

# BTT, indice 94 a febbraio

*Il valore Globale del Business Travel oramai vicino al 2019*

## Business Travel Trend Febbraio

A Febbraio prosegue il trend incrementale. La spesa globale in viaggi d'affari raggiunge quota 92 nel consuntivo dei primi due mesi. Nella suddivisione per tipologia la spesa globale per Hotel risulta essere 108 mentre per il comparto voli registriamo un BTT di 81.

La spesa media per transazione risulta più elevata in tutti i settori a conferma dell'aumento prezzi generalizzato ma anche della tipologia di servizi. Infatti nel comparto voli si registra maggiore richiesta per tratte internazionali.

Febbraio in generale per tutte le transazioni mostra un ulteriore incremento (76 vs 73) che è più accentuato nel Global Value (94 vs 90) nonostante il leggero decremento del valore a 124 rispetto al 125 di Gennaio.

Nella misurazione totale, l'effetto spesa media (quindi servizi a più alto valore) fa sì che nel progressivo anno (al 28-2-23) nonostante i volumi a 74 si sia quasi raggiunta la spesa globale del periodo pre-pandemico

## Andamento Economico

Dagli ultimi dati disponibili emerge che:

Il Pil nell'intero 2022 è cresciuto del 3,8%. Nel quarto trimestre si è avuto però un calo che non dovrebbe tuttavia trovare conferma nel primo trimestre 2023. Il Pil dell'Italia nel 2023 è previsto in crescita dello 0,6% (Banca d'Italia)

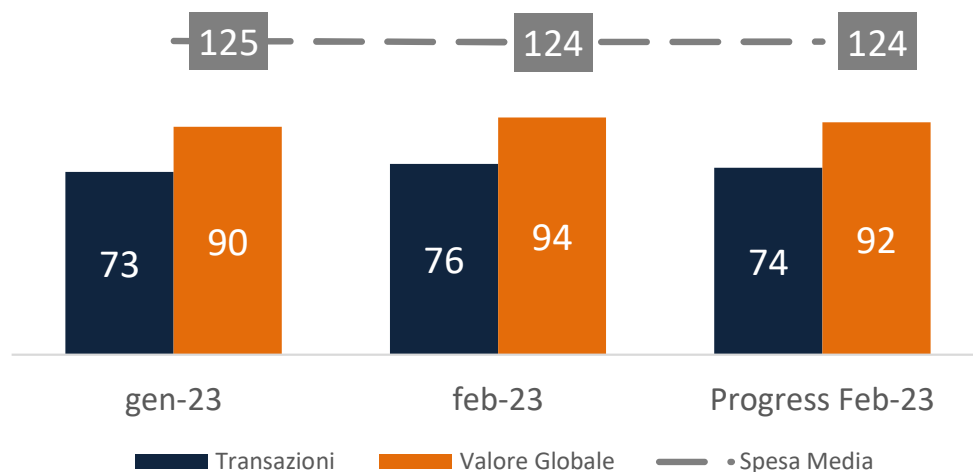
L'inflazione è in frenata, ma i prezzi al consumo in febbraio crescono del 9,2% su febbraio 2022. Nel 2022 il disavanzo commerciale dell'Italia ha toccato i 31 miliardi.

La produzione industriale nel 2022 è cresciuta dello 0,5%.

In febbraio 2023 si stima un aumento del clima di fiducia dei consumatori da 100,9 di gennaio a 104,0. L'indice composito delle imprese rimane stabile a 109,1.

**Tali indicatori trovano conferma nella variazione del business travel trend del mese**

## **BTT Mese** (Transazioni, Valore e Prezzo Medio 23)



## Business Travel Trend

Il BTT di Uvet GBT, è un indice numerico che fotografa l'andamento mensile del Business Travel. L'indice si rapporta alla corrispondente estrazione dati del 2019 considerando quest'ultima sempre a valore 100. In sintesi l'analisi di un valore (numero transazioni, spesa globale o spesa media per transazione) in viaggi d'affari se viene sintetizzata con indice 109 indica, secondo il nostro osservatorio, un incremento del 9% rispetto al suo corrispettivo. L'attribuzione 100 ai dati 2019 rappresenta un punto di partenza convenzionale, una sorta di unità di misura di base che il BTT adotta per esprimere gli andamenti mensili attuali e per il prossimo futuro. L'indicazione periodica del BTT, nel tempo, delinea un trend correlato all'andamento dell'economia.

Il BTT è quindi la sintesi di un comportamento rispetto ad una scala che per convenzione è stata costruita sul periodo pre-pandemia all'interno di un cluster omogeneo e altamente rappresentativo del mercato dei viaggi d'affari.

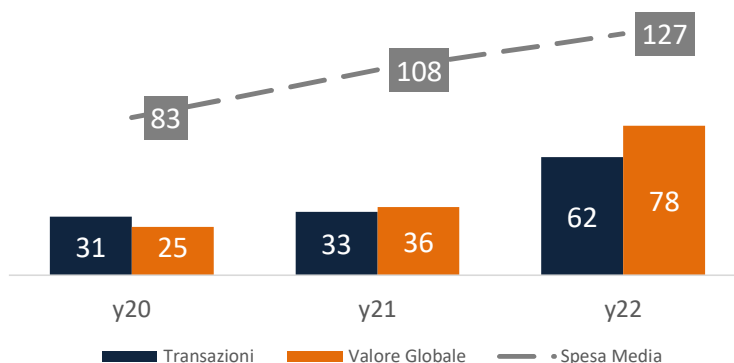
L'abitudine alla sua rapida consultazione ci dirà in qualsiasi momento se il business travel sta andando meglio o peggio sia in rapporto all'indice 100 sia nelle differenze verso il mese o anno precedente.

## Business Travel Trend annuale

### 2020-21-22

Il BTT dell'ultimo triennio mostra chiaramente la dimensione dell'impatto dovuto alla crisi pandemica. Le transazioni nel 21 e 22 hanno generato un indice 31 e 33. Ulteriormente aggravato nel 2020 nell'indice del valore globale di spesa. I prezzi medi sono quindi cresciuti sensibilmente nel 22 (ind 127) per il triplice effetto incremento della domanda nella seconda metà dell'anno, inflazione e costi energetici, nonché la congestione dell'offerta specialmente nel comparto aereo.

**BTT-Anno** (Transazioni, Valore e Prezzo Medio 20-22)



## Il Campione e i Dati

Tutti gli indici derivano da un campione estremamente significativo ma, soprattutto, omogeneo. In sintesi fanno parte dell'analisi un mix di aziende grandi, medie e piccole che si sono costantemente avvalse dei servizi Uvet-GBT negli 19-23.

Gli indici scaturiscono dall'analisi in Volume e Valore, nazionale e internazionale, del trasporto aereo e ferroviario, dei pernottamenti alberghieri e noleggio autovetture.

Il Campione esclude le variabili aziendali come ad esempio di crescita dovuta all'acquisizione di nuovi clienti o business. Per tale ragione il BTT non mostra l'andamento di Uvet-GBT ma quello del Business Travel in generale.

## Periodicità e diffusione

Il BTT è diffuso con frequenza mensile attraverso i canali Uvet e i media. Gli indici sono completati dall'indicazione di variabili sopraggiunte nel mese di riferimento e correlati agli indicatori macro economici più recenti.

## CSP

Il Centro Studi Promotor è un dipartimento di studi e analisi di mercato all'interno di Econometrica del Gruppo Uvet. Il CSP svolge la propria attività in molti settori e con una forte focalizzazione nel mondo dell'automotive. La pubblicazione mensile di "Dati e Analisi" è da anni il principale riferimento economico-produttivo dell'industria automobilistica.

## Il Gruppo Uvet

Il Gruppo Uvet è il polo italiano del turismo, leader nella fornitura di servizi e soluzioni innovative per viaggi leisure, mobility management, eventi, miche e pharma. È presente in molti mercati europei. Al suo interno sono compresi tour operator Settemari e Amo il Mondo, il network di agenzie a brand Uvet Viaggi e Turismo, Uvet Network, Last Minute Tour e la società di gestione alberghiera Uvet Hotel Company. Per ulteriori approfondimenti visitate il sito [uvet.com](http://uvet.com)

Per ulteriori informazioni:

[direzione.marketing@uvetgibt.com](mailto:direzione.marketing@uvetgibt.com)

[info@centrostudipromotor.com](mailto:info@centrostudipromotor.com)