

CWT rivela i trend e le priorità per il 2012: i Travel Manager continuano a focalizzarsi sul controllo dei costi *Una guida per comprendere meglio gli scenari del business travel*

MILANO, 30 gennaio 2012 – Carlson Wagonlit Travel (CWT), leader globale specializzato nella gestione dei viaggi d'affari e di meeting ed eventi, ha pubblicato lo studio *Travel Management Priorities for 2012*, basato su una survey internazionale condotta su 290 travel manager. Il report evidenzia i principali cambiamenti che andranno presumibilmente a impattare sulla gestione del travel e analizza i trend globali e le differenze tra le diverse aree geografiche.

2012 ranking	Priority	Respondents	2012 vs. 2011 ranking	2011 ranking
1	Driving air and ground transportation savings	63%	↗	3
2	Improving traveler compliance	68%	↘	1
3	Optimizing hotel spend	60%	↗	4
4	Optimizing online adoption	56%	↘	2
5	Optimizing the travel policy	42%	↗	6
6	Enhancing the traveler experience	39%	↘	5
7	Developing key performance indicators	34%	=	7
8	Further consolidating the travel program	33%	↗	9
9	Addressing safety and security needs	27%	↘	8
10	Tackling meetings and events	22%	=	10
11	Making the program more environmentally friendly	12%	=	11

Le prime quattro priorità per i travel manager si concentrano sul controllo dei costi

Le quattro aree chiave per i travel manager nel 2012 si focalizzano sulla ricerca di ulteriori risparmi nel trasporto aereo e via terra, sul miglioramento della conformità dei viaggiatori alla travel policy, sull'ottimizzazione della spesa alberghiera e sull'adozione degli strumenti online. In un mercato in evoluzione, queste aree rappresentano nuove opportunità anche per i programmi di viaggio

più consolidati. Per raggiungere questi obiettivi, i travel manager utilizzano un'ampia gamma di strumenti e azioni: tra queste, migliorare la comunicazione riguardo alla travel policy e al suo effettivo rispetto (una precedente ricerca di CWT¹ ha evidenziato che solo il 50% dei viaggiatori conosce a fondo la travel policy aziendale); aiutare i dipendenti a comprendere meglio i processi di online booking; rendere obbligatorio l'utilizzo dei fornitori preferenziali. Le comunicazioni riguardo a fornitori e canali di prenotazione preferenziali saranno particolarmente importanti dato che i viaggiatori utilizzano sempre più le applicazioni mobile.

«Nel 2012 sono attesi moderati aumenti delle tariffe a livello globale, con forti variazioni tra le diverse aree geografiche e le varie categorie di servizi di viaggio – ha spiegato Christophe Renard, VP Strategic Marketing and Business Intelligence di CWT -. Questo contesto di mercato richiede attenzione e si riflette nelle priorità dei travel manager, che si focalizzano per lo più sul controllo dei costi in tutte le regioni».

Le priorità per i travel manager e le azioni pianificate variano in funzione delle aree geografiche

L'indagine di CWT ha individuato alcune differenze nei risultati, a seconda dell'area geografica in cui sono basati i travel manager. Per esempio, i travel manager nell'area Asia Pacifico si concentrano maggiormente sull'ottimizzazione della spesa alberghiera rispetto ad altre regioni, riflettendo le sfide che devono quotidianamente affrontare a causa degli altissimi tassi di occupazione tipici di questo mercato. Per ricercare ulteriori risparmi nel trasporto aereo e via terra - la priorità numero uno in Europa, Medio Oriente e Africa - una delle azioni che i travel manager stanno pianificando è la miglior gestione del trade-off tra volo e treno, grazie all'espansione dei network ferroviari ad alta velocità.

¹ *Playing by the Rules : Optimizing Travel Policy and Compliance, CWT Travel Management Institute*

Anche i travel manager dell'America Latina danno la massima importanza ai risparmi nel trasporto aereo e via terra, mentre quelli nordamericani indicano la conformità dei viaggiatori alla travel policy (la "compliance") - una continua sfida - come la principale priorità.

Dovendosi confrontare con una situazione economica incerta, i travel manager hanno necessità di monitorare attentamente gli eventuali cambiamenti delle diverse variabili, per assicurarsi di ottenere sempre le migliori condizioni da parte dei fornitori e le performance desiderate nella gestione del travel. Lo studio di CWT mette altresì in luce i principali trend di mercato che influenzeranno la gestione del travel nel 2012, quali la continua crescita delle spese di viaggio in Asia Pacific, l'uso crescente di soluzioni mobile nel business travel e l'importanza di un approccio strategico alla gestione di meeting ed eventi.

«Sono quotidianamente a contatto con i clienti globali – ha commentato Nick Vournakis, VP Global di CWT Solutions Group, la divisione di consulenza di Carlson Wagonlit Travel - . Questo studio riflette le loro preoccupazioni e spiega il motivo per cui stiamo notando un numero crescente di aziende di settori diversi che si affidano a noi per ricevere suggerimenti su come gestire al meglio i viaggi e contenere ulteriormente la spesa».

L'intera pubblicazione è disponibile in lingua inglese al link [Travel Management Priorities 2012](#)

Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel (CWT) è leader mondiale specializzato nel business travel management e annovera tra i suoi clienti importanti gruppi multinazionali, istituzioni pubbliche e aziende di varie dimensioni. Grazie alla competenza dei propri collaboratori, unita alla disponibilità di tecnologie all'avanguardia, CWT aiuta i propri clienti in tutto il mondo a ottenere il massimo valore dalla gestione dei propri viaggi d'affari in termini di risparmi, servizi, sicurezza e sostenibilità. La società offre inoltre servizi e assistenza di eccellenza ai viaggiatori. Le innovative soluzioni di CWT sono raggruppate in diverse aree d'intervento: Traveler & Transaction Services, Program Optimization, Safety & Security, Meetings & Events ed Energy Services. Presente in oltre 150 paesi, CWT ha registrato nel 2010 un volume d'affari complessivo, tra strutture di proprietà e joint venture, di 24,3 miliardi di dollari. Per ulteriori informazioni: www.carlsonwagonlit.it

Media Contact:

Sasa Carpaneda
Head of Marketing & Communication
Carlson Wagonlit Travel
+39 02 62543251
+39 335 7999425
scarpaneda@carlsonwagonlit.it

