



# 2019. Un anno da record

A dispetto delle forti incertezze economiche internazionali, il viaggio d'affari gode di ottima salute, cresce e si evolve. Ecco alcuni dati previsionali e le nuove tendenze di un settore che vede sempre più protagonista la donna **a cura di CoTi**

**N**el 2018 la spesa per viaggi d'affari ha superato i 20 miliardi di euro, in crescita del 2,8%. Le previsioni di crescita registrano il dato migliore degli ultimi 10 anni. Si prevedono infatti incrementi tra 3 e 4,5 punti percentuali. I dati sono del Nuovo Osservatorio sui Viaggi d'Affari realizzato dal professor **Andrea Guizzardi** con il supporto del Dipartimento di scienze statistiche e del Centro di studi avanzati sul turismo (Cast) dell'Università di Bologna e promosso da AirPlus International, Amadeus, HRS e Lufthansa Group. Sale dal 35% al 45% la percentuale di travel manager in tutto il mondo che prevede un aumento degli spostamenti. Previsioni positive e in linea con il trend globale anche per il mercato italiano. «Le imprese italiane hanno continuato ad investire e ci dicono che continueranno a farlo anche nel 2019, a dispetto delle forti incertezze economiche internazionali», ci fa

sapere **Daniele Aulari**, Country Manager AirPlus International Italia. Dai risultati del quattordicesimo International Travel Management Study di AirPlus quasi la metà (45%) dei 777 travel manager intervistati in 24 paesi prevede che la propria azienda viaggerà di più nel 2019. Nel 2018 la percentuale era del 35%, e il dato per il 2019 è in assoluto il migliore dalla crisi finanziaria di dieci anni fa. Solo il 10% dei travel manager pensa che i viaggi aziendali diminuiranno, mentre il 44% non prevede alcun cambiamento. L'India è il paese con il più alto numero di travel manager (83%) a prevedere un aumento dei viaggi nel 2019. Al contrario è il 33% dei travel manager russi – percentuale più alta di qualsiasi altro paese – ad aspettarsi una flessione. Le previsioni sono sostanzialmente positive anche per i travel manager italiani, e in linea con lo scenario globale. Il 42% degli intervistati (30% nel 2018) si aspetta un aumento dei viaggi aziendali, e solo il 4% prevede un calo.

Daniele Aulari, Country  
Manager AirPlus  
International Italia



## Travel manager ottimisti

Quasi la metà (46%) dei travel manager intervistati pensa che l'economia globale porterà dei benefici al settore nel 2019. Il dato è nettamente in crescita rispetto allo scorso anno (27%) ed è il più alto nei sei anni in cui lo studio ha proposto questa domanda. Solo il 16% dei travel manager si aspetta che l'economia influenzerà negativamente i viaggi d'affari – il dato nel 2018 si assestava al 20%. In Italia la percentuale dei travel manager a ritenere che l'economia avrà un impatto positivo sul settore è salita al 38% – nel 2018 era del 18% – mentre solo il 5% ipotizza un'influenza negativa. L'ottimismo fra i travel manager può sembrare sorprendente alla luce dei numerosi fattori che minacciano di rallentare l'economia globale nel 2019, tra cui la Brexit, la minore crescita dell'economia cinese e le dispute commerciali internazionali. Cio-

nonostante al momento della stesura dei risultati, il Fondo Monetario Internazionale prevede per il 2019 una crescita del PIL mondiale del 3,5% (crescita più contenuta rispetto al 2018, ma ancora una percentuale relativamente elevata), e sappiamo che il volume dei viaggi d'affari e il PIL sono stati a lungo messi in correlazione.

«La previsione dei nostri travel manager di un aumento dei viaggi d'affari evidenzia l'importanza acquisita da questo settore negli anni. Indipendentemente da eventuali effetti positivi o negativi dell'economia globale, i travel manager considerano i viaggi d'affari necessari e essenziali per acquisire nuovi business e affrontare nuove sfide», afferma il Direttore Marketing di AirPlus International, **Yaël Klein**. «L'aumento del numero dei viaggi richiede un maggiore controllo della spesa. Fortunatamente ci sono molti strumenti ed eccellenti tecniche per aiutare a monitorare e gestire le spese di viaggio».

### Il travel manager è donna

Secondo l'Osservatorio il settore dei viaggi d'affari risulta essere una mansione tipicamente femminile, con un uomo ogni tre donne. Inoltre, la figura del travel manager stenta ad affermarsi. «Il processo di ristrutturazione industriale avvenuto nel nostro Paese ha diminuito gli organici degli uffici viaggi», spiega **Guizzardi** e «solo il 13% delle aziende intervistate ha almeno un addetto dedicato, mentre il 68% fa gestire i viaggi a dipendenti che hanno un'altra funzione principale».

### Le trasferte si fanno in auto e treno

Anche se la preferenza delle aziende va all'auto, è il treno a fare registrare la migliore performance su base annua (+4,9%). Il merito è della continua espansione dell'offerta in alta velocità, nonché della diminuzione del prezzo dei biglietti. L'aereo (+2,8%) cresce soprattutto sui mercati nazionale ed europeo. Questo incremento è causato da schemi di pricing aggressivi che lo rendono – talvolta solo in apparenza – molto competitivo. Nel suo insieme, il trasporto incide per il



56,9% sui budget delle aziende italiane (+2,2%).

### Incremento dei costi

La conseguenza quasi inevitabile di un maggior numero di viaggi è l'incremento dei costi. Il 51% - 41% nel 2018 - dei travel manager si aspetta che nel 2019 la spesa dei viaggi prenotati dalla propria azienda aumenterà. In particolare il 50% prevede una crescita dei costi dei biglietti aerei, il 49% dei pernottamenti, il 42% dei costi per Meeting e Congressi, il 37% dei costi noleggio auto e il 29% dei costi del trasporto ferroviario. Anche gli italiani pensano che crescerà la spesa per viaggi d'affari (45% contro il 32% del 2018) e solo una piccola percentuale ipotizza una diminuzione (4%). L'aumento maggiore riguarderà le tariffe aeree (lo ritiene il 45% degli intervistati), seguite da quelle per pernottamenti e noleggio auto (42%), per meeting e convention (29%) e trasporto ferroviario (25%).



**Visto, valutato, prenotato**

La ricerca di AirPlus evidenzia come oggi le recensioni ricoprono un ruolo molto importante nel processo di prenotazione di una struttura alberghiera da parte dei viaggiatori d'affari italiani. L'Italia si posiziona infatti fra i mercati ai primi posti per l'utilizzo delle piattaforme e la condivisione delle valutazioni. Il 95% degli italiani intervistati dichiara di prendere in considerazione le recensioni, e ben il 99% le ritiene affidabili. Al momento della prenotazione, il 38% degli italiani prenota l'hotel essenzialmente in base alle recensioni, e a corollario del proprio soggiorno il 34% è solito commentare l'esperienza sulle piattaforme. «Le aziende potrebbero condividere internamente le esperienze dei loro viaggiatori d'affari e rendere le recensioni sulle prenotazioni alberghiere, disponibili per i dipendenti», consiglia Yaël Klein, direttore marketing AirPlus. Le recensioni dei dipendenti di un'azienda sono un ottimo strumento a supporto della visione e delle policy dell'azienda stessa. I dipendenti si fidano delle recensioni dei colleghi e si adeguano alla politica aziendale prenotando gli hotel preferiti all'interno dell'azienda.

**Recensioni e pagina aziendale**

«Sarebbe interessante verificare se il proprio strumento di prenotazioni alberghiere offre opportunità di recensione», consiglia Klein ai travel manager. In caso contrario, potrebbe essere creato un collegamento aziendale a una piattaforma pubblica. «I link alle piattaforme di recensione hanno dimostrato di essere un successo per i nostri clienti. Ciò che si temeva - ossia che i clienti lasciando la pagina aziendale per consultare i link poi prenotassero anche altrove - non si è verificato. Al contrario i dipendenti ottengono informazioni da un'ampia gamma di fonti, ma in ultima analisi le prenotazioni vengono effettuate tramite i propri sistemi aziendali» conclude Klein. Il vantaggio innegabile delle piattaforme online per il fruitore finale? Quello di offrire fra i suoi standard una grande quantità di informazioni - come i dettagli sugli hotel quali posizione, servizi e trasporti. Consultando le recensioni online, infine, è più facile escludere dalla considerazione gli hotel che non vanno bene.