

AirPlus International Travel Management Study 2014

Parte II

Le tendenze nella gestione dei viaggi d'affari.

AIRPLUS. WHAT TRAVEL PAYMENT IS ALL ABOUT.

Sommario

Sicurezza, salvaguardia dei dati e sostenibilità: le priorità per i Travel Manager

Secondo i risultati dell'ultima edizione dell'AirPlus International Travel Management Study (ITMS), nel 2014 le tematiche al centro della gestione dei viaggi d'affari sono la sicurezza, la salvaguardia dei dati e la sostenibilità. Abbiamo chiesto a 958 Travel Manager di 24 paesi di classificare 14 diverse tendenze relative al mercato dei viaggi d'affari e di valutare se:

- > sono già consolidate in azienda
- > diventeranno rilevanti
- > non diventeranno rilevanti.

Le tendenze sono riconducibili a tre macro categorie:

- > sicurezza, salvaguardia dei dati e sostenibilità
- > tecnologia
- > acquisti.

Nei grafici seguenti sono rappresentate le tematiche identificate come prioritarie per la gestione dei viaggi d'affari e la percentuale di Travel Manager che afferma che si tratta di tendenze già consolidate in azienda.

I risultati indicano che, a livello globale, sicurezza, salvaguardia e sostenibilità rappresentano di gran lunga le aree di maggiore interesse per i Travel Manager. In linea generale il risultato non sorprende. Nell'era post 11 settembre la sicurezza del personale in viaggio è diventata una delle principali priorità. Analogamente, il comfort del personale in trasferta è sempre stato un elemento particolarmente importante della



gestione dei viaggi d'affari insieme al controllo dei costi, anche se è possibile che nel corso degli ultimi anni di crisi economica la sua posizione in termini di priorità sia slittata verso il basso. Colpisce tuttavia il fatto che la sicurezza dei dati abbia una posizione ancora più alta in classifica e sono da evidenziare anche i risultati relativamente elevati relativi alla CSR e al numero minore di viaggi intrapresi a causa dell'incremento delle riunioni di lavoro virtuali.

La centralità della gestione del rischio

Il tema a cui si riconducono sia la sicurezza, sia la protezione dei dati che la sostenibilità è la gestione del rischio. Questa è da intendersi come tutela del capitale umano (sicurezza del personale in trasferta, comfort e riunioni di lavoro virtuali), come tutela dei beni intellettuali e finanziari (sicurezza dei dati) e come tutela della sostenibilità ambientale nel lungo periodo (CSR e ancora le riunioni di lavoro virtuali). I valori registrati, suggeriscono che la gestione del rischio è diventata un importante obiettivo strategico nell'ambito dei programmi di viaggio aziendali.

Comprendere le nuove tecnologie

Nell'ambito della classifica delle tendenze prioritarie, il punteggio medio per le tematiche inerenti alle nuove tecnologie è molto più basso. Questo risultato è presumibilmente da imputare al fatto che per la loro stessa natura a questi strumenti serve tempo affinché si consolidino. Considerato lo stadio iniziale del loro sviluppo, la maggior parte delle percentuali è in realtà più elevata di quanto non ci si aspetterebbe. C'è però un'eccezione alla regola, costituita dai self booking tool. Pur essendo sul mercato da quasi vent'anni sono infatti solo leggermente più consolidati rispetto ai tre trend digitali: social media, pagamenti attraverso dispositivi mobili e App mobili.

Le tendenze nel dettaglio

Sicurezza, salvaguardia dei dati e sostenibilità

La salvaguardia dei dati

Solo il 18% degli intervistati nella I Parte dell'ITMS ha dichiarato che l'era dei dati (vale a dire l'importanza sempre maggiore dei dati) non avrà effetto sui viaggi aziendali. Non sorprende, dunque, che il 68% degli intervistati a livello globale ritenga che la sicurezza dei dati sia una tendenza consolidata, mentre il 20% la considera una tendenza che diventerà rilevante nel futuro.

È importante evitare che i dati sugli spostamenti del personale in trasferta cadano nelle mani sbagliate per diversi motivi, inclusa la sicurezza del personale e la prevenzione dello spionaggio industriale. Le aziende stanno, inoltre, diventando sempre più attente ai dati che i dipendenti portano con sé quando viaggiano. Nel caso di trasferte in determinati paesi, alcune aziende arrivano perfino a impedire ai dipendenti in viaggio di portare con sé i computer portatili. Quello che complica la questione della sicurezza dei dati per i Travel Manager, è anche il fatto che molti fornitori di servizi terzi abbiano accesso ai dati che li riguardano e che i dati stessi possano essere archiviati nei diversi paesi con standard di protezione significativamente differenti.

Sono state registrate percentuali ancora più rilevanti per il mercato italiano, dove l'86% dei Travel Manager ritiene che la sicurezza dei dati sia una tendenza già consolidata ed il 10% considera che lo diventerà in futuro.

Il comfort del personale in trasferta

La ricerca di comfort per il personale rientra sia nell'ambito della gestione del rischio sia nell'ambito della massimizzazione della



produttività: dipendenti più sereni, infatti, lavorano meglio.

In Italia quasi la totalità degli intervistati la riconosce come la seconda area di maggiore attenzione, dopo la sicurezza dei dati, con un 83% che afferma che è una tendenza già consolidata e un 14% che dichiara che lo sarà a breve.

La sicurezza del personale in trasferta

Nonostante questa categoria si trovi ex equo al secondo posto, sorprende forse che solo i due terzi degli intervistati a livello globale (66%), ritengano che la sicurezza del personale in trasferta sia una tendenza già consolidata. Tuttavia, per la maggioranza, la sicurezza del personale in trasferta resta una questione aperta e le innovazioni in questo settore proseguono. Negli ultimi tempi la tracciatura del personale attraverso le prenotazioni di viaggio si è inoltre rafforzata grazie ai servizi di geolocalizzazione GPS.

La categoria si connota come un fattore fondamentale anche per il mercato italiano. Per l'81% dei Travel Manager italiani, la sicurezza è già una tendenza consolidata e per il 14% lo sarà in futuro.

La responsabilità sociale d'impresa (CSR)

Il 51% dei Travel Manager ritiene che le questioni relative alla CSR siano ormai consolidate. Esistono però differenze significative a seconda dei volumi di viaggio: la percentuale relativa alla CSR è infatti del 63% per le aziende con alti volumi di spesa, rispetto al 51% di quelle con volumi medi e al 48% di quelle con volumi bassi. Le aziende con volumi di spesa più elevati hanno maggiori probabilità di essere quotate in Borsa o, comunque, di avere dei bilanci di sostenibilità e sono quindi valutate molto più attentamente da enti regolatori e investitori sulle politiche di CSR perseguite. La CSR si ricollega anche all'attenzione nei confronti delle persone, inclusi i dipendenti.

È per questo motivo che i dati collegati alla sicurezza e al comfort del personale in trasferta sono rilevanti. La responsabilità sociale d'impresa risulta avere un impatto ancora maggiore per i Travel Manager italiani, con una percentuale del 70% di coloro i quali già la considerano una tendenza consolidata e con una percentuale del 19% di intervistati che pensa lo sarà in futuro.

Meno viaggi e più riunioni di lavoro virtuali

Ben il 43% ritiene che la sostituzione di parte dei viaggi con le riunioni di lavoro virtuali sia già una pratica consolidata in azienda. Un altro 30% ritiene che questo passaggio costituirà in futuro un obiettivo rilevante. I dati suggeriscono inoltre che molte aziende prendono molto seriamente il loro impegno nei confronti della sostenibilità ambientale investendo in alternative 'virtuali' che non solo diminuiscono la loro impronta di carbonio ma riducono anche il tempo che tiene impegnati i dipendenti. Tuttavia, nonostante una quota dei viaggi di lavoro sia stata sostituita con alternative 'virtuali', questo non significa che le aziende stiano riducendo il numero totale dei viaggi d'affari. Uno dei risultati principali della Parte I dell'ITMS è che il 31% degli intervistati prevede che nel 2014 i viaggi aumenteranno, mentre solo il 13% prevede che diminuiranno. In molti casi le riunioni di lavoro virtuali si stanno affiancando ai viaggi, rendendo più efficienti e produttive le riunioni che si svolgono di persona.

Acquisti

Consolidamento delle spese di viaggio non pianificate

Oltre la metà degli intervistati (55%) e quasi i due terzi dei travel manager italiani (71%) cerca di gestire i costi aggiuntivi associati ai viaggi d'affari (quali ad es. taxi, vitto, ecc.), costi che possono rapidamente raggiungere cifre considerevoli. In assenza di una base di fornitori consolidata e di un sistema di prenotazione centralizzato questi costi non sono mai stati facili da gestire. La situazione è comunque in via di miglioramento, in particolare quando chi viaggia paga con un sistema di pagamento corporate centralizzato e la spesa può essere automaticamente inserita in un sistema automatizzato di reportistica.

Benchmarking dei costi

Quella del benchmarking è un'altra tendenza di rilievo con il 55% (66% Italia) che la dichiara già in atto e un'ulteriore consistente parte (21%, 20% Italia) che ne prevede una crescente rilevanza. Spesso i Travel Manager tentano di fare il benchmarking dei costi confrontandoli con quelli di altre aziende che adottano schemi di viaggio simili. Cresce inoltre la tendenza al benchmarking interno grazie all'uso di KPI che permettono un rapido confronto tra reparti o divisioni aziendali.

Travel policy più restrittive

Quasi l'esatta metà dei Travel Manager (49%) dichiara di aver introdotto travel policy più restrittive in azienda. Un ulteriore 24% prevede che in futuro politiche di viaggio più stringenti assumeranno una maggiore rilevanza, a indicare che la situazione economica degli ultimi anni si farà sentire ancora sulle politiche di viaggio. Nel mercato italiano i valori si attestano sui seguenti valori percentuali: 67% coloro i quali rispondono che in azienda le travel policy si sono irrigidite e 21% coloro i quali ritengono che le inaspriranno in futuro.

Adozione di un modello di gestione dei viaggi d'affari globale

Questa tendenza sembra destinata a perdurare nel tempo, con una parte rilevante dei Travel Manager intervistati che dichiara di aver già consolidato i programmi di viaggio da un modello 'nazione per nazione' a un modello regionale, se non addirittura mondiale, (42%, 59% Italia) e con un'ulteriore rilevante parte che lo prevede per il futuro (28%, 27% Italia).

Quali tendenze diventeranno rilevanti in futuro?

35%

App mobili per la gestione dei viaggi

31%

Pagamenti via dispositivi mobili

30%

Minor numero di viaggi dovuto a maggior numero di riunioni di lavoro virtuali

28%

Utilizzo dei social media da parte di chi viaggia

28%

Adozione di un modello di gestione dei viaggi d'affari a livello globale.

55%
Benchmarking dei costi

55%
Consolidamento delle spese di viaggio non pianificate.

49%
Travel policy più restrittive

42%
Adozione di un modello di gestione dei viaggi d'affari a livello globale.

32%
Gestione della flotta aziendale.

Acquisti



Gestione della flotta aziendale

Solo il 32% degli intervistati afferma che la gestione della flotta aziendale è integrata con il travel management, mentre il 20% prevede che si verificherà in futuro. Esistono numerose affinità fra gestione dei viaggi e gestione della flotta aziendale, quali ad esempio il fatto che si tratta di dipendenti in movimento. Vi sono tuttavia anche molte differenze, inclusa la limitata sovrapposizione di fornitori. Questo potrebbe spiegare come mai il 37% dichiara che l'integrazione della gestione della flotta aziendale e della travel policy non diventerà rilevante neanche in futuro.

Tecnologia

Self booking tool

Nonostante questa tecnologia sia disponibile sul mercato da diversi anni, solo il 43% dei Travel Manager dichiara di utilizzare online booking tools.

Poiché tali soluzioni consentono in linea di principio di ridurre sia i costi per le aziende sia i costi delle transazioni, la percentuale alquanto bassa potrebbe ritenersi piuttosto deludente. Esistono tuttavia significative differenze a seconda dei volumi in viaggi d'affari: il 59% delle aziende con volumi di viaggio annui elevati ha dichiarato che l'esistenza di self booking tool è già una realtà.

Utilizzo dei social media da parte di chi viaggia

I social media sono relativamente nuovi, tuttavia il 39% degli intervistati dichiara che, nel settore, sono già una realtà. Scambiarsi opinioni attraverso siti di recensione è diventata ormai una pratica comune, sia per chi viaggia per turismo, sia per chi viaggia per affari. Alcuni Travel Manager ritengono che, poiché i viaggiatori utilizzeranno comunque i social media, si potrebbe tenere sotto controllo la questione creando degli strumenti di social media gestiti a livello aziendale.

L'utilizzo dei social media sembra avere attualmente un maggiore impatto per il mercato italiano, con un 53% di intervistati che dichiara che l'utilizzo è già in atto in maniera consolidata e con un 36% che pensa che lo diventerà in futuro.

Le App mobili per la gestione dei viaggi d'affari

Il 36% degli intervistati – una percentuale dunque rilevante – dichiara di utilizzare già App specifiche per i viaggi d'affari da smartphone mentre il 35% prevede che questa tendenza diventerà rilevante in futuro. Fra le App citate vi sono quelle per la reportistica delle spese, la condivisione dell'itinerario e le informazioni relative al programma di viaggio. Nonostante sia una tecnologia molto recente, è sicuramente destinata a durare nel tempo.

Si rileva nel mercato italiano un'influenza delle App mobili ancora più marcata, con una percentuale pari al 56% dei Travel Manager che già oggi utilizza App mobili e con una percentuale del 33% che ritiene che l'uso delle stesse in futuro diverrà rilevante.

I pagamenti tramite dispositivi mobili

La tecnologia relativa ai pagamenti via dispositivi mobili è disponibile da



pochi anni - anche meno, in realtà, se parliamo di viaggi aziendali. Tuttavia, il 35% degli intervistati dichiara che la tendenza in azienda è già esistente. Non solo, un ulteriore 31% prevede che questa tendenza diventerà rilevante in futuro. È interessante notare che, se analizziamo il dato anche dalla prospettiva dei volumi di viaggio delle aziende, il risultato resta pressoché identico: il 35% per le aziende con livelli di spesa bassi e medi e il 34% per le aziende con livelli di spesa elevati. I pagamenti tramite dispositivi mobili sembrano destinati a diventare, quindi, una tecnologia comune, a prescindere dal fatto che una azienda spenda molto o poco in viaggi d'affari.

A proposito dello studio



La ricerca è stata condotta da settembre a novembre 2013 da parte dell'Istituto internazionale di ricerche di mercato 2hm su incarico di AirPlus International. In totale sono state intervistate 958 persone responsabili dei viaggi d'affari all'interno della loro azienda in 24 paesi.