



Business Travel Trend
Pubblicazione Centro Studi Promotor
Via Ugo Bassi 7 - 40121 Bologna

BUSINESS TRAVEL TREND

#04

Apr 24

L'indice mensile sull'andamento del Business Travel in Italia



Aprile valore record per il Business Travel

Il BTT del mese segna quota 108 contro 89 di Marzo, transazioni a 88 (+15 punti vs precedente)

BTT Aprile 2024

Deciso recupero dei viaggi d'affari che ad **Aprile**, in valore, registrano un **indice 108 di quasi venti punti superiore al mese precedente**. Le transazioni mostrano anch'esse un balzo di ben 15 punti rispetto al dato negativo di Marzo. Il trend positivo è confermato da un **indice di spesa media** (123 vs 122) che crescendo di un solo punto resta **pressoché immutato**.

L'incremento di Aprile del travel value si riferisce a tutti i comparti ma con maggior decisione per i **Voli** (96 da 79 di Marzo) e **Hotel** (131 vs 107), il settore del **Car Rental** con 126 (vs. 118) resta positivo. Anche nella parte **Rail** abbiamo un forte recupero di 12 punti (84 vs 72).

La spesa media resta sostanzialmente stabile, ragione per cui tutti gli incrementi di spesa globale sono dovuti al forte aumento della transazioni. Il **comparto alberghiero** registra un BTT 100 anche in volume. Registriamo inoltre un valore 86 per i **Voli** (+18), 88 nel **Car Rental** (+15) e 78 nel **Rail** (+12).

Le trasferte domestiche sono a 107, nel resto d'Europa e per i viaggi intercontinentali salgono a 108.

Andamento Economico

Secondo l'Istat il prodotto interno lordo italiano nel primo trimestre 2024 è cresciuto dello 0,3% sul quarto trimestre 2023 e dello 0,6% sul primo trimestre 2023.

I prezzi al consumo (*Fonte:Indice nazionale per l'intera collettività – NIC*) sono aumentati in aprile dello 0,2% su marzo 2024 e dello 0,9% su aprile 2023.

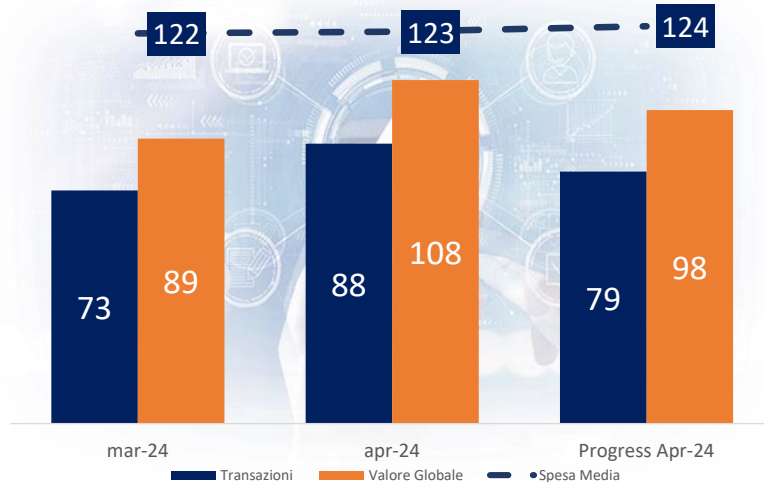
Rispetto a gennaio 2024 - al netto degli effetti stagionali - la produzione industriale in febbraio è aumentata dello 0,1% confermando la debolezza dell'attività produttiva del Paese.

Peggiorano in aprile sia il clima di fiducia dei consumatori con l'indice che passa da quota 96,5 di marzo a quota 95,2 sia il clima di fiducia delle imprese che passa da quota 97 di marzo a quota 95,8.

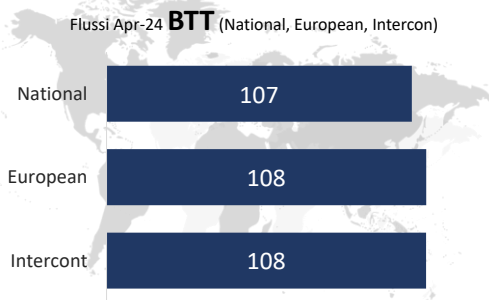
Nel primo bimestre 2024 l'import italiano è calato del 9,7%, mentre l'export è cresciuto dello 0,8%.

Resta positivo l'avanzo commerciale per un valore di 8,5 miliardi.

BTT Mese (Transazioni, Valore e Prezzo Medio y24)



Flussi Apr-24 BTT (National, European, Intercon)



Nota: I valori espressi derivano dall'analisi degli spostamenti nel territorio nazionale, da e verso l'Europa e i paesi d'oltreoceano. Come per il BTT i valori continuano a rapportarsi al 2019 considerando quest'ultimo 100.

BTT ANNO 2020-2023

Business Travel Trend

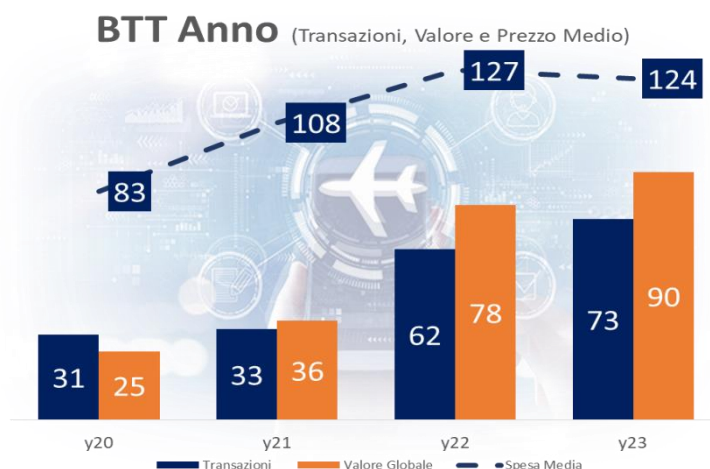
Il BTT di Uvet GBT, è un indice numerico che fotografa l'andamento mensile del Business Travel. L'indice si rapporta alla corrispondente estrazione dati del 2019 considerando quest'ultima sempre a valore 100. In sintesi l'analisi di un valore (numero transazioni, spesa globale o spesa media per transazione) 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 2020-2023

Il BTT degli ultimi quattro anni mostra chiaramente la dimensione dell'impatto dovuto alla crisi pandemica. Le transazioni nel 20 e 21 hanno generato un indice 31 e 33 mentre quelle del 22 e 23 segnano la ripresa dei viaggi d'affari con 62 e 73. I prezzi medi sono quindi cresciuti costantemente, toccando il loro massimo nel 22 (ind 127). Il 2023 mostra infatti i primi timidi segnali di riduzione della spinta inflattiva e speculativa. Lo scorso anno mostra un'ulteriore crescita degli indici sia in volume che in valore.



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 19-24. 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