Il Business travel secondo Seneca raccontato dall'ad Ranieri

Una società partita dalla provincia, più precisamente da quella di Chieti, alla conquista di tutta Italia e del mondo intero, grazie anche al network internazionale **GlobalStar**, di cui **Seneca** fa parte. Il network di Travel Management nasce nel 2001 mettendo insieme più di 85 TMC di proprietà degli stessi imprenditori che la gestiscono, leader di mercato, con un volume d'affari di oltre 14 miliardi di dollari, 16 mila dipendenti e 3500 uffici. L'italiana Seneca ricopre la presidenza dell'area Emea del network.

"Siamo ai primi posti insieme ai colossi del business travel presenti in Italia" anticipa l'intervista di WBM, l'amministratore delegato della società **Ercolino Ranieri**, al margine dei due giorni di Business Travel Management events organizzati da Business International a Roma e a Milano.

D. Una società, Seneca, in crescita, malgrado la congiuntura economica negativa.

R. Seneca chiude il 2013 con un più 24% di valore dell'intermediato e registra un segno positivo, circa del 4,5%, anche nel 2014, anno in cui i nostri partner all'estero sono già a più 7,5%. Ciò significa che una piccola ripresa inizia a vedersi ma che - come spesso accade - l'Italia arriva sempre un po' dopo. Una crescita, seppur timida, quindi c'è, soprattutto per quelle aziende che hanno sviluppato il proprio business all'estero, infatti, si osserva una tendenza - che va sempre più consolidandosi - alla crescita della mobilità corporate intercontinentale con la conseguente propensione delle aziende all'internazionalizzazione. Per il 2015 continuiamo ad essere ottimisti, e poi ci sarà l'Expo, che probabilmente porterà benefici anche al Business Travel costituendo un'opportunità di rilancio.

D. Rilancio per il quale Seneca come si sta preparando?

R. Consolidando i nostri prodotti già attivi, quali TargetBuy™, un innovativo modello di pricing per il BT e, soprattutto, con Xenia™, prodotto nato circa 2 anni e mezzo fa per la gestione degli hotel sui diversi canali distributivi e per il quale quest'anno sarà l'anno della "consacrazione". Xenia, che deve il suo nome al concetto dell'ospitalità greca, si rivolge principalmente a strutture indipendenti di piccola-media dimensione. Inoltre nel corso dell'anno lanceremo un nuovo sistema di gestione per il Business Travel, LoadMove™, mentre al massimo nella primavera del 2015 presenteremo il modello UNO™.

D. Sistemi che puntano a far risparmiare le aziende…

R. Sicuramente sì. Ottimizzare e “fare saving” sono tra le prime richieste delle aziende. Stiamo assistendo però anche ad un cambio di mentalità che passa dal concetto di puro pricing a quello del valore aggiunto, dove i sistemi di comunicazione tra Viaggiatore, Tmc e Travel Manager sono sempre più importanti.

D. Parliamo, quindi, dell’importanza dell’innovazione. Quali sono i punti su cui fate leva per crescere e quali sono i settori maggiormente presidiati da voi? E di conseguenza le zone del mondo dove avete una maggiore attività?

R. Da sempre abbiamo voluto differenziarci, per vocazione la nostra azienda sviluppa e offre al mercato sempre nuovi prodotti ad alto contenuto di innovazione e flessibilità. I settori che presidiamo sono l’Energy, i Servizi ed anche l’Industria, sia la grande che quella manifatturiera; i mercati più richiesti sono sicuramente i paesi dell’area BRIC, con la Cina in primis, e il Medio Oriente. Registriamo anche interessanti ed evidenti segnali dall’Africa mentre restano sempre centrali il traffico e la presenza in UE.