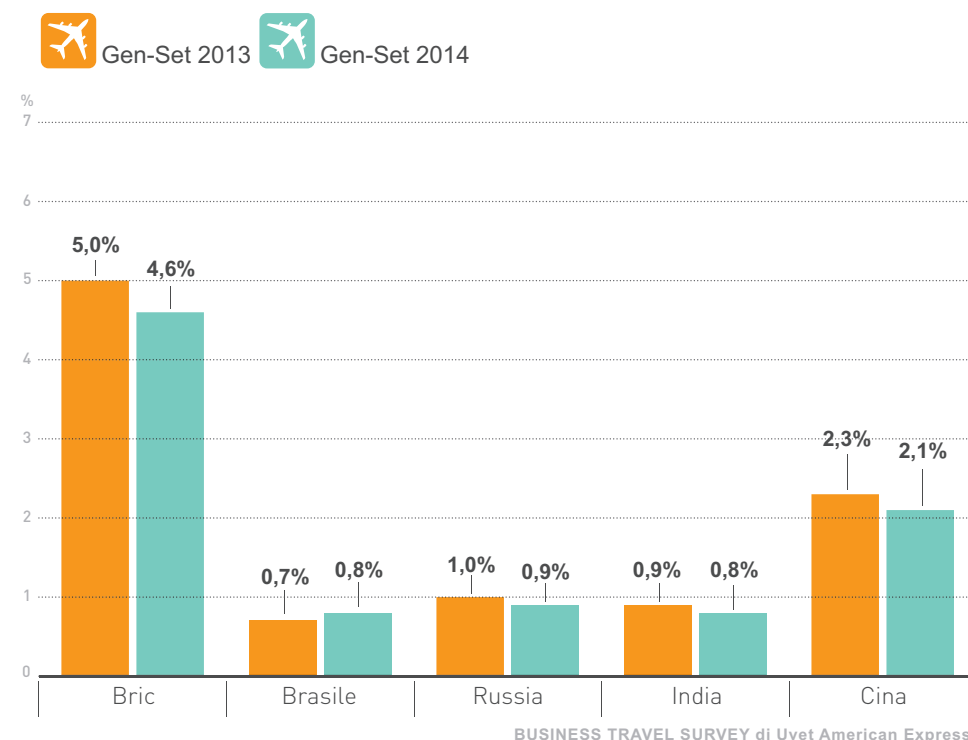


Nei primi nove mesi del 2014 rispetto al 2013, i Paesi appartenenti all'area economica BRIC hanno visto quasi tutti una riduzione del numero di trasferte.

Rispetto al 2013 l'area BRIC è diminuita di 0,4 punti percentuali sul totale dei volumi intercontinentali, riducendo le trasferte di 8 punti percentuali.

India, Cina e Russia hanno calato la propria quota mentre il Brasile cresce lievemente.

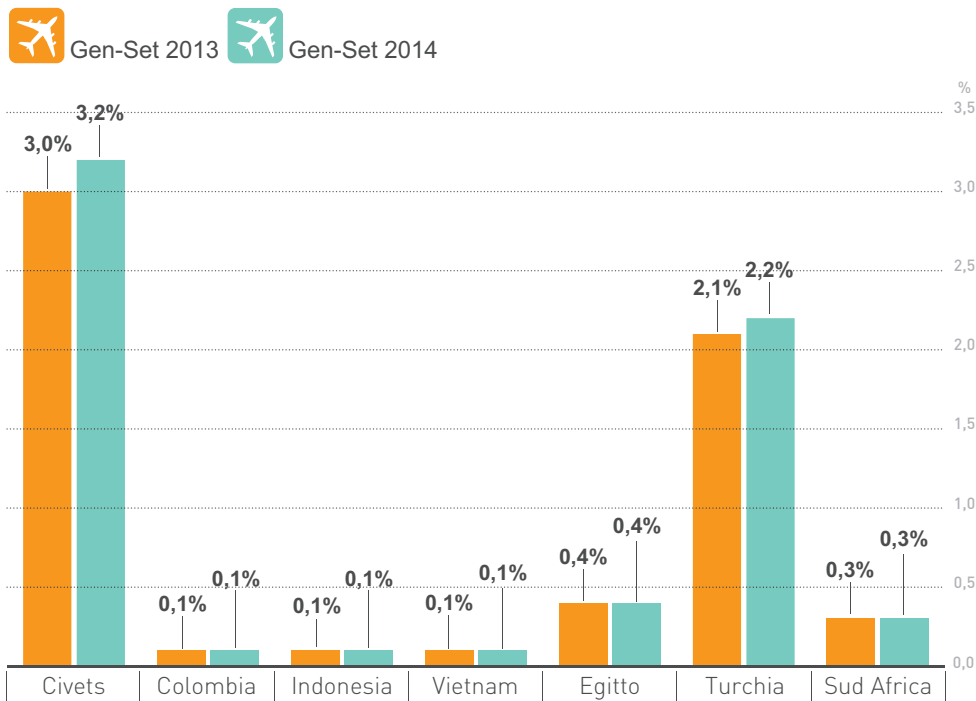
## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER AREA ECONOMICA: BRIC





## FOCUS ON AIR

### ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER AREA ECONOMICA: CIVETS

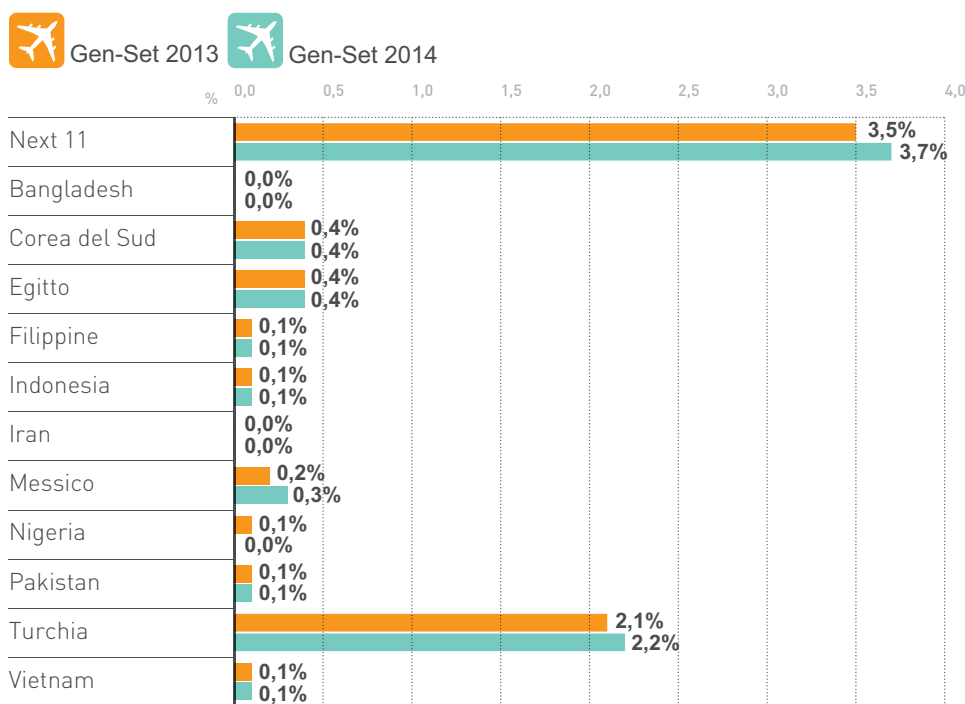


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

L'area economica CIVETS considerando gli ultimi nove mesi del 2014, aumenta la propria quota di 7 punti percentuali, che si traduce in un aumento di 0,2 punti sulla sul totale dei volumi.

Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto e Sud Africa rimangono stabili. In crescita la Turchia di 5 punti percentuali.

### ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER AREA ECONOMICA: NEXT-11



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

L'unica meta che è emersa nel 2014 all'interno dell'area NEXT - 11 è il Messico, cresciuto dello 0,1% sul totale delle destinazioni intercontinentali.

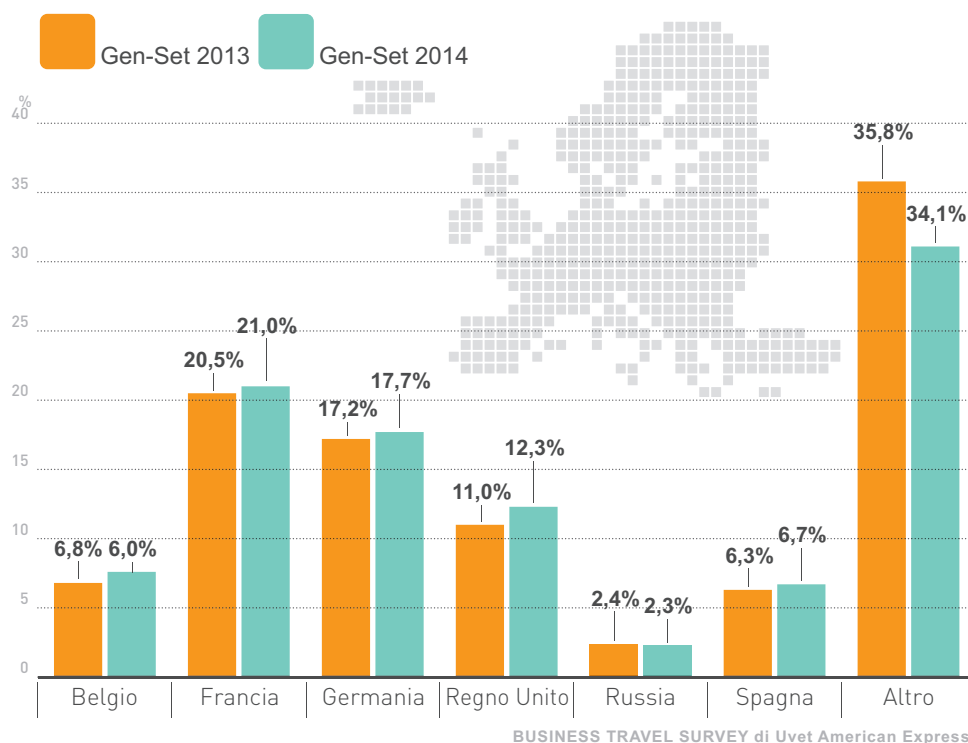
Gli altri paesi sono rimasti tutti stabili, mentre è calata la Nigeria.



Analizzando il mercato europeo, Francia e Germania hanno confermato la loro attrattività dal punto di vista del business travel per l'Italia.

Sia Francia che Germania hanno registrato un segno positivo al 30 settembre 2014 rispetto al 2013.

In aumento anche Regno Unito e Spagna rispettivamente di 12 e 6 punti percentuali. Il Belgio ha perso quote di mercato.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA  
TRAFFICO EUROPEO

BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

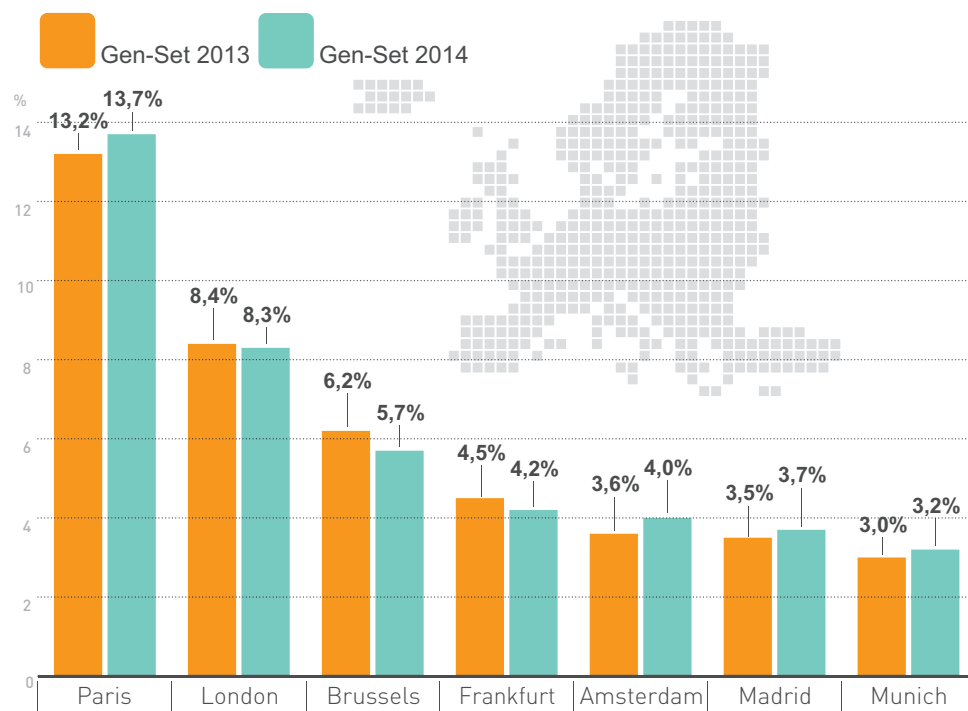
Con quasi il 14 per cento dei biglietti per viaggi d'affari nei primi nove mesi del 2014, Parigi si colloca al primo posto.

Londra, Brussels e Amsterdam hanno perso quote di mercato, mentre Francoforte, Madrid e Monaco hanno registrato una crescita del numero di voli.

Si osserva che mentre il mercato francese e inglese è posizionato essenzialmente sulle loro capitali, in Germania è presente una maggiore frammentazione delle destinazioni.

PRINCIPALI DESTINAZIONI  
EUROPEE

Numero di Biglietti

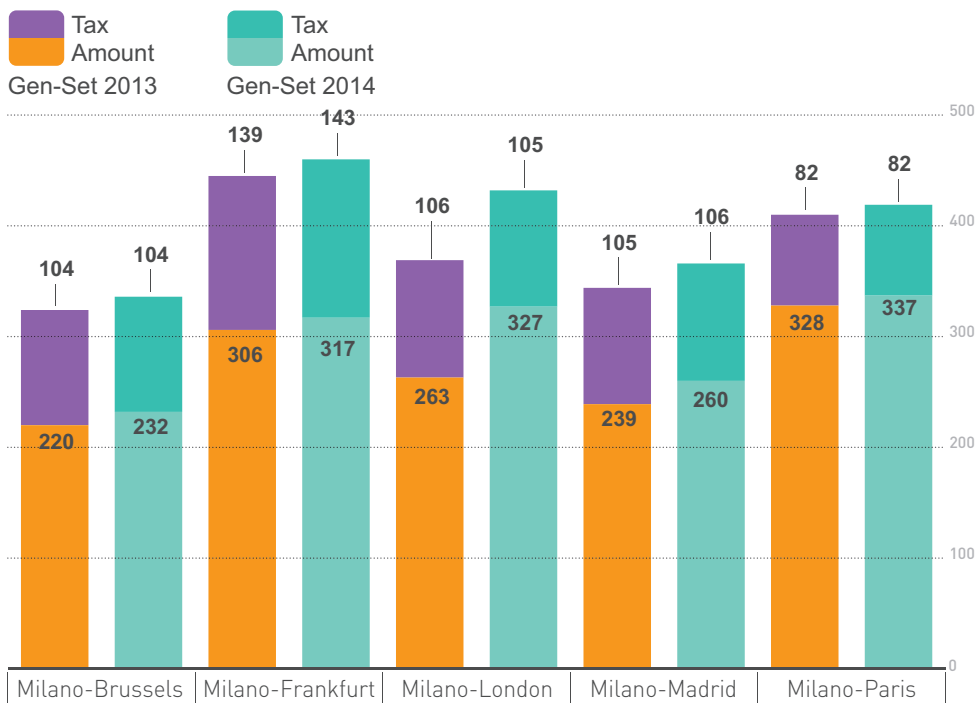


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



### DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTE EUROPEE (partenze da Milano)

(Euro)

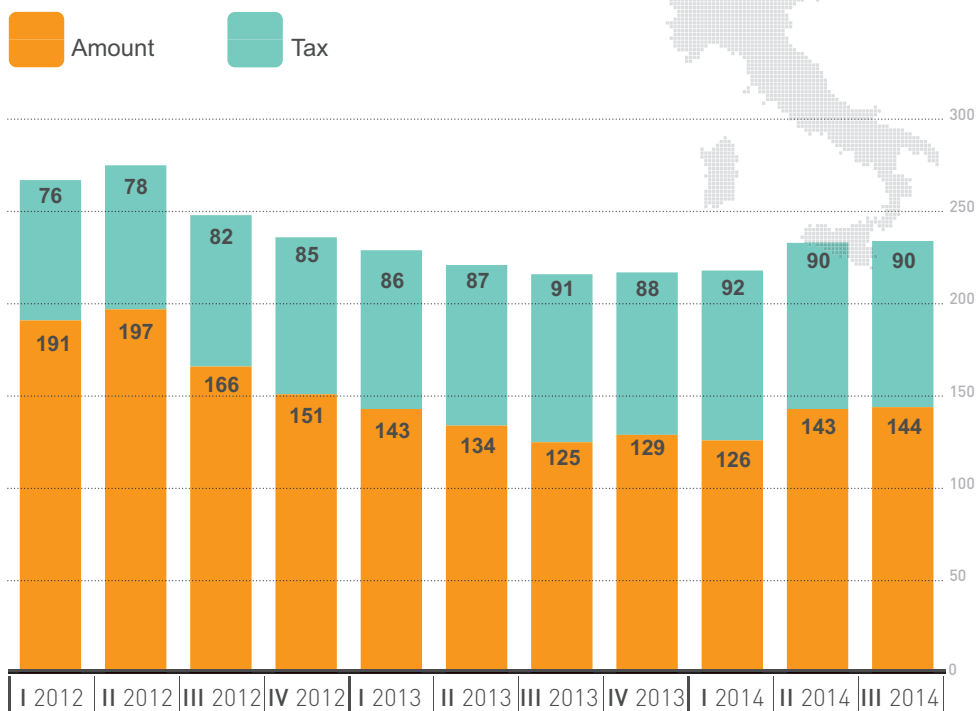


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

A livello europeo le rotte con partenza da Milano hanno registrato tutte valori in aumento. Nonostante un calo molto lieve della tassazione, le variazioni più consistenti sono state evidenziate dai voli verso Londra, che hanno riportato un aumento del costo medio del biglietto del 17 per cento.

### DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTE NAZIONALI

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Mentre negli anni precedenti il prezzo medio del biglietto aereo presentava un andamento in discesa a causa dell'accelerazione dei fattori competitivi dell'alta velocità, al terzo trimestre di quest'anno viene riportata una crescita di 8 punti percentuali rispetto lo stesso periodo del 2013.



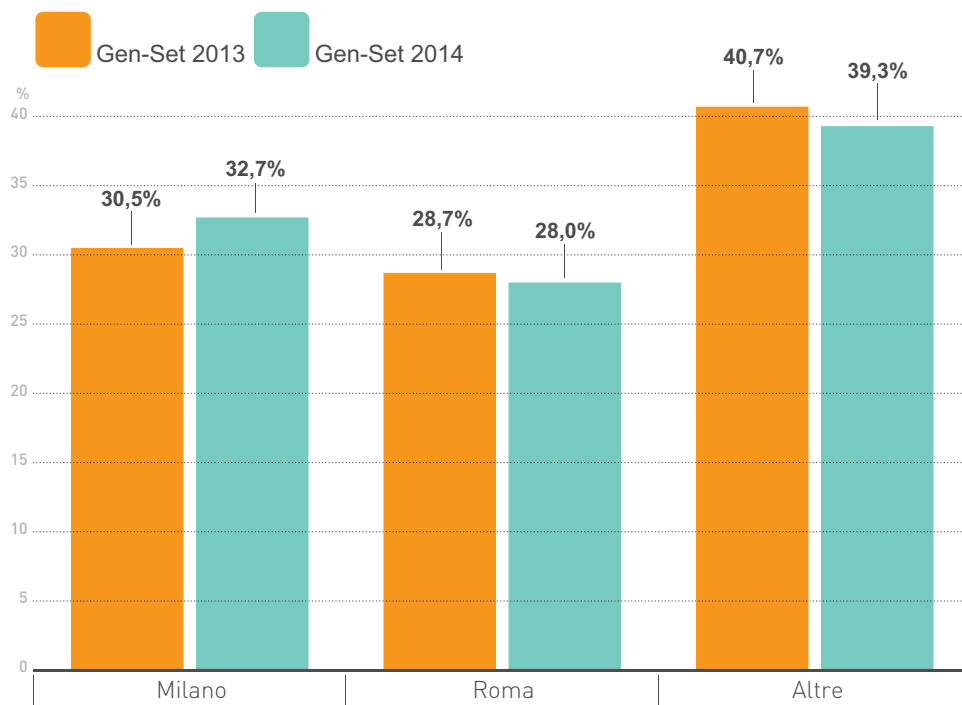
Dal grafico emerge chiaramente che i viaggi aerei per turismo d'affari in Italia sono molto concentrati.

Gli aeroporti di Milano tra Gen. - Set. 2014 hanno raggruppato il 33 per cento dei clienti.

Lo scalo di Roma diminuisce quasi di 1 punto sul totale nazionale, pari a un decremento della propria quota di 2 punti percentuali.

## PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI

Numero di Biglietti

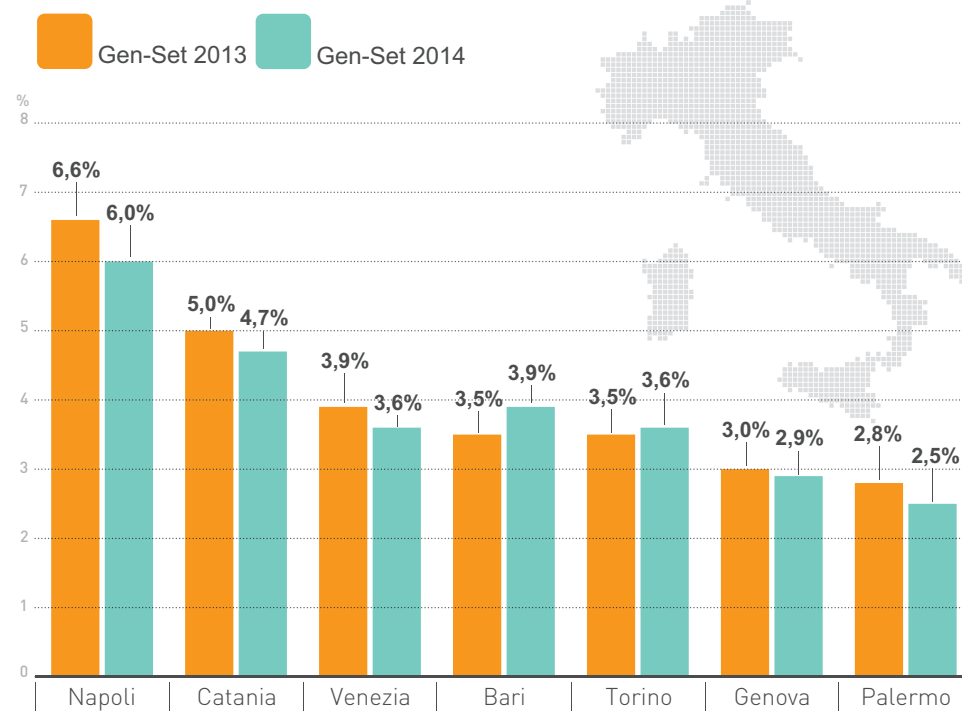


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Bari e Torino riportano valori in crescita, mentre Catania, Venezia, Genova e Palermo registrano un calo di attrattività. Lo scalo di Napoli ha registrato un decremento della sua quota di mercato arrivando al 6 per cento del totale.

## LE ALTRE DESTINAZIONI NAZIONALI

Numero di Biglietti

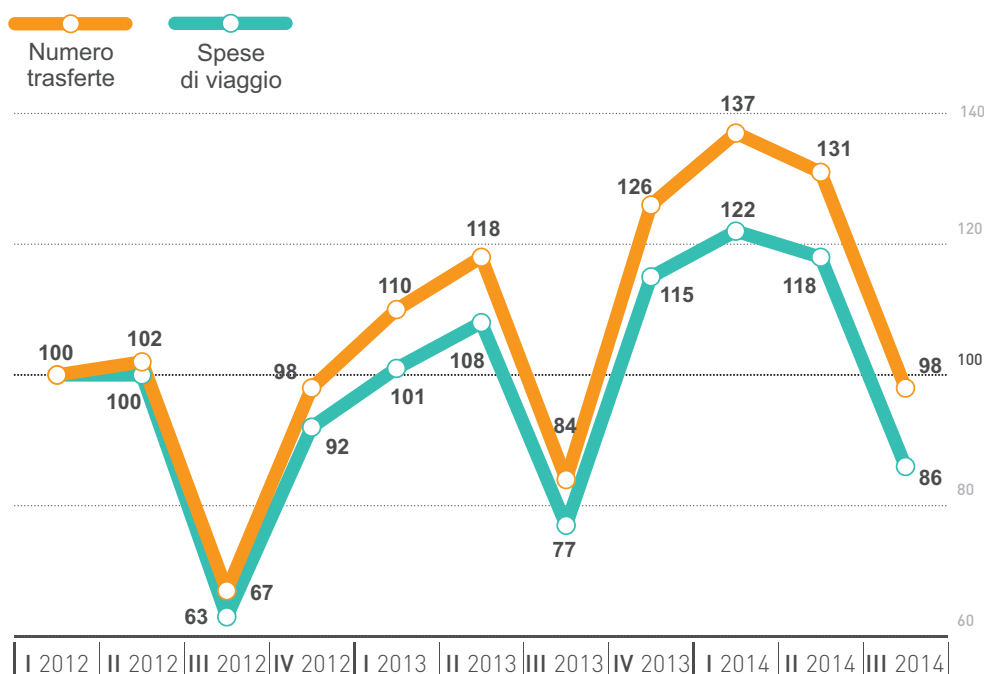


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



### ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO FERROVIARIE

Numero indice base 1 Trim. 2012

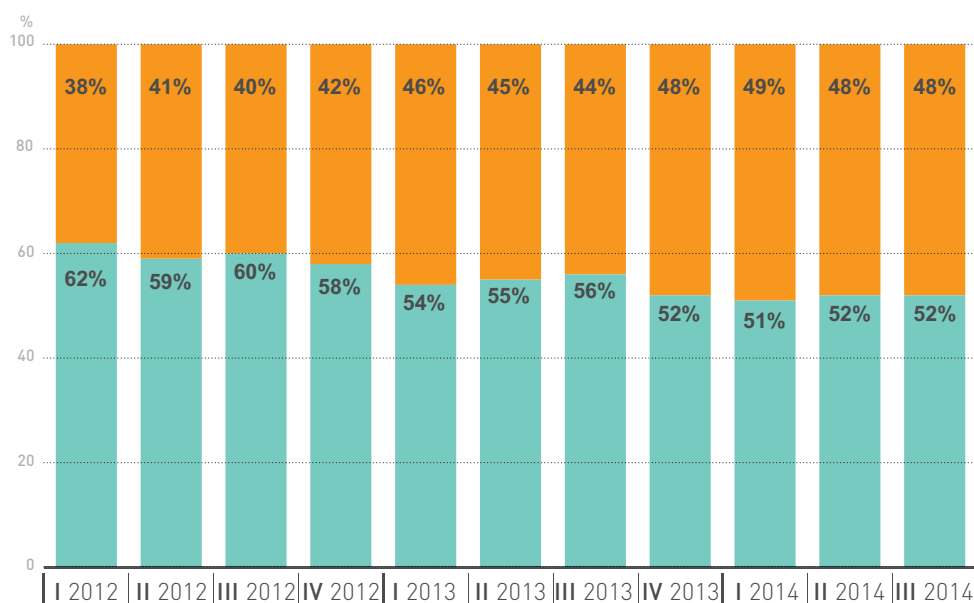


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Considerando l'arco temporale tra il 3° Trim. 2014 e l'anno precedente, sia il numero di trasferite che le spese di viaggio ferroviarie sono aumentate vertiginosamente. Nel primo caso di 17 punti percentuali e nel secondo di 12.

Anche considerando il triennio 2012-2014 l'andamento del numero di trasferite e delle spese di viaggio ferroviarie sono in netta crescita, rispettivamente di 46 punti percentuali e di 36. L'aumento dell'offerta dovuto all'entrata della concorrenza ha permesso al mercato di crescere in maniera importante.

### MILANO - ROMA MERCATO BUSINESS QUOTA DI MERCATO TRENO / AEREO



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

La riduzione del tempo di viaggio tra Roma e Milano ha cambiato le abitudini di chi viaggia per affari.

Il servizio Rail nel triennio in considerazione ha guadagnato 8 punti percentuali sull'aereo.



L'hôtellerie ha presentato al 3° Trim. 2014 minori spese rispetto all'anno precedente sul territorio nazionale con una percentuale di quasi il 60 per cento.

Il segmento europeo ha visto un incremento della sua quota di mercato, in particolar modo nell'ultimo trimestre considerato.

La spesa negli hotel di destinazioni intercontinentali ha realizzato un'inversione del trend rispetto all'anno precedente, che negli ultimi mesi sono cresciute di 1 punto percentuale.

RIPARTIZIONE  
DELLE SPESE DI HOTELLERIE

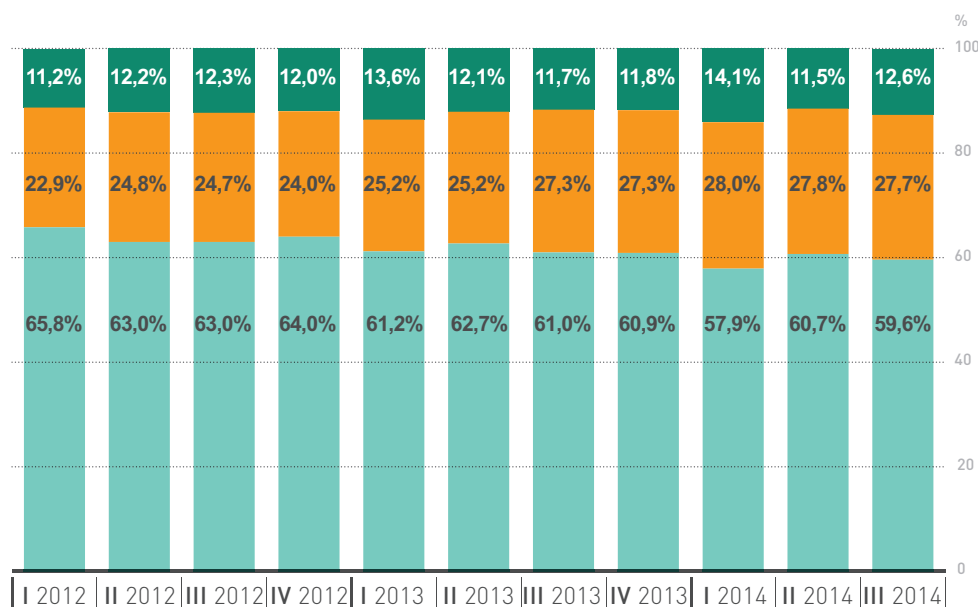
Domestico



Europeo



Intercontinentale



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Hong Kong risulta la città nella quale ogni pernottamento è costato maggiormente, arrivando a 249 euro.

Seguono New York e Dubai: la prima rispetto l'anno precedente ha registrato un calo molto consistente, pari a 25 punti percentuali, mentre la seconda è salita di 14 punti.

I prezzi medi per pernottamento a Singapore e a Shanghai seguono l'andamento dei movimenti aerei e calano. Sao Paulo, invece, mostra variazioni inverse ai movimenti e il calo del costo medio per room night è seguito da un aumento dei movimenti turistici.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT  
PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

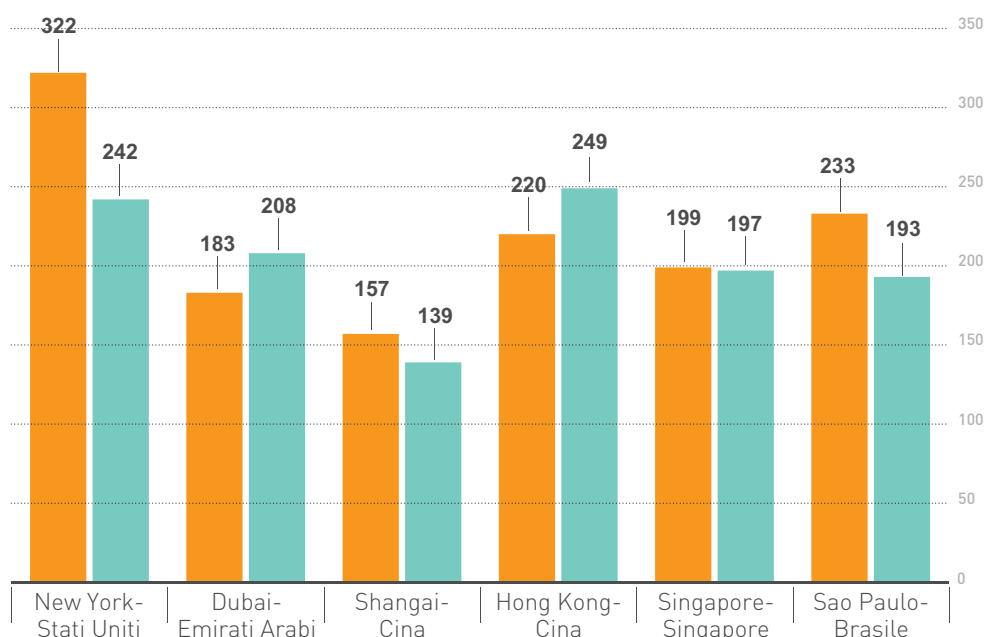
(Euro)



Gen-Set 2013



Gen-Set 2014



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



### COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

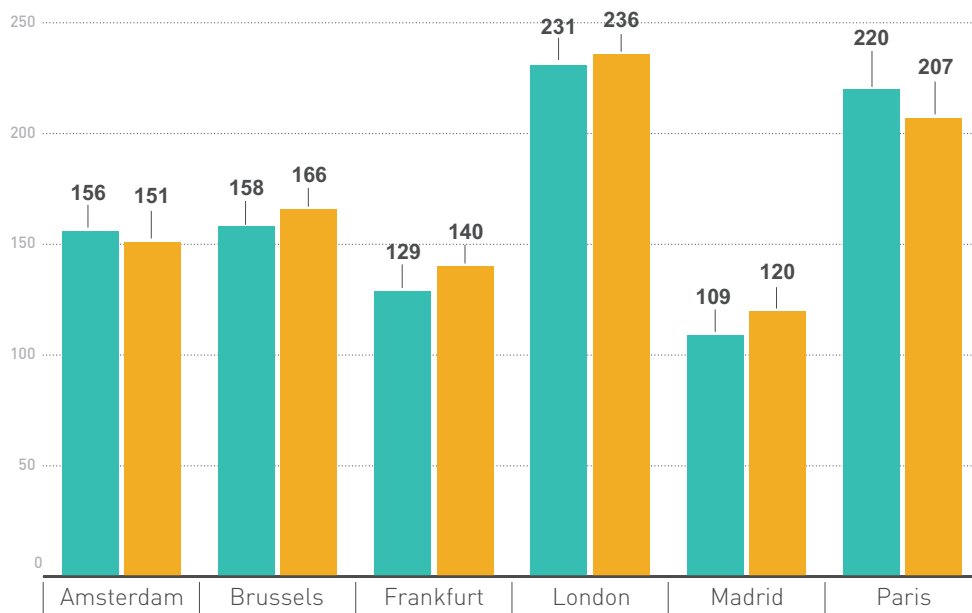
(Euro)



Gen-Set 2013



Gen-Set 2014



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Tra Gen. - Set. 2014 la città europea in cui pernottare ha un costo maggiore si riconferma Londra.

Seguono Parigi, che cala di 6 punti percentuali, e Bruxelles.

La città con il costo medio per room night più basso si riconferma Madrid.

### COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI

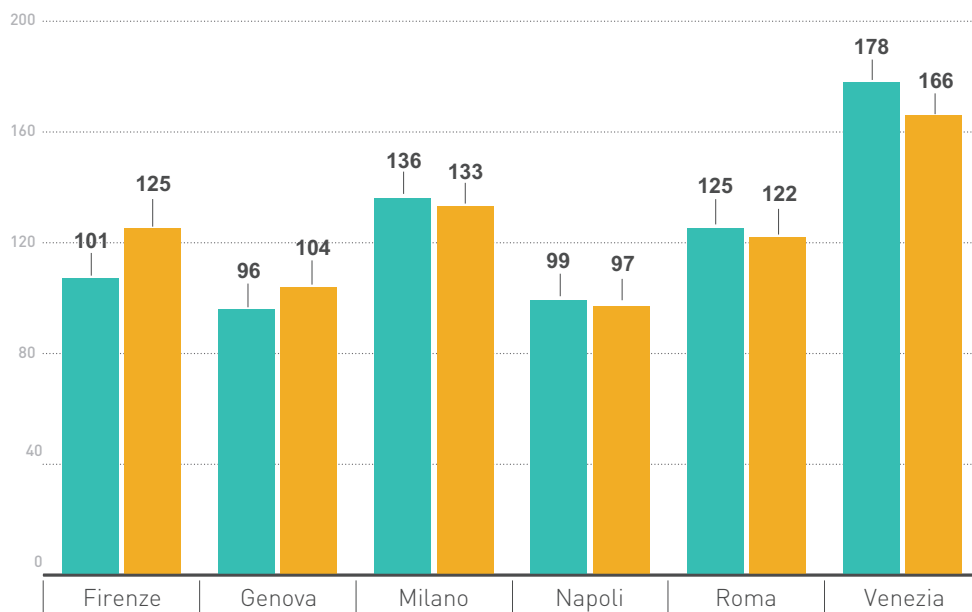
(Euro)



Gen-Set 2013



Gen-Set 2014



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio per room night nel mercato domestico durante il 2014 è calato in tutte le principali destinazioni ad eccezione di Firenze e Genova.

La città dove pernottare ha un costo maggiore rimane Venezia, seguita da Milano e Firenze.

Napoli rimane la città più economica.

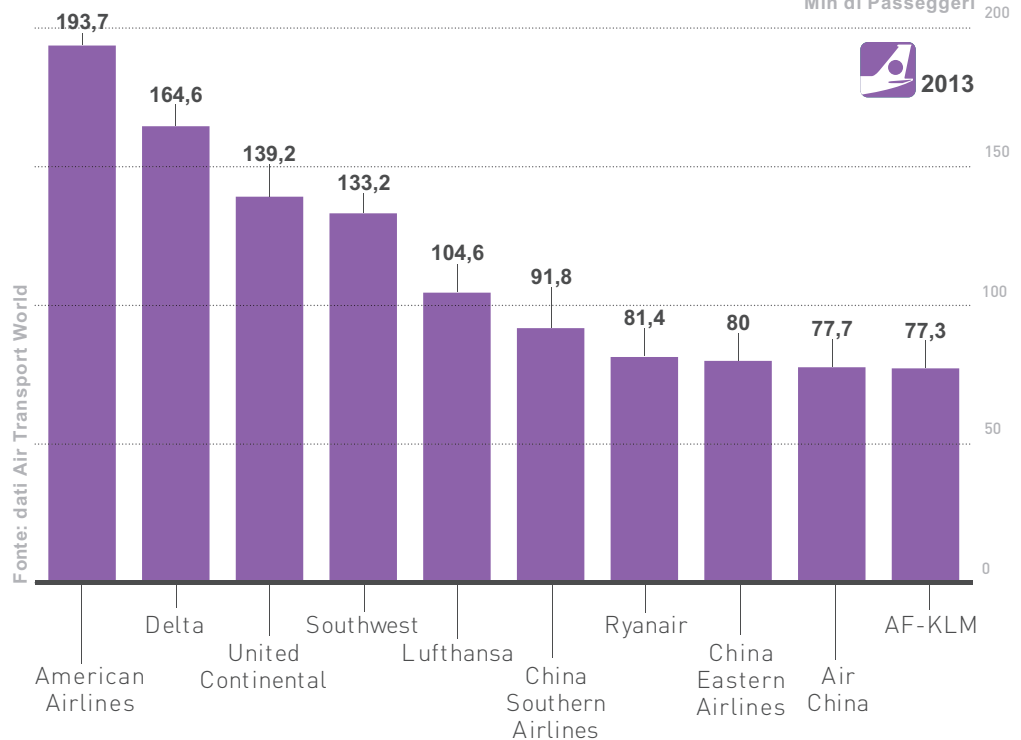


I maggiori vettori mondiali rimangono di bandiera statunitense, grazie anche alle recenti fusioni tra i diversi operatori. In quinta posizione si trova Lufthansa con oltre 100 milioni di passeggeri, mentre registrano una forte crescita le compagnie aeree cinesi. China Southern Airlines ha superato la barriera dei 90 milioni di passeggeri nel 2013 e prevede di sfondare quota 100 milioni nel corso del corrente anno. China Eastern Airlines e Air China hanno ormai sorpassato il gruppo AF-KLM e anch'esse si preparano a scalare posizioni nel ranking globale.

## RANKING COMPAGNIE AEREE MONDIALI

Mln di Passeggeri

2013

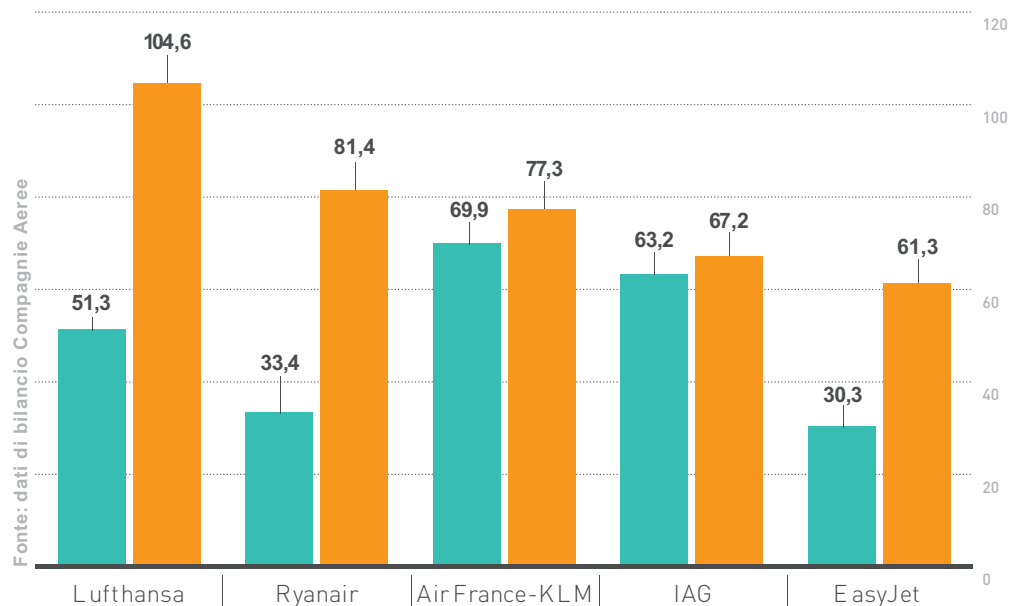


Il trasporto aereo ha registrato una forte concentrazione nel corso degli ultimi anni tra i grandi vettori tradizionali e al contempo ha registrato la crescita importante dei vettori low cost. Questa tendenza è evidente soprattutto nei casi di Lufthansa, che trasporta ormai oltre 104 milioni di passeggeri all'anno e in IAG\*, che grazie alla fusione con Vueling, ha visto il proprio traffico a quasi 70 milioni di passeggeri. Ryanair è ormai stabilmente il secondo vettore in Europa, mentre Easyjet è in quinta posizione con oltre 61 milioni di passeggeri.

## COMPAGNIE AEREE EUROPEE

Mln di Passeggeri

2005 2013



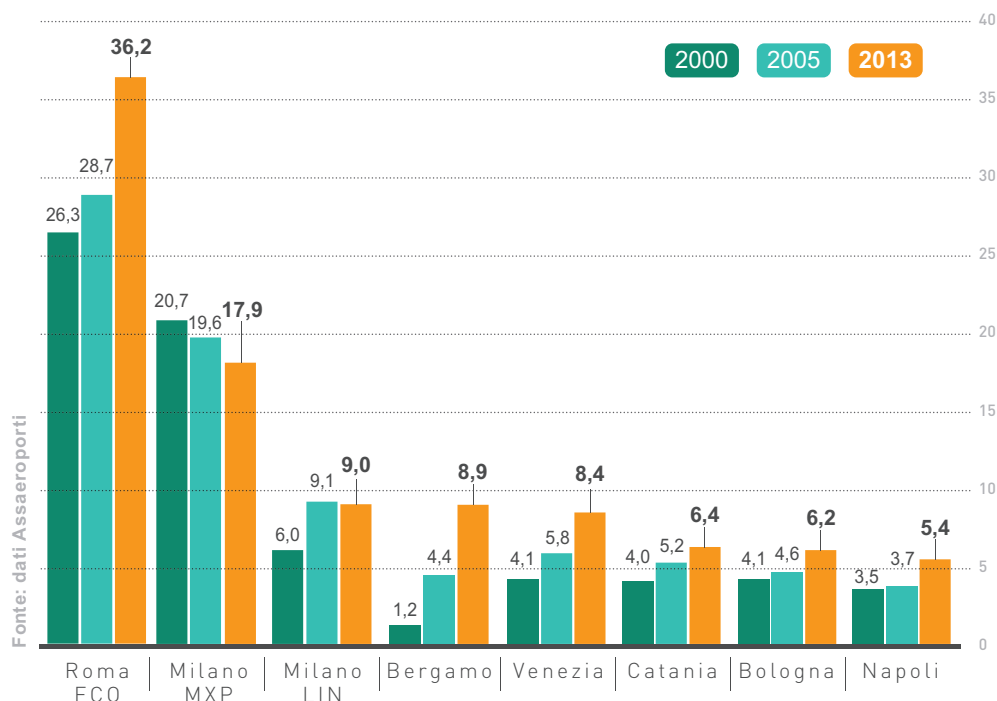
\*International Consolidated Airlines Group (British Airways - Iberia)



A cura di Ugo Arrigo e Andrea Giuricin

## LO SVILUPPO DEGLI AEROPORTI ITALIANI

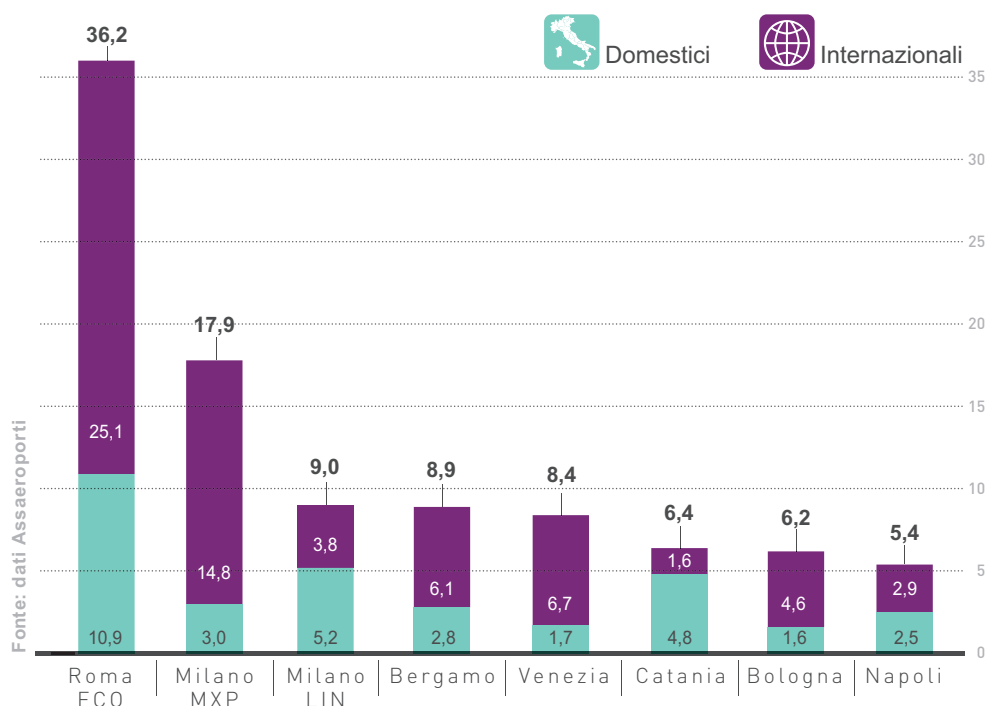
Milioni di passeggeri annui



Analizzando l'evoluzione del traffico di passeggeri nei differenti aeroporti italiani, nell'arco dell'ultimo quindicennio, è possibile evidenziare come Roma Fiumicino abbia ormai assunto una posizione di prevalenza nel panorama italiano. Milano Malpensa ha invece registrato un leggero calo di passeggeri, unico tra i grandi aeroporti italiani. Il caso di Bergamo e di Venezia sono quelli che hanno registrato tra le performance migliori, essendo ormai scali con quasi 9 milioni di passeggeri annui.

## PRINCIPALI AEROPORTI ITALIANI

Per numero di passeggeri nel 2013



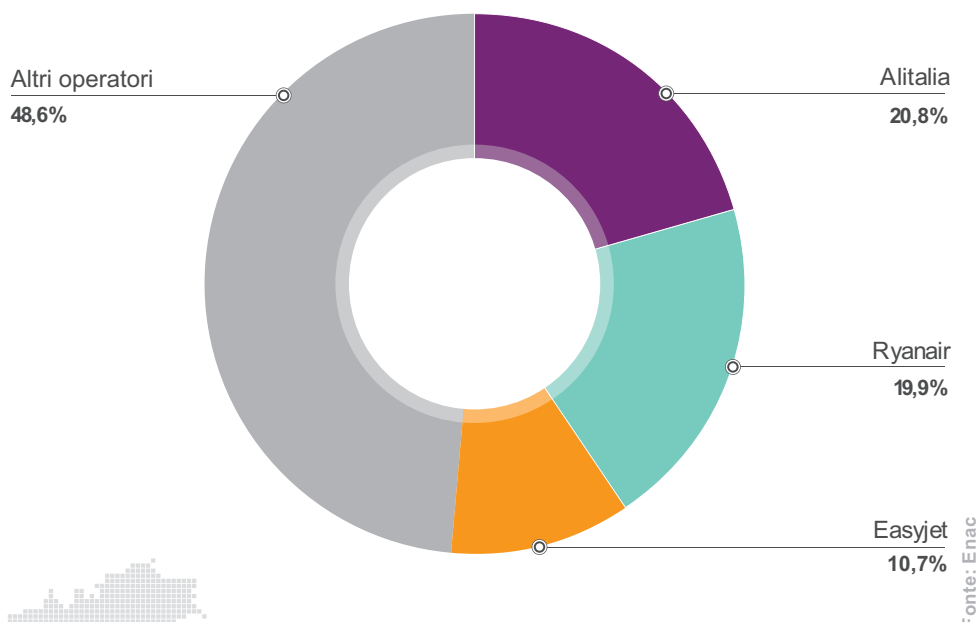
Nei principali aeroporti italiani, con eccezione del caso di Milano Linate, la maggior parte dei passeggeri vola verso destinazioni internazionali. Roma Fiumicino, il primo scalo italiano, con oltre 36 milioni di passeggeri, vede solamente 10,9 milioni di passeggeri nazionali. Milano Malpensa è uno degli aeroporti che vede la maggiore prevalenza di traffico non domestico, dato che l'82 per cento dei passeggeri vola verso o da destinazioni non Italiane.



Alitalia rimane leader nel 2013 per il numero di passeggeri trasportati nell'intero mercato italiano. La compagnia aerea di bandiera ha una quota vicina al 21 per cento, insidiata da vicino da Ryanair che trasporta quasi il 20 per cento dei viaggiatori italiani. Il terzo operatore è la low cost britannica Easyjet, che detiene una market share superiore al 10 per cento. Circa il 50 per cento del mercato è frazionato tra tutti gli altri vettori che operano in Italia.

## MERCATO AEREO ITALIANO NEL 2013

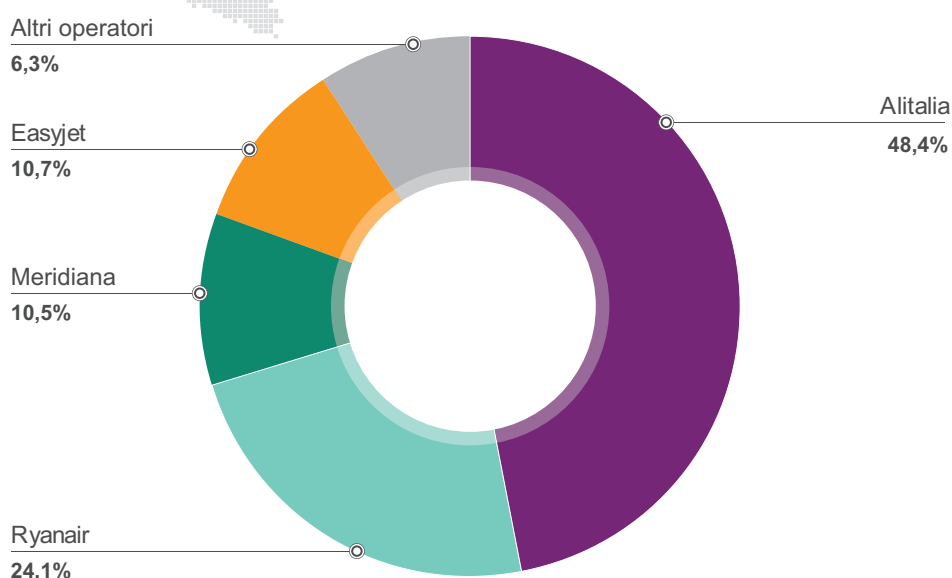
Passeggeri = 115,6mln



Alitalia è ancora leader del mercato domestico del trasporto aereo con quasi il 50 per cento della quota di mercato. Ryanair ed Easyjet insieme hanno oltre un terzo del mercato e si denota una forte concentrazione del traffico tra queste tre prime compagnie aeree, dato che detengono ormai tre quarti dell'intero mercato.

## MERCATO AEREO ITALIANO DOMESTICO NEL 2013

Passeggeri = 28,3 mln





A cura di Ugo Arrigo e Andrea Giuricin

## FOCUS ALITALIA-ETIHAD DA PIANO INDUSTRIALE

Stima della domanda potenziale di posti complessivi su voli intercontinentali con origine o destinazione Italia (Dati in migliaia)

| Continente di origine o destinazione | Flussi turistici intercontinentali (1) |                                          |               | Domanda di voli aerei intercontinentali effettiva e potenziale |                                                   |                                                                         |                                                      |
|--------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|                                      | Stranieri incoming in Italia           | Italiani outgoing verso altri continenti | TOTALI        | Domanda potenziale voli aerei IC. in base ai flussi turistici  | Domanda effettiva soddisfatta da voli diretti (2) | Domanda non soddisfatta da voli diretti (e potenziale per voli diretti) | Domanda aggiuntiva potenziale in % domanda effettiva |
| Africa                               | 358                                    | 1.786                                    | <b>2.144</b>  | 4.288                                                          | 3.973                                             | 316                                                                     | 8                                                    |
| Nord America                         | 4.233                                  | 1.470                                    | <b>5.703</b>  | 11.406                                                         | 3.131                                             | 8.276                                                                   | 264                                                  |
| America Centrale e Meridionale       | 1.185                                  | 879                                      | <b>2.064</b>  | 4.128                                                          | 1.225                                             | 2.903                                                                   | 237                                                  |
| Asia e Oceania                       | 2.804                                  | 2.259                                    | <b>5.063</b>  | 10.126                                                         | 7.454                                             | 2.672                                                                   | 36                                                   |
| <b>TOTALE</b>                        | <b>8.580</b>                           | <b>6.394</b>                             | <b>14.974</b> | <b>29.948</b>                                                  | <b>15.782</b>                                     | <b>14.166</b>                                                           | <b>90</b>                                            |

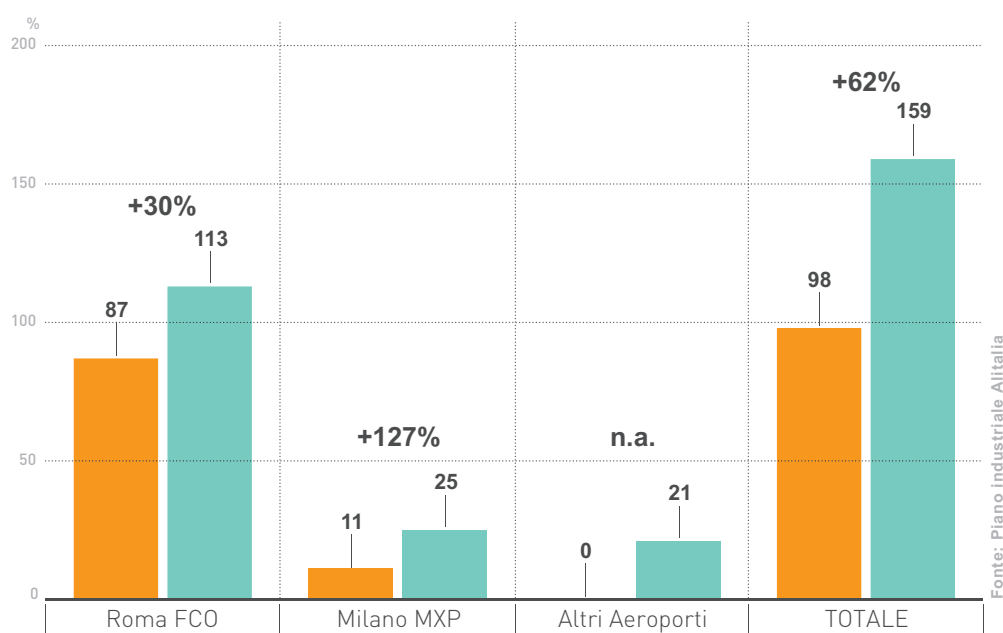
(1) Fonte: indagine Banca d'Italia sul turismo internazionale, anno 2013.

(2) Fonte: Enac, Dati di traffico 2013.

La tabella presenta una stima su dati 2013 della domanda potenziale di posti su voli intercontinentali da e per l'Italia. La fonte dei dati è l'indagine della Banca d'Italia sul turismo internazionale per l'anno 2013 nella quale si può ricavare una stima di domanda potenziale pari a 30 milioni di turisti "intercontinentali". A fronte di tale domanda potenziale, i passeggeri che hanno effettivamente volato da e per l'Italia su voli intercontinentali diretti sono stati secondo i dati Enac solo 15,8 milioni, poco più della metà dei 30 milioni potenziali. Gli altri 14,2 milioni sono arrivati in Italia o si sono recati in altri continenti usando voli intercontinentali che non hanno avuto l'Italia come origine o destinazione.

## PIANO ALITALIA - ETIHAD LUNGO RAGGIO 2014-2018

Alitalia - Frequenze Settimanali verso il mercato Intercontinentale



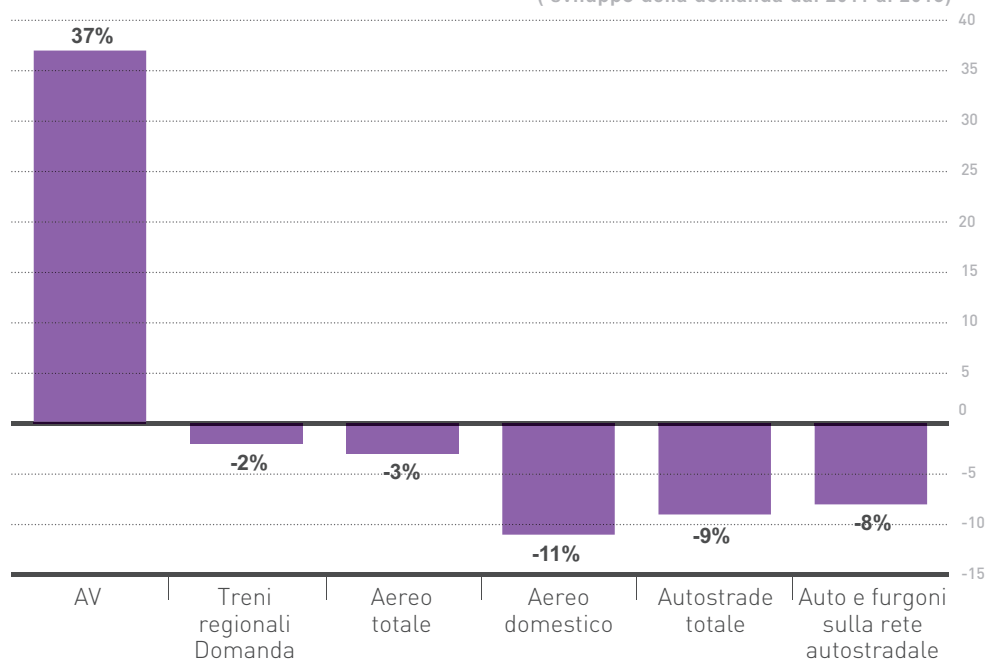
Nel piano industriale Alitalia-Etihad, Fiumicino sarà un hub molto più forte per Alitalia, ma al contempo sia Milano Malpensa che gli altri aeroporti vedranno un aumento delle frequenze settimanali verso destinazioni intercontinentali. Roma Fiumicino vedrà tra l'offerta attuale e quella del 2018 un incremento di circa il 30 per cento. La stessa Milano Malpensa vedrà un incremento dell'offerta del 127 per cento nelle frequenze settimanali verso destinazioni intercontinentali e nel complesso l'offerta settimanale di voli dal piano Alitalia/Etihad dovrebbe vedere un forte aumento da qui al 2018 di oltre il 60 per cento.



La crisi economica che sta attraversando l'Italia ha avuto delle gravi conseguenze anche su tutto il settore dei trasporti. In particolare nel biennio 2011-2013, è caduta la domanda sia del trasporto regionale su ferro, che quella aerea. Le diminuzioni maggiori si sono registrate nel mercato aereo domestico e nel traffico autostradale, mentre solamente il mercato ferroviario Alta Velocità ha visto un aumento della domanda di circa il 37 per cento in un biennio

## MERCATO ALTA VELOCITÀ: LA CONCORRENZA

(sviluppo della domanda dal 2011 al 2013)



Fonte: Analisi università Milano Bicocca

L'Europa è stato il secondo continente a sviluppare l'alta velocità, dopo il successo giapponese negli anni '60. Attualmente, dopo la Cina, l'Europa ha la rete infrastrutturale più estesa con quasi 7500 chilometri e nei prossimi anni dovrebbe raggiungere i 20 mila chilometri. La velocità standard è di 300 km/h, ma in Francia alcuni tratte sono a 320 km/h. La rete più lunga è quella spagnola con oltre 2500 km, mentre l'Italia è l'unico paese dove c'è concorrenza tra due operatori.

## ALTA VELOCITÀ IN EUROPA

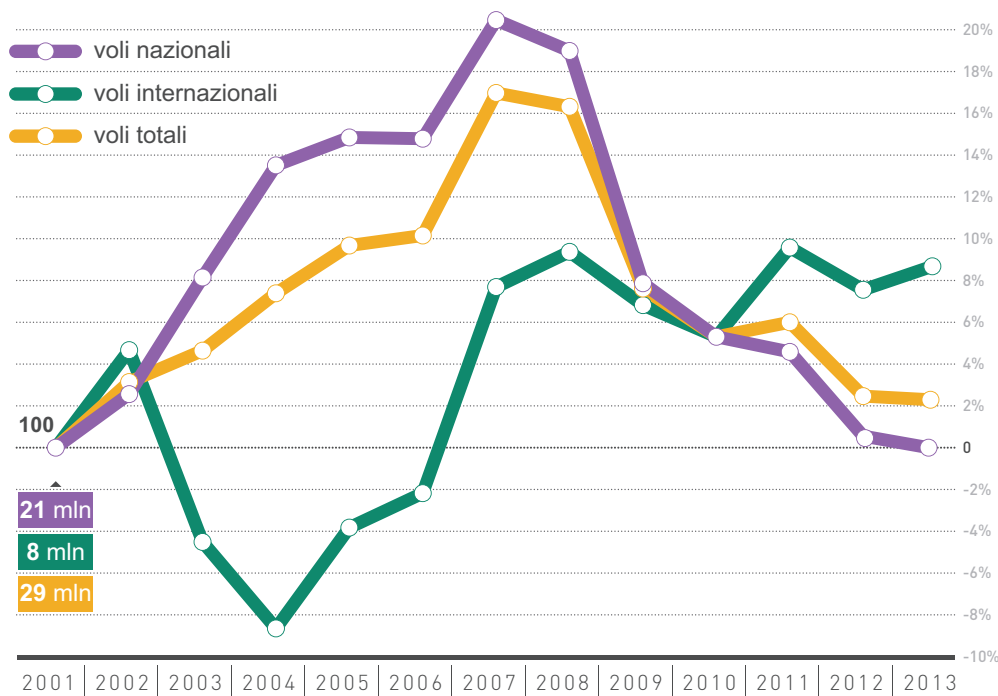
| Paese       | Anno Costruzione | Velocità Max | Km Totali |
|-------------|------------------|--------------|-----------|
| Francia     | 1981             | 320          | 2.036     |
| Italia      | 1981             | 300          | 923       |
| Germania    | 1988             | 300          | 1.352     |
| Spagna      | 1992             | 300          | 2.515     |
| Belgio      | 1997             | 300          | 209       |
| Regno Unito | 2003             | 300          | 113       |
| Svizzera    | 2007             | 250          | 35        |
| Olanda      | 2009             | 300          | 120       |
| Austria     | 2012             | 250          | 48        |
| TOTALE      |                  |              | 7.351     |

Elaborazione Ugo Arrigo dai dati di NTV



## VIAGGI D'AFFARI LA DINAMICA ANNUALE

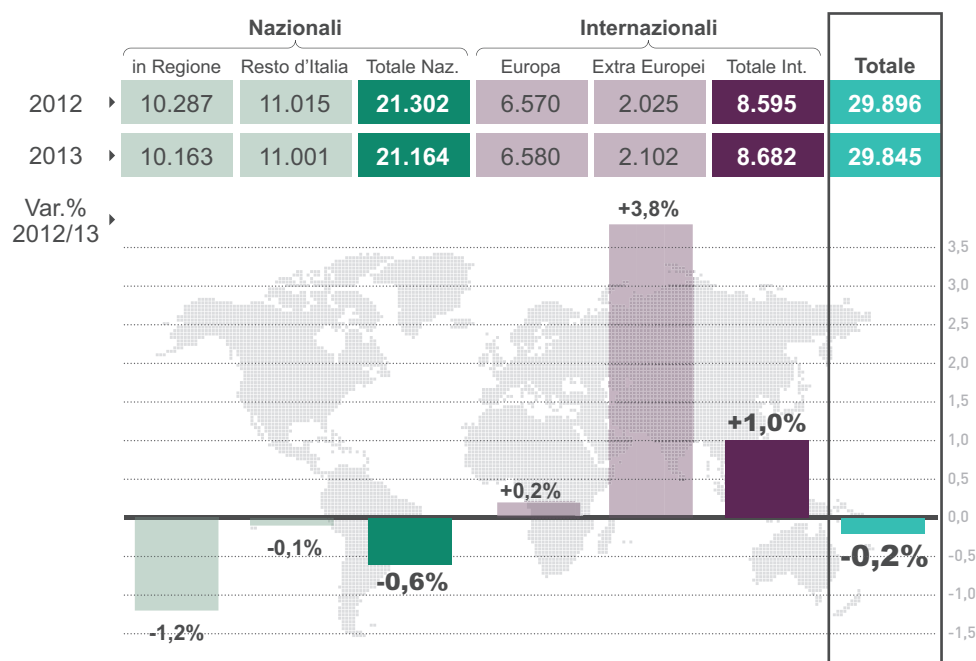
Numero indice base 2001=100



I dati mostrano che il mercato dei viaggi d'affari delle imprese italiane si è fermato nel 2013 a 29,8 milioni di trasferte, con una diminuzione su base annua di -0,2 punti percentuali. In un'ottica pluriennale il dato 2013 avvicina il numero dei viaggi ai livelli del 2001. Tuttavia il trend di lungo periodo è ancora oggi da considerarsi in espansione.

## VIAGGI D'AFFARI PER DESTINAZIONE

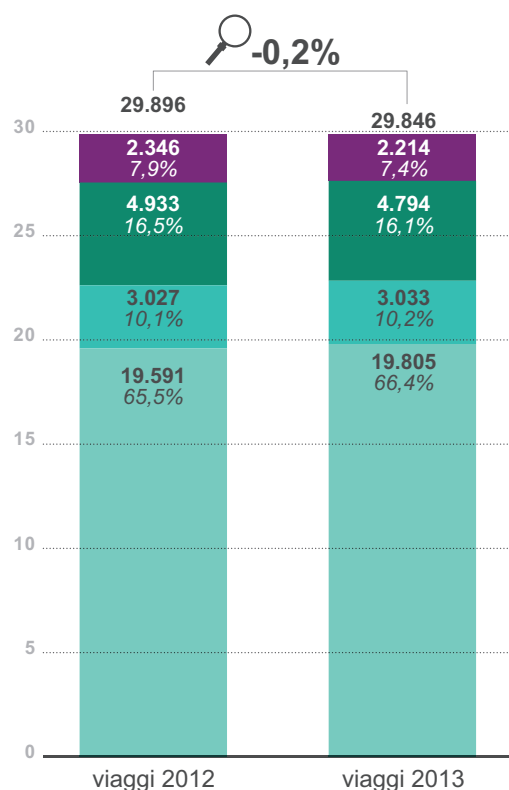
Valori assoluti in migliaia



Per il terzo anno consecutivo il dato aggregato sintetizza una dinamica delle trasferte a tre velocità: a un mercato italiano in contrazione (-0,6 per cento) corrisponde infatti un mercato europeo stazionario e un segmento intercontinentale in decisa crescita (3,8 per cento). Il trend sembra riflettere la continua crescita degli investimenti diretti esteri delle imprese italiane. Lo sviluppo di nuovi – e ampi – mercati o il differenziale del costo del lavoro diventano quindi elementi importanti per comprendere la dinamica delle trasferte intercontinentali.



L'analisi motivazionale mostra un quadro ben segmentato dove crescono soprattutto i viaggi individuali per incontrare clienti e fornitori (1,1 per cento) che ora rappresentano quasi due terzi del mercato. Tra le altre motivazioni si segnala soprattutto il crollo verticale delle trasferte legate alla necessità di comunicazione e formazione (-5,6 per cento), mentre la buona dinamica delle trasferte internazionali permette di limitare a -2,8 per cento il calo delle trasferte per recarsi alle fiere. Anche nel 2013 va infatti segnalata la forbice tra i risultati delle fiere internazionali (positivi) e risultati delle fiere nazionali (negativi).



Var. % 2012/13



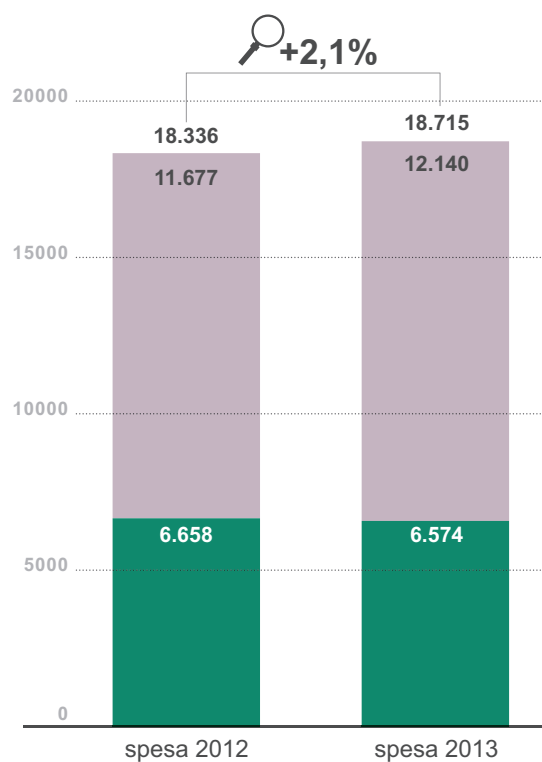
Altro

**-5,6%**

Fiere

**-2,8%**Riunioni  
aziendali**+0,2%**Incontri  
clienti/fornitori**+1,1%**

Nel 2013 la spesa per viaggi d'affari delle imprese private italiane a prezzi correnti è salita a quota 18,8 miliardi di euro, in crescita del 2,1% rispetto ai livelli dell'anno precedente. La componente internazionale traina la crescita, con un avanzamento del 4% sostenuto sia da una componente reale – la crescita quantitativa delle trasferte intercontinentali e l'incremento nei pernottamenti – sia da una componente di prezzo anche legata alla crescita dei costi del petrolio. In diminuzione la spesa nazionale (-1,3%), un dato negativo su cui pesa sia il calo delle trasferte, sia della riduzione del numero di pernottamenti sia l'emorragia di passaggi aerei a favore della – meno costosa – alta velocità ferroviaria.

Variazione '13/12  
(a prezzi correnti)

Internazionale

**+4,0%**

Nazionale

**-1,3%**



## DINAMICA DEGLI AEROPORTI MILANO LINATE E MILANO MALPENSA

Novità dell'edizione 2014 della Business Travel Survey la collaborazione con SEA, società che gestisce e sviluppa il sistema aeroportuale per gli aeroporti di Milano Malpensa e Milano Linate, garantendo tutti i servizi e le attività connesse.

Questa collaborazione permetterà di monitorare lo sviluppo degli Aeroporti Milanesi in vista di EXPO 2015 ed il loro futuro, non solo in termini di flussi turistici leisure e business, ma anche da un punto di vista cargo.

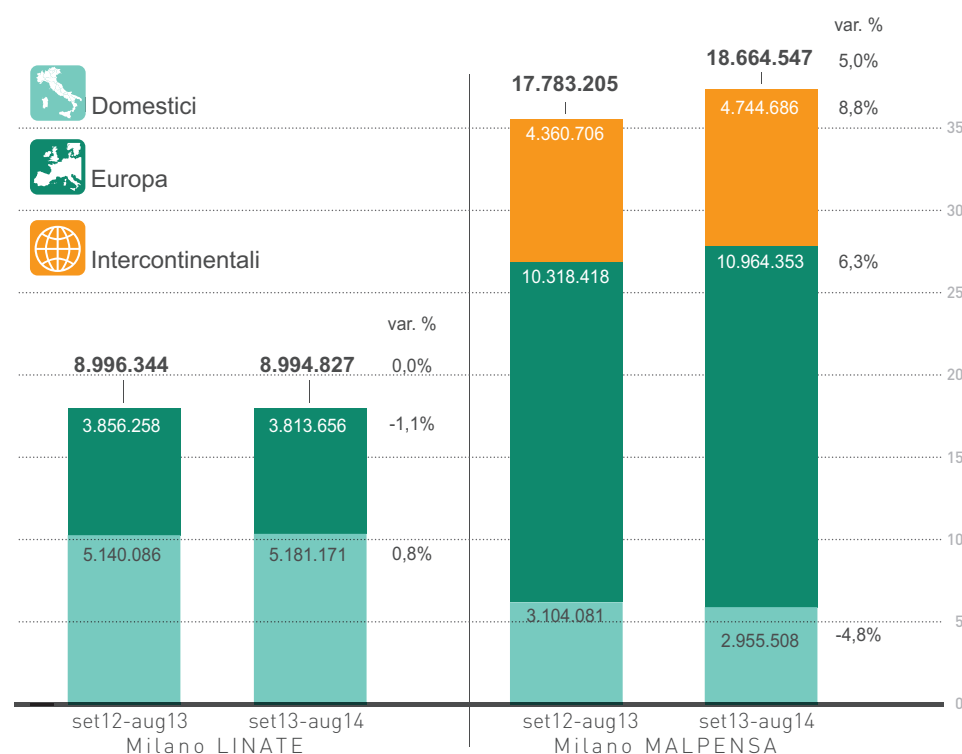
Saremo in grado, infatti fin dalla prossima edizione digitale della Business Travel Survey (prevista per febbraio 2015) di dare delle anticipazioni sul traffico previsto per EXPO 2015.

La scelta di inserire un focus sul trend cargo è stata dettata dal fatto che è un indicatore importante per valutare l'andamento della produzione industriale, della redditività del Paese e di conseguenza del PIL.

Di seguito, quindi, grazie alla banca dati SEA, i dati principali inerenti alle compagnie aeree e alle destinazioni nazionali, europee ed intercontinentali dei due aeroporti Milano Linate e Milano Malpensa inerenti al traffico passeggeri e cargo.



## TRAFFICO PASSEGGERI PER AREA GEOGRAFICA



Segmentando il traffico geografico in 3 cluster, si ottiene una panoramica della rilevanza dei voli europei, nazionali ed intercontinentali nei due aeroporti milanesi.

Linate, che è caratterizzato da un'offerta di voli nazionali ed internazionali, vede più della metà dei propri movimenti dedicati al mercato domestico, mentre Malpensa si conferma l'aeroporto intercontinentale di Milano, in cui i voli nazionali sono solo il 16 per cento, mentre quelli intercontinentali ed europei raggruppano rispettivamente il 25 e il 59 per cento del totale.

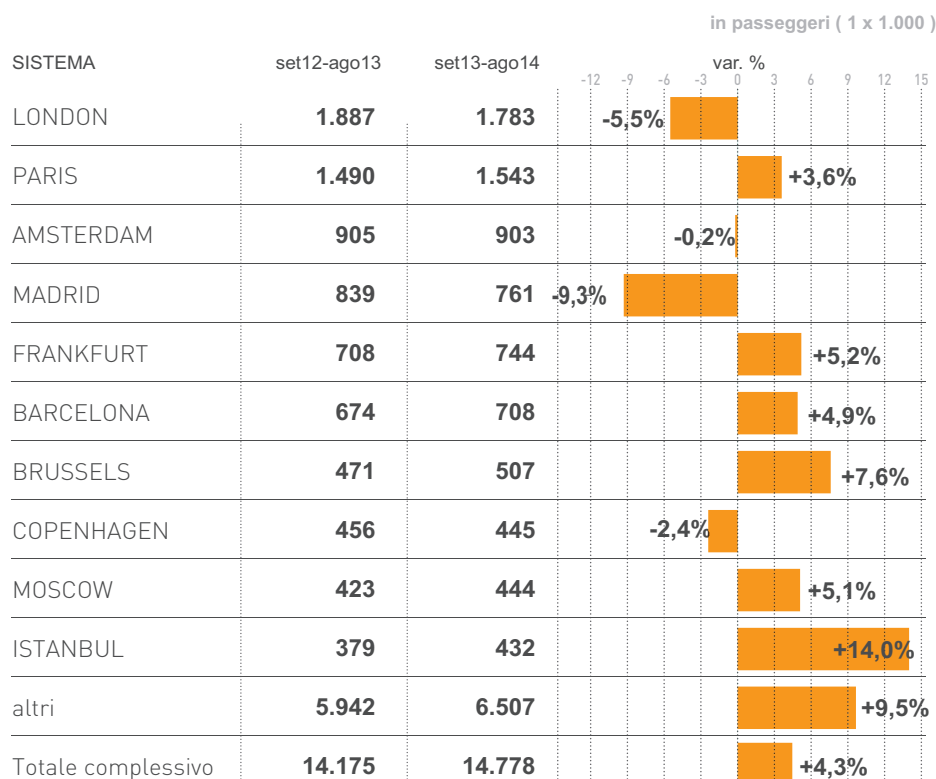


Raggruppando i due aeroporti si ottiene una visione globale del traffico europeo in ambito Leisure e Business nell'area milanese. Emerge una crescita complessiva del traffico europeo nel 2014 di 4,3 punti percentuali rispetto al 2013.

Al primo posto Londra, che nonostante il calo di 5,5 punti percentuali rispetto all'anno precedente rappresenta il 12 per cento del totale del traffico. Seguono Parigi e Amsterdam.

In calo le destinazioni di Londra, Amsterdam, Madrid e Copenhagen. Fra le destinazioni in crescita, emerge Istanbul con più 14 per cento.

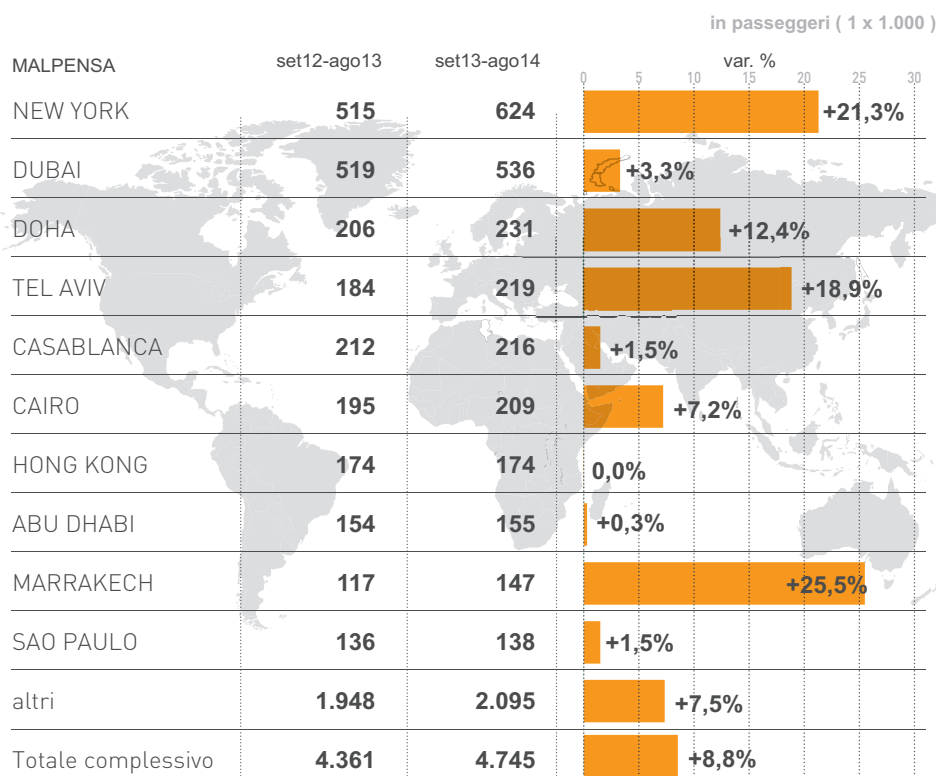
## TRAFFICO PASSEGGERI EUROPEO IN PARTENZA DAGLI AEROPORTI LINATE E MALPENSA



I voli intercontinentali registrati a Malpensa vedono tonare New York in testa alla classifica seguita da Dubai, Doha e Tel Aviv.

Interessante notare che i dati registrati da Sea-Aeroporti non hanno rilevato variazioni negative rispetto all'anno precedente

## TRAFFICO INTERCONTINENTALE DEI PASSEGGERI IN PARTENZA DA MALPENSA





A cura di Sea Aeroporti Milano

## QUOTE MERCATO AEREO DI LINATE E MALPENSA

Market share (anno rolling 2014/2013)

| LINATE                | set12-ago13 | set13-ago14 | var. numero passeggeri |
|-----------------------|-------------|-------------|------------------------|
| ALITALIA              | 59,5%       | 60,3%       | 73.070                 |
| MERIDIANA             | 11,0%       | 8,7%        | -198.452               |
| BRITISH AIRWAYS       | 5,1%        | 5,5%        | 33.015                 |
| EASYJET               | 4,0%        | 5,2%        | 110.576                |
| AIR FRANCE            | 4,9%        | 4,8%        | -1.621                 |
| LUFTHANSA             | 4,5%        | 4,4%        | -6.001                 |
| KLM                   | 4,1%        | 4,2%        | 2.393                  |
| IBERIA                | 1,8%        | 2,2%        | 33.549                 |
| BRUSSELS AIRLINES     | 0,8%        | 1,3%        | 48.624                 |
| SCANDINAVIAN AIRLINES | 1,0%        | 1,1%        | 10.744                 |
| altri                 | 3,4%        | 2,2%        | -107.414               |
| Totale complessivo    | 100%        | 100%        |                        |

| MALPENSA           | set12-ago13 | set13-ago14 | var. numero passeggeri |
|--------------------|-------------|-------------|------------------------|
| EASYJET            | 34,4%       | 34,5%       | 320.822                |
| LUFTHANSA          | 6,1%        | 5,8%        | 12.344                 |
| ALITALIA           | 9,0%        | 5,7%        | -548.281               |
| EMIRATES           | 2,8%        | 3,7%        | 177.552                |
| NEOS               | 2,6%        | 2,5%        | -4.202                 |
| MERIDIANA          | 1,4%        | 2,4%        | 194.862                |
| TURKISH AIRLINES   | 2,2%        | 2,3%        | 46.752                 |
| VUELING            | 1,8%        | 1,8%        | 6.621                  |
| AIR BERLIN         | 1,5%        | 1,8%        | 68.366                 |
| TAP AIR PORTUGAL   | 1,4%        | 1,7%        | 67.896                 |
| altri              | 36,8%       | 38,0%       | 538.610                |
| Totale complessivo | 100%        | 100%        |                        |

Alitalia anche quest'anno rimane leader nei voli che partono da Linate con una quota del 60 per cento sul totale delle trasferte. Segue Mediana che sta peraltro riposizionando numerosi servizi sullo scalo di Malpensa.

Dal punto di vista dei principali vettori che operano a Malpensa, Easyjet riconferma la sua leadership col 34 per cento dei movimenti e una crescita pari a 5 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

## TRAFFICO CARGO IN PARTENZA DA MILANO

Delta tons 2014/2013

| MALPENSA           | set12-ago13 | set13-ago14 | var. Kg    |
|--------------------|-------------|-------------|------------|
| LUXEMBOURG         | 8,7%        | 8,2%        | 563.102    |
| SEOUL              | 6,9%        | 6,9%        | 1.362.349  |
| DOHA               | 5,5%        | 6,6%        | 3.946.581  |
| MOSCOW             | 4,3%        | 6,2%        | 5.989.044  |
| NEW YORK           | 4,8%        | 5,9%        | 3.835.768  |
| HONG KONG          | 7,0%        | 5,4%        | -2.698.442 |
| DUBAI              | 6,5%        | 5,4%        | -1.671.041 |
| ABU DHABI          | 5,5%        | 5,2%        | 259.899    |
| PARIS              | 4,8%        | 5,0%        | 1.490.425  |
| TOKYO              | 4,9%        | 4,8%        | 829.842    |
| altre              | 41,2%       | 40,3%       | 6.050.157  |
| Totale complessivo | 100%        | 100%        |            |

L'analisi del traffico cargo rende evidente la sempre più ampia estensione del processo economico rivolto ai mercati intercontinentali.

Il principale scalo verso cui Milano esporta la propria merce è Lussemburgo, sede di Cargolux International e hub di transito verso le numerose destinazioni intercontinentali presenti nel network del vettore. Seguono Seoul, Doha e Mosca, che rispetto all'anno precedente ha registrato un incremento del 58 per cento a seguito della crescita dell'attività del vettore russo Airbridge Cargo.



Dal punto di vista del traffico Cargo, il gruppo Cargolux, con la branch italiana Cargolux Italia basata a Malpensa dal 2009, ottiene la leadership a Milano.

Seguono Qatar Airways e la compagnia statunitense Federal Express. Emerge la forte crescita dell'utilizzo delle compagnie arabe per il trasporto merci.

## QUOTE DI MERCATO DEL TRAFFICO CARGO A MILANO

Delta tons 2014/2013

| VEETTORE                  | set12-ago13 | set13-ago14 | var. kg    |
|---------------------------|-------------|-------------|------------|
| CARGOLUX GROUP            | 18,2%       | 17,7%       | 3.614.939  |
| QATAR AIRWAYS             | 6,1%        | 8,6%        | 14.394.513 |
| FEDERAL EXPRESS           | 8,9%        | 8,0%        | -751.711   |
| EMIRATES                  | 5,6%        | 6,7%        | 6.807.770  |
| AIR BRIDGE CARGO AIRLINES | 4,7%        | 6,3%        | 8.355.222  |
| ETIHAD AIRWAYS            | 4,7%        | 5,4%        | 5.353.691  |
| CATHAY PACIFIC AIRWAYS    | 5,1%        | 4,5%        | -1.444.119 |
| KOREAN AIR                | 3,7%        | 4,5%        | 4.311.482  |
| SILK WAY                  | 4,0%        | 4,1%        | 1.158.221  |
| DHL                       | 3,5%        | 3,2%        | 153.283    |
| altri                     | 35,3%       | 30,9%       | -7.052.569 |
| Totale complessivo        | 100%        | 100%        |            |

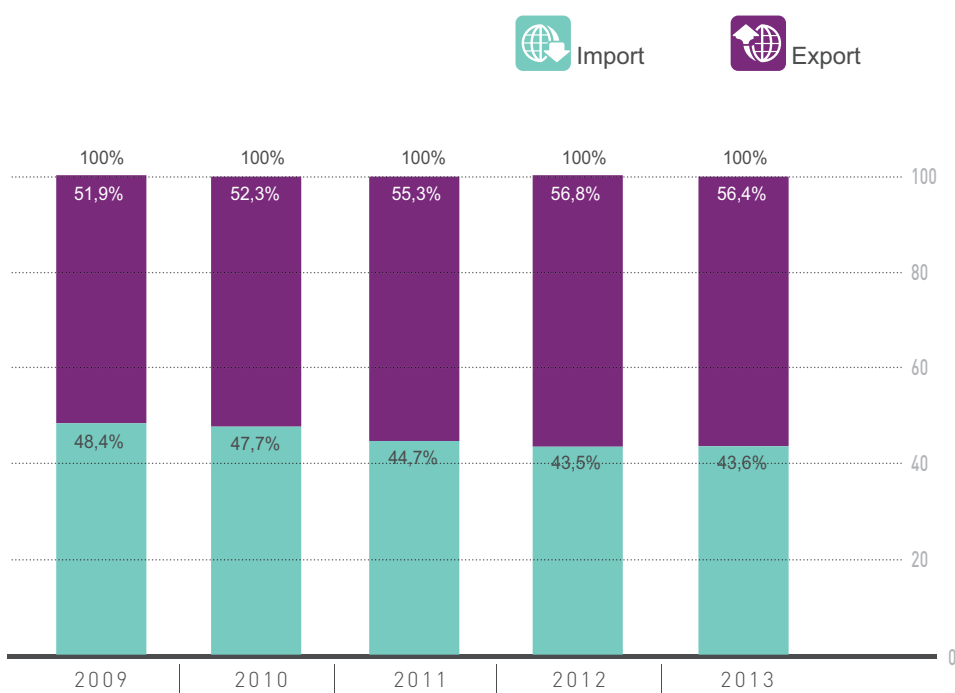
Il trend degli ultimi 5 anni evidenzia un ampliamento della forbice tra importazioni ed esportazioni registrate a Milano.

L'Export nel 2013 supera le importazioni di quasi il 30 per cento, mentre nel 2009 le superava solo di 7 punti.

Il guadagno economico legato al traffico cargo è puntato al risparmio della manodopera e al risparmio dei costi legati alla maggiore velocità di trasporto delle merci.

## TREND DEL TRAFFICO CARGO NEGLI ULTIMI 5 ANNI

Delta % tons 2014/2013



# YOUR MARKETPLACE FOR EXPO MILANO 2015.



**Alitalia**

**AIRFRANCE** **KLM** **DELTA**



GLOBAL  
CORPORATE PAYMENTS

**Travelport**  
Redefining travel commerce



UVET AMERICAN EXPRESS  
GLOBAL BUSINESS TRAVEL

Le precedenti edizioni della **Business Travel Survey** sono disponibili su:



[www.uvetamex.com/bts](http://www.uvetamex.com/bts)

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

[marketing@uvetamex.com](mailto:marketing@uvetamex.com)  
t. +39 02 81838031  
[www.uvetamex.com](http://www.uvetamex.com)