Il business travel che verrà: in Italia vince l'ottimismo. I dati dell'AirPlus Travel Management Study 2016

Come sarà il 2016 per il mercato globale del business travel? In fretta, stabile o con qualche slancio in avanti? A queste e a molte altre domande risponde l'undicesima edizione dell'**AirPlus Travel Management Study,** l'indagine che il gruppo **AirPlus International** in 24 paesi, Italia inclusa, su un campione rappresentativo di circa 1.000 travel manager. Il 19% degli intervistati si aspetta un rallentamento del mercato del business travel. Pur se piccola, è la più alta percentuale mai registrata dall'inizio della crisi del 2009 a prevedere una contrazione per i prossimi 12 mesi. Sono i paesi BRIC, a eccezione dell'India, ad accusare un maggior rallentamento delle trasferte d'affari. Le ragioni potrebbero risiedere nella decelerazione dell'economia cinese e nella forte flessione dei prezzi delle materie prime. Il 2016 si caratterizza anche per un calo delle aziende che si aspettano un incremento del numero di viaggi, la cui percentuale passa dal 35% nel 2015 al 31%. A livello geografico si registrano tuttavia delle variazioni, dettate dalle diverse prospettive economiche: l'India, in fase di espansione, riporta il numero più elevato di manager ottimisti (47%), seguita dalle tre economie occidentali in più rapida crescita: Regno Unito (46%) e USA (45%).

In Italia, per fortuna, sembra regnare l'ottimismo, forse perchè da diversi anni il business travel è relativamente slegato dall'andamento dell'economia locale, finendo così per non influenzarlo in modo sostanziale. Il 46% dei travel manager nazionali ritiene, infatti, che per il 2016 il clima economico non avrà effetti sulle trasferte di lavoro, il 28% che influenzerà negativamente i viaggi (in calo di 6 punti percentuali rispetto al 2015), mentre un travel manager su quattro (25%) è convinto che l'attuale situazione economica avrà effetti positivi sui viaggi d'affari; una percentuale in crescita dell'1% rispetto allo scorso anno e di 5 punti percentuali più alta rispetto alla media mondiale (20%). Le previsioni relative al numero di trasferte si rivelano, invece, in controtendenza rispetto ai dati mondiali: solo il 5% degli intervistati italiani dichiara che i viaggi diminuiranno mentre addirittura il 39% ne prevede un aumento (circa il doppio rispetto al 2015).

Per il secondo anno consecutivo l'AirPlus International Travel Management Study conferma il permanere di un trend secondo il quale le aziende a livello internazionale continueranno a veder

aumentare i costi delle trasferte, in particolare la spesa crescerà più rapidamente rispetto al numero dei viaggi. Sono il 41% i travel manager a livello globale che si aspettano di pagare un maggior costo per le trasferte, rispetto a coloro che pensano a un calo (18%). Questo dato supera quello di chi non prevede variazioni (40%), nonostante una lieve flessione rispetto al 44% di previsioni di aumenti registrata lo scorso anno.

Le aziende che riportano un maggiore aumento di questa voce di spesa si trovano in India (63%), seguita dalla Spagna (52%) e Germania (51%). Le motivazioni di questi incrementi vanno ricercate nel miglioramento di alcune economie emergenti, nell'aumento dei costi dei servizi di viaggio, nell'acquisto di servizi ancillari per garantire ai viaggiatori un maggior livello di comfort, prima e durante il viaggio. Anche in questo caso l'Italia presenta previsioni più rosee con il 28% dei suoi travel manager che ritiene che la spesa per i viaggi d'affari aumenterà, contro il 39% convinto di un aumento del numero di viaggi. Mentre il 15% (+ 5% rispetto al 2015) degli intervistati italiani crede che la propria spesa calerà.

Sul fronte delle voci di spesa, i travel manager che hanno dichiarato di veder aumentare nei prossimi 12 mesi i costi di viaggio della loro azienda, sono concordi nell'individuare nei voli aerei la principale causa dell'incidenza di questo incremento: il 41% a livello mondiale sa di dover mettere a budget maggiori spese per i voli, contro il 35% che si aspetta una crescita dei costi degli hotel; il 18% è, invece, la percentuale di coloro che prevedono un incremento delle spese per i treni. Le proporzioni rimangono simili anche in Italia, dove il 30% di chi pensa che i costi di viaggio dei loro dipendenti aumenteranno attribuisce ai voli la causa di tali costi; il 21% lo imputa agli hotel e il 20% all'aumento della spesa ferroviaria.

"Una delle sfide che i travel manager devono affrontare oggi è dare ai viaggiatori non solo strumenti di prenotazione ma anche di pagamento, di comunicazione e altri tool di gestione delle trasferte che si integrino nelle policy aziendali", dichiara **Diane Laschet**, Amministratore Delegato di AirPlus Italia. "Per questo è necessario che essi conoscano le opportunità che le tecnologie digitali e i nuovi trend possono offrire loro, aiutandoli a semplificare i processi di gestione dei viaggi d'affari, ottimizzando i costi e ridisegnando proposte coerenti con le esigenze dei viaggiatori business, che vogliono compiere sempre più azioni in mobilità, in condivisione e in sicurezza. Obiettivo della nuova edizione dell'International Travel Management Study è dare delle utili indicazioni affinché le aziende possano adattarsi all'innovazione digitale in modo repentino ed efficace", conclude Laschet.

Infine, l'indagine evidenzia i macrotrend del 2016, secondo la visione dei travel manager. Le sei principali tendenze individuate mostrano un mondo sempre più IT-driven e interconneso. Una grande maggioranza considera la sicurezza dei dati, i social media, la mobilità sostenibile e la globalizzazione trend in crescita o già presenti, a seguire i big data e la sharing economy. Riconoscerli è fondamentale poiché esercitano un'influenza determinante sullo sviluppo dei viaggi d'affari. Scendendo nel dettaglio, la sicurezza dei dati viene indicata come trend dall'88%1 degli intervistati a livello globale, dettata

dalla necessità di far viaggiare le informazioni in modo sicuro durante le trasferte e, nello stesso tempo, dalla garanzia da parte dei fornitori di servizi di viaggi di gestire in sicurezza i dati personali dei dipendenti. Sono l'87% coloro che considerano i social media un trend per la loro azienda; la condivisione delle informazioni e delle esperienze è un aspetto importante anche per il viaggiatore d'affari, ma lo è altrettanto per il datore di lavoro che può comunicare con il proprio dipendente in tempo reale.

Se parliamo di mobilità sostenibile, negli ultimi anni essa è diventata un tema a cui le aziende guardano con più attenzione perché chiamate a ridurre al minimo l'impatto dei viaggi sull'ambiente, massimizzando l'efficienza e i costi: per il 77% dei travel manager è un trend da analizzare con attenzione. La globalizzazione, che ha prodotto e continua a guidare uno spostamento imponente di merci e persone nel mondo, viene segnalata come tendenza dall'85% degli intervistati e spiega in parte il motivo per cui quest'anno lo Studio di AirPlus ha rivelato come molti travel manager si aspettano un aumento del numero di viaggi e quindi dei costi. Big Data e sharing economy, pur essendo considerati elementi tecnologici importanti sono riconosciuti trend rispettivamente dal 59 e dal 60% dei travel manager; il dato della sharing economy risente sicuramente del fatto che l'applicazione in ambito aziendale e business travel non è ancora sviluppata. L'Italia traina le tendenze globali mostrando percentuali più elevate per ogni segmento, in particolare si evidenzia un netto stacco in ambito social media dove ben il 91% delle aziende lo considera un importante trend.