

## 2012: UN ANNO DIFFICILE

La crisi economica nel 2012 ha fatto sentire i suoi effetti: il trend di spesa ha segnato una leggera decrescita di poco inferiore al 1 per cento.

La caduta del prodotto interno lordo ha avuto un effetto molto importante sulle scelte aziendali.

Infatti, le aziende hanno cercato nuovi sbocchi, in particolar modo andando verso i mercati oltre oceano.

Osservando il traffico aereo, è emerso che il traffico intercontinentale ha registrato un aumento rispetto al 2011, in termini di volumi del 3 per cento, mentre in termini di spesa del 6 per cento. Quello europeo e nazionale hanno invece registrato una forte flessione a causa della crisi economica.

Particolarmente penalizzato il mercato

nazionale, che ha visto nel 2012 una caduta di circa 10 punti percentuali sia per quanto riguarda il numero di trasferte che le spese di viaggio.

La caduta dell'economia ha avuto i peggiori effetti nel secondo semestre, dove neanche il buon andamento delle trasferte intercontinentali ha potuto supplire alla debolezza dell'economia italiana ed europea.

## I DATI PIÙ SIGNIFICATIVI DEL 2012



### TREND DI SPESA

In decrescita rispetto al 2011.

### BIGLIETTERIA AEREA

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

### HÔTELLERIE

Incremento della quota affidata alle TMC.

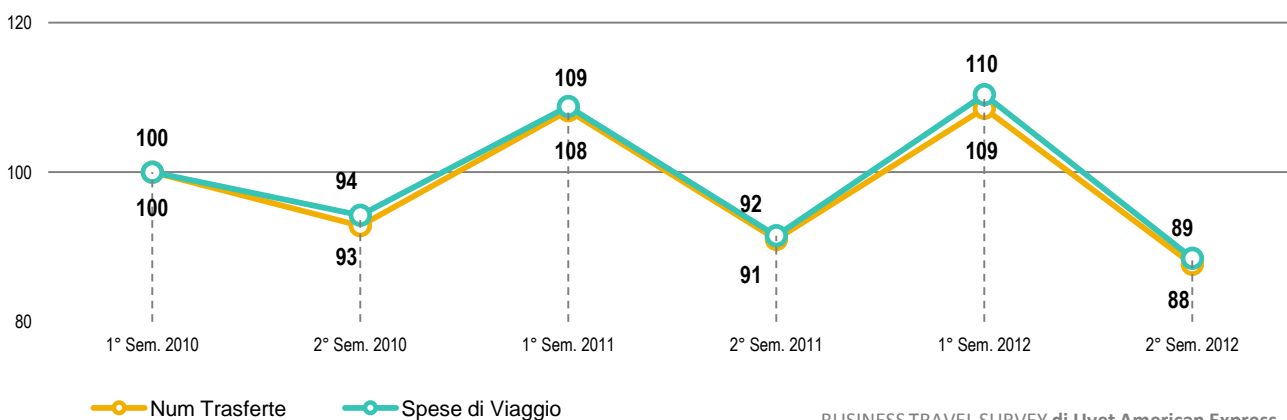
### RAIL

Consolidamento dei volumi di spesa e del traffico.

Uvet American Express

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

Numero indice base 1 Semestre 2010



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

## SOMMARIO

### TENDENZE GENERALI DI SPESA

Trasferte e spese 03

### VIAGGI D'AFFARI

Mix di Spesa 05

### VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON AIR

Le spese 06

Le mete intercontinentali 09

Le mete europee 10

Le mete domestiche 11

### VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON RAIL

Le spese 12

### VIAGGI D'AFFARI: FOCUS ON HOTEL

Le spese 13

Le principali destinazioni 14

# UNA PANORAMICA COMPLETA SUI VIAGGI D'AFFARI

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

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

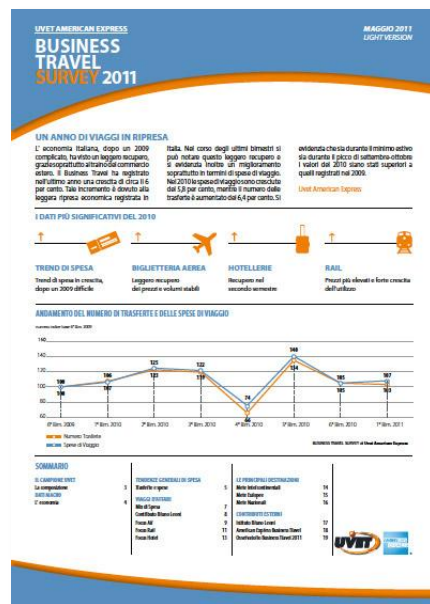
L'indagine è stata compiuta sui dati relativi a un campione di 700 aziende clienti di Uvet American Express con spese di viaggio comprese tra 20 mila e 15 milioni di euro all'anno e caratterizzate

da una continuità del rapporto nel corso del periodo considerato. L'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 2012.

Poiché si tratta di un'edizione annuale della "Business Travel Survey", viene costantemente proposto un confronto con i valori riguardanti gli anni 2010 e 2011, così da ottenere indicazioni sui trend di spesa delle aziende.

Il campione indagato in questa edizione, che abbraccia il triennio 2010-2012, è omogeneo con quello delle precedenti Business Travel Survey (ultima: edizione luglio 2012).

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.

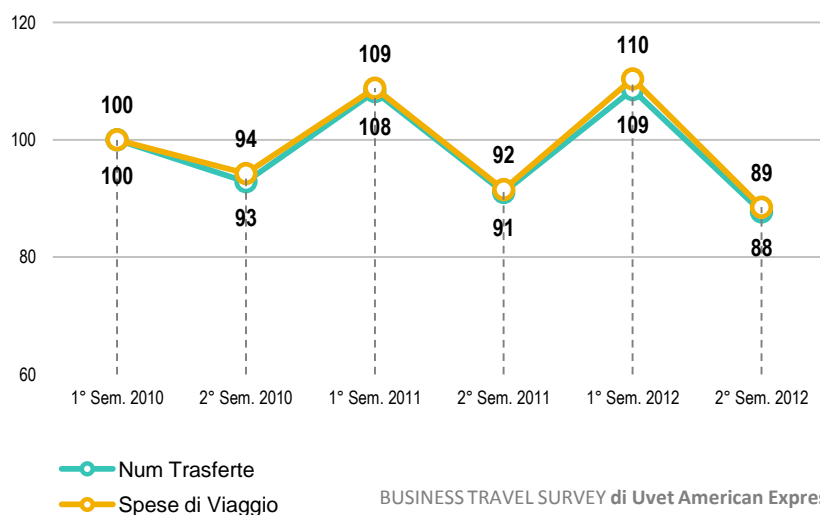


Analizzando il 2012, il numero di trasferte e le spese di viaggio hanno presentato un comportamento differente: entrambe sono aumentate lievemente se si considera il 1° Sem. Sono rallentate, invece, nel 2° Sem. fortemente penalizzate dall'andamento dell'economia europea.

Sia il numero di trasferte che le spese di viaggio sono aumentate di 1 punto percentuale nel 1° Sem., mentre sono diminuite di 3 punti percentuali nel 2° Sem.

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

(numero indice base 1 Sem. 2010)

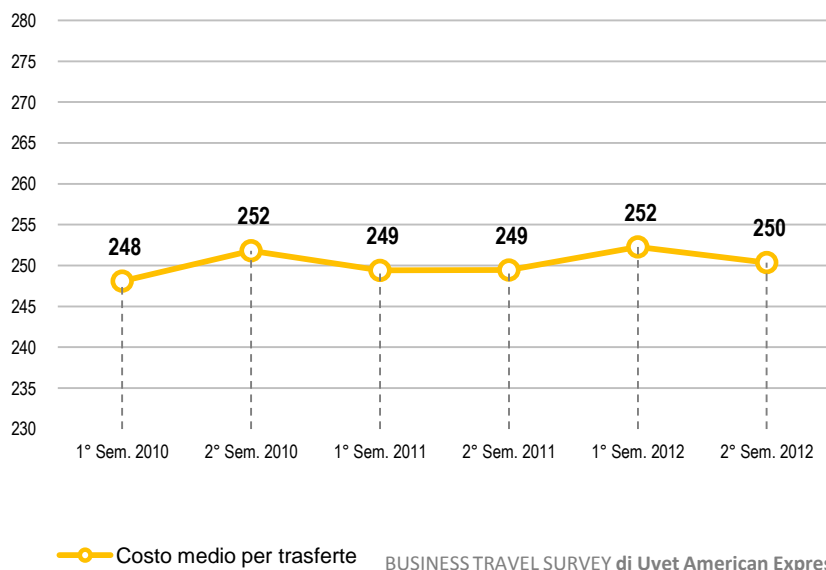


Il costo medio per trasferta è rimasto costante per l'anno 2012, durante il quale il costo medio è aumentato di solo un Euro.

Considerando l'intero triennio 2010 – 2012, il costo medio per trasferta è diminuito di un punto percentuale.

## COSTO MEDIO PER TRASFERTA

(Euro)



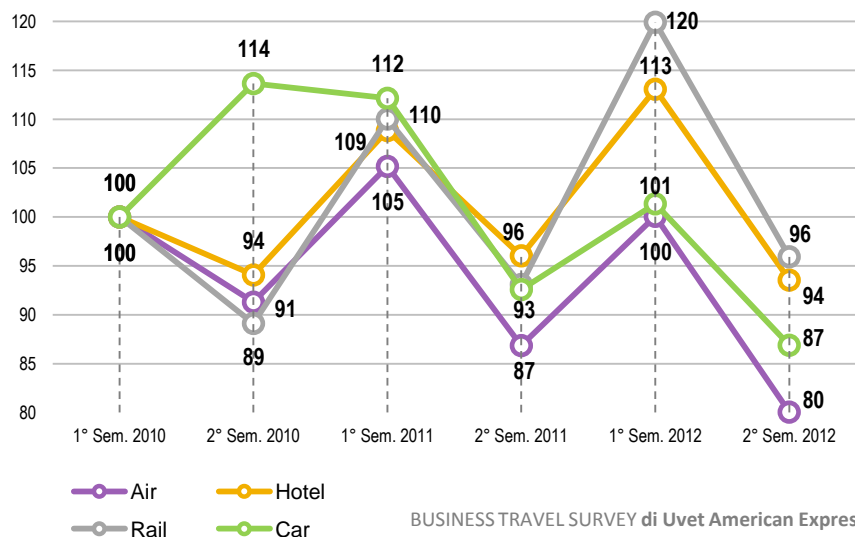
Analizzando il 2012, si nota che l'utilizzo del servizio aereo e dell'auto è diminuito sia nel 1° Sem. 2012 rispetto al 1° Sem. 2011 che nel 2° Sem.

Il servizio hotel ha mostrato due velocità diverse: il 1° Sem. 2012 ha registrato più 4 punti percentuali, mentre nel 2° Sem. è diminuita di 2 punti rispetto al 2011.

Il servizio rail è aumentato sia nel 1° che nel 2° Sem. rispetto all'anno precedente, di 9 punti percentuali il primo e di 2 punti il secondo, grazie anche alla maggiore offerta presente nell'alta velocità.

## ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Sem. 2010)



Nel 2012 le spese di viaggio hanno registrato andamenti molto differenti in base al semestre dell'anno considerato.

L'utilizzo del servizio aereo è rimasto costante nel 1° Sem. rispetto al 1° Sem. 2011 ed è invece diminuito di 6 punti percentuali nel 2° Sem.

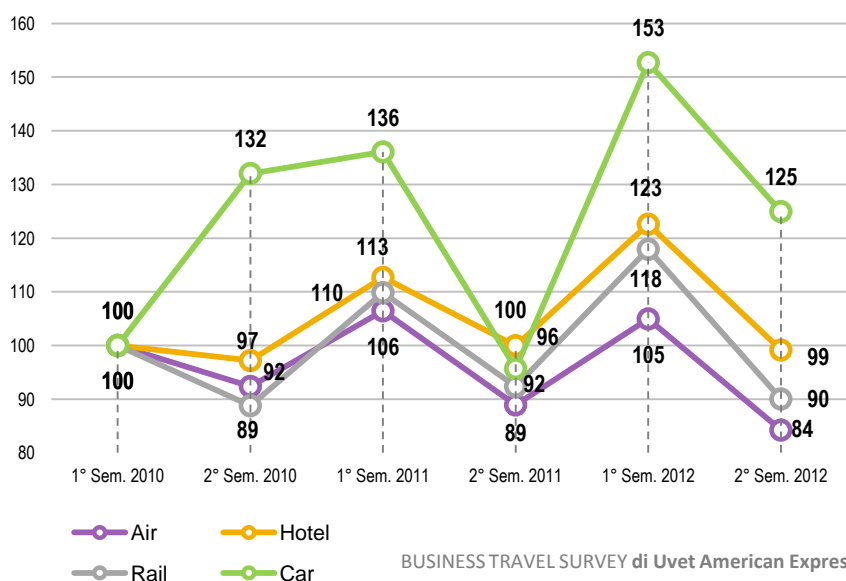
Il servizio hotel, invece, ha registrato un aumento della spesa di 9 punti percentuali nel 1° Sem. ed è rimasto costante il 2° Sem. rispetto al 2011.

La spesa di viaggio ferroviaria ha mostrato due velocità diverse: nel 1° Sem. 2012 ha perso più di 7 punti percentuali, mentre nel 2° Sem. la spesa è diminuita di 2 punti rispetto al 2011.

Il servizio car ha visto, in termini di spesa, un incremento sia nel 1° che nel 2° Sem. rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

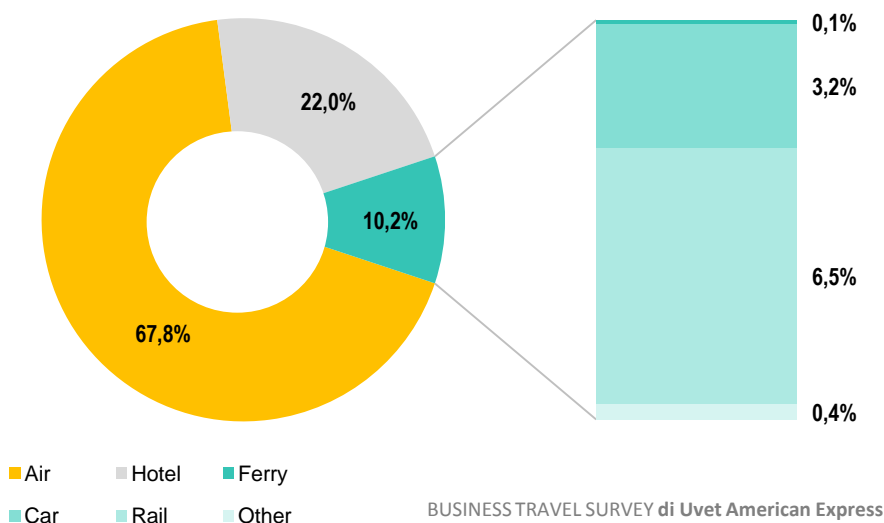
## ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

(Numero indice base 1° Sem. 2010)



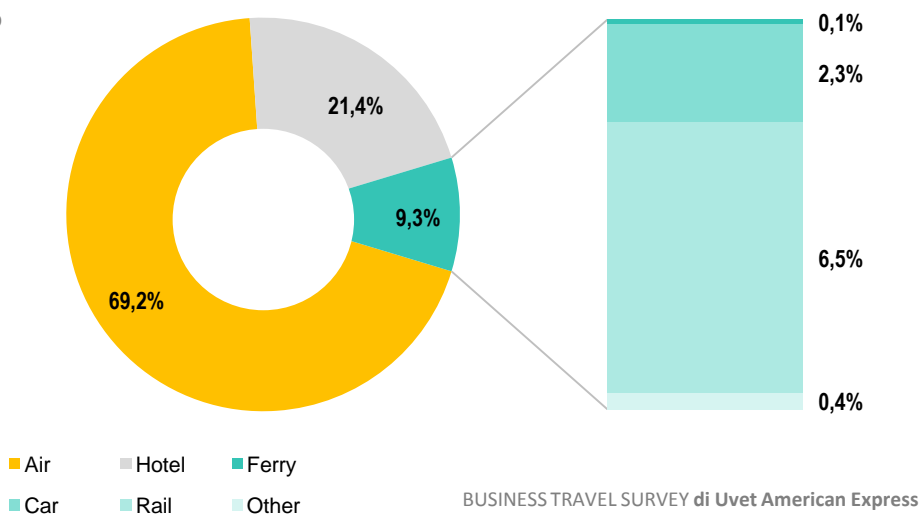
Oltre i due terzi delle spese totali di viaggio appartengono al settore aereo. Rispetto al 2011 la quota del trasporto aereo è scesa di 1.4 punti percentuali. L'hôtellerie copre oltre un quinto delle spese globali, incrementando nel 2012 lievemente la propria quota. Cresciute anche le spese relative al servizio ferroviario ed al servizio car.

## RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO (2° Semestre 2012)



Nel 2011 le spese di viaggio vedevano una maggiore predominanza del settore aereo rispetto al 2012. La riduzione delle spese del trasporto aereo è andata a vantaggio principalmente dei servizi rail e car.

## RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO (2° Semestre 2011)



## VIAGGI D'AFFARI: LE SPESE AEREE FOCUS ON AIR

Il numero delle trasferte aeree è diminuito di 8 punti percentuali nel corso del 2012.

Hanno seguito lo stesso andamento le spese di viaggio, mostrando una riduzione percentuale pari al 5 per cento.

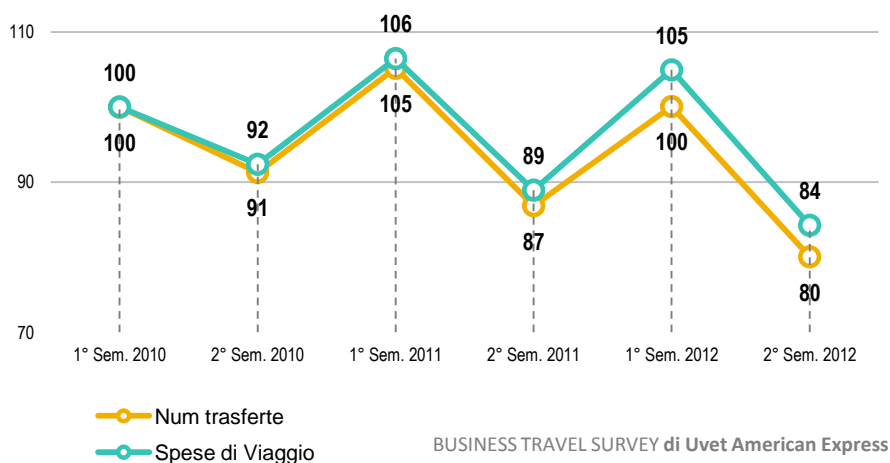
Considerando il triennio 2010 – 2012 si assiste comunque ad una riduzione del numero di trasferte, pari a 12 punti percentuali, e anche del livello di spesa che scende di 8 punti.

La maggiore riduzione del numero di trasferte rispetto alle spese di viaggio indica un aumento del prezzo, come si nota dal grafico seguente.

Tale incremento è dovuto non solo dall'incremento del traffico intercontinentale che ha maggior peso nel mix, ma anche all'aumento del costo del carburante che ha inciso profondamente anche sui costi delle compagnie aeree.

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

(Numero indice base 1° Sem. 2010)

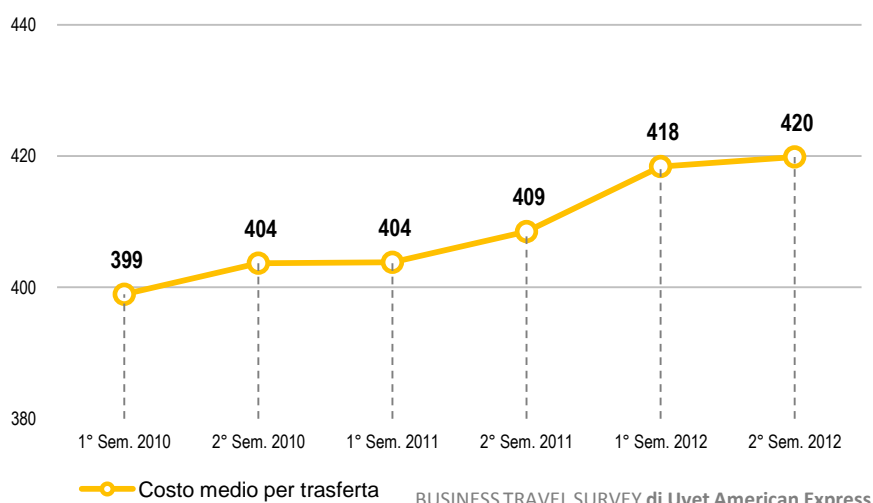


Nel 2012 il costo medio del biglietto ha registrato un incremento soprattutto nella prima metà dell'anno.

Lo stesso vale considerando il triennio 2010 – 2012, dove nel 2° Sem. 2012 il prezzo medio del biglietto è di 16€ superiore rispetto alla seconda metà del 2010.

### COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO

(Euro)



Il numero delle trasferte nel corso del 2012 è diminuito nel mercato europeo e italiano mentre è lievemente aumentato in quello intercontinentale.

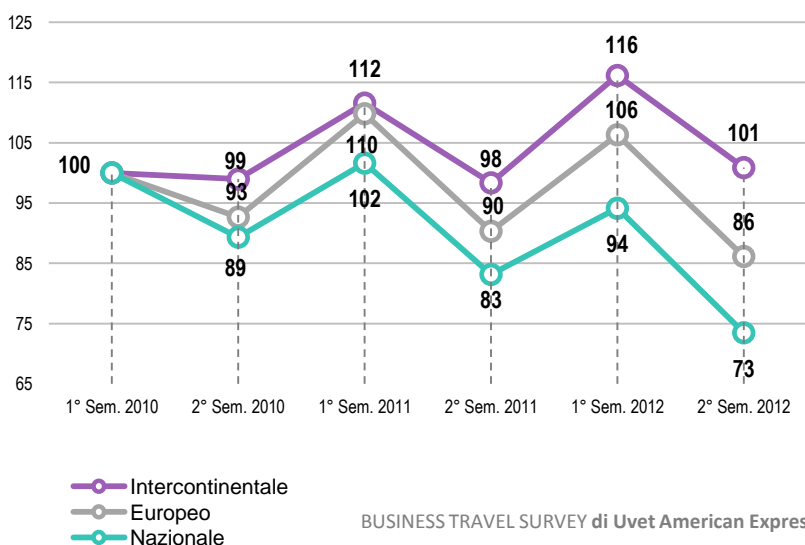
Nel mercato nazionale si è verificato un calo del numero di trasferte tale da registrare il livello più basso nell'arco del triennio considerato, registrando un calo del 12 per cento nel 2012.

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 3 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. 2010)

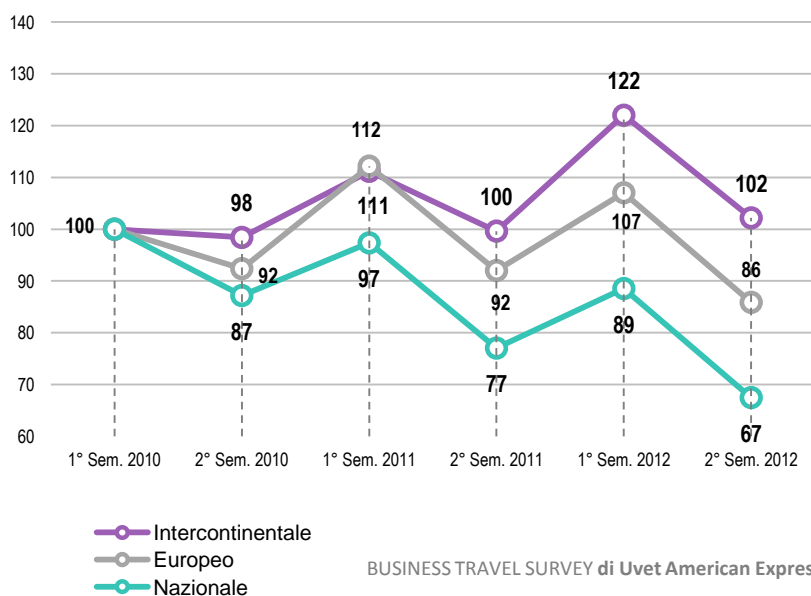


L'andamento delle spese di viaggio nell'arco del 2012 è cresciuto lievemente nel mercato intercontinentale, mentre è calato negli altri due segmenti di mercato. Lo stesso comportamento emerge considerando il triennio 2010 – 2012.

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. 2010)



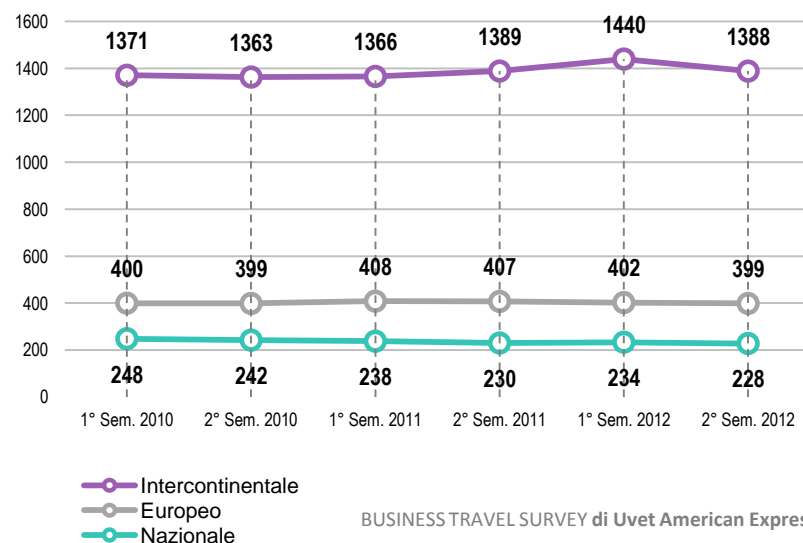
Nel 2012 il costo medio del biglietto ha registrato una diminuzione nei segmenti dei voli nazionali ed europei rispettivamente pari a meno 1 punto percentuale per i primi e meno 2 punti per i secondi.

Il segmento intercontinentale non ha evidenziato nessuna flessione.

Considerando invece il triennio, tra il 2° Sem. 2010 e il 2° Sem. 2012, il costo medio per i voli intercontinentali è aumentato di 2 punti percentuali, per quelli nazionali è sceso di 6 punti, mentre il costo medio dei voli europei è rimasto invariato.

### COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

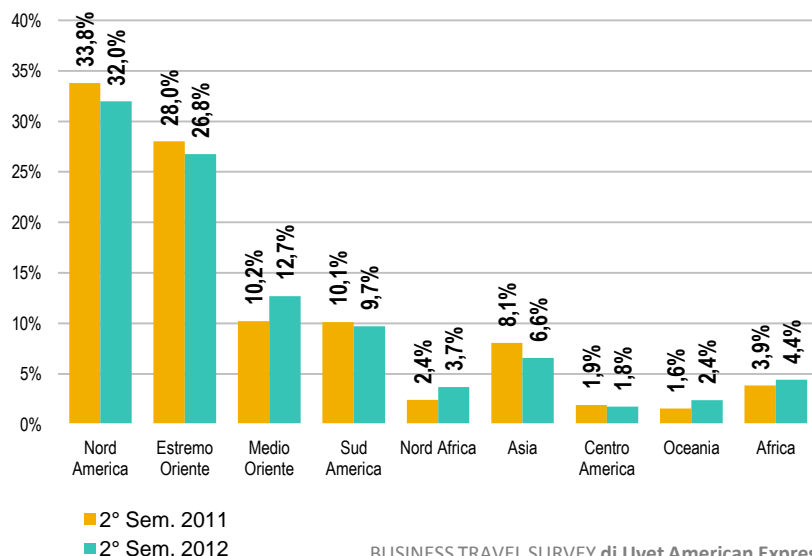
Poco meno di un terzo del traffico intercontinentale vede come principale destinazione il Nord America.

L'Estremo Oriente incide per più di un quarto del totale dei volumi di spesa, nonostante abbia registrato un decremento rispetto al 2011.

In forte crescita, invece, il Medio Oriente, l'Oceania e l'Africa in particolar modo il Nord Africa. In quest'ultimo caso il dato è certamente influenzato dalla fine delle "primavere arabe".

### ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO INTERCONTINENTALE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



# VIAGGI D'AFFARI: LE DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI FOCUS ON AIR

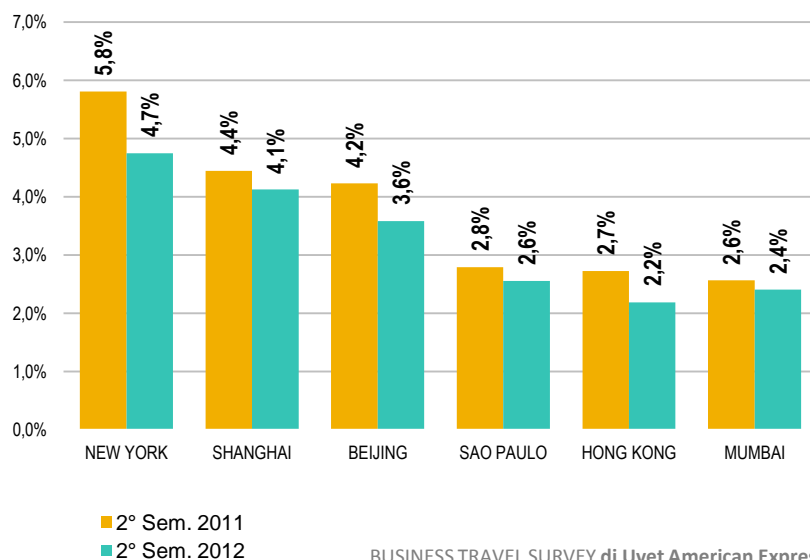
Nel 2012 tutte le principali destinazioni intercontinentali hanno visto ridursi la propria quota.

New York rimane la destinazione più importante, nonostante abbia registrato un calo della propria quota di ben 19 punti percentuali rispetto al 2011.

Ciò dimostra come altre destinazioni stanno aumentando il proprio peso rispetto alla totalità delle trasferte, come ad esempio Santiago del Cile, Johannesburg, Città del Messico e Bogota.

## PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

(Numero di biglietti)



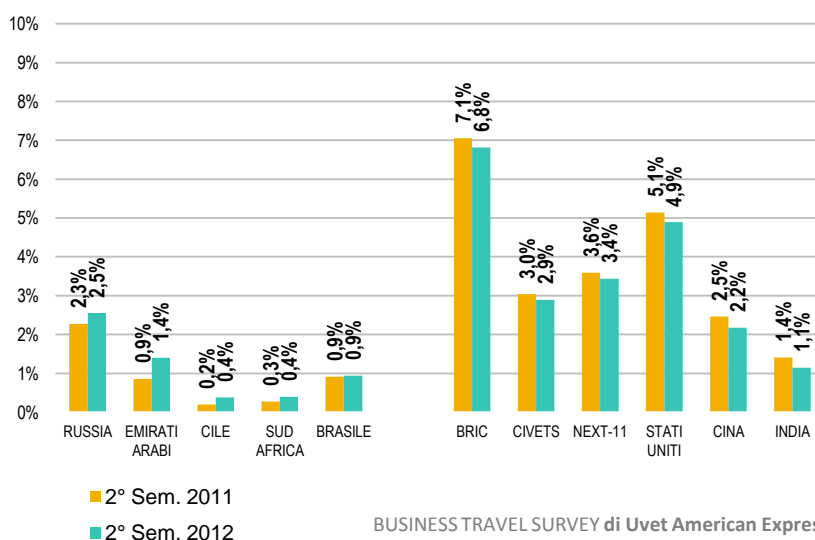
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nell'arco del 2012 il traffico internazionale si è sviluppato a macchia di leopardo.

La Russia ha ripreso la sua crescita, affiancata dagli Emirati, Cile e Sud Africa come aree di business. Il Brasile nell'ultimo semestre è rimasto sostanzialmente agli stessi livelli. Come anticipato dalla BTSurvey presentata a al BizTravelForum2012 a novembre, i BRIC hanno affievolito, in maniera preoccupante, la loro importanza come mercati.

## ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA

### TRAFFICO INTERNAZIONALE: PRINCIPALI VARIAZIONI NELLE DESTINAZIONI



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

<sup>1</sup> BRIC: Brasile, Russia, India e Cina

<sup>2</sup> CIVETS: Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto, Turchia e Sud Africa

<sup>3</sup> NEXT-11: Bangladesh, Egitto, Indonesia, Iran, Messico, Nigeria, Pakistan, Filippine, Turchia, Corea Del Sud e Vietnam

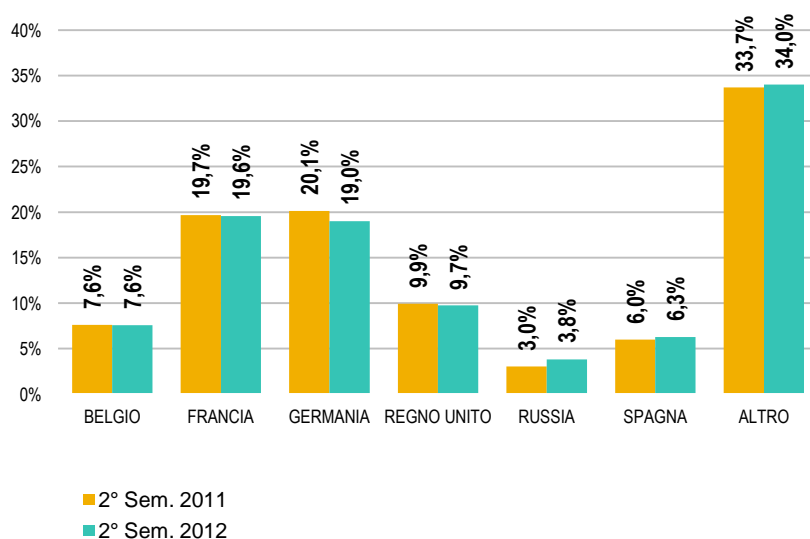
## VIAGGI D' AFFARI: LE DESTINAZIONI EUROPEE FOCUS ON AIR

Analizzando il mercato europeo, Francia e Germania hanno confermato la loro leadership da un punto di vista economico per l'Italia.

Entrambe le destinazioni hanno perso però lievemente quote di mercato, seppur rimanendo leader.

La Russia è l'unico Paese che ha registrato una crescita consistente dei volumi di spesa, mentre Spagna, Regno Unito e Belgio hanno mantenuto livelli stabili.

### ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO EUROPEO



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

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

La capitale francese, Brussels e Madrid mantengono la propria quota costante, mentre le altre destinazioni europee mostrano una decrescita anche significativa, in particolar modo Monaco ed Amsterdam.

### PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Numero di biglietti)



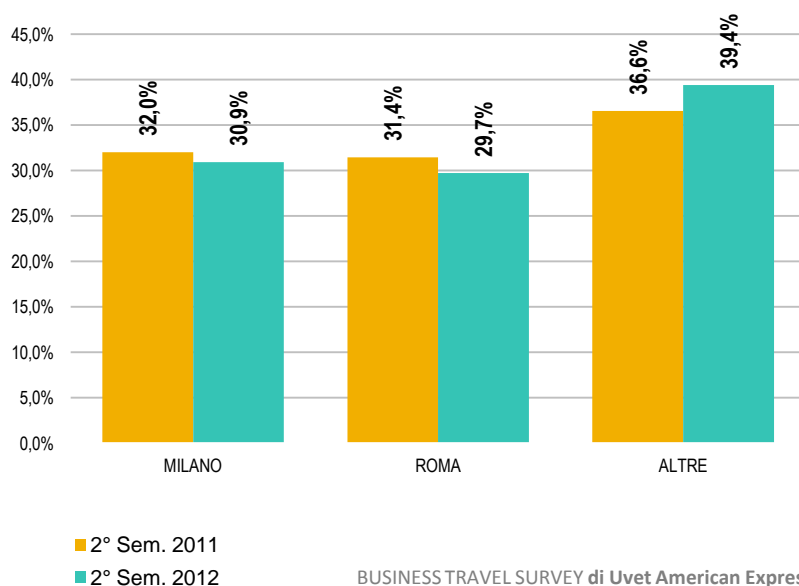
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

## VIAGGI D' AFFARI: LE DESTINAZIONI NAZIONALI FOCUS ON AIR

Nel segmento nazionale, Milano è la principale destinazione degli uomini d'affari delle imprese del campione. Nonostante la riduzione dei viaggiatori del 3,5 per cento rispetto al 2011, circa il 31 per cento dei clienti ha favorito lo scalo di Linate e Malpensa. Anche 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)

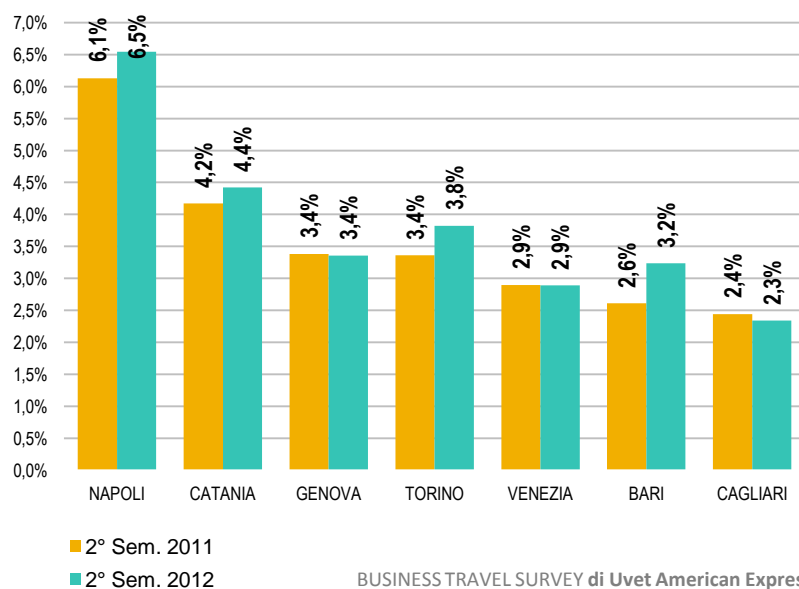


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Lo scalo di Napoli ha registrato un incremento della quota di mercato arrivando al 6,5 per cento del totale. Bari ha superato come destinazione Venezia, arrivando ad insediare anche la posizione di Genova. Cagliari 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

## VIAGGI D' AFFARI: SPESA FERROVIARIA FOCUS ON RAIL

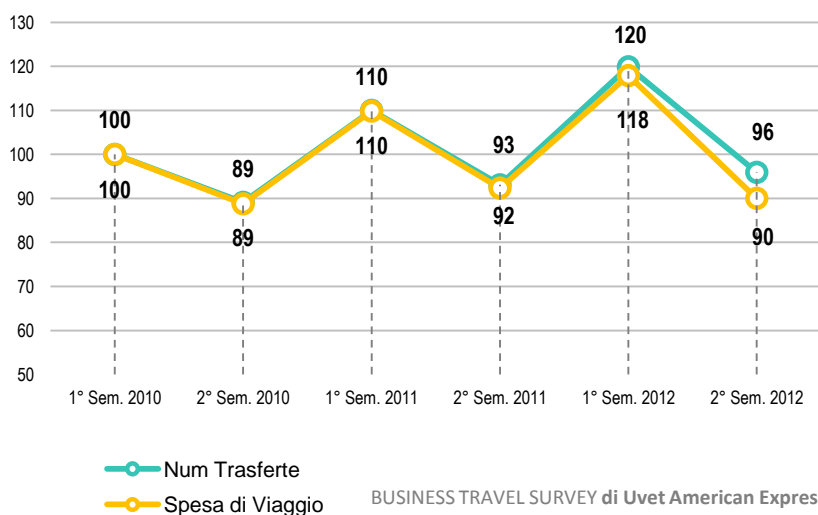
Durante il 2012 l'andamento del numero di trasferte ha visto una crescita sia considerando il 1° Sem., segnando più 9 punti percentuali, che il 2° che ha registrato più 3 punti, rispetto agli stessi periodi del 2011.

Analizzando il comportamento delle spese di viaggio, invece, per quanto riguarda il 1° Sem. sono cresciute di 7 punti percentuali mentre decrescono di 2 punti nel 2° Sem.

Valutando l'intervallo 2° Sem. 2010 – 2° Sem. 2012 si è evidenziata comunque una crescita del numero di trasferte di 8 punti percentuali e di circa 1 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. 2010)

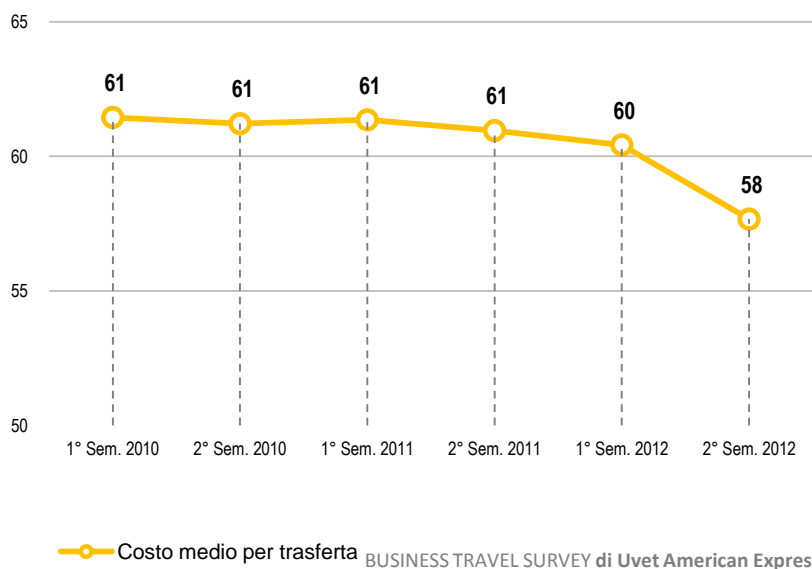


Il costo medio del biglietto ferroviario è rimasto costante fino al 2° Sem. 2011, per poi lievemente diminuire di 3 euro nel 2° Sem. 2012.

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)

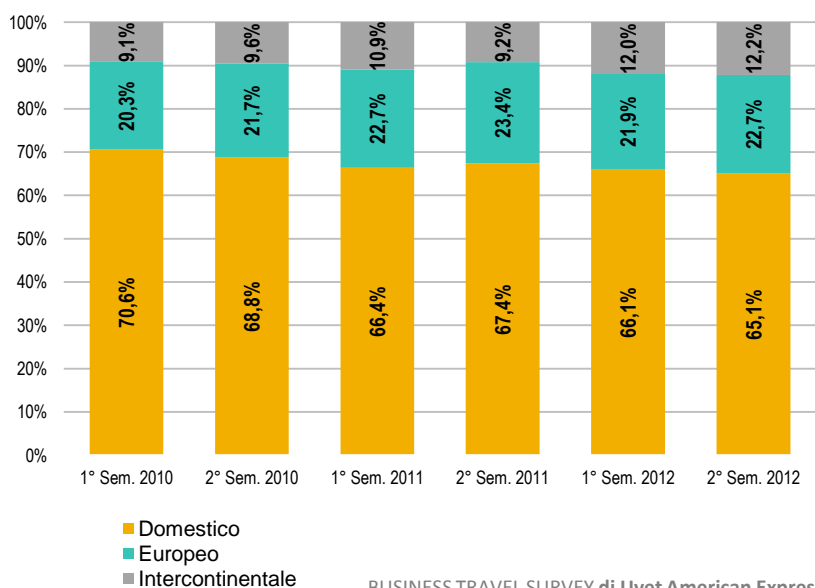


L'hôtellerie ha presentato nel 2012 maggiori spese sul territorio nazionale con una quota pari al 65 per cento del totale, registrando comunque una riduzione della spesa rispetto al 2011 pari a 3,5 punti percentuali.

Il segmento europeo ha visto un decremento della sua quota di mercato sia nel 1° Sem. 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 12 per cento, con un forte incremento proprio nel secondo semestre del 2012.

## RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI HOTELLERIE

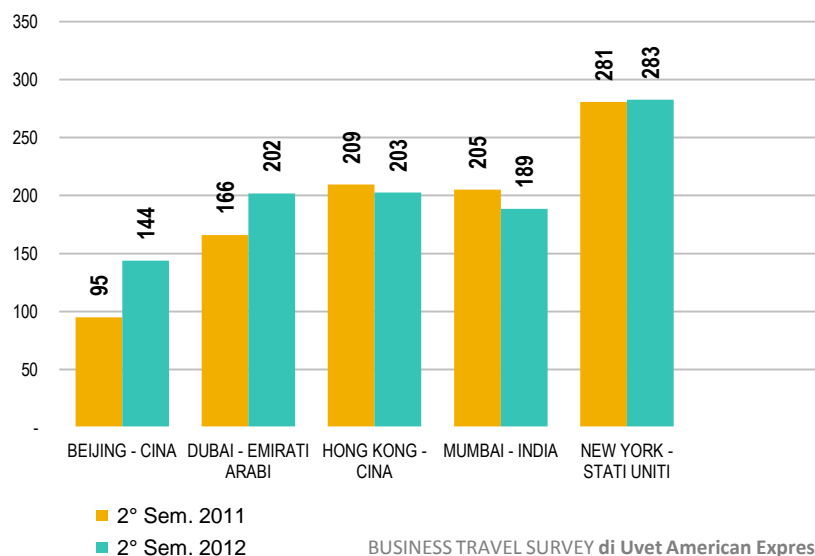


Nel 2012 il costo medio per room night nelle principali destinazioni intercontinentali è aumentato solo per le città di Pechino e Dubai.

New York è la città nella quale ogni pernottamento è costato maggiormente, arrivando a 283€.

Pechino, nonostante l'aumento del costo medio di 51 punti percentuali, ha chiuso il 2012 restando tra le mete più economiche.

## COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI (Euro)



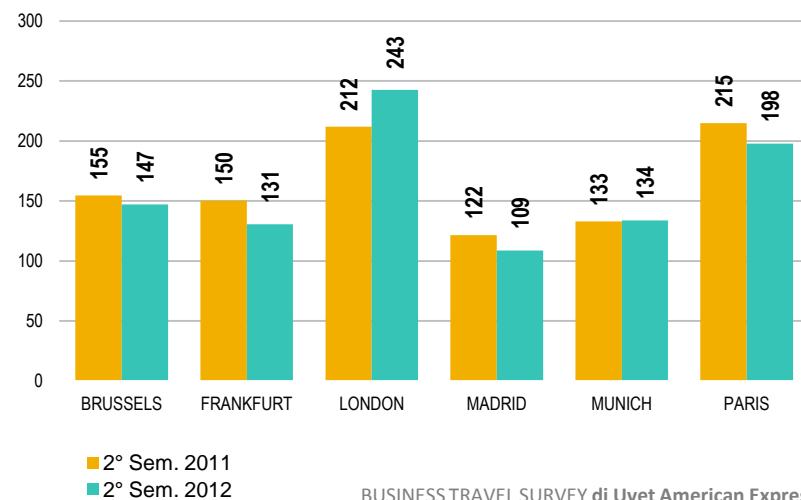
Nel 2012 il costo medio per room night nelle destinazioni europee è aumentato solo nella città di Londra, mentre è diminuito nelle altre città ad eccezione di Monaco in cui il costo è rimasto costante.

Il dato di Londra è tuttavia influenzato dalla presenza delle Olimpiadi nella città britannica che ha portato ad un incremento di prezzo.

La città più economica rimane Madrid, che ha visto un decremento del costo medio per room night di circa il 10 per cento.

### COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE

(Euro)



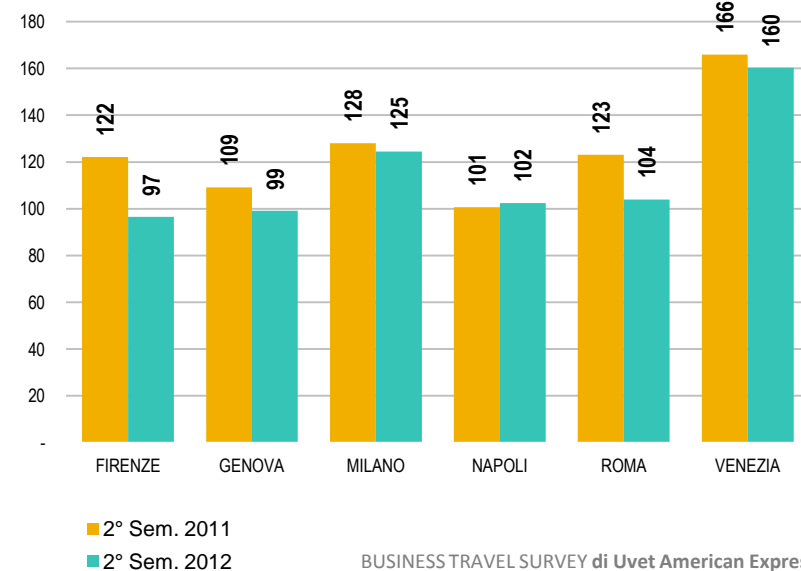
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio per room night nel mercato domestico durante l'anno 2012 è calato in tutte le principali città. L'unica città che ha presentato un costo medio del pernottamento costante è Napoli.

Firenze ha registrato la variazione di prezzo più consistente, ha chiuso l'anno 2012 con 21 punti percentuali in meno.

### COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI ITALIANE

(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



UVET AMERICAN EXPRESS

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)