

AirPlus International Travel Management Study 2016

Parte 2

I trend per i travel manager e per i viaggiatori d'affari.

AIRPLUS. WHAT TRAVEL PAYMENT IS ALL ABOUT.

In breve

I viaggiatori d'affari sono avanti

Quando si tratta di percepire le principali tendenze relative ai viaggi - sia generali che d'affari - i viaggiatori d'affari sono decisamente avanti: questo è uno dei principali dati che emerge da uno studio realizzato intervistando 847 travel manager, di cui 61 italiani e 1.158 viaggiatori d'affari (111 gli italiani), di 24 Paesi per l'11^a edizione dell'AirPlus International Travel Management Study.

Trend principali

Abbiamo posto agli intervistati domande relative a sei tendenze generali:

- > Sicurezza dei dati
- > Globalizzazione
- > Social media
- > Big data
- > Sharing economy
- > Mobilità sostenibile

In tutti i casi, la maggioranza dei travel manager le ha giudicate come tendenze emergenti (43%) piuttosto che trend stabili e già affermati. Di contro, vi sono stati più viaggiatori d'affari che hanno considerato tutte queste tendenze (tranne una: la mobilità sostenibile) come ormai acquisite.

Abbiamo quindi chiesto un giudizio su quattro tendenze specifiche del business travel:

- > Utilizzo del virtual payment
- > Utilizzo del mobile payment
- > Utilizzo di app per il business travel
- > I comportamenti di viaggio dei Millennials

I viaggiatori d'affari (75%) che vedono un effetto di tutti questi trend sui viaggi d'affari sono più dei travel manager (62%).



Perché è importante annullare il gap

Naturalmente si tratta di domande soggettive sulle quali le opinioni dei travel manager possono differire da quelle di chi viaggia. Anche così, tuttavia, il contrasto tra i due gruppi dovrebbe far suonare un campanello d'allarme fra i travel manager: sono forse più lenti dei loro viaggiatori nel riconoscere il cambiamento, specie quello provocato dalla tecnologia?

Non è una questione banale. Oggi esiste il problema di riuscire a fornire a chi viaggia non solo strumenti di prenotazione ma anche di pagamento, di comunicazione e altri tool di gestione delle trasferte integrati nelle policy aziendali. I travel manager devono conoscere le nuove tendenze; in caso contrario c'è il rischio che i viaggiatori si rivolgano al mercato consumer per ottenere i tool tecnologici più adatti alle loro esigenze. Per i travel manager può essere necessario annullare dunque questo gap.

Trend principali

Sia i travel manager che i viaggiatori (ma in particolare questi ultimi) riconoscono in modo convinto sei tendenze che puntano a un mondo sempre più interconnesso e IT-driven. La maggior parte considera sicurezza dei dati, globalizzazione, social media e mobilità sostenibile come trend stabili o in crescita. Una maggioranza meno netta pensa che lo siano anche le tendenze dei big data e della sharing economy. Solo una ridotta minoranza crede che questi trend stiano arretrando o che non costituiscano nemmeno vere e proprie tendenze.

È importante riconoscere tutti questi temi dal momento che oggi esercitano un influsso cruciale sui viaggi aziendali:

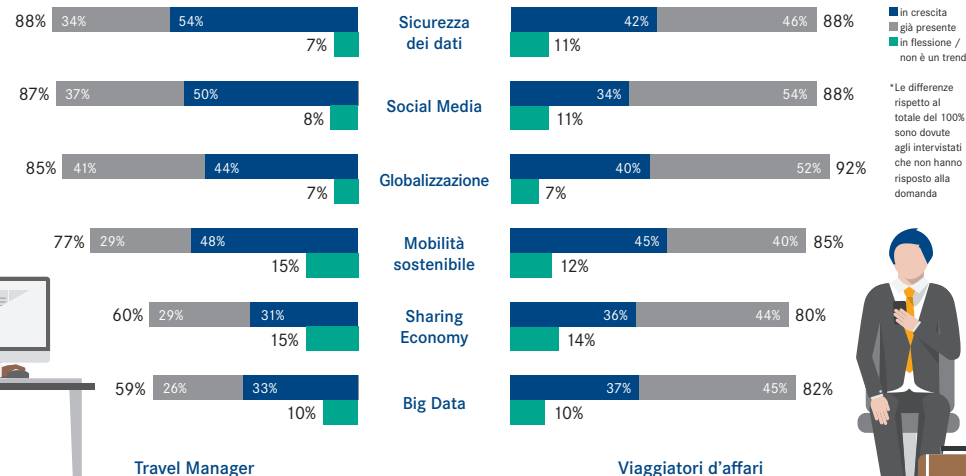
- > **Sicurezza dei dati**
Durante un viaggio i dipendenti devono poter portare con sé dati confidenziali in modo sicuro; le aziende devono essere certe che i dati personali di chi viaggia siano trattati in sicurezza da parte dei service provider.
- > **Globalizzazione**
Ha prodotto e continua a guidare uno spostamento imponente di merci e persone nel mondo.
- > **Social media**
Chi viaggia condivide le proprie esperienze con gli altri. È potenzialmente un buon modo con cui i travel manager possono comunicare con i rispettivi viaggiatori.
- > **Big Data**
Il termine Big Data indica l'aumento esponenziale dei dati disponibili e la loro sempre più crescente accessibilità. La nuova sfida non è più la raccolta

delle informazioni, ma la gestione della loro quantità. Grazie a strumenti sempre più avanzati, Big Data indica la possibilità di creare modelli previsionali e comparativi che consentono di ottimizzare l'efficienza delle operazioni, ridurre i costi e minimizzare i rischi.

- > **Sharing economy**
I più grandi operatori della sharing economy si trovano nel settore dei viaggi. I travel manager non hanno ancora deciso se collaborarvi o meno.
- > **Mobilità sostenibile**
Negli ultimi anni è diventata un tema a cui le aziende guardano con più attenzione perché chiamate a ridurre al minimo l'impatto dei viaggi sull'ambiente, massimizzando l'efficienza e i costi.

Per i travel manager, la tendenza in più rapida crescita è relativa alla sicurezza dei dati (54%). In Italia la percentuale di coloro che ritengono che la sicurezza dei dati sia un trend in crescita sale addirittura al 72%. Nell'ultimo paio d'anni questo tema è stato seguito con sempre più attenzione nel settore dei viaggi d'affari per varie ragioni tra le quali i timori di spionaggio industriale e sorveglianza governativa nonché la disdetta dell'accordo Safe Harbour per la protezione dei dati tra UE e USA. Invece la tendenza attualmente più consolidata è la globalizzazione (52%), il che spiega in parte come mai molti travel manager prevedano per il 2016 un aumento dei viaggi, come messo in evidenza dalla prima parte dell'International Travel Management Study. Per chi viaggia, invece, il trend in più forte ascesa è la mobilità sostenibile (45%, Italia 43%). Questa sensibilizzazione verso l'ambiente potrà frenare i viaggi d'affari in futuro nonostante la globalizzazione? La principale tendenza in corso per i viaggiatori riguarda invece i social media (54%, 47% Italia), a suggerire una loro maggior dimestichezza con la tecnologia rispetto ai travel manager, di cui solo il 37% considera i social media come una tendenza affermata (11% Italia).

I sei principali trend globali*



I trend nei viaggi d'affari

Pagamenti digitali in aumento

Pur essendo strumenti di pagamento relativamente giovani, mobile e virtual payment stanno guadagnando un riconoscimento sempre più ampio: circa tre quinti dei travel manager e tre quarti dei viaggiatori d'affari affermano che questi mezzi hanno già prodotto effetti nel settore dei viaggi d'affari. Solo una piccola percentuale ritiene che questi strumenti non porteranno ad alcun effetto. Il virtual payment viene oggi utilizzato soprattutto per il pagamento degli hotel, ma gli esperti prevedono che questa tecnologia potrà essere usata in futuro per pagare una più ampia varietà di spese.

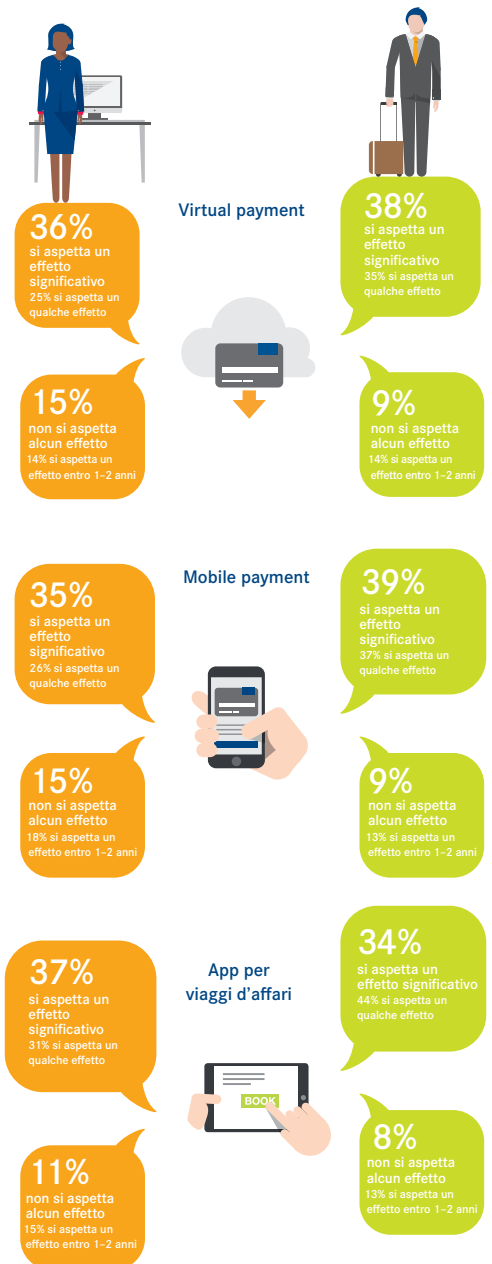
Nel frattempo il mobile payment sta decollando nel mercato consumer grazie alle iniziative di aziende come Apple, Google e Samsung. Questo può spiegare come mai l'importanza del mobile payment sia riconosciuta da una proporzione decisamente più alta di viaggiatori (76%) che non di travel manager (61%).

I giovani, un caso da trattare a parte?

Una quota relativamente alta di travel manager, il 37%, indica un sensibile effetto sui viaggi d'affari da parte delle app mobile; eppure solo il 27% ritiene che un effetto altrettanto deciso provenga dalla fascia più giovane di viaggiatori, nonostante si possa affermare che è proprio l'utilizzo esteso di app a rappresentare un comportamento distintivo di questo gruppo demografico. Il dato così basso riflette un dibattito in corso tra i travel manager: alcuni ritengono infatti che i viaggiatori più giovani debbano essere trattati diversamente, per esempio lasciando più flessibilità nel come e cosa prenotare; altri invece sostengono che le policy debbano essere le stesse per tutti i colleghi indipendentemente dall'età.

I trend nel mercato dei viaggi d'affari

Gli effetti sul mercato dei viaggi d'affari - Panoramica



Paesi diversi, atteggiamenti diversi

Le risposte dei travel manager nei confronti dei trend specifici del business travel variano notevolmente a seconda dei paesi e delle aree.

Virtual payment



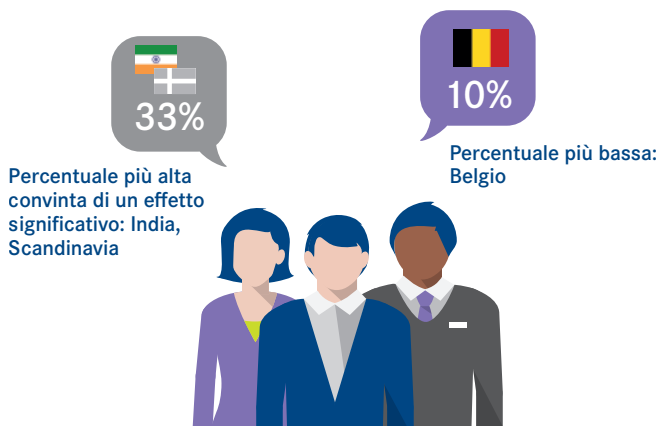
Mobile payment



App per viaggi d'affari



Comportamento di viaggio dei Millenniall

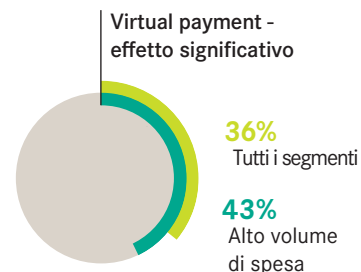


Opinioni contrastanti in India

L'India è il Paese da cui emergono i dati più interessanti. Il suo boom economico è stato creato in parte dall'ingresso nel mondo del lavoro di una nuova generazione di Millennials e Gen Y a proprio agio con la tecnologia: questo può spiegare perché così tanti travel manager indiani si aspettino dai comportamenti di viaggio dei più giovani un effetto significativo (così come accade in Scandinavia, patria di molte giovani aziende hi-tech). Nonostante questo, i pagamenti elettronici stanno iniziando a svilupparsi solo ora in una società da tempo dominata dal contante, il che spiega perché virtual payment e mobile payment siano considerati così poco in India.

I risultati variano a seconda dei volumi di spesa

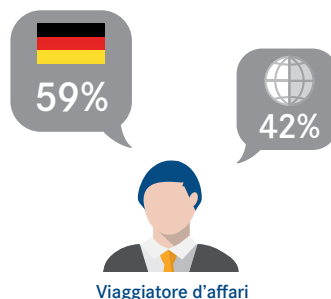
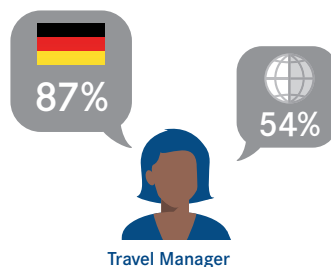
Analizzando i dati secondo il volume di spesa per viaggi d'affari delle aziende coinvolte nella ricerca emergono altri interessanti risultati. In particolare, i travel manager delle aziende che spendono di più sono quelli maggiormente convinti dell'impatto significativo di mobile payment, virtual payment e comportamenti di viaggio dei Millennials sul settore dei viaggi d'affari.



La Germania è attenta alla sicurezza dei dati

Anche nei trend più importanti emergono variazioni su scala nazionale. Per esempio, la Germania è il Paese che ha il maggior numero di travel manager (87%) e di viaggiatori (59%) che vedono nella sicurezza dei dati una tendenza in crescita. Questo non sorprende, visto che negli ultimi anni la Germania si è sempre affermata come una convinta sostenitrice dei diritti alla riservatezza dei dati.

Sicurezza dei dati, un trend in crescita



AirPlus International Srl

Via della Salute 14/2
40132 Bologna
Italia

T +39 051 4389330
F +39 051 4389332
italy@airplus.com
www.airplus.com

Informazioni sullo studio: lo studio è stato condotto tra settembre e ottobre 2015 dalla società di ricerche 2hm per conto di AirPlus International intervistando un totale di 847 persone responsabili dei viaggi delle rispettive aziende e 1.158 business traveler in 24 Paesi del mondo.