

I Travel Manager restano focalizzati sulla ricerca di risparmi: lo dimostra l'ultima indagine condotta da CWT

Tra le principali priorità per il 2010 vi sono la spesa alberghiera, la conformità dei viaggiatori alla travel policy e le prenotazioni online

MILANO, 1 FEBBRAIO 2010 — L'ottimizzazione della spesa alberghiera, il miglioramento della conformità dei viaggiatori alla travel policy, l'ottimizzazione dei processi per le prenotazioni semplici e la ricerca di ulteriori risparmi nel trasporto aereo e via terra sono le quattro aree ritenute prioritarie dai Travel Manager per il 2010, secondo un recente studio pubblicato da Carlson Wagonlit Travel (CWT), leader mondiale specializzato nel business travel management. La pubblicazione propone anche le best practice da adottare per ottenere il massimo valore dalla gestione dei propri viaggi d'affari.

"Travel Management Priorities for 2010: Decisive Opportunities for Success" presenta i risultati di un'indagine condotta da CWT nel quarto trimestre del 2009 su un campione di 169 travel manager in tutto il mondo. Alla domanda di quali attività, sulla base di una lista di possibili opzioni, sarebbero divenute per loro prioritarie nel 2010 rispetto al 2009 per la gestione dei viaggi d'affari della loro azienda, il 50-60 per cento ha identificato le quattro aree sopra citate. Seguono l'ulteriore consolidamento della gestione travel e lo sviluppo di indicatori chiave per misurare la performance, menzionati da oltre un terzo degli intervistati. Rendere la gestione dei viaggi sempre più sostenibile è posizionata in fondo alla classifica, poiché considerata come area di priorità crescente soltanto dal 13 per cento dei travel manager interpellati. Qui sotto la lista completa e le percentuali emerse dalla survey:

Quale delle seguenti aree diventerà nel 2010 una priorità nella gestione dei viaggi d'affari della vostra azienda?

(diverse risposte possibili)

Ottimizzare la spesa alberghiera	60%
Migliorare la compliance dei viaggiatori alla travel policy	55%
Ottimizzare i processi per le prenotazioni semplici	50%
Ricerca ulteriori risparmi nel trasporto aereo e via terra	50%
Consolidare ulteriormente la gestione del travel	37%
Sviluppare indicatori chiave per misurare la performance	36%
Ottimizzare la travel policy	34%
Migliorare la "traveler experience"	33%
Focalizzarsi sulla spesa per i meeting e gli eventi	32%
Rispondere alle esigenze di sicurezza dei viaggiatori	26%
Rendere la gestione dei viaggi sempre più ecosostenibile	13%

Basato su una survey di 169 travel managers in tutto il mondo, settembre-novembre 2009

«La ricerca di risparmi ha costituito l'imperativo per i travel manager per tutto il 2009 - ha affermato Cathy Voss, Executive Vice President global program solutions, commentando i risultati dell'indagine -. Spesso, questo ha significato ridurre il business travel. Ma ha soprattutto significato far viaggiare in modo più intelligente. E questo sarà egualmente il leit motiv del 2010, mentre anche l'economia migliora e il business travel si riprende».

Guardando alle prospettive per l'anno in corso, CWT prevede una riduzione delle tariffe alberghiere negoziate; una limitata domanda, se non nulla, per il pricing alberghiero dinamico da parte di travel manager e buyer; un aumento del prezzo medio dei biglietti aerei, complice il consolidamento del settore e la riduzione della capacità in corso; e il rafforzamento dei costi ancillari. Inoltre, aumenterà la concorrenza nel trasporto ferroviario e le società di autonoleggio dovranno continuare a controllare i costi mentre aumenteranno le tariffe e le fee per i no-show. CWT prevede inoltre degli sforzi volti a migliorare la *traveler experience* attraverso i servizi di telefonia mobile, carte d'imbarco elettroniche e Internet wireless per il trasporto aereo e ferroviario.

L'intero studio *Travel Management Priorities for 2010: Decisive Opportunities for Success* è 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.it

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