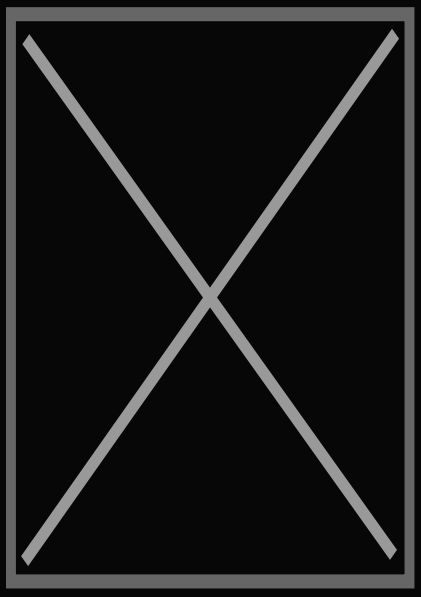
Per i manager italiani viaggiare per affari accresce conoscenze e redditività aziendale

Una nuova ricerca di **American Express** rileva che la globalizzazione ha apportato un cambiamento significativo nell’atteggiamento verso i viaggi d' affari. La maggior parte (89%) dei viaggiatori d'affari italiani intervistati afferma infatti che i business travel hanno contribuito ad ampliare la loro visione del mondo. La stragrande maggioranza (98%) degli intervistati in Italia dichiara di apprezzare moltissimo l’esperienza del viaggio d’affari, e il 52% afferma che i viaggi contribuiscono a rendere il lavoro più interessante.



Inoltre i viaggi d'affari si sono aggiunti alla lista dei vantaggi da considerare quando si cerca una nuova posizione lavorativa. Tra i maggiori benefici presi in considerazione troviamo in ordine di preferenza: l'adesione al regime pensionistico aziendale (88%), l'assicurazione malattia e vita (87%) il lavoro flessibile (84%), i viaggi d' affari (82%), appena al di sopra dei più tradizionali vantaggi aziendali ed infine l'indennità per l'auto aziendale (81%). Anche gli assegni per l'assistenza all'infanzia sono fondamentali per i professionisti italiani (84%) quando si considera una nuova posizione, il dato più alto rispetto ad ogni altro paese intervistato.
L'indagine globale sui professionisti regolarmente in viaggio per affari, condotta da YouGov per conto di American Express, mostra anche che i viaggi rappresentano un aspetto fondamentale, un facilitatore nel raggiungimento degli obiettivi di crescita, con la maggior parte (87%) degli intervistati

professionisti che considera gli incontri face to face come essenziali al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

In un'epoca di crescenti tagli ai costi, i budget destinati ai business travel sono spesso la prima area di spesa a subire ingenti tagli, ma sette viaggiatori su dieci (70%) hanno dichiarato che ridurre i viaggi d'affari risulterebbe un vantaggio per la concorrenza. Tra tutti i paesi intervistati, i viaggiatori d'affari italiani sono i più preoccupati per l'impatto sui ricavi, con oltre la metà (57%) che dichiara che una riduzione dei viaggi d’affari e delle riunioni face to face potrebbe avere un impatto diretto sul fatturato, con circa un intervistato su cinque (20%) che ipotizza una diminuzione significativa del fatturato intorno al 50% o più.

Stare bene, quando si viaggia

Dalla ricerca emerge che i viaggiatori d' affari italiani intervistati che, effettuano in media dieci viaggi all'anno, di cui sei in Italia e cinque in altri paesi, amano prendersi cura della propria salute e del proprio benessere durante i viaggi, con una ricaduta positiva sulla produttività.

Tra i primi tre fattori che maggiormente nuocciono al benessere durante i viaggi, i professionisti italiani hanno scelto: non dormire abbastanza (46%); lo stress (36%); la fatica risultante dal dover estendere i giorni di lavoro (33%) e di non svolgere attività fisica (31%).

La ricerca evidenzia anche come, per superare questi disagi, i viaggiatori d'affari abituali siano riusciti ad ritagliarsi dei momenti di relax durante il viaggio d’affari per aumentare il loro benessere. Ad esempio più di due viaggiatori su cinque (43%) hanno dichiarato che visitare o partecipare ad esperienze locali nel tempo libero ha influito positivamente sul loro benessere. Poco meno di un terzo (31%) punta ad arrivare un po' prima in modo da essere brillanti nelle riunioni. Anche l’utilizzo delle strutture alberghiere è molto apprezzato, con il 31% degli intervistati che ritiene le spa degli hotel e i centri benessere vicini, un ottimo modo per rilassarsi. Poco meno di un quarto (23%) ha dichiarato che l'utilizzo della palestra dell'hotel ha avuto un impatto positivo sulla propria salute.

Mantenere alta la produttività

La ricerca rivela anche i viaggi d’affari contribuiscono a produrre benefici commerciali anche per le aziende italiane, che nel corso degli ultimi anni sono state sotto pressione e attente alla gestione delle spese. Diventa pertanto essenziale ottimizzare la produttività.

Una buona gestione è la chiave per ottenere il massimo da un viaggio d'affari. La maggior parte dei professionisti italiani (84%) ritiene che una gestione accurata permette loro di essere più produttivi e di ottenere il massimo da un viaggio d' affari, mentre il 57% ammette che la mancata preparazione in vista gli incontri d'affari li rende significativamente meno produttivi. Di coloro che si preparano con anticipo prima di affrontare un viaggio d'affari, metà (50%) ha dichiarato di preparare abitualmente gli incontri e i materiali prima della partenza con largo anticipo. Inoltre data la crescente importanza del business internazionale per le società italiane, poco meno della metà (49%) dei viaggiatori italiani diretti in paesi mai visitati prima, ha dichiarato di essersi informato sulle abitudini e i costumi locali,

mentre il 44% ha ricercato informazioni sulla situazione geopolitica ed economica locale.
Dal punto di vista logistico, i viaggiatori dichiarano che gli inconvenienti dell'ultimo minuto o i problemi tecnologici hanno impattato negativamente sulla loro produttività. I professionisti hanno evidenziato le principali cause che possono influire sulla produttività durante i viaggi d' affari, tra cui i ritardi dell'ultimo minuto che interessano più della metà (52%), seguiti da problemi di accesso ad Internet o ad altre tecnologie (45%). Mentre alcuni sono preparati ad ottimizzare il loro tempo mentre sono in viaggio, i viaggiatori d'affari italiani, a differenza di tutte le altre Nazioni analizzate, non hanno l'abitudine di effettuare il check-in in anticipo (38%) e non si assicurano di controllare la carica dei loro dispositivi prima della partenza (37%).
Carlo Liotti, Vice President & General Manager Italy & Spain - Global Commercial Payments di American Express commenta: "In uno scenario di mercato in cui le società sono sempre più attive in ambito internazionale, questa ricerca conferma che i viaggi d'affari rappresentano un benefit ed un fattore positivo in grado di aumentare la produttività dei dipendenti contribuendo in maniera significativa alla crescita della redditività della aziende. American Express grazie alla sua consolidata esperienza nel business travel è l'anello di congiunzione tra le aziende e gli operatori del settore travel, offrendo soluzioni efficienti e in grado di monitorare le spese di viaggio contribuendo al controllo dei costi. Non dimenticando l'esclusività dell'esperienza del viaggiatore, contribuendo al suo benessere".