



# In viaggio con ... Unicredit

**b**usiness travel e car fleet management: due mondi generalmente distinti che hanno però in comune l'obiettivo di far viaggiare il personale in sicurezza e comfort, sempre nel rispetto della policy aziendale. Unicredit li ha unificati, creando la figura del responsabile della Mobility.

Circa 150mila dipendenti, basati in 22 paesi Emea. Unicredit è un colosso bancario che muove mediamente 15mila business traveller, di cui 8mila fanno capo alle sedi italiane. Con numeri così elevati l'efficienza e l'ottimizzazione dei costi sono fattori strategici per una gestione efficace delle trasferte. Per raggiungere questo obiettivo, il Gruppo ha messo in atto una politica di consolidamento delle funzioni, **riunendo sotto il comune denominatore della Mobility ciò che attiene al business travel management e al car fleet management.** «Attualmente sono responsabile per la Mobility - spiega Massimo di Savino, Global Category Manager di Unicredit -. In linea di massima il 60% della mia attività è dedicato al Bt e la restante parte alla gestione del fleet. L'impegno rivolto a questi due ambiti è quindi quasi paritario: la preponderanza della prima categoria sulla seconda dipende principalmente dalla forte focalizzazione al momento sul mercato dell'hotellerie, dove esistono ancora spazi di ottimizzazione». «Il fatto di aver unificato la gestione dei viaggi e del parco auto - prosegue di Savino - ci consente di avere una visione univoca delle policy, ottenendo mag-

giore efficienza e conformità».

Considerando più nel dettaglio il travel, la spesa per i viaggi d'affari di Unicredit Italia supera i 20 milioni di euro, con una forte prevalenza delle trasferte nazionali e internazionali rispetto a quelle intercontinentali. Una specifica travel policy "guida" i viaggiatori, indicando i limiti di spesa, il ricorso alla "best buy" e le modalità di viaggio e di prenotazione. «La stretta osservanza alle indicazioni fornite - afferma di Savino - contribuisce all'ottimizzazione dei costi. In quest'ottica, cerchiamo di sollecitare e incrementare l'advance booking e l'utilizzo degli Obt. **L'impiego di strumenti di prenotazione online sta prendendo piede nel nostro Gruppo** e, date le dimensioni, questo è certamente un punto a favore della penetrazione della tecnologia nel business travel. Il mercato sta facendo notevoli progressi a livello di soluzioni innovative, aprendo nuove possibilità. Attualmente i dipendenti Unicredit prenotano il loro viaggio attraverso il portale aziendale integrato con un self booking tool CWT, che diventa così il punto d'accesso per l'acquisto di servizi online o per la richiesta di servizi off-line. Nel primo caso i viaggiatori scelgono direttamente sia il volo che la camera d'albergo; con la procedura off-line, invece, tale attività è demandata alla travel management company. Nel futuro tale strumento potrebbe essere allargato ad altri servizi e divenire un vero e proprio Mobility Portal».

Una gestione più efficiente dei costi è anche il risultato di una razionalizzazione delle trasferte e di un'adeguata selezione dei fornitori. «L'ottimizzazione delle spese - spiega di Savino - si ottiene in primis concentrando più impegni nella stessa trasferta, riducendo così il numero dei



viaggi. D'altra parte, considerando che il Gruppo è presente in vari paesi d'Europa e ha interessi anche oltreoceano, è impensabile che i viaggi d'affari si possano eliminare. Per ridurre il costo della biglietteria aerea, alcune possibili aree d'azione sono l'impiego di tariffe restrittive, la negoziazione diretta di tariffe corporate con le compagnie aeree e l'utilizzo dei vettori low cost, dove possibile. Per quanto riguarda invece l'hotellerie, concentrarsi su un contenuto numero di hotel per singola piazza permette l'ottenimento delle migliori condizioni di mercato. L'utilizzo degli "allotment" a scalare - reso possibile da un tool CWT integrato che permette di gestire anche gli hotel non-Gds - è ritenuto al momento il miglior driver per una *governance* ottimale volta a rendere più efficace la negoziazione con le strutture alberghiere convenzionate». **In una gestione così complessa, di Savino evidenzia il supporto che CWT offre a livello di counseling.** «Puntiamo sulla consulenza che il nostro partner è in grado di fornirci per migliorare la qualità della spesa e il suo contenimento, attraverso un'attenta analisi dei dati rilevati. Da ciò prendiamo spunti per adeguare i contenuti della policy aziendale così da affinare ulteriormente la gestione viaggi». Secondo di Savino, avere a disposizione un'adeguata reportistica è fondamentale, soprattutto per una realtà delle dimensioni di Unicredit. «Una buona trattativa commerciale non può prescindere da una valida analisi dei dati. Questi rappresentano un supporto rilevante per l'attività del travel manager, che deve avere una completa e approfondita conoscenza del mercato».