

Forum CWT

Le soluzioni di mobilità: verso una piattaforma d'offerta integrata

MILANO, 11 NOVEMBRE 2009 — Si è tenuto ieri a Milano, presso il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia, il Forum "Soluzioni di Mobilità integrata. Dalla competizione alla co-evoluzione tra i player del mercato" organizzato da Carlson Wagonlit Travel (CWT), leader mondiale specializzato nel business travel management.

L'obiettivo del Forum è stato quello di affrontare il tema delle diverse soluzioni di mobilità non in un'ottica di competizione quanto in una prospettiva "win-win" di integrazione.

«L'esigenza sempre più pressante delle aziende - ha affermato Andrea Solari, direttore commerciale e marketing Italia di CWT, aprendo i lavori - è quella di assicurarsi che i propri viaggiatori raggiungano la destinazione finale con un adeguato livello di comfort e, soprattutto, ottimizzando i tempi e i costi complessivi di trasferimento. In altre parole, nella continua ricerca di efficacia e di efficienza delle soluzioni di trasporto non devono essere valutati solo i singoli "segmenti" bensì il viaggio nella sua interezza - quello che in inglese viene definito "end to end journey" - dal luogo di partenza al luogo di arrivo, sia esso l'ufficio, la sede del cliente, la sede del meeting ecc.

«Il ruolo di una TMC come Carlson Wagonlit Travel - ha aggiunto Solari - è anche quello di promuovere il dibattito su temi di particolare interesse, proponendo chiavi di lettura innovative e avvicinando domanda e offerta».

Solari ha quindi passato la parola al Prof. David Jarach, presidente diciottofebbraio Aviation Advisory e grande esperto di marketing del trasporto aereo. Dopo un iniziale update sullo stato dell'economia e sulle prospettive del business aereo, l'intervento del Prof. Jarach si è focalizzato sulle modalità di realizzazione di soluzioni multimodali customer-focused tra gli attori di filiera. *«E' possibile un'integrazione sistemica - ha affermato Jarach - in prima istanza se tutti gli attori coinvolti nella filiera del viaggio cooperano e interagiscono per l'erogazione di un'unica proposizione di valore al cliente: aerolinee, operatori ferroviari, car rental in primis, con il supporto di operatori specializzati quali, per esempio, i Gds».*

Jarach ha quindi evidenziato come ogni attore possa contribuire ad apportare valore nella definizione di un pacchetto d'offerta integrato per il viaggiatore: *«le aerolinee - ha spiegato -, operando in qualità di connettore naturale dei flussi di passeggeri e merci sulle medie e lunghe distanze e su settori periferici a breve raggio (mercati regionali); gli operatori ferroviari, concentrando la loro offerta su connessioni point to point di maggior traffico (rete AV) a breve-medio raggio in cui possono conseguire vantaggi competitivi stabili sulle altre forme di trasporto, e attraverso l'integrazione con le piattaforme aeroportuali; i car rental, sviluppando forme combinate e integrate (volo-auto) al fine di agevolare, in una logica efficace ed efficiente, il raggiungimento della destinazione ultima di viaggio per il passeggero; le piattaforme aeroportuali, quali naturali "aerotropoli" al servizio delle connessioni, integrazioni e coevoluzioni tra aereo, treno e servizi di car rental; i service provider (Gds), infine, quali broker di formule integrate di offerta al cliente passeggero, partendo dall'esperienza del code sharing tra aerolinee e amplificando la visibilità delle stesse verso la domanda.*

«In quest'ottica la Tmc, nel suo ruolo di partner nell'ottimizzazione della spesa per le aziende e supporto nella gestione dei servizi e della sicurezza per il cliente viaggiatore, diviene - ha proseguito Jarach - unico focal point per la richiesta di un'offerta combinata

"all in one" rivolta alla connessione dei due punti di interesse: il sito di partenza e quello di arrivo».

Jarach ha poi presentato interessanti esempi best-in-class a livello internazionale e analizzato le nuove forme di partnership strategiche tra gli attori coinvolti. Nel caso di Amsterdam-Schiphol l'operatore ferroviario ha sviluppato un operativo di connessioni tradizionali ad alta frequenza da e per i centri di interesse nazionale che vedono in Schiphol il polo naturale di interscambio. Nel caso di Zurigo-Kloten si è evidenziato il ruolo della piattaforma aeroportuale quale catalizzatore/hub del traffico del sistema elvetico grazie a un efficace raccordo tra offerta aviation e offerta ferroviaria. Il caso Parigi - Charles De Gaulle ha invece messo in luce la generazione di un'offerta integrata efficace ed efficiente su base internazionale.

Nel suo intervento, Peter Grünig - Head Aviation Marketing di Unique, la società di gestione dell'aeroporto di Zurigo - ha presentato una case history di successo, ossia quanto realizzato dall'hub di Zurigo in collaborazione con il vettore nazionale Swiss in un'ottica di intermodalità. Grünig ha inoltre evidenziato la collaborazione con i trasporti pubblici per l'accesso all'aeroporto e l'impegno del Paese nel promuovere un sistema di soluzioni multimodali.

Durante l'evento è stata inoltre presentata una video intervista a Andrew Sharp, direttore generale di IARO (International Air Rail Organization) che ha sottolineato l'esistenza di tre differenti modelli di integrazione tra air e rail: le connessioni *short distance* tra aeroporto e centro città, i servizi *long distance regional* che espandono il bacino d'utenza dell'aeroporto e le connessioni *long distance national e international*. Sharp ha inoltre evidenziato come a suo avviso gli aeroporti di Venezia e Milano stiano facendo significativi passi avanti sulla strada della mobilità integrata. «Tre sono i benefici - ha affermato ancora Sharp - che le aziende possono ottenere da un'integrazione sistemica tra le diverse soluzioni di mobilità: risparmi, efficienza del processo e sicurezza».

La giornata si è conclusa con una tavola rotonda cui hanno partecipato alcuni dei più importanti player del mercato e del mondo associativo, tra cui Alitalia, Assolombarda, Avis, Expo 2015, NTV, SEA e Swiss, oltre a CWT.

Il summary dell'evento sarà a breve disponibile sul sito www.carlsonwagonlit.it.

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 quattro aree d'intervento: Traveler & Transaction Services, Program Optimization, Safety & Security e Meetings & Events. Presente in oltre 150 paesi, CWT ha registrato nel 2008 un giro d'affari complessivo, tra strutture di proprietà e joint venture, di 27,8 miliardi di dollari. Per ulteriori informazioni: www.carlsonwagonlit.com.

Media Contacts:

Rosemarie Caglia
Carlson Wagonlit Travel
+39 011 19524793
+39 335 215827
rcaglia@carlsonwagonlit.it

Sasa Carpaneda
Carlson Wagonlit Travel
+39 02 62543251
+39 335 7999425
scarpaneda@carlsonwagonlit.it