Business travel, le nuove generazioni cambiano il mercato

Con nuove abitudini e aspettative di viaggio molto differenti rispetto all'attuale stereotipo del businessman in giacca a cravatta, la nuova generazione dei **viaggiatori d'affari** rivoluzionerà il settore del business travel. Lo sostiene l'**Osservatorio sul Business Travel di HRS**, il global hotel solutions provider specialista per i viaggi d'affari, secondo cui una nuova generazione digitale e molto giovane, sta convincendo il mercato ad attrezzarsi meglio per adeguarsi alle necessità di flessibilità, spontaneità, immediatezza e connettività. Le prenotazioni online e la possibilità di modificare i propri piani di viaggio in tempo reale e lastminute saranno nell'immediato futuro le chiavi vincenti per conquistare la nuova utenza.

I dati indicano che in Italia, oltre l'80% degli internet user è iscritto ad almeno un social network e quindi, per soddisfare esigenze e desideri dell'utenza, gli hotel stanno implementando spazi condivisi, postazioni di co-working e un'offerta gastronomica 24 ore su 24. Cambia quindi il ruolo degli hotel che diventano sempre più un punto fisso dove organizzare incontri di lavoro e trascorrere il tempo libero.

In diretta dall'hotel

La **connessione wi-fi gratuita** è elemento indispensabile per l'85% degli intervistati. Consente infatti – anche all'estero – di rimanere connessi e di utilizzare strumenti e applicazioni come Facebook. Il bar dell'hotel, tradizionale punto di ritrovo dei viaggiatori business, deve evolversi diventando una zona hi-tech dove programmare il resto della giornata. Il 75% dei ventenni-trentenni utilizza quotidianamente smartphone e tablet e i nativi digitali, sempre più dipendenti dalla tecnologia mobile e connessi a Internet per molte ore al giorno, spingono tante aziende e fornitori di servizi di viaggio a spostare la loro attenzione verso una tecnologia più intuitiva e verso una maggiore flessibilità portando benefici non solo alla nuova generazione di nativi digitali ma all'intero universo di viaggiatori.

Secondo l'Osservatorio HRS, infatti gli utenti che navigheranno su internet tramite dispositivo mobile rispetto agli utenti computer desktop e laptot sono in continua crescita. Un utente su 4 in Italia già usa maggiormente internet in mobilità che da casa ed il 75% degli utilizzatori di smartphone incrementerà l'uso nei prossimi 2 anni. Il risultato: gli smartphone, i tablet e le app stanno modificando profondamente le abitudini di viaggio delle persone. Le camere d'albergo possono essere prenotate tranquillamente e in maniera del tutto sicura tramite un dispositivo mobile. Lo stesso HRS si aspetta di

incrementare la quota di prenotazioni dal segmento mobile fino al 20% nel 2014. Per allora una prenotazione d'affari su cinque sarà generata da smartphone o tablet.

E' l'era del mobile travel

Applicazioni sempre più efficienti e ben sviluppate trasformano gli smartphone e i tablet in agenzie di viaggio mobili. Il più grande vantaggio per i viaggiatori aziendali e privati risiede nella flessibilità, chiaramente indicata nel comportamento medio di prenotazione, la maggior parte delle prenotazioni vengono effettuate con breve anticipo. Tre prenotazioni su quattro sono per lo stesso giorno o il giorno successivo, e oltre la metà per una notte solamente e per una stanza singola. Questi dati suggeriscono che il target principale del mercato del **mobile travel** è il viaggiatore d'affari, che, nella prenotazione alberghiera, cerca la velocità e la flessibilità.

Una vacanza di lavoro

Cambiano anche le modalità di spesa in hotel, i viaggiatori di età compresa tra i 18 e i 30 anni spendono mediamente il 42% della loro diaria in cibo (gli ospiti business di età compresa tra i 30 e i 65 anni arrivano al 26%) e il 37% di loro richiede il servizio in camera (21% per il campione 30-65 anni). Si affidano per scegliere gli hotel a siti contenenti recensioni e pertanto durante la pianificazione di un viaggio assume dunque una grande importanza la consultazione di siti di settore considerati autorevoli, soprattutto per i commenti relativi all'attenzione al cliente e ai servizi offerti.

Sono inoltre più propensi ad allungare una trasferta d'affari trasformandola in una vacanza: lo fa o è disponibile a farlo il 65% dei 18 – 30 anni, il 49% dei 31 – 45 anni e il 35% dei 45 – 65 anni, dando forma al cosiddetto **Bleisure** - termine anglofono che nasce dalla contrazione delle parole business e leisure -. Ovvero l'usanza di unire una breve vacanza ai propri impegni professionali, trasformando così le trasferte di lavoro in occasioni per rilassarsi e rigenerarsi. I sostenitori più accaniti del bleisure sono coloro che hanno meno legami familiari e hanno uno spirito di adattabilità e una flessibilità spiccata. Ma ultimamente anche i mariti e padri che viaggiano per lavoro stanno iniziando a seguire questo trend, semplicemente portandosi dietro moglie e figli con i quali trascorrere del tempo nei momenti liberi della trasferta.

Under 30: metà viaggiatori, metà imprenditori

Gli under 30 sono anche i più disposti a muoversi per affari con una media di 4,9 trasferte all'anno. Tale propensione al viaggio è dovuta anche alla maggiore inclinazione per l'**imprenditorialità**. Il 60% di loro sta abbandonando un percorso di carriera tradizionale per diventare imprenditore, con idee, capitali e progetti che vengono investiti nelle startup.

Il 71% di coloro i quali svolgono un lavoro tradizionale vorrebbe invece uscire da questa situazione e iniziare a lavorare per se stesso, mentre il 60% ha dichiarato che lascerà l'azienda per cui lavora entro i prossimi due anni. Questo nonostante sia in crescita la richiesta delle aziende per questo tipo di profilo. Le industrie che maggiormente preferiscono una figura di tale tipo sono attualmente quella della salute, della tecnologia, delle vendite e quelle governative/militari.