

In Italia cresce la spesa delle aziende in business travel

notizia pubblicata **19 Febbraio 2020** alle ore **11:40** nella categoria **Turismo**



Nel 2019, la [spesa per i viaggi d'affari](#) raggiunge i 20,6 miliardi di euro, in crescita del 1,9% sull'anno precedente. Il mercato nazionale (+2,2%) vede aumentare i viaggi, i pernottamenti e il loro costo mentre il mercato internazionale sale dell'1,8%, sintetizzando dinamiche di prezzi e viaggi contrastanti: nel segmento intercontinentale la spesa delle aziende è sostenuta dalla crescita dei pernottamenti e dalla rivalutazione del dollaro, mentre a diminuire è il costo del trasporto (-2,0%).

Sono alcuni dei dati presentati a Milano presso il campus Bovisa in occasione del primo Convegno dell'Osservatorio Business Travel nato dall'unione delle ricerche svolte sul tema dall'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo della School of Management del Politecnico di Milano con quelle del Center for Advanced Studies in Tourism (CAST) dell'Università di Bologna.

La spesa nel settore del Business Travel è cresciuta di quasi il 5% dal 2010, la crisi economica ha pesato sulla dinamica della spesa nazionale, ma dal 2015 il mercato è tornato a crescere grazie ai prezzi dei servizi di trasporto e di alloggio. La spesa reale è cresciuta quasi del 10% e si è ridotto il gap tra domestica e quella internazionale.

Il trasporto è la voce più rilevante nel budget per le trasferte delle imprese italiane (57% della spesa). Il progresso, rispetto al 2018 (+1,6%), è guidato soprattutto dai segmenti ferroviario (predomina l'effetto prezzo) e su gomma (oltre ai viaggi aumenta il segmento delle auto utilizzate e la distanza media percorsa).

Le dinamiche sono sostenute nella spesa per alloggio (+1,9%) e soprattutto nella spesa per ristorazione

(+3,4%) che cresce sul mercato intercontinentale per l'effetto combinato della maggiore durata dei soggiorni e dell'apprezzamento del dollaro sull'euro.

“A influenzare le dinamiche del Business Travel nel 2020 e negli anni a venire saranno le variabili in grado di modificare le catene di approvvigionamento esistenti nell'industria globale. Tra queste l'apprezzamento dei tassi di cambio delle economie avanzate così come le guerre, siano esse commerciali o combattute sul campo, che generano incertezza e aumentano i costi di trasporto, senza dimenticare le politiche mirate a frenare le emissioni di gas a effetto serra – ha detto Andrea Guizzardi, direttore dell'Osservatorio Business Travel – Riguardo alle conseguenze di 2 casi di attualità, come la Brexit e il Coronavirus i dati storici ci invitano a una maggior cautela. Nel primo caso per la moderata entità del commercio del nostro Paese con il Regno Unito e nel secondo perché, facendo un paragone con la pandemia della Sars di inizio millennio, i viaggi d'affari da e verso la Cina sono stati nella maggior parte dei casi posticipati, mentre in quegli anni a incidere era soprattutto il ciclo economico negativo. In caso di un decorso simile, la chiusura degli stabilimenti e l'annullamento di eventi che coinvolgono anche partner occidentali dei quali abbiamo recente notizia, avrebbero quindi effetti limitati al breve periodo”.

L'instabilità dell'attuale quadro politico-economico si riverbera anche sulle attese dei travel manager per il 2020: la metà del campione prevede, infatti, un 2020 stazionario rispetto al 2019, con un incremento della spesa tra l'1,5% ed il 2,7%.

La quasi totalità delle aziende (98%) ha avviato un processo di digitalizzazione del business travel management, partendo soprattutto dai servizi per il pagamento elettronico (presenti nel 90% dei casi) e dagli strumenti di prenotazione (71%). Scende al 58% la percentuale delle aziende che mette a disposizione strumenti digitali per la fase di rendicontazione delle spese, pur essendo una delle principali attività da semplificare e automatizzare secondo i viaggiatori stessi.

“Se da un lato è in atto un processo di digitalizzazione dei processi, dall'altro il ricorso a figure esperte specializzate (interne o esterne) rimane molto rilevante: il 74% del campione (in leggera crescita rispetto al 71% del 2017) si è infatti rivolto a un'agenzia esterna per la prenotazione dei servizi di viaggio – afferma Eleonora Lorenzini, direttore dell'Osservatorio Business Travel – Parallelamente, cresce il ricorso a strumenti digitali come self booking tool o online booking tool messi a disposizione proprio da adv e Travel Management Companies (TMC): vi si affida il 33% delle aziende (+8 punti percentuali rispetto al 2017). Si riduce invece, dal 23% al 14%, la quota di chi si affida a self booking tool scollegati da agenzie o TMC. Segnale di come la componente umana sia fondamentale non solo nell'organizzazione di viaggi di piacere, ma ancor più nel contesto business, in cui la mediazione di un esperto è fondamentale per soddisfare esigenze di viaggiatore e azienda”.

Sebbene non siano poche le aziende che nella scelta degli strumenti e fornitori per il business travel management hanno riguardo soprattutto per la soddisfazione dei viaggiatori (38%), l'esigenza primaria delle aziende resta quella di risparmiare e ridurre i costi: il 65% del campione sceglie i propri fornitori sulla base delle tariffe offerte. Inizia a farsi strada anche l'esigenza di integrazione con i gestionali dell'azienda (14%), ma sono ancora poche (circa una su due) le aziende che hanno avviato un processo di integrazione totale (20%) o parziale (29%) dei sistemi per il business travel management con i gestionali interni. Facendo riferimento ai sistemi di pagamento elettronici, solo il 55% li ha integrati all'interno della piattaforma di gestione delle spese di trasferta, nonostante uno studio dell'Osservatorio su un'azienda alimentare italiana, presentato durante il Convegno, dimostri come digitalizzazione dei processi e integrazione dei sistemi comporti una grande soddisfazione per i dipendenti e un importante risparmio dei costi di processo.

I viaggiatori d'affari, dal canto loro, cercano soprattutto facilità di gestione e soluzioni integrate, meglio se tramite mobile: il 23% dei business traveller intervistati dall'Osservatorio ha espresso il desiderio di avere un'app che consenta di gestire tutto il viaggio fino al rientro dalla missione, ma attualmente solo il 30% delle aziende mette a disposizione dei dipendenti un'app. Di queste, il 73% consente la prenotazione e il 70% la gestione dei documenti di viaggio.

Per rispondere al crescente bisogno di flessibilità dei viaggiatori, alcune aziende (circa il 25% del campione) hanno iniziato a integrare nelle travel policy la possibilità di utilizzare servizi di sharing economy. Altra tendenza è il bleisure: il 24% delle travel policy prevedono la possibilità di aggiungere giornate di svago al proprio viaggio di lavoro, ma sono molti di più i viaggiatori che hanno dichiarato di farlo (45%).

Cresce, infine, l'attenzione di aziende e dipendenti sulla sicurezza durante il viaggio: più del 50% dei dipendenti è disposto ad essere tracciato durante il viaggio di lavoro per motivi di sicurezza.