Uvet Travel Index: la ripresa continua nel secondo trimestre 2016

E’ dello 0,27% l’aumento del PIL italiano nel secondo trimestre 2016, su base congiunturale, rispetto al primo trimestre del 2016 (su base tendenziale annua, la crescita si attesta allo 0,95%, nel caso in cui il tasso di crescita rimanesse inalterato anche nei successivi due trimestri). A indicare il dato è l’ **UVET Travel Index** che, nell’ambito della Business Travel Survey realizzata da Uvet GBT (indagine che monitora l’andamento del Business Travel in Italia attraverso l’analisi dei trend di spesa e dei comportamenti d’acquisto di un campione selezionato di aziende in determinati periodi), da oltre 4 anni fornisce indicazioni sul ciclo economico in anticipo dai 3 ai 6 mesi rispetto alla pubblicazione dei dati ufficiali.
L’indagine è stata compiuta sui dati relativi a un campione di 700 aziende clienti di UVET Global Business Travel con spese di viaggio comprese tra 20 mila e 15 milioni di euro all’anno e caratterizzate da una continuità del rapporto nel corso del periodo considerato (primo semestre 2016). L’analisi riguarda tutte le più importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea e ferroviaria, hôtellerie e noleggio auto).
L’Index segnala dunque che **la ripresa continua**, ma a ritmi minori rispetto alle previsioni.
A rallentare la crescita, secondo l’indagine, sono stati diversi fattori, tra cui l’elevata volatilità sui mercati finanziari di inizio anno, innescata dal tonfo dei mercati asiatici, l’incertezza legata ai problemi del sistema bancario italiano ma anche europeo, il calo della domanda globale alimentato, in particolare, dalla caduta del prezzo del petrolio, prima fonte di reddito per molti Paesi in via di sviluppo. La Brexit ha inoltre aumentato il livello d’incertezza sul futuro, con possibili ripercussioni negative sugli investimenti e sul commercio.
“La Business Travel Survey è in grado da anni - dichiara **Luca Patanè**, Presidente Gruppo Uvet - di creare una più che approfondita panoramica di quello che è lo scenario economico globale, basandosi sui dati del business travel e monitorando le mete sulle quali si concentrano i maggiori spostamenti. Tramite la nostra analisi, vediamo come si accentua la debolezza dell’economia globale e del commercio internazionale, con alcune differenze anche marcate tra le aree del Mondo. Gli Stati Uniti si confermano il vero motore di espansione mondiale, mentre nelle economie emergenti le prospettive rimangono fragili e rappresentano il principale elemento di rischio per la crescita e per i mercati

finanziari mondiali. Infatti le prime mete raggiunte dai manager italiani sono New York, Dubai e Shangai”.