

# BUSINESS TRAVEL SURVEY 2011

## UN ANNO DI VIAGGI IN RIPRESA

L' economia italiana, dopo un 2009 complicato, ha visto un leggero recupero, grazie soprattutto al traino del commercio estero. Il Business Travel ha registrato nell'ultimo anno una crescita di circa il 6 per cento. Tale incremento è dovuto alla leggera ripresa economica registrata in

Italia. Nel corso degli ultimi bimestri si può notare questo leggero recupero e si evidenzia inoltre un miglioramento soprattutto in termini di spese di viaggio. Nel 2010 le spese di viaggio sono cresciute del 5,8 per cento, mentre il numero delle trasferte è aumentato del 6,4 per cento. Si

evidenzia che sia durante il minimo estivo sia durante il picco di settembre-ottobre i valori del 2010 siano stati superiori a quelli registrati nel 2009.

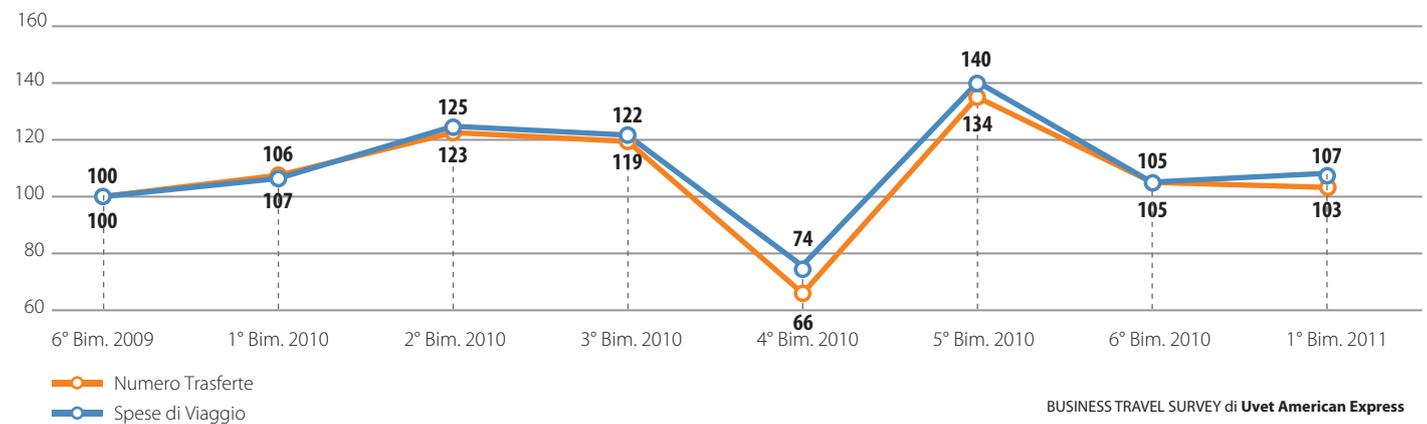
Uvet American Express

## I DATI PIÙ SIGNIFICATIVI DEL 2010



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

numero indice base 6° Bim. 2009



## SOMMARIO

### IL CAMPIONE UVET

La composizione 4

### DATI MACRO

L' economia 5  
Contributo RTB - Università Milano Bicocca 6

### TENDENZE GENERALI DI SPESA

Trasferte e spese 7  
**VIAGGI D'AFFARI**  
Mix di Spesa 9  
Contributo Istituto Bruno Leoni 10  
Focus Air 11  
Focus Rail 15  
Focus Hotel 17

### LE PRINCIPALI DESTINAZIONI

Mete Intercontinentali 20  
Mete Europee 22  
Mete Nazionali 23

### CONTRIBUTI ESTERNI

RTB - Università Milano Bicocca 25  
Istituto Bruno Leoni 26  
American Express Business Travel 28  
Osservatorio Business Travel 2011 29





*Da 60 anni...  
una Storia tutta italiana.*

**Da oltre 60 anni Uvet è protagonista nel turismo.**

Ti supporta a trovare le migliori soluzioni per i viaggi d'affari e l'organizzazione degli eventi,  
ti accompagna nella scelta delle tue vacanze su [ClubViaggi.it](http://ClubViaggi.it)



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 ed 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 ad un campione di 700 aziende clienti di Uvet American Express con spese di viaggio comprese tra 20mila e 15 milioni di euro all'anno e caratterizzate da una continuità del rapporto nel corso del periodo con-

siderato. 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 all'anno 2010.

Poiché si tratta dell'edizione annuale della "Business Travel Survey", viene costantemente proposto un confronto con i valori riguardanti gli anni 2008 e 2009, così da ottenere indicazioni sui trend di spesa delle aziende.

Il campione indagato in questa edizione, che abbraccia il triennio 2008-2010, è omogeneo con quello delle precedenti Business Travel Survey (ultima: edizione maggio 2010).

Le dinamiche del campione di aziende utilizzato nella Business Travel Curve 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.

L'indagine è stata compiuta sui dati relativi ad 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 e hôtellerie) e si focalizza sui dati relativi all'anno 2010.

Il campione Uvet Amex è composto da aziende appartenenti al settore manifatturiero e del 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 57% 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 spese di viaggio complessivi (biglietteria aerea e ferroviaria, hôtellerie, rent a car e altre spese tra cui visti, noleggio limousine, ferry ecc.).

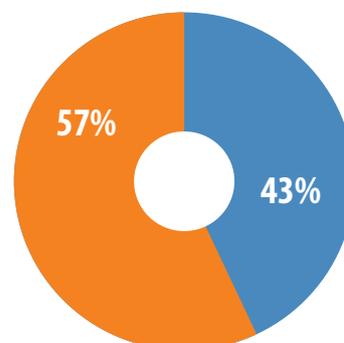
Sono state quindi definite "small" le aziende con volumi annui di spese di viaggio inferiori ai 500 mila euro, "medium" quelle con volumi che si collocano tra i 500mila e i 2,5 milioni di euro, "large" le società che spendono in trasferte oltre 2,5 milioni di euro all'anno. Se analizziamo il peso dei tre cluster in termini di volumi di spese di viaggio, le aziende "Large" rappresentano il 65% del campione mentre le "Medium" pesano per circa il 23% e le "Small" per il 12%.

In ultima analisi, mostriamo dove sono ubicati gli head quarter e i core business delle aziende campione.

Il 48% delle aziende è situato a Milano, il 29% è presente a Roma, mentre un quarto delle aziende rappresentate è dislocato uniformemente nel restante territorio nazionale.

## TIPOLOGIA AZIENDALE

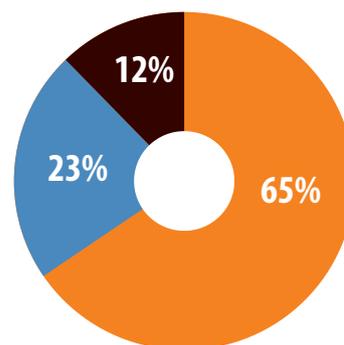
- Multinational
- Local



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

## DIMENSIONE

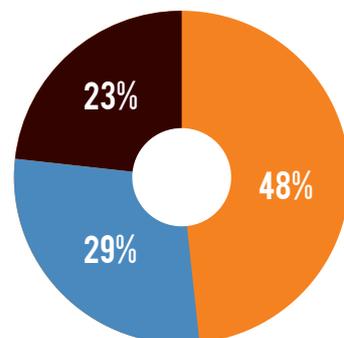
- Large
- Medium
- Small



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

## UBICAZIONE DELLA SEDE

- Milano
- Roma
- Altre



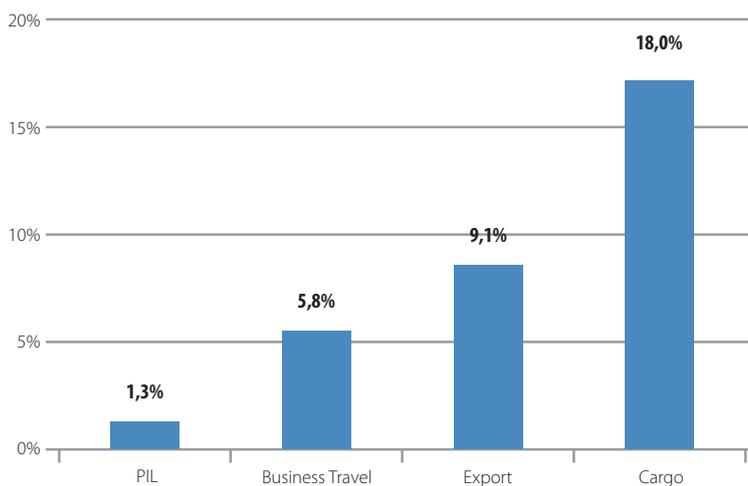
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

La crescita del business travel è stata del 5,8 per cento nel 2010.

Ancora una volta l'incremento è stato un multiplo (4 volte e mezzo) del prodotto interno lordo, mentre l'export e il trasporto aereo cargo hanno indicato una tendenza di ripresa rispetto al 2009.

Lo scorso anno si è dunque evidenziata una ripresa economica, trainata principalmente dall'export, che ha portato benefici anche al settore del business travel.

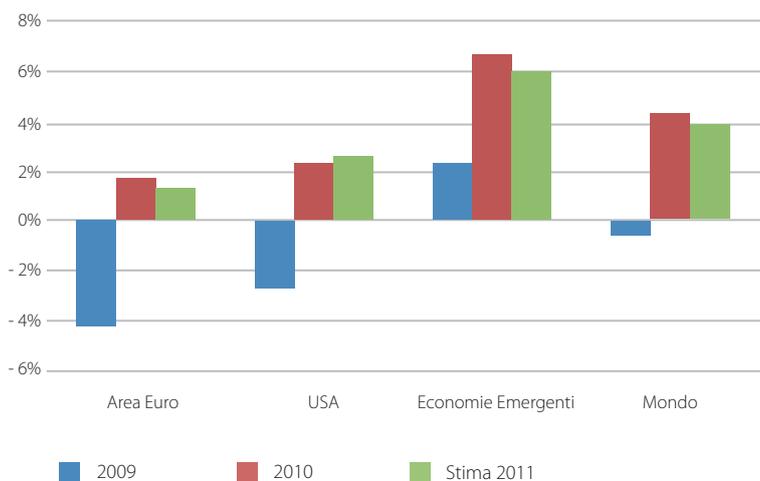
### ANDAMENTO DELLE VARIABILI ECONOMICHE IN ITALIA NEL 2010



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

La grave crisi economica del 2009 ha colpito in maniera diversa i vari Paesi. Le economie emergenti hanno registrato una crescita di oltre il 2 per cento, con picchi superiori al 9 per cento in Cina. La crisi ha colpito maggiormente la zona Euro e nel 2010 la ripresa è stata molto lenta. Negli Stati Uniti è prevista per il 2011 una crescita superiore al 3 per cento. Le economie emergenti, trainate dai Paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina), avranno un tasso di sviluppo del prodotto interno lordo pari a 6 punti percentuali. Un mondo a tre velocità, dove i Paesi in via di sviluppo trainano una crescita sostenuta a livello globale, con gli Stati Uniti in forte ripresa e con l'Europa in affanno.

### ANDAMENTO DELLE ECONOMIE MONDIALI



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



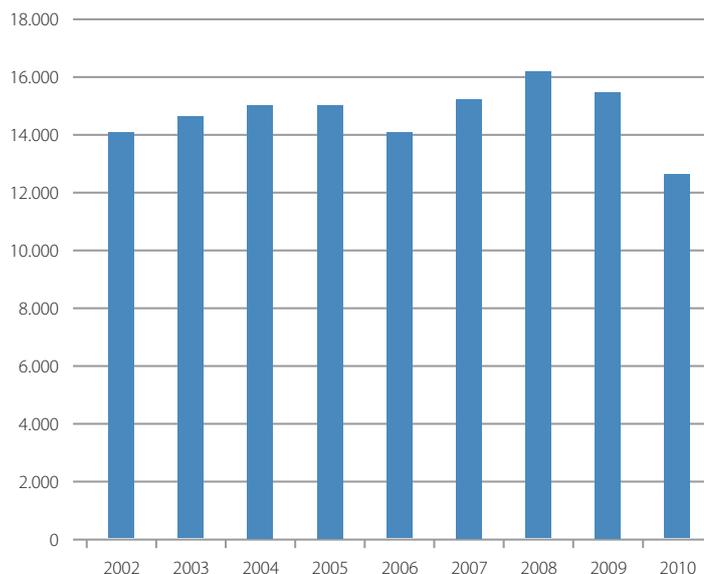
I viaggi per lavoro degli italiani sono diminuiti nell'ultimo biennio.

L'effetto della crisi è stato importante, tanto che il numero di viaggi è sceso sotto la soglia minima del 2002.

Nel corso del 2010 la crisi è stata maggiore secondo i dati Istat rielaborati da RTBicocca che dimostrano come i viaggi per lavoro siano stati di poco superiori ai 12 milioni.

## VIAGGI PER LAVORO DEGLI ITALIANI

(Migliaia)



BUSINESS TRAVEL SURVEY/RTB di Uvet American Express

Il numero dei viaggi è diminuito, così come sono diminuiti anche i pernottamenti.

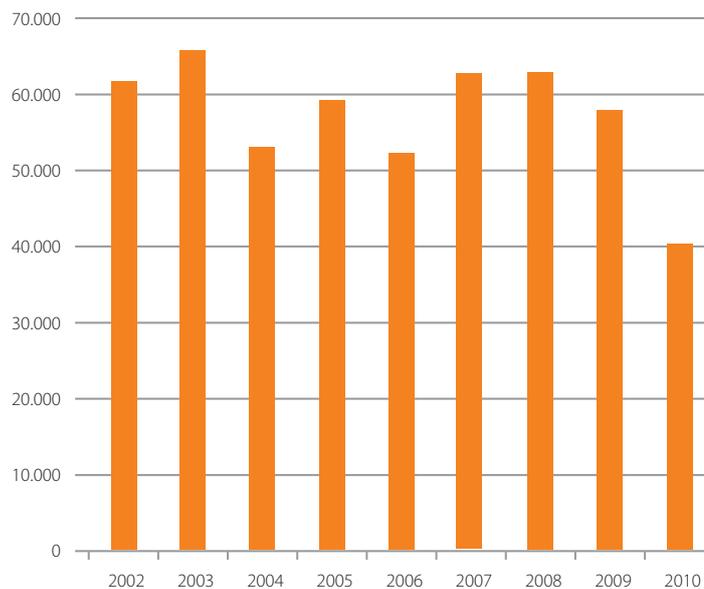
Il numero complessivo delle notti effettuate dagli italiani nel corso del 2010 sono state pari a 40 milioni, un valore di quasi 20 milioni inferiore rispetto al picco del 2008.

La crisi economica ha colpito duramente le aziende che hanno dovuto diminuire gli spostamenti dei propri dipendenti.

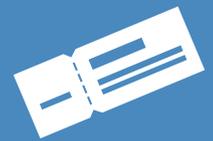
Il livello minimo del 2010 dovrebbe essere superato nel corso del 2011.

## PERNOTTAMENTI PER LAVORO DEGLI ITALIANI

(Migliaia)



BUSINESS TRAVEL SURVEY/RTB di Uvet American Express

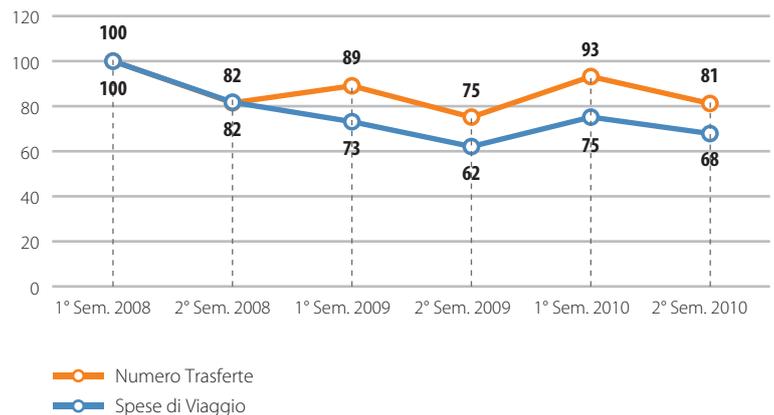


Nel 2010 si è registrato un leggero aumento sia per quanto riguarda le spese di viaggio che per il numero delle trasferte.

Queste ultime, nel secondo semestre 2010, sono tornate ai livelli del secondo semestre del 2008, primo periodo nel quale la crisi aveva mostrato la sua forza. Diversamente, il livello delle spese di viaggio è ancora lontano dai picchi di oltre 2 anni prima.

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

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio delle trasferte nel 2010 si è stabilizzato sul livello del 2009.

Il costo medio è stato di 236 euro nel primo semestre e di 244 euro nel secondo semestre del 2010.

Rispetto al 2008 la differenza è di circa 50 euro per ogni trasferta, dimostrando che la crisi economica ha modificato prezzi e abitudini di viaggio nel settore del business travel. Sembra che questa diminuzione sia strutturale.

Il modello di business del settore ha subito una rivoluzione.

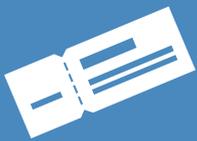
## COSTO MEDIO PER TRASFERTA

(Euro)

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



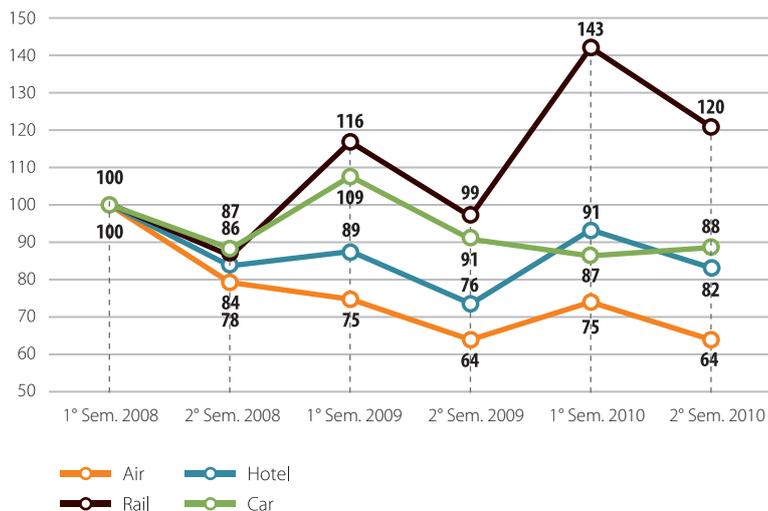
Il numero di trasferte, ad eccezione del servizio rail, vede un andamento omogeneo.

L'utilizzo del servizio ferroviario ha registrato un incremento nel corso del 2010 di oltre il 20 per cento rispetto al 2009, mentre le trasferte aeree sono rimaste agli stessi livelli dell'anno precedente.

La tipologia di servizio alberghiero ha invece registrato una piccola ripresa, soprattutto nella seconda parte dell'anno.

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

Numero indice base 1° Sem. 2008



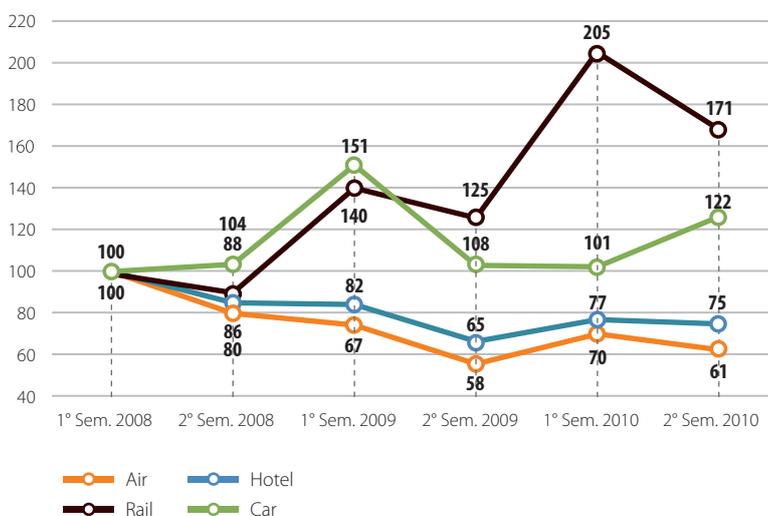
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Si evidenzia un andamento differenziato dei settori. Le spese di viaggio nel trasporto ferroviario sono quasi raddoppiate grazie all'entrata in funzione dell'alta velocità.

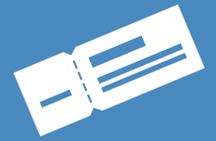
Il settore dell'hôtellerie e quello del trasporto aereo hanno visto invece riduzioni, tra il 2° Sem. 2008 e lo stesso periodo 2010, comprese tra il 13 ed il 24 per cento.

## ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



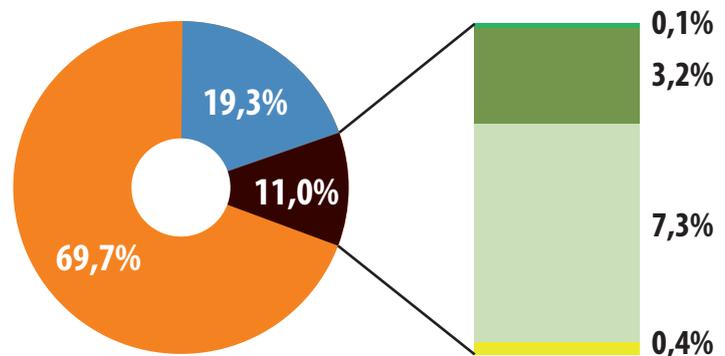
Le spese di viaggio vedono una predominanza del settore aereo che copre oltre i due terzi delle spese globali.

Il trasporto aereo ha registrato una contrazione della quota di spesa. Rispetto al 2009 la diminuzione è stata di due punti percentuali e mezzo, scendendo sotto la soglia del 70 per cento.

L'hôtellerie copre quasi un quinto delle spese totali, mentre le spese rail sono in crescita e hanno raggiunto il 7,3 per cento.

## RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO

2° Semestre 2010



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

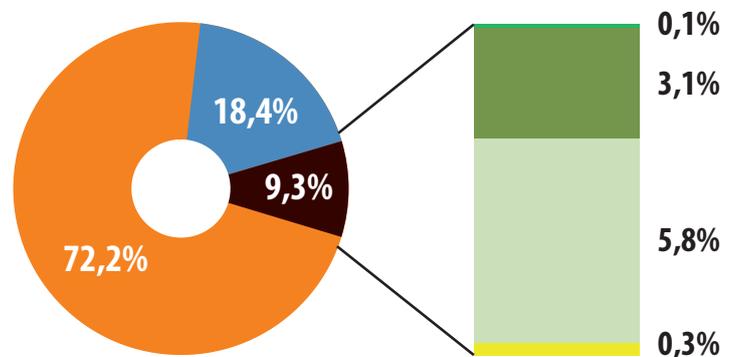
Nel 2009 le spese di viaggio vedevano una maggiore predominanza del settore aereo rispetto al 2010.

La riduzione delle spese del trasporto aereo è andata a vantaggio principalmente dell'hotellerie e del trasporto ferroviario.

Quest'ultimo nel 2009 copriva il 5,8 per cento delle spese totali, mentre con il completamento dell'alta velocità le spese rail sono cresciute fino a superare il 7 per cento.

## RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO

2° Semestre 2009



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Il settore aereo ha visto un buon recupero nel corso del 2010, superando anche il livello del 2008.

Il trasporto ferroviario, che su alcune tratte sta conquistando quote di mercato al trasporto aereo, è in forte crescita con tassi di sviluppo superiori anche al 20 per cento.

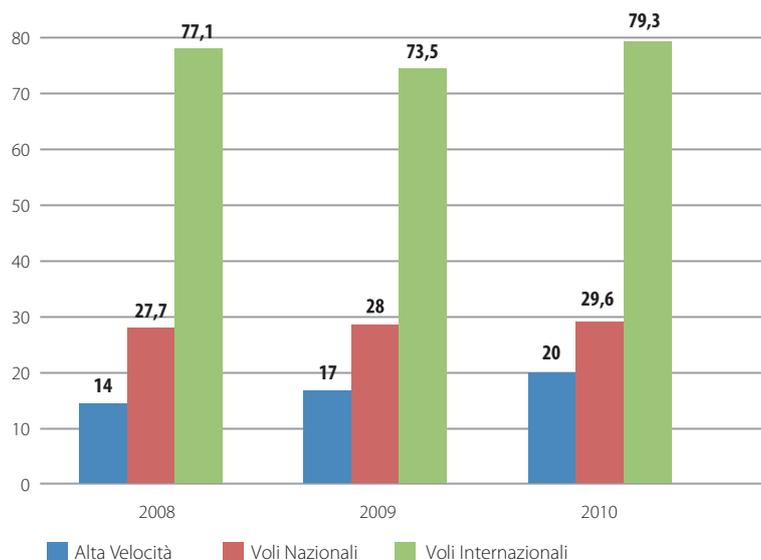
Il mercato aereo domestico vede una crescita contenuta, grazie soprattutto alle compagnie low cost.

Nel settore dei voli internazionali c'è stato un incremento di quasi 6 milioni di passeggeri nell'ultimo anno.

## IL TRASPORTO AEREO E L'ALTA VELOCITÀ IN ITALIA

(In milioni di passeggeri)

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY / IBL di Uvet American Express

Il settore aereo ha visto nel corso del 2010 un buon recupero.

I principali hub europei hanno registrato una crescita del traffico, ad eccezione degli scali londinesi.

Gli aeroporti italiani di Roma Fiumicino e Milano Malpensa hanno mostrato un andamento migliore rispetto agli altri grandi aeroporti europei con tassi di crescita rispettivamente del 7 e dell'8 per cento.

Milano Malpensa rimane uno scalo con buone potenzialità di crescita, visto che il livello di traffico dello scalo è ancora inferiore di 4 milioni rispetto al picco del 2007.

## HUB EUROPEI NEL 2009 E 2010

(In milioni di passeggeri)

AEROPORTI	2009	2010	DIFFERENZA	
Londra Heathrow	65,9	65,7	-0,3%	↓
Parigi CDB	57,9	58,2	0,5%	↑
Francoforte	50,9	53	4,13%	↑
Madrid	48,3	49,9	3,31%	↑
Amsterdam	43,6	45,2	3,67%	↑
Roma Fiumicino	33,9	36,3	7,08%	↑
Monaco	32,7	34,7	6,12%	↑
Istanbul Ataturk	29,7	32,1	8,08%	↑
Londra Gatwick	32,4	31,3	-3,40%	↓
Barcellona	27,3	29,2	6,96%	↑
Parigi Orly	25,1	25,2	0,40%	↑
Milano Malpensa	17,5	18,9	8,00%	↑

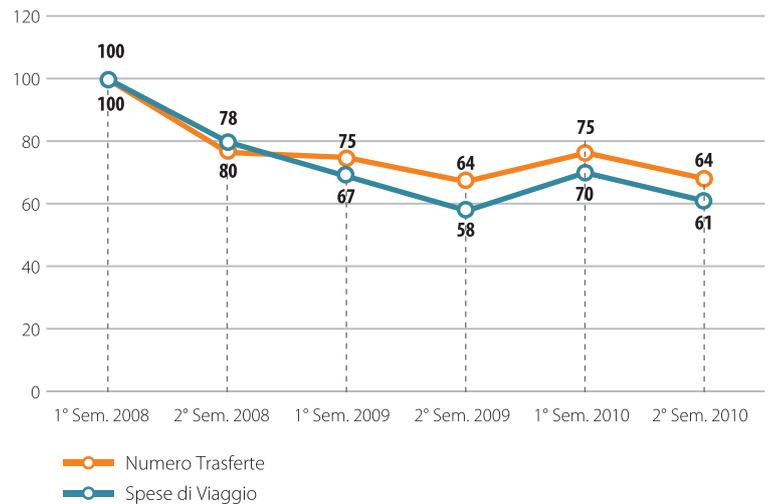
BUSINESS TRAVEL SURVEY / IBL di Uvet American Express



Il numero delle trasferte aeree è rimasto stabile nel corso del 2010 rispetto all'anno precedente. Le spese di viaggio sono in crescita di più del 3 per cento, mostrando un aumento dei prezzi delle compagnie aeree. I livelli del 2° Sem. 2008 sono ancora lontani, dato che a fine 2010 sia il numero di trasferte che le spese di viaggio hanno visto una riduzione superiore ai 20 punti percentuali.

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

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio del biglietto ha conosciuto un aumento nel corso del 2010, soprattutto nella seconda parte dell'anno.

Nel 2° semestre 2010 il prezzo medio del biglietto è di 30€ inferiore rispetto ai livelli della 2° metà del 2008.

Il minimo del primo semestre 2009 è ormai superato e la tendenza è quella di un aumento dei prezzi, visto anche l'andamento del costo del petrolio.

Attualmente, il costo medio del biglietto (418 €) si trova a metà strada tra il valore massimo registrato il 2° semestre 2008 e il minimo del 2009.

## COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO

(Euro)

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



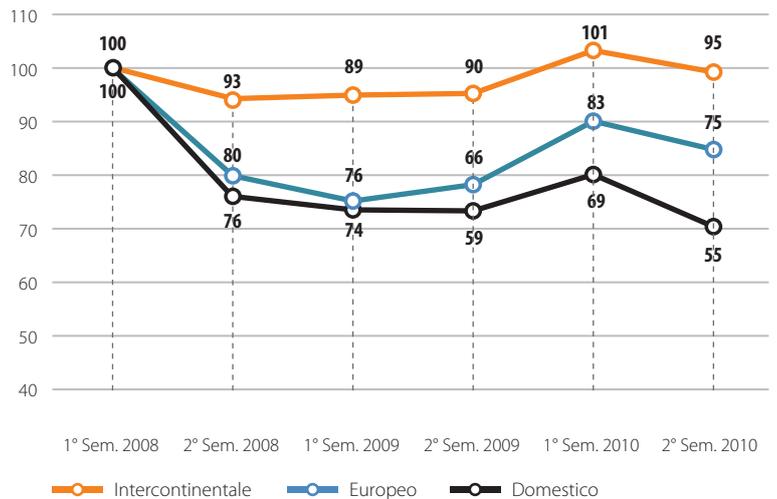
Il numero delle trasferte ha registrato una crescita nel 2010 nel segmento europeo e in quello intercontinentale.

Nel mercato domestico si verifica un calo del numero di trasferte che fa registrare il livello più basso nell'arco dell'intero triennio.

Le trasferte intercontinentali hanno raggiunto e superato anche i livelli del 2008, dimostrando che in tale segmento le aziende non hanno diminuito la loro propensione a sviluppare business nei mercati intercontinentali.

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

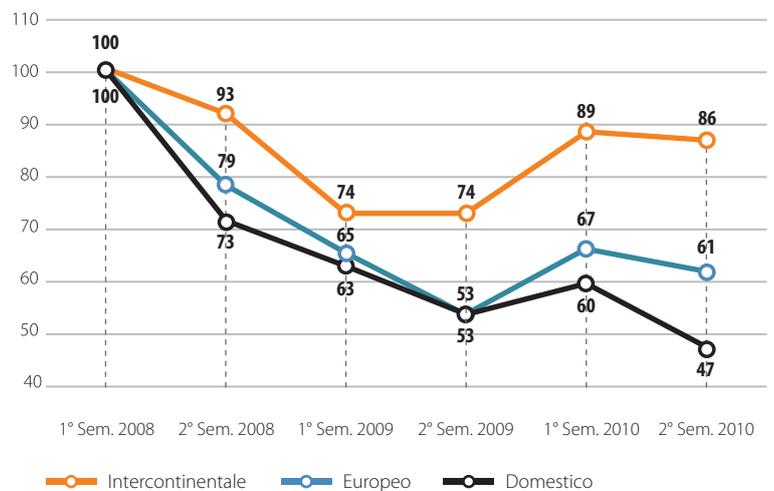
L'andamento delle spese di viaggio è molto differente in funzione della tipologia di volo.

I voli intercontinentali hanno sofferto meno la crisi e nel 2010 vi è stata una forte ripresa. Si denota un recupero anche per le destinazioni internazionali, ma il livello è ancora lontano dai picchi del 2008.

Il mercato domestico continua a soffrire, anche a causa della maggiore concorrenza dell'alta velocità.

## ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE PER TIPOLOGIA

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



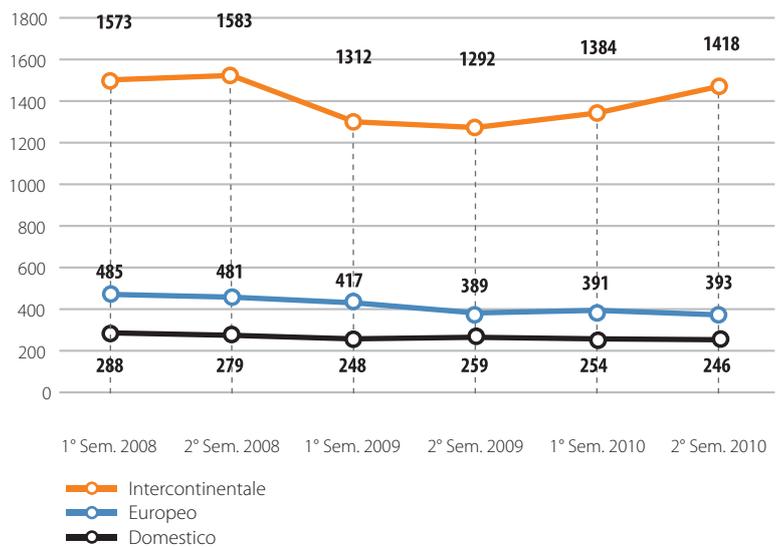
Il costo medio del biglietto ha registrato un forte incremento annuale nel segmento dei voli intercontinentali pari a più del 7 % dal 2009, superando la soglia di 1400 euro nel 2010.

Nel segmento europeo, dopo la continua caduta del costo medio del biglietto iniziata nel 2009, vi è stato un leggero recupero nel secondo semestre del 2010. Il prezzo rimane comunque inferiore ai 400 euro, molto più basso rispetto ai livelli del 2008.

Nel segmento nazionale il prezzo è rimasto pressoché stabile nel corso del 2010 rispetto all'anno precedente.

## COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO

Numero indice Base 1 Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il prezzo medio del biglietto ha avuto un'evoluzione differente in funzione delle rotte effettuate dai viaggiatori d'affari.

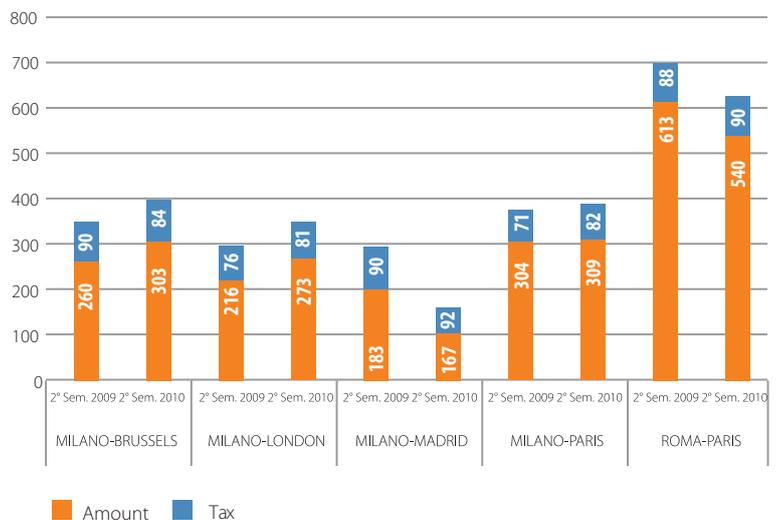
La Milano - Parigi, la Milano - Londra e la Milano - Brussels hanno registrato un incremento del prezzo medio del biglietto.

Al contrario la Milano - Madrid ha conosciuto una piccola diminuzione dei prezzi, mentre la Roma - Parigi ha visto una caduta di quasi 80 euro del prezzo medio.

Sulla Milano - Madrid si è notato l'arrivo di nuove compagnie che hanno permesso una maggiore competizione ed una diminuzione del prezzo.

## DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTTE EUROPEE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Le principali compagnie aeree europee hanno registrato un incremento del numero passeggeri, grazie al recupero del mercato.

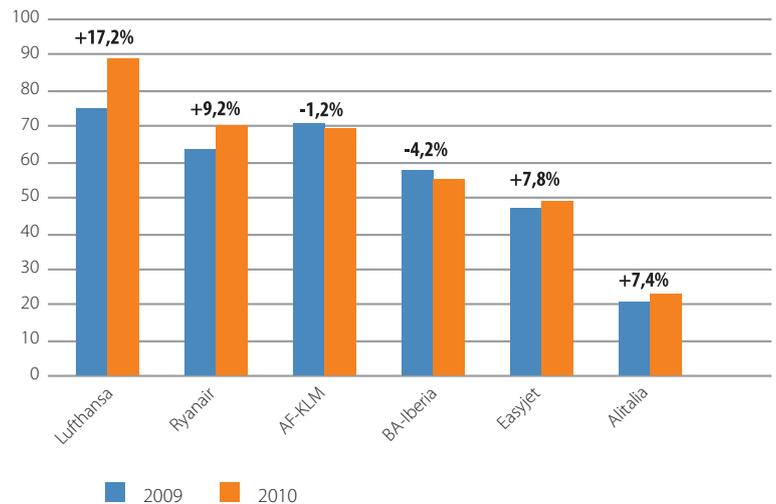
Le uniche eccezioni sono AirFrance - KLM e la nuova compagnia nata dalla fusione British Airways - Iberia che hanno invece avuto una perdita di clienti.

Alitalia è cresciuta del 7 per cento, mentre Lufthansa ha beneficiato delle fusioni avvenute nel corso del 2010.

Ryanair ed Easyjet continuano a conquistare nuova clientela.

## LE PRINCIPALI COMPAGNIE AEREE EUROPEE

(In milioni di passeggeri)

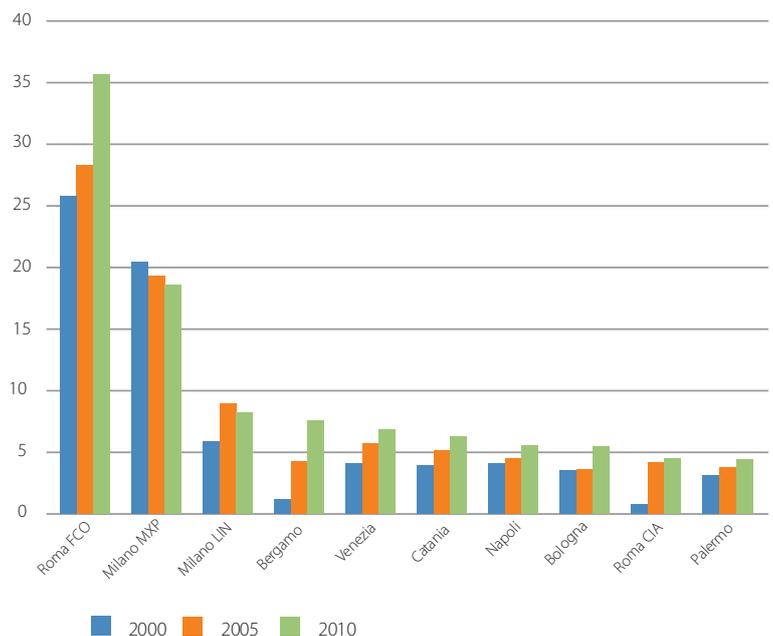


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Lo sviluppo aeroportuale negli ultimi dieci anni ha visto la forte crescita di Roma Fiumicino. Al contrario l'aeroporto di Linate, subendo il dehubbing della vecchia Alitalia, ha registrato una diminuzione del numero di passeggeri. Il traffico aeroportuale è però aumentato sia nello scalo di Linate tra il 2000 e il 2005 sia in quello di Bergamo Orio al Serio che è diventato in 10 anni il quarto scalo nazionale. Tutti gli altri aeroporti hanno avuto una buona crescita nel decennio, particolarmente quelli di Venezia e Catania.

## LO SVILUPPO DEGLI AEROPORTI ITALIANI DAL 2000 AL 2010

(In milioni di passeggeri annui)



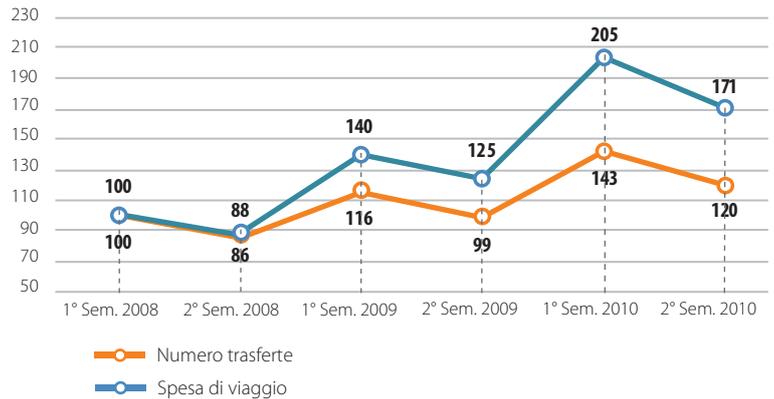
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Le spese relative al settore del trasporto ferroviario sono in forte crescita anche a causa dell'aumento del prezzo medio del biglietto dovuto al completamento dell'alta velocità tra Torino-Milano-Napoli. I livelli del 2010 rappresentano l'apice storico raggiunto dal 2008. In termini di numero di trasferte invece, l'incremento è stato inferiore.

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

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio del biglietto ferroviario è in costante crescita dal primo semestre 2008 ad oggi. Tre anni fa il prezzo era pari a 41 euro, mentre a fine del 2010 il costo medio era di quasi 60 euro. L'incremento in termini percentuali è di quasi il 44 per cento. L'incremento della velocità della rete è un elemento che spiega l'aumento del costo medio. Sarà interessante notare l'evoluzione del prezzo quando inizierà la concorrenza anche nel settore ferroviario, con l'entrata di NTV.

### COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO FERROVIARIO

(Euro)

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

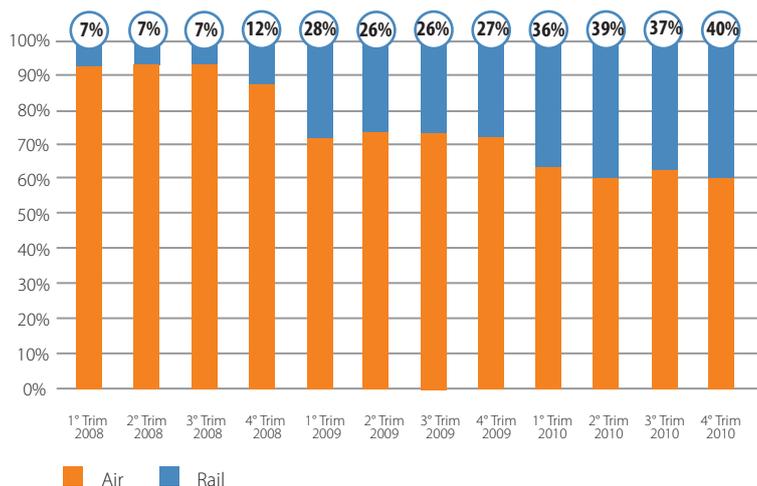


La riduzione del tempo di viaggio tra Roma e Milano ha cambiato le abitudini degli uomini d'affari.

Tra le due città, il mezzo preferito rimane l'aereo, ma l'alta velocità ha ormai conquistato oltre il 40 per cento della quota di mercato.

Ad inizio 2010 vi è stato un altro balzo del market share del treno, dovuto all'entrata in funzione di tutta la linea ad alta velocità tra Milano e Roma.

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



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

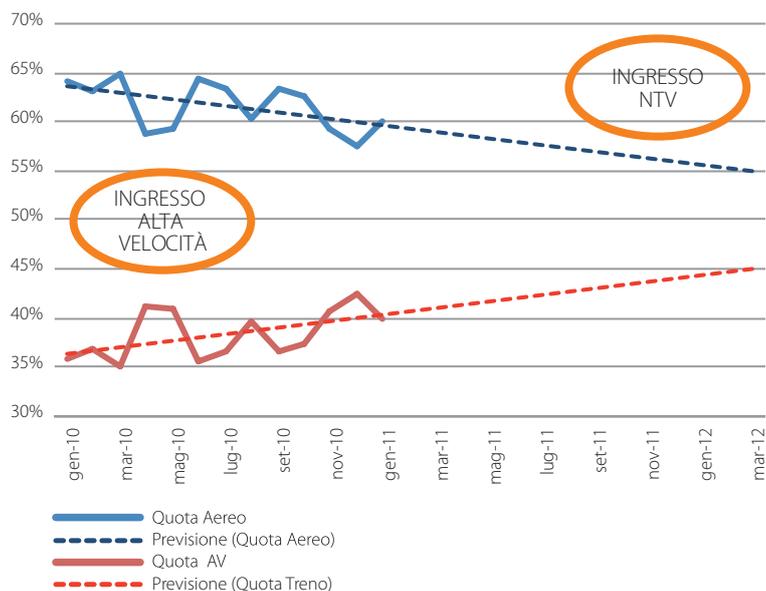
Le quote di mercato tra treno ad alta velocità e trasporto aereo tra Milano e Roma per la clientela business si stanno avvicinando.

La tendenza è quella di una convergenza, anche se non è facile prevedere se e quando vi sarà il momento in cui le due modalità si divideranno il mercato in due parti uguali.

A fine 2011, se viene confermata la tendenza registrata nel 2010 ed inizio 2011, il treno ad alta velocità avrà conquistato il 45 per cento della quota di mercato.

## CONVERGENZA ALTA VELOCITÀ - AEREO SULLA MILANO - ROMA

(Mercato Business)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

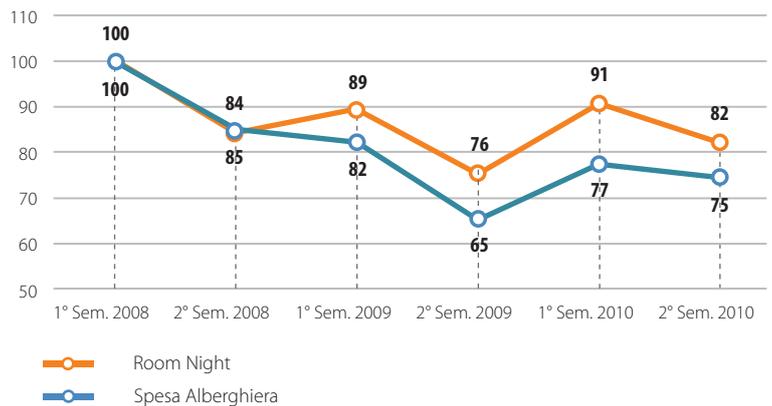


Nel secondo semestre del 2010 si è registrato un aumento sia per quanto riguarda il numero delle room night che quello delle spese alberghiere.

Nella prima parte dell'anno invece era continuata la diminuzione delle spese di hôtellerie mentre il numero di pernottamenti era aumentato rispetto al 2008.

### ANDAMENTO DEL NUMERO DI ROOM NIGHT E DELLA SPESA ALBERGHIERA

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

La crisi economica ha cambiato il comportamento d'acquisto dei viaggiatori d'affari.

Rispetto allo stesso periodo del 2009, il prezzo della room night è rimasto pressoché stabile nella seconda parte del 2010 mentre ha visto un decremento nel corso del primo semestre.

Il costo medio è di circa il 15 per cento inferiore rispetto a quello del 2008, quando la crisi era all'inizio. La curva mostra un leggero recupero, che tuttavia deve essere confermato nel 2011.

### COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT

(Euro)

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

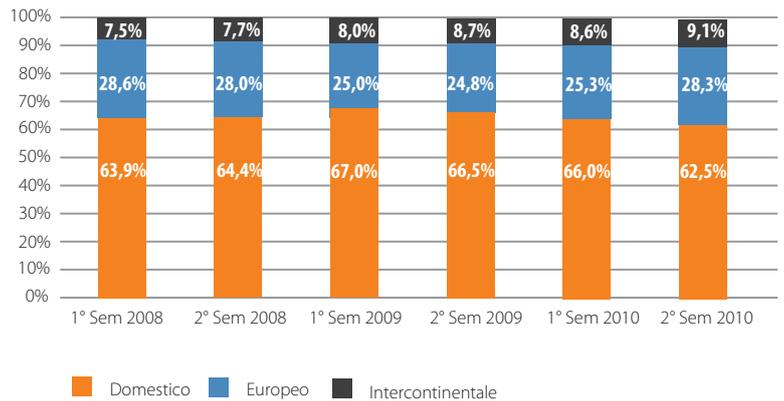


Nell'hotellerie si vede la predominanza delle spese sul territorio nazionale con una percentuale del 62,5. Il segmento europeo ha visto un incremento della sua quota di mercato nel 2010 arrivando nel secondo semestre al 28,3 per cento.

La spesa negli hotel di destinazioni intercontinentali ha visto un aumento del market share, superando per la prima volta la quota del 9 %.

## RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI HOTELLERIE

Numero indice base 1° Sem. 2008



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio delle room night nelle destinazioni intercontinentali è in crescita.

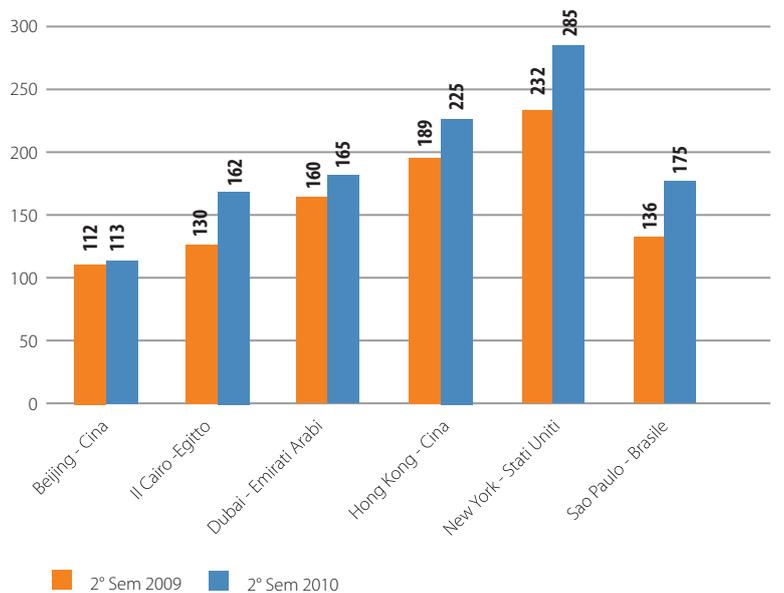
New York è la città nella quale ogni pernottamento ha il costo maggiore, arrivando a 285 euro. L'aumento rispetto al 2009 è dovuto anche ad un indebolimento dell'euro nei confronti del dollaro nel 2010.

A Pechino i prezzi sono rimasti stabili e sono i livelli più bassi a livello intercontinentale.

Un forte incremento si è anche registrato per San Paolo, Hong Kong e Il Cairo.

## COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Il costo medio per room night nelle destinazioni europee è in aumento.

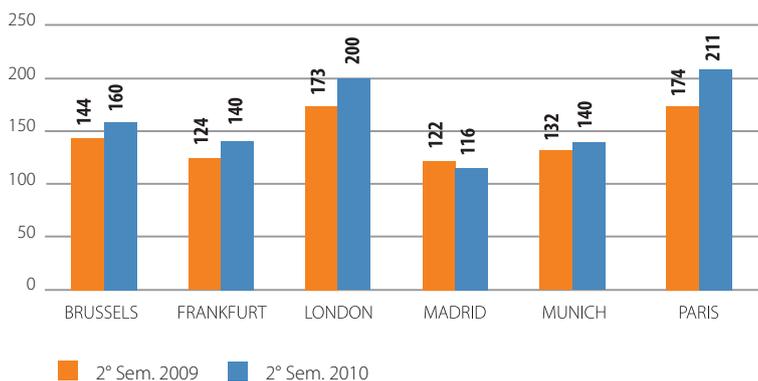
I maggiori incrementi si sono registrati a Parigi, dove il costo medio è cresciuto fino a 211 euro e a Londra, dove ogni pernottamento costa 200 euro.

Le città tedesche rimangono le più economiche a livello continentale, pur in presenza di aumenti di oltre il 10 per cento.

Madrid ha visto un calo del costo medio, dovuto all'impatto maggiore che la crisi ha avuto sulla Spagna.

## COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

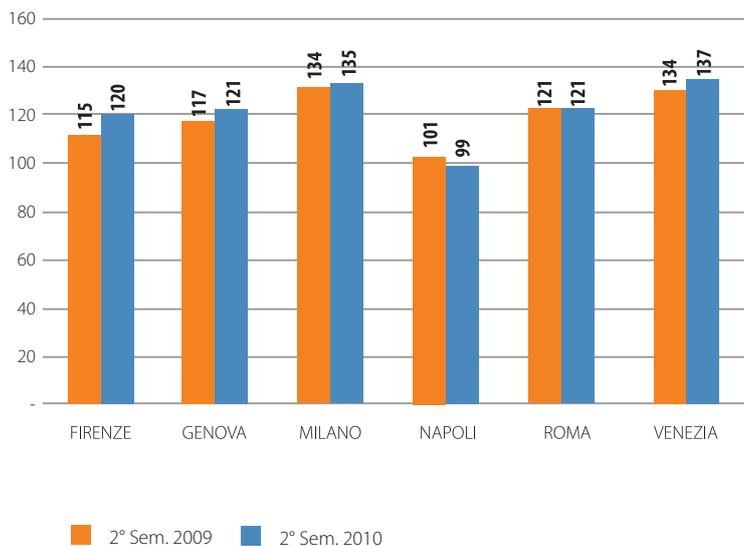
Al contrario delle destinazioni intercontinentali ed europee, a livello domestico il costo medio della room night è rimasto sostanzialmente stabile.

A Roma il costo rimane ai minimi europei, mentre a Milano vi è stato un aumento di un solo euro.

Venezia è diventata la città con il costo medio del pernottamento più elevato, mentre a Napoli il costo della room night è sceso sotto la soglia dei 100 euro.

## COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

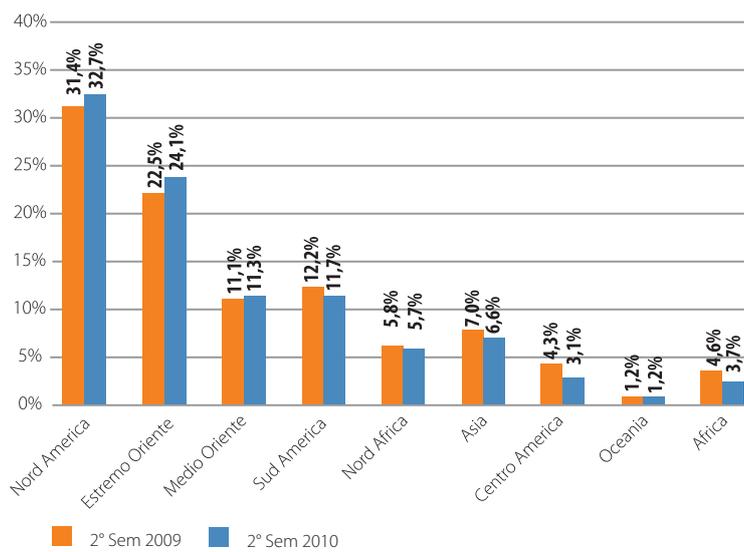


Il traffico intercontinentale vede la predominanza del Nord America come principale destinazione, con circa un terzo della quota di mercato.

L'Estremo Oriente ha quasi raggiunto un quarto del totale delle spese globali, registrando un incremento rispetto al 2009.

Le altre destinazioni, ad eccezione del Medio Oriente, hanno invece mostrato un calo del volume di spesa.

### ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO INTERCONTINENTALE



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel corso del 2011, l'impatto della crisi mediorientale avrà sicuramente degli effetti.

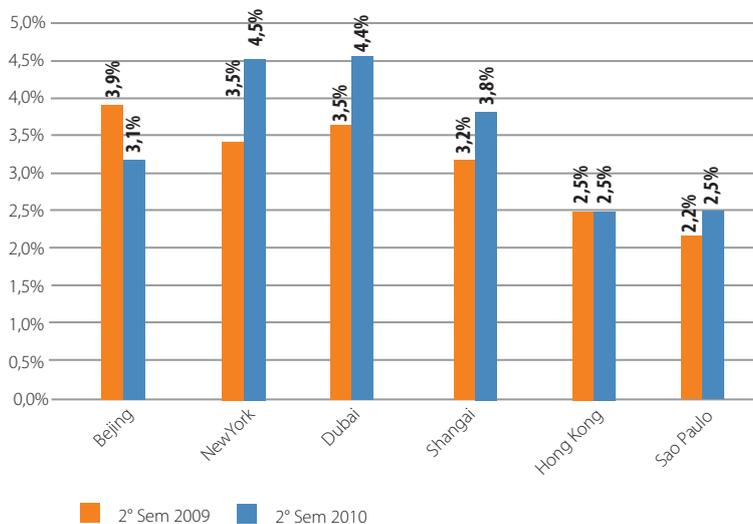
New York ha visto incrementare la propria quota di un punto percentuale, superando Pechino.

In Cina si registra la forte crescita di Shanghai, che è diventata la prima meta nella Repubblica Popolare.

Dubai ha incrementato la propria quota, diventando la terza destinazione, con il 4,4 per cento.

### PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

(Numero di biglietti)



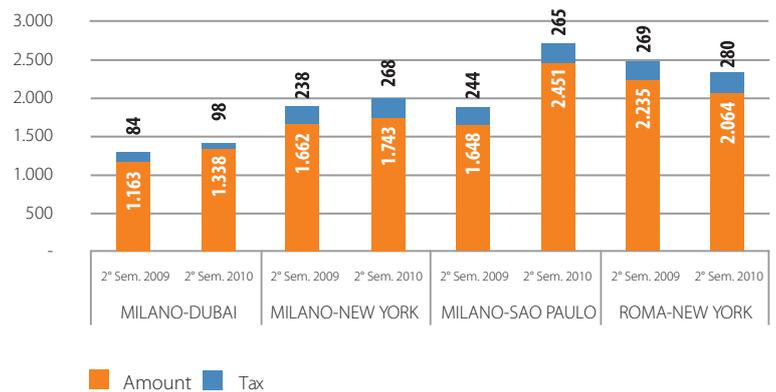
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Il prezzo medio del biglietto per le principali destinazioni intercontinentali è in crescita. L'aumento è avvenuto sia per la componente del prezzo del biglietto che per le tasse. L'unica città che ha visto una diminuzione del prezzo è stata New York, che ha beneficiato della concorrenza tra le diverse compagnie aeree dopo la piena attuazione dell'Open Skies. San Paolo ha visto un forte incremento, superando la soglia di 2500 euro nel corso del secondo semestre 2010.

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

(Euro)

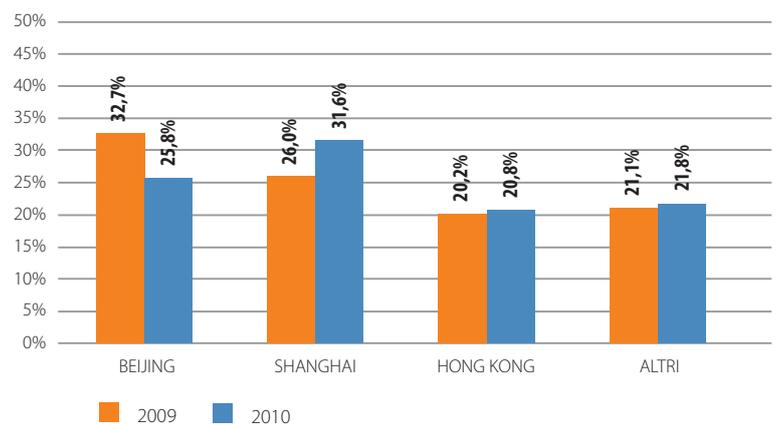


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

La Cina è sicuramente l'economia in maggior crescita negli ultimi anni. Per tale ragione è stato fatto un focus sulle principali destinazioni del Paese Asiatico. La seconda economia mondiale vede due principali destinazioni per i viaggi d'affari. Shanghai nel corso del 2010 è diventata la prima meta in Cina, superando Pechino, che ha visto una riduzione della quota di mercato. Hong Kong ha registrato un market share stabile, di poco superiore al 20 per cento.

## DISTRIBUZIONE AEROPORTUALE DEI VIAGGI IN CINA

(Numero di biglietti)

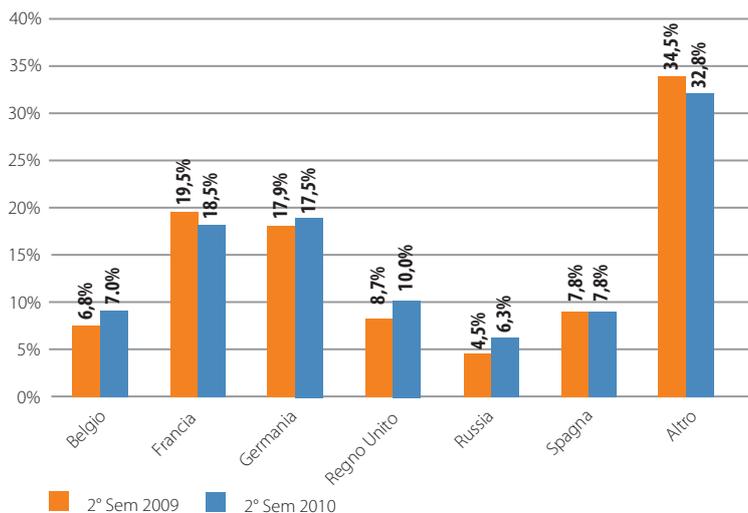


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Analizzando il mercato europeo, si evidenzia la leadership dei due principali Paesi partner da un punto di vista economico per l'Italia: Francia e Germania. Entrambe le destinazioni hanno perso quote di mercato, ma rimangono leader. Il Regno Unito e la Russia sono i due Paesi che hanno registrato i maggiori incrementi. Spagna e Belgio hanno sostanzialmente mantenuto le posizioni del 2009.

## ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO EUROPEO



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

A livello europeo la principale destinazione rimane Parigi, con oltre il 10 per cento del totale dei viaggi d'affari effettuati.

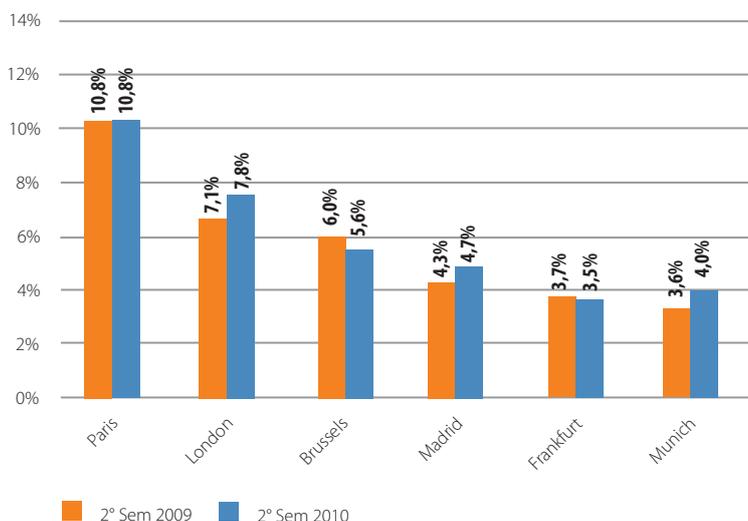
Londra ha visto un incremento di circa il 10 per cento, arrivando quasi all'8 per cento del totale.

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

Si denota che mentre il mercato francese è essenzialmente posizionato su Parigi, in Germania è presente una maggiore frammentazione delle destinazioni.

## PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



A livello nazionale quasi tutte le rotte hanno evidenziato una caduta del prezzo medio del biglietto, ad eccezione della Roma - Venezia.

La Milano - Roma, principale tratta a livello nazionale ed una delle più importanti a livello europeo, ha registrato un piccolo decremento del prezzo, dovuto alla diminuzione delle tasse.

È da evidenziare come la Milano - Roma abbia un prezzo superiore alla Milano - Napoli, che vede dei costi operativi superiori.

## DINAMICA PREZZO MEDIO PER BIGLIETTO AEREO: PRINCIPALI ROTTE NAZIONALI

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il prezzo medio del biglietto sulle rotte nazionali, che era diminuito nel corso del 2009, a causa della contemporanea crisi del settore aereo e della maggiore aggressività nei prezzi della Nuova Alitalia, ha visto un recupero nella prima parte del 2010.

Nel secondo semestre 2010 i prezzi hanno registrato una diminuzione, dovuta alla maggiore concorrenza del servizio ferroviario ad alta velocità, con prezzi più competitivi.

## DINAMICA PREZZO MEDIO PER BIGLIETTO AEREO: PRINCIPALI ROTTE NAZIONALI

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Roma è la principale destinazione degli uomini d'affari.

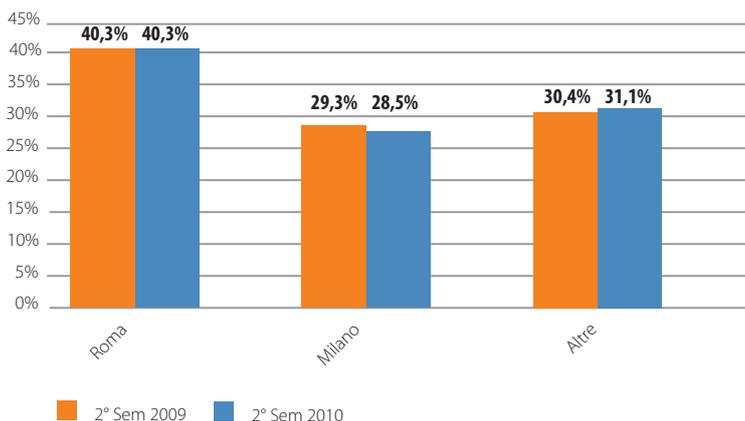
Oltre il 40 per cento dei clienti preferisce lo scalo romano, il principale in Italia.

Milano ha registrato una lieve diminuzione della quota di mercato, a causa della crescita delle altre destinazioni.

Il 28,5 per cento dei clienti ha preferito utilizzare gli aeroporti nell'area milanese.

## PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

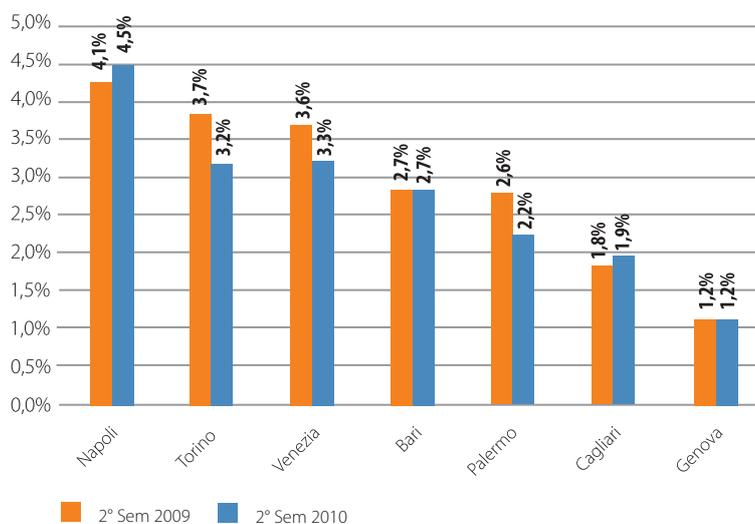
Lo scalo di Napoli Capodichino ha registrato un incremento della quota di mercato arrivando al 4,5 per cento del totale.

Torino ha visto invece una riduzione dei passeggeri e di conseguenza lo scalo di Venezia è diventato il quarto in Italia per numero di biglietti emessi.

Gli altri aeroporti, quali Bari, Palermo, Cagliari e Genova hanno una quota residuale inferiore al 3 per cento.

## LE ALTRE DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

## CONTRIBUTO UNIVERSITÀ MILANO BICOCCA RTB

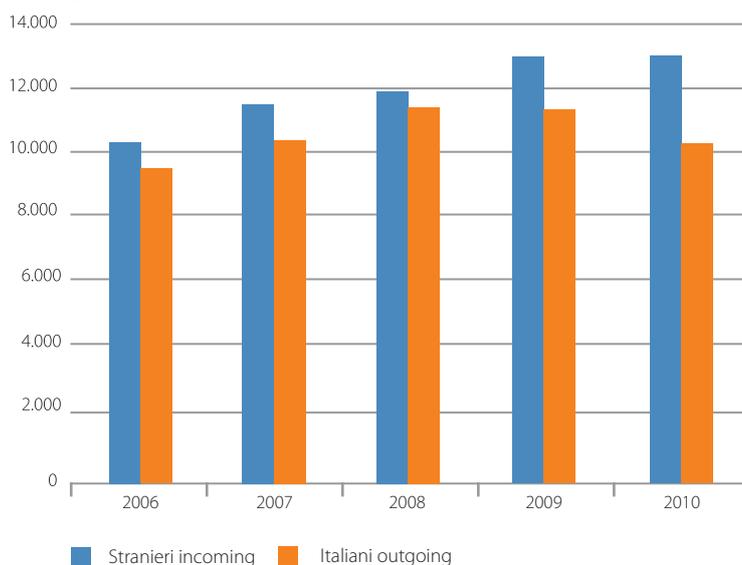
a cura di Ugo Arrigo e Gabriele Lotto  
www.rtbicocca.it

Il turismo d'affari incoming in Italia è in aumento, il numero di business traveller infatti è cresciuto rispetto agli anni precedenti. È stata invece registrata una contrazione per quanto riguarda il business travel outgoing.

I dati della Banca d'Italia, rielaborati da RTBicocca mostrano dunque una divergenza tra l'andamento dei viaggiatori in entrata e gli italiani diretti verso destinazioni estere.

### VIAGGIATORI INTERNAZIONALI BUSINESS

(N° in migliaia)



BUSINESS TRAVEL SURVEY / RTB di Uvet American Express

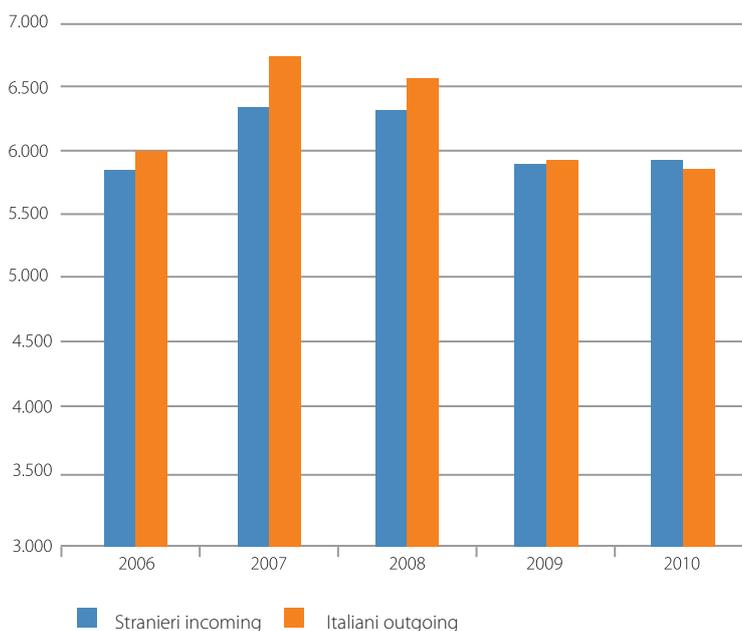
La spesa dei viaggiatori internazionali è rimasta sostanzialmente stabile in Italia tra il 2009 e il 2010. Si registra una leggera crescita della spesa degli stranieri in Italia e una piccola riduzione della spesa degli italiani all'estero.

Questo grafico, confrontato con il precedente, dimostra che la spesa media dei clienti stranieri in Italia è diminuita.

I livelli del 2008 e del 2007 sono molti distanti e mostrano che il settore ha sofferto particolarmente della crisi economica.

### LA SPESA DEI VIAGGIATORI INTERNAZIONALI BUSINESS

(In milioni di €)



BUSINESS TRAVEL SURVEY / RTB di Uvet American Express

Il numero dei passeggeri negli aeroporti italiani è aumentato di oltre il 7 per cento (fonte Assaeroporti) nell'ultimo anno.

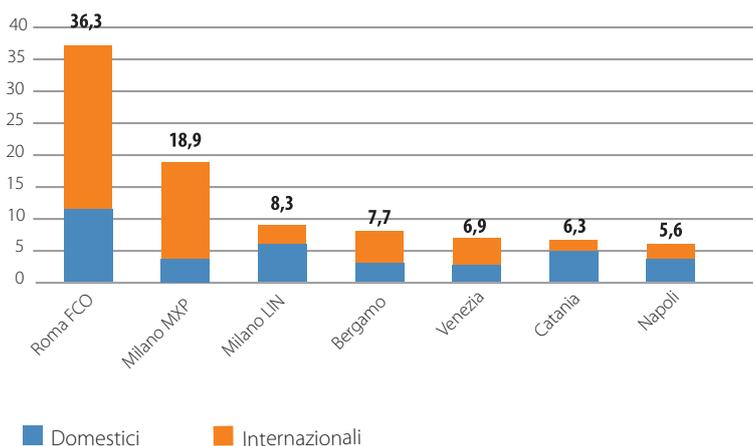
Il principale scalo si conferma Roma Fiumicino, dove la Nuova Alitalia ha posto il proprio hub.

Lo scalo di Milano Malpensa ha visto una buona crescita nel 2010 e ha quasi raggiunto i 19 milioni di passeggeri.

Milano Bergamo ha quasi raggiunto Milano Linate, grazie alla crescita delle compagnie low cost.

### PRINCIPALI AEROPORTI ITALIANI PER N. DI PASSEGGERI

(N° in milioni)



BUSINESS TRAVEL SURVEY / IBL di Uvet American Express

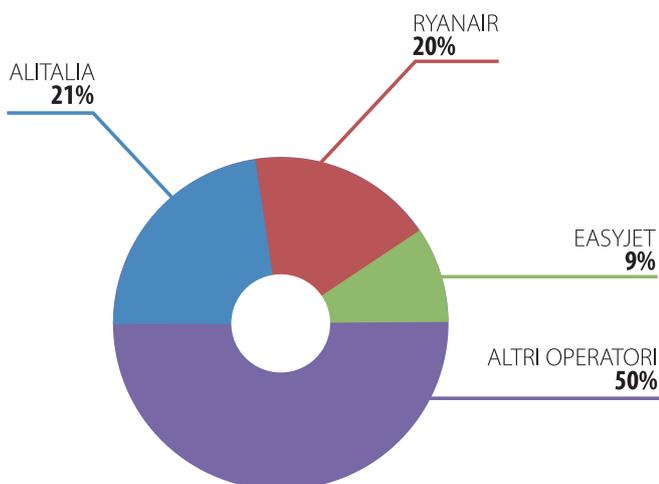
Nel 2010 la prima compagnia aerea in Italia si conferma Alitalia con il 21 per cento della quota di mercato. Ryanair, vettore low cost irlandese, ha superato il 20 per cento del market share, in crescita di due punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Easyjet, compagnia a basso costo, leader sullo scalo di Milano Malpensa ha quasi conquistato il 10 per cento del mercato.

Alitalia ha registrato una crescita di poco superiore al mercato, riuscendo a mantenere la propria leadership.

### STIMA DEL MERCATO AEREO ITALIANO NEL 2010

(Passeggeri = 110,1 mln)



BUSINESS TRAVEL SURVEY / IBL di Uvet American Express

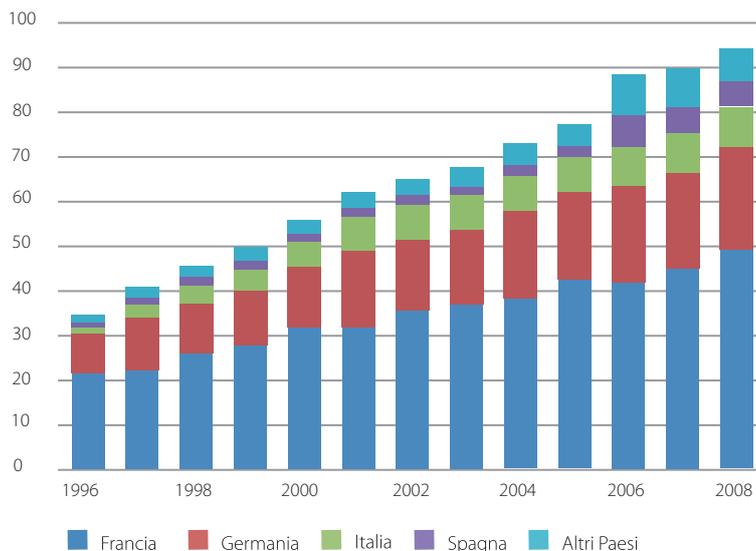
L'alta velocità ferroviaria sta crescendo in maniera importante negli ultimi due decenni in tutta Europa. Il Paese leader è la Francia, che per primo ha dato impulso ai progetti di costruzione delle linee ad alta velocità.

La Germania è il secondo Paese in Europa nel quale i treni veloci hanno una buona presenza.

L'Italia è il terzo mercato, anche se la Spagna sta conquistando nuove quote.

### SVILUPPO DELLA DOMANDA ALTA VELOCITÀ IN EUROPA

(In miliardi di passeggeri / Km)



BUSINESS TRAVEL SURVEY / IBL di Uvet American Express

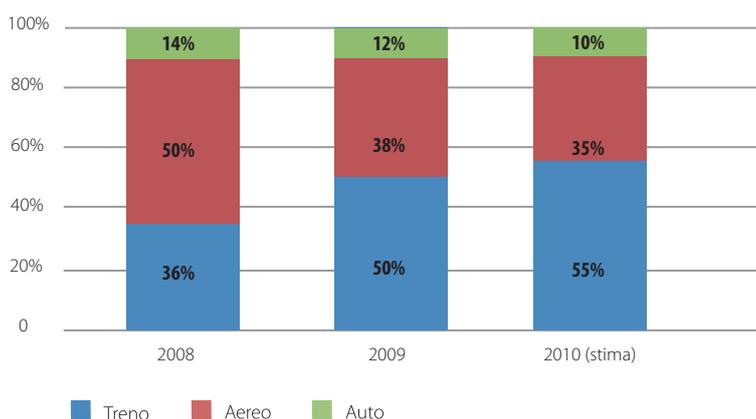
La Milano - Roma è la principale tratta a livello italiano.

Il completamento della linea ad alta velocità a fine 2009 ha permesso il sorpasso della modalità treno sull'aereo nel corso del 2010.

A fine 2008 si era avuta una riduzione del tempo di collegamento di mezz'ora tra le due città, permettendo un forte impulso al treno veloce.

L'entrata della concorrenza nell'alta velocità potrebbe spostare ancora maggiormente l'equilibrio a favore del treno.

### QUOTA DI MERCATO SULLA ROMA - MILANO



BUSINESS TRAVEL SURVEY / IBL di Uvet American Express

L'indagine di American Express permette di evidenziare la ripresa a livello globale.

Sia le tariffe aeree che quelle alberghiere sono previste in crescita nel 2011.

Le maggiori aree di sviluppo saranno il mercato aereo per il segmento intercontinentale e le spese negli hotel di gamma superiore.

## NORD AMERICA

Airlines		Hotel Rates	
Domestic/Short-Haul (Economy Class)	International/Long-Haul (Business Class)	Mid-Range	Upper-Range
<b>2% to 6%</b>	<b>3% to 7%</b>	<b>1% to 5%</b>	<b>2% to 6%</b>

## EUROPE/MIDDLE EAST

Airlines		Hotel Rates	
Domestic/Short-Haul (Economy Class)	International/Long-Haul (Business Class)	Mid-Range	Upper-Range
<b>4% to 9%</b>	<b>5% to 9%</b>	<b>1% to 6%</b>	<b>2% to 6%</b>

Si registra una maggiore crescita nei Paesi medio-orientali Europa e zona Asia - Pacific.

Nel 2011 tale zona potrebbe crescere del 10 per cento per quanto riguarda le tariffe degli hotel e per le tratte intercontinentali.

Il Nord America è invece la zona che meno dovrebbe avere incrementi nei prezzi degli aerei e degli hotel.

## LATIN AMERICA

Airlines		Hotel Rates	
Domestic/Short-Haul (Economy Class)	International/Long-Haul (Business Class)	Mid-Range	Upper-Range
<b>3% to 7%</b>	<b>3% to 8%</b>	<b>1% to 5%</b>	<b>2% to 6%</b>

## ASIA - PACIFIC

Airlines		Hotel Rates	
Domestic/Short-Haul (Economy Class)	International/Long-Haul (Business Class)	Mid-Range	Upper-Range
<b>3% to 8%</b>	<b>5% to 10%</b>	<b>5% to 10%</b>	<b>5% to 10%</b>

# CONTRIBUTO OSSERVATORIO BUSINESS TRAVEL 2011

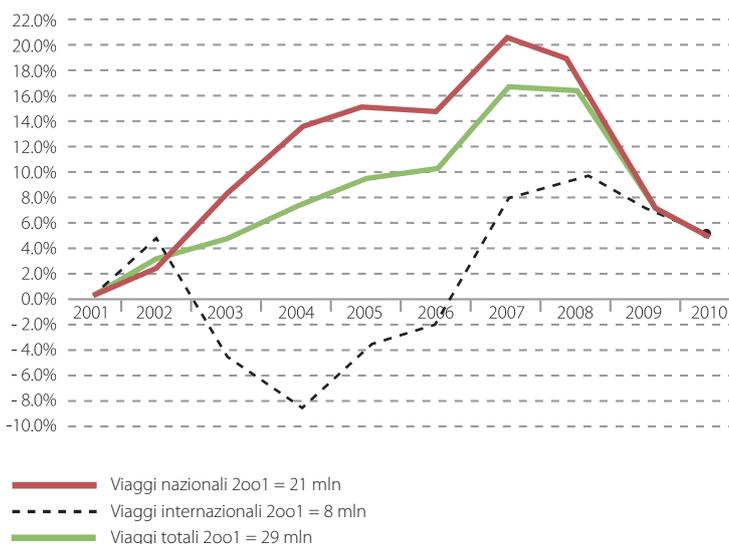
a cura di Andrea Guizzardi  
Scuola Superiore Scienze Turistiche di Bologna

In ottica pluriennale il dato 2010 conferma l'inversione di tendenza registrata nel 2008 e porta il risultato complessivo a +5.5% rispetto ai livelli misurati dieci anni fa.

Dal picco raggiunto nel 2007 il mercato ha perso l'11,5% del suo spessore, una contrazione che non modifica l'andamento di fondo della domanda di viaggi d'affari.

La pur pesante recessione non ha cioè inciso strutturalmente su un mercato che va ad oggi considerato solo congiunturalmente in flessione.

## LA DINAMICA ANNUALE DEI VIAGGI D'AFFARI (2001-2010)



BUSINESS TRAVEL SURVEY / OBT di Uvet American Express

Sul piano settoriale il dato principale è il differenziale nella dinamica delle trasferte nel settore manifatturiero (-1,9%) con quelle del terziario (-3,7%).

Il risultato riflette una situazione tipica di un periodo post crisi, con la manifattura primo comparto dell'economia a ripartire.

Il dato rimane comunque negativo per via sia della stagnazione dei consumi privati, sia della riduzione dell'import di servizi alle imprese. Su tutto si innesta la capacità di tagliare o posticipare i costi (e le trasferte) sviluppata da molte imprese transitate lungo la crisi.

## VIAGGI D'AFFARI PER DESTINAZIONE E SETTORE

(Valori assoluti (x1000); anno 2010)

Settore produttivo	In Regione	Nel resto d'Italia	In Europa	Extra-Europei	Totale	Variazione 2010/2009
Industrie ad alto ricavo per addetto	285	798	889	362	<b>2.333</b>	-0,2%
Industrie a medio - basso ricavo per addetto	359	2.041	2.744	747	<b>5.891</b>	-0,9%
<b>Totale manifatturiero</b>	<b>644</b>	<b>2.839</b>	<b>3.632</b>	<b>1.109</b>	<b>8.224</b>	<b>-0,7%</b>
Distribuzione commerciale all'ingrosso e al dettaglio	7.689	1.811	952	407	<b>10.859</b>	-2,4%
Servizi	2.478	6.844	1.973	344	<b>11.637</b>	-3,0%
<b>Totale terziario</b>	<b>10,166</b>	<b>8,655</b>	<b>2,925</b>	<b>751</b>	<b>22.496</b>	<b>-2,7%</b>

BUSINESS TRAVEL SURVEY / OBT di Uvet American Express

L'analisi per motivazione (vedi tavola 8), mostra una diminuzione generalizzata da cui sono escluse solo le trasferte per partecipazione a fiere che aumentano dello 0,2%.

Si tratta di un incremento frazionale ma significativo sia per essere in controtendenza con il crollo verticale fatto registrare nel 2009, sia perché è accompagnato dalla contenuta flessione del segmento "altro". L'arretramento più significativo in termini assoluti (-550 mila viaggi) si registra però nelle trasferte per incontrare clienti e fornitori (-2,7%).

### MOTIVAZIONE DEL VIAGGIO D'AFFARI

	Valori assoluti (x 1000)					Composizione %			
	Incontri clienti/fornitori	Riunioni aziendali	Fiere	Altro	Totale	Incontri clienti/fornitori	Riunioni aziendali	Fiere	Altro
Viaggi 2009	20.909	3.085	5.020	2.386	<b>31.400</b>	66,6%	9,8%	16,0%	7,6%
Viaggi 2010	20.341	2.963	5.043	2.373	<b>30.721</b>	66,2%	9,6%	16,4%	7,7%
Variazione % '08/'09	-2,7%	-4,0%	0,5%	-0,6%	<b>-2,2%</b>				

BUSINESS TRAVEL SURVEY / OBT di Uvet American Express

Nel 2010 la spesa per viaggi d'affari delle imprese private italiane a prezzi correnti è cresciuta a quota 17,3 miliardi di euro in leggera crescita rispetto ai livelli dell'anno precedente (+1,0%).

Nel dato sono comprese tutte le spese che le aziende manifatturiere con almeno 10 addetti e di servizi con almeno 5 addetti, imputano a bilancio come costo dei viaggi d'affari.

Dopo il crollo nella spesa del 10,6% nella spesa 2009 rispetto al 2008 il risultato va oltre la sua dimensione numerica perché interrompe una flessione che aveva preoccupato tanti player di mercato.

Diminuisce la spesa nazionale (-2,5%) mentre la componente internazionale registra un importante avanzamento (+3,3%).

### SPESA PER VIAGGI D'AFFARI

(Mln. di Euro)

	Nazionale	Internazionale	Totale
Spesa 2009	6.863	10.279	<b>17.142</b>
<b>Spesa 2010</b>	<b>6.692</b>	<b>10.620</b>	<b>17.312</b>
Variazione '10/'09 (a prezzi correnti)	-2,5%	3,3%	<b>1,0%</b>

BUSINESS TRAVEL SURVEY / OBT di Uvet American Express

# La tradizione come miglior innovazione.



## L'esperienza insegna ad affrontare nuove sfide.

Da sessantanni Uvet ti supporta nei viaggi. Dal 2002 Uvet American Express è il tuo partner per i viaggi d'affari e l'organizzazione di eventi e incentive.



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)