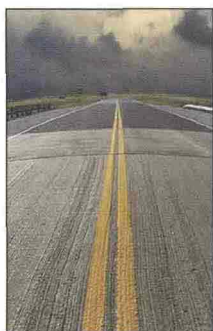


TRAVEL

LE PRIORITÀ DEI TRAVEL MANAGER NEL 2011



Il contenimento dei costi resta uno degli obiettivi primari, ma le aziende si focalizzano anche sul miglioramento della traveler experience e sulla sicurezza

Incrementare la conformità alle politiche di viaggio, aumentare il tasso di adozione degli strumenti online, ricercare ulteriori risparmi nel trasporto aereo e via terra e ottimizzare la spesa alberghiera sono le quattro aree ritenute prioritarie dai travel manager per il 2011, sulla base dell'ultima indagine condotta da Carlson Wagonlit Travel (CWT), leader mondiale specializzato nel business travel management. A fianco di queste misure rivolte all'ottenimento di risparmi, tuttavia, oltre il 30% degli intervistati ha identificato nel miglioramento dell'esperienza di viaggio e nella soddisfazione dei bisogni di sicurezza dei viaggiatori ulteriori aree chiave da sviluppare nel corso dell'anno.

I risultati sono disponibili in uno studio di CWT che mette in luce anche l'evoluzione che il mercato del business travel sta vivendo e i suggerimenti che ne possono derivare per una gestione efficace dei viaggi d'affari.

Giunta alla sua terza edizione, "Travel Management Priorities 2011: Insights into the Rebound" presenta le evidenze emerse dall'indagine condotta da CWT nel quarto trimestre 2010 su un campione di quasi 200 travel manager in tutto il mondo.

Il seguente grafico riporta le principali priorità per i travel manager nel 2011, in ordine di importanza:

L'EVOLUZIONE DEL MERCATO

Lo studio di CWT focalizza l'attenzione anche sull'evoluzione del mercato e sull'impatto che certi fenomeni potranno avere sulla gestione dei viaggi d'affari durante l'anno. Una sfida ulteriore per i buyer sarà legata agli aumenti dei costi attesi nelle principali voci di spesa del business travel. In particolare:

- È atteso un moderato incremento del costo dei viaggi aerei, a seguito di

tariffe e surcharge più elevati, una gamma più ampia di ancillary fee e nuove "eco-tasse" in alcuni paesi.

- Le tariffe alberghiere dovrebbero aumentare a livello complessivo, ma in misura differente a seconda dell'area geografica, della città e della categoria della struttura.
- Per quanto riguarda i trasporti via terra, sono probabili aumenti anche per i viaggi in treno, più contenuti per quelle tratte dove vi è competizione con le compagnie aeree. Nel frattempo, i prezzi dell'autonoleggio dovrebbero rimanere stabili in alcuni mercati, sulla base di contratti corporate negoziati a lungo termine.
- Una ripresa dell'attività legata a meeting ed eventi (M&E) fa sì che i fornitori siano meno disposti a concedere forti sconti agli organizzatori di M&E. Per ottenere risparmi, sempre più aziende avranno la necessità di implementare programmi strategici di gestione dei meeting.

Gli incrementi tariffari attesi renderanno ancora più impegnative le negoziazioni.

«Sarà importante per i travel buyer - commenta Roberto Bacchi, amministratore delegato di Carlson Wagonlit Italia - non limitarsi al solo fattore prezzo, ma considerare in fase di trattativa anche altri aspetti quali le ancillary fee che verranno introdotte da un numero crescente di compagnie aeree, hotel e provider di trasporti via terra, nonché la clausola di last room availability e i comportamenti dei fornitori in tema di sostenibilità ambientale. Emerge poi dallo studio anche una forte attenzione alla Traveler experience e alla sicurezza dei viaggiatori. In questo contesto, nel 2011 il supporto di una Travel Management Company per un'efficace gestione dei viaggi d'affari sarà più importante che mai». ■