In Italia la spesa per il business travel supera quota 20 miliardi di euro

Nel 2019, la spesa per i **viaggi d’affari** delle aziende italiane ha raggiunto i 20,6 miliardi di euro, in crescita del 1,9% sull’anno precedente. Più nel dettaglio, il mercato nazionale (+2,2%) vede aumentare i viaggi, i pernottamenti e il loro costo mentre il mercato internazionale sale di “appena” l’1,8%.

Sono questi 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, dal momento che la crisi economica ha inizialmente pesato sulla dinamica della spesa nazionale, ma dal 2015 il mercato è tornato a crescere grazie soprattutto ai prezzi dei servizi di trasporto e di alloggio.

“A influenzare maggiormente 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 (che ha aumentato il costo reale delle importazioni dei mercati emergenti) 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 affermato **Andrea Guizzardi**, Direttore dell’Osservatorio Business Travel, che ha aggiunto: “Riguardo alle conseguenze di due casi di stretta attualità nel mondo Travel, come la Brexit e la diffusione del Coronavirus i dati storici ci invitano invece 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%.
Dal punto di vista organizzativo, il 74% delle aziende si rivolge a un’agenzia o a una **Travel Management Company** per la prenotazione dei servizi di viaggio, ma cresce anche il ricorso a strumenti digitali lungo tutto il business travel management journey: la quasi totalità delle aziende medio-grandi (98%) ha avviato la digitalizzazione dei processi, partendo soprattutto dai servizi per il pagamento elettronico (presenti nel 90% dei casi).
“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”, ha aggiunto **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 Agenzie 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".
Per quanto riguarda i trend del futuro, L'osservatorio ha rilevato come i viaggiatori d’affari, cercano soprattutto facilità di gestione e soluzioni integrate, meglio se tramite mobile. Per rispondere a questo crescente bisogno di flessibilità, alcune aziende (circa il 25% del campione) hanno iniziato a integrare nelle travel policy la possibilità di utilizzare servizi di **sharing economy**.
Un'altra tendenza, poi, 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.