

AirPlus International Travel Management Study 2017

Parte 2

Il pagamento dei viaggi d'affari con soluzioni mobile, virtuali e tradizionali

AIRPLUS. WHAT TRAVEL PAYMENT IS ALL ABOUT.

Pagamenti: i travel manager riescono a tenere il ritmo dei viaggiatori?

Tutti i viaggi d'affari hanno un elemento in comune: devono essere pagati. Ma come? Negli ultimi decenni le carte di credito personali e aziendali hanno gradualmente sostituito i metodi più datati (contante e bonifico), e oggi esistono persino tecnologie più moderne, come i pagamenti mobile e le carte di credito virtuali, alcune delle quali fornite da grandi nomi come Apple, Google, PayPal e dai giganti cinesi WeChat e Alipay.

Abbiamo interpellato 2.270 viaggiatori d'affari in tutto il mondo per capire se, quando si tratta di pagare, preferiscono i metodi vecchi, quelli nuovi o entrambi. Abbiamo anche chiesto ai travel manager di dirci come le loro aziende pagano i viaggi. I risultati costituiscono una lettura fondamentale per chiunque si occupi di:

- > Gestione dei viaggi
- > Finanza
- > Risorse umane
- > Tecnologia



Principali dati dello studio: AirPlus ha realizzato la 12esima edizione del proprio Travel Management Study nel 2016. Sono stati interpellati 983 travel manager e 2.270 viaggiatori d'affari in 24 Paesi, in Italia sono rispettivamente 60 i travel manager e 100 i viaggiatori d'affari intervistati. Lo studio è stato condotto mediante interviste telefoniche effettuate nel periodo da agosto a ottobre 2016.

La visione dei travel manager a livello internazionale Il timore delle novità

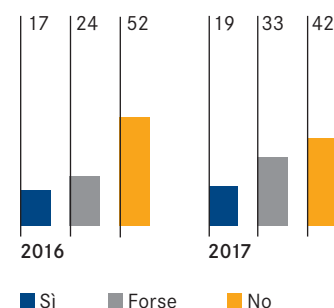


La resistenza verso i nuovi player è forte, ma in diminuzione

Rispetto all'anno scorso i travel manager sono maggiormente ricettivi nei confronti dell'utilizzo dei sistemi di pagamento forniti da provider di nuova generazione come Apple, Google e PayPal. Anche così, solo il 19%, 18% in Italia, si esprime positivamente circa l'ipotesi di ricorrere a queste soluzioni per i propri pagamenti. Un ben più significativo 42%, 37% la quota dei travel manager italiani, si dichiara ancora contrario. Gli USA sono un'importante eccezione, con il 59% di risposte positive.

Pronti a considerare nuovi sistemi per i pagamenti come per esempio quelli di Apple, Google e PayPal?*

(N. di travel manager in %)

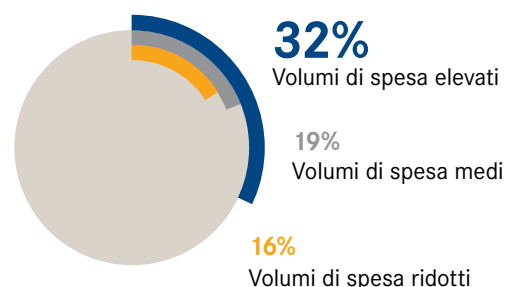


Chi spende di più ha un atteggiamento più aperto

I travel manager di aziende con volumi elevati di spesa per i viaggi sono decisamente più aperti all'idea di lavorare con i nuovi operatori di sistemi di pagamento rispetto a chi gestisce budget medio-bassi. Questi dati suggeriscono che chi spende di più sia maggiormente in sintonia con il modo di pensare di chi viaggia, reagendo più rapidamente alla "consumerizzazione" dei viaggi corporate.

Disponibilità a considerare nuovi sistemi di pagamento secondo il volume di spesa riservato ai viaggi*

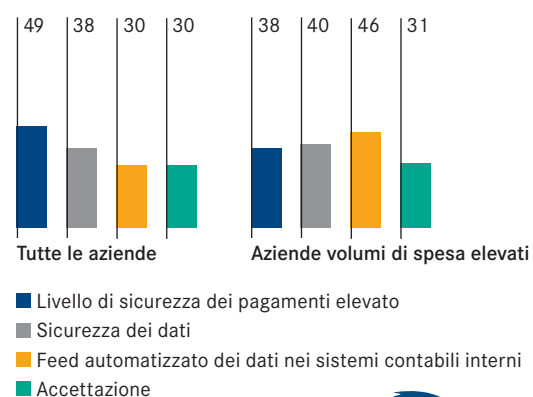
(N. di travel manager in %)



Sicurezza e dati sono i principali criteri di scelta dei travel manager

Ai travel manager che hanno risposto Sì o Forse è stato quindi chiesto quali siano i criteri più importanti per scegliere di lavorare con i provider di sistemi di pagamento di nuova generazione. La sicurezza domina complessivamente, con la sicurezza dei pagamenti al primo posto e quella dei dati al secondo. Ma per chi spende cifre elevate, e quindi considera priorità strategiche l'efficienza dei processi e l'integrazione finanziaria, al vertice dei desideri si trova il feed automatizzato dei dati verso i sistemi contabili interni. L'Italia registra al primo posto la sicurezza dei pagamenti con un 68% dei rispondenti, al secondo posto si trova invece l'accettazione e al terzo posto, a pari merito con l'integrazione automatizzata, la qualità del dato.

I primi quattro criteri per la scelta di provider di sistemi di pagamento di nuova generazione* (N. di travel manager in %)



* Le differenze rispetto al totale del 100% sono dovute agli intervistati che non hanno risposto a questa domanda.

La visione dei viaggiatori d'affari a livello internazionale Molto più entusiasti dei nuovi sistemi di pagamento

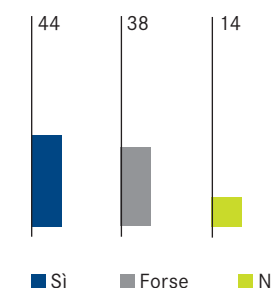


I mercati emergenti fanno strada e i pionieri del FinTech sono adottati da chi viaggia

I viaggiatori d'affari sono assai più propensi dei rispettivi travel manager verso l'utilizzo dei nuovi operatori come Apple, Google e PayPal per pagare i viaggi d'affari. Oltre l'80% ha risposto Sì o Forse, contro il 52% dei travel manager. L'entusiasmo è particolarmente alto nei mercati non occidentali: la risposta affermativa arriva dall'80% dei brasiliani, dal 66% dei turchi e dal 63% degli indiani.

Pronti a considerare nuovi sistemi di pagamento come per esempio quelli di Apple, Google e PayPal?*

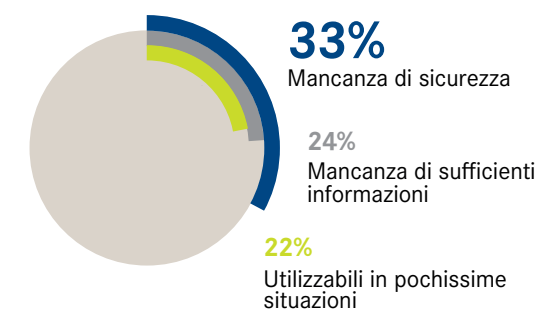
(N. di viaggiatori d'affari in %)



La sicurezza è la maggior preoccupazione di chi resta scettico

La sicurezza è la principale preoccupazione per quei viaggiatori che hanno detto No ai nuovi operatori di pagamento, seguita dalla carenza di informazioni sugli stessi. Tuttavia in alcuni mercati (ad esempio la Russia con il 67%) la spiegazione primaria è l'assenza di occasioni dove poter utilizzare i servizi forniti da questi nuovi player.

Prime tre motivazioni del rifiuto dei nuovi provider di sistemi di pagamento* (N. di viaggiatori d'affari in %)



La diffusione prende il via dalla Cina

I tempi in cui la Cina restava indietro rispetto al resto del mondo quanto a tecnologie per i pagamenti e per i viaggi sono ormai finiti. La Cina ha saltato addirittura il modello occidentale di prenotazione online e carte di credito aziendali per passare direttamente

alle prenotazioni e ai pagamenti mobile. Nelle più grandi città del Paese le persone escono sempre più spesso di casa senza borsa o portafoglio utilizzando per i pagamenti solamente un dispositivo mobile attraverso servizi come WeChat e Alipay.

Alcuni esempi di viaggiatori d'affari cinesi davanti al resto del mondo nei risultati ITMS:

- > Solo il 2% non prenderebbe in considerazione l'uso di nuovi provider di sistemi di pagamento: il dato più basso di qualsiasi Paese
- > Il 91% effettua già pagamenti da dispositivo mobile, la percentuale più alta di tutto il mondo e ben sopra la media globale del 44%
- > Il 60% effettua pagamenti mobile per spese sia personali sia aziendali, il dato più alto di tutto il mondo



* Le differenze rispetto al totale del 100% sono dovute agli intervistati che non hanno risposto a questa domanda.

La visione dei travel manager a livello internazionale Come le aziende pagano i viaggi

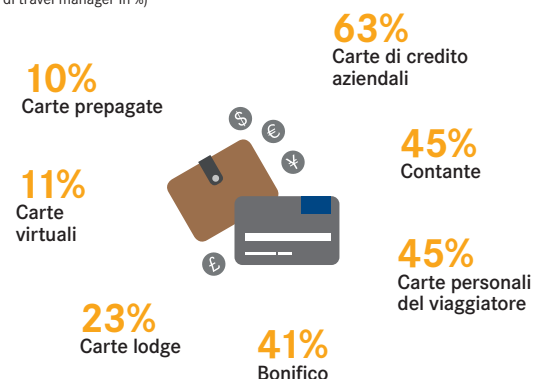
La visione dei viaggiatori d'affari a livello internazionale Le carte di credito sono ancora lo strumento numero uno



I vecchi metodi di pagamento restano in auge

Le carte di credito corporate sono il mezzo di pagamento più usato dalle aziende per le spese di trasferta "on trip". Le tre opzioni successive in ordine di scelta - contante, carte personali e bonifico - non sono generalmente considerate buone pratiche. Ciononostante sono ancora più usate delle carte lodge (carte ad addebito centralizzato) e delle carte di credito virtuali, entrambe comunque valutate metodi di pagamento migliori per le spese di viaggio aziendali "pre trip". In Italia si registra una penetrazione molto più alta, rispetto alla media mondiale, sia delle carte lodge (40%) che delle carte virtuali (28%).

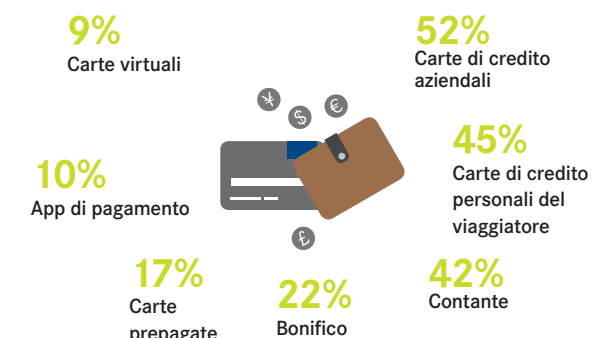
Metodi di pagamento dei viaggi*
(N. di travel manager in %)



Chi viaggia continua a preferire la carta aziendale

L'opzione di pagamento preferita durante un viaggio d'affari è la carta di credito. Le carte aziendali sono decisamente le preferite in tutto il mondo subito davanti al contante. Le opzioni di pagamento virtuali totalizzano un punteggio basso, anche se chi viaggia non sempre si rende conto di quando vengono usati pagamenti virtuali per il loro viaggio. In cinque Paesi (USA, Regno Unito, Francia, Cina e Brasile) le carte personali restano l'opzione più diffusa, forse a causa del desiderio di accumulare punti premio. Italia in testa per l'utilizzo delle prepagate.

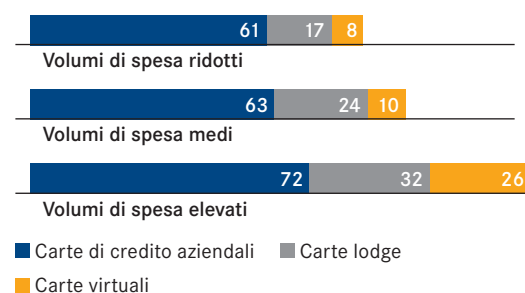
Le due opzioni di pagamento preferite nei viaggi d'affari*
(N. di viaggiatori d'affari in %)



Carte lodge e carte virtuali: maggiormente utilizzate dalle aziende con alti volumi di spesa

Le aziende con i volumi più alti di spesa per i viaggi utilizzano in modo significativamente maggiore i tre metodi di pagamento - carte di credito aziendali, carte lodge e carte di credito virtuali - considerati buone pratiche per il pagamento dei viaggi corporate. I vantaggi comprendono una maggior efficienza del processo e del reporting dei dati.

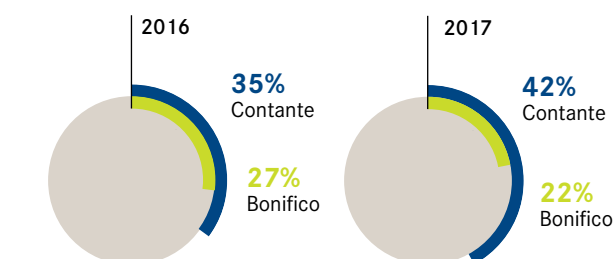
Metodi di pagamento dei viaggi*
(N. di travel manager in %)



Il contante è nuovamente di moda, il bonifico sta scomparendo

Il numero di viaggiatori che preferiscono il contante è sorprendentemente passato in un anno dal 35% al 42%, la variazione maggiore registrata da qualsiasi soluzione di pagamento presa in considerazione in questo studio. Una possibile spiegazione è legata alle crescenti trasferte in luoghi remoti del mondo nei quali si teme che le carte non vengano accettate. La popolarità del bonifico, sempre più considerato un metodo di pagamento inefficiente, ha registrato una flessione.

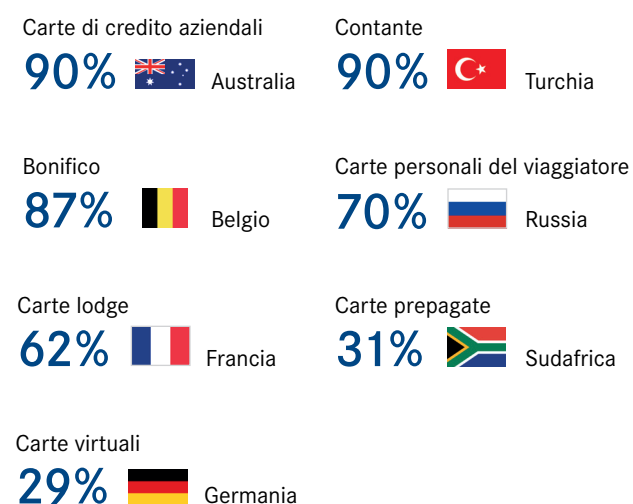
Viaggiatori che desiderano usare...*
(N. di viaggiatori d'affari in %)



Le preferenze nei sistemi di pagamento variano significativamente secondo il Paese

Ciascuno dei 24 Paesi esaminati nell'International Travel Management Study possiede un profilo di pagamento molto differente. I dati indicano che le aziende dotate di programmi di viaggio multinazionali hanno bisogno di svariate opzioni di pagamento per coprire tutte le loro esigenze globali.

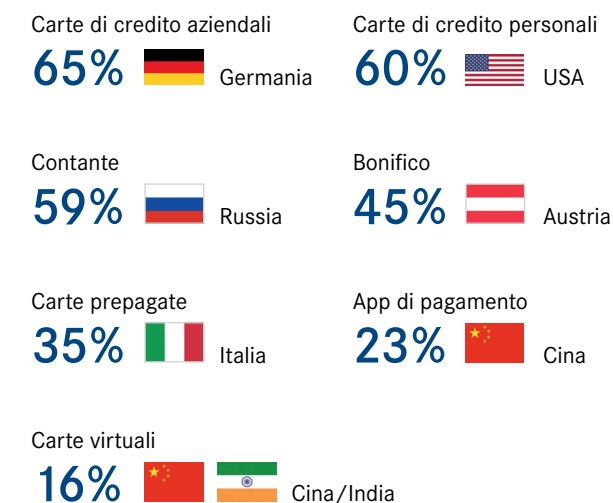
I maggiori utilizzatori dei diversi metodi di pagamento*
(N. di travel manager in %)



Metodi di pagamento differenti hanno differenti sostenitori a livello nazionale

Come nel caso dei travel manager, anche chi viaggia ha preferenze nettamente differenti, a seconda del Paese, quanto a metodi usati per pagare le trasferte. La Germania, per esempio, è la più convinta sostenitrice delle carte aziendali così come gli USA lo sono per le carte personali, mentre le app di pagamento sono specialmente diffuse in Cina e i pagamenti virtuali in India. Le cifre suggeriscono ancora una volta come non si possa adottare un unico approccio generale per tutto il mondo.

Principale Paese per tipo di pagamento*
(% in ciascun Paese che utilizza l'opzione di pagamento indicata)



* Le differenze rispetto al totale del 100% sono dovute agli intervistati che non hanno risposto a questa domanda.

* Le differenze rispetto al totale del 100% sono dovute agli intervistati che non hanno risposto a questa domanda.

La visione dei travel manager a livello internazionale Un mix di metodi di pagamento vecchi e nuovi

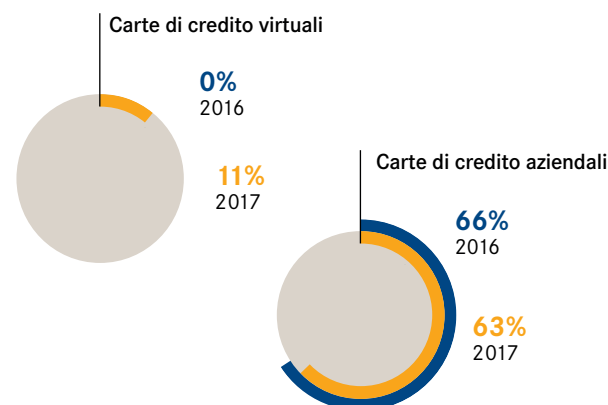
La visione dei viaggiatori a livello internazionale I pagamenti mobile sono trainati dai paesi emergenti



Le aziende iniziano a usare le carte di credito virtuali

Le carte di credito virtuali sono arrivate. L'anno scorso meno dell'1% degli intervistati dichiarava l'uso di questo metodo di pagamento da parte della propria azienda. Quest'anno la percentuale è schizzata all'11% (28% in Italia). Anche se hanno molte applicazioni, le carte virtuali sono oggi usate principalmente come alternativa alle carte di credito aziendali per saldare i conti degli alberghi. È una coincidenza che il numero di aziende che usano carte corporate sia sceso quest'anno dal 66% al 63%? È troppo presto per trarre conclusioni, ma è un dato che vale la pena tenere d'occhio.

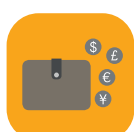
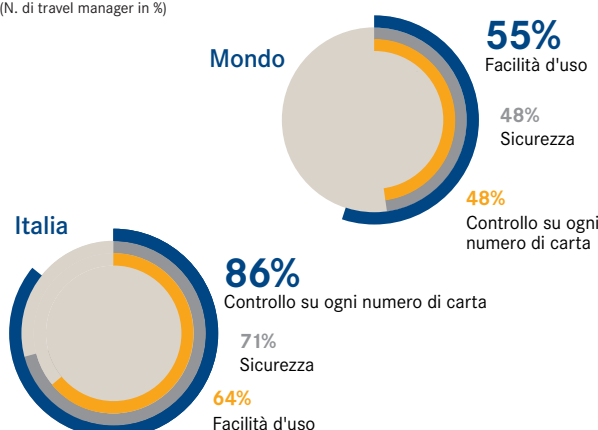
Numero di aziende che utilizzano*
(N. di travel manager in %)



La facilità d'uso è il principale vantaggio delle carte di credito virtuali

Le carte di credito virtuali hanno un grande futuro nel settore dei pagamenti dal momento che si tratta di tecnologie digitali e offrono numerosi vantaggi sia a chi viaggia sia alle aziende. Le organizzazioni che già le utilizzano indicano come tre maggiori vantaggi la facilità d'uso, la sicurezza e la possibilità di controllare con precisione il modo in cui può essere usato ciascun numero di carta, inclusi plafond e merchant. Per le aziende italiane quest'ultima è la motivazione n.1 dell'utilizzo (86%), seguita dalla sicurezza (71%) e infine dalla facilità di utilizzo (64%).

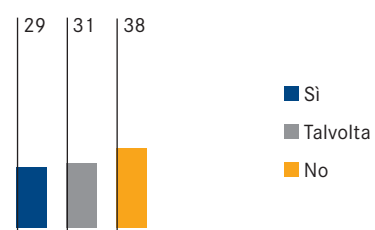
I tre principali vantaggi delle carte di credito virtuali*
(N. di travel manager in %)



Gli anticipi di contante non sono scomparsi

Erogare anticipi di contante crea numerosi problemi: si tratta di una procedura amministrativamente complessa e poco sicura che non fornisce trasparenza e tracciabilità su quello che i viaggiatori spendono. Eppure nel 2017 molte aziende usano ancora questo sistema obsoleto. Solo il 38% (Italia 33%) dei travel manager afferma che la propria società non anticipa più contanti per i viaggi d'affari.

Aziende che erogano anticipi di contante*
(N. di travel manager in %)



Quasi metà dei viaggiatori d'affari paga via mobile

Il ricorso a un dispositivo mobile come strumento di pagamento non è più fantascienza. Nel 2017 è un comportamento normale. Non meno del 44% dei business traveler di tutto il mondo afferma di pagare già con questo sistema. I Paesi europei sono mediamente più riluttanti rispetto ai Paesi extraeuropei analizzati. Solo il 35% dei viaggiatori europei sfrutta i pagamenti mobile, mentre fuori dal continente la percentuale sale già al 55%. Nell'area Asia-Pacifico questo servizio è usato dal 62% di tutti i viaggiatori. L'Italia rispecchia perfettamente la media mondiale.

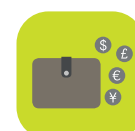
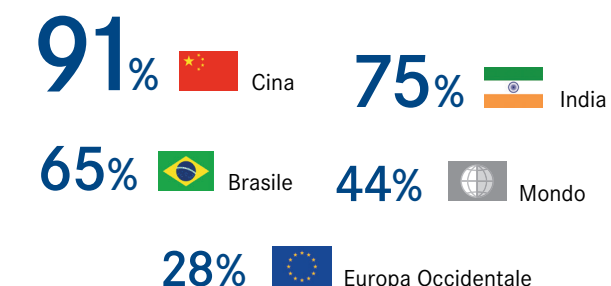
Viaggiatori d'affari che pagano con dispositivo mobile*
(N. di viaggiatori d'affari in %)



I pagamenti mobile sono una tecnologia rivoluzionaria

I pagamenti mobile sono decollati più velocemente nelle economie emergenti. L'utilizzatore maggiore è decisamente la Cina, seguita da India e Brasile. L'Europa occidentale segue a grande distanza. Almeno il 44% dei business traveler italiani dichiara di utilizzare i pagamenti mobile; di contro, lo fa solo il 24% dei viaggiatori francesi. Il Belgio esprime le maggiori riserve in merito a questo sistema: solo il 21% dei viaggiatori utilizza i pagamenti mobile.

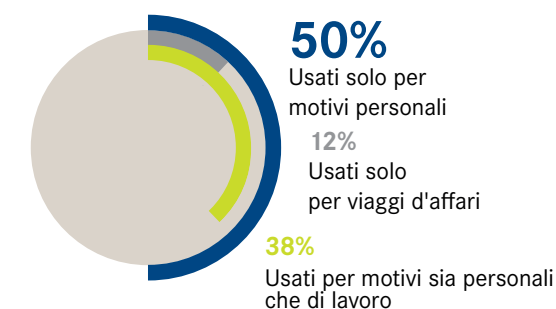
Viaggiatori d'affari che pagano con il telefono cellulare*
(N. di viaggiatori d'affari in %)



Nei pagamenti mobile le aziende sono indietro rispetto al mercato consumer

Nonostante il 44% dei viaggiatori corporate abbia effettuato pagamenti con dispositivo mobile, sono molti di più coloro che hanno adoperato lo stesso sistema per acquisti personali anziché per viaggi d'affari. Come accade con molta tecnologia digitale, il mondo corporate è in ritardo rispetto a quello consumer.

Tipologie di utilizzo dei pagamenti mobile*
(N. di viaggiatori d'affari in %)



* Le differenze rispetto al totale del 100% sono dovute agli intervistati che non hanno risposto a questa domanda.

* Le differenze rispetto al totale del 100% sono dovute agli intervistati che non hanno risposto a questa domanda.



In breve

I nuovi metodi di pagamento guadagnano terreno



I travel manager continuano a usare un mix di sistemi

La maggior parte dei travel manager è scettica nei riguardi dei nuovi provider di sistemi di pagamento digitali come Apple o Google per i viaggi d'affari. La loro posizione si sta tuttavia ammorbidendo, specialmente nelle aziende con alti budget per i viaggi che desiderano “consumerizzare” i propri programmi. Contante, carte di credito personali e bonifico restano mezzi di pagamento diffusi nonostante le numerose inefficienze, come la necessità di dare anticipi di contante. Chi spende di più è maggiormente propenso ad adottare soluzioni di pagamento efficienti come le carte di credito aziendali, le carte lodge e, sempre più spesso, le carte di credito virtuali.



I viaggiatori ricorrono già ai pagamenti mobile

I business traveler sono più propensi a provare i nuovi sistemi digitali rispetto ai travel manager. Quasi la metà ricorre già ai pagamenti mobile, anche se soprattutto a scopo personale. I viaggiatori non occidentali guidano la carica verso i pagamenti mobile. I maggiori scettici, preoccupati principalmente per la sicurezza, si trovano in Europa Occidentale.



2017 – Uno sguardo ai pagamenti nei viaggi d'affari

- > I pagamenti mobile sono già normali, specialmente in Cina, ma soprattutto a scopi personali
- > I business traveler sono molto più disposti a lavorare con i nuovi provider di sistemi di pagamento digitali rispetto ai travel manager
- > Le carte aziendali restano il metodo di pagamento più diffuso per i viaggi d'affari
- > Le preferenze nei pagamenti variano fortemente a seconda del Paese. Un unico approccio globale non funzionerà
- > Nonostante alcuni Paesi vogliano eliminare il contante, aumentano le aziende che necessitano di cash per i viaggi d'affari

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