

2014: I MANAGER ITALIANI RIPRENDO A VIAGGIARE IN EUROPA, L'ITALIA RIMANE IN STAND-BY

L'andamento delle trasferte in Italia è positivo poiché delinea un incremento nell'utilizzo dei treni, degli hotel e dei servizi di autonoleggio a breve termine.

Tale aumento, a nostro avviso, è riconducibile principalmente alle **best practices** delle travel management company che supportano le aziende italiane nella gestione dei viaggi d'affari. L'ottimizzazione dei processi di prenotazione e gestione dei servizi di

viaggio è il **risultato dell'eccellente lavoro dei travel manager e dei responsabili della mobility aziendale** che, sempre di più, adottano piattaforme di Self Booking Tool integrate con gli E.r.p aziendali.

Come riporta il focus di contenuti a cura di **The European House Ambrosetti**, Il Business Travel Managed, apporta positivamente alle aziende che lo adottano, un risparmio annuale medio dell'8%.

Ed ecco un'altra buona notizia, dopo anni di stasi, **riprendono con vigore i voli europei** (spesa + 6.7%), verso quei mercati dalle economie consolidate (come Germania e UK), o in ripresa come la Spagna.

In leggera crescita i voli intercontinentali (spesa + 6.7%): ne beneficiano i paesi appartenenti alle aree Civets e Netx – Seven, mentre contraddittorio e di difficile interpretazione l'andamento non positivo dei Bric.

UVET AMERICAN EXPRESS

I DATI PIÙ SIGNIFICATIVI DEL PRIMO SEMESTRE 2014



► **UVET TRAVEL INDEX**
La crisi rallenta



▲ **TREND DI SPESA**
In crescita per il primo semestre 2014



► **BIGLIETTERIA AEREA**
In forte crescita il traffico europeo.
Contrazione del traffico nazionale



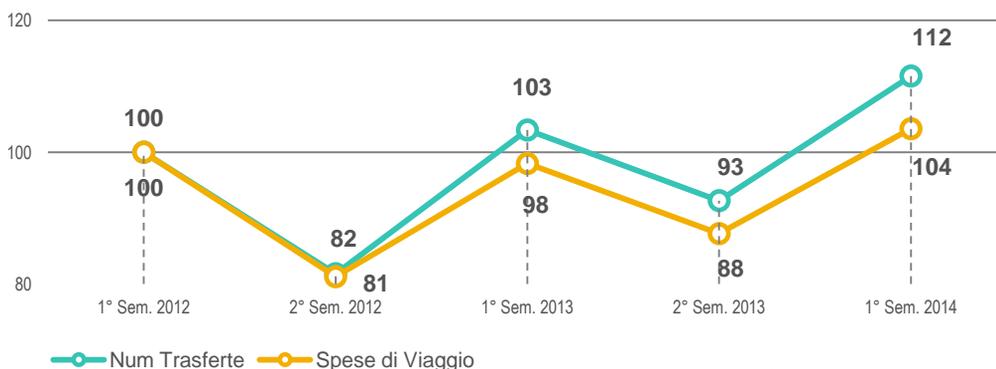
▲ **HOTELLERIE**
Incremento delle prenotazioni gestite all'interno delle travel policy



▲ **RAIL**
Aumento volumi e prenotazioni segmento alta velocità

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

Numero indice base 1° Semestre 2012



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



SOMMARIO

UVET TRAVEL INDEX			
The European House Ambrosetti	04	Le mete intercontinentali	13
		Le mete europee	15
		Le mete domestiche	16
TENDENZE GENERALI DI SPESA			
Trasferte e spese	08	VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON RAIL	
		Le spese	17
VIAGGI D'AFFARI			
Mix di Spesa	10	VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON HOTEL	
		Le spese	19
VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON AIR		Le principali destinazioni	20
Le spese	11		



UVET AMERICAN EXPRESS
GLOBAL BUSINESS TRAVEL

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

uvetamex.com



operations | mobility & business travel
events, meetings & congresses | communication



Preferred Authorized Reader

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

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

Ideata e realizzata da Uvet American Express, la ricerca offre una panoramica completa sul Business Travel e fornisce utili spunti di riflessione a tutti i responsabili dei viaggi aziendali e agli stessi operatori del mercato. Analisi, grafici e benchmark di mercato aiutano ad analizzare la situazione attuale e le tendenze evolutive di un settore in continuo mutamento e fanno meglio comprendere i trend di tutte le più importanti voci di spesa legate al travel.

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

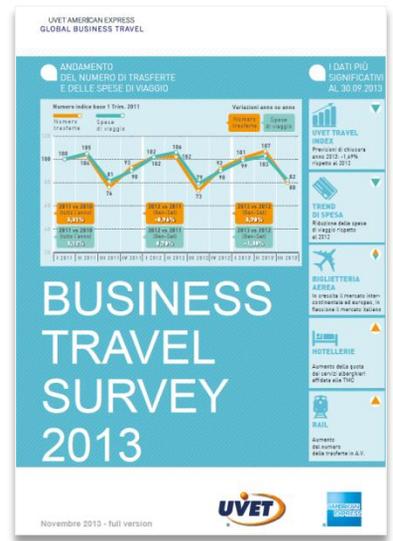
importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea e ferroviaria, hôtellerie e rent a car) e si focalizza sui dati relativi al 1° Sem. 2014.

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 gennaio 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.

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



INTRODUZIONE

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

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

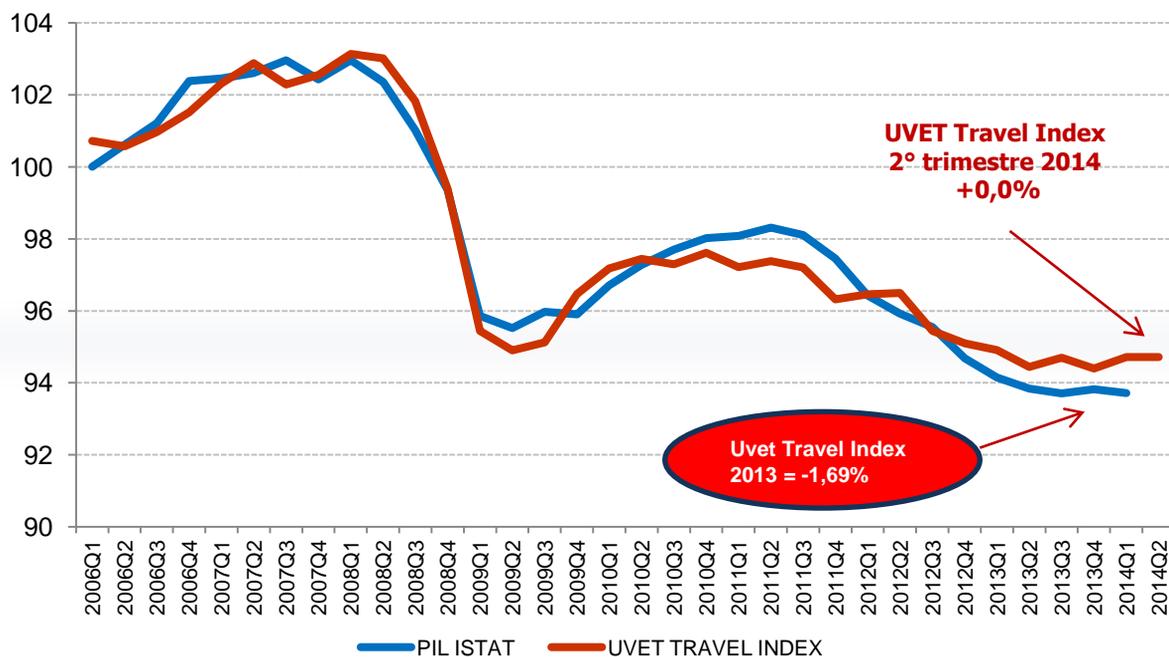
A livello metodologico, l'UVET Travel Index è un modello econometrico complesso che raccoglie circa 220.000 dati di *input* derivanti dalle informazioni disponibili nel database proprietario di UVET composto da un campione di 700 imprese rappresentative dell'economia italiana su 12 variabili chiave relative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

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

UVET TRAVEL INDEX: STIME DI CHIUSURA AL 2° TRIMESTRE DEL 2014

Il primo trimestre del 2014 si è chiuso con dei dati inaspettatamente negativi non solo per l'economia italiana, ma anche per quella di molti Paesi europei e per gli USA.

Le stime prevedevano una crescita, seppur contenuta, in quasi tutti i Paesi del vecchio continente e in USA. Così non è stato: è recente la pubblicazione dei dati dell'Istituto di Statistica Nazionale dell'Olanda che ha rivisto al ribasso le stime di crescita dell'economia, registrando per il primo trimestre dell'anno non più un incremento dello 0,9% del PIL, bensì una contrazione dello 0,6%. Anche la Finlandia, da sempre strenua difensore delle politiche di austerità, ha registrato una contrazione dello 0,4%.



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati UVET

In USA i segnali sono stati molto contrastanti e fino all'ultimo hanno subito variazioni che non si registravano da anni: la Federal Reserve e il Governo americano a dicembre 2013 prevedevano per il PIL un +0,1% nel primo trimestre 2014, stime riviste al ribasso a inizio anno a -0,1%, nuovamente riviste nella stima preliminare a marzo 2014 a -1% e poi il risultato concreto si è attestato al -2,9% dai dati ufficiali.

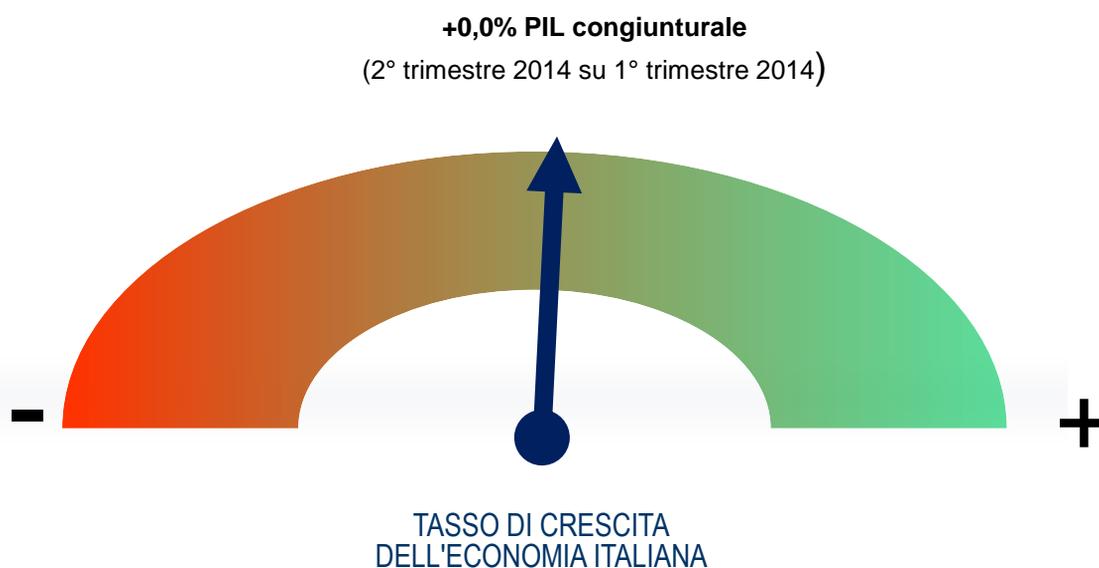
Alcuni effetti come l'inverno eccezionalmente freddo in USA e il calendario per l'Italia, considerando che la Pasqua nel 2013 è caduta nel primo trimestre e nel 2014 nel secondo, sono stati identificati come alcune delle cause per dei valori piuttosto distanti dalle stime.

Utilizzando i dati consuntivi del *Business Travel Managed* e applicando il modello econometrico di stima sul PIL che ha evidenziato relazioni statistiche significative tra UVET Travel Index e PIL nazionale, per il secondo trimestre del 2014 le stime evidenziano sull'Uvet Travel Index **una situazione invariata** (equivalente ad una variazione dell'indicatore dello 0% secondo trimestre 2014 su primo trimestre 2014).

Questi dati confermano le precedenti previsioni del primo trimestre 2014 quando l'Uvet Travel Index indicava un ciclo di attività economica sostanzialmente intorno allo zero. Questo trova coerenza con un rallentamento della crisi, fatto che l'indicatore sta segnalando da 9 mesi (luglio 2013).

Il perdurare di un ciclo economico con variazioni minime (nell'ordine di poche frazioni di punti percentuali nell'intorno dello zero), disegna un quadro congiunturale di stagnazione, che non esclude la possibilità – anche a breve – di un rimbalzo del PIL in territorio positivo. Rimbalzo che ad ora non si è però ancora verificato.

Si ricorda che l'ISTAT ha recentemente confermato in via definitiva l'indicazione leggera contrazione (-0,1%) del PIL del primo trimestre 2014. Il dato è anche influenzato dal fatto che il primo trimestre del 2014 ha avuto una giornata lavorativa in meno sia rispetto al trimestre precedente sia su base annua.



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati UVET

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

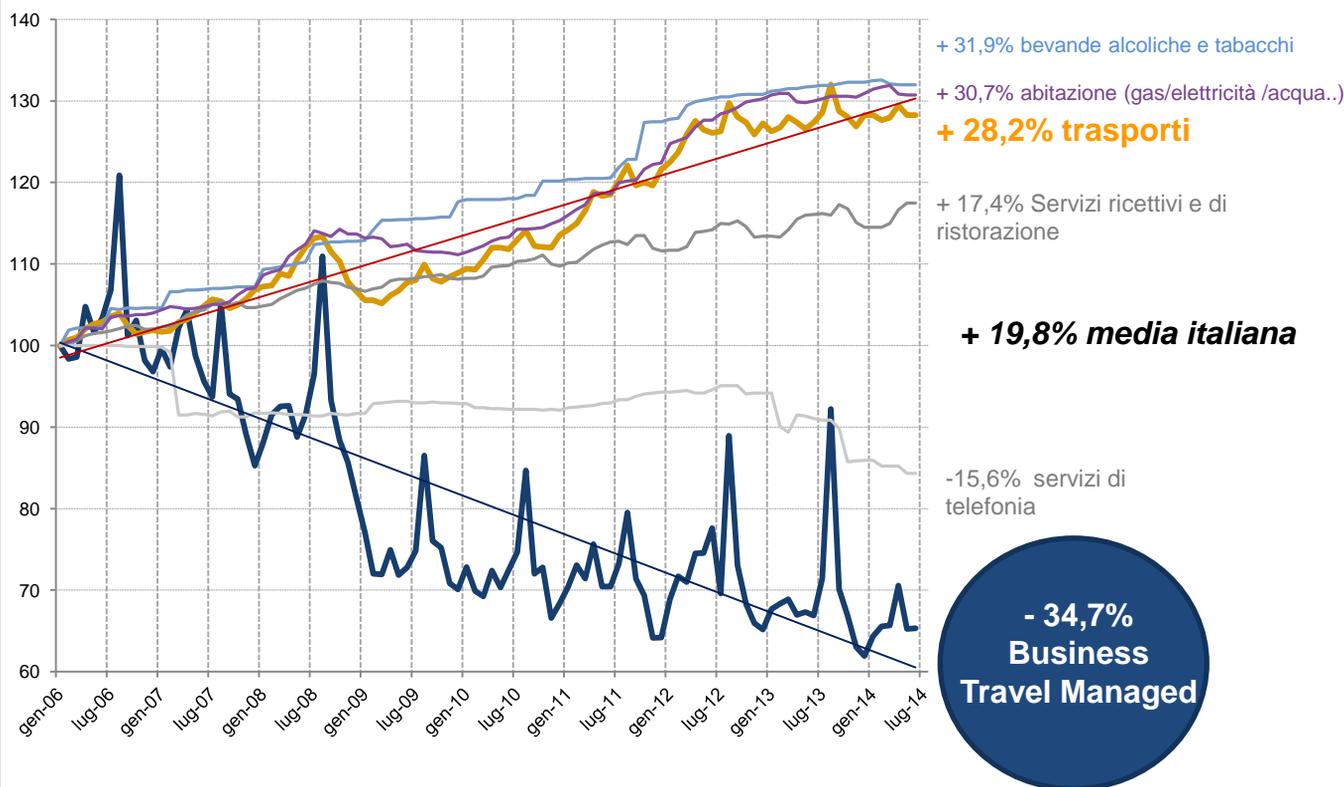
Le rilevazioni dei prezzi medi nel secondo trimestre del 2014 per il *Business Travel Managed* evidenziano il perdurare della compressione che caratterizza il comparto e, si conferma, la tendenza iniziata nel 2006 di **riduzione del costo medio di viaggio**.

Questa caratteristica tipica del settore rende il *Business Travel Managed* un settore che **crea valore aggiunto** e favorendo la creazione di efficienza nel sistema economico.

Basti pensare che tra gennaio 2006 e giugno 2014, l'incremento medio dei prezzi nel sistema economico è stato del 19,8%, l'incremento dei prezzi nel settore trasporti si è attestato al 28,2%, mentre quello nel ***Business Travel Managed* si è ridotto del 34,7%**.

In altre parole, in un contesto di prezzi del settore trasporti in crescita del 28,2% tra gennaio 2006 e giugno 2014, il comparto dei viaggi d'affari ha registrato una contrazione nei prezzi del 35%, andando in controtendenza anche rispetto alla crescita media dei prezzi (inflazione) dell'economia che si è attestata al 19,8%.

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



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

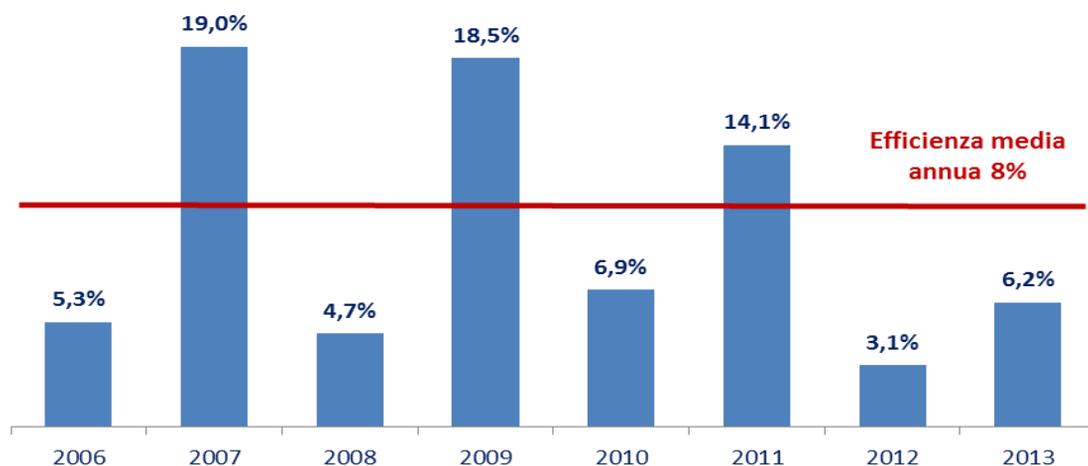
INDICATORE DI EFFICIENZA ANNUO DEL BUSINESS TRAVEL MANAGED

Con un semplice esempio numerico emerge con forza l'efficienza che viene costantemente prodotta nel comparto dei viaggi d'affari: a parità di caratteristiche e condizioni di viaggio, in media un viaggio che costava 100 Euro nel 2006, oggi costa 65 Euro, mentre se avesse seguito la media dei prezzi del settore dei trasporti sarebbe dovuto costare 128,2 Euro, quasi il doppio.

La compressione dei prezzi medi crea efficienza nel sistema e consente alle imprese di spendere meno per i viaggi d'affari (tema indice di internazionalizzazione) con benefici concreti sui budget di spesa per i viaggi e le missioni, in particolare all'estero.

A tal proposito, abbiamo elaborato un indice di efficienza del *Business Travel Managed*, calcolato come il differenziale annuo degli indicatori di prezzo tra il settore del *Business Travel Managed* e quello complessivo dei trasporti.

I risultati evidenziano come, in media, dal 2006 al 2013 il settore abbia prodotto un valore di efficienza pari a circa l'8% annuo così suddiviso: 4,5%-5% di efficienza è creata direttamente nel *Business Travel Managed* attraverso la riduzione dei prezzi a parità di servizio; 3%-3,5% deriva dalla crescita dei prezzi nel settore dei trasporti che non si riflette nel *Business Travel Managed*.



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

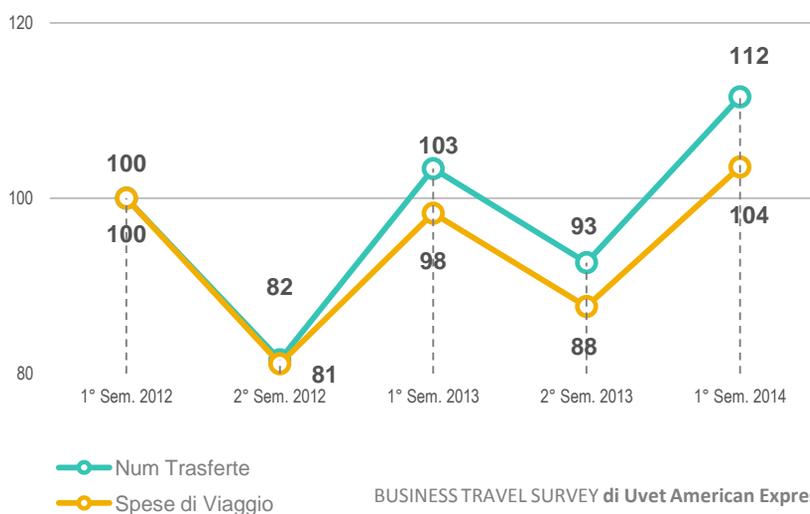
Questo valore si basa su dati oggettivi, pubblici e di mercato e dimostra come sia possibile disporre di servizi di viaggio per lavoro a prezzi che, anno dopo anno, sono inferiori in termini relativi rispetto all'inflazione e, spesso, anche in termini assoluti.

Nel 1° Sem. 2014 sia il numero di trasferte che le spese di viaggio mostrano un andamento crescente: rispetto all'anno precedente le prime hanno realizzato un aumento di 9 punti percentuali, mentre le seconde di 6 punti.

Lo stesso comportamento si registra nel triennio 2012 - 2014: il numero di trasferte cresce di 12 punti e le spese di 4 punti.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

(numero indice base 1° Sem. 2012)



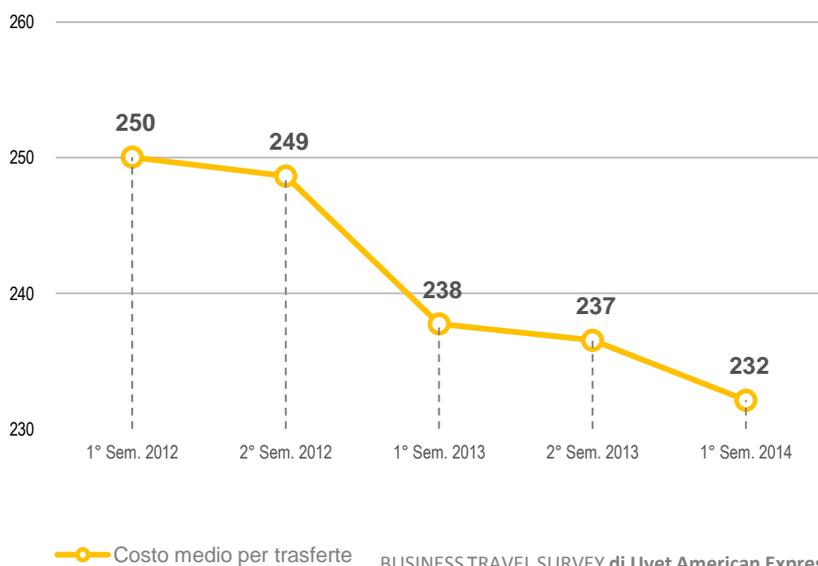
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

I primi mesi del 2014 hanno riconfermato il trend a ribasso del costo medio per trasferta.

Il grafico evidenzia un calo di 2.5 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, cioè di 6 euro in termini monetari.

COSTO MEDIO PER TRASFERTA

(Euro)



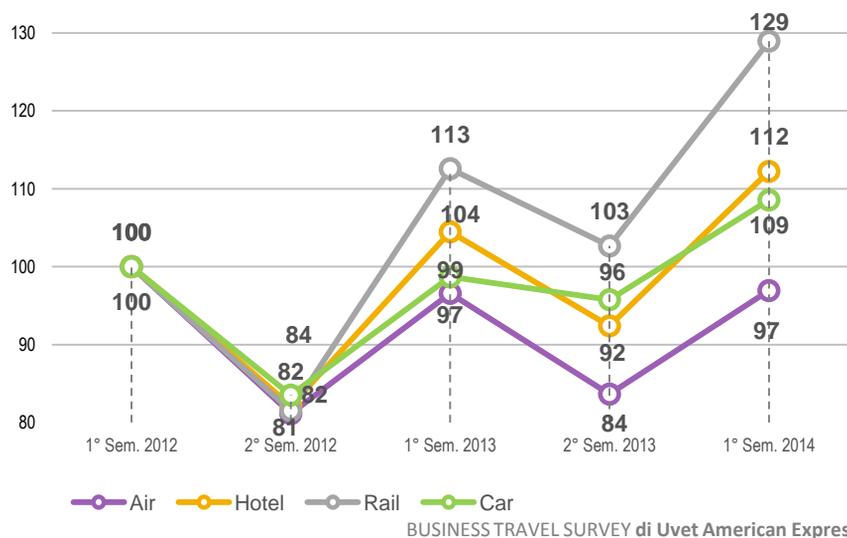
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il 1° Sem. 2014 registra aumenti del numero di trasferte per ogni tipologia di servizio, ad eccezione del servizio Air che rimane costante.

I servizi Rail, Hotel e Car riconfermano una crescita consistente rispetto l'anno precedente.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Sem. 2012)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

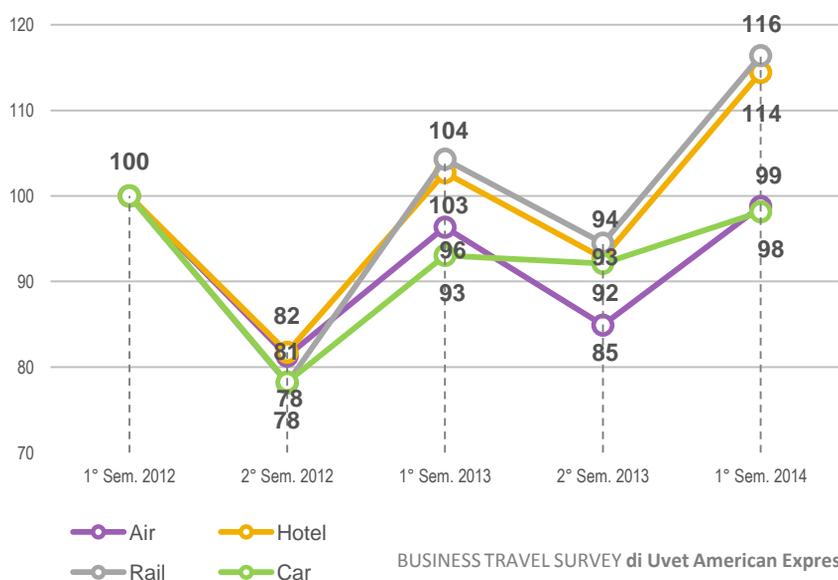
Le spese di viaggio, nel primo periodo del 2014, seguono lo stesso andamento del numero di trasferte ed evidenziano variazioni positive per ogni settore.

L'utilizzo del servizio aereo e del servizio car, nonostante abbiano visto una riduzione considerando il triennio 2012 - 2014, negli ultimi dodici mesi sono aumentati rispettivamente di 3 e di 5 punti percentuali.

Il servizio alberghiero ed il servizio ferroviario hanno visto, sia guardando il triennio precedente che considerando il 1° Sem. 2014 rispetto al 2013, un aumento in termini di spesa.

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

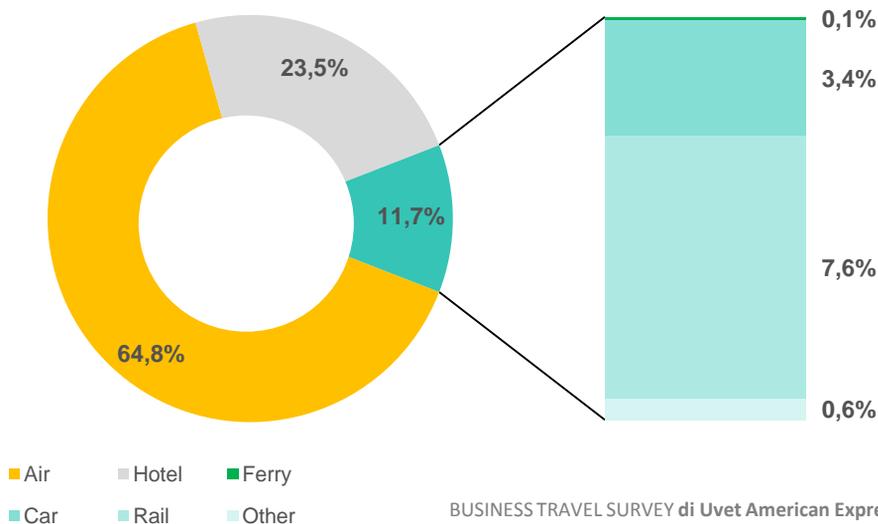
(Numero indice base 1° Sem. 2012)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Quasi i due terzi delle spese totali di viaggio appartengono al settore aereo. Rispetto al 2014 la quota del trasporto aereo è scesa di circa 2 punti percentuali. L'Hôtellerie copre oltre un quinto delle spese globali, incrementando nel 1° Sem. 2014 la propria quota di 1 punto percentuale. Cresciute lievemente anche le spese relative al servizio ferroviario, mentre rimangono invariate quelle del servizio Car.

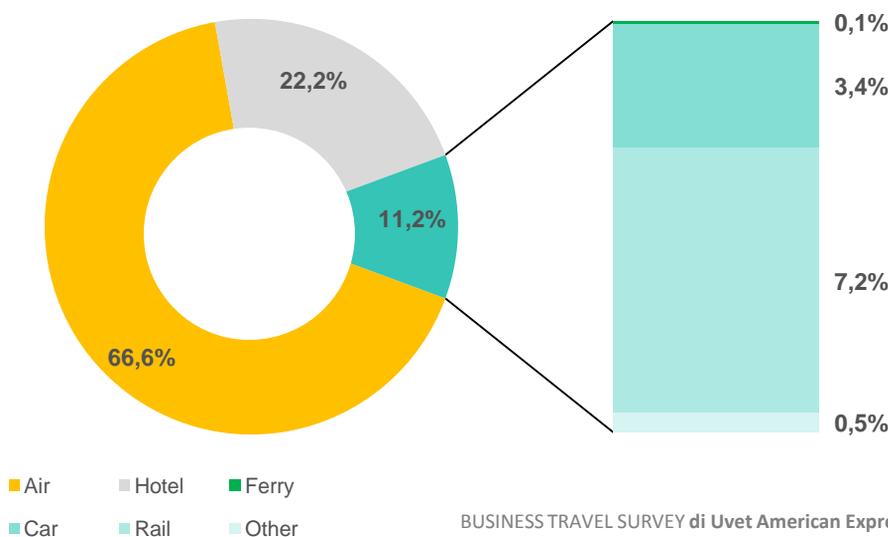
RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO (1° Semestre 2014)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel 2013 le spese di viaggio vedevano una maggiore predominanza del settore aereo rispetto al 1° Sem. 2014. Le spese del trasporto ferroviario e del servizio alberghiero, invece, nel 2013 pesavano di meno.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO (1° Semestre 2013)



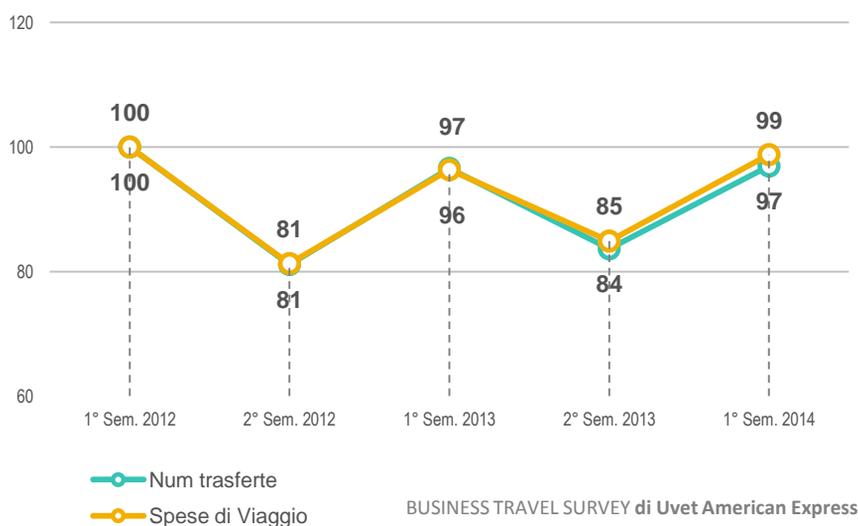
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel 1° Sem. 2014 il numero di trasferte è rimasto costante rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Le spese di viaggio, invece, sottolineano un aumento nei confronti del 1° Sem. 2013 di 3 punti percentuali. Considerando il triennio 2012 – 2014 si assiste ad una riduzione sia del numero di trasferte, pari a 3 punti percentuali, che del livello di spesa pari ad 1 punto.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE

(Numero indice base 1° Sem. 2012)

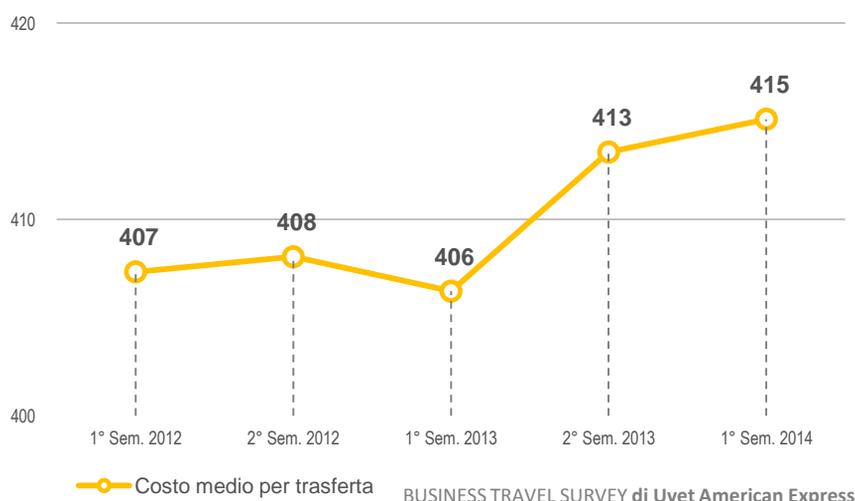


Negli ultimi 12 mesi se è assistito ad una crescita del costo medio del biglietto aereo.

Nel triennio 2012-2014 la variazione percentuale è salita di 2 punti (8 euro in termini monetari), anche se fino al 1° Sem. 2013 il costo è rimasto costante.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO

(Euro)



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

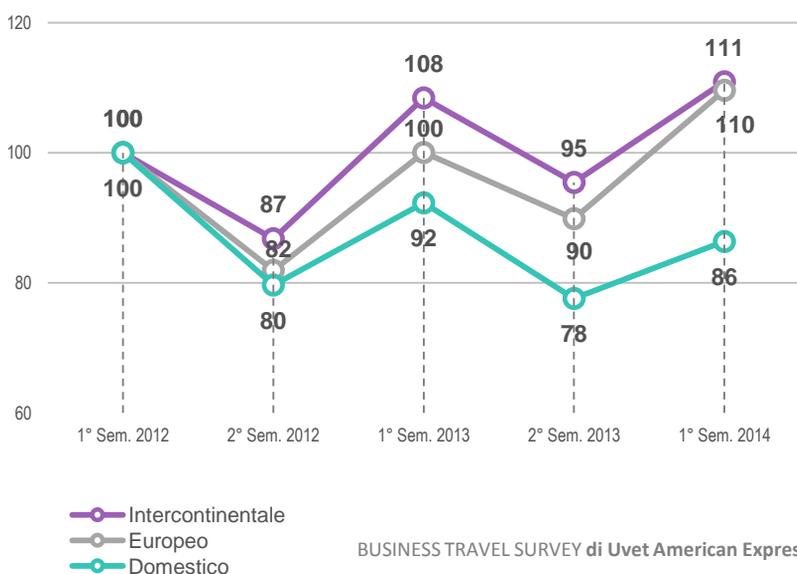
Il trend a ribasso delle trasferte aeree italiane rende evidente che il mercato non si è ancora ripreso: la variazione tra il 1° Sem 2014 e l'anno precedente è di meno 6.5 punti percentuali.

Il panorama nazionale è certamente influenzato dall'aumento dell'utilizzo del trasporto ferroviario.

La diminuzione del numero di trasferte non si è verificata, invece, nei voli intercontinentali ed europei, che sono aumentati rispettivamente di 3 punti e di ben 10 punti percentuali.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

(Numero indice base 1° Sem. 2012)

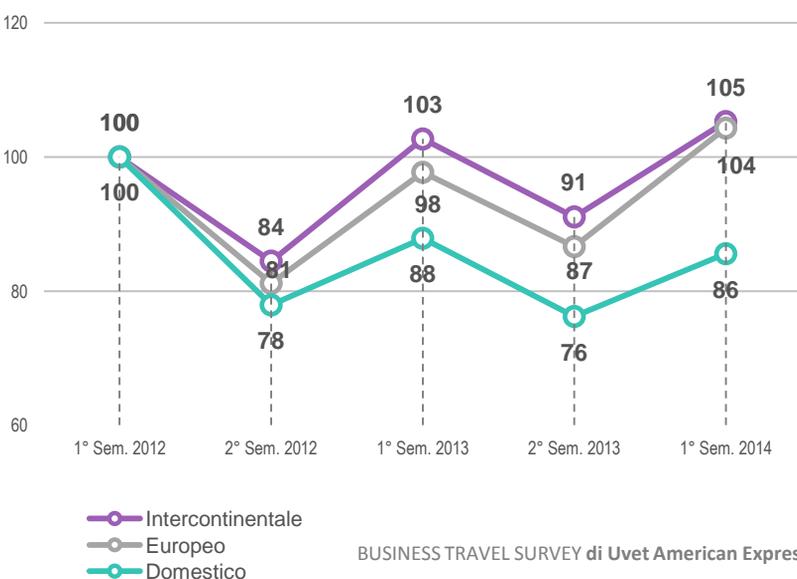


Le spese di viaggio seguono l'andamento del numero di trasferte: nei primi mesi del 2014 la spesa è cresciuta sia nel mercato intercontinentale che in quello europeo, mentre è calata nel segmento domestico. Lo stesso comportamento emerge considerando il triennio 2012-2014.

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

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE PER TIPOLOGIA

(Numero indice base 1° Sem. 2012)



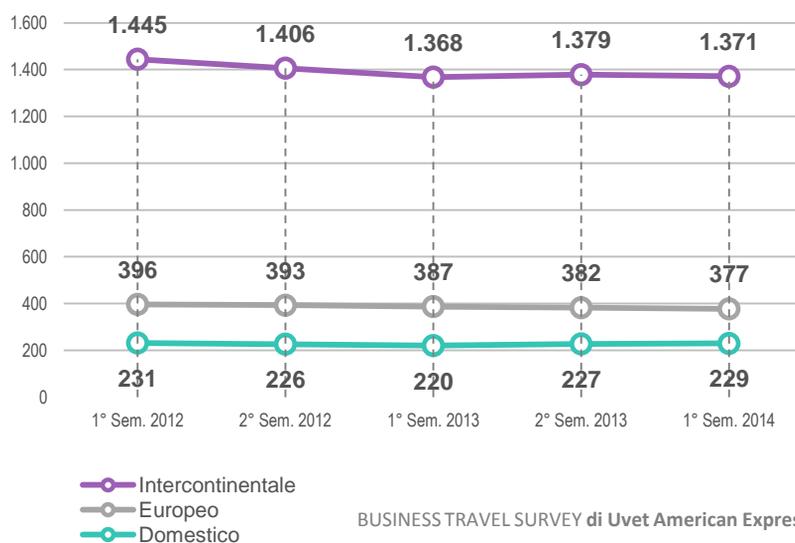
Nei confronti dell'anno precedente, il 1° Sem. 2014 ha registrato andamenti differenti per ogni segmento del mercato aereo.

Il costo medio dei biglietti è calato di 3 punti nel mercato europeo, cresciuto di 4 punti in quello domestico e rimasto invariato nel segmento intercontinentale.

Per quanto riguarda il triennio 2012-2014 si assiste ad un calo in tutti e tre i mercati.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

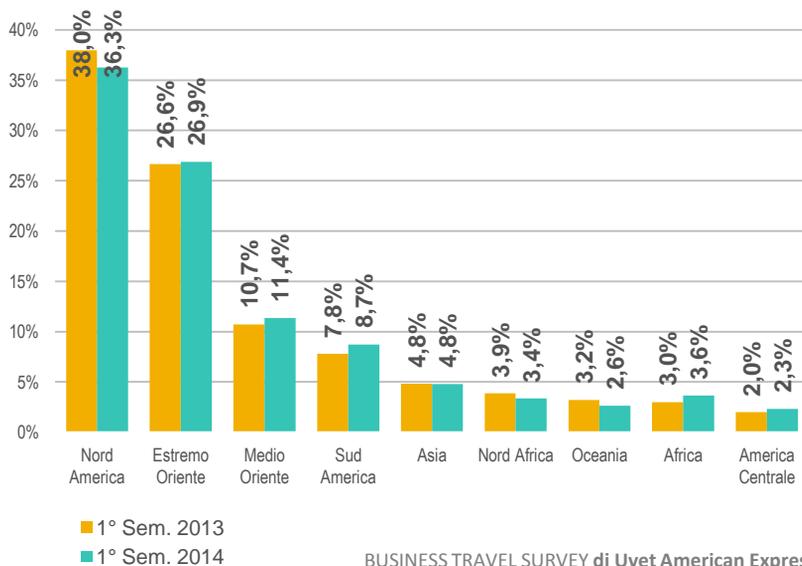
Oltre un terzo del traffico intercontinentale vede come principale destinazione il Nord America.

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

In calo Nord America, Nord Africa e Oceania, mentre le altre destinazioni chiudono in rialzo.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO INTERCONTINENTALE

(Euro)

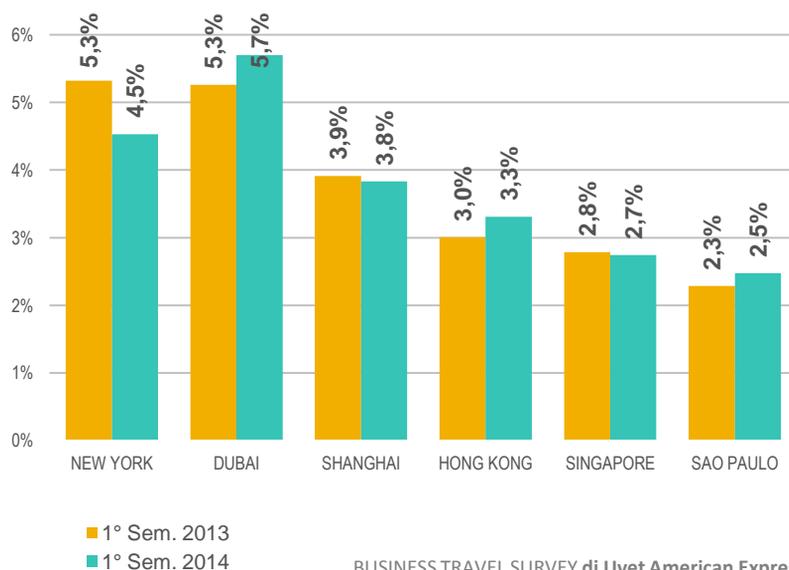


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel 1° Sem. 2014 Dubai vede crescere la propria quota di viaggiatori d'affari sorpassando New York, che invece vede ridurre la propria quota. In crescita anche le città di Hong Kong e Sao Paulo, mentre calano i flussi verso Shanghai e Singapore.

PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

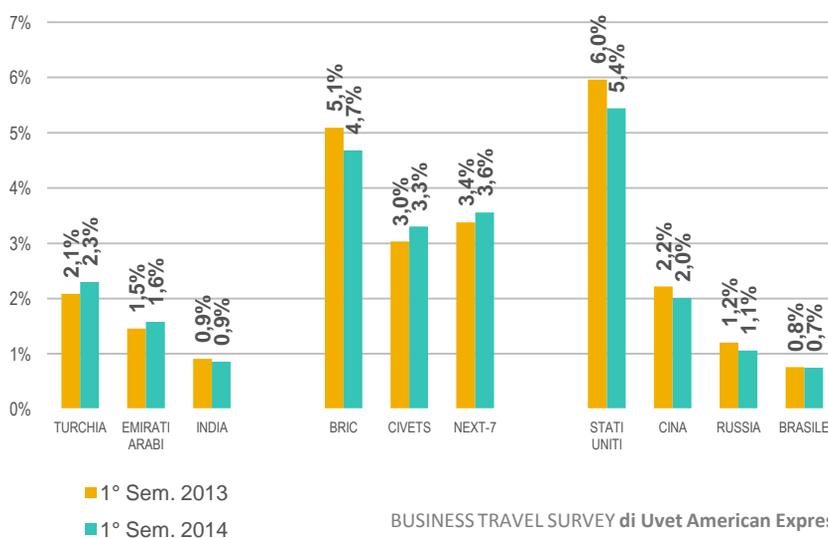
(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nei primi mesi del 2014 l'area economica BRIC riduce la propria quota insieme agli Stati Uniti. Registra forte crescita l'area economica CIVETS, trainata principalmente dalla Turchia. In crescita anche NEXT-7 e gli Emirati Arabi.

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



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

¹ BRIC: Brasile, Russia, India e Cina

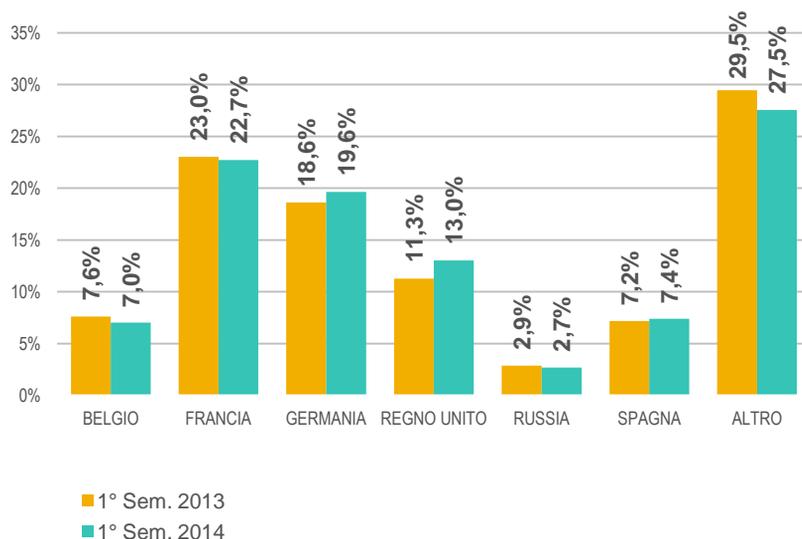
² CIVETS: Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto, Turchia e Sud Africa

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

Analizzando il mercato europeo, Francia e Germania hanno confermato la loro leadership da un punto di vista economico per l'Italia, anche se nel 1° Sem. 2014 la prima ha visto diminuire lievemente la propria quota.

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

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO EUROPEO



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

A livello europeo la principale destinazione è rimasta Parigi, con oltre il 13 per cento del totale dei viaggi d'affari effettuati in Europa, nonostante abbia diminuito lievemente la propria quota.

In calo anche Bruxelles e Amsterdam. A mostrare valori in crescita sono state Madrid e le città tedesche, mentre Londra rimane quasi invariata.

PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel segmento nazionale, Milano è la principale destinazione dei viaggiatori d'affari delle imprese del campione: quasi il 33 per cento dei clienti ha favorito gli scali di Linate e Malpensa. Roma e le altre destinazioni, invece, hanno registrato una lieve diminuzione della quota di mercato.

PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di biglietti)

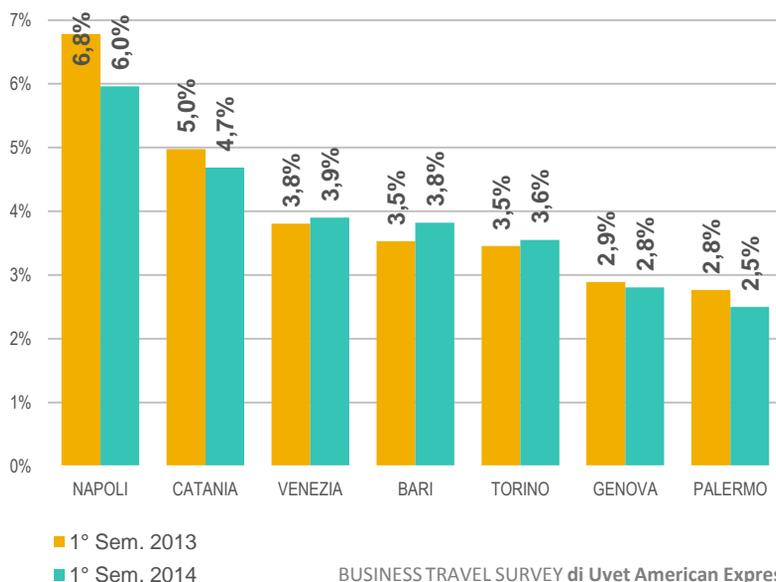


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Lo scalo di Napoli, nonostante abbia visto nell'ultimo anno ridurre la propria quota, rimane tra le principali destinazioni dei viaggiatori d'affari. Le altre città in calo, sono state Genova, Catania e Palermo, mentre hanno registrato una crescita Venezia, Bari e Torino.

LE ALTRE DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di biglietti)



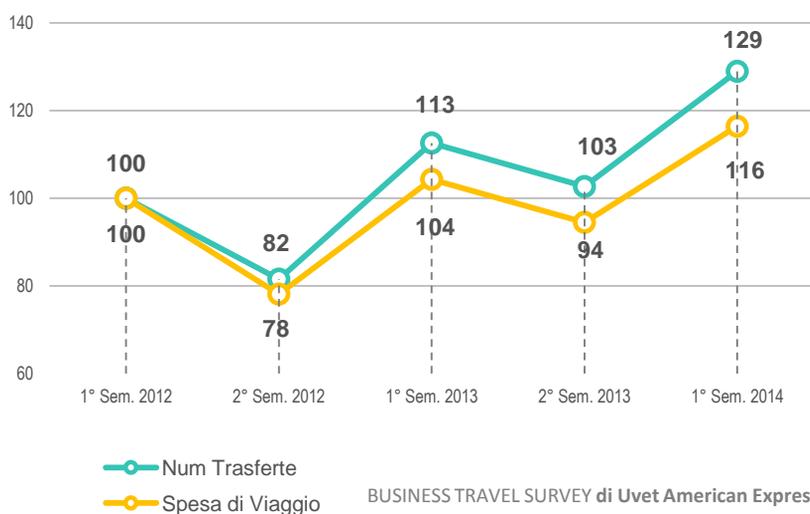
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nei primi mesi del 2014 l'andamento del numero di trasferte ferroviarie ha vissuto una crescita sostenuta si rispetto all'anno precedente sia confronti del 2012.

Lo stesso comportamento si osserva per le spese di viaggio.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO FERROVIARIE

(Numero indice base 1° Sem. 2012)



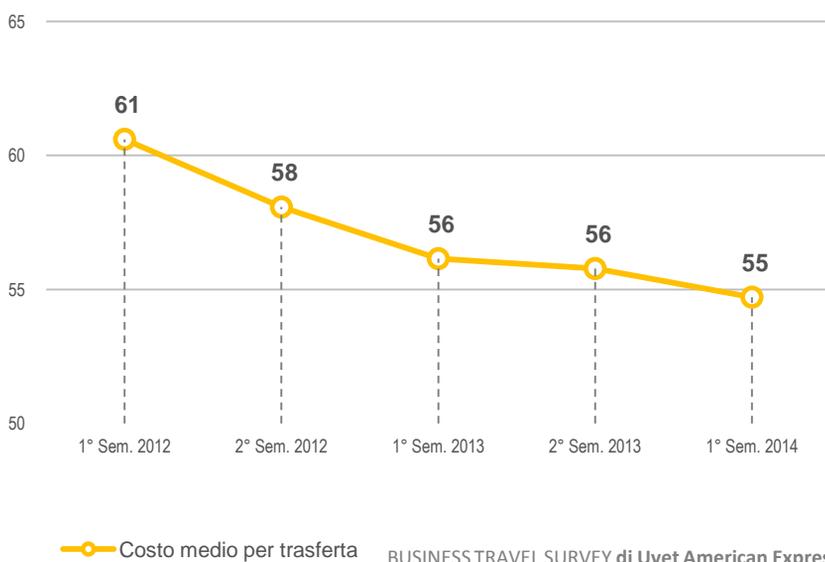
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il 1° Sem 2014 vede un calo del costo medio del biglietto ferroviario pari a 2 punti percentuali rispetto al 2013.

Dal calcolo della variazione triennale, invece, si evince una decrescita pari a 10 punti percentuali, cioè di 6 Euro in termini monetari.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO FERROVIARIO

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

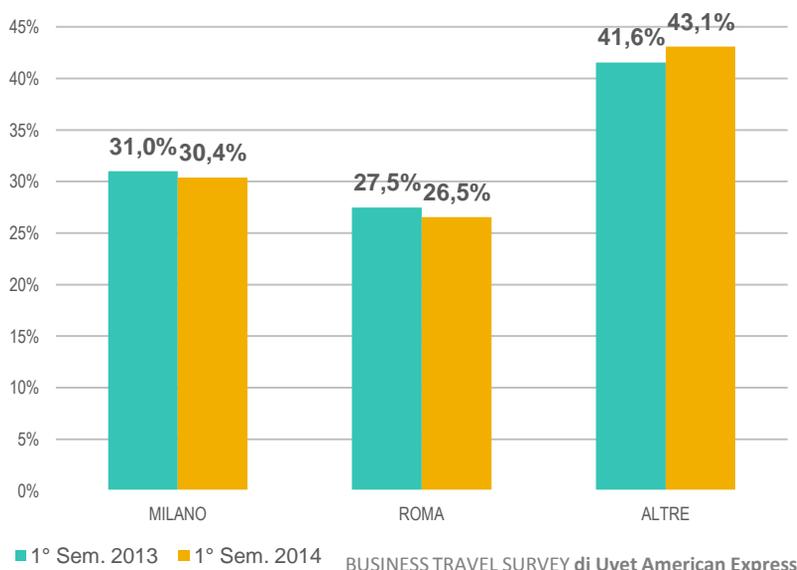
Milano, nonostante un calo di un punto della propria quota, rimane principale destinazione italiana dei viaggiatori d'affari.

Roma riduce la propria quota di mercato rispetto all'anno precedente, a favore delle altre destinazioni che sono lievemente cresciute.

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

PRINCIPALI DESTINAZIONI FERROVIARIE NAZIONALI

(Numero di biglietti)

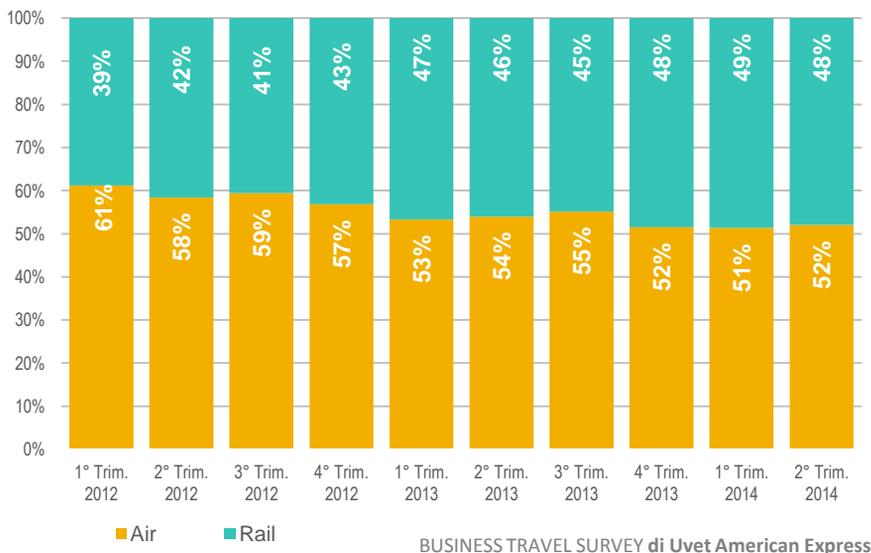


La riduzione del tempo di viaggio tra Roma e Milano ha cambiato le abitudini di chi viaggia per affari.

Il mezzo preferito è rimasto l'aereo, che detiene una quota di 2 punti percentuali in più rispetto all' alta velocità.

Rispetto al 2012 il treno ha guadagnato 6 punti percentuali e dimostra un cambio importante nelle abitudini di viaggio.

MILANO - ROMA MERCATO BUSINESS QUOTA DI MERCATO TRENO / AEREO



L'hôtellerie ha presentato nel 2014 maggiori spese sul territorio nazionale con una quota pari al 59 per cento del totale, registrando comunque una riduzione della spesa.

Il segmento europeo, invece, ha visto un incremento della sua quota di mercato di 3 punti percentuali rispetto l'anno precedente e di circa 4 punti rispetto al 2012.

La spesa in hotel di destinazioni intercontinentali, infine, è cresciuta fino a toccare quota 13 per cento.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI HOTELLERIE

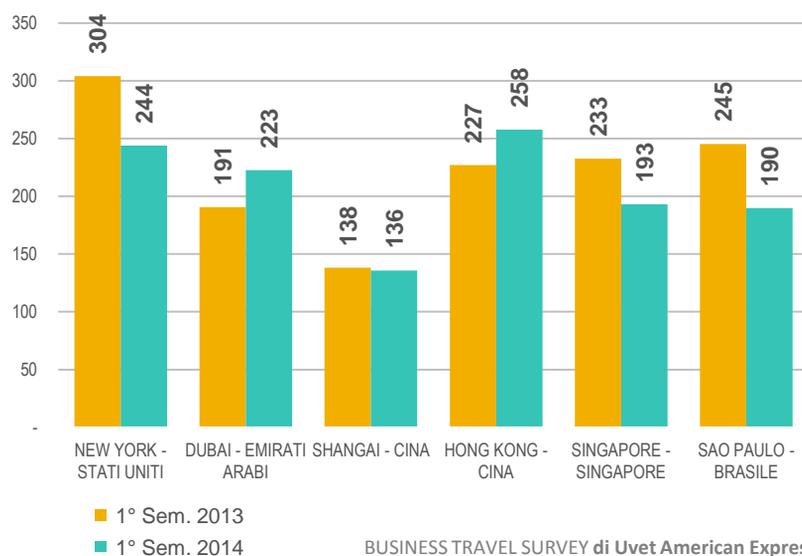


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Con una crescita del costo medio di 20 punti percentuali, Hong Kong diventa la città nella quale il pernottamento ha un costo maggiore.

Crescono anche i prezzi di Dubai, mentre calano quelli delle altre principali destinazioni. La decrescita più significativa avviene a Sao Paulo, in cui il costo medio cala di 22.5 punti percentuali.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel 2014 il costo medio per room night nelle destinazioni europee è aumentato nella città di Bruxelles, Londra, Madrid e Francoforte, che registra un aumento di costo del 14 per cento.

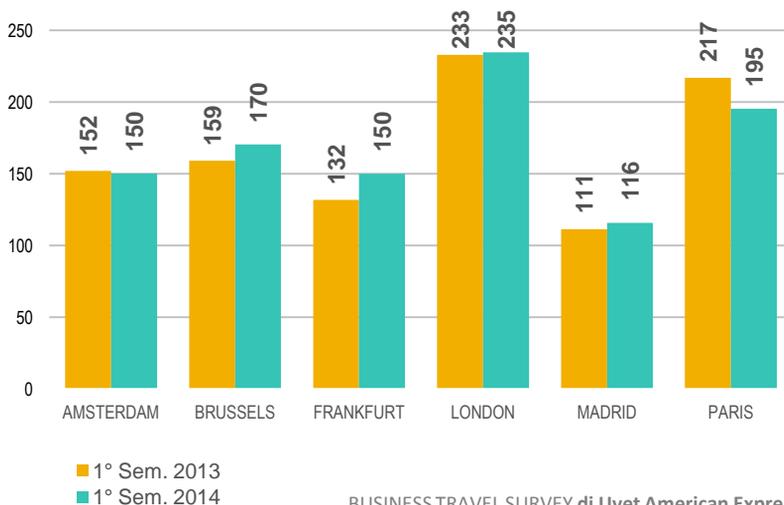
Il costo medio per un pernottamento è invece diminuito nelle altre città:

Parigi cala di 10 punti percentuali e Amsterdam di 1.

La città più economica rimane Madrid, anche se ha visto un incremento del costo medio per room night di 4.5 punti percentuali.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Euro)



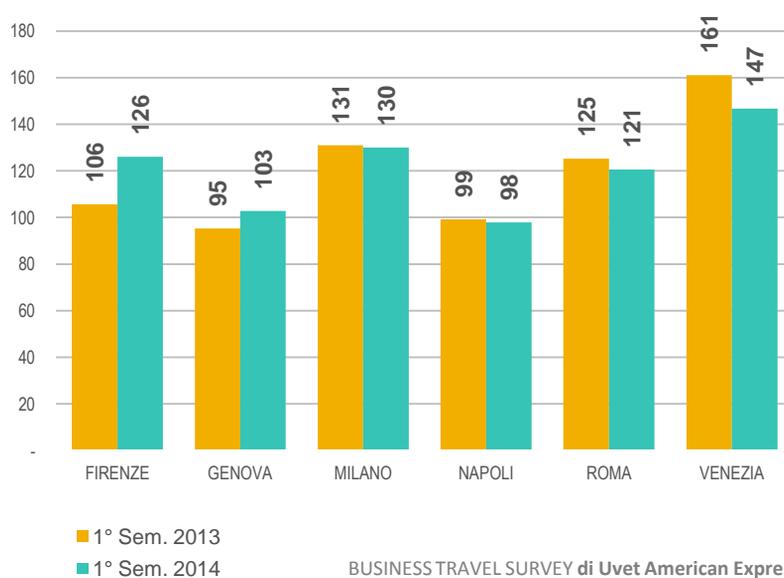
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nei primi mesi del 2014, nonostante un calo del costo medio di 9 punti percentuali, Venezia rimane la città nella quale è più costoso pernottare.

Firenze e Genova hanno registrato un incremento del costo medio di ben 19 e 8 punti percentuali.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI ITALIANE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



UVET AMERICAN EXPRESS
GLOBAL BUSINESS TRAVEL

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

uvetamex.com



operations | mobility & business travel
events, meetings & congresses | communication



Preferred Authorized Reader



Le precedenti edizioni della Business Travel Survey sono disponibili su:



www.uvetamex.com/bts

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

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