

BUSINESS TRAVEL SURVEY 2015





UNICITÀ **V**OCAZIONE **e**MOZIONE **t**ALENTO



UN GRANDE GRUPPO DI BUSINESS TRAVEL E VACANZE.
PERSONE, SERVIZI E SOLUZIONI CHE RENDONO IL TUO VIAGGIO UN' ESPERIENZA UNICA.

BUSINESS & LEISURE TRAVEL | MOBILITY & SERVICES | EVENTS

EDITORIALE

L'edizione Business Travel Survey 2015 si presenta rinnovata graficamente e ricca di molti contenuti ed analisi. I contributi esterni sono rilevanti e apportati da The European House - Ambrosetti, uno dei più importanti think thank italiani e da Criet Università Milano Bicocca, Scuola Superiore Scienze Turistiche di Bologna e SEA Aeroporti di Milano.

Gli scenari dell'economia globale continuano a essere attraversati da incertezze su una ripresa economica ampia e che si riveli duratura e sostenibile nel tempo.

L'intensità del ruolo degli Usa di locomotiva dell'economia mondiale, alla luce della fase espansiva della produzione e dell'occupazione consolidata nel 2015, con tutta probabilità si confermerà anche per il 2016. Dopo la crisi del 2009, l'Europa continua nel suo lento processo evolutivo, favorita da una politica monetaria espansiva, dal prezzo competitivo del petrolio e dallo stabilizzarsi di alcune situazioni di crisi che sembrano avere fugato le fosche previsioni del break up dell'Euro e del fallimento di alcune economie dell'Eurozona.

I dubbi e i rischi più significativi riguardano i BRICS ed alcuni Paesi emergenti: il rallentamento della Cina, la recessione in Brasile e Russia, le situazioni di Turchia e Giappone lasciano dubbi di possibili contraccolpi globali già nei prossimi mesi. L'Italia, dove nel 2016 dovrebbero consolidarsi i segnali di una ripresa più consistente, deve fare leva sulle sue eccellenze – a partire dall'export – per imporsi con più efficacia nei mercati globali e stimolare una nuova e robusta domanda interna.

L'Uvet Travel Index che si rivela sempre di più come un indicatore affidabile che correla l'andamento dei viaggi d'affari e l'attività economica aggregata, prevede + 1,6% la stima del Pil per il 2016.

Buona lettura, **Luca Patanè**,
Presidente Uvet American Express

SOMMARIO



**UNA PANORAMICA
COMPLETA SUI VIAGGI
D'AFFARI...4**



IL CAMPIONE UVET AMEX
Metodologia e campione...5



**DATI MACRO E UVET
TRAVEL INDEX**

Lo studio TEH-Ambrosetti...6-19



**TENDENZE GENERALI
DI SPESA**

Gen-Sett 2015 vs 2013...20-22
1 Trim. 2013 vs 3 Trim. 2015...23-24



VIAGGI D'AFFARI:

Mix di spesa...25
Contributo Istituto Bruno Leoni...26



**VIAGGI D'AFFARI:
FOCUS ON AIR**

Le spese aeree...27-29
Le destinaz. Intercontinentali...30-33
Le destinazioni europee...34
Le rotte...35
Le destinazioni nazionali...37



**VIAGGI D'AFFARI:
FOCUS ON RAIL**

La spesa ferroviaria...38



**VIAGGI D'AFFARI:
FOCUS ON HOTEL**

La spesa di Hotellerie...40-41



CONTRIBUTI ESTERNI

CRIET- Università
Milano Bicocca...42-45
Osservatorio Business
Travel 2014...46-47
Sea Aeroporti Milano...48-50

UNA PANORAMICA COMPLETA SUI VIAGGI D'AFFARI

Uvet American Express ha dato avvio sin dal 2006 alla "BUSINESS TRAVEL SURVEY", un'indagine che mira a monitorare l'andamento del Business Travel in Italia attraverso l'analisi dei trend di spesa e dei comportamenti d'acquisto di un campione selezionato di aziende in determinati periodi.

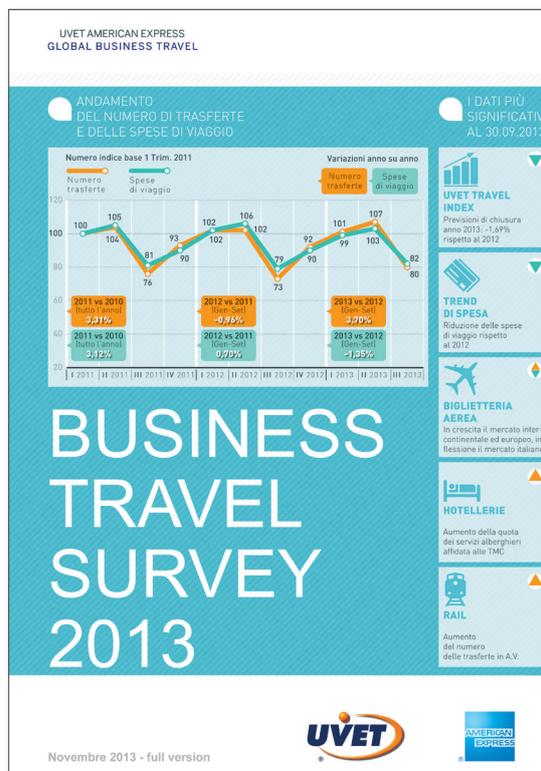
Ideata e realizzata da Uvet American Express, la ricerca offre una panoramica completa sul Business Travel e fornisce utili spunti di riflessione a tutti i responsabili dei viaggi aziendali e agli stessi operatori del mercato. Analisi, grafici e benchmark di mercato aiutano ad analizzare la situazione attuale e le tendenze evolutive di un settore in continuo mutamento e fanno meglio comprendere i trend di tutte le più importanti voci di spesa legate al travel.

L'indagine è stata compiuta sui dati relativi a un campione di 700 aziende clienti di Uvet American Express con spese di viaggio comprese tra 20 mila e 15 milioni di euro all'anno e caratterizzate da una continuità del rapporto nel corso del periodo considerato. L'analisi riguarda tutte le più importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea e ferroviaria, hôtellerie e rent a car) aggiornate al terzo trimestre 2015.

Poiché si tratta di un'edizione annuale della "Business Travel Survey", viene costantemente proposto un confronto con i valori riguardanti gli anni 2013, 2014 e 2015, così da ottenere indicazioni sui trend di spesa delle aziende.

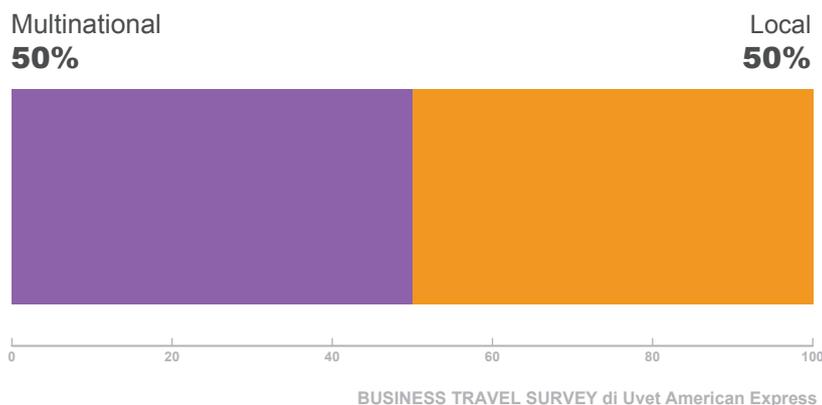
Il campione indagato in questa edizione, che abbraccia il triennio 2013-2015, è omogeneo con quello delle precedenti Business Travel Survey (ultima: edizione digitale Gennaio 2015).

Le dinamiche del campione di aziende utilizzato nella Business Travel Survey non rappresentano l'andamento di Uvet American Express: infatti il campione è stato selezionato proprio con l'intento di eliminare l'influenza dell'evoluzione del portafoglio aziendale dalle analisi.



IL CAMPIONE UVET AMERICAN EXPRESS 2015

TIPOLOGIA AZIENDALE

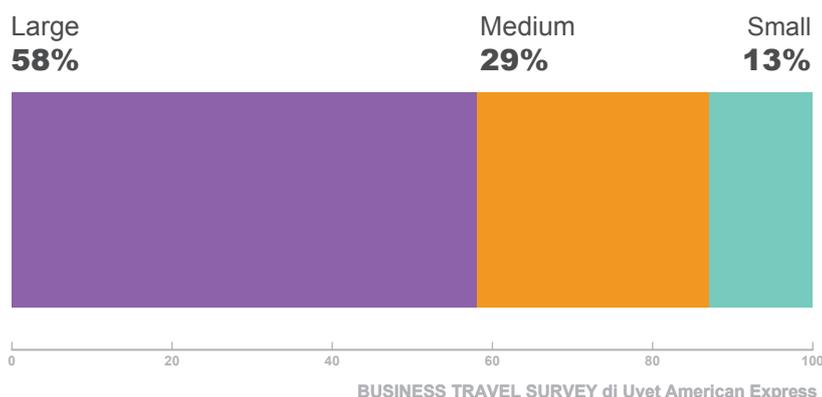


L'analisi riguarda tutte le più importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea, ferroviaria e hôtellerie) e si focalizza sui dati relativi agli ultimi nove mesi del 2015.

Il campione UvetAmex è composto da aziende appartenenti al settore manifatturiero e terziario, operanti in segmenti di mercato eterogenei: dall'ICT al settore elettronico, dal comparto meccanico al chimico / farmaceutico, dall'alimentare alla moda passando per quello finanziario e bancario.

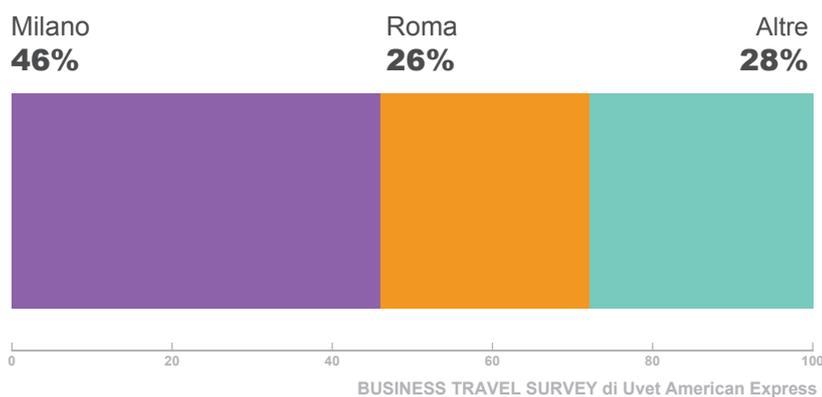
Interessante la distribuzione tra aziende "local", ossia quelle che hanno sedi e core business prevalentemente in Italia, e società multinazionali, presenti con proprie strutture in più Paesi del mondo, entrambe nel campione rappresentano il 50%.

DIMENSIONE



Per poter condurre l'analisi in maggiore profondità e far emergere le differenze nel comportamento d'acquisto tra grandi aziende con volumi di spesa più elevati (e spesso una maggiore attenzione alla razionalizzazione di spese e processi) e piccole-medie aziende con volumi più ridotti, il campione è stato suddiviso in tre "cluster" dimensionali in funzione dei volumi di spesa di viaggio complessivi. Sono state quindi definite "Small" le aziende con volumi annui di spesa di viaggio inferiori ai 500 mila euro, "Medium" quelle con volumi che si collocano tra i 500 mila e i 2,5 milioni di euro, "Large" le società che spendono in trasferte oltre 2,5 milioni di euro all'anno. Analizzando il peso dei tre cluster in termini di volumi di spese di viaggio, le aziende "Large" rappresentano il 58 per cento del campione mentre le "Medium" pesano circa il 29 e le "Small" il 13 per cento.

LOCALIZZAZIONE DELLA SEDE



In ultima analisi, mostriamo dove sono localizzati la sede e il core business delle aziende clienti. Il 46 per cento delle aziende è situato nel Nord Italia vicino a Milano, il 26 è presente a Roma, mentre il 28 per cento delle aziende del campione è dislocato uniformemente nel restante territorio nazionale.

Il quadro macroeconomico internazionale di riferimento

Nelle principali economie avanzate prosegue la ripresa, **guidata dagli USA** dove si registra senza sosta una espansione economica dell'attività aggregata che nel 2015 ha registrato un tasso di disoccupazione vicino al 5% e creato milioni di nuovi posti di lavoro, registrando consumi in aumento del 2,4%, con un settore immobiliare caratterizzato da prezzi e compravendite in aumento sostenuto.

Se da un lato, la prima economia del mondo è ripartita, la **Cina**, terza economia del mondo¹ ha **rallentato**, generando effetti negativi sia sui prezzi delle materie prime, che negli ultimi anni si erano mantenuti elevati per la nuova e crescente domanda proveniente proprio dalla Cina, sia sull'attività economica dei Paesi emergenti asiatici, molto legati all'economia del drago.

Le preoccupazioni nascono dal fatto che la frenata dell'economia cinese ha segnalato il limite, sempre più vicino, di una crescita economica che si basa in modo prevalente sulle esportazioni (in particolare verso l'occidente) e sugli investimenti pubblici e **non sui consumi interni**.

Il Governo cinese sta diffondendo alla popolazione e alla comunità internazionale delle linee guida sui "nuovi

modelli di sviluppo", per rendere strutturale la crescita e legarla maggiormente ai consumi interni, piuttosto che sulle esportazioni.

In aggiunta a ciò la Cina si trova a dover gestire un rientro ordinato dagli alti livelli di investimento e di indebitamento raggiunti che hanno spinto l'economia negli ultimi anni.

Basti pensare che oggi gli investimenti pubblici in Cina sono arrivati a coprire il 50% del PIL, che pur crescendo del 6-7% lasciano immaginare **margini estremamente bassi**, se non negativi, per la maggior parte di questi investimenti.

L'incertezza del quadro macroeconomico internazionale ha influito sulla decisione della Federal Reserve di non avviare il rialzo dei tassi di interesse che era previsto per lo scorso settembre.

Complessivamente, l'entità della ripresa economica dipenderà anche da fattori geopolitici sia in Europa, sia in Medio Oriente. Secondo le ultime stime dell'OCSE la crescita del prodotto interno lordo mondiale per il **2015 si attesterà al 2,9%**² (contro un 3,4% previsto lo scorso anno) e **dovrebbe accelerare al 3,6% nel 2016** (contro una previsione del 3,9% rivista poi al ribasso lo scorso ottobre).

L'andamento economico nell'area dell'Euro

Nell'Eurozona i dati e le informazioni più recenti³ confermano il **proseguimento della ripresa dell'attività** economica aggregata durante il periodo estivo, segnando tre trimestri di crescita da inizio 2015.

Il rallentamento dei BRIC finora non ha prodotto effetti rilevanti sull'economia dell'area Euro, se non un aumento della prospettiva di rischio al ribasso per l'inflazione. Quest'ultima è tornata in settembre su valori lievemente negativi (-0,1% negli ultimi dodici mesi), ben lontani dal 2% obiettivo fissato dalla BCE.

La BCE, dall'avvio delle misure espansive e non convenzionali adottate a inizio anno, ha fornito un **sostegno decisivo all'attività economica** e alla ripresa del credito. Con riferimento all'inflazione, il board della Banca Centrale Europea ha dichiarato, più volte, che è determinato a ricorrere a tutti gli strumenti disponibili, inclusa la possibilità di variare dimensione, composizione e durata del programma di acquisto di titoli pubblici e privati, qualora sia necessario per contrastare i rischi al ribasso dei prezzi e assicurare il ritorno dell'inflazione verso valori coerenti con la definizione di stabilità dei prezzi. In tal senso, è molto probabile che la BCE intervenga agli inizi di dicembre **ampliando il programma di quantitative easing**.

Con riferimento al credito, le operazioni espansive condotte dalla BCE hanno continuato a sostenere l'afflusso al settore privato e a ridurre il costo. Nei primi nove mesi dell'anno i prestiti alle imprese nell'area dell'Euro sono **aumentati dell'1,5%**, rispetto ai primi nove mesi del 2014, quelli alle famiglie dell'1,9% nello stesso orizzonte temporale. I tassi Euribor di mercato sono, da mesi, stabilmente

negativi, così come alcune emissioni dei titoli di debito dei Paesi dell'area UE. Nelle ultime aste di ottobre l'Italia ha collocato BTP a due anni virtualmente a tassi zero e Bot a 6 e 12 mesi a tassi negativi. Di fatto gli investitori pagano l'Italia per tenere i loro soldi. Questo dimostra la grande efficacia dell'azione della BCE e la **scomparsa del rischio di break up dell'Euro** e del fallimento di alcuni Paesi che, invece, era presente in modo eclatante nel biennio 2011-2012.

La nota recente vicenda dalla casa tedesca Volkswagen ha aumentato i timori e le incertezze sui mercati, scatenando nei giorni successivi alla notizia ribassi diffusi sui listini e sostenuti per tutto il comparto auto. I primi effetti hanno prodotto un deterioramento del clima di fiducia delle aziende in Germania. Ad oggi, le possibili conseguenze sono di difficile quantificazione e dipenderanno, in gran parte, dall'entità degli effetti sul settore automobilistico nel suo complesso, sull'industria tedesca che molto dipende dal settore *automotive* e sull'indotto nei diversi Paesi che fanno parte della *supply chain* del settore dell'auto al di fuori della Germania, oltre che sulle aspettative degli investitori e dei consumatori.

Infine, la nota positiva dell'anno è stata la conclusione del negoziato tra la Grecia e i *partner europei*. Il 19 agosto scorso è stato avviato il terzo programma di supporto finanziario alla Grecia per un importo di 86 miliardi di Euro su tre anni, a condizione di realizzare un piano di riforme per garantire sostenibilità delle finanze pubbliche e rafforzare il potenziale di crescita e la competitività dell'economia greca.

¹ Al secondo posto c'è l'Unione Europea.

² Aggiornamento al 9 novembre 2015.

³ Aggiornate a novembre 2015.

La situazione italiana

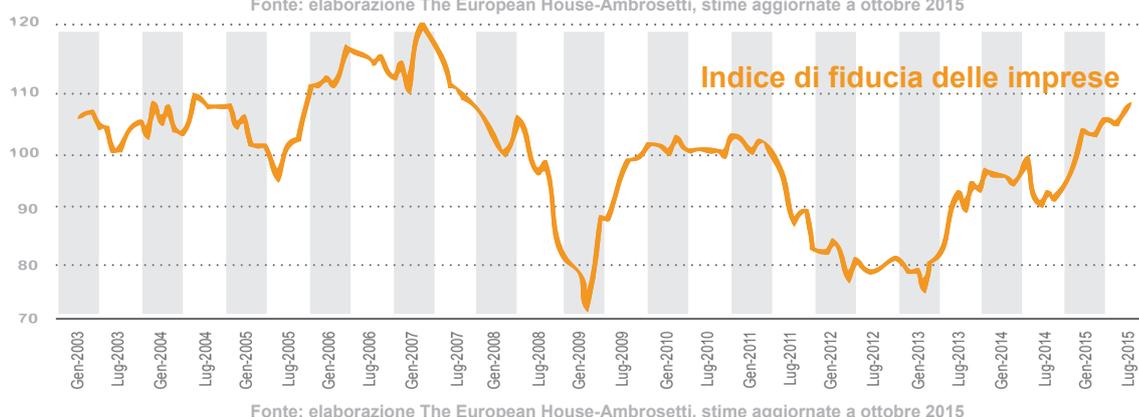
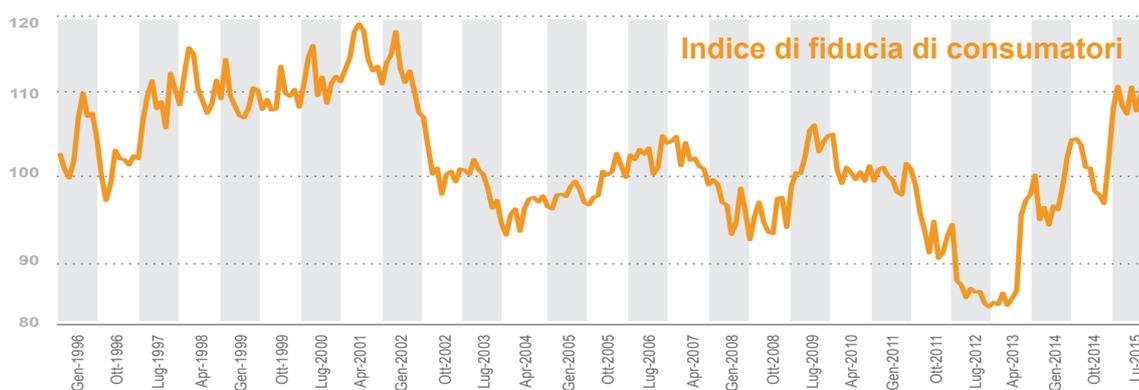
L'Italia nel 2015 è finalmente **uscita dalla recessione economica** che si è concretizzata in una sequenza di 14 trimestri di crescita negativa per il nostro Paese, dalla metà del 2011 fino al 2014.

Tutti gli indicatori congiunturali più recenti come l'andamento della produzione industriale, la fiducia di famiglie e imprese, i consumi e i nuovi occupati, indicano una prosecuzione, se non addirittura un rafforzamento, della crescita nel quarto trimestre dell'anno. Alcune stime recenti indicano che la crescita possa spingersi fino a raggiungere +1% del PIL rispetto al 2014.

L'indicatore UVET Travel Index l'anno scorso aveva previsto questa dinamica: una ripresa nei primi due trimestri e una ulteriore accelerazione verso la fine dell'anno. Ciò si sta avverando, ed è un segnale positivo della stretta e forte relazione che esiste tra viaggi d'affari e andamento dell'attività economica aggregata. Come segnalavamo già in occasione del Biztravel Forum dello scorso anno, una ripresa economica per essere strutturale ha bisogno della ripresa dei consumi interni. Cosa che sembra verificarsi quest'anno. La domanda interna, in particolare nella sua componente privata (che rappresenta il 60% del PIL), ha invertito il segno ed è passata in positivo contribuendo all'economia del Paese che negli ultimi anni si era sorretta, in modo significativo, sul contributo positivo dato dalle esportazioni.

L'occupazione è in ripresa ed è aumentata a ritmi significativi e pari a oltre 350.000 unità in più rispetto agli inizi del 2015. L'evidenza finora disponibile indica come l'incremento dell'occupazione dipendente, che ha impatti soprattutto sulla ripresa ciclica, abbia beneficiato dei recenti provvedimenti adottati dal Governo in tema di decontribuzione e di riforma del mercato del lavoro.

Durante l'estate è proseguita la riduzione del tasso di disoccupazione che ha raggiunto l'11,9%, da quasi il 13% dell'anno scorso. Come per il resto d'Europa, la dinamica dei prezzi rimane molto debole, attestandosi allo 0,2% sul 2014. La discesa dei prezzi del petrolio ha contribuito a mantenere bassi i prezzi. Prosegue il miglioramento del mercato del credito che dopo anni di contrazione si è stabilizzato. I crediti alle imprese complessivamente vedono ancora una contrazione dello 0,8% rispetto al 2014, ma con una accelerazione per le imprese manifatturiere che segnano un +1,8%, evidenziando una ripresa delle attività produttive. In virtù di questo quadro mutato e anche grazie alle misure della BCE, **rimane elevata la propensione degli investitori esteri a detenere titoli di Stato italiani:** tra marzo e luglio di quest'anno (ultimi dati disponibili) gli acquisti netti di cittadini non residenti in Italia di titoli di stato ha raggiunto i 21 miliardi di Euro, un ammontare di poco inferiore alle emissioni nette nello stesso periodo. Un dato molto importante che evidenzia come tutto il nuovo debito emesso è stato, in linea teorica, sottoscritto da investitori esteri. Le misure che il Governo ha varato nel 2015 – e intende varare col nuovo anno – evidenziano un programma per ridurre il carico fiscale su famiglie e imprese. Per il 2016 sono previste misure di sgravio sulla fiscalità immobiliare, a cominciare dalla cancellazione della tassa sulla prima casa che dovrebbe, nei desiderata del Governo, oltre che contribuire a soffiare su una rinnovata fiducia, anche rinvigorire il settore che più di tutto ha sofferto durante la crisi: le costruzioni. Tutto ciò si riflette sulla fiducia complessiva nel Paese. **La fiducia dei consumatori è ai massimi dal 2002**, quella delle imprese ai massimi dal 2007. Fiducia che, ricordiamo, è il primo motore di qualunque crescita economica.



Le previsioni per il 2016

Le stime di crescita per il 2016, sebbene siano più contenute rispetto a qualche mese fa, evidenziano come la crescita mondiale si dovrebbe attestare al 3,6%, superiore al 2,9% prevista per quest'anno.

La crescita in Europa è prevista in ulteriore consolidamento, grazie a una ripresa significativa dell'attività economica

aggregata nei Paesi del Mediterraneo, guidati dalla Spagna. La Germania dovrebbe consolidare una crescita robusta anche nel 2016 del 2% e la Francia dell'1,5%. Il Regno Unito, invece, mantiene una velocità di crescita maggiore e pari al 2,3%.

	Italia		Germania		Francia		Spagna		Regno Unito		Eurozona	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Intesa Sanpaolo	0,6	1,2	1,6	1,9	1,1	1,3	2,7	2,3	-	-	1,4	1,8
Bank of America Merrill Lynch	0,8	1,3	1,6	2,1	1,2	1,6	3,3	2,6	2,6	2,8	1,6	1,9
UBS IB	0,6	1,4	1,5	2,1	1,1	1,5	3,2	2,6	2,7	2,5	1,4	1,9
IMF	0,5	1,1	1,6	1,7	1,2	1,5	2,5	2,0	2,7	2,3	1,5	1,7
European Commission	0,6	1,4	1,9	2,0	1,1	1,7	2,8	2,6	2,6	2,4	1,5	1,9
OECD	0,6	1,5	1,6	2,3	1,1	1,7	2,9	2,8	2,4	2,3	1,4	2,1
BNP Paribas	0,8	1,3	1,8	2,3	1,2	1,8	3,2	2,9	2,3	2,0	1,6	1,9
UniCredit Group	0,6	1,2	1,9	2,1	1,2	1,6	3,2	2,8	2,4	1,9	1,4	1,8
JP Morgan	0,6	1,3	1,5	2,7	1,1	1,9	3,1	3,0	2,7	2,4	1,3	2,2
Commerzbank	0,5	0,9	1,8	1,8	0,9	0,9	3,2	3,0	2,6	2,7	1,2	1,3
Deutsche Bank	0,7	1,5	1,6	1,7	1,2	1,6	3,0	2,5	2,5	2,3	1,4	1,6
HSBC Bank	0,5	0,8	1,5	1,7	1,2	1,4	2,9	2,2	2,7	2,5	1,3	1,4
Barclays Bank	0,7	1,4	1,5	1,5	1,2	1,5	3,3	2,8	2,5	2,1	1,3	1,6
Media	0,6	1,3	1,7	2,0	1,1	1,5	3,0	2,6	2,6	2,3	1,4	1,8

Previsioni 2015 e 2016 dell'andamento del PIL nell'area Euro e nei suoi principali Paesi e nel Regno Unito

Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti, stime aggiornate a ottobre 2015

*Le ultime previsioni sul PIL italiano rilasciate dall'ISTAT sono pari a +0,9%

Alcune stime, molto recenti, realizzate ad hoc a seguito dell'impatto negativo della vicenda Volkswagen e del rallentamento della Cina (Paese importante di destinazione delle merci tedesche) evidenziano una crescita della Germania per il 2016 all'1,2%, e all'1% per la Francia a seguito della situazione di difficoltà crescente che sta

affrontando l'industria del Paese, con effetti negativi che si registrano per entrambi i Paesi già con la fine di quest'anno. Se questa situazione dovesse concretizzarsi, escludendo il Regno Unito che non fa parte dell'Eurozona, **Spagna e Italia risulterebbero, tra i grandi Paesi, quelli a crescita maggiore nel 2016.**

Paesi	2015	Paesi	2016
Spagna	3,1	Spagna	2,2
Portogallo	1,6	Portogallo	1,5
Germania	1,3	Italia	1,2
Francia	1,0	Germania	1,2
Italia	0,8	Francia	1,0

Fonte: Stime sulla crescita che considerano gli impatti negativi dovuti alla frode Volkswagen e al rallentamento della Cina, IMF, World Economic Outlook Database, Ottobre 2015 per Portogallo e Finlandia, Prometeia, Rapporto di Previsione, Ottobre 2015 per Germania, Italia, Francia e Spagna.

Fuori dall'Eurozona le stime indicano che il primato per il 2016 va all'India con una crescita prevista del 7,8%. Per la prima volta dopo 20 anni, la Cina non avrà il primato mondiale tra i grandi Paesi per crescita economica. Se il rallentamento cinese era già previsto lo scorso anno, la velocità del rallentamento sta preoccupando, sempre più, gli economisti e gli investitori a livello mondiale. Siamo passati da un rallentamento che avrebbe dovuto traghettare la crescita del 2015 e del 2016 su tassi compresi tra il 7,5% e l'8,5%, a delle stime che indicano, come già dal 2015, che la crescita si attesterà sotto il 7%. In aggiunta al rallentamento, già certificato nei fatti, c'è anche una crescente diffidenza da parte della comunità internazionale e degli investitori nei confronti degli istituti cinesi che pubblicano e diffondono i dati sull'economia. Nello specifico, i dati sui consumi e sul PIL, rilasciati dalle autorità cinesi, non sono in linea a livello storico con i consumi elettrici, con l'attività nel settore trasporti e con l'attività legata al commercio

internazionale. Alcune istituzioni finanziarie, utilizzando dati di fonte privata che rientrano nel calcolo del PIL, sono arrivate a stimare una crescita cinese che potrebbe essere già oggi attorno al 5%. È chiaro come, sebbene il segno sia ancora "più", passare da una crescita oltre il 10% a una crescita vicina al 5% in 12-18 mesi implica un **significativo e preoccupante rallentamento dell'attività economica aggregata.** Ad oggi le previsioni realizzate sui dati ufficiali rilasciati da Pechino, indicano una crescita per il 2016 del 6,7%.

Discorso a parte, invece, deve essere fatto per il Brasile e la Russia. Il Brasile è entrato in recessione economica a causa principalmente di una economia che fatica a rimanere competitiva, a cui si è aggiunta la discesa dei prezzi delle materie prime, cui il Brasile è grande esportatore mondiale, e da un deflusso di capitali che stanno rientrando in USA in primis e secondariamente in Europa. Il Brasile quest'anno dovrebbe chiudere con

un PIL in contrazione dell'1,5% e ritornare a una leggera crescita dello 0,6% nel 2016.

Con riferimento alla Russia, invece, le sanzioni e il contemporaneo calo del prezzo del petrolio hanno prodotto fortissime tensioni sui conti pubblici, generate da un crollo delle entrate nazionali, con conseguente indebolimento degli investimenti, dei consumi e della fiducia. L'effetto è stato molto significativo e duro per la Russia. Basti pensare che le previsioni dello scorso anno erano per un +2,6% di crescita del PIL per il 2015, mentre il consuntivo si attesta ad una contrazione di quasi il 3,3%, **con un delta negativo di quasi 6 punti percentuali**.

Sui Paesi emergenti ha pesato molto il cambio di direzione della politica monetaria impresso dalla FED nel corso del 2015. Negli anni *post* crisi 2008 la Federal Reserve si era lanciata in operazioni di iniezione di liquidità sui mercati per favorire la crescita. Raggiunto l'obiettivo, gli USA si preparano ad una stretta monetaria che, seppur leggera, ha alimentato deflussi di capitali che velocemente sono

tornati in USA, dopo essere usciti e aver favorito i Paesi emergenti tra il 2011 e il 2014. Ciò ha provocato un forte deprezzamento delle monete dei Paesi emergenti. La Lira turca si è deprezzata del 30%, il Real brasiliano del 35%, il Rublo del 40%, il Ringgit malese fino al 45%. Il ritorno di forza del Dollaro e l'afflusso di capitali verso gli USA hanno caratterizzato il 2015, **penalizzando i BRIC**. Il 2016 dovrebbe vedere un ulteriore rafforzamento di questa tendenza in atto con probabili tensioni aggiuntive sui prezzi delle materie prime.

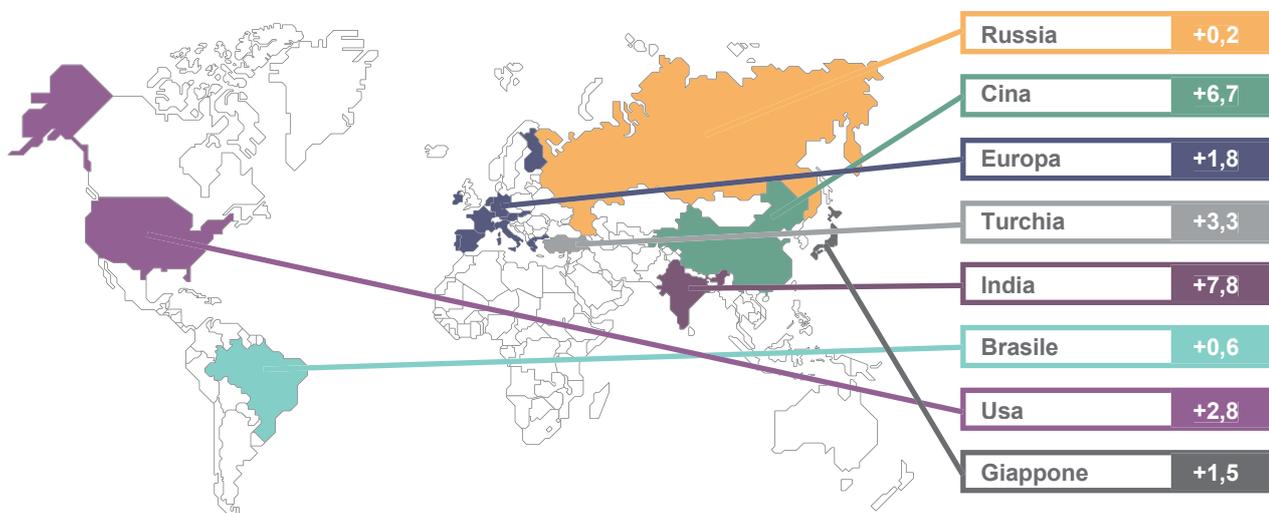
La Turchia, meno esposta alla volatilità delle materie prime e grazie a una ritrovata stabilità governativa, sembra tra i BRIC il Paese con maggiore potenziale di crescita.

Il Giappone, grazie agli stimoli economici continui, sta uscendo, anche se lentamente, da una ventennale situazione di stagnazione economica e bassa inflazione. Grazie anche all'indebolimento dello Yen la crescita per il 2016 dovrebbe raggiungere l'1,5%.

	USA		Giappone		Cina		Brasile		Russia		Turchia		India	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Intesa Sanpaolo	2,4	2,9	0,9	1,7	6,8	6,5	-	-	-	-	-	-	7,4	7,6
Bank of America Merrill Lynch	2,6	3,0	0,8	1,6	7,0	6,8	-2,3	-0,4	-2,8	1,1	2,6	3,0	7,3	7,5
UBS IB	2,3	2,8	0,8	1,9	6,8	6,5	-2,0	-0,3	-3,0	0,6	3,0	3,8	7,5	8,3
IMF	3,1	3,1	1,0	1,2	6,8	6,3	-1,0	1,0	-3,8	-1,1	3,1	3,6	7,5	7,5
European Commission	3,1	3,0	1,1	1,4	7,0	6,8	-0,9	1,3	-3,5	0,2	3,2	3,7	7,6	7,9
OECD	2,0	2,8	0,7	1,4	6,8	6,7	-0,8	1,1	-3,1	0,8	3,1	3,9	6,9	7,6
BNP Paribas	2,4	2,9	0,8	0,9	7,1	7,3	-2,0	0,5	-2,5	1,5	-	-	7,4	7,5
UniCredit Group	2,3	2,6	0,9	1,4	6,9	6,5	-	-	-3,4	-1,6	2,7	2,4	-	-
JP Morgan	2,3	2,5	0,6	1,4	7,0	7,0	-2,0	-0,1	-3,7	1,8	3,1	3,5	7,5	8,0
Commerzbank	2,3	2,8	0,7	1,3	6,5	6,5	-1,5	1,3	-2,8	1,5	-	-	7,9	8,4
Deutsche Bank	2,3	3,0	1,1	1,8	7,0	6,7	-1,7	0,4	-3,2	-0,4	3,0	3,0	7,5	7,5
HSBC Bank	2,2	2,6	-	-	7,1	7,4	-1,6	1,0	-3,5	-1,0	2,4	3,0	7,8	8,3
Barclays Bank	2,3	2,5	0,7	1,5	6,8	6,6	-1,1	0,5	-4,0	-0,7	2,8	3,2	7,7	7,9
Media	2,4	2,8	0,8	1,5	6,9	6,7	-1,5	0,6	-3,3	0,2	2,9	3,3	7,5	7,8

Previsioni 2015 e 2016 dell'andamento del PIL nelle principali economie extra-EU
Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti, stime aggiornate a ottobre 2015

In sintesi, ad un generale rallentamento dei BRIC, ad eccezione dell'India, **l'economia dovrebbe acquisire ulteriore forza in USA, Europa e Giappone**.



Previsioni 2016 dell'andamento del PIL nelle principali economie extra-EU
Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti, stime aggiornate a ottobre 2015

Come è nato l'UVET Travel Index

UVET, azienda leader in Italia di servizi e soluzioni innovative per la *business travel* e i viaggi *leisure*, ha un osservatorio privilegiato e in tempo reale del mondo dei viaggi che rappresenta un **importante elemento segnalatore dell'attività economica**, oltre che una fonte di informazioni di grande utilità non solo per gli operatori, ma anche per le istituzioni del Paese e per la collettività. Nel corso degli ultimi anni UVET ha individuato una forte relazione tra l'andamento dei viaggi d'affari (che segnalano l'attività delle imprese) e l'attività economica aggregata del Paese, osservando nello specifico una naturale capacità del *business travel* di rappresentare in

“*real time*” l'andamento dell'economia.

Disporre di indicatori capaci di fornire informazioni sul ciclo economico in modo quasi istantaneo è fondamentale per **orientare le decisioni aziendali e gli investimenti** e per programmare al meglio le politiche di sviluppo del *business* e del sistema-Paese.

Sulla base di queste considerazioni, UVET ha deciso di utilizzare le informazioni statistiche in suo possesso per costruire un innovativo indicatore sintetico, l'**UVET Travel Index**, unico nel suo genere, per fornire ai *policy maker* e agli operatori informazioni sull'attività economica del Paese.

Cos'è l'UVET Travel Index e da dove nasce

Il modello di stima, la costruzione dell'indicatore e l'aggiornamento trimestrale dello stesso viene realizzata da The European House – Ambrosetti.

Il database per le elaborazioni, di proprietà di UVET, è rappresentato da dati strutturati con frequenza mensile, relativi al *business travel managed* in Italia dal 1° gennaio 2006 fino all'ultimo mese disponibile che in questo caso è ottobre 2015, considerando 12 variabili selezionate per l'analisi, a loro volta scomposte in differenti viste: Tempo del viaggio (giorno, mese, anno), Famiglia del servizio (aereo, nave, auto, treno, hotel), Classe del servizio (*economy, economy premium, business, first*), Destina-

zione del viaggio (suddiviso per città, Stato e Continente), Sistemazione (hotel/altro), Tipologia di settore economico del viaggiatore.

Le elaborazioni statistico-econometriche sono effettuate prelevando i dati di cui sopra da un campione di oltre 700 imprese rappresentative dell'economia italiana.

Il modello di stima dell'UVET Travel Index, si basa su analisi di regressioni lineari multivariate che quantificano, tramite stima, le relazioni tra le dinamiche dei viaggi d'affari e le variabili macro-economiche nazionali, sintetizzate nel Prodotto Interno Lordo (PIL)¹.

L'UVET Travel Index oggi

Nel corso del 2015 un **significativo miglioramento** è stato effettuato aggiornando le tecniche di destagionalizzazione dei dati nella elaborazione delle stime. Un settore altamente stagionale, come quello del *business travel* (con picchi verso l'alto nei giorni lavorativi della settimana verso il basso durante i fine settimana e le festività dell'anno) deve considerare questi elementi che differiscono, invece, dalla produzione di PIL. Il classico e più calzante esempio è quello di agosto che si caratterizza, da anni, per essere il mese col più alto livello di PIL generato nel corso dell'anno e, contemporaneamente, con la più bassa attività legata ai viaggi d'affari². Osservando la dinamica dell'UVET Travel Index è possibile inferire l'andamento e le tendenze dei dati economici

nazionali, prima della loro divulgazione ufficiale da parte degli organismi pubblici preposti.

L'UVET Travel Index è stato presentato nel novembre del 2012 in occasione del **Biztravel Forum**, l'evento di riferimento B2B in Italia per la *Mobility*, gli Eventi e il Turismo, e da allora, anche grazie alla elevata affidabilità, ha guadagnato diffusione e interesse ampia, non solo tra gli operatori economici che operano nel settore dei viaggi d'affari. UVET in uno spirito di contribuzione allo sviluppo della competitività del mondo dei viaggi tramite anche l'accrescimento e la condivisione della conoscenza, ha deciso di proseguire nello sforzo intrapreso, rendendo disponibile le informazioni dell'UVET Travel Index in un osservatorio permanente e di facile interpretazione.

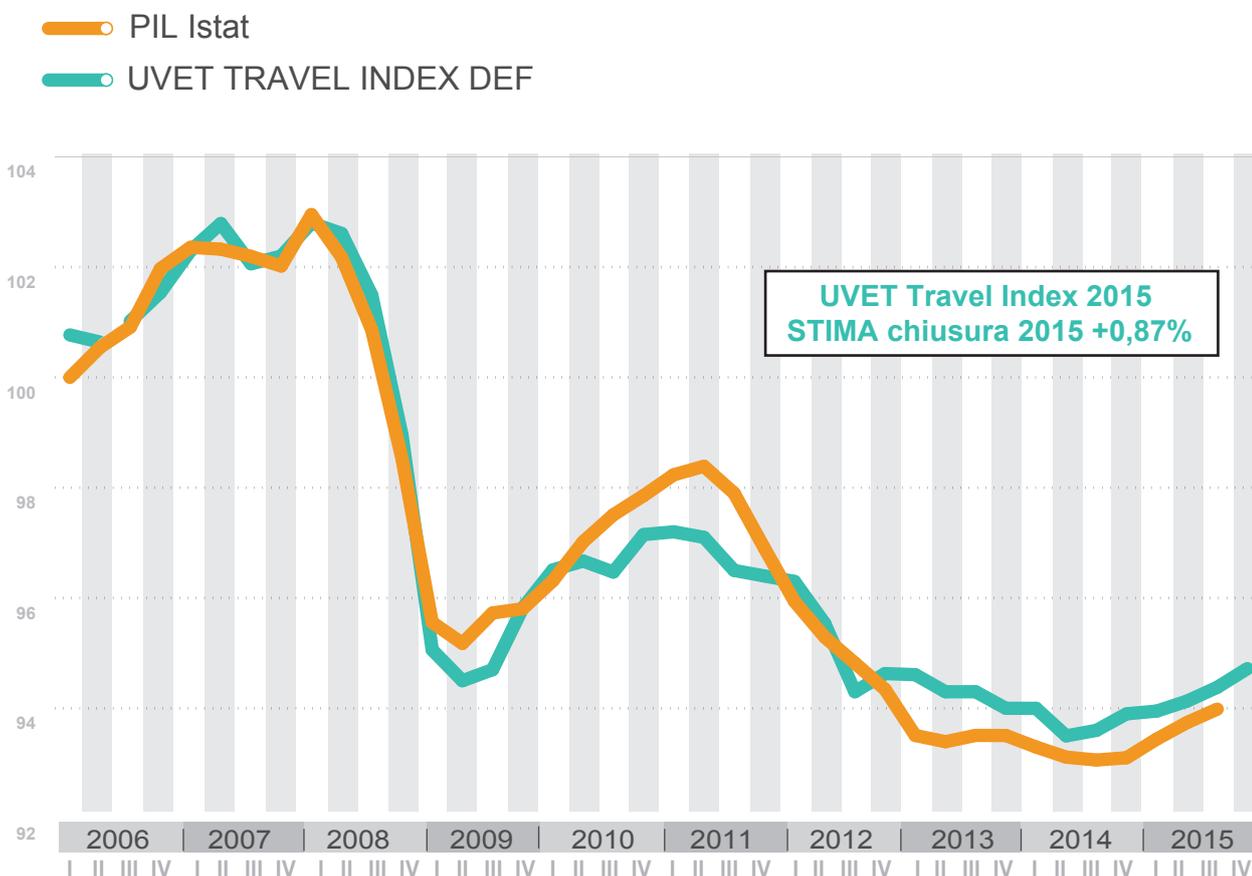
¹ Nel modello di stima gli andamenti del *business travel* sono trattati con tecniche statistiche ad hoc per destagionalizzare i dati (tipicamente molto elevata per alcuni periodi dell'anno, come le festività o nei mesi estivi) e di neutralizzare gli effetti inflattivi specifici del settore e la ridondanza delle informazioni nelle serie storiche analizzate. In questo modo le analisi permettono di ottenere, in aggiunta alle indicazioni sul ciclo economico, informazioni puntuali e viste ulteriori del segmento dei viaggi d'affari, arricchendo il patrimonio informativo a disposizione degli operatori.

² Nel corso dell'anno abbiamo aggiornato la tecnica di destagionalizzazione acquisendo l'algoritmo x-13 dal Census Gov USA (<https://www.census.gov/srd/www/win13/>) rilasciato a luglio del 2015.

Previsioni di chiusura anno 2015

L'UVET Travel Index prevede **un quarto trimestre dell'anno in crescita dello 0,36% rispetto al terzo trimestre**. Nel grafico sottostante si presenta la serie sto-

rica del PIL italiano e dell'UVET Travel Index dal gennaio del 2006 e la stima del quarto trimestre ottobre-dicembre 2015.



Fonte: elaborazioni TEH-Ambrosetti

Come previsto in occasione del Biztravel Forum del 2014 l'Italia quest'anno è tornata verso un sentiero di crescita. In particolare l'UVET Travel Index prevedeva un consolidamento della ripresa nei due trimestri di chiusura dell'anno, cioè tra luglio e dicembre.

La stima di chiusura sul PIL dell'UVET Travel Index del 2015 si attesta a +0,87%.

È da notare come una crescita dello 0,36% su base congiunturale trimestrale come quella prevista per il periodo ottobre-dicembre del 2015, equivale a una crescita tendenziale annua dell'1,5-1,8%. Ciò significa

che se il tasso di crescita registrato nel quarto trimestre dell'anno, continuasse per un anno intero, avremo una crescita che si attesterebbe a valori compresi tra 1,5% e 1,8%.

In altre parole, già oggi stiamo viaggiando su un sentiero di crescita che, comparato alle performance degli ultimi anni, è decisamente più sostenuto.

Ricordiamo come le stime di chiusura dell'anno si basano su dati consuntivi del settore *Business Travel Managed* a ottobre 2014 e di previsioni dei mesi di novembre e dicembre del 2015.

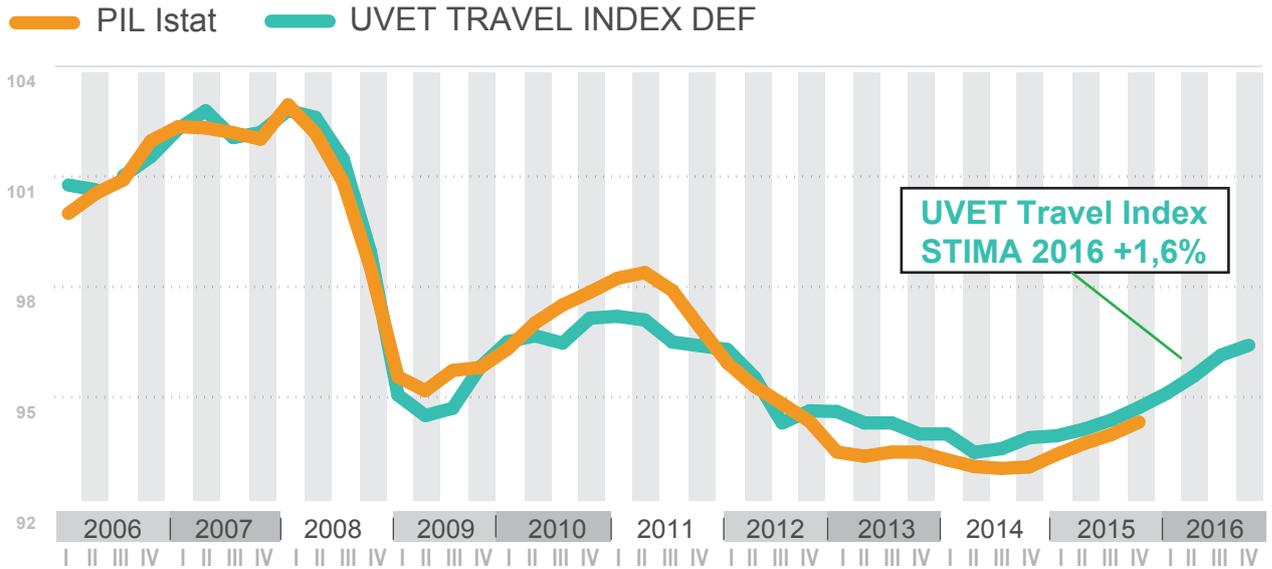
Previsioni per l'anno 2016

Sulla base delle stime di andamento del *Business Travel Managed* di UVET per il 2016, e applicando il modello che ha dimostrato affidabilità e consistenza nelle previsioni dal 2006 al 2015, **l'UVET Travel Index per il 2016 indica una crescita del PIL dell'1,6%**

Ricordiamo come il modello statistico-econometrico di stima si basa sulla riconosciuta affidabilità dei dati consuntivi di UVET di evidenziare "in tempo reale" l'andamento dell'economia dell'Italia.

In tal senso, sulla base della storica capacità di UVET di prevedere, entro margini di errori affidabili, le dinamiche del proprio settore su un orizzonte che si spinge fino a 12 mesi, abbiamo utilizzato il modello statistico-econometrico anche per stimare la dinamica del PIL nel 2016.

Nel grafico sottostante si presenta la serie storica del PIL italiano e dell'UVET Travel Index dal gennaio del 2006 e la stima di quest'ultimo fino a fine 2016.



Fonte: elaborazioni TEH-Ambrosetti

Se tale valore troverà conferma, nel corso del prossimo anno, potremo affermare di **essere finalmente usciti dalla fase di stagnazione e bassa crescita**. I dati UVET

che storicamente hanno una elevata correlazione con l'economia reale risultano, sotto questo punto di vista, molto incoraggianti.

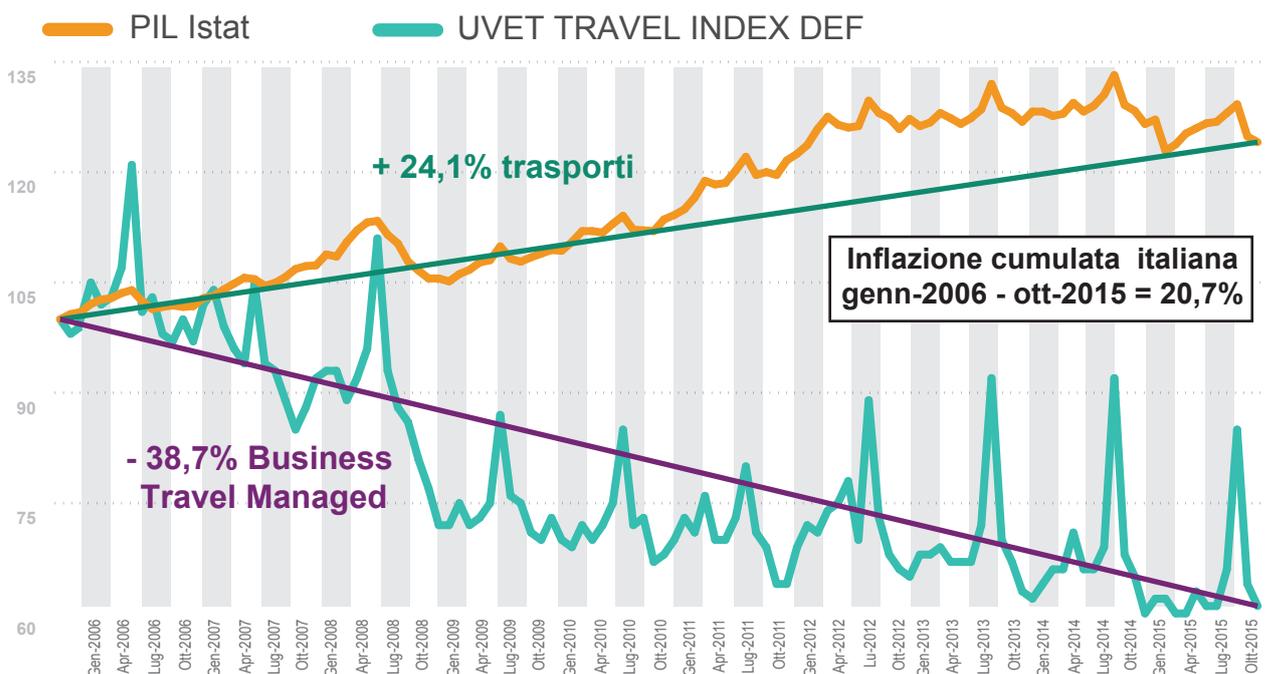
La dinamica dei prezzi nel Business Travel Managed

Storicamente il settore del *Business Travel Managed* si è caratterizzato per un livello di efficienza crescente che consente una compressione graduale e costante dei prezzi nel tempo. Questa tendenza si è confermata anche nel 2015 evidenziando **un livello di competitività e di efficienza del settore molto sostenuto**.

Più nello specifico, come in passato, anche nel corso del 2015 ad una riduzione dei prezzi, è corrisposto un aumento dei viaggi. Queste caratteristiche rendono il settore *Business Travel Managed* molto importante

in quanto **crea efficienza e competitività nell'intero sistema economico**.

In termini numerici, tra gennaio 2006 e ottobre 2015, l'incremento medio dei prezzi nel sistema economico, cioè l'inflazione, è stata del 20,7%, mentre l'incremento dei prezzi nel settore trasporti si è attestato al 24,1%. In questo contesto, la dinamica dei prezzi nel *Business Travel Managed* ha registrato **una contrazione del 38,7%**, nonostante i viaggi complessivi siano raddoppiati su base annua.

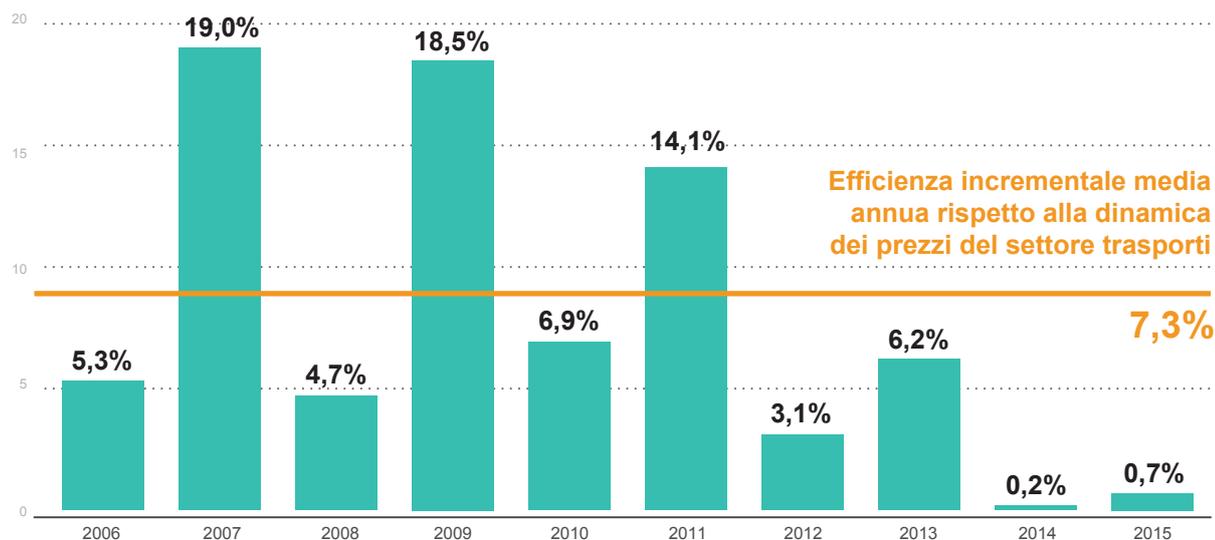


Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti su dati ISTAT e Gruppo UVET, 2015

L'efficienza generata e rilasciata nel sistema economico dal settore del *business travel* può essere tradotta nel modo seguente: a parità di caratteristiche e condizioni di viaggio, un viaggio che costava 100 Euro nel 2006, oggi costa 61,3 Euro, mentre se avesse seguito la media dei prezzi del settore dei trasporti sarebbe dovuto costare 124,1 Euro, oltre il doppio.

Con l'obiettivo di fornire una stima in valore monetario dell'efficienza prodotta dal settore del *Business Travel Managed*, abbiamo elaborato un indice calcolato come il

differenziale annuo degli indicatori di prezzo tra il settore del *Business Travel Managed* e quello complessivo dei trasporti. I risultati evidenziano come, in media, da gennaio del 2006 fino a ottobre del 2015 il settore abbia prodotto **un valore di efficienza pari a circa il 7,3%** annuo così suddiviso: 4,2% circa di efficienza media annua creata direttamente nel *Business Travel Managed* attraverso la riduzione dei prezzi a parità di servizio; 3,1% circa deriva dalla crescita dei prezzi nel settore dei trasporti che non si riflette nel *Business Travel Managed*.

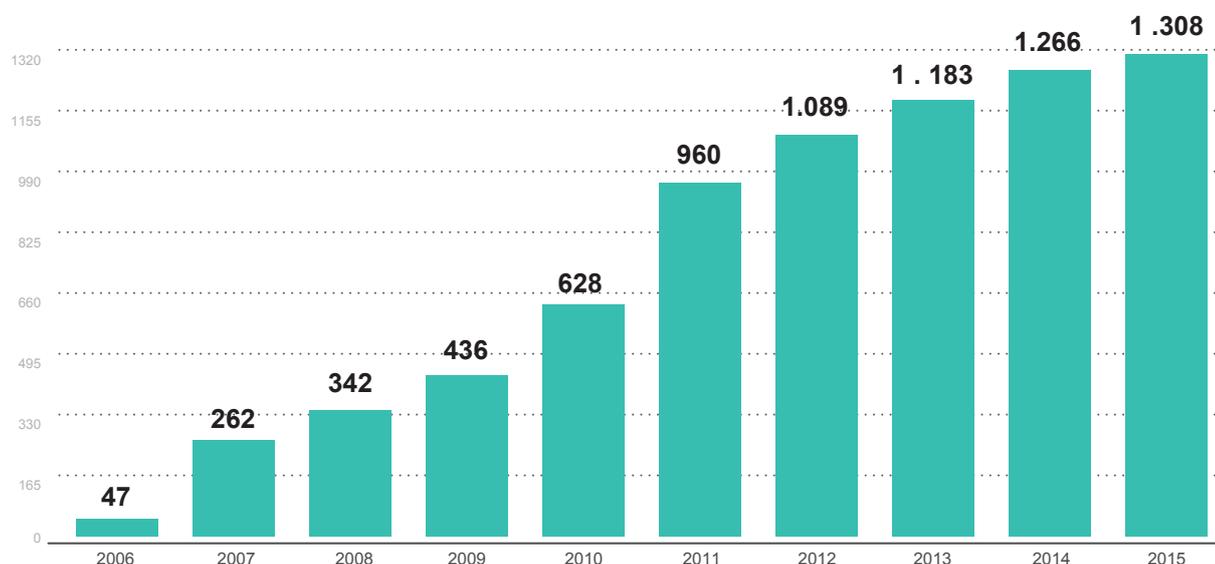


Indicatore di efficienza cumulato anno su anno del Business Travel Managed
Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti su dati ISTAT e Gruppo UVET

È da notare come il settore abbia mantenuto un livello di efficienza superiore alla media del settore dei trasporti anche tra la metà del 2014 e il 2015, anni che si sono caratterizzati per una forte contrazione dei prezzi del petrolio e dell'energia, con effetti deflattivi sul settore sostenuti. Anche in questo contesto di prezzo del petrolio in contrazione che ha ridotto i costi medi del trasporto nel sistema economico, il settore ha sovraperformato il

mercato, aggiungendo ulteriore efficienza.

In base alle dimensioni complessive del *Business Travel* in Italia l'efficienza in termini monetari creata dal *Business Travel Managed* è stimata per il 2015 in circa **1,31 miliardi di Euro**, calcolata come la differenza tra l'ammontare teorico di spesa nel *Business Travel* se questo settore avesse seguito la dinamica inflativa dei trasporti e la sua spesa effettiva registrata ad oggi.



Valori di efficienza in milioni di Euro nel Business Travel Managed
Fonte: elaborazione The European House-Ambrosetti su dati ISTAT e Gruppo UVET

L'Italia nel quadro del commercio internazionale

L'Italia è storicamente uno dei maggiori Paesi esportatori a livello globale (e uno dei pochi Paesi ad economia avanzata e senza una ricca base di materie prime a registrare nel tempo – e in particolare negli ultimi anni – un *surplus* commerciale). Nel 2014 ha esportato merci per **un valore totale di 398 miliardi di Euro**, circa il 2,8% di tutte le esportazioni a livello mondiale classificandosi all'8° posto

per merci esportate dietro a Cina, Stati Uniti, Germania, Giappone, Paesi Bassi, Francia e Corea del Sud. L'*export* dell'Italia, soprattutto nell'ultimo quinquennio, si è rivelato un elemento essenziale per sostenere una buona parte dell'economia e delle imprese italiane, appesantite da anni di crisi¹.

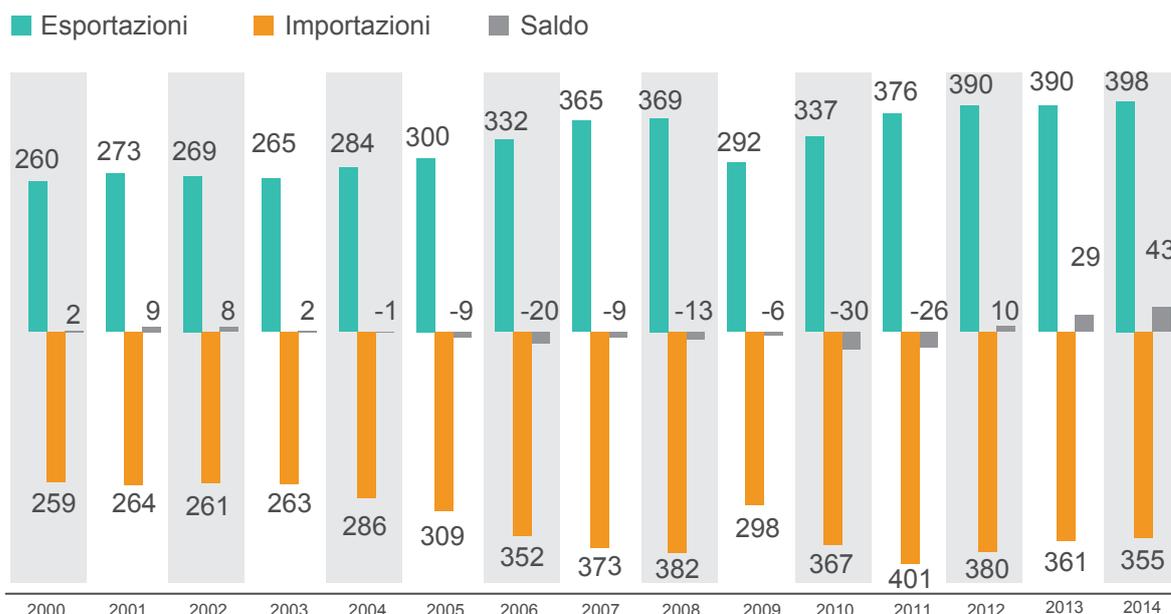


Figura 1. Esportazioni, importazioni e saldo commerciale dell'Italia (miliardi di Euro attraverso metodologie di co-design delle soluzioni e di emersione delle buone prassi, locali e nazionali, 2000 - 2014). Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2015

Nel complesso, le esportazioni del "made in Italy" hanno registrato **un incremento medio annuo del 5,8% tra il 2000 e il 2014**, con una crescita della domanda di prodotti italiani che negli ultimi anni ha caratterizzato la maggioranza delle economie avanzate e alcune emergenti a livello globale che, grazie al consolidamento di basi produttive locali e di una classe media con potere di spesa

paragonabile a quello internazionale e la sofisticazione dei gusti, richiedono sempre più prodotti dalle caratteristiche qualitative eccellenti. Guardando ai primi 10 Paesi di destinazione delle esportazioni emerge infatti che i mercati delle economie avanzate sono lo sbocco principale delle esportazioni italiane, a cui si aggiungono Cina (parte del blocco BRICs) e Turchia (parte invece dei MINT²).

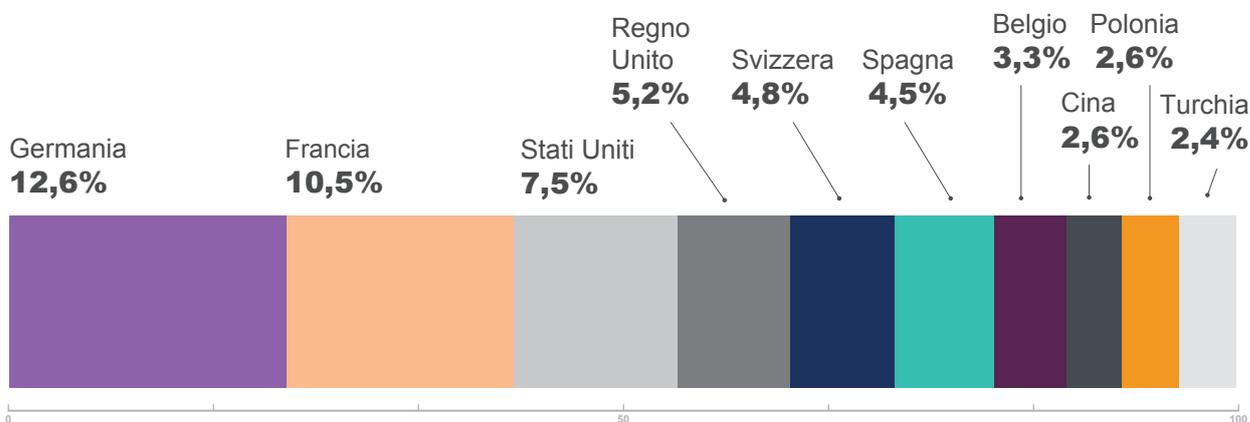


Figura 2. I primi 10 Paesi di destinazione delle esportazioni italiane (% sulle esportazioni totali, 2014). Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat e UNCTAD, 2015

¹ Il rapporto tra esportazioni e PIL tra il 2013 e il 2014 è passato dal 28,3% al 29,2%, a conferma della forte propensione alle esportazioni delle imprese del Paese e della crescente importanza che il commercio ricopre nell'economia nazionale.

² MINT sta ad indicare il gruppo di Paesi composto da Messico, Indonesia, Nigeria e Turchia ovvero un insieme di mercati emergenti che prospetta tassi di crescita "interessanti" nei prossimi 20 anni.

Nel 2014 l'espansione del saldo commerciale, che ha raggiunto livelli mai toccati negli ultimi 15 anni, è avvenuta a seguito di un rafforzamento delle dinamiche già in atto dal 2012: una contrazione della domanda interna che ha causato una contrazione dell'*import* e un mantenimento su livelli elevati della domanda estera di beni italiani. Un contributo decisivo al saldo attivo di 43 miliardi di Euro è anche il risultato combinato del calo dell'*import*, che riflette la riduzione dei prezzi delle materie prime e dell'incremento del saldo manifatturiero che, da solo, vale circa 99 miliardi di Euro nel 2014.

A livello settoriale, i primi 10 settori per valore delle esportazioni italiane sono nel manifatturiero.

Un *trait d'union* nell'andamento dei settori che hanno conseguito i risultati migliori può essere individuato nella loro identità tecnologica e innovativa, che contraddistingue non solo i settori *high tech* in senso stretto, quali la chimica-farmaceutica o l'aerospazio, ma anche la componente a più elevato contenuto di innovazione tecnologica dei settori considerati "tradizionali", quali la filiera tessile e quella dei macchinari e apparecchiature.

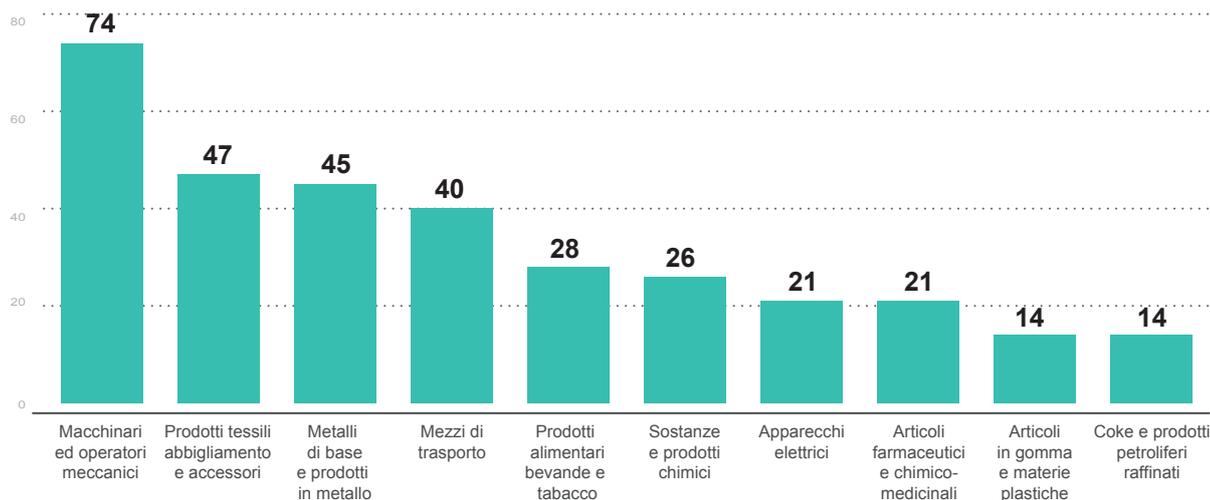


Figura 3. I primi 10 settori per scambio con l'estero (valori in miliardi di Euro, 2014).
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2015

L'analisi settoriale delle esportazioni italiane per area geografica

Una analisi più approfondita delle esportazioni italiane per area geografica e settore merceologico permette di evidenziare alcuni trend d'interesse per le imprese esportatrici. Il primo confronto riguarda le esportazioni italiane dirette verso i Paesi dell'Unione Europea (UE-28) e gli Stati Uniti, due tra le aree economiche più sviluppate e interessanti per le imprese esportatrici italiane. I Paesi UE-28, verso cui sono diretti oltre 218 miliardi di Euro di esportazioni (il **54,7% di tutte le esportazioni italiane**), registrano tassi di crescita moderati, ma valori assoluti superiori a tutte le altre economie considerate. Il primo settore italiano per esportazioni verso i Paesi dell'UE-28,

macchinari ed apparecchiature, arriva a segnare 31,2 miliardi di Euro di prodotti esportati, circa l'8% di tutte le esportazioni italiane.

Al contrario, gli Stati Uniti, pur presentando un valore totale di esportazioni di circa 29,5 miliardi di Euro (il 7,5% del totale italiano), **mostrano tassi di crescita che superano, in 4 dei 5 settori analizzati, il 10% all'anno** nel periodo 2011 - 2014. Se da una parte le dinamiche che hanno interessato il tasso di cambio Euro-Dollaro hanno favorito questa espansione, dall'altra rimane innegabile il potenziale che la prima economia del mondo rappresenta per le imprese esportatrici italiane.

	settore	Esportazioni (Mld euro 2014)	CAGR (2014-2011)
UE-28	1 Macchinari ed apparecchi n.c.a.	31,2	1,84%
	2 Metalli di base e prodotti in metallo esclusi macchine e impianti	27,8	-3,05%
	3 Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	24,0	1,70%
	4 Mezzi di trasporto	23,0	0,96%
	5 Prodotti alimentari, bevande e tabacco	18,1	4,04%
USA	1 Macchinari ed apparecchi n.c.a.	6,3	12,89%
	2 Mezzi di trasporto	5,3	10,35%
	3 Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	3,4	10,32%
	4 Prodotti alimentari, bevande e tabacco	2,9	6,83%
	5 Metalli di base e prodotti in metallo esclusi macchine e impianti	2,7	16,17%

Figura 4. I primi 5 settori delle esportazioni italiane verso i Paesi UE-28 e gli Stati Uniti (miliardi di Euro e tasso annuo di crescita composto-CAGR, 2014). Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2015

La stessa analisi è stata effettuata per alcuni Paesi BRICs, con particolare attenzione per i mercati emergenti di Cina, Brasile e Russia.

A livello settoriale, esistono alcune differenze tra le economie avanzate ed i Paesi emergenti: mentre i settori dei macchinari e delle apparecchiature, i mezzi di trasporto e quello dei metalli e dei prodotti in metallo rientrano nella top-5 tanto nelle economie avanzate quanto nei Paesi appartenenti ai BRICs (a conferma dell'alta qualità dei prodotti italiani in questi settori), **i prodotti chimici e gli apparecchi elettrici** figurano tra i primi 5 settori solo nelle economie emergenti. La domanda di questi prodotti, trainata dai processi di sviluppo e industrializzazione, sembra tuttavia rallentare mentre le rispettive economie si spostano verso una produzione sempre più localizzata all'interno dei propri confini. In aggiunta, una quota importante delle esportazioni dirette in Russia e in Cina è rappresentata dai **prodotti tessili e d'abbigliamento**, un

settore che include la domanda di questi Paesi per i beni di lusso, in cui l'Italia vanta diverse eccellenze.

Infine, alla luce delle sanzioni imposte alla Russia, è interessante riportare gli ultimi dati disponibili riguardo al commercio con l'Italia. Secondo le statistiche Istat relative ai primi due trimestri del 2015, le esportazioni italiane verso il Paese sono **diminuite del 29%** rispetto ai volumi registrati nello stesso periodo dell'anno 2014, passando da un cumulo di 4,6 miliardi di Euro nel 2014, a circa 3,5 miliardi nel 2015. Le sanzioni hanno colpito principalmente i prodotti delle attività manifatturiere (-28% da 4,5 miliardi di Euro nei primi sei mesi del 2014 a 3,2 miliardi nello stesso periodo del 2015) ed i prodotti agricoli (-81%, passando da 45,8 milioni di Euro nel 2014 a 8,8 milioni di Euro del 2015).

Allo stesso modo, nel periodo considerato sono diminuite le importazioni italiane dalla Russia, con una variazione negativa di oltre il 19%.

	settore	Esportazioni (Mld euro2014)	CAGR (2014-2011)
Cina	1 Macchinari ed apparecchi n.c.a.	3,6	-6,89%
	2 Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	1,6	11,81%
	3 Mezzi di trasporto	1,2	25,27%
	4 Sostanze e prodotti chimici	0,6	0,40%
	5 Metalli di base e prodotti in metallo esclusi macchine e impianti	0,5	3,60%
Brasile	1 Macchinari ed apparecchi n.c.a.	1,8	1,34%
	2 Mezzi di trasporto	0,6	-9,92%
	3 Metalli di base e prodotti in metallo esclusi macchine e impianti	0,4	-2,93%
	4 Sostanze e prodotti chimici	0,3	3,43%
	5 Apparecchi elettrici	0,3	-3,68%
Russia	1 Macchinari ed apparecchi n.c.a.	2,8	2,31%
	2 Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	1,9	-0,46%
	3 Prodotti delle altre attività manifatturiere	0,8	2,25%
	4 Metalli di base e prodotti in metallo esclusi macchine e impianti	0,7	2,02%
	5 Apparecchi elettrici	0,6	-1,23%

Figura 5. I primi 5 settori delle esportazioni italiane verso Cina, Brasile e Russia (miliardi di Euro e tasso annuo di crescita composto-CAGR, 2014).
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istat, 2015

L'analisi del commercio internazionale attraverso l'indice UVET-IVE

Sulla base dei dati UVET relativi ai viaggi d'affari è stata realizzata un'analisi sull'internazionalizzazione delle imprese e della *business community* italiana, aggiornando il modello dell'Indice UVET-IVE (Internazionalizzazione e Viaggi d'Affari) elaborato per la prima volta lo scorso anno.

Nello specifico, sono stati analizzati i dati dei viaggi d'affari (spostamenti via aereo) dalle imprese italiane suddivisi per destinazione e relativi al periodo 2006-2014, attraverso analisi di correlazione incrociate tra il numero dei viaggi, il valore delle esportazioni, il valore delle

importazioni e il totale delle relazioni commerciali bilaterali totali tra l'Italia e il Paese *target*.

Sulla base dei risultati ottenuti, nel grafico sono riportati, per alcuni Paesi UE e gli Stati Uniti, nel periodo 2006-2014: le variazioni percentuali del valore assoluto del commercio totale con l'Italia, cioè importazioni più esportazioni, e delle esportazioni dell'Italia verso il Paese (colonne di sinistra); le variazioni percentuali del valore assoluto del commercio totale (*import + export*) e delle esportazioni del resto del mondo verso il Paese nel 2014 rispetto al 2006 (colonne di destra)¹.

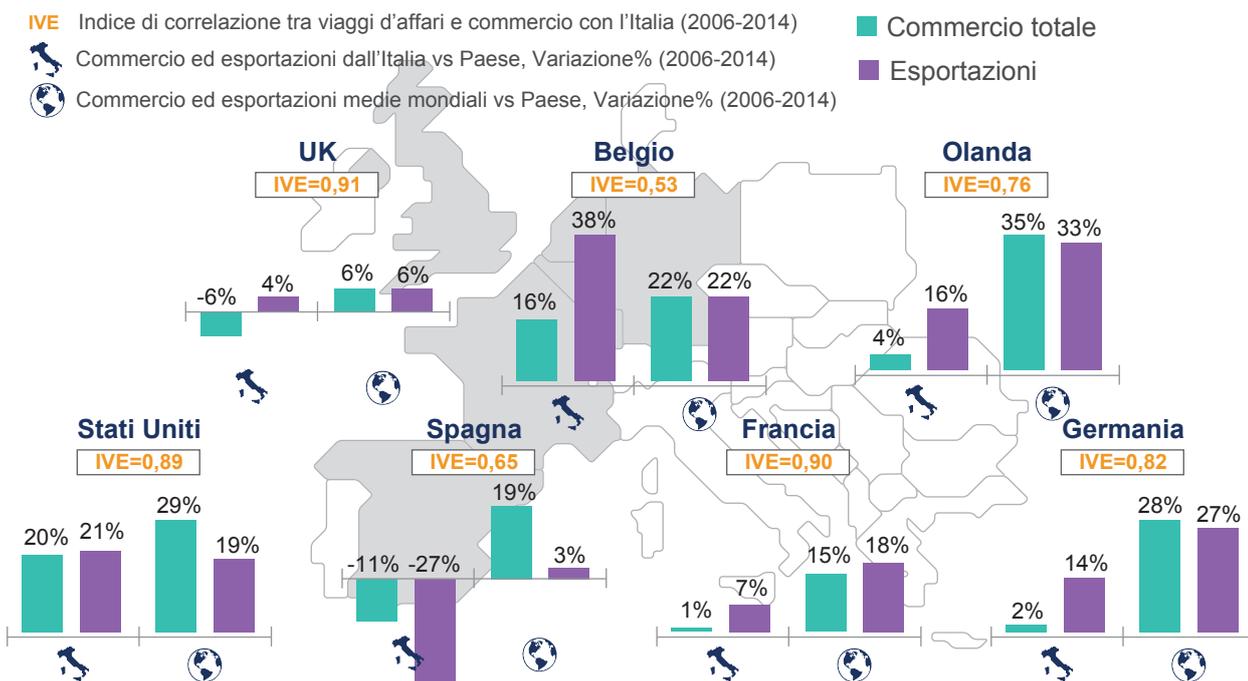


Figura 6. L'analisi sull'internazionalizzazione delle imprese italiane secondo l'indice UVET-IVE in alcuni Paesi Europei e negli Stati Uniti (dati al 2014).
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UVET AMEX e Istat, 2015

Di particolare interesse il fatto che tutti i Paesi analizzati, ad eccezione della Germania, registrano un incremento dei viaggi di *business* nel periodo 2006-2014². Tutti i Paesi *target* evidenziano una **percentuale di crescita del commercio totale con l'Italia inferiore alla crescita di commercio con il resto del mondo** (colonne arancioni) ed in alcuni casi la variazione è addirittura negativa (Spagna e Regno Unito). Allo stesso modo, sebbene il commercio con Francia, Olanda e Germania, sia aumentato, ciò è avvenuto in modo inferiore rispetto all'aumento registrato con gli altri Paesi. Si consideri a titolo di esempio il caso dell'Olanda: a fronte di un aumento percentuale del commercio con il mondo del 35%, l'Italia è stata in grado di aumentare le relazioni commerciali solo del 4%.

Nel caso degli Stati Uniti, invece, l'Italia ha saputo cogliere le occasioni in modo più puntuale rispetto ad altri Paesi: tra il 2006 e il 2014 si osserva un incremento del commer-

cio totale del 20%, a fronte di un aumento degli scambi commerciali con il resto del mondo del 29%. Infine, analizzando i dati relativi alle esportazioni dell'Italia e del resto del mondo verso i Paesi selezionati (colonne blu), si nota una *performance* differenziata: in molti casi l'Italia presenta una percentuale di crescita delle esportazioni inferiore alla crescita registrata dal Paese con il resto del mondo. Nel caso del Belgio e degli Stati Uniti, tuttavia, **il nostro Paese aumenta le proprie esportazioni in modo più che proporzionale rispetto al resto del mondo** (+38% vs. +22% per il Belgio e +21% vs. +19% nel caso degli Stati Uniti). Differiscono, da quanto sopra descritto, i risultati con i Paesi BRICS³ e la selezione dei Paesi NEXT-11⁴. In particolare, l'indice di correlazione tra viaggi d'affari ed esportazioni dell'Italia nel Paese *target* presenta valori significativamente più elevati⁵ rispetto a quelli ottenuti con il commercio totale.

¹ I dati espressi in valore monetario sono stati convertiti in Euro, se necessario, utilizzando il tasso di cambio medio annuo riportato da Banca d'Italia.

² Nel periodo 2006 - 2014 i viaggi d'affari nelle destinazioni hanno registrato le seguenti variazioni: Belgio +11%, Francia +17%, Germania -2%, Olanda +47%, Regno Unito +7%, Spagna +24% e Stati Uniti +15%.

³ L'acronimo sta ad indicare il gruppo di Paesi composto da Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica.

⁴ Composto invece da Bangladesh, Egitto, Indonesia, Iran, Messico, Nigeria, Pakistan, Filippine, Turchia, Corea del Sud e Vietnam.

⁵ "p" compreso tra lo 0,75-0,90 tra export italiano nel Paese *target* e indicatore dei viaggi d'affari nel medesimo Paese. L'indice di correlazione p può assumere valori compresi tra 0 e 1 dove 0 implica mancanza totale di correlazione e 1 massima correlazione tra le variabili.

- IVE** Indice di correlazione tra viaggi d'affari e commercio con l'Italia (2006-2014)
- Commercio ed esportazioni dall'Italia vs Paese, Variazione% (2006-2014)
- Commercio ed esportazioni medie mondiali vs Paese, Variazione% (2006-2014)
- Commercio totale
- Esportazioni

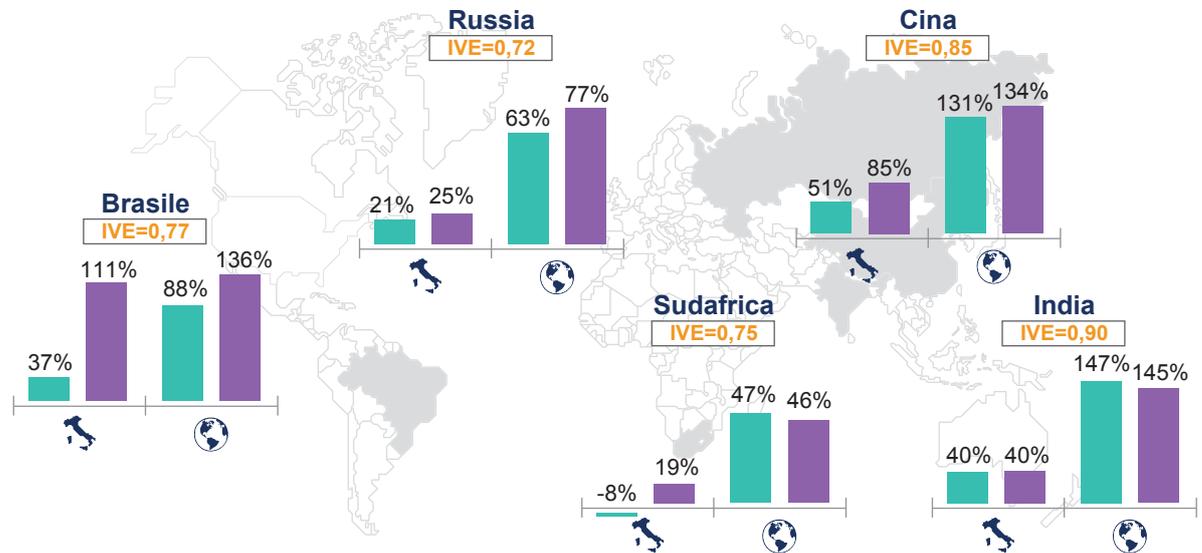


Figura 7. L'analisi sull'internazionalizzazione delle imprese italiane secondo l'indice IVE nei Paesi BRICs (dati al 2014).
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UVET AMEX e Istat, 2015

I dati riportati confermano la forte crescita dei viaggi dall'Italia verso i Paesi BRICs, mediamente raddoppiati verso tutte le destinazioni rispetto ai livelli registrati nel 2006¹. I dati riguardanti Cina, Brasile, e India, pur sottolineando un incremento percentuale dell'export italiano elevato (colonne blu riferite all'Italia), confermano la minore performance dell'Italia rispetto alla media degli altri Paesi del mondo. In Russia, l'export italiano è cresciuto del 25%

tra il 2006 e il 2014, a fronte di un aumento dei viaggi del 124% e di un incremento delle esportazioni mondiali verso il paese del 77%.

Alla luce di quanto emerso dall'analisi delle sanzioni imposte al Paese, è interessante notare l'incremento dell'indice UVET-IVE che passa da 0,72 a 0,78 una volta inseriti, nell'analisi sviluppata fin qui, i dati relativi ai primi due trimestri del 2015. Lo strumento **migliora la propria**

- IVE** Indice di correlazione tra viaggi d'affari e commercio con l'Italia (2006-2014)
- Commercio ed esportazioni dall'Italia vs Paese, Variazione% (2006-2014)
- Commercio ed esportazioni medie mondiali vs Paese, Variazione% (2006-2014)
- Commercio totale
- Esportazioni

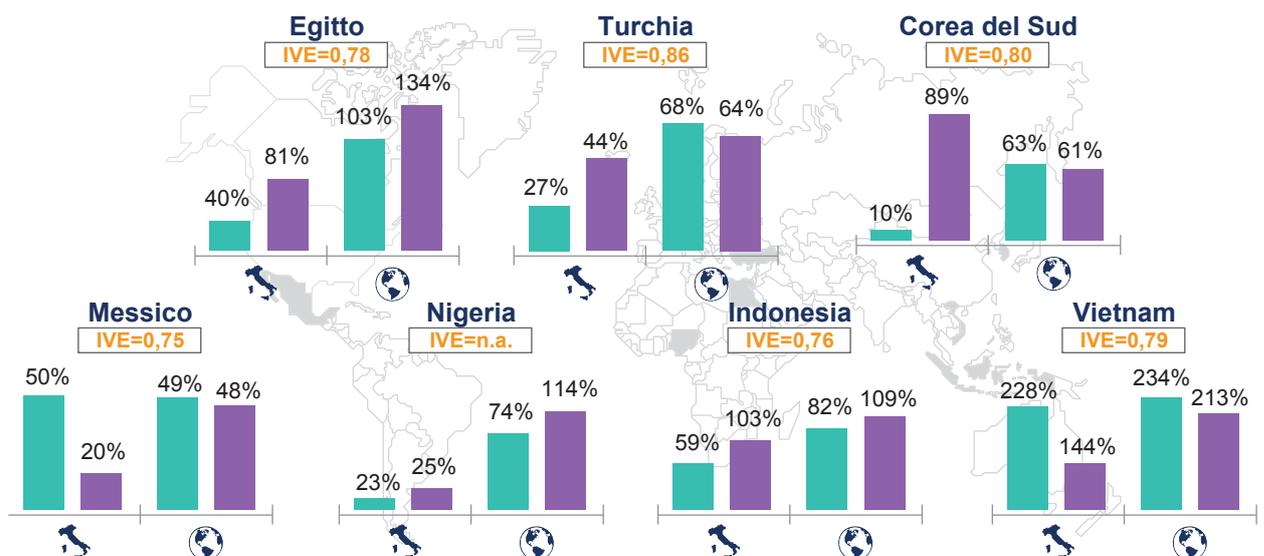


Figura 8. L'analisi sull'internazionalizzazione delle imprese italiane secondo l'indice UVET-IVE in alcuni Paesi Next-11 (dati al 2014). Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati UVET AMEX e Istat, 2015

¹ Gli incrementi del numero di viaggi verso i Paesi di destinazione sono: Brasile +212%, Cina +66%, India +87%, Russia +124%, Sudafrica +84%.

capacità predittiva contribuendo così a sostanziare l'ipotesi secondo cui il numero di viaggi verso un Paese ed il valore delle esportazioni italiane siano strettamente correlati: non è un caso che il decremento nel numero di viaggi (-20,0% nei primi sei mesi del 2015 rispetto allo stesso periodo del 2014) sia proporzionale alla diminuzione di commercio tra i due Paesi (-22,3% nel periodo analizzato).

Infine, una selezione di alcuni dei Paesi che compongono il gruppo Next-11, sembra far emergere una maggiore reattività della *business community* italiana in alcuni Paesi del mondo¹. Turchia, Indonesia e Vietnam nello specifico, si confermano mercati in forte espansione e dove l'Italia sembra poter vantare una presenza commerciale significativa. Risultano inoltre di particolare interesse il caso del Messico, dove l'Italia ha visto aumentare la propria relazione commerciale del 50%, a fronte di un aumento delle relazioni commerciali con il resto del mondo del 49%, ed il caso della Corea del Sud dove le esportazioni italiane sono aumentate di circa 28 punti percentuali in più rispetto al resto del mondo.

Alcune considerazioni conclusive

Il sistema manifatturiero dell'Italia ha una forte vocazione all'*export*: nel 2014 il Paese ha esportato per un valore di quasi 400 miliardi di Euro, pari a oltre il 28% del PIL nazionale, a conferma del fatto che **l'export è un pilastro dell'Italia**.

Gli ultimi dati Istat sui primi 9 mesi del 2015 indicano esportazioni in crescita del 4,2% rispetto all'anno precedente, con un avanzo positivo di 30 miliardi di Euro (che supera i 56 miliardi se non contiamo le importazioni energetiche).

Oltre la metà (54,7%) dell'*export* è **diretto verso l'Europa** e in particolare verso i paesi limitrofi: Germania, Francia, Spagna e Regno Unito assorbono circa il 35% del totale. Emerge dunque un modello di *export* "domestico".

Nei prossimi anni, con riferimento alle previsioni al 2020 del Fondo Monetario Internazionale, i nostri mercati

In sintesi, dalle analisi presentate emerge un quadro a macchia di leopardo.

Con le economie europee, l'Italia presenta un elevato livello di integrazione e delle relazioni commerciali che seguono gli andamenti economici sia del Paese d'origine che di quello di destinazione.

Con riferimento ai BRICs e ai Next-11, invece, questo tipo di considerazioni non sembrano applicabili. Lo sviluppo delle relazioni commerciali sembra essere guidato da due elementi integrati tra loro: la crescita economica del Paese *target*, che apre possibilità di business per le imprese e un presidio dei mercati dei Paesi *target* da parte della *business community* italiana che permette alle aziende del Paese di cogliere le possibilità di crescita offerte da queste economie emergenti.

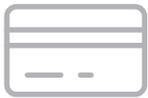
Sebbene tra i due gruppi esistano significative differenze - con i Paesi BRICs in rallentamento rispetto alle nuove economie emergenti dei Next-11, le evidenze presentate sembrano supportate da una forte correlazione tra andamento dei viaggi d'affari ed esportazioni dell'Italia: in altre parole "più si viaggia, più si esporta".

di *export* consolidati registreranno **tassi di crescita relativamente bassi** e stabilmente sotto il 2% (con l'eccezione degli Stati Uniti che si orientano su un tasso di crescita del 2,5% annuo). Al contrario, i mercati a maggiore potenziale di crescita - quelli con il PIL in crescita a doppia cifra per intenderci - sono ancora **sotto-penetrati dalle nostre imprese**. Ad esempio, ad oggi, solo il 7% del nostro *export* manifatturiero è diretto verso i BRICs, Paesi in *boom*², con un'economia che chiede macchinari, vestiti, arredi e con una domanda sempre più sofisticata in grado di apprezzare la qualità dei prodotti *made in Italy*.

La sfida per i prossimi anni è aprire una nuova fase di internazionalizzazione, una "**internazionalizzazione 2.0**" orientata a penetrare nuovi mercati ad alto potenziale dove c'è una crescente domanda di prodotti di alta qualità.

¹Nel periodo 2006 - 2014 i viaggi d'affari nelle destinazioni hanno registrato le seguenti variazioni: Corea del Sud +69%, Egitto +32%, Indonesia +145%, Messico -2%, Nigeria +20%, Turchia +157% e Vietnam +37%.

²Il solo mercato cinese dell'abbigliamento al 2025 varrà 540 miliardi di Dollari, contro i 440 dell'Europa. Insieme alla Russia, al Brasile e all'India il valore sfiorerà i 1.000 miliardi di Dollari.

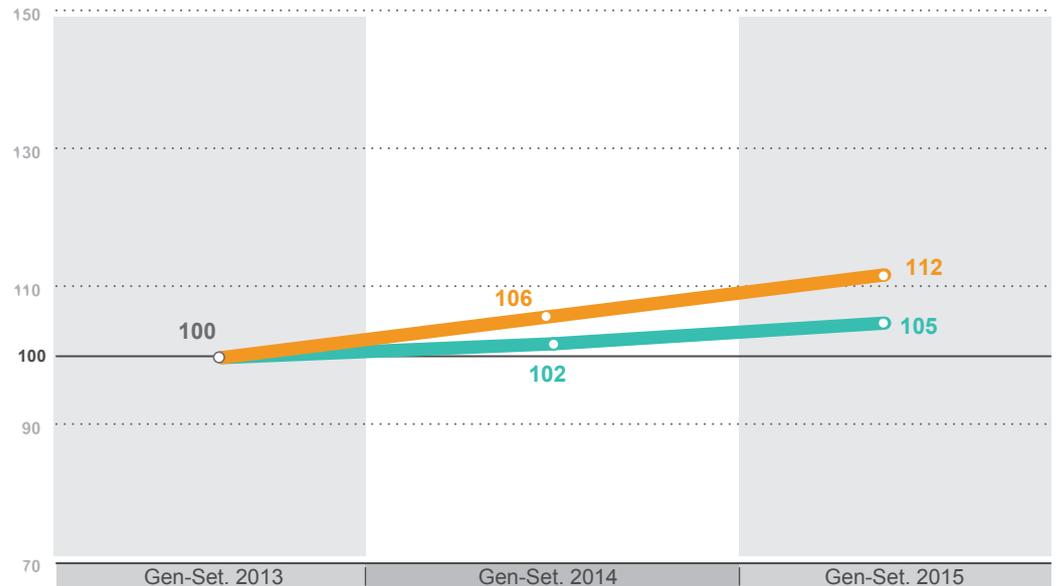


Buone notizie sin dall'inizio: si viaggia sempre di più ad un costo inferiore. Il numero di trasferte hanno registrato negli ultimi 12 mesi un aumento di 6 punti percentuali e le spese sono cresciute solo di 3.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

numero indice base Gen-Set 2013

- Num Trasferte
- Spese di Viaggio



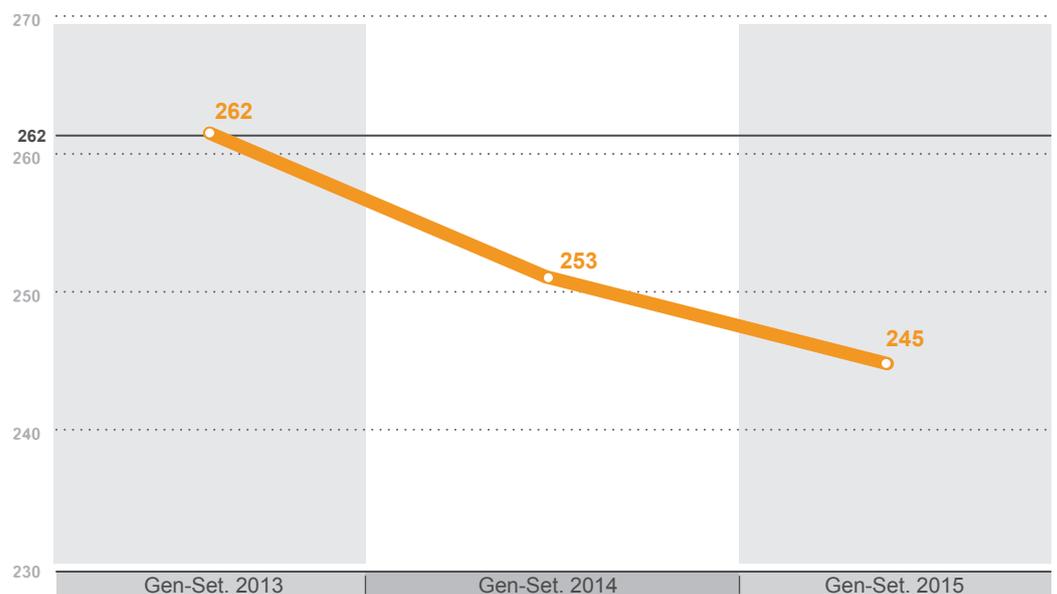
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio per singola trasferta continua a decrescere, anche se i primi tre trimestri del 2015 hanno mostrato un rallentamento del calo del costo medio pari a 3 punti percentuali. In termini assoluti la riduzione è stata pari a 8 euro rispetto allo scorso anno e di 17 euro rispetto al 2012.

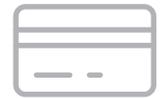
COSTO MEDIO PER TRASFERTE

(euro)

- Costo medio per trasferte



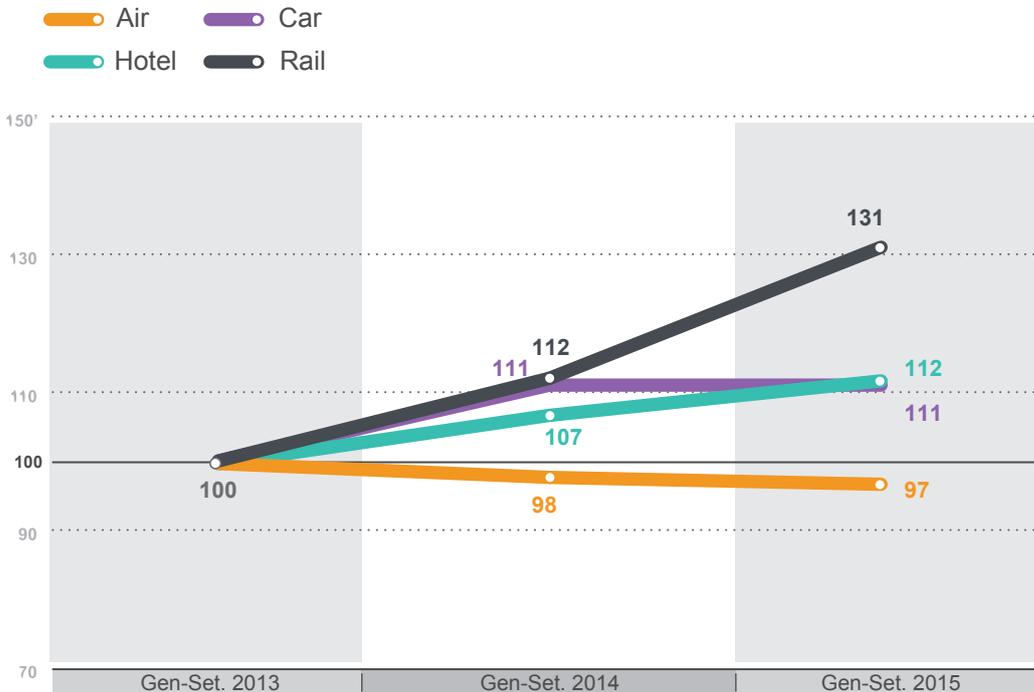
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



Gen – Set 2015 vs 2013

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

numero indice base Gen-Set 2013



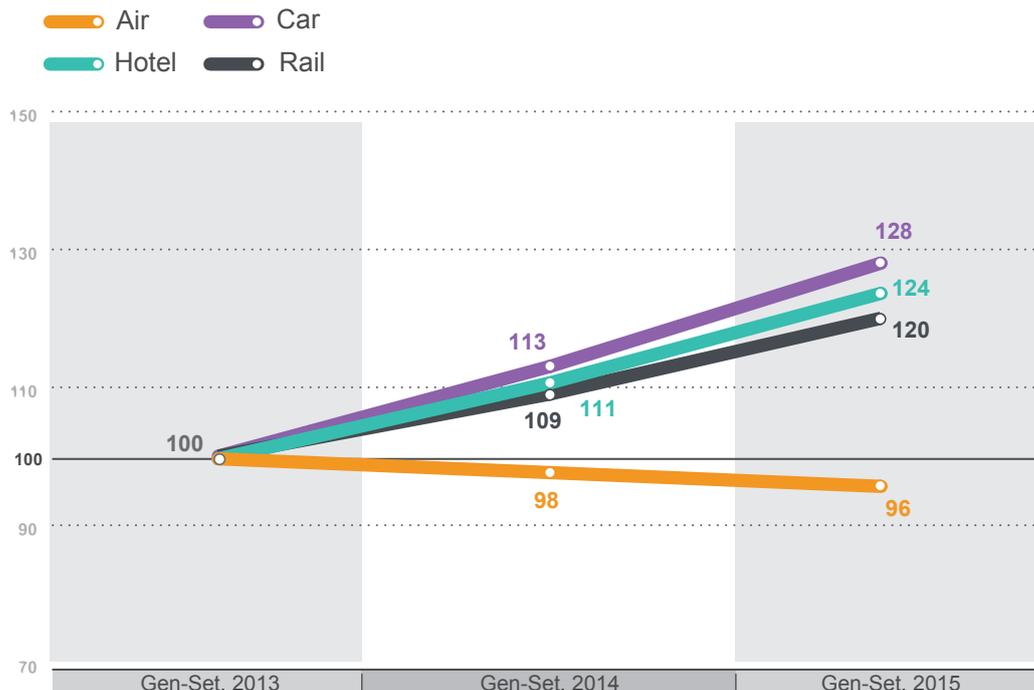
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Analizzando i primi nove mesi del 2015, rispetto al 2014 si conferma il trend in salita dei servizi Hotel e Rail: il primo aumenta di 5 punti percentuali ed il secondo di 17 punti.

Il servizio Car rimane stabile rispetto all'anno precedente, mentre il servizio Air perde 1 punto percentuale. L'andamento dei servizi è simile se si considera l'ultimo triennio ad eccezione del servizio Car che ha registrato, invece, una crescita.

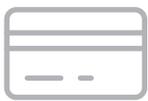
ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

numero indice base Gen-Set 2013



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

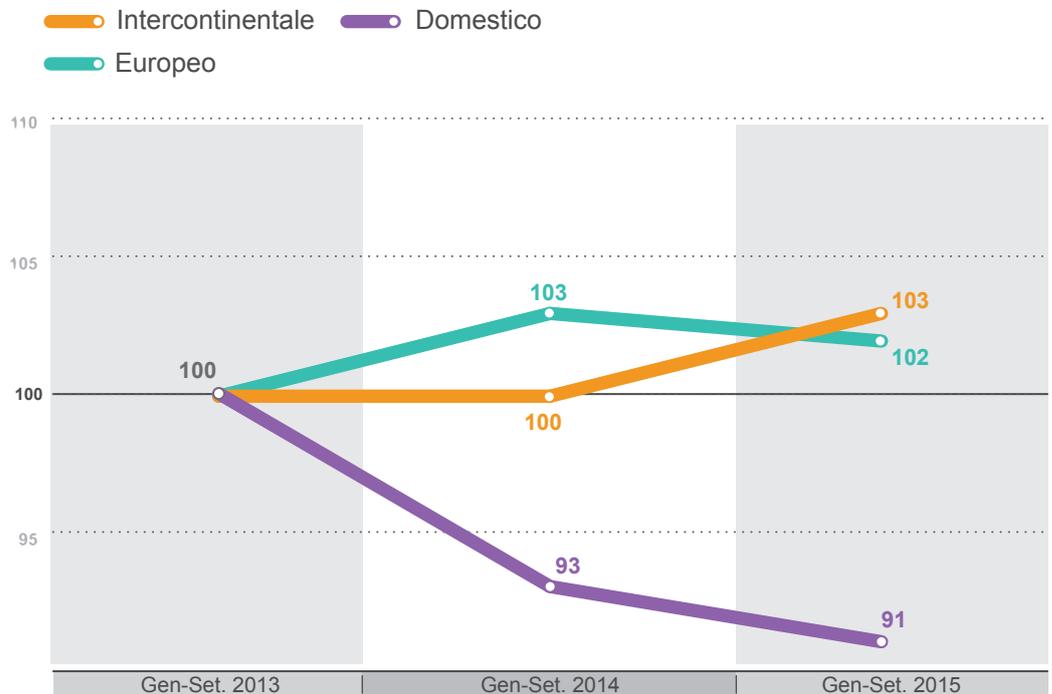
Il grafico relativo alle spese di viaggio mostra valori in aumento per ogni sua componente ad eccezione del servizio Air, che perde 2 punti percentuali rispetto al 2014. Si registra invece una forte crescita per le spese Hotel, Rail e Car. Le prime crescono di 12 punti, le seconde di 10 mentre le ultime di ben 13 punti percentuali.



Le aziende sono sempre più presenti nei mercati intercontinentali: il numero delle trasferte nel corso dei primi 9 mesi del 2015 ha registrato un aumento nel mercato extra-europeo (3 per cento), mentre è calato negli altri due segmenti: il traffico europeo si è ridotto lievemente di 1 punto percentuale ed il traffico domestico di 2 punti. Tra le cause che hanno portato ad un crollo del segmento domestico, vi è la concorrenza dell'alta velocità.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

numero indice base Gen-Set 2013

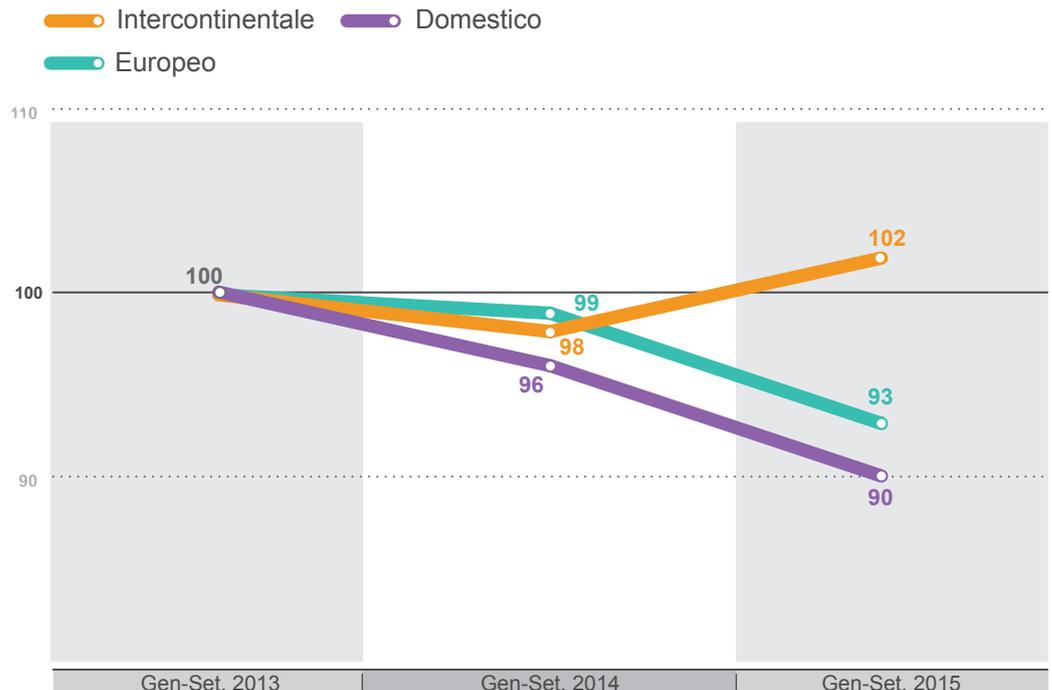


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

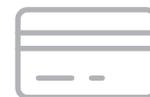
L'andamento delle spese di viaggio tra Gen – Sett 2015 è conforme al trend del numero di trasferte. Si registra, quindi, un aumento nelle spese intercontinentali di 4 punti percentuali, e un calo delle spese per le trasferte in Europa (meno 5 per cento) e in Italia (meno 6 punti). Lo stesso andamento dei diversi segmenti emerge osservando l'ultimo triennio.

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE PER TIPOLOGIA

numero indice base Gen-Set 2013

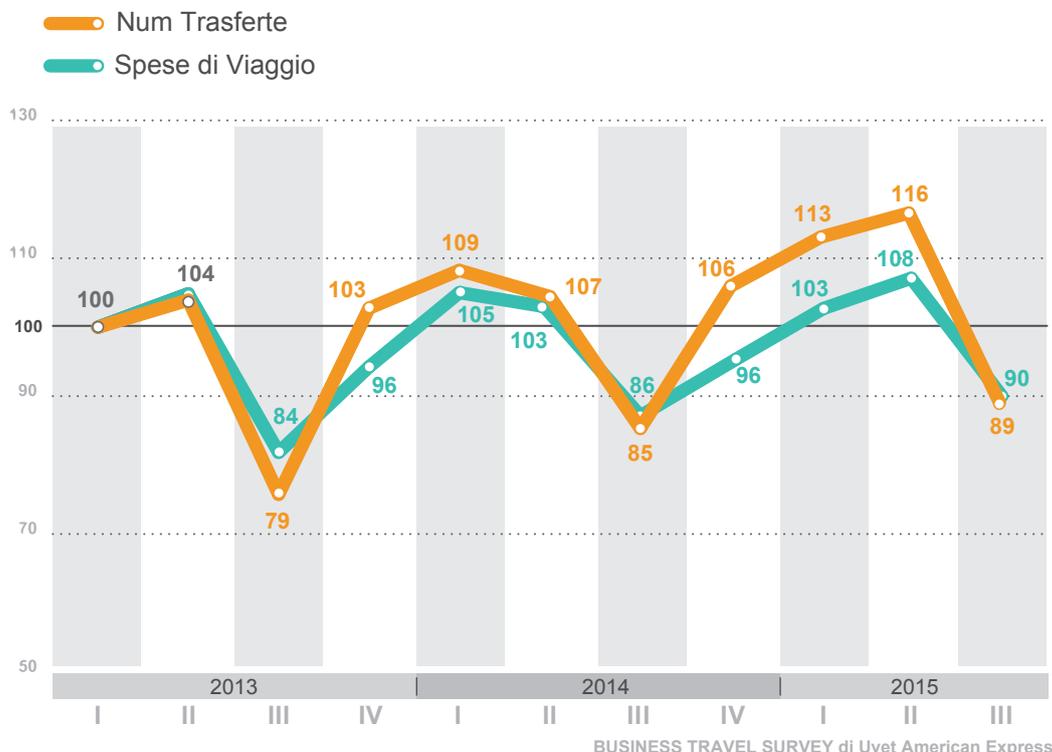


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO

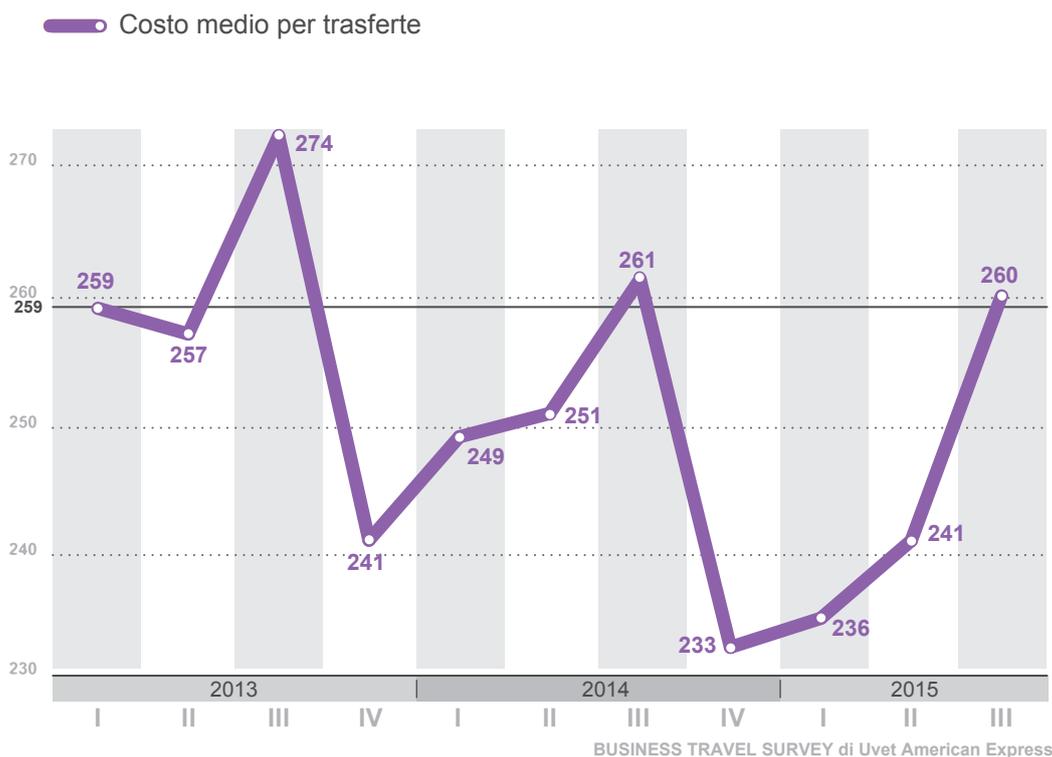
numero indice base 1° Trim.2013



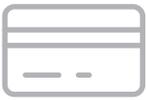
Grande crescita dei viaggi il 3° Trim. 2015 rispetto al 2014. Dal grafico si denota una conferma del trend in salita, sia per il numero di trasferte che per le spese di viaggio. Entrambe aumentano negli ultimi 12 mesi di 5 punti percentuali. Lo stesso trend si osserva considerando l'ultimo triennio, in cui le trasferte sono aumentate di 13 punti percentuali mentre le spese di 7 punti.

COSTO MEDIO PER TRASFERTA

(Euro)



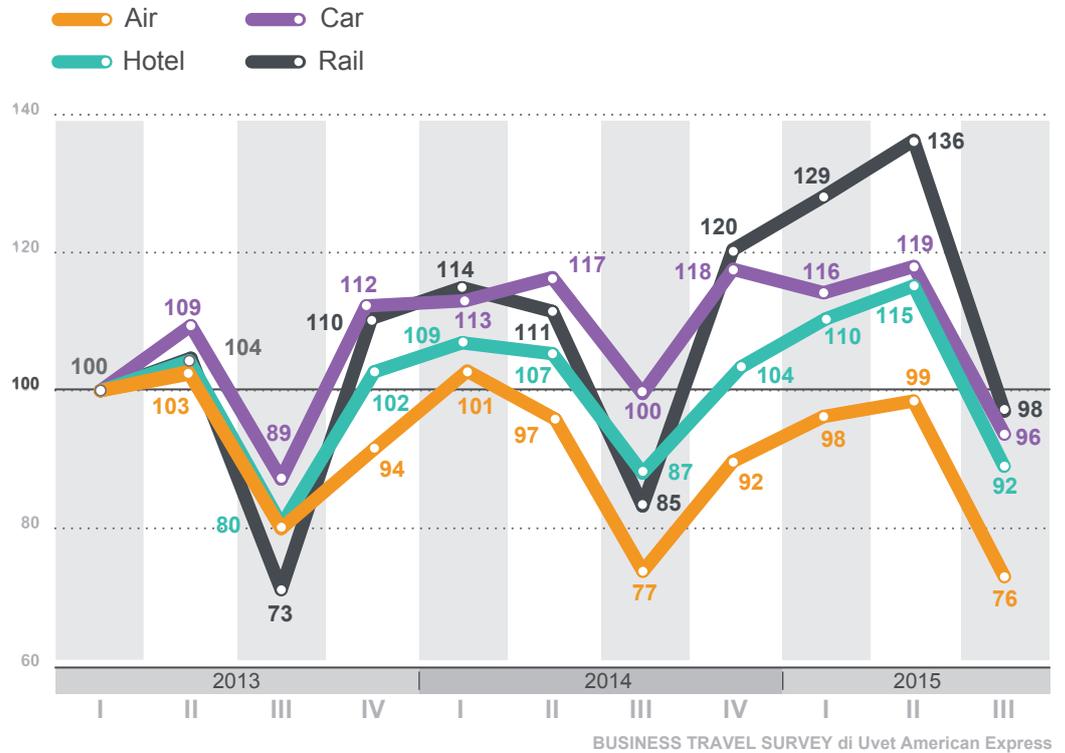
I primi nove mesi del 2015 non rilevano alcun andamento significativo rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Considerando gli ultimi tre anni, invece, il costo medio per trasferta si è ridotto di 3 punti percentuali, per una variazione in termini assoluti di 14€.



Analizzando il 3° Trim. 2015 rispetto al 2014, si registra un aumento del numero di trasferte per i servizi Rail e Hotel, di 15 punti percentuali il primo e di 6 il secondo. I servizi Car e Air, invece hanno evidenziato un calo, rispettivamente di 4 e 1 punto percentuale.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

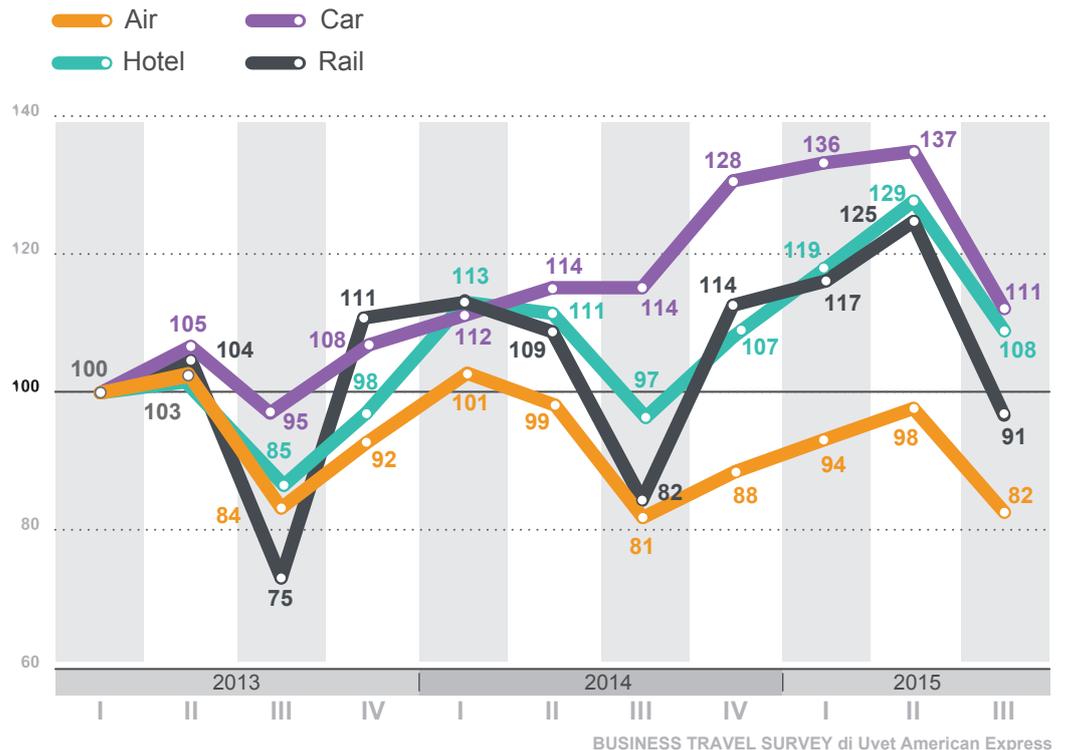
numero indice base 1° Trim. 2013



Al 3° Trim. 2015 l'analisi delle spese di viaggio riporta che l'unico valore a mostrare un segno meno è il servizio Car, che rispetto all'anno precedente cala di 3 punti percentuali. Continuano ad aumentare, invece, le spese nei servizi Hotel e Rail, registrando entrambe 11 punti percentuali, mentre il servizio Air rimane stabile.

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO PER TIPOLOGIA DI SERVIZIO

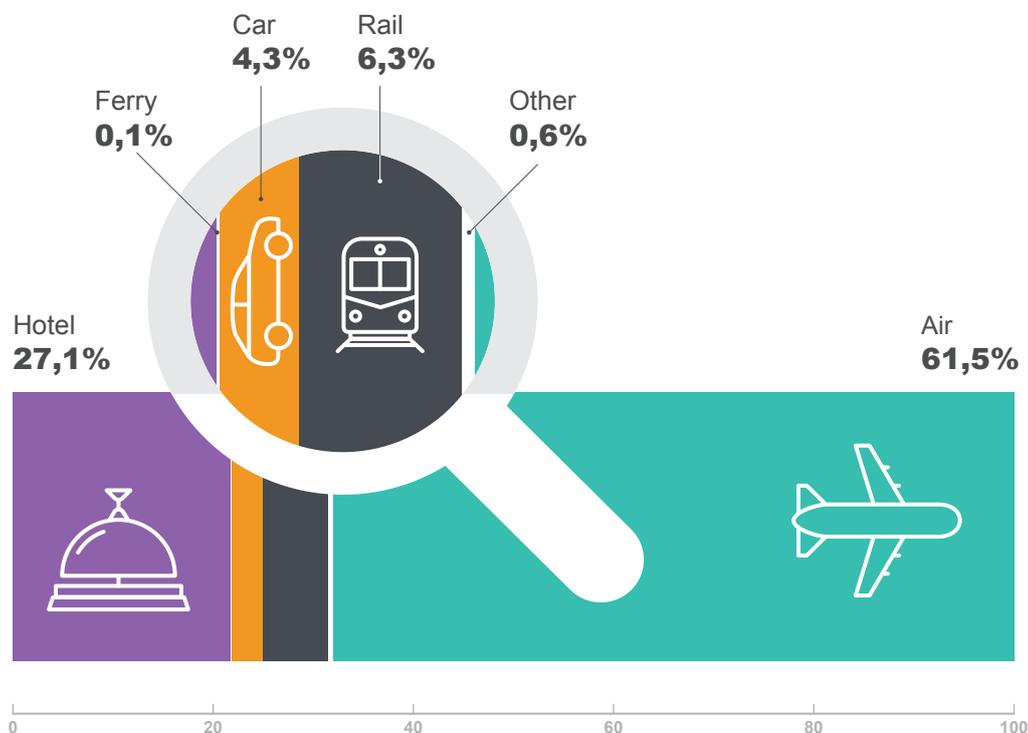
numero indice base 1° Trim. 2013





RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO

Gennaio-Settembre 2015

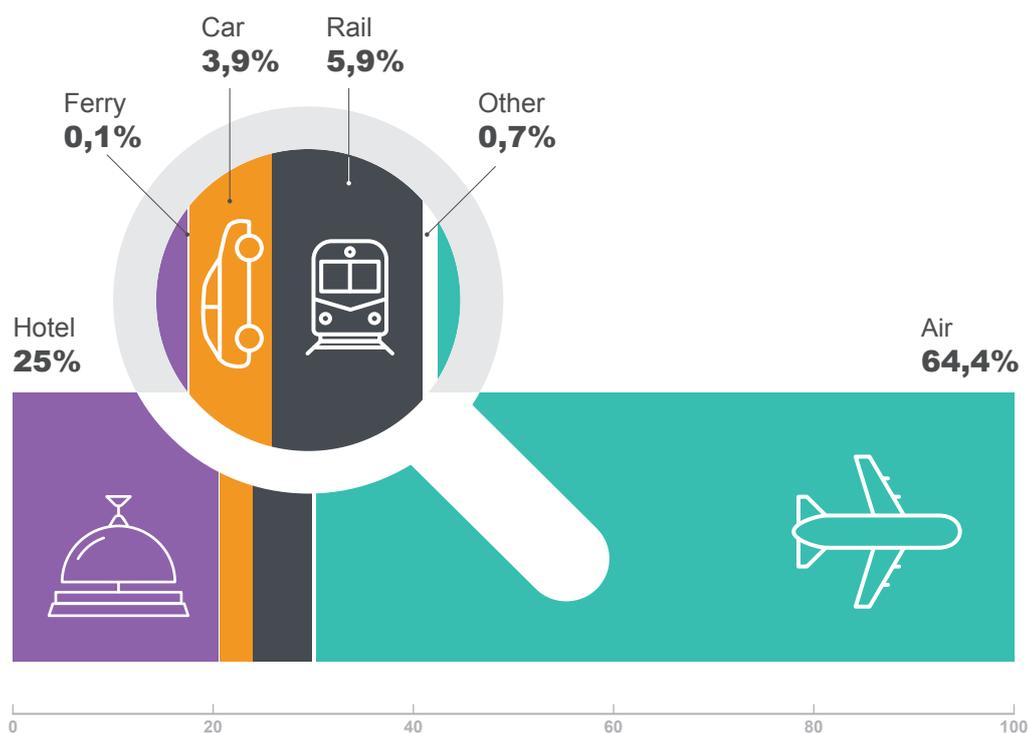


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Rispetto allo stesso periodo del 2014 la quota del trasporto aereo è scesa di quasi 3 punti percentuali, occupando il 61,5 per cento delle spese di viaggio. L'Hôtellerie copre oltre un quinto delle spese globali, incrementando di 2 punti percentuali la propria quota. Registrano una lieve crescita le spese relative al servizio ferroviario e al servizio Car.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI VIAGGIO

Gennaio-Settembre 2014



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

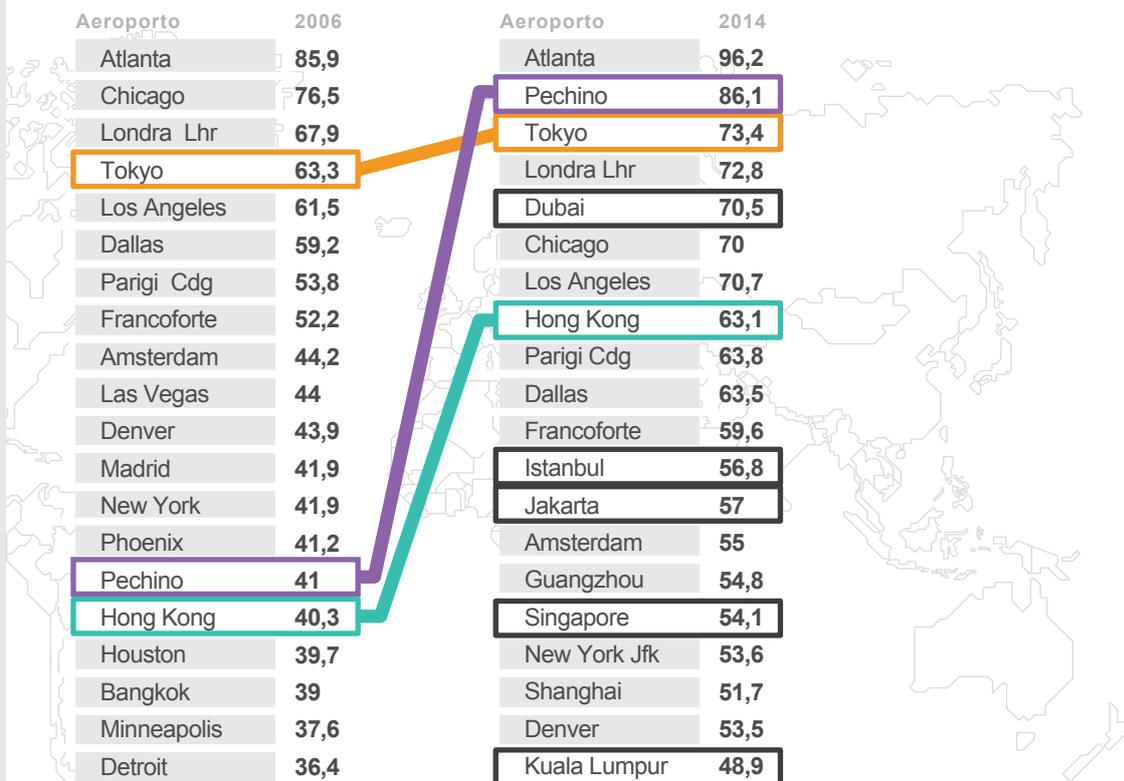
Nel 2014 le spese di viaggio vedevano una maggiore predominanza del settore aereo rispetto al presente. La riduzione delle spese del trasporto aereo è andata a vantaggio principalmente dei servizi Hotel e Rail.



A livello globale si evidenzia la crescita dei grandi aeroporti Asiatici e quelli del Medio-Oriente. Se nel 2006, dei primi venti aeroporti, solo quattro non erano europei o nord-americani, lo scorso anno il 50 per cento dei maggiori scali globali erano del Mediooriente o asiatici. In particolare, tra i primi cinque maggiori scali globali troviamo Pechino, Tokyo e Dubai. Nella top venti degli scali, solamente quattro sono europei, lo stesso numero di quelli cinesi (considerando anche Hong Kong). Probabilmente nel 2015, il numero di aeroporti non europei e non americani nella lista dei primi venti scali mondiali, scenderà sotto la maggioranza per la prima volta nella storia.

RANKING AEROPORTI MONDIALE

Dati: in milioni



Fonte: Analisi CRIET su dati aeroporti

Tutti i principali aeroporti europei hanno sperimentato una crescita del proprio traffico. In particolare si denota la dinamicità di Istanbul Ataturk, che grazie alla crescita di Turkish Airlines, è salito in quarta posizione, sopravanzando Amsterdam. I primi tre grandi aeroporti europei, Londra Heathrow, Parigi Charles de Gaulle e Francoforte hanno invece mostrato una minore crescita, inferiore in tutti i casi al 3 per cento. Lo scalo di Madrid ha superato la barriera dei 40 milioni di passeggeri, dopo che durante la crisi era sceso sotto questo numero di passeggeri. Roma Fiumicino rimane nella top ten europea, mentre Milano Malpensa è cresciuta di meno del 5 per cento.

AEROPORTI EUROPEI

Dati: numero di passeggeri annui

Aeroporto	2013	2014	Var.
London Heathrow	72 334 583	73 371 195	1,4%
Paris CDG	62 052 917	63 813 756	2,8%
Frankfurt	58 036 948	59 566 132	2,6%
Amsterdam	52 569 250	54 978 023	4,6%
Istanbul Ataturk	51 320 875	56 954 790	11,0%
Madrid	39 729 027	41 833 374	5,3%
Munich	38 672 644	39 716 877	2,7%
Rome Fiumicino	36 166 345	38 506 467	6,5%
London Gatwick	35 462 233	38 094 845	7,4%
Barcelona	35 210 735	37 559 044	6,7%
Paris ORY	28 274 154	28 862 586	2,1%
Antalya	27 003 712	28 341 063	5,0%
Zurich	24 865 138	25 477 622	2,5%
Copenhagen	24 067 030	25 627 093	6,5%
Oslo	22 956 544	24 269 235	5,7%
Istanbul Gokcen	18 641 842	23 508 141	26,1%
Palma de Mallorca	22 768 082	23 115 499	1,5%
Vienna	21 999 926	22 483 158	2,2%
Stockholm	20 673 810	22 417 351	8,4%
Milan Malpensa	17 955 075	18 838 661	4,9%

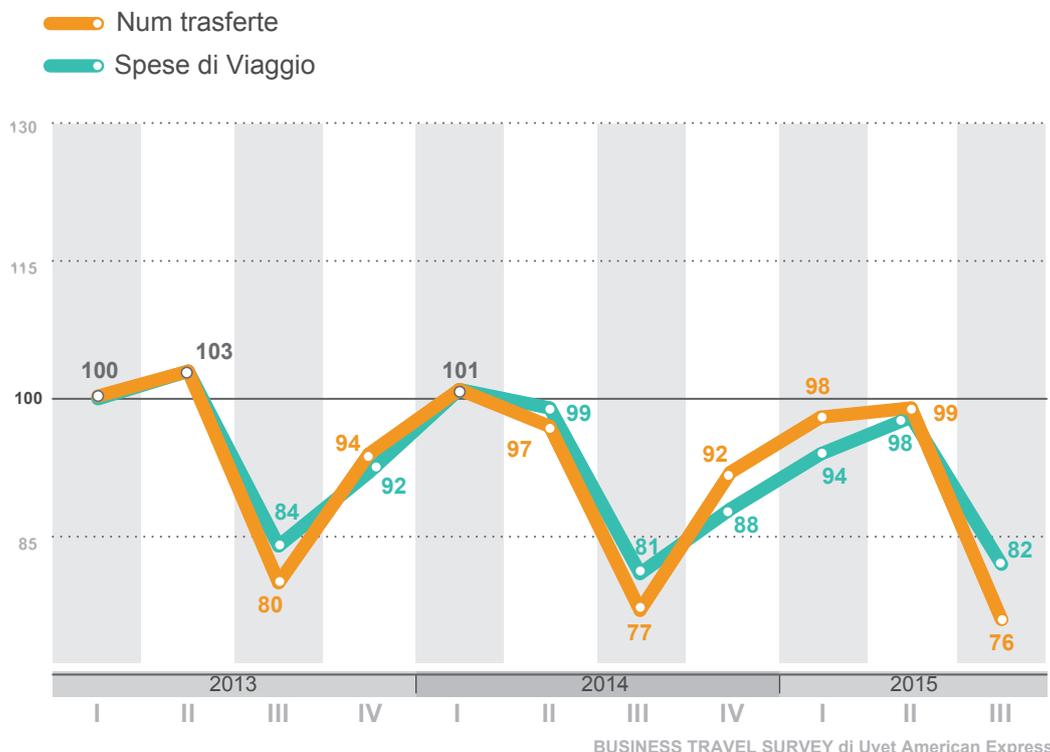
Fonte: Analisi CRIET su dati aeroporti

VIAGGI D'AFFARI: LE SPESE AEREE FOCUS ON AIR



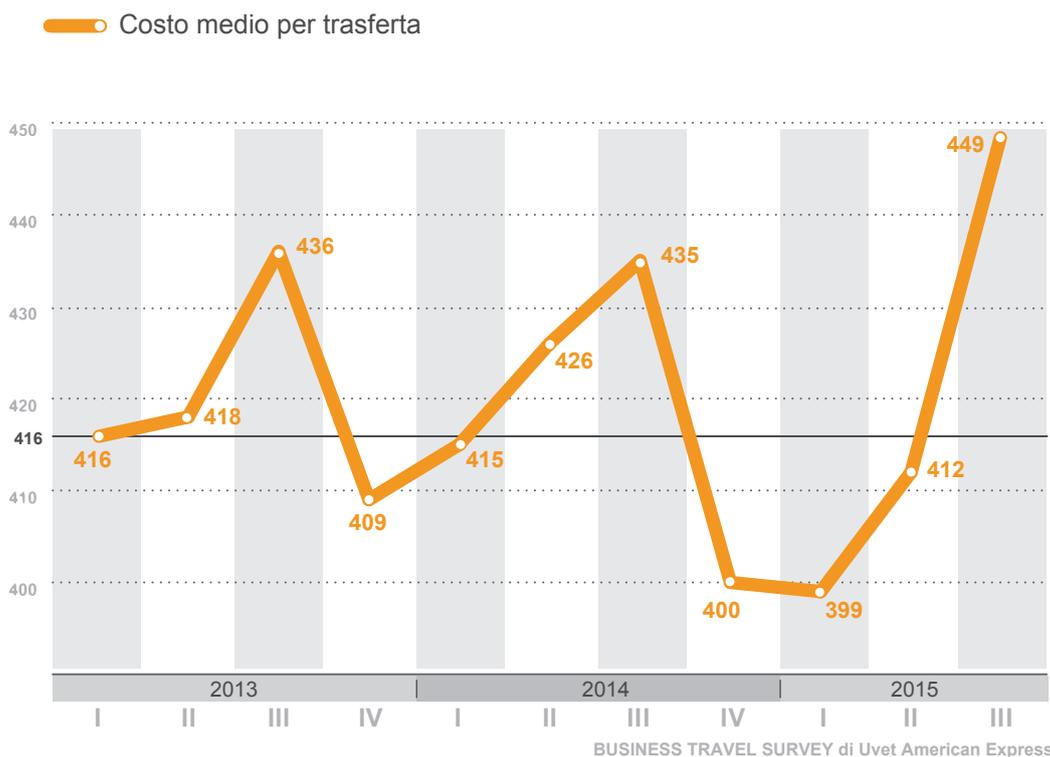
ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE

numero indice base 1° Trim. 2013



Osservando gli ultimi 12 mesi sia l'andamento del numero di trasferite che delle spese di viaggio aeree sono stabili: le prime aumentano di un solo punto percentuale e le seconde calano sempre di un punto. Considerando, invece il triennio 2013 - 2015 entrambi le variabili hanno subito una riduzione: il numero di trasferite è diminuito di 5 punti percentuali mentre le spese sono scese di 2 punti.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO (Euro)



Il costo medio del biglietto aereo al 30 settembre 2015, è aumentato di 3 punti percentuali rispetto all'anno precedente. In termini assoluti, il costo medio del biglietto aereo è aumentato nell'ultimo anno di 14€.

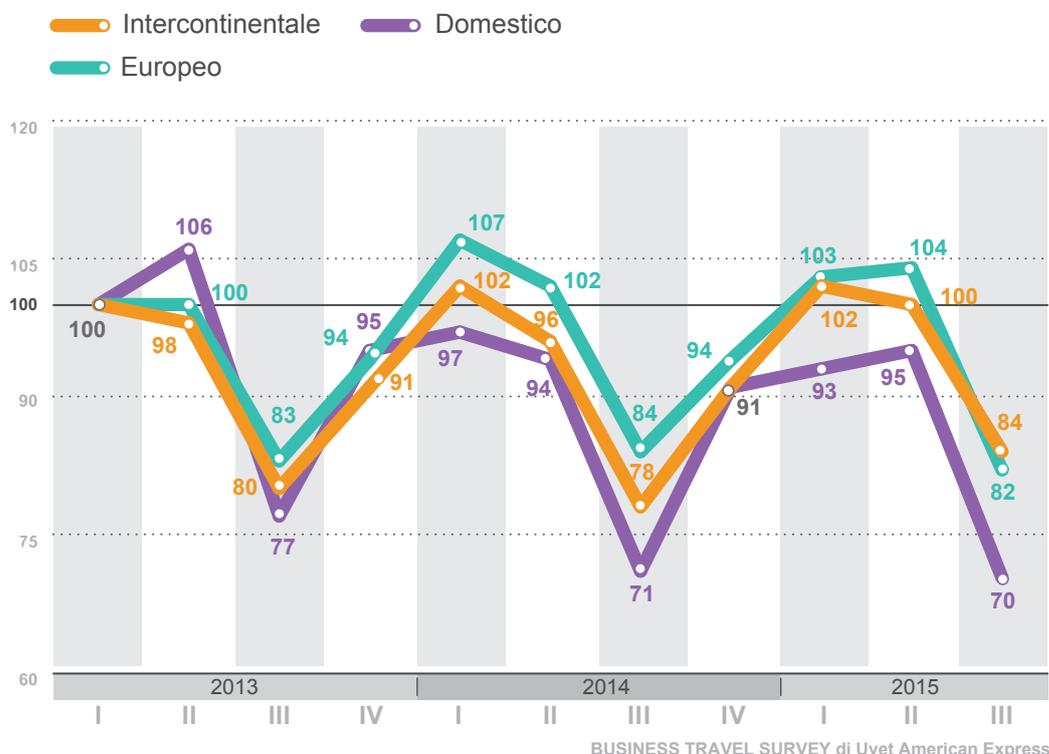


VIAGGI D'AFFARI: LE SPESE AEREE FOCUS ON AIR

Segmentando il nostro campione in 3 cluster, emerge che nei primi nove mesi del 2015 rispetto al 2014, sia il numero di trasferte europee che domestiche calano di circa 2 punti percentuali. Aumentano invece le trasferte per i viaggi intercontinentali che registrano una crescita di 8 punti tra il 3° Trim. 2015 e il 3° Trim. 2014. Il traffico domestico se si osserva il trend 2013 - 2015, ha dimostrato di ridurre la propria contrazione.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER TIPOLOGIA

numero indice base 1° Trim. 2013

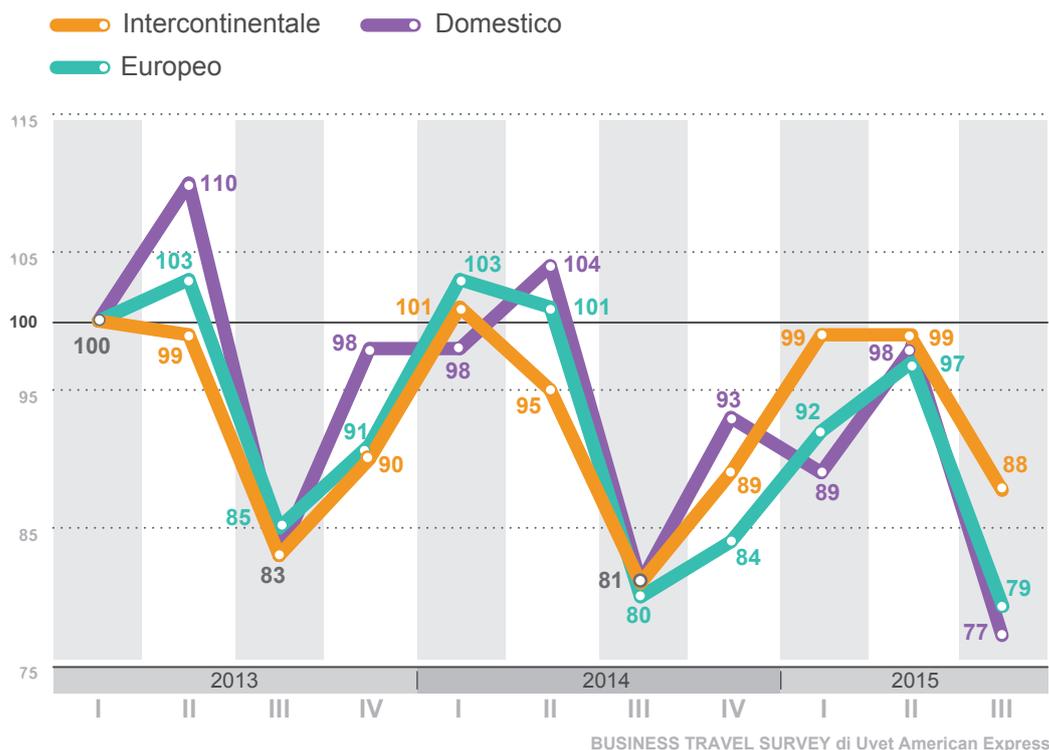


Il mercato italiano ha registrato al 3° Trim. 2015 un calo di 5 punti percentuali rispetto al 2014, mentre diminuisce di 7 punti se si considera il triennio 2013 - 2015.

Il segmento europeo e quello intercontinentale seguono due andamenti differenti sia considerando gli ultimi 12 mesi sia nell'ultimo triennio. Quello europeo al 3° Trim. 2015 ha registrato un calo annuale di un punto percentuale, mentre considerando l'arco temporale 2014 - 2015 le spese di viaggio sono diminuite di 6 punti. Il segmento intercontinentale, è aumentato di 7 punti percentuali rispetto al 2014, e di 6 punti se si considera l'ultimo triennio.

ANDAMENTO DELLE SPESE DI VIAGGIO AEREE PER TIPOLOGIA

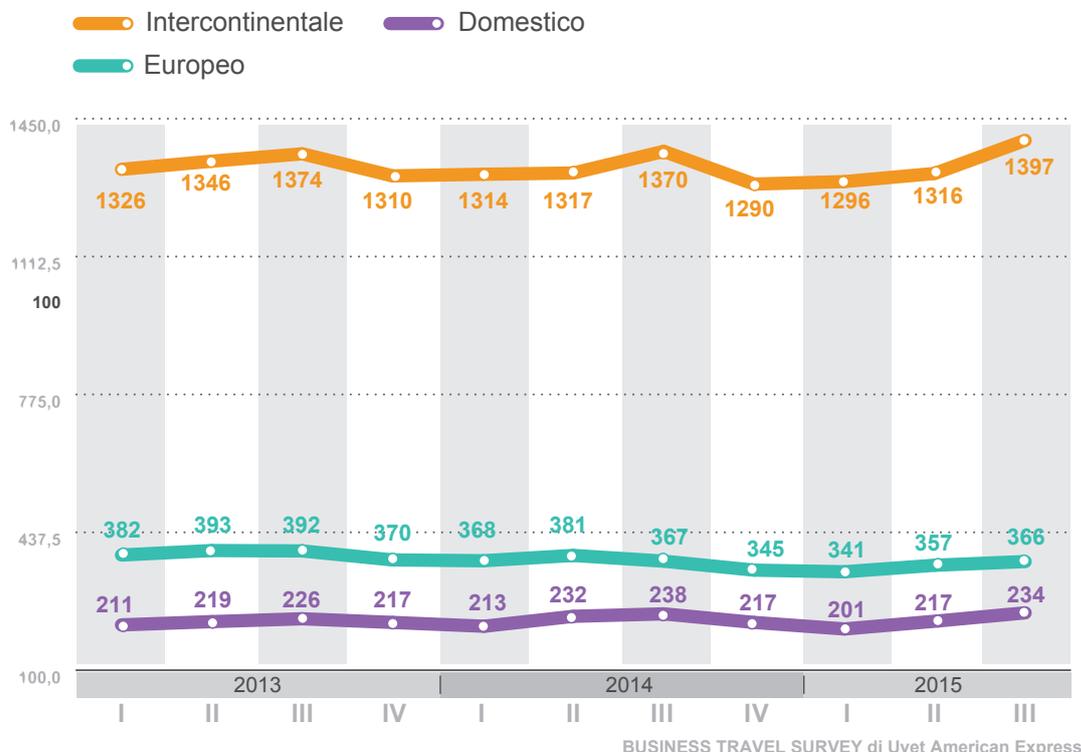
numero indice base 1° Trim. 2013





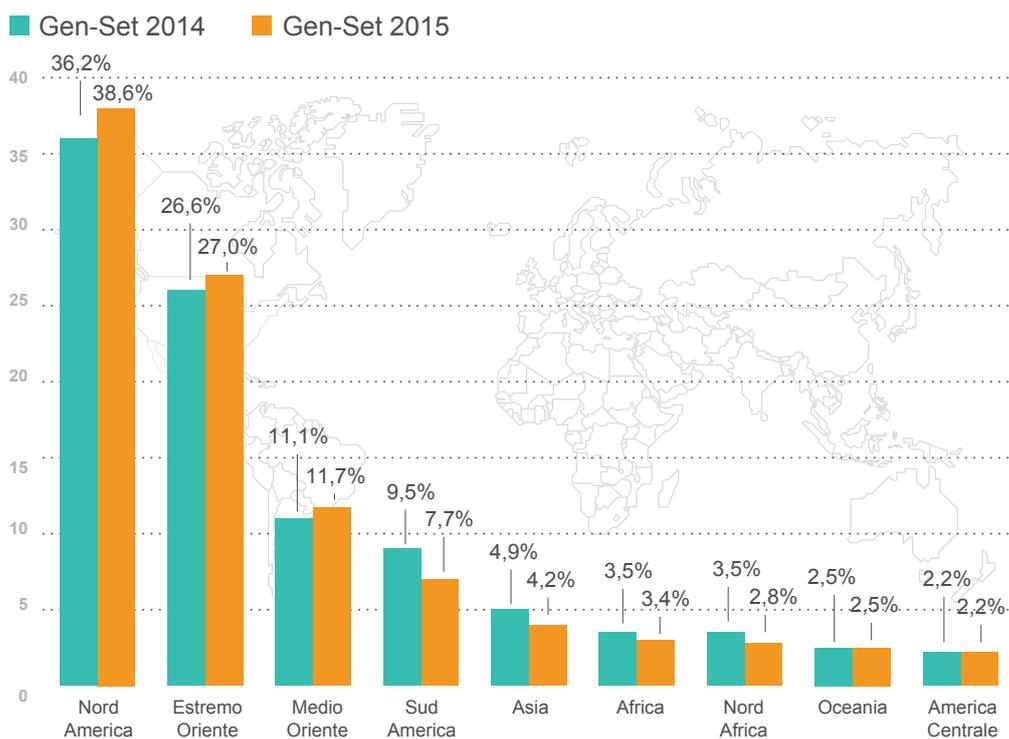
COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO PER TIPO DI VIAGGIO

(Euro)



Nel 2015 il costo medio del biglietto ha registrato andamenti diversi per ogni segmento in esame. Il 3° Trim. 2015 ha evidenziato un costo medio in aumento di 2 punti percentuali per i voli intercontinentali, un calo per i voli domestici di 2 punti, mentre il mercato europeo rimane costante rispetto all'anno precedente. Valutando il triennio 2013 - 2015, invece, il costo dei voli intercontinentali è cresciuto di 2 punti percentuali, il costo del biglietto europeo è diminuito di 7 punti, mentre quello dei voli domestici è aumentato del 3,5 per cento.

ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO INTERCONTINENTALE



Nel periodo Gen - Set 2015, oltre un terzo dei volumi di spesa del traffico intercontinentale sono indirizzati verso Nord America. L'Estremo Oriente, che registra un lieve incremento rispetto all'anno precedente, è in continua crescita e rappresenta più di un quarto dei volumi di spesa intercontinentali. In crescita anche il Medio Oriente, mentre in calo l'Africa, il Sud e il Centro America.



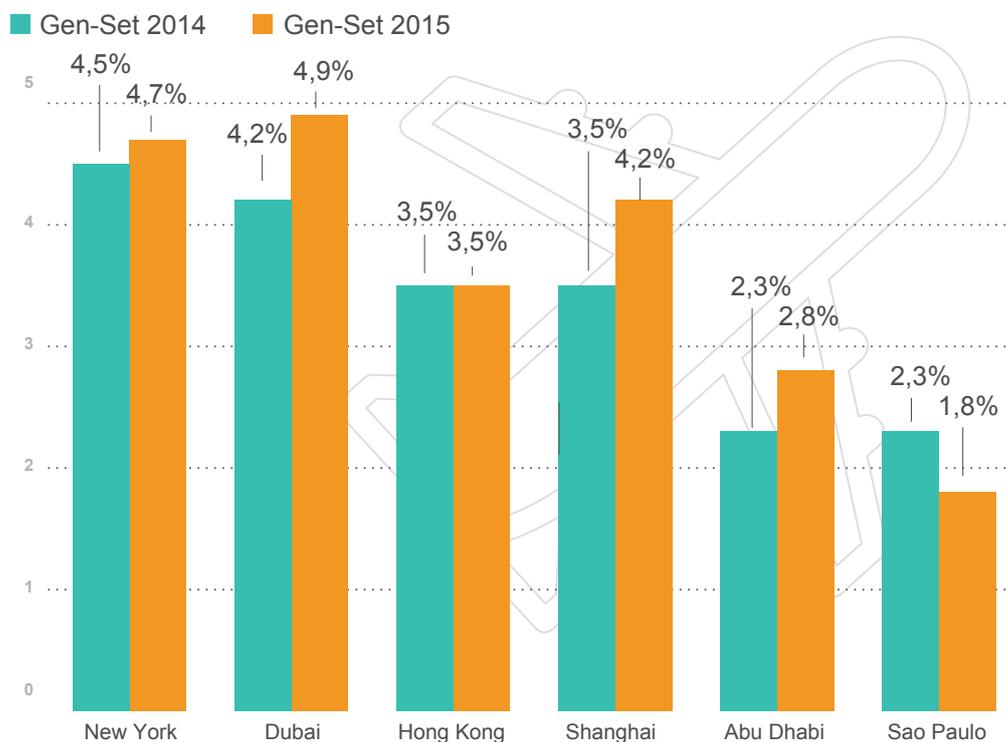
VIAGGI D'AFFARI: LE DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

FOCUS ON AIR

Dubai, in quanto Hub aeroportuale, rimane la città più importante tra le destinazioni intercontinentali, seguita da New York. Nel 2015 sono emerse come destinazioni in crescita solo Shanghai, Abu Dhabi, mentre cala vistosamente Sao Paulo.

PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

(Numero di Biglietti)

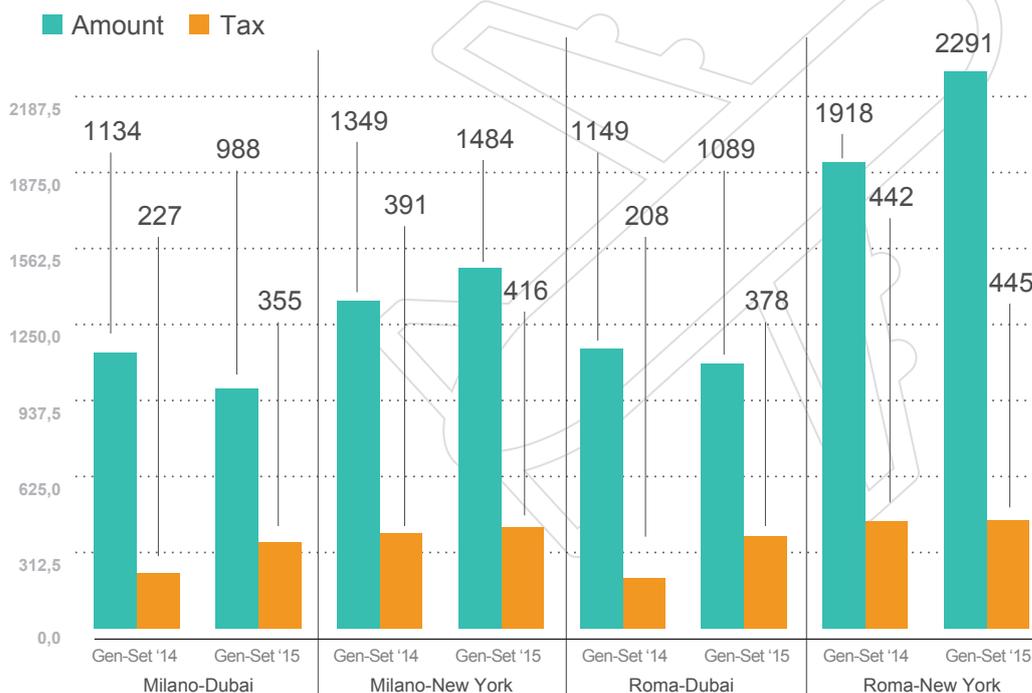


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il prezzo medio del biglietto per le principali destinazioni intercontinentali è cresciuto specialmente per le tratte Milano-New York, Roma-Dubai e Roma-New York, aumento da attribuire principalmente ad un forte incremento delle tasse, ad eccezione dell'ultima tratta. Cala invece il costo per le tratte con destinazione Dubai.

DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTE INTERCONTINENTALI

(euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

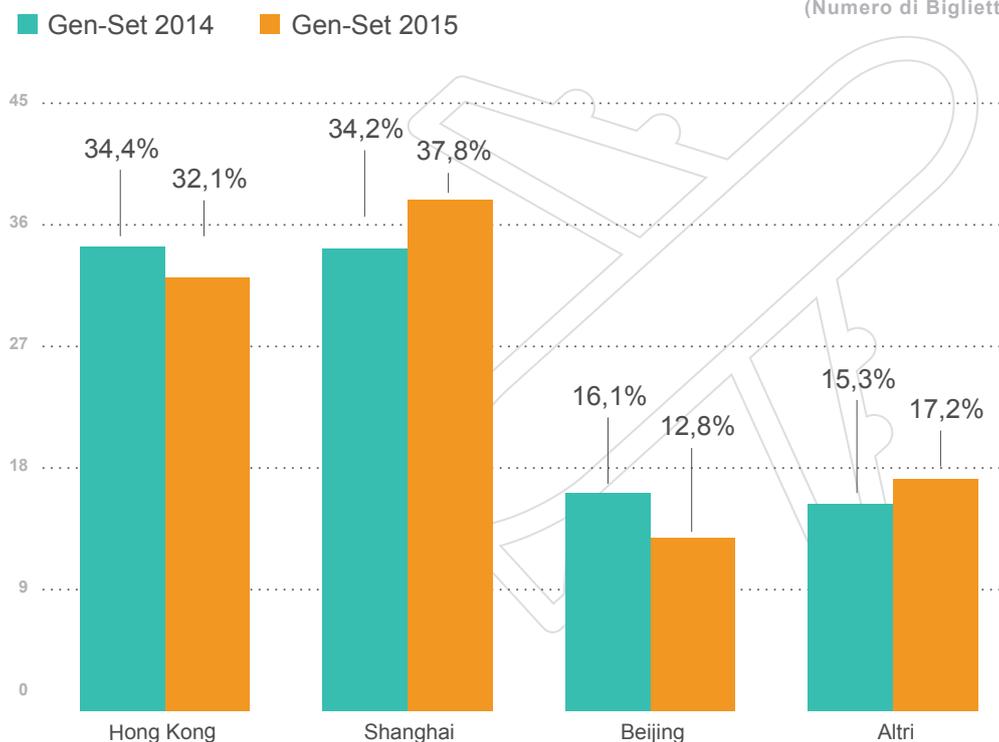
VIAGGI D'AFFARI: LE DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

FOCUS ON AIR



DISTRIBUZIONE AEROPORTUALE DEI VIAGGI IN CINA

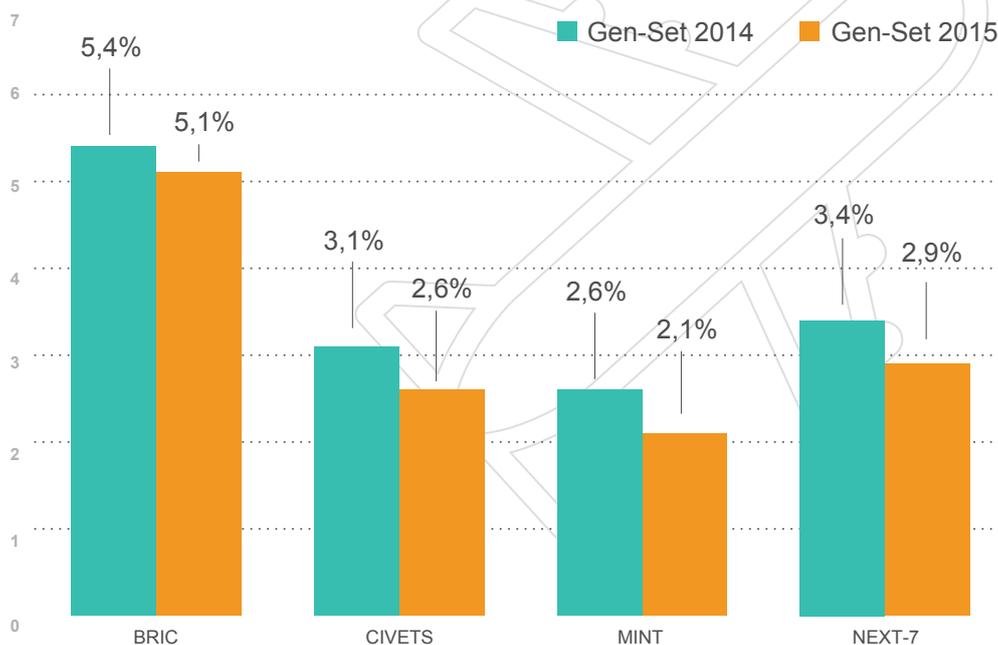
(Numero di Biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il peso sempre maggiore del traffico verso la Cina rispetto al traffico intercontinentale totale, rende importante vedere come si siano distribuite le trasferte nella Repubblica Popolare. Nel 2015 Hong Kong registra un calo della propria quota, pari a 7 punti percentuali, mentre è in forte crescita Shanghai, con più 10,5 punti percentuali confermandosi la meta privilegiata dai viaggiatori d'affari del Paese Asiatico. Andamento opposto, invece, per Pechino che perde ben 20 punti percentuali della propria quota.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER AREA ECONOMICA: BRIC, CIVETS, MINT, NEXT-7



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nei primi nove mesi del 2015 rispetto al 2014, i BRIC¹ e i Paesi emergenti delle aree economiche CIVETS², MINT³ e NEXT-7⁴ hanno vissuto un rallentamento del numero di trasferte. Rispetto al 2014 l'area BRIC ha ridotto in quantità minore i volumi, pari a 0,3 punti percentuali sul totale del traffico intercontinentale, riducendo le trasferte di 6 punti percentuali. L'area MINT è quella che ha subito un rallentamento maggiore.

1 BRIC: Brasile, Russia, India e Cina

2 CIVETS: Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto, Turchia e Sud Africa

3 MINT: Messico, Indonesia, Nigeria e Turchia

4 NEXT-7: Egitto, Indonesia, Messico, Nigeria, Filippine, Turchia e Corea Del Sud

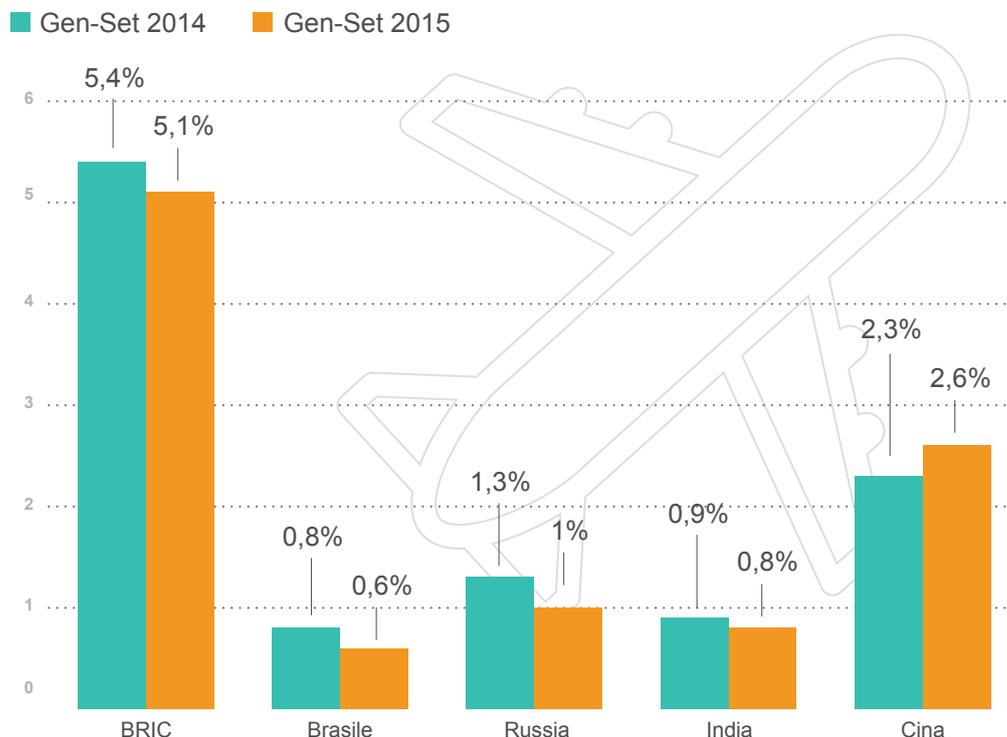


VIAGGI D'AFFARI: LE DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

FOCUS ON AIR

I Paesi appartenenti all'area economica BRIC¹ hanno visto quasi tutti una riduzione del numero di trasferite ad eccezione della Cina, che aumenta la propria quota di 13 punti percentuali. Rispetto al 2014 l'area BRIC è diminuita di 0,3 punti percentuali sul totale dei volumi intercontinentali, riducendo le trasferite di 6 punti percentuali. Brasile e Russia sono le destinazioni che hanno mostrato maggiore calo del numero di trasferite, quest'ultima risente sicuramente della crisi economica e dell'isolamento politico che ha coinvolto il Paese la seconda metà del 2014.

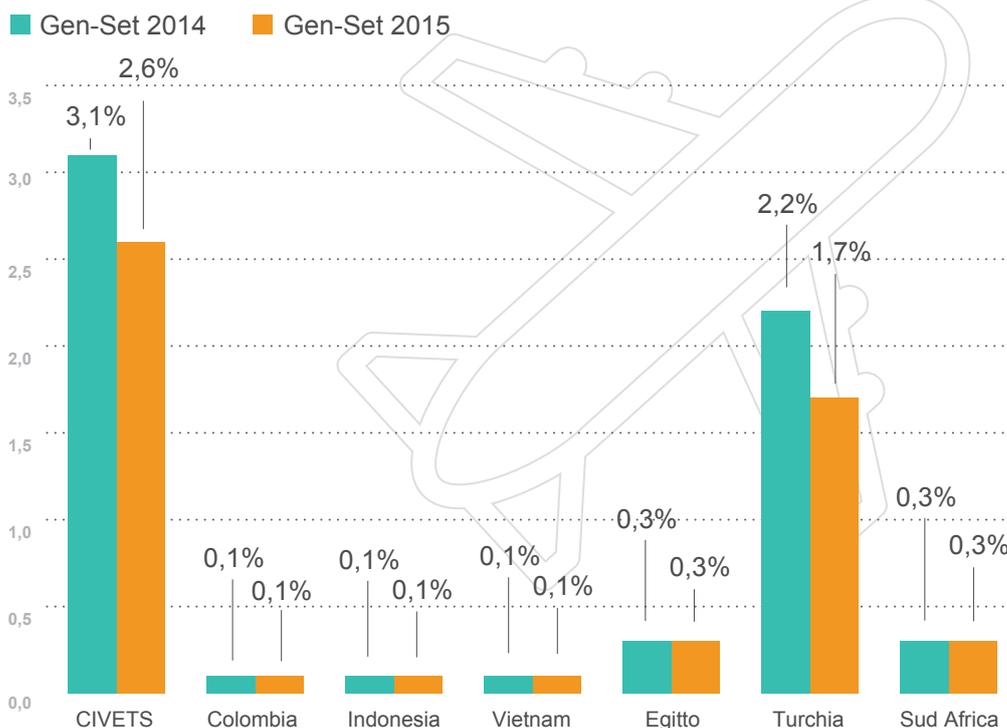
ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER AREA ECONOMICA: BRIC



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

L'area economica CIVETS² considerando gli ultimi nove mesi del 2015, ha vissuto una forte decrescita: di 16 punti la propria quota, che si traduce in una riduzione di 0,5 punti sul totale dei volumi. Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto e Sud Africa rimangono stabili. In forte calo la Turchia a causa della forte crisi politica del Paese.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER AREA ECONOMICA: CIVETS



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

1 BRIC: Brasile, Russia, India e Cina

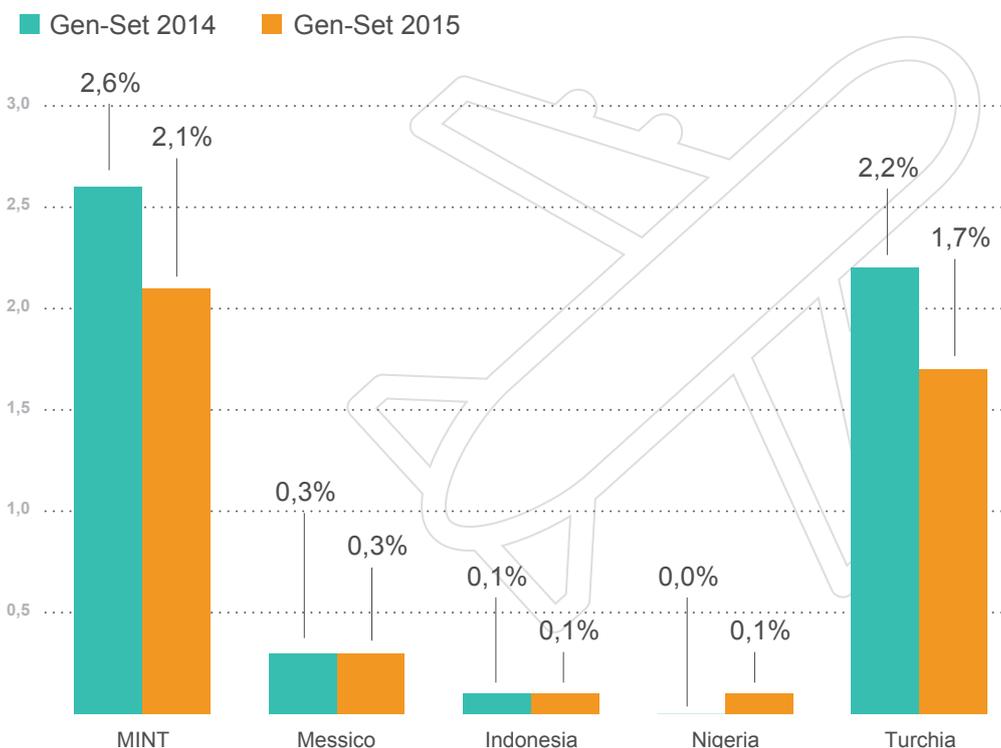
2 CIVETS: Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto, Turchia e Sud Africa

VIAGGI D'AFFARI: LE DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI



FOCUS ON AIR

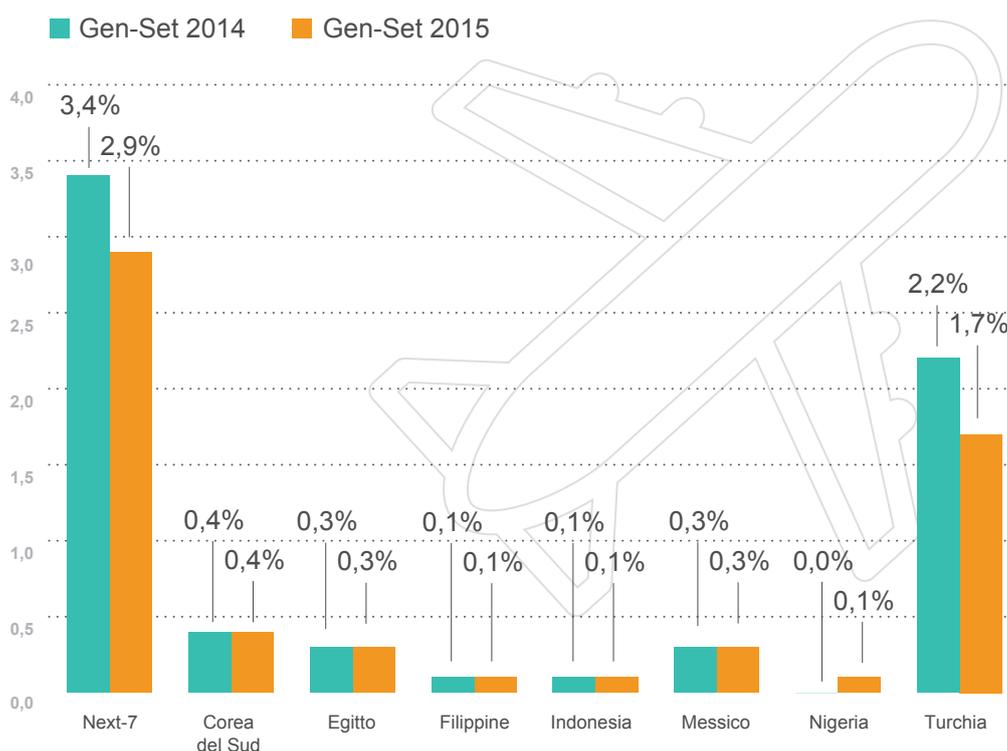
ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER AREA ECONOMICA: MINT



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Per quanto riguarda l'area MINT¹, negli ultimi 12 mesi ha subito un forte calo, determinato soprattutto dall'andamento negativo della Turchia. Gli altri Paesi rimangono stabili.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE AEREE PER AREA ECONOMICA: NEXT-7



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Anche per quanto riguarda l'area NEXT-7², negli ultimi 12 mesi ha subito un forte calo, determinato dal rallentamento della Turchia. Gli altri Paesi sono rimasti stabili.

1 MINT: Messico, Indonesia, Nigeria e Turchia

2 NEXT-7: Egitto, Indonesia, Messico, Nigeria, Filippine, Turchia e Corea Del Sud

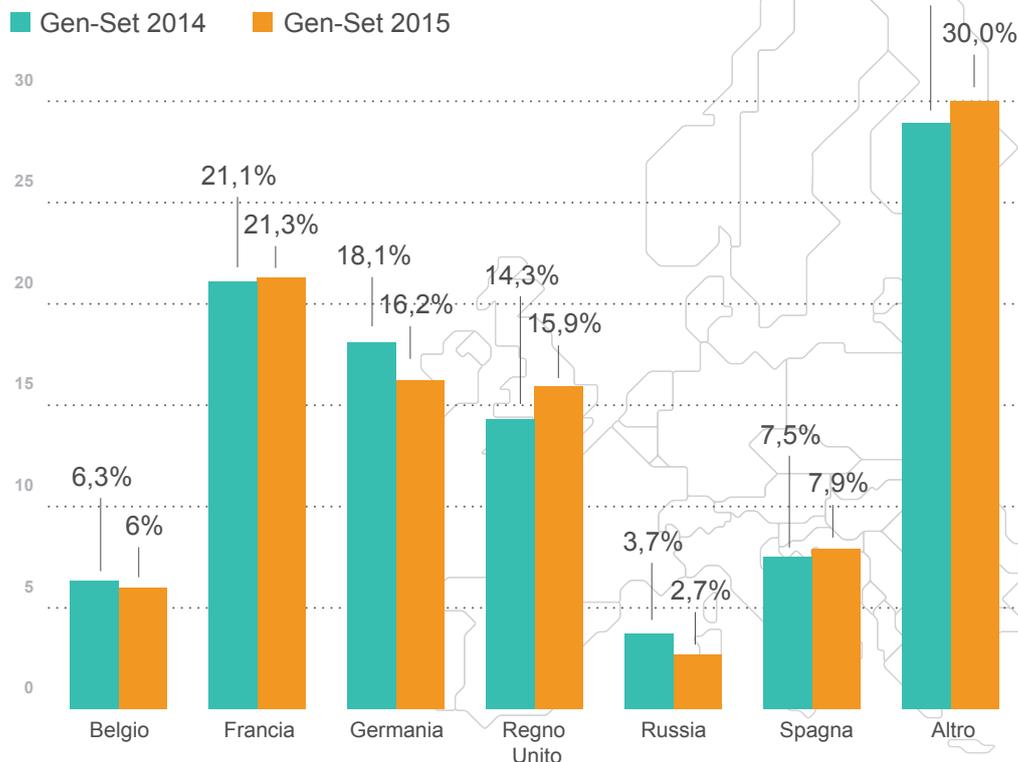


VIAGGI D'AFFARI: LE DESTINAZIONI EUROPEE

FOCUS ON AIR

Analizzando i volumi di spesa nel traffico europeo, Francia e Germania hanno confermato la loro attrattività in termini di viaggi d'affari, anche se hanno registrato due trend differenti. La prima cresce lievemente mentre la seconda riduce la propria quota di mercato di oltre 10 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Tra le destinazioni in cui si è speso maggiormente nel 2015 rispetto al 2014 Regno Unito e Spagna rispettivamente di 11 e 5 punti percentuali. Belgio e Russia, invece, perdono quote di mercato.

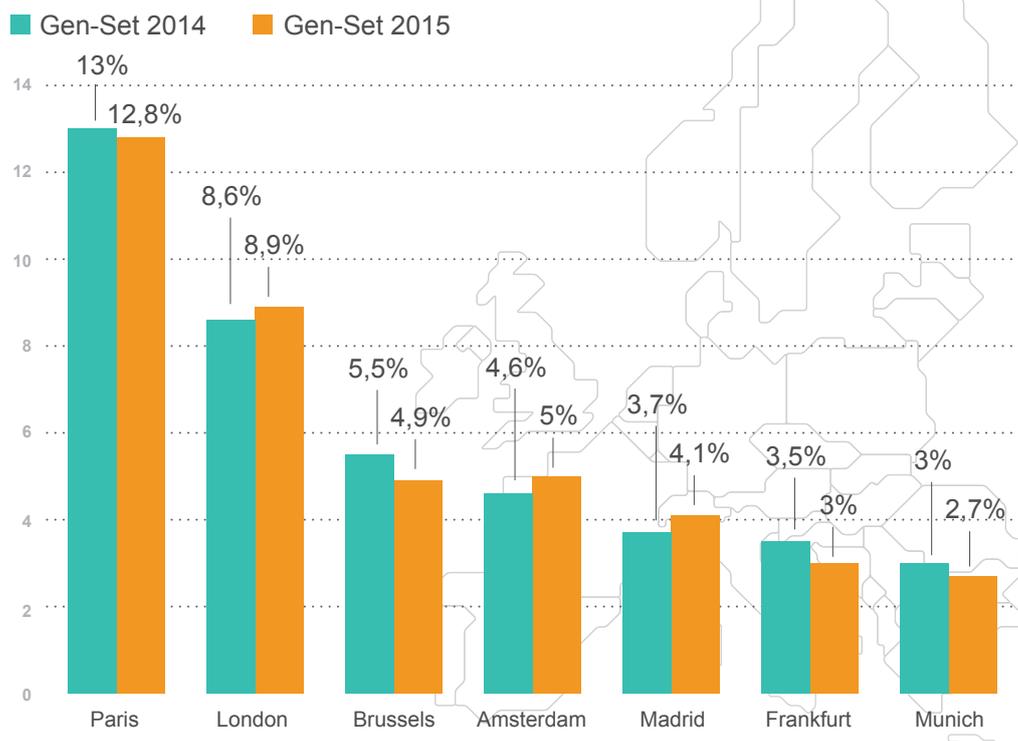
ANDAMENTO DEI VOLUMI DI SPESA TRAFFICO EUROPEO



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Con quasi il 13 per cento dei biglietti per viaggi d'affari nei primi nove mesi del 2015, Parigi si colloca al primo posto, nonostante una lieve riduzione rispetto all'anno precedente. Brussels, Francoforte e Monaco hanno perso quote di mercato, mentre Londra, Madrid e Amsterdam hanno registrato una crescita del numero di voli. Si osserva che mentre i viaggi in Francia e UK sono indirizzati essenzialmente sulle loro capitali, in Germania è presente una maggiore frammentazione delle destinazioni.

PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE (Numero di Biglietti)

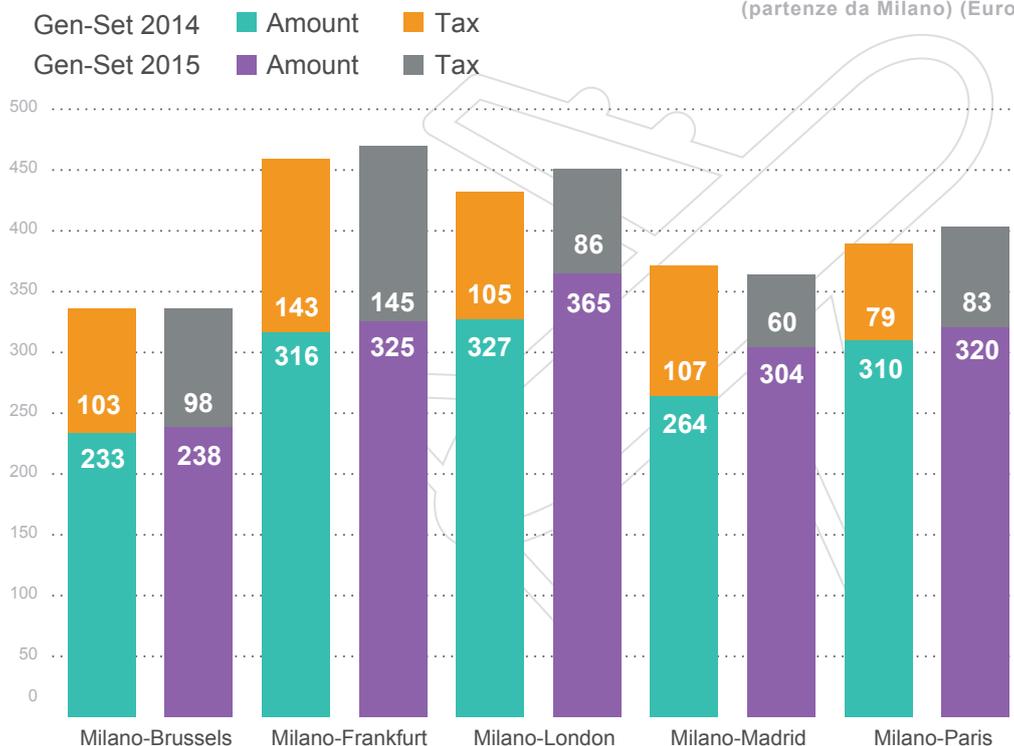


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTE EUROPEE

(partenze da Milano) (Euro)

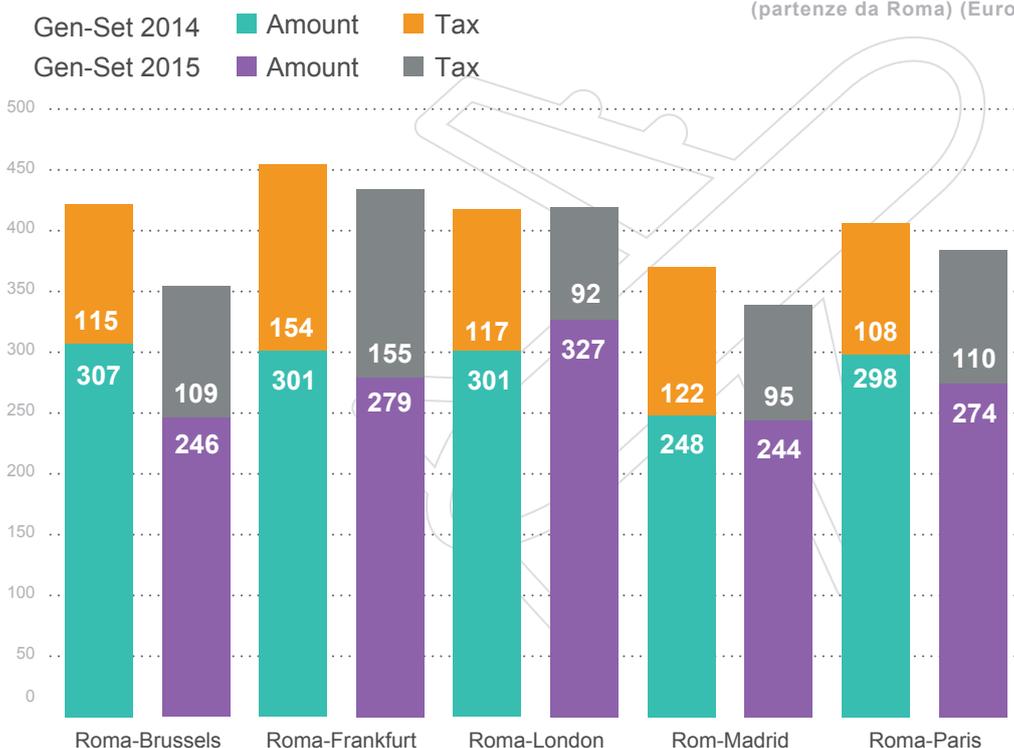


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

A livello europeo le rotte con partenza da Milano hanno registrato tutte valori in aumento, ad eccezione della tratta Milano - Madrid, la quale si è ridotta e Milano - Brussels che è rimasta costante. Nonostante un calo generale della tassazione, il costo del biglietto è aumentato per i voli verso Francoforte, Londra e Parigi.

DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTE EUROPEE

(partenze da Roma) (Euro)



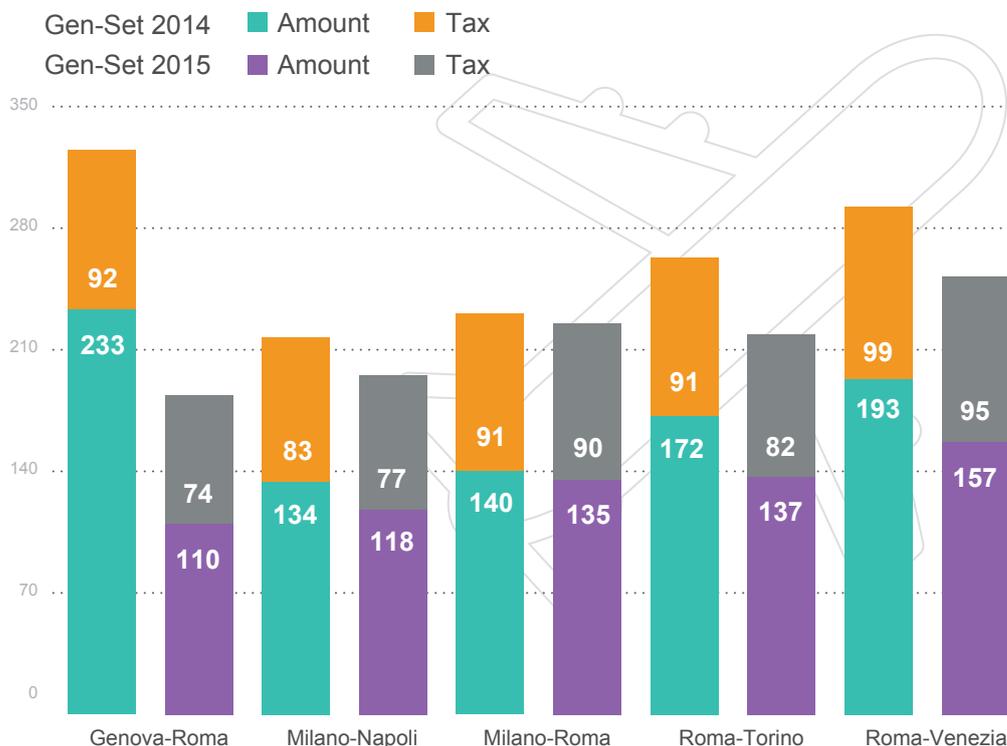
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

A livello europeo le rotte con partenza da Roma hanno registrato tutte valori in calo, ad eccezione della tratta Roma - Londra che è rimasta costante. Nonostante un aumento della tassazione, il costo del biglietto è diminuito per i voli verso Brussels, Francoforte e Parigi.



Viaggiare in Italia negli ultimi 12 mesi costa meno. Le rotte principali hanno registrato tutte valori in calo, nonostante un aumento generale della tassazione aeroportuale.

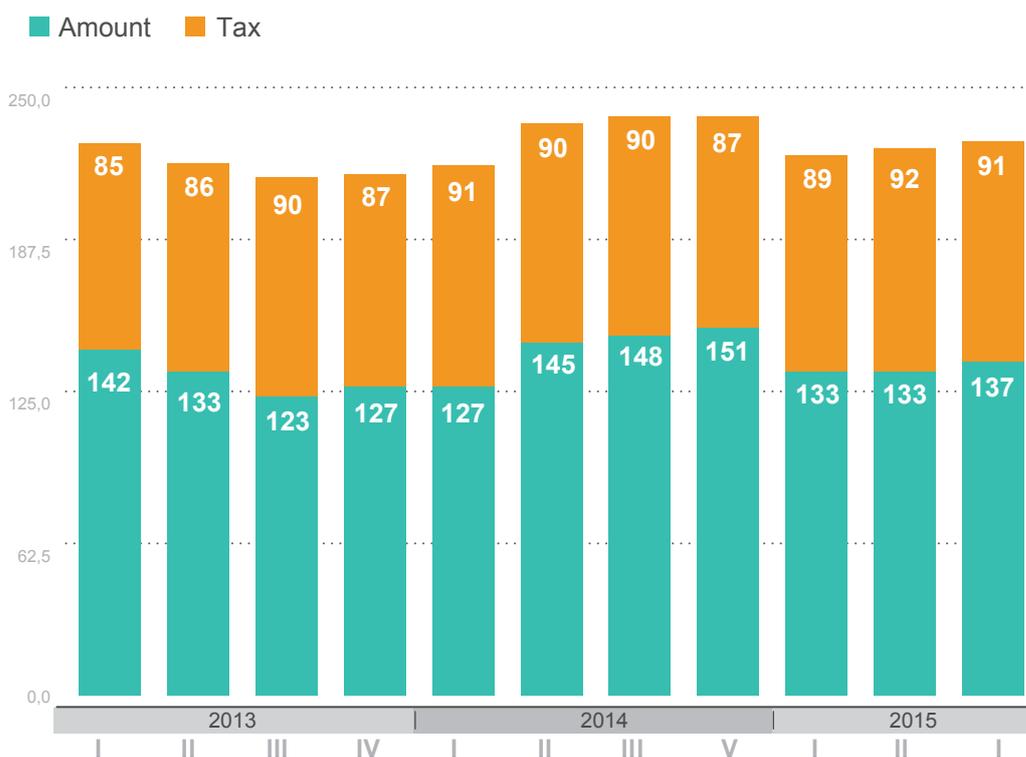
DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTE NAZIONALI (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Negli ultimi 12 mesi, il prezzo medio del biglietto aereo per i voli domestici è diminuito di 4 punti percentuali, nonostante un lieve aumento della tassazione aeroportuale. Considerando, invece, il triennio 2013 - 2015 il prezzo del biglietto è aumentato di ben 7 punti percentuali.

DINAMICA DEL PREZZO MEDIO DEL BIGLIETTO AEREO: ROTTE NAZIONALI (Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

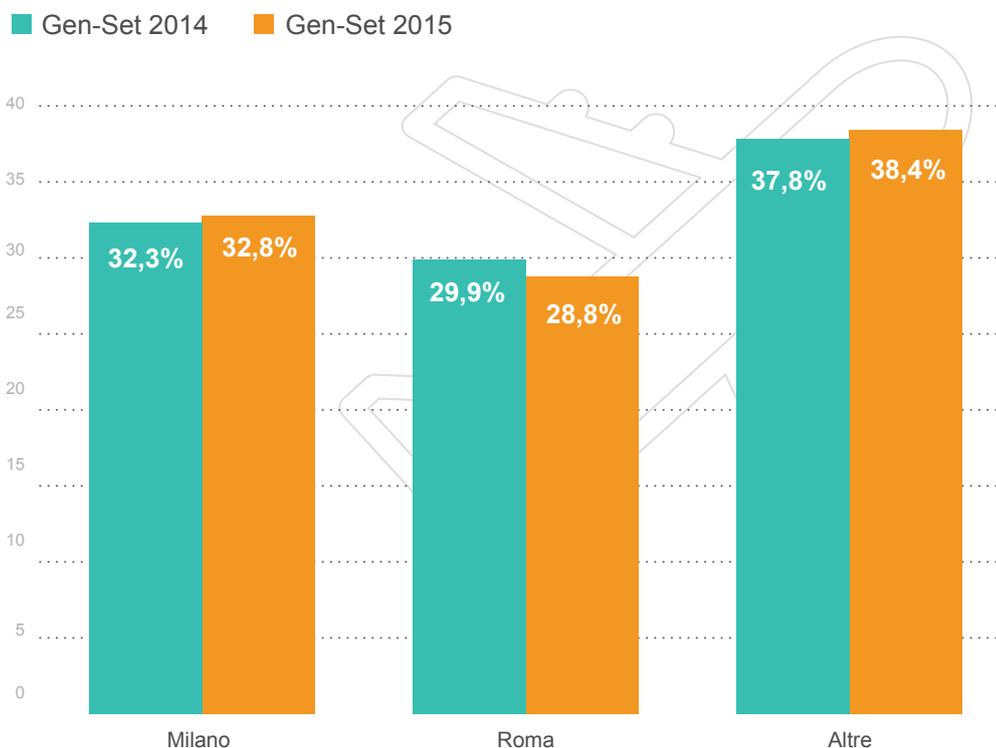
VIAGGI D'AFFARI: LE DESTINAZIONI NAZIONALI

FOCUS ON AIR



PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di Biglietti)

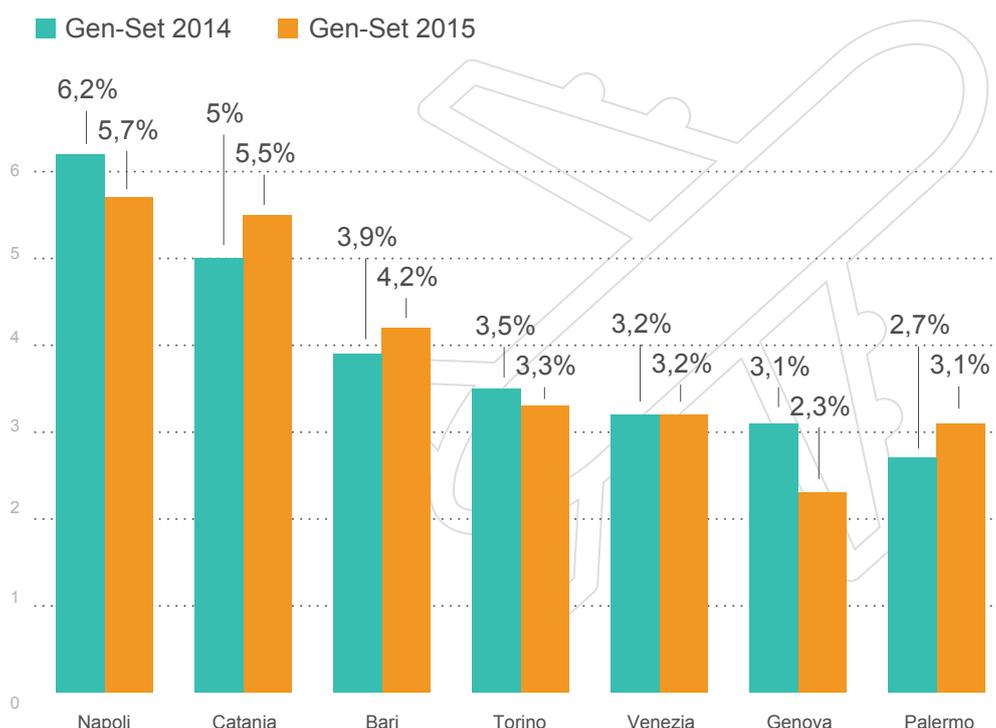


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Dal grafico emerge chiaramente che i viaggi aerei per affari in Italia sono molto polarizzati. Gli aeroporti di Milano tra Gen - Set 2015 raggruppano quasi il 33 per cento della clientela. Lo scalo di Roma perde un po' di peso sul totale nazionale, pari a un decremento della propria quota di 4 punti percentuali.

LE ALTRE DESTINAZIONI NAZIONALI

(Numero di Biglietti)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Catania, Bari e Palermo riportano valori in crescita, mentre Napoli, Torino e Genova registrano un calo di attrattività. Lo scalo di Venezia, invece rimane costante rispetto al 2014. Lo scalo di Napoli sta perdendo quote molto probabilmente a causa della concorrenza costituita dall'alta velocità.



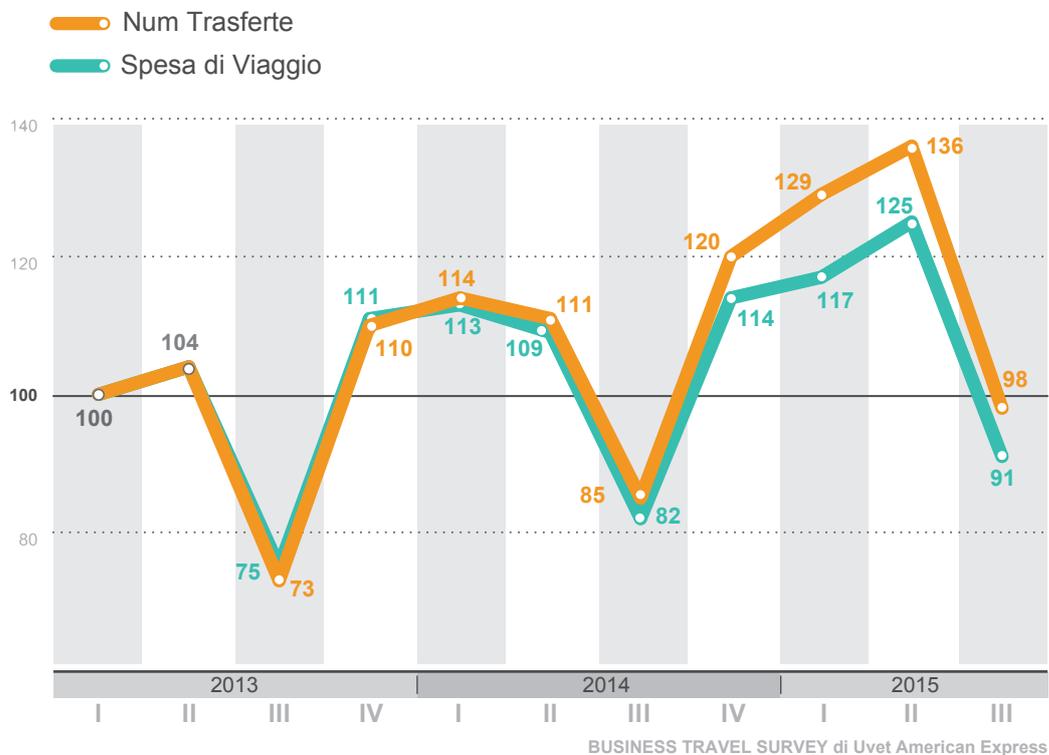
VIAGGI D'AFFARI: LA SPESA FERROVIARIA

FOCUS ON RAIL

Considerando l'arco temporale tra il 3° Trim. 2015 e l'anno precedente, sia il numero di trasferte che le spese di viaggio ferroviarie sono aumentate vertiginosamente. Nel primo caso di 15 punti percentuali e nel secondo di 12. Anche considerando il triennio 2013 - 2015 l'andamento del numero di trasferte e delle spese di viaggio ferroviarie sono in netta crescita, rispettivamente di 34 punti percentuali e di 21. L'aumento dell'offerta dovuto all'entrata della concorrenza ha consentito al mercato di crescere in maniera importante.

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO FERROVIARIE

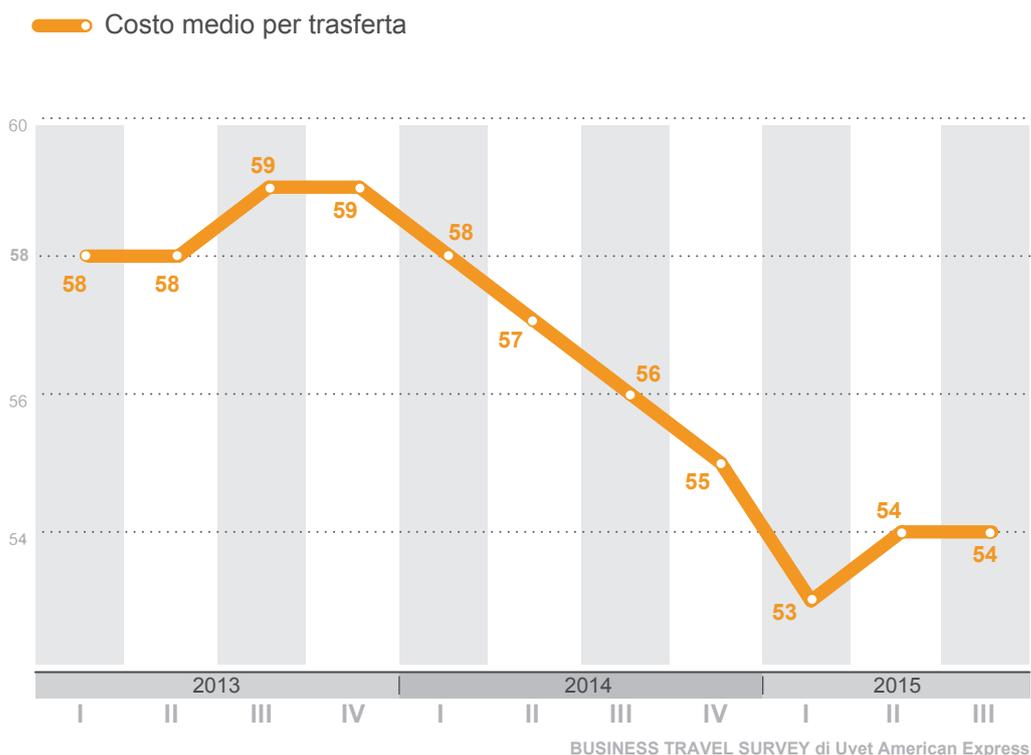
numero indice base 1° Trim. 2013



Gli ultimi 12 mesi vedono un calo del costo medio del biglietto ferroviario pari a 4 punti percentuali. Dal calcolo sulla variazione triennale, invece, si evince una decrescita di 9,5 punti percentuali, cioè 5 Euro in termini monetari.

COSTO MEDIO DEL BIGLIETTO FERROVIARIO

(Euro)

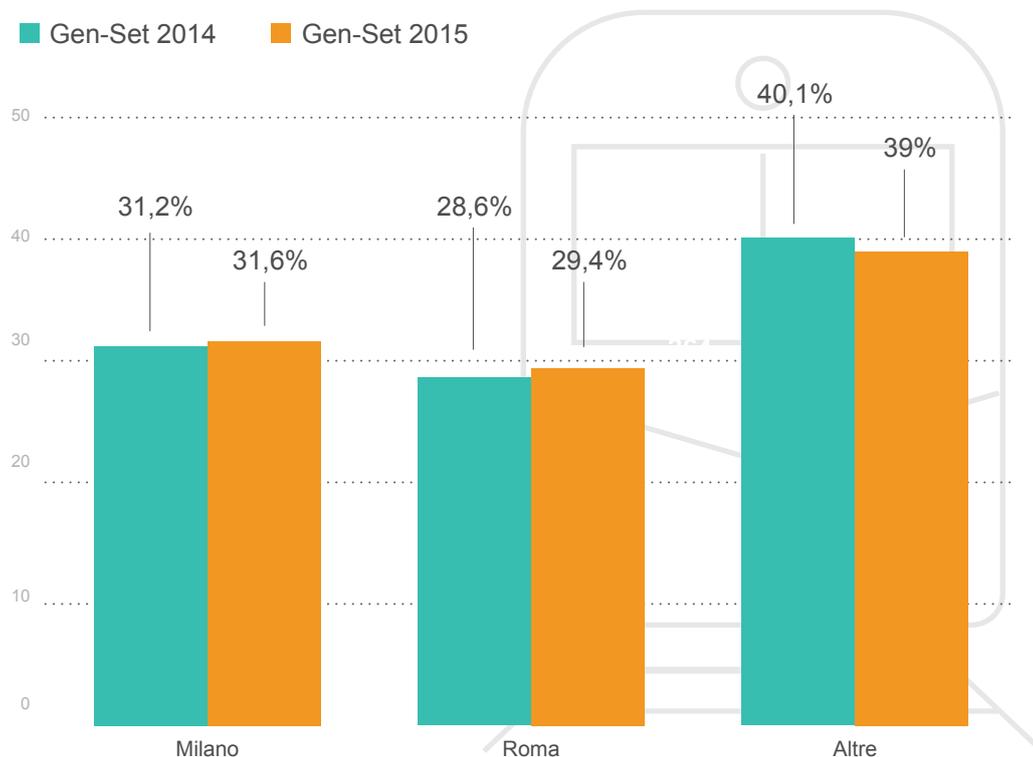




PRINCIPALI DESTINAZIONI FERROVIARIE NAZIONALI

(Numero di Biglietti)

■ Gen-Set 2014 ■ Gen-Set 2015

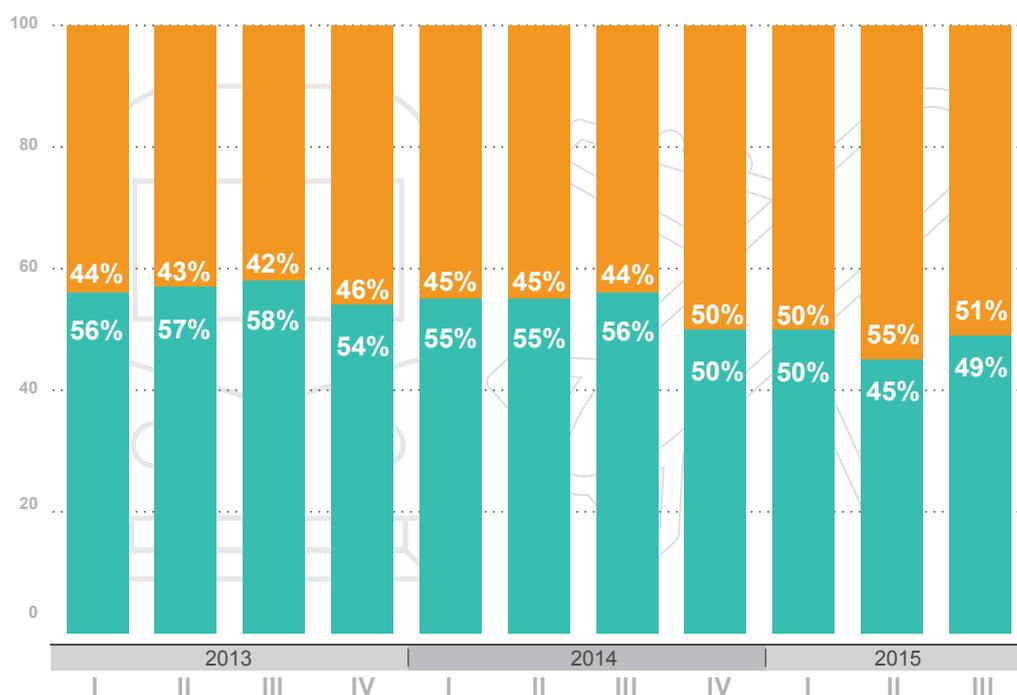


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Milano, nonostante non abbia registrato una variazione consistente della propria quota, rimane la destinazione italiana favorita dei viaggiatori d'affari, grazie anche all'evento EXPO 2015. Roma invece, aumenta la propria quota, mentre decrescono le altre destinazioni. Tra le "Altre", le destinazioni principali raggiunte dall'alta velocità sono Torino, Bologna, Firenze e Napoli.

MILANO - ROMA MERCATO BUSINESS QUOTA DI MERCATO TRENO / AEREO

■ Air ■ Rail



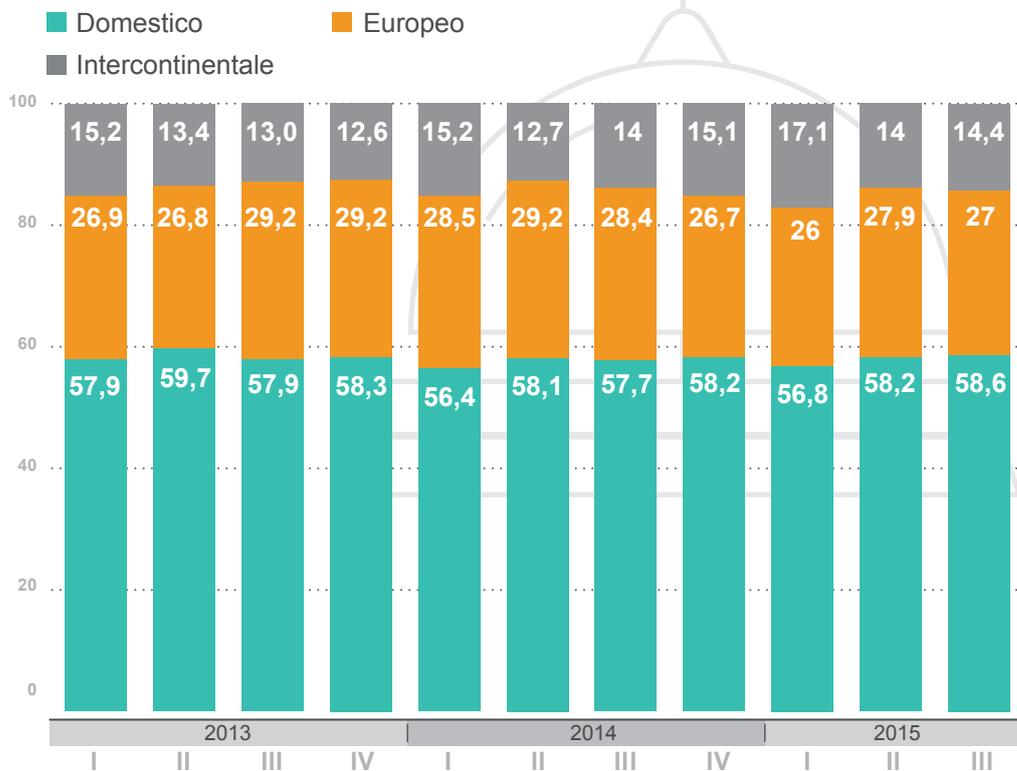
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Nell'ultimo triennio abbiamo assistito ad un cambiamento delle abitudini di chi viaggia per affari grazie all'alta velocità che ha ridotto il tempo di trasferta tra Roma e Milano. Il 2015 vede il previsto sorpasso del treno sull'aereo: nel 3° Trim. 2015 il mezzo preferito è stato il treno con una quota pari al 51 per cento sul totale. Rispetto al 2013 il treno ha guadagnato 9 punti percentuali e dimostra un cambio importante delle abitudini di viaggio.



L'hôtellerie evidenzia nel 3° Trim. 2015 minori volumi di spesa rispetto all'anno precedente sul territorio nazionale con una percentuale di quasi il 60 per cento. Il segmento europeo ha visto un decremento della sua quota di mercato, in particolar modo nell'ultimo trimestre considerato. La spesa negli hotel di destinazioni intercontinentali, invece, è rimasta costante rispetto all'anno precedente.

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI HÔTELLERIE

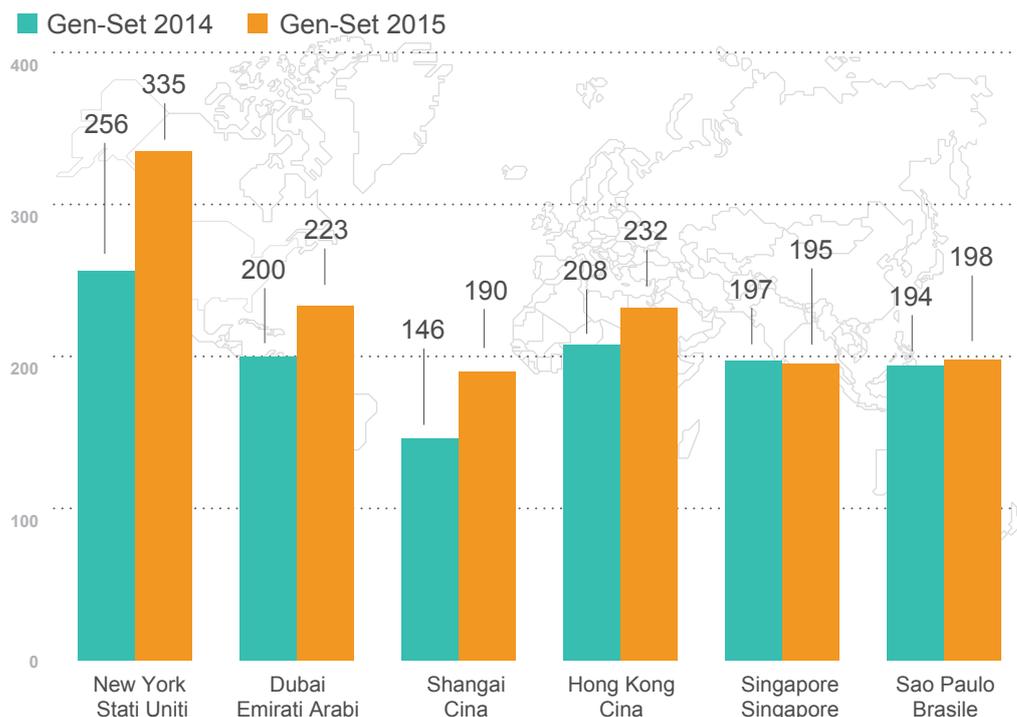


BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio per room night nelle principali destinazioni intercontinentali è aumentato per tutte le destinazioni citate ad eccezione di Singapore che subisce una lieve riduzione. New York risulta la città più cara nella quale per il pernottamento si spende in media 335 euro a notte. Seguono Hong Kong e Dubai, entrambe cresciute di 11,5 punti percentuali.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI INTERCONTINENTALI

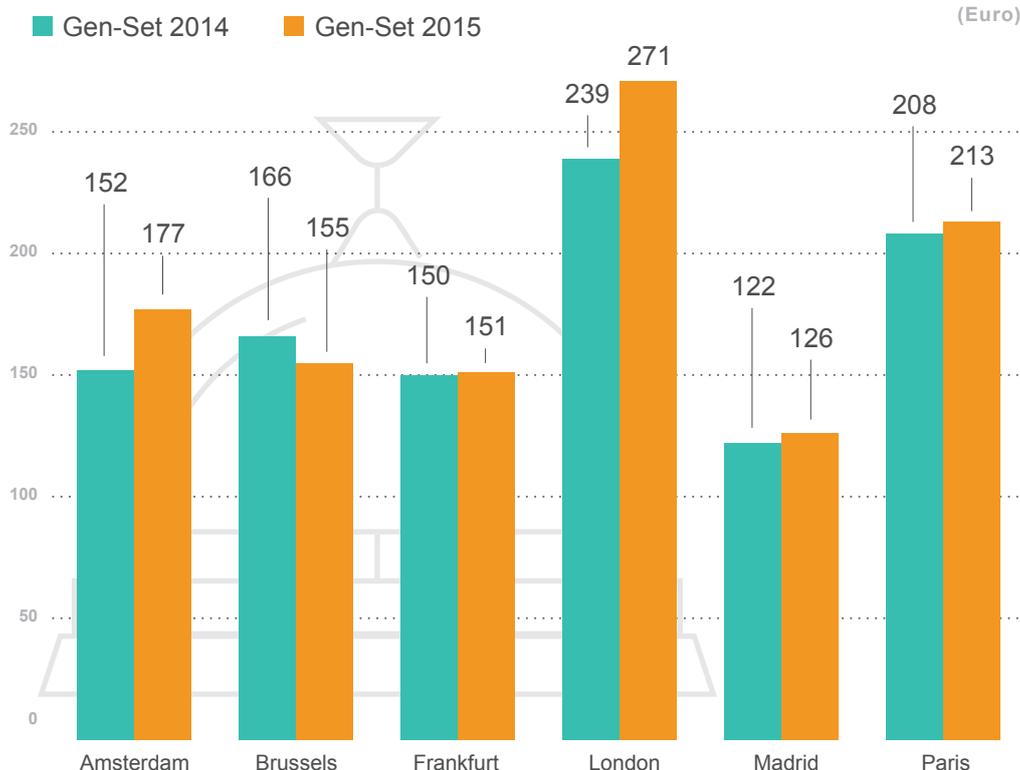
(Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express



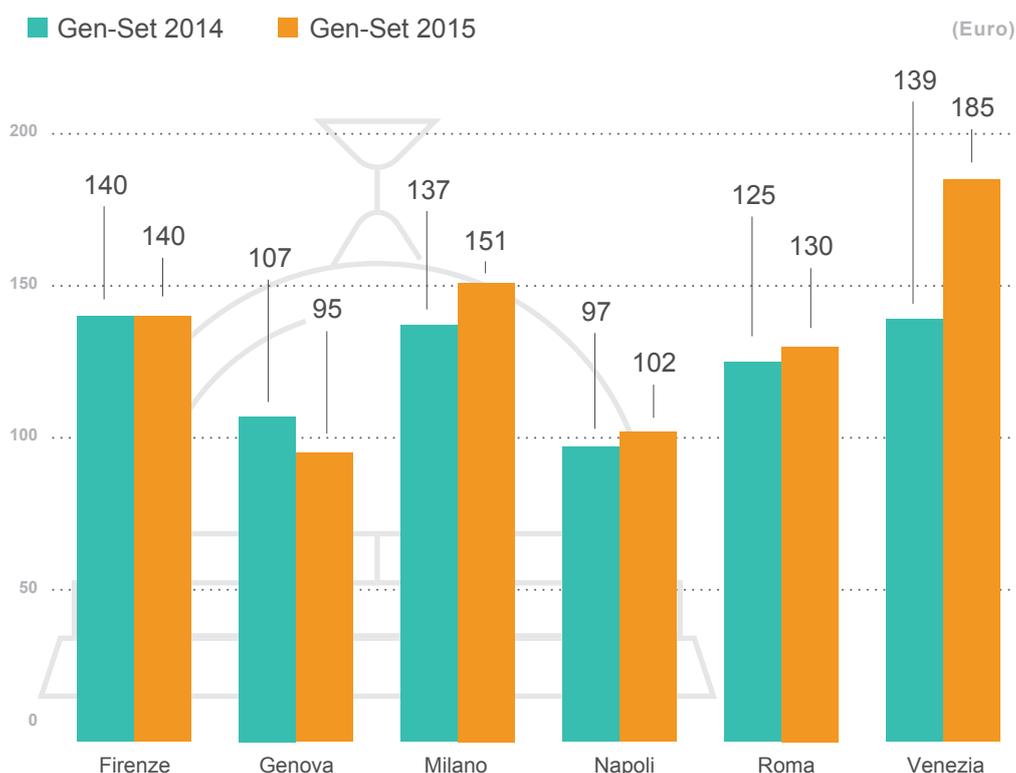
COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI EUROPEE



BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Tra Gen. e Set. 2015 la città tra le più costose in cui pernottare in Europa si riconferma Londra. Seguono Parigi, che aumenta di 2 punti percentuali, e Amsterdam. La città con il costo medio per room night più conveniente dove soggiornare rimane Madrid.

COSTO MEDIO PER ROOM NIGHT PRINCIPALI DESTINAZIONI NAZIONALI



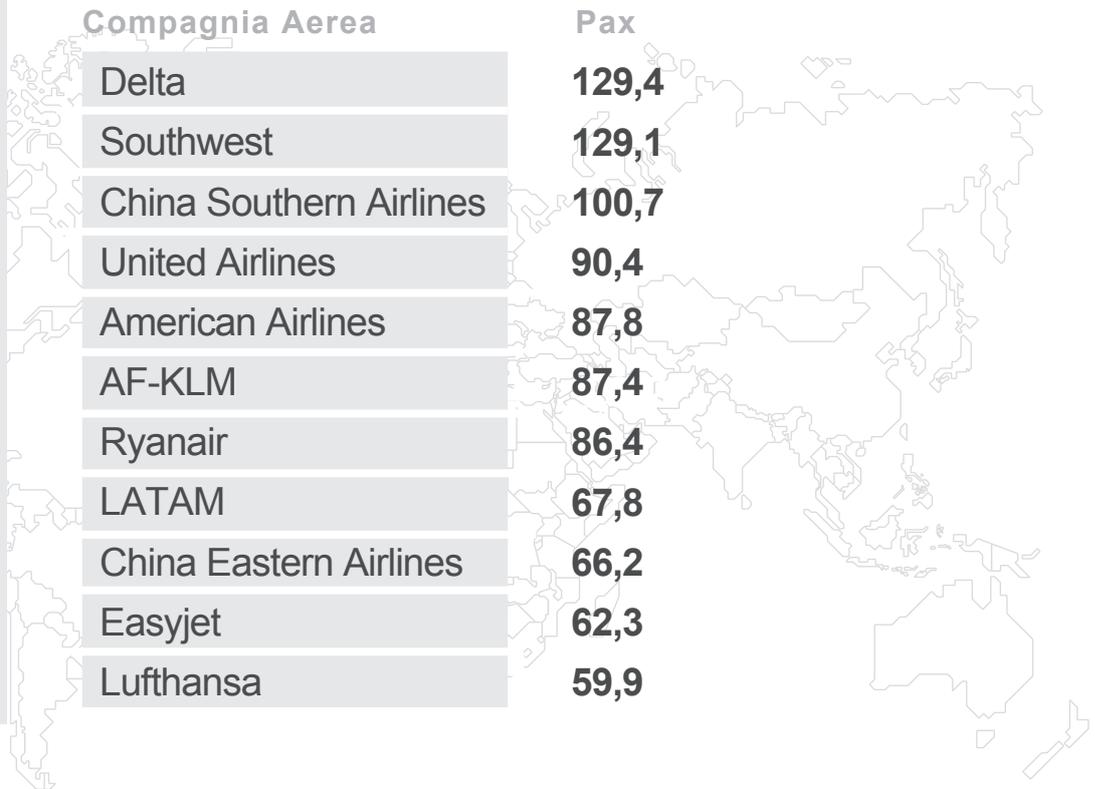
BUSINESS TRAVEL SURVEY di Uvet American Express

Il costo medio per room night nel mercato domestico durante il 2015 è aumentato in tutte le principali destinazioni ad eccezione di Firenze, rimasto costante, e Genova calato di 11 punti percentuali. La città dove pernottare ha un costo maggiore rimane Venezia, seguita da Milano e Firenze.



RANKING COMPAGNIE AEREE 2014

A livello globale le principali compagnie sono quelle americane. Si evidenzia come in terza posizione sia tuttavia entrata la cinese China Southern Airlines, dietro Delta e Southwest. La classifica non somma i dati dei diversi gruppi e per tale ragione Lufthansa risulta solo in undicesima posizione con 59,9 milioni di passeggeri. Questo è lo stesso metodo che adotta la IATA, che considera una compagnia unica solo laddove si è arrivata ad una fusione completa. Si denota la crescita dei vettori low cost europei, che tramite Ryanair ed Easyjet occupano due posizioni nella top ten globale.

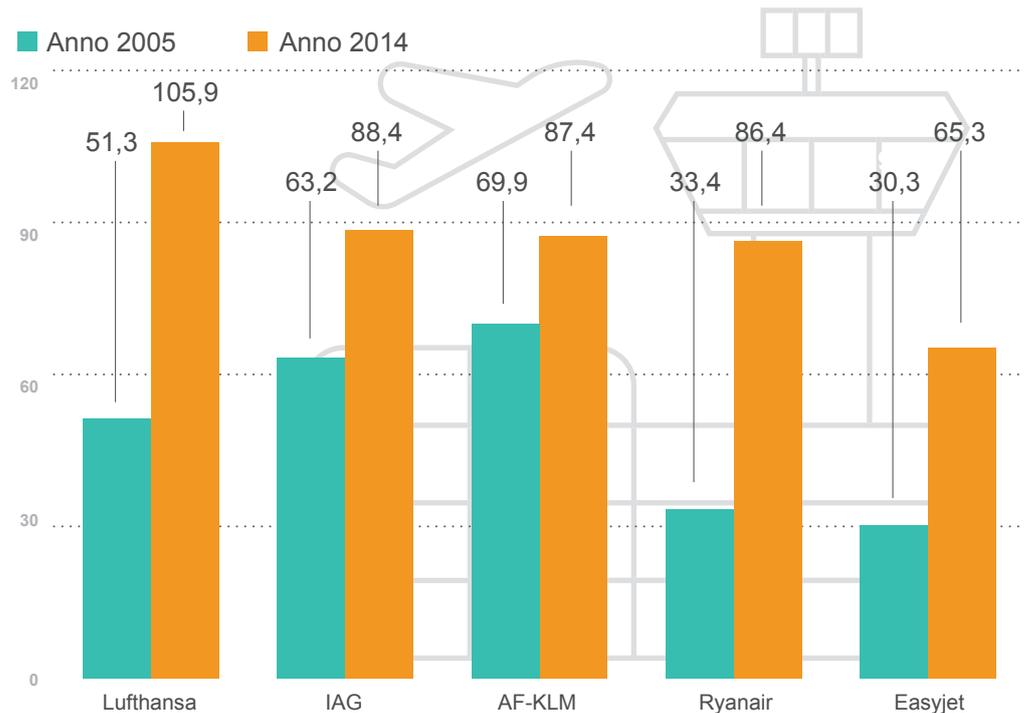


Fonte: Analisi CRIET su dati IATA

COMPAGNIE AEREE IN EUROPA

(mln di pax)

A livello europeo e considerando i vari gruppi, la posizione di leadership in termini di passeggeri trasportati nel 2014 è del gruppo Lufthansa. In seconda posizione è entrata IAG, grazie all'acquisizione della compagnia low cost Vueling, mentre in quarta posizione si trova la prima low cost mondiale, Ryanair. Tra il 2005 e il 2014, nonostante la grave crisi economica attraversata, tutti i primi cinque vettori hanno visto crescere il traffico passeggeri. In particolare, alcuni operatori sono cresciuti tramite crescita interna, quali Ryanair o Easyjet, mentre altri tramite fusioni ed incorporazioni, quali Lufthansa o il gruppo IAG.

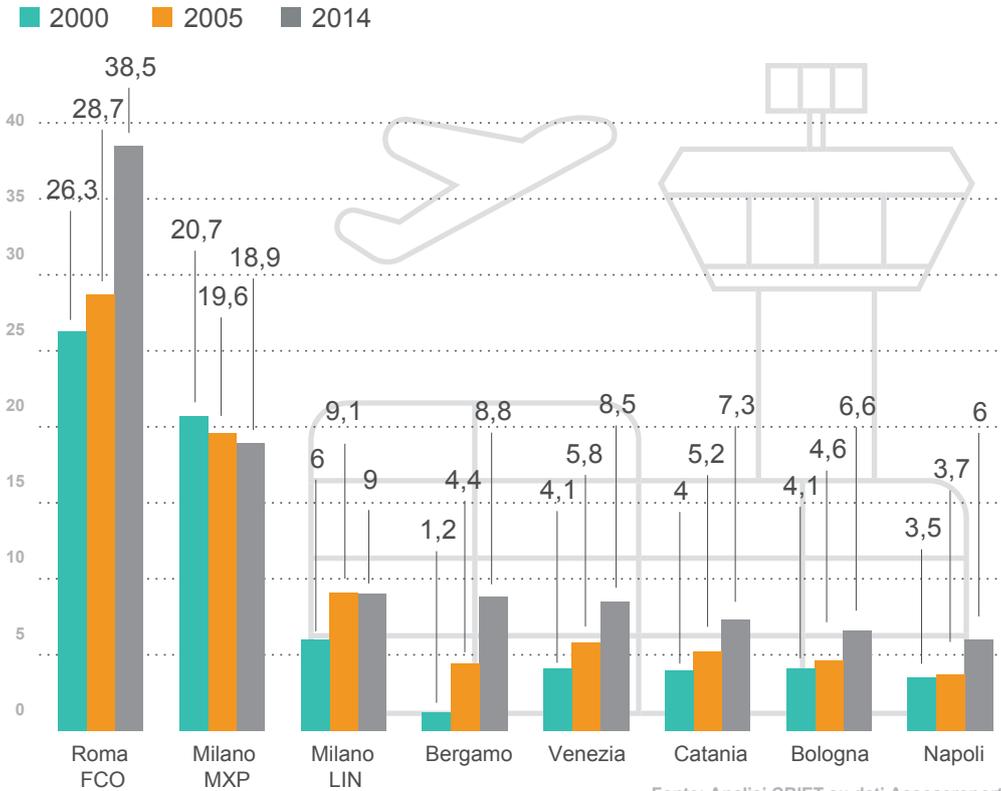


Fonte: Analisi CRIET su dati bilancio compagnie aeree



LO SVILUPPO DEGLI AEROPORTI ITALIANI

(in milioni di passeggeri annui)

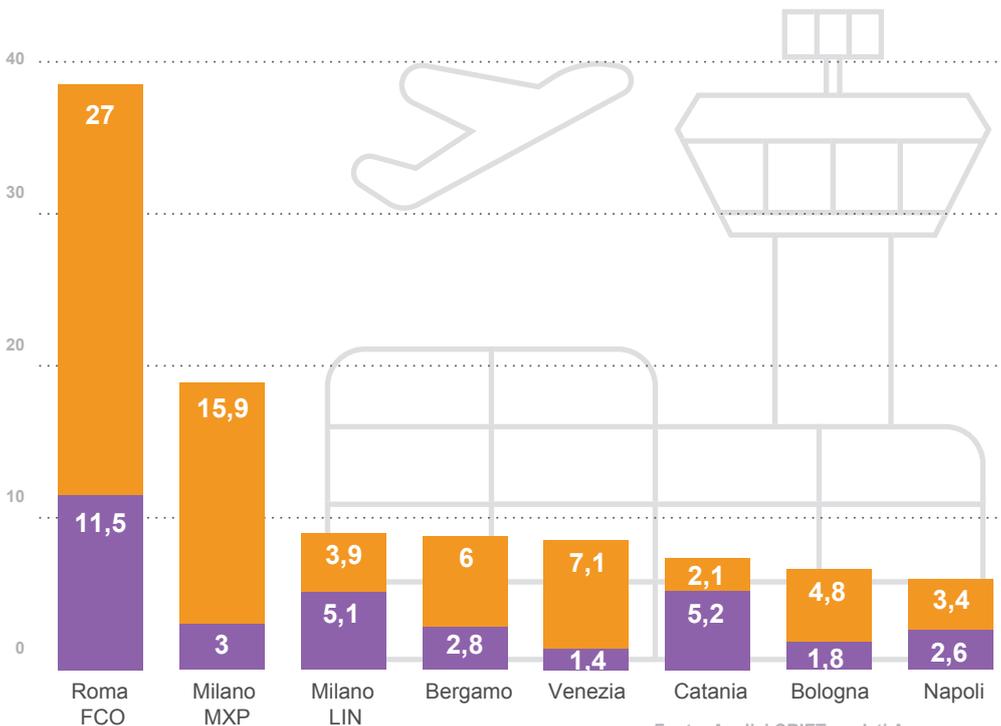


Fonte: Analisi CRIET su dati Assoaeroporti

Grazie alla liberalizzazione europea, tutti i maggiori aeroporti italiani hanno visto una forte crescita del traffico aereo negli ultimi quindici anni. Roma Fiumicino è arrivato quasi a 40 milioni di passeggeri, mentre solamente Milano Malpensa ha visto una riduzione del traffico. Bergamo Orio al Serio è lo scalo che ha conosciuto una maggiore dinamicità, arrivando ad essere il quarto scalo italiano per numero di passeggeri, grazie alla propria focalizzazione sul traffico low cost. Nell'ultimo decennio, nonostante la forte crisi economica attraversata dall'Italia, si è notata anche la forte crescita del traffico di aeroporti quali Venezia, Catania, Bologna e Napoli.

PRINCIPALI AEROPORTI ITALIANI PER TRAFFICO PASSEGGERI NEL 2014

■ Domestici ■ Internazionali



Fonte: Analisi CRIET su dati Assoaeroporti

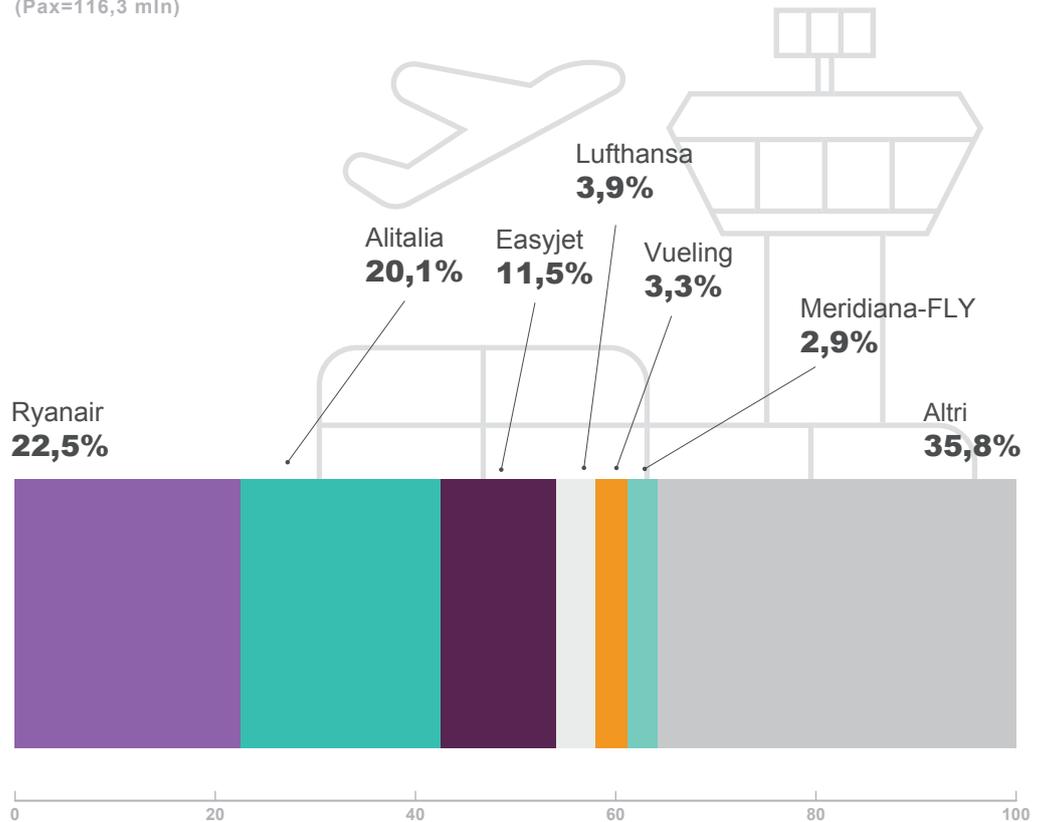
Roma Fiumicino è l'unico vero aeroporto in grado di competere con i grandi scali europei e globali, in termini di numero di passeggeri trasportati. Oltre due terzi del traffico dello scalo romano sono passeggeri internazionali, ma l'aeroporto rimane il primo scalo anche per numero di passeggeri domestici. Questo deriva dal fatto che Alitalia ha mantenuto il proprio hub proprio su Roma Fiumicino. Milano Malpensa è invece focalizzato sul traffico internazionale, mentre Linate su quello domestico. Tra gli altri importanti aeroporti italiani si vede la specializzazione di Venezia sul traffico internazionale, mentre Catania su quello domestico.



Nel 2014 il primo vettore in Italia per numero di passeggeri trasportati è stata la compagnia low cost Ryanair. Il vettore irlandese ha ormai il 22,5 per cento della quota di mercato. In seconda posizione è scesa Alitalia che ha circa il 20 per cento della market share, mentre Easyjet si trova in terza posizione. Si denota la crescita di Vueling nel mercato italiano, essendo ormai entrata la compagnia nella top cinque italiana. Il numero complessivo di passeggeri è stato di 116,3 milioni di passeggeri, poiché per gli arrivi e le partenze del mercato domestico, i passeggeri sono stati considerati solamente una volta.

MARKET SHARE 2014

(Pax=116,3 mln)

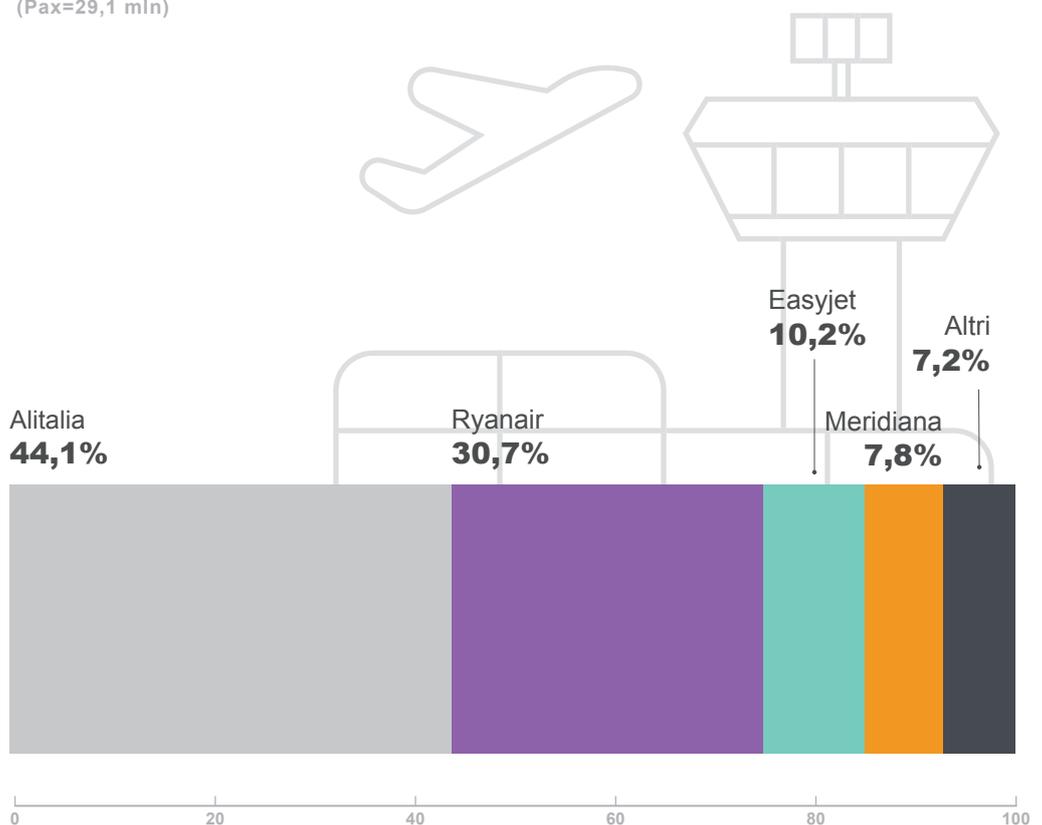


Fonte: Analisi CRIET su dati ENAC

Considerando solo il mercato interno italiano, Alitalia mantiene la propria leadership. Storicamente il vettore ha sempre visto un'importante quota di mercato nelle proprie mani. Si evidenzia tuttavia la forte crescita di Ryanair che ha ormai catturato il 30,7 per cento della quota di mercato. Il mercato domestico è molto più concentrato rispetto a quello complessivo, dato che i primi tre operatori hanno l'85 per cento del mercato. Il numero di passeggeri complessivo del mercato domestico è di poco superiore a 29 milioni.

MARKET ITALIANO DOMESTICO NEL 2014

(Pax=29,1 mln)

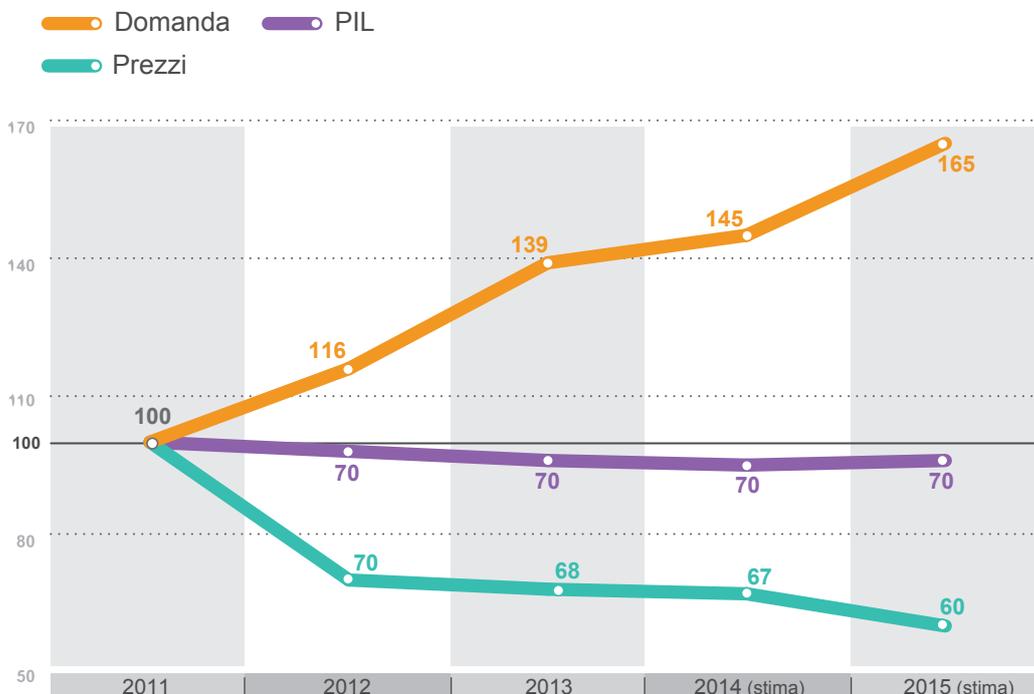


Fonte: Analisi CRIET su dati ENAC



MERCATO AV - QUATTRO ANNI DI CONCORRENZA

(anno base 2011 = 100)

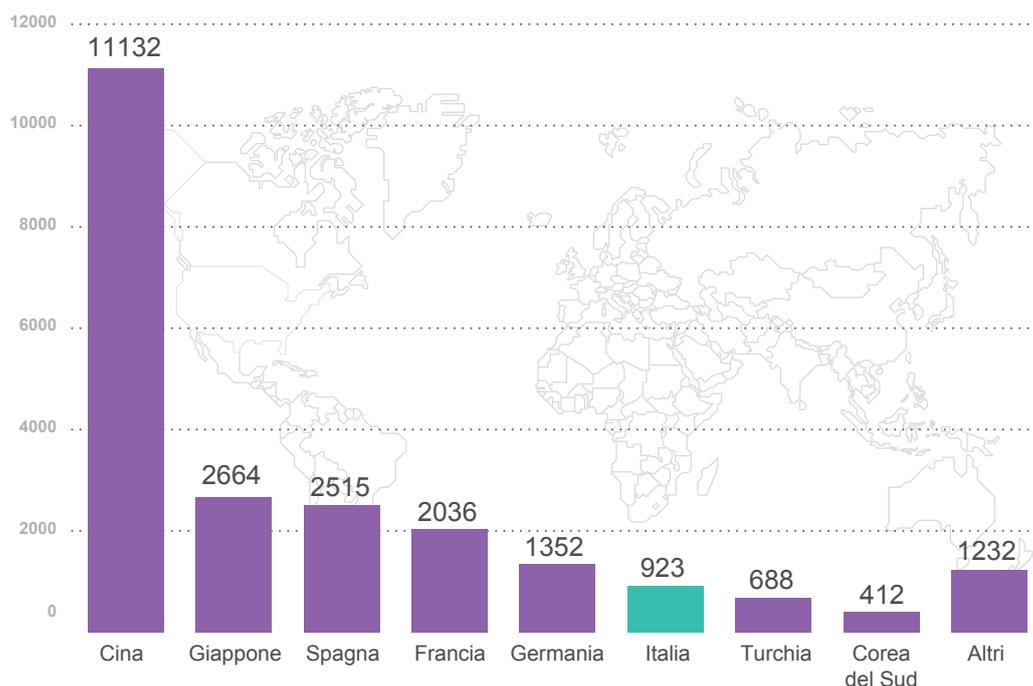


Fonte: Analisi CRIET

I benefici della concorrenza per i consumatori sono stati evidenti negli scorsi anni nel mercato del trasporto aereo. La maggiore competizione ha portato ad una forte crescita del mercato in termini di numero di passeggeri trasportati e una diminuzione dei prezzi. Lo stesso fenomeno si è evidenziato grazie all'entrata della concorrenza nel mercato dell'alta velocità. Con l'entrata di Italo sul mercato, la domanda è cresciuta di circa il 65 per cento, mentre i prezzi sono caduti in media del 40 per cento. I consumatori hanno beneficiato di queste nuove condizioni, nonostante nel periodo 2001 - 2015 il prodotto interno lordo sia caduto di quattro punti percentuali.

KM ALTA VELOCITÀ NEL MONDO

(A fine 2014)



Fonte: Analisi CRIET su dati UIC

In termini di chilometri di alta velocità costruiti, l'Italia si trova in sesta posizione a livello globale. Il primo player globale è la Cina, con oltre 11 mila chilometri di alta velocità in operazione, seguita dal Giappone e dalla Spagna. I nuovi completamenti di linea AV spagnoli, permetteranno al paese iberico di sopravanzare il paese nipponico entro la fine del 2015. L'Italia è l'unico caso in cui si è aperta alla piena concorrenza nel segmento alta velocità e i benefici sono stati evidenti per tutti i viaggiatori italiani.



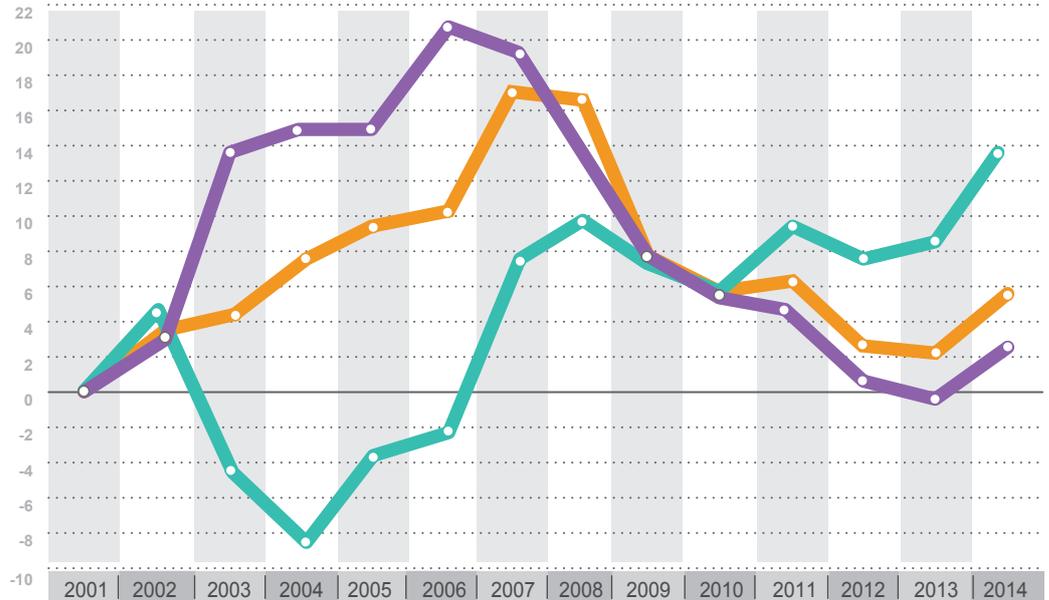
I dati mostrano che il mercato dei viaggi d'affari delle imprese italiane si è fermato nel 2014 a 30,8 milioni di trasferte, con un incremento su base annua di 3,1 punti percentuali.

In ottica pluriennale il dato 2014 riporta il numero di viaggi al livello del 2011 – quando si è materializzata la “double deep recession” dell’economia italiana e rafforza la tendenza positiva del trend di lungo periodo sostenuto strutturalmente dalla spinta alla delocalizzazione della nostra industria.

Dinamica dei viaggi d'affari

I viaggi d'affari delle imprese italiane (2001 - 2014)

V_tot; 2001 = 29mln V_naz, 2001 = 21mln
V_int; 2001 = 8mln

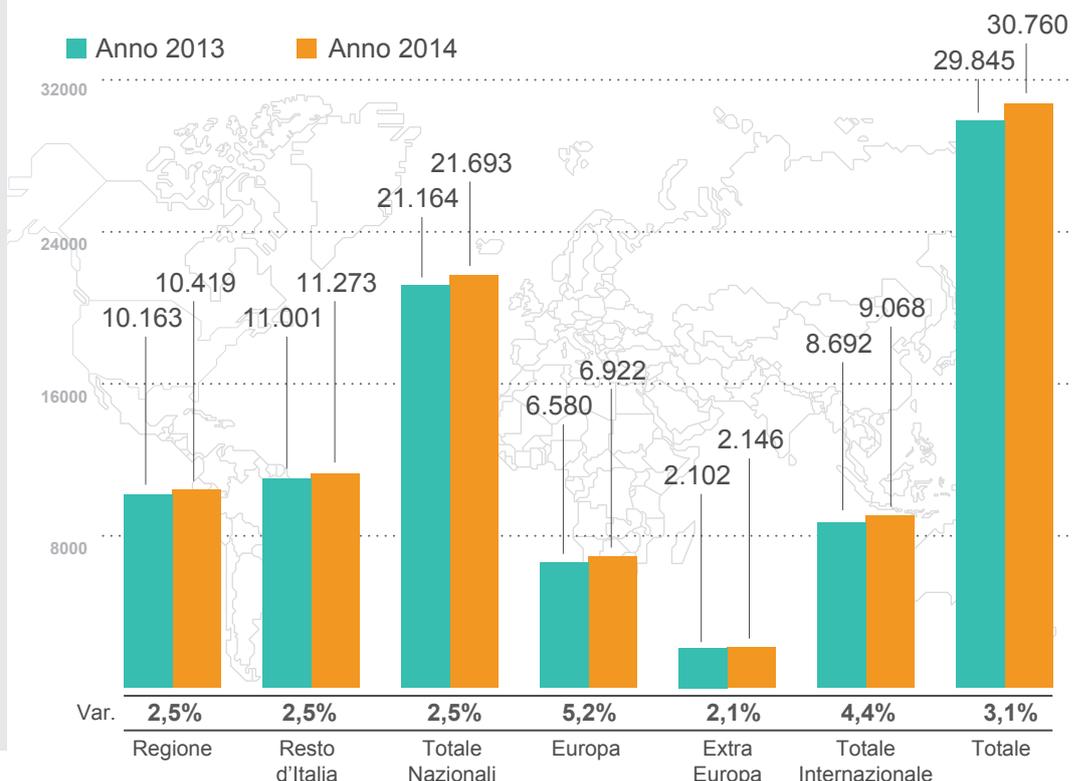


BUSINESS TRAVEL SURVEY / OBТ di Uvet American Express

VIAGGI D'AFFARI PER DESTINAZIONE

(valori assoluti x 1000)

Anno 2013 Anno 2014



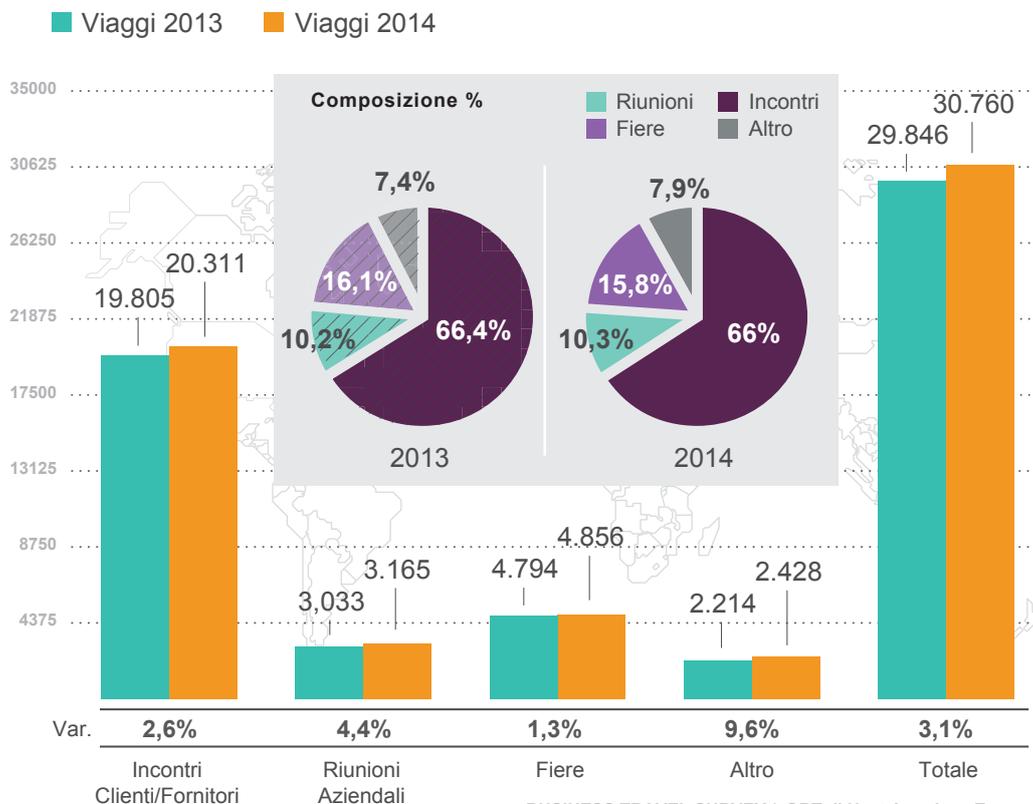
BUSINESS TRAVEL SURVEY / OBТ di Uvet American Express

Tutti i mercati sono in crescita ma la differenza rispetto agli anni passati la fa il mercato nazionale (+2,5%). L'incremento può essere spiegato dal lato della domanda, nella timida ripresa del clima di fiducia delle famiglie e dell'occupazione; dal lato dell'offerta, nelle migliorate condizioni di liquidità. A guidare la crescita è, però il mercato internazionale (+4,4%), con il segmento europeo in decisa crescita (+5,2%). Positivo anche il segmento intercontinentale (+2,1%) seppure frenato dall'indebolimento della domanda di quei paesi emergenti che negli ultimi anni hanno trainato la crescita dei viaggi delle imprese italiane.



VIAGGI D'AFFARI PER MOTIVAZIONE

Valori assoluti (x1000)

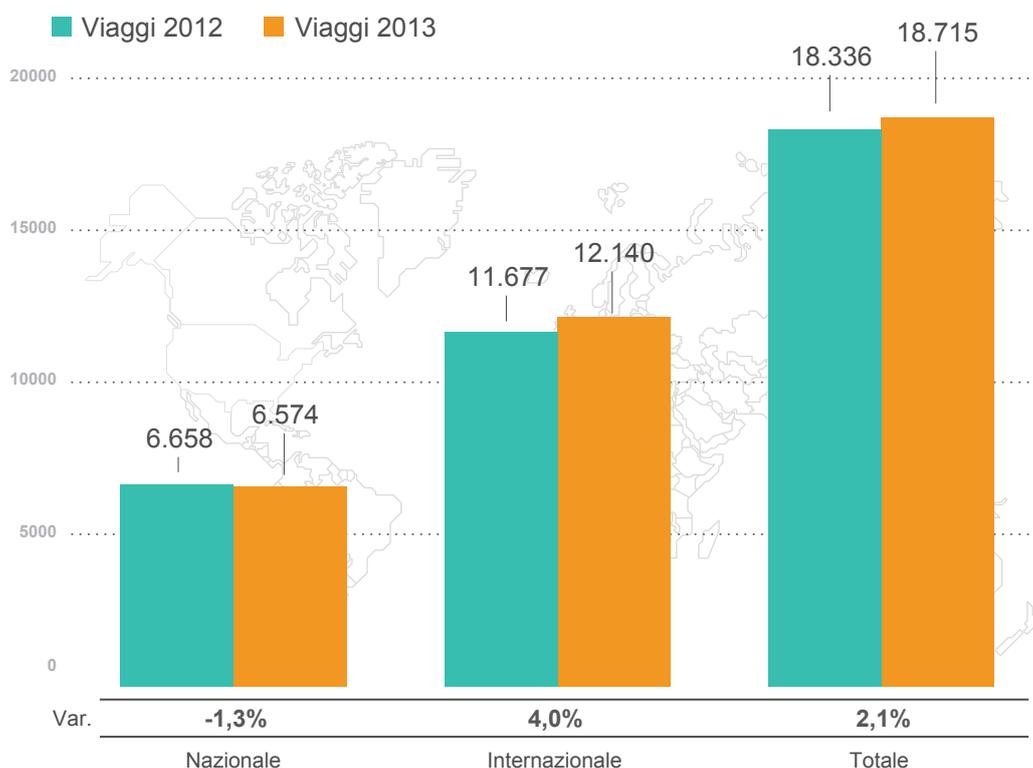


BUSINESS TRAVEL SURVEY / OBT di Uvet American Express

L'analisi per motivazione, mostra un 2014 favorevole soprattutto ai viaggi collettivi. Spicca il +9,6% del segmento "altro", che certifica la rinascita del segmento congressuale dopo anni di difficoltà, e il +4,4% delle riunioni (inter)aziendali trainate dalla buona performance del terziario, il segmento dove la produzione richiede più frequenti incontri di progettazione e coordinamento. La partecipazione a fiere mostra una crescita contenuta rispetto a quella generale (+1,3%) ed anche i viaggi individuali per incontrare clienti e fornitori (+2,6%) perdono quota di mercato arrivando a rappresentare il 66% del mercato.

SPESA PER DESTINAZIONE

(milioni di Euro)



BUSINESS TRAVEL SURVEY / OBT di Uvet American Express

Nel 2014 la spesa per viaggi d'affari delle imprese private italiane a prezzi correnti è salita a quota 19,1 miliardi di euro, in crescita del 2,1% rispetto ai livelli dell'anno precedente. Positiva anche la performance della componente internazionale (+1,6%), nonostante una importante riduzione dei prezzi dei biglietti aerei internazionali (-2,9% nella media annua secondo ISTAT, 2014) solo parzialmente bilanciata dalla crescita nei prezzi dell'alloggio.



INTRODUZIONE

Continua la collaborazione con SEA, società che gestisce e sviluppa il sistema aeroportuale per gli aeroporti di Milano Malpensa e Milano Linate, garantendo tutti i servizi e le attività connesse.

Di seguito, quindi, grazie alla banca dati SEA, i dati principali inerenti alle compagnie aeree e alle destinazioni nazionali, europee ed intercontinentali dei due aeroporti Milano Linate e Milano Malpensa inerenti al traffico passeggeri.

Segmentando il traffico geografico in 3 cluster, si ottiene una panoramica della rilevanza dei voli europei, nazionali ed intercontinentali nei due aeroporti milanesi. Linate, che è caratterizzata da un'offerta di voli nazionali ed internazionali, vede poco più della metà dei propri movimenti dedicati al mercato domestico, mentre Malpensa si conferma l'aeroporto internazionale di Milano, in cui i voli nazionali sono solo il 14 per cento, mentre quelli intercontinentali ed europei raggruppano rispettivamente il 27 e il 59 per cento del totale. Dal grafico emerge come quest'anno sia aumentato il traffico intercontinentale, di ben 40 punti percentuali rispetto al 2014.

TRAFFICO PASSEGGERI PER AREA GEOGRAFICA

(valori assoluti x 1000)

Linate

	oct13-sep14	oct14-sep15	shr	Δ%
Nazionale	5.160.318	4.995.365	53%	-3,2%
Europa	3.795.899	4.451.531	47%	17,3%
Totale Pax	8.956.217	9.446.896	100%	5,5%

Malpensa

	oct13-sep14	oct14-sep15	shr	Δ%
Europa	10.662.967	10.682.800	59%	0,2%
Nazionale	2.775.104	2.552.907	14%	-8,0%
Intercontinentale	4.802.389	4.998.549	27%	40%
Totale Pax	18.240.460	18.234.256	100%	0,0%

Fonte: SEA AEROPORTI MILANO



TRAFFICO PASSEGGERI EUROPEO DAGLI AEROPORTI LINATE E MALPENSA

Valori assoluti (x1000)

SISTEMA	oct13-sep14	oct14-sep15	Δ%
LONDON	1.749.632	1.838.738	5,1%
PARIS	1.532.282	1.665.195	8,7%
AMSTERDAM	902.621	967.433	7,2%
FRANKFURT	746.237	755.281	1,2%
MADRID	742.106	734.185	-1,1%
BARCELONA	697.487	699.864	0,3%
BRUSSELS	508.863	533.602	4,9%
ISTANBUL	431.240	474.189	10,0%
COPENHAGEN	441.486	428.190	-3,0%
MUNICH	321.990	422.129	31,1%
ALTRI	6.384.922	6.615.525	3,6%
Totale complessivo	14.458.866	15.134.331	4,7%

Raggruppando i due aeroporti si ottiene una visione globale del traffico europeo in ambito Leisure e Business nell'area milanese. Emerge una crescita complessiva del traffico europeo nel 2015 di quasi 5 punti percentuali rispetto al 2014. Al primo posto Londra, che con un aumento di 5,1 punti percentuali rispetto all'anno precedente rappresenta il 12 per cento del totale del traffico europeo dei due aeroporti. Seguono Parigi e Amsterdam. In calo le destinazioni come Madrid e Copenhagen. Mentre le altre principali destinazioni del Vecchio Continente sono cresciute negli ultimi 12 mesi.

Fonte: SEA AEROPORTI MILANO

TRAFFICO INTERCONTINENTALE DEI PASSEGGERI DA MALPENSA

In passeggeri (1 X 1.000)

MALPENSA	oct13-sep14	oct14-sep15	Δ%
NEW YORK	757.875	813.278	7,3%
DUBAI	540.103	602.258	11,5%
DOHA	233.633	282.519	20,9%
TEL AVIV	221.671	235.160	6,1%
CASABLANCA	211.793	198.738	-6,2%
ABU DHABI	153.537	193.509	26,0%
HONG KONG	174.797	175.270	0,3%
CAIRO	212.787	175.044	-17,7%
SHANGHAI PU DONG	116.441	145.837	25,2%
SAO PAULO	138.838	138.748	-0,1%
ALTRI	2.040.914	2.038.188	-0,1%
Totale complessivo	4.802.389	4.998.549	4,1%

I voli intercontinentali registrati a Malpensa vedono ritornare New York in testa alla classifica seguita Dubai, Doha e Tel Aviv. In forte crescita rispetto a 12 mesi fa, Doha, Abu Dhabi e Shanghai, tutte con segno più di oltre 20 punti, mentre in calo Casablanca e Cairo.

Fonte: SEA AEROPORTI MILANO



Alitalia anche quest'anno rimane leader nei voli che partono da Linate con un aumento della propria quota di 1,4 punti percentuali. Segue Meridiana, che perde passeggeri. Linate vede nuovi servizi per quanto riguarda Air Berlin.

QUOTE DI MERCATO AEROPORTO DI LINATE

Market share (anno rolling 2015/2014)

Linate

	oct13-sep14	oct14-sep15	Δ%
Alitalia	5.442.110	5.515.717	1,4%
Meridiana	744.200	722.757	-2,9%
British Airways	494.747	509.572	3,0%
Air France	419.180	464.121	10,7%
Easyjet	473.566	415.968	-12,2%
Klm	374.768	371.636	-0,8%
Gruppo Lufthansa	390.882	354.256	-9,4%
Air Berlin		284.419	100,0%
Iberia	198.023	203.039	2,5%
Brussels Airlines	120.920	134.449	11,2%
altri	297.821	470.962	58,1%
Totale complessivo	8.956.217	9.446.896	5,5%

Fonte: SEA AEROPORTI MILANO

Dal punto di vista dei principali vettori che operano a Malpensa, Easyjet riconferma la sua leadership con una crescita pari a quasi 4 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Aumentano significativamente il numero di passeggeri che viaggiano con Emirates e Vueling. Anche per questo aeroporto, perde quota la compagnia area Meridiana.

QUOTE DI MERCATO AEROPORTO DI MALPENSA

Market share (anno rolling 2015/2014)

Malpensa

	oct13-sep14	oct14-sep15	Δ%
Easyjet	6.460.202	6.713.830	3,9%
Gruppo Lufthansa	1.091.013	1.072.678	-1,7%
Emirates	704.811	811.340	15,1%
Alitalia	1.016.178	767.123	-24,5%
Neos	464.149	524.201	12,9%
Turkish Airlines	433.188	452.966	4,6%
Meridiana	479.864	427.201	-11,0%
Vueling	334.567	425.714	27,2%
Tap Air Portugal	321.072	318.222	-0,9%
Aeroflot	280.547	285.555	1,8%
Altri	6.654.869	6.435.426	-3,3%
Totale Complessivo	18.240.460	18.234.256	0,0%

Fonte: SEA AEROPORTI MILANO

1-2 dicembre 2015 - Milano City MiCo



Non la solita zuppa sul turismo

La Community della Mobility, degli Eventi e del Turismo.

registrati gratuitamente su: biztravelforum.it

Global Sponsor



GLOBAL CORPORATE PAYMENTS



un evento esclusivo by:



Le precedenti edizioni della Business Travel Survey sono disponibili su:



www.uvetamex.com/bts

Per approfondimenti e/o suggerimenti contattare la:
Direzione Marketing & Comunicazione | Uvet American Express.

marketing@uvetamex.com
t. +39 02 81838031
www.uvetamex.com



UVET AMERICAN EXPRESS
GLOBAL BUSINESS TRAVEL