

BTT, indice 96 a Marzo

Il valore Globale del Business Travel incrementa di 2 punti e sfiora il 2019. Riduzione della spesa media e forte crescita dei volumi per spostamenti di lavoro

Business Travel Trend Marzo

A Marzo il trend migliora di altri 2 punti.

La spesa globale in viaggi d'affari raggiunge quota 94 nel consuntivo dei primi tre mesi. Nella suddivisione per tipologia **il numero di transazioni rispetto a Febbraio mostra incrementi significativi** nel numero prenotazioni hotel (+8%), voli (+7%) e treni (+13%).

La spesa media per transazione risulta più bassa in tutti i settori. Tale indicatore rende ancor più positiva la lettura della spesa globale in incremento a **conferma di una riacquisita vitalità del business travel.**

Marzo infatti per tutte le transazioni mostra un deciso incremento (83 vs 76) che, nel Global Value si traduce in un 96 vs 94 di Febbraio.

Nella misurazione totale della spesa (prog. Marzo) il primo trimestre si avvicina al 2019 e, per la prima volta, grazie ai volumi e non all'incremento prezzi.

Andamento Economico

Secondo l'Istat lo scenario internazionale è caratterizzato da un elevato grado di incertezza e da rischi al ribasso. Per l'Italia si prevede comunque una moderata crescita e si conferma il rallentamento dell'inflazione.

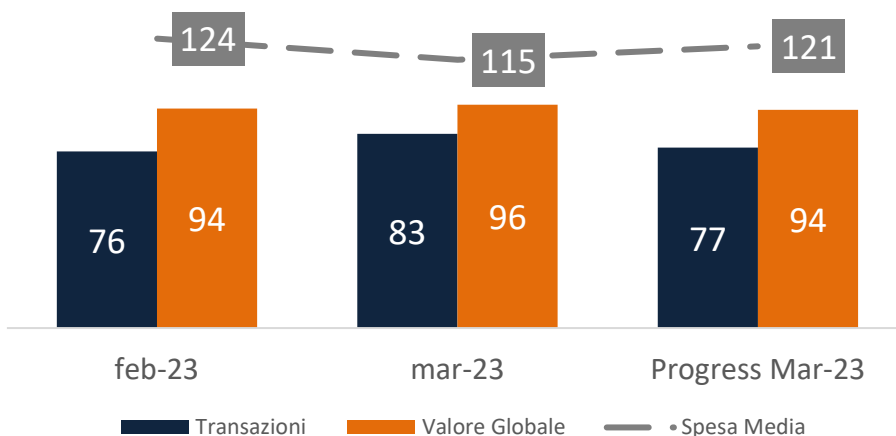
I prezzi al consumo in marzo sono in lieve calo su febbraio (-0,3%), mentre rispetto a marzo 2022 si registra un aumento del 7,7%.

La produzione industriale in gennaio è in calo dello 0,7% su dicembre.

Il quadro occupazionale si conferma positivo, mentre il commercio estero ha iniziato l'anno con un saldo negativo della bilancia commerciale di 4,2 miliardi.

In marzo **continua il miglioramento del clima di fiducia** dei consumatori (da 104 di febbraio a 105,1) ed anche di quello delle imprese (da 109,2 a 110,2).

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.

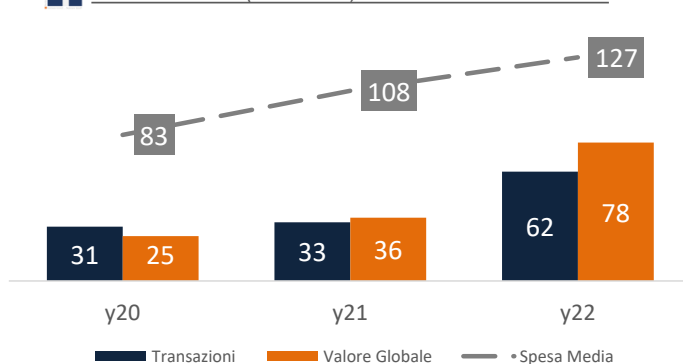
L'abitudine alla sua rapida consultazione ci dirà in qualsiasi momento se il business travel sta andando meglio o peggio sia in rapporto all'indice 100 sia nelle differenze verso il mese o anno precedente.

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

Per ulteriori informazioni:

direzione.marketing@uvetgbt.com

info@centrostudipromotor.com