

2013: SALGONO I VIAGGI INTERCONTINENTALI, SCENDONO I VIAGGI IN EUROPA

Notizie positive dai mercati globali, aumentano le trasferte aeree delle grandi aziende italiane e multinazionali nelle aree del Medio Oriente, Nord Africa, Oceania, in leggera discesa nell'area BRIC Cina e India, dopo l'esplosiva crescita degli ultimi anni. Continua ininterrottamente dalla fine del 2010 la discesa progressiva dei viaggi aerei in Europa, causa il perdurare delle crisi che coinvolgono il

vecchio continente dall'autunno 2008, dai tempi delle sofferenze del sistema bancario americano, causa il default di Lehman Brothers.

Per quanto riguarda l'Italia, l'ancor più marcata diminuzione del traffico aereo è mitigata dall'incremento dell'utilizzo dei servizi nell'Alta Velocità.

La strategia perseguita dai Travel Manager aziendali sta continuando ad apportare i suoi risultati in termini di

razionalizzazione delle spese di trasferta, facendo confluire nelle travel policy i flussi di prenotazione (hotel / treni), prima non completamente integrati.

Il risultato è l'incremento dei volumi gestiti dalle Travel Management company e l'ottimizzazione dei processi d'acquisto.

UVET AMERICAN EXPRESS

I DATI PIÙ SIGNIFICATIVI DEL PRIMO SEMESTRE 2013



▼ UVET TRAVEL INDEX

Evidenza ulteriore contrazione nel secondo trimestre del 2013.



▼ TREND DI SPESA

In decrescita rispetto al 2012.



▼ BIGLIETTERIA AEREA

Contrazione del traffico domestico ed europeo, in crescita il traffico intercontinentale.



▲ HOTELLERIE

Incremento della quota affidata alle TMC.

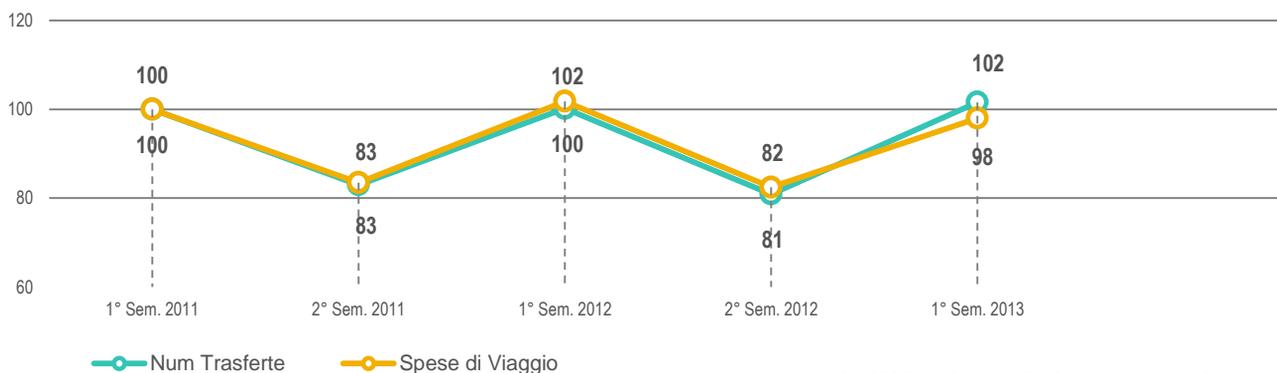


▲ RAIL

Incremento dei volumi di spesa e delle prenotazioni.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

Numero indice base 1° Semestre 2011



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

SOMMARIO

UVET TRAVEL INDEX

The European House Ambrosetti 04

Le mete intercontinentali 11

Le mete europee 13

Le mete domestiche 14

TENDENZE GENERALI DI SPESA

Trasferte e spese 06

VIAGGI D'AFFARI

Mix di Spesa 08

VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON RAIL

Le spese 15

VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON AIR

Le spese 09

VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON HOTEL

Le spese 16

Le principali destinazioni 16

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

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

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



ILLUSTRAZIONE: MAX THOMPSON / ART DIRECTOR: RENZO TROTTA

mobility & business travel | events meetings & congress | communication



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

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

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

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

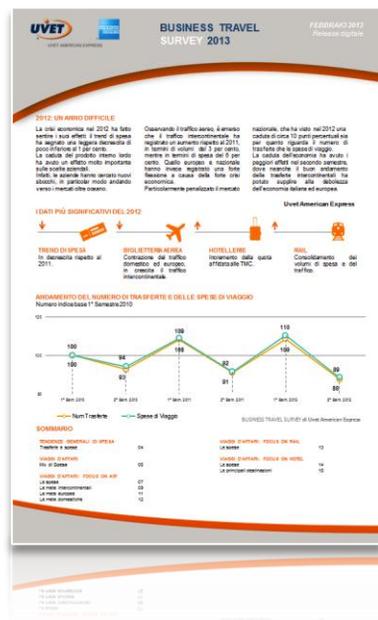
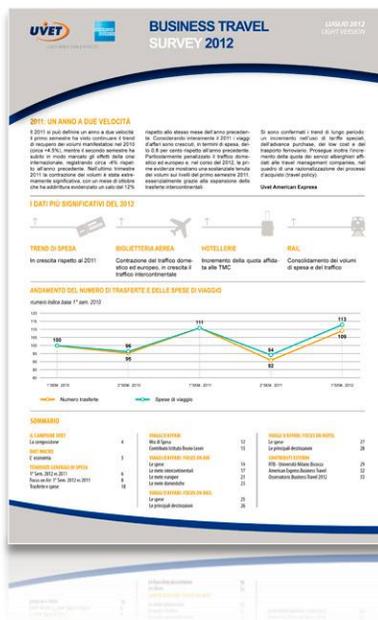
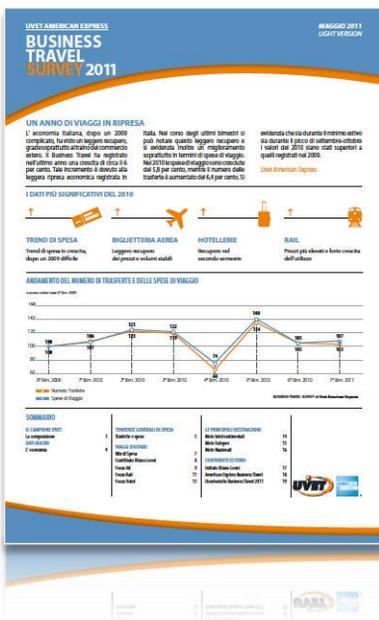
importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea e ferroviaria, hôtellerie e rent a car) e si focalizza sui dati relativi al primo semestre 2013.

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

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

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

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



All'interno delle analisi che regolarmente UVET svolge da molti anni nel proprio settore del business travel management è emersa, nel tempo e con sempre maggiore forza, la sensazione che i dati sui viaggi d'affari non solo fossero significativamente correlati al PIL, ma rappresentassero un indicatore quasi istantaneo all'andamento dell'economia italiana.

In tale contesto, all'interno della **Business Travel Survey**, periodica indagine sui viaggi d'affari elaborata da UVET, è nata l'idea di provare a utilizzare i dati proprietari e presenti nel database di UVET, al fine di elaborare un indicatore composito e sintetico in grado di fornire indicazioni quasi istantanee sull'andamento dell'attività economica aggregata.

Come è noto avere a disposizione degli indicatori istantanei sull'andamento economico prima delle pubblicazioni ufficiali sul PIL – nel momento in cui vengono rilasciate fanno riferimento nel migliore dei casi al trimestre precedente – è fondamentale per orientare le decisioni aziendali e gli investimenti e per programmare meglio le politiche di sviluppo, sia a livello di business aziendale, sia a livello Paese per i policy maker e le istituzioni.

Con il contributo professionale e scientifico di **The European House – Ambrosetti**, coadiuvati dal *Prof. Innocenzo Cipolletta*, nel corso del 2012 abbiamo elaborato **l'UVET Travel Index, indicatore anticipatore del PIL italiano**, costruito utilizzando il database proprietario di UVET sul business travel management. A livello metodologico e di processo l'analisi ha, in primis, indagato le relazioni tra le dinamiche dei viaggi d'affari e il ciclo economico in Italia, e successivamente ha sviluppato un modello statistico-econometrico in grado di legare quantitativamente le variabili dei viaggi d'affari e le variabili economiche, consentendo la lettura finale attraverso l'indicatore sintetico UVET Travel Index.

Presentato in anteprima il 6 Novembre 2012, in occasione del **BizTravel Forum**, evento di riferimento B2B in Italia per la Mobility, gli Eventi e il Turismo, l'UVET Travel Index si è rivelato

capace di fornire alla collettività, in modo affidabile, informazioni sull'andamento dell'attività economica, in anticipo rispetto ai dati ufficiali di fonte pubblica.

Dati i positivi risultati ottenuti dall'UVET Travel Index, in termini di capacità di segnalare quasi immediatamente espansioni o contrazioni dell'attività economica, abbiamo deciso di proseguire sulla strada intrapresa pubblicando periodicamente l'UVET Travel Index in modo da fornire informazioni continuative e aggiornate.

Le elaborazioni statistico-econometriche sono state realizzate prelevando i dati da un campione di 700 imprese rappresentative dell'economia italiana, su 12 variabili chiave selezionate ad hoc per l'analisi (es. costo totale dei viaggi, numero dei titoli di viaggio emessi, numero dei passeggeri ecc.), a loro volta scomposte ognuna in sei dimensioni rilevanti (famiglia e classe del servizio, destinazione, hotel di pernottamento, tipologia di cliente e settore di appartenenza) su un orizzonte temporale compreso tra l'1 gennaio 2006 e il 30 giugno 2013.

Come possiamo vedere graficamente la stima del PIL italiano effettuata utilizzando i dati UVET è pressoché identica alla dinamica del PIL reale. L'indice R2 che misura la bontà del modello di regressione elaborato presenta un valore di 0,94, molto alto, considerando che il massimo è 1, e in sostanza significa che il 94% della variazione del PIL italiano è spiegata dal modello costruito con i dati forniti da UVET.

La novità dell'analisi è che si è trovata, per la prima volta, una relazione scientifica ed econometrica tra dinamica dei viaggi d'affari e PIL italiano.

L'UVET Travel Index evidenzia una naturale capacità di anticipazione del ciclo economico che risiede nella possibilità di fornire una stima (come si vede nel grafico) molto vicina alla realtà del PIL quasi in tempo reale.

L'UVET TRAVEL INDEX registra, anche per il secondo trimestre del 2013, una contrazione abbastanza significativa, anche se inferiore rispetto al primo trimestre del 2013 e allo stesso periodo dell'anno passato. Qualche miglioramento si intravede, ma rimaniamo in area negativa. Infatti, il lieve miglioramento si traduce in una riduzione del tasso di contrazione, ma non ancora in una ripresa dell'indicatore.

Più nello specifico, l'UVET TRAVEL INDEX registra un calo sia tendenziale (secondo trimestre 2013 su secondo trimestre del 2012) sia congiunturale (secondo trimestre 2013 su primo trimestre 2013). Proprio la contrazione ulteriore del periodo aprile-giugno del 2013, rispetto al periodo gennaio-marzo del 2013, evidenzia come l'indicatore non si sia ancora stabilizzato completamente, ma continui a scendere, seppur ad un tasso inferiore rispetto al passato.

Pertanto, l'indicazione economica che ne deriva è di una ulteriore contrazione del Prodotto Interno Lordo nel periodo aprile-giugno 2013 sia nel confronto col periodo gennaio-marzo del 2013 (dato congiunturale), sia nel confronto col periodo aprile-giugno 2012 (dato tendenziale).

In sintesi, si conferma anche nel secondo trimestre del 2013 una generale sofferenza delle imprese e dell'attività economica aggregata nel Paese. Qualche speranza è fornita dal fatto che la caduta dell'economia è in rallentamento, ma in ogni caso non emergono ancora segnali di ripresa.

UVET TRAVEL INDEX¹

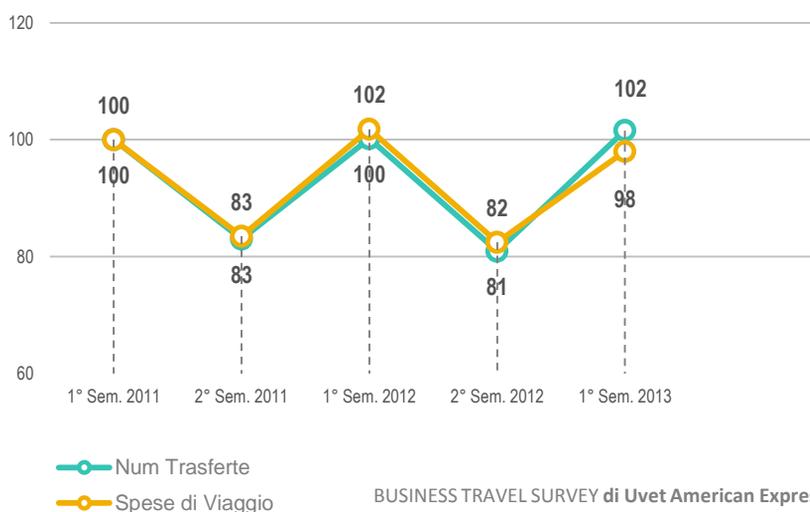


¹ L'indicatore è stato calcolato dopo aver corretto le serie storiche dagli effetti di stagionalità (effetti di "calendario" che alterano le serie nei giorni e mesi festivi) e inflazione che per il settore trasporti è particolarmente elevata (circa il 30% nel periodo considerato, il doppio dell'inflazione registrata a livello economico aggregato).

Confrontando la prima parte dell'anno 2013 con il 2012, il numero di trasferte e le spese di viaggio hanno presentato un comportamento differente: il numero di trasferte sono aumentate di 2 punti percentuali, mentre le spese sono diminuite di ben 4 punti. Questo trend dimostra come le aziende continuano a viaggiare ma cercando soluzioni più economiche, in un momento di crisi globale.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

(numero indice base 1° Sem. 2011)

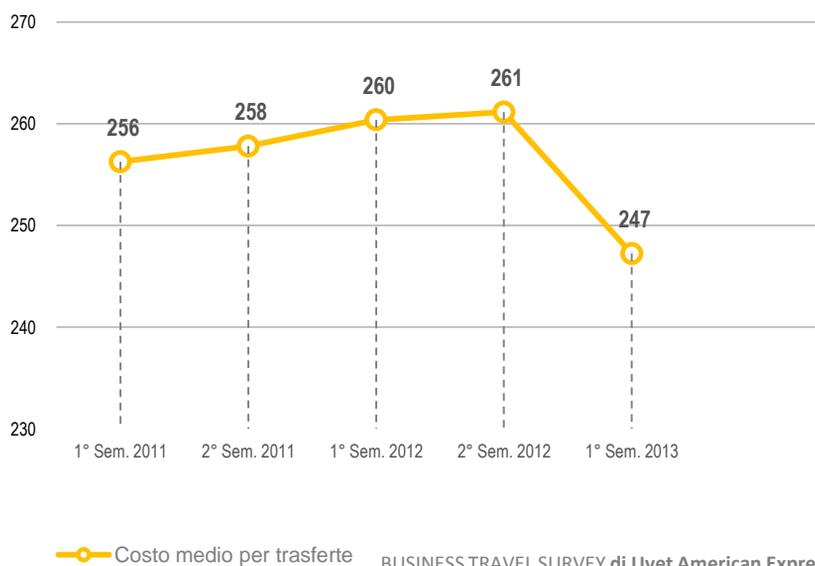


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

I primi mesi del 2013 hanno mostrato come il costo medio per trasferta sia sceso di 5 punti percentuali, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

COSTO MEDIO PER TRASFERTA

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

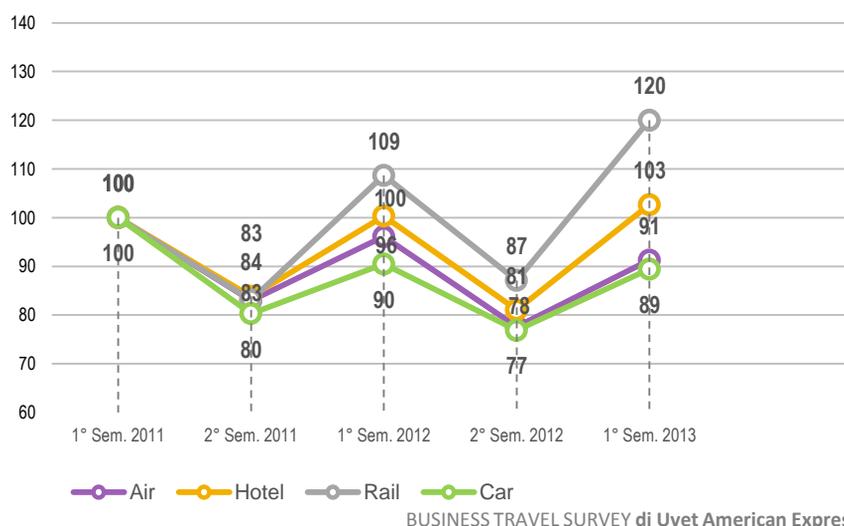
Analizzando il 1° Sem. 2013 rispetto al 2012, si denota una conferma del trend in salita del servizio Rail ed una ripresa del servizio Hotel.

Il primo aumenta di 10 punti percentuali, mentre il secondo di 3 punti.

In discesa il trend per i servizi Car ed Air che, considerando il 1° Sem. 2013 sul 1° Sem. 2012, registrano rispettivamente meno 1 per cento e meno 5 punti percentuali.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Sem. 2011)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Al 1° Sem. 2013 le spese di viaggio hanno registrato andamenti coerenti rispetto ai semestri precedenti, ad eccezione del servizio Car ed Air.

L'utilizzo del servizio aereo continua a diminuire.

Continuano ad aumentare, invece le spese nei servizi Hotel e Rail.

Il servizio Car ha mostrato un andamento differente in base al semestre considerato: mentre nel 2° Sem. 2012 rispetto al 2° Sem. 2012 notiamo un forte aumento della spesa, considerando il 1° Sem. 2013 sul 2° Sem. 2012, denota, invece, un netto calo.

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Sem. 2011)

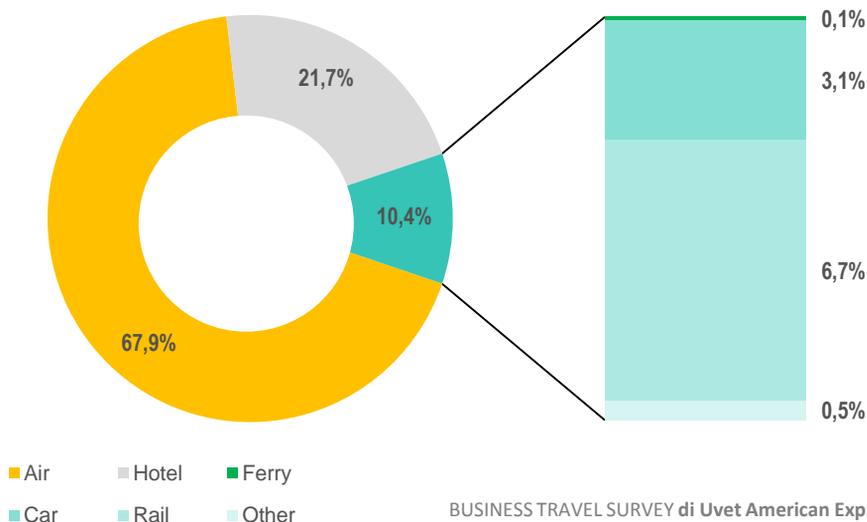


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Oltre i due terzi delle spese totali di viaggio appartengono al settore aereo. Rispetto al 2012 la quota del trasporto aereo è scesa di circa 1.5 punti percentuali. L'Hôtellerie copre oltre un quinto delle spese globali, incrementando nel 1° Sem. 2013 lievemente la propria quota. Cresciute anche le spese relative al servizio ferroviario, mentre in calo quelle relative al servizio Car.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO

(1° Semestre 2013)

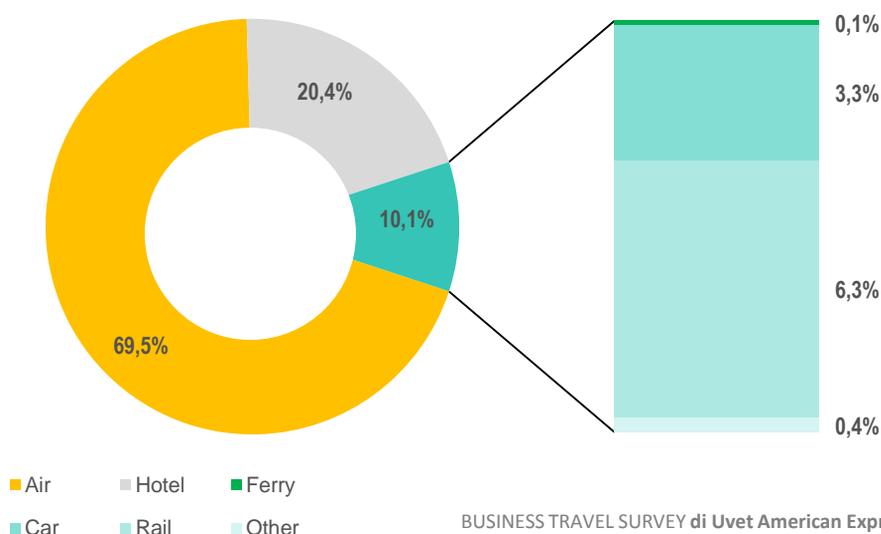


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel 2012 le spese di viaggio vedevano una maggiore predominanza del settore aereo rispetto al 1° Sem. 2013. La riduzione delle spese del trasporto aereo è andata a vantaggio principalmente dei servizi Rail e Hotel.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO

(1° Semestre 2012)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

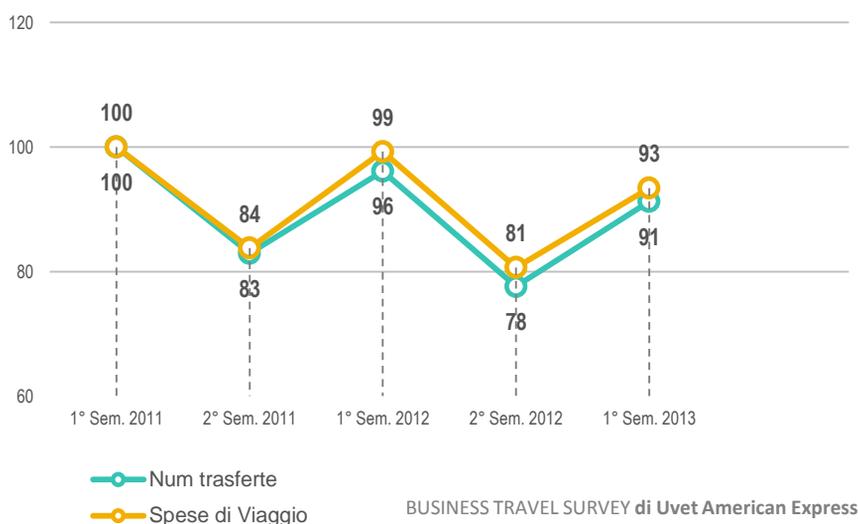
Il numero delle trasferte aeree è diminuito di 5 punti percentuali tra il 1° Sem. 2013 ed il 2012.

Hanno seguito lo stesso andamento le spese di viaggio, mostrando una riduzione percentuale pari al 6 per cento.

Considerando il triennio 2011 – 2013 si assiste comunque ad una riduzione del numero di trasferte, pari a 9 punti percentuali, e anche del livello di spesa che scende di 7 punti.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE

(Numero indice base 1° Sem. 2011)

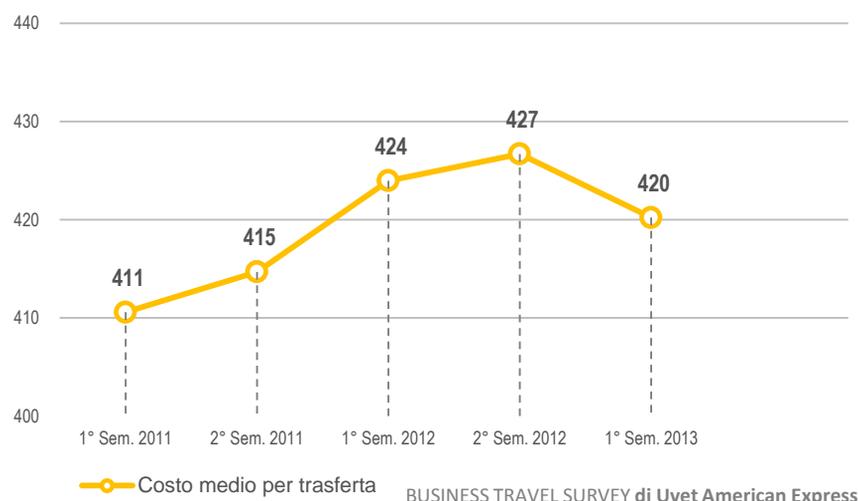


Nella prima metà del 2013 si assiste ad un lieve calo del costo medio del biglietto, che da 427 Euro passa a 420 Euro.

Il trend del costo medio del biglietto aereo è stato fino al 2° Sem. 2012 in salita: incremento dovuto non solo all'aumento del traffico intercontinentale ma anche all'aumento del costo del carburante che ha inciso profondamente anche sui costi delle compagnie aeree.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO

(Euro)



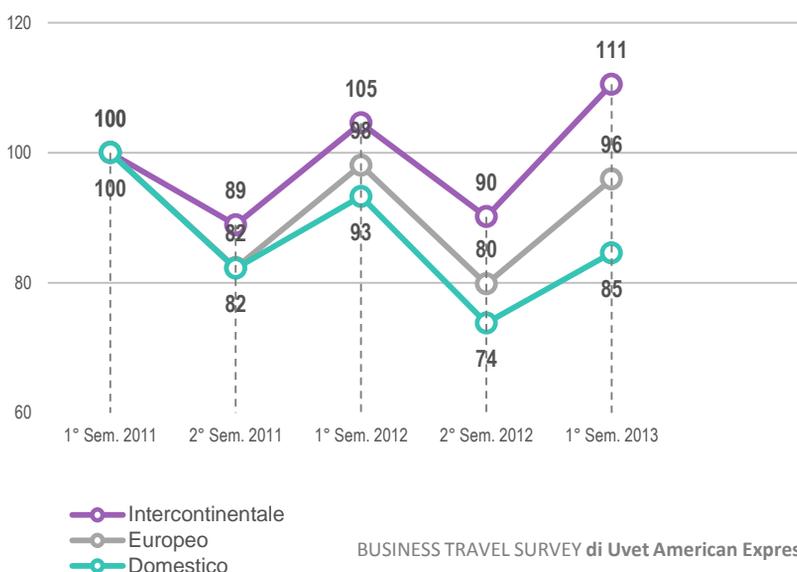
Il numero delle trasferte nel corso del 1° Sem. 2013 è diminuito nel mercato europeo e italiano mentre è aumentato in quello intercontinentale.

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

La diminuzione del numero di trasferte non si è verificata infatti nei voli intercontinentali, che sono aumentate di 6 punti percentuali, mentre è stata molto accentuata per quanto riguarda le destinazioni europee e quelle italiane. Il panorama nazionale è certamente influenzato dall'aumento dell'utilizzo del trasporto ferroviario.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

(Numero indice base 1° Sem. 2011)



L'andamento delle spese di viaggio nell'arco del 1° Sem. 2013 è calato in tutti e tre i segmenti di mercato. Lo stesso comportamento emerge considerando il triennio 2011 – 2013, ad eccezione del traffico intercontinentale.

Il segmento nazionale, oltre a risentire della crisi economica che coinvolge il vecchio continente, 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. 2011)

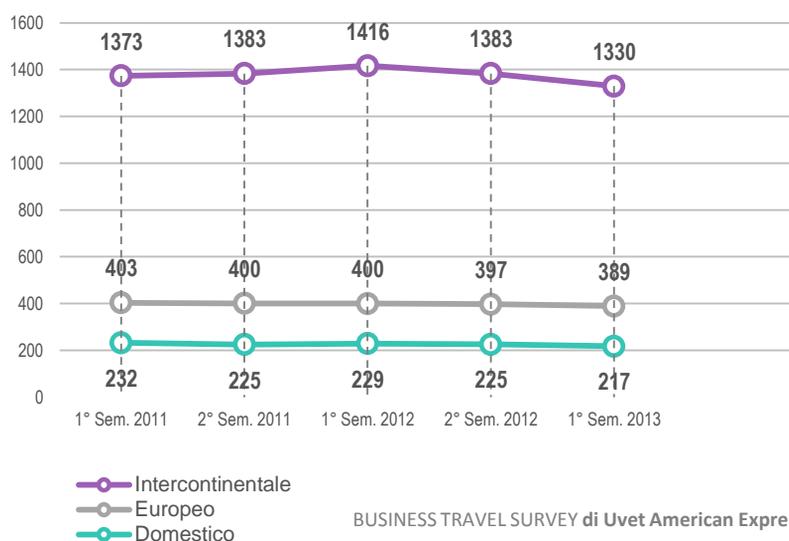


Nel 1° Sem. 2013 il costo medio del biglietto ha registrato una diminuzione nei segmenti dei voli nazionali, europei ed intercontinentali rispettivamente pari a meno 5 punti percentuali per i primi, meno 3 punti per i secondi e meno 6 punti per i terzi.

Lo stesso comportamento viene evidenziato considerando il triennio tra il 1° Sem. 2011 e il 1° Sem. 2013.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

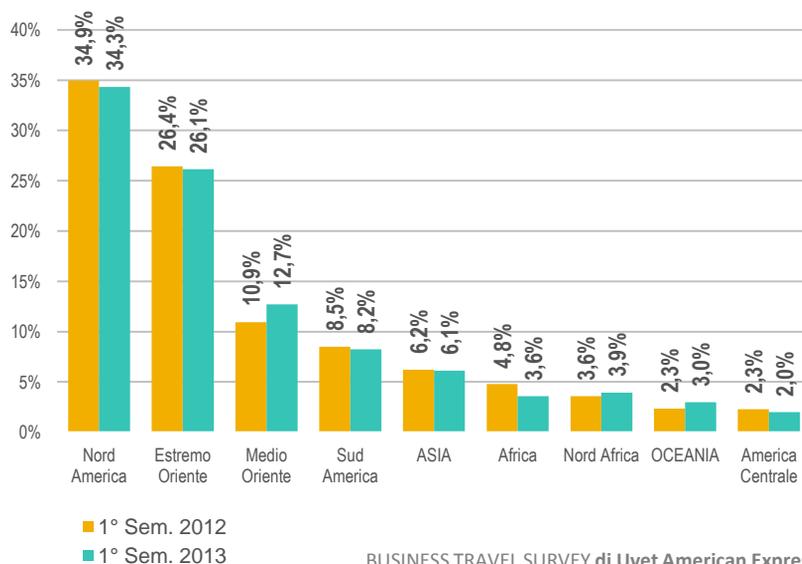
Oltre un terzo del traffico intercontinentale vede come principale destinazione il Nord America.

L'Estremo Oriente incide per più di un quarto del totale dei volumi di spesa, nonostante abbia registrato un decremento rispetto al 1° Sem. 2012.

In forte crescita, invece, il Medio Oriente, l'Oceania ed il Nord Africa.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO INTERCONTINENTALE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nella prima metà dell'anno 2013 quasi tutte le principali destinazioni intercontinentali hanno visto ridursi la propria quota, o comunque sono rimaste costanti.

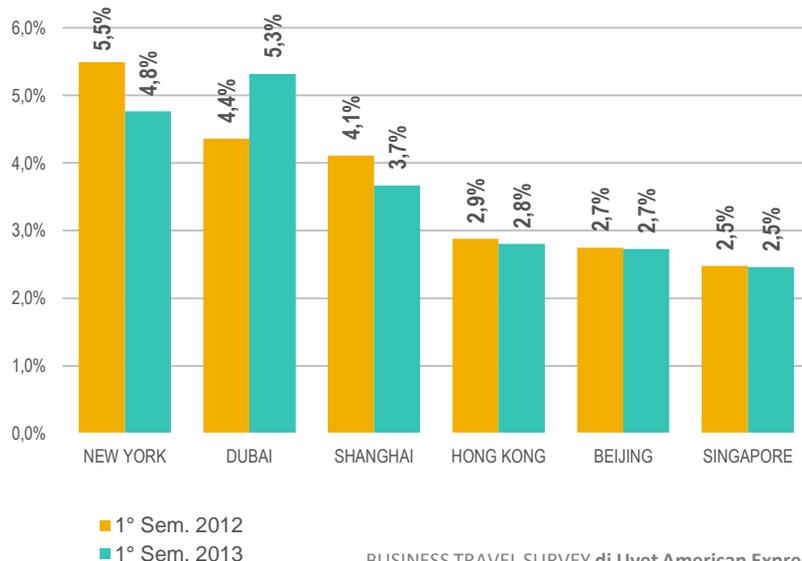
Aumenta la propria quota Dubai, di ben 20 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

New York rimane la destinazione più importante, nonostante abbia registrato un calo della propria quota di 13 punti percentuali rispetto al 2012.

Ciò dimostra come altre destinazioni stanno aumentando il proprio peso rispetto alla totalità delle trasferte.

PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

(Numero di biglietti)



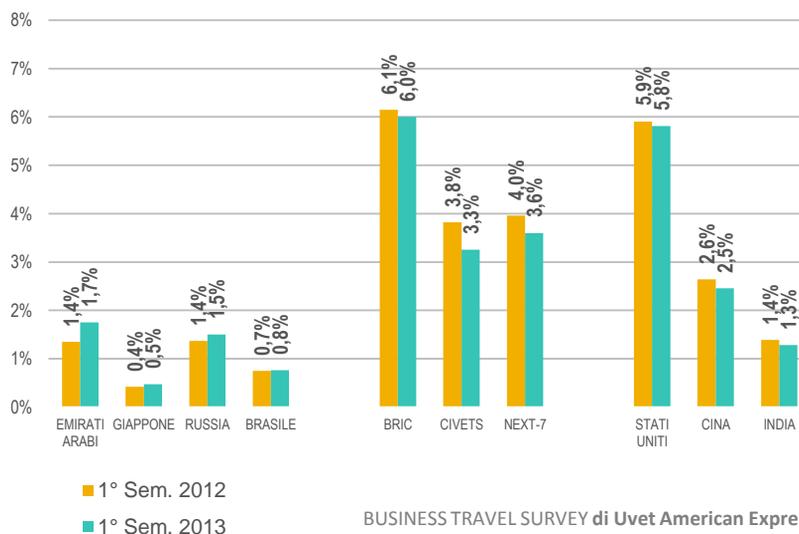
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nell'arco del 1° Sem. 2013 il traffico internazionale si è sviluppato a macchia di leopardo.

La Russia ha ripreso la sua crescita, affiancata dagli Emirati Arabi, il Giappone ed il Brasile.

Come già anticipato dalla BTS presentata a febbraio 2013 e al BizTravel Forum 2012 a novembre, Cina e India hanno affievolito, in maniera preoccupante, la loro importanza come mercati.

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

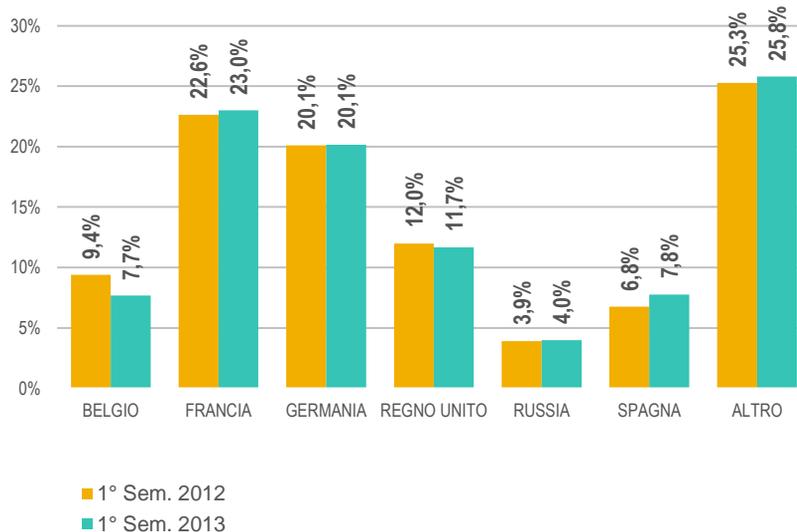
² CIVETS: Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto, Turchia e Sud Africa

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. La prima ha evidenziato un lieve aumento della propria quota, mentre la seconda è rimasta stabile.

La Spagna è l'unico Paese che ha registrato una crescita consistente dei volumi di spesa, mentre Regno Unito e Belgio hanno avuto un calo della propria quota.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO EUROPEO



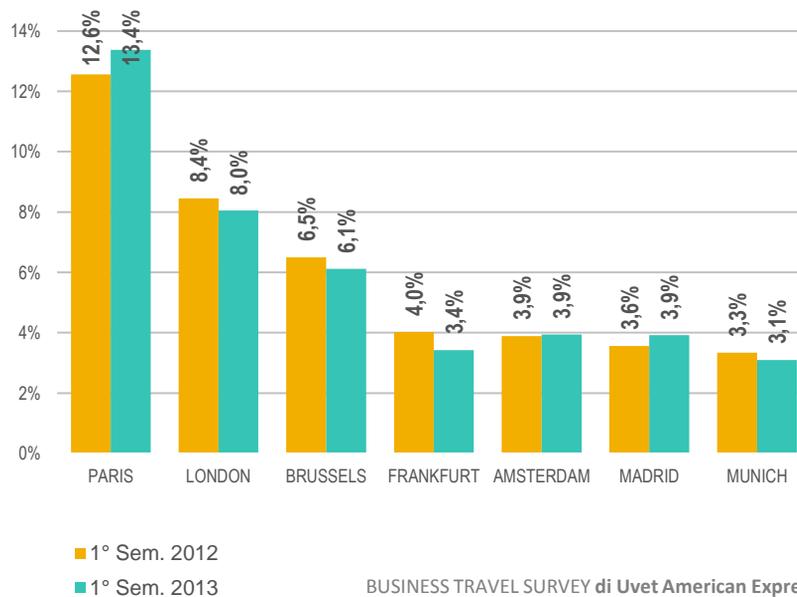
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

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

La capitale francese insieme a Madrid hanno aumentato la propria quota, mentre le altre destinazioni europee mostrano una decrescita anche significativa, in particolar modo Monaco, Brussels e Francoforte.

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: circa il 31 per cento dei clienti ha favorito gli scali di Linate e Malpensa. Roma ha registrato una diminuzione della quota di mercato, che è andata a favorire la crescita delle altre destinazioni.

PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di biglietti)

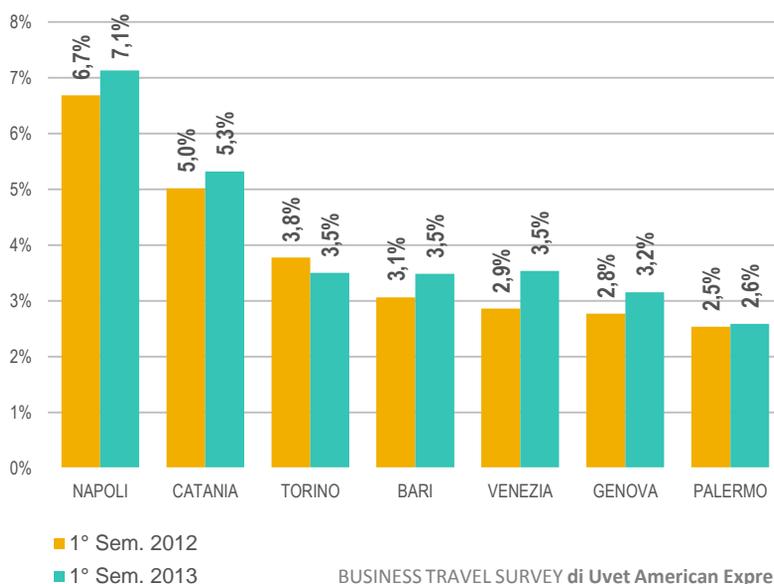


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Lo scalo di Napoli ha registrato un incremento della quota di mercato arrivando al 7 per cento del totale. Bari ha raggiunto come destinazione Venezia, arrivando ad insidiare anche la posizione di Genova. Torino è l'unica destinazione che ha visto una riduzione dei passeggeri, mentre gli altri scali sono cresciuti.

LE ALTRE DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Durante la prima parte dell'anno 2013 sia l'andamento del numero di trasferte sia le spese di viaggio ferroviarie hanno visto una crescita, segnando rispettivamente più 10 punti percentuali la prima e più 2 punti la seconda, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Valutando l'intervallo 1° Sem. 2011 – 1° Sem. 2013 si è evidenziata comunque una crescita del numero di trasferte di 20 punti percentuali e di circa 10 punto percentuale per le spese di viaggio, ciò fa supporre che la competizione ha favorito i passeggeri.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO FERROVIARIE

(Numero indice base 1° Sem. 2011)



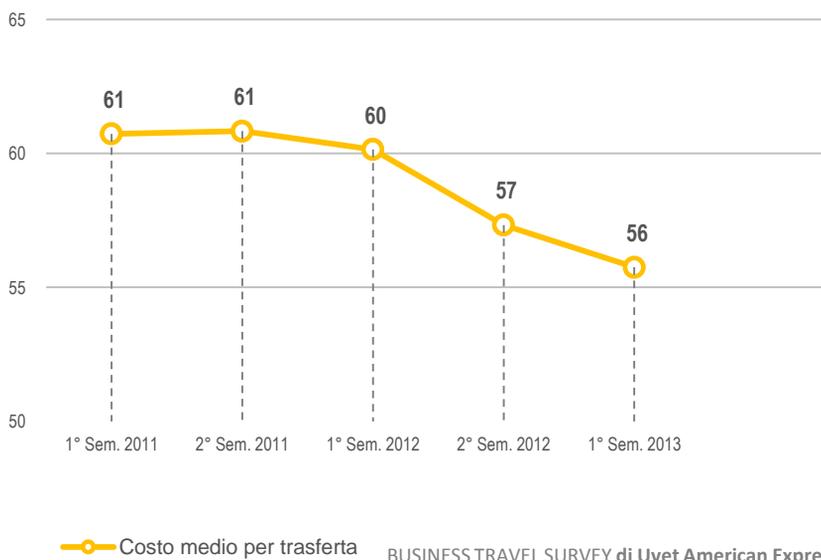
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio del biglietto ferroviario è rimasto costante fino al 2° Sem. 2011, per poi scendere nel 2012 e arrivare a 56 Euro al 1° Sem. 2013.

Anche in questo caso è possibile notare che la diminuzione dei prezzi sia iniziata nel momento in cui è cominciata la concorrenza nel settore Alta Velocità.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO FERROVIARIO

(Euro)



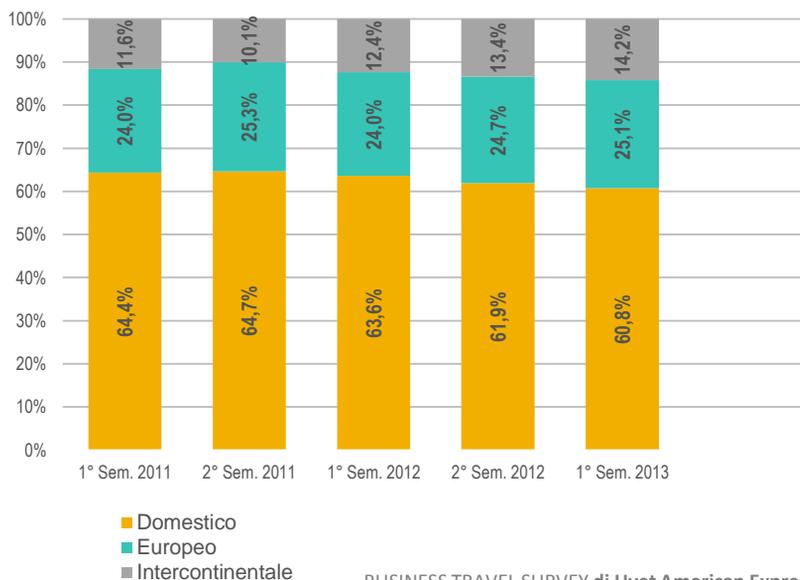
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

L'Hôtellerie, nel 1° Sem. 2013, ha presentato maggiori spese sul territorio nazionale con una quota che supera il 60 per cento del totale, registrando comunque una riduzione della spesa rispetto al 2012.

Il segmento europeo ha visto un aumento della sua quota di mercato sia nel 1° Sem. 2013 che nel 2° Sem. 2012, rispetto agli stessi semestri dell'anno precedente.

La spesa negli Hotel di destinazioni intercontinentali, infine, ha visto un aumento del market share superando la quota del 14 per cento, con un forte incremento proprio nel 2° Sem. 2012.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI HOTELLERIE

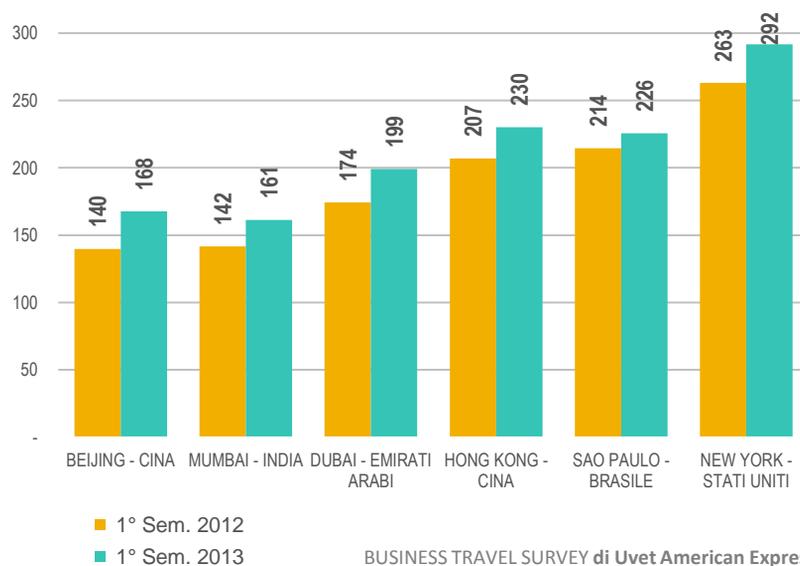


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

I primi mesi del 2013 evidenziano un costo medio per room night in aumento per tutte le principali destinazioni intercontinentali.

New York è la città nella quale ogni pernottamento è costato maggiormente, arrivando a 292 Euro. Mumbai, nonostante l'aumento del costo medio di 13 punti percentuali, resta tra le mete più economiche.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nel 1° Sem. 2013, il costo medio per room night nelle destinazioni europee è aumentato nelle città di Londra, Brussels e Parigi, mentre è diminuito nelle altre città ad eccezione di Madrid in cui il costo è rimasto costante. Madrid rimane la meta europea più economica.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Euro)



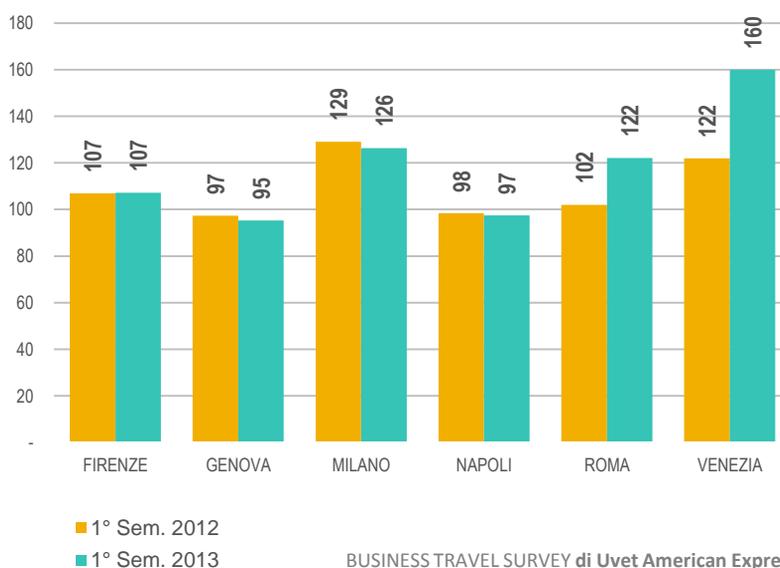
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio per room night nel mercato domestico durante i primi mesi del 2013 è aumentato a Roma e a Venezia.

Per tutte le altre città il costo medio è rimasto costante.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI ITALIANE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

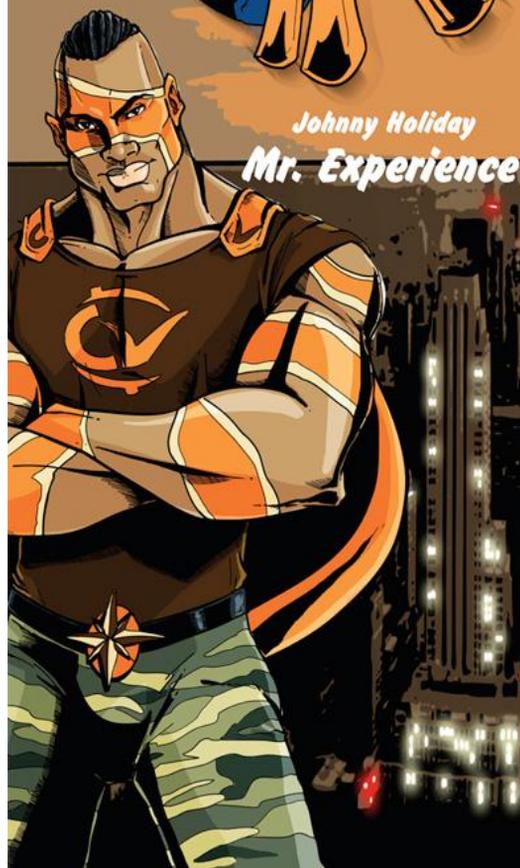
**Persone uniche
per momenti straordinari.**



*Paul Trolley
Mr. Biz*



*Sara Slot
Lady Flight*



*Johnny Holiday
Mr. Experience*



*Antoine Car
Surfer Fleet*



*Charlie Hacker
Pez Boy*

mobility & business travel | events meetings & congress | communication





Le precedenti edizioni della Business Travel Survey sono disponibili su:



www.uvetamex.com/bts

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

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