

AirPlus International Travel Management Study 2017

Parte 1

Una previsione sulle prenotazioni e sui costi dei viaggi d'affari

AIRPLUS. WHAT TRAVEL PAYMENT IS ALL ABOUT.

Dove ci porterà il 2017?

Diamo il benvenuto al nuovo anno con le ultimissime previsioni fresche di stampa riguardanti il mercato del travel management.

Quale impatto avrà la Brexit sul mercato? Quale fattore inciderà maggiormente sui costi? Travel manager e viaggiatori d'affari guardano ai prossimi sviluppi in modo unanime oppure si trovano in disaccordo?

Le interviste effettuate in tutto il mondo a circa 1.000 travel manager di comprovata esperienza offrono una solida base per:

- > sviluppare nuovi prodotti
- > introdurre nuovi modelli di business
- > pianificare opportunamente il budget annuale
- > adeguare i budget individuali

Abbiamo inoltre interpellato oltre 2.200 viaggiatori d'affari per avere all'interno del nostro studio anche utili insight circa i desideri di questo pubblico.



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

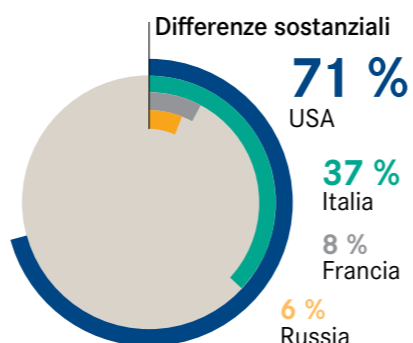
La visione dei travel manager a livello internazionale Un inizio d'anno all'insegna dell'ottimismo



Quasi il 90% esprime un outlook stabile o in crescita

Molto positive le aspettative per il 2017 da parte di chi si occupa di pianificare viaggi. Il 54% dei travel manager a livello internazionale e il 60% in Italia si aspetta lo stesso numero di viaggi di lavoro dell'anno precedente, mentre un terzo, il 37% in Italia, spera addirittura in una crescita dei volumi; solo il 10% - in Italia il 2% - teme una flessione delle prenotazioni. Ad ogni modo le attese variano notevolmente da un Paese all'altro.

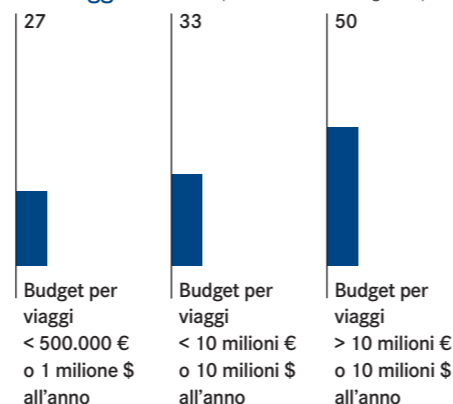
Aspettative di crescita per Paese*
(Numero di travel manager in %)



La globalizzazione sta facendo aumentare il numero dei viaggi d'affari

Il numero di viaggi previsti dipende fortemente da quanto un'azienda spende in viaggi di lavoro. Solo il 27% delle aziende a budget limitato si aspetta un incremento dei viaggi (24% le italiane), contro il 33%, 37% in Italia, delle aziende a medio budget. D'altra parte metà delle aziende internazionali che dispongono di budget sostanziosi per i viaggi, ben l'83% di queste in Italia, prevedono di aumentare i viaggi. Ciò potrebbe essere conseguenza della globalizzazione che sta facendo nascere un numero crescente di aziende multinazionali.

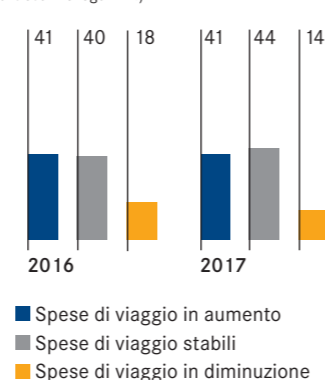
Società a livello internazionale che prevedono una crescita dei viaggi d'affari*
(Numero di travel manager in %)



Le spese salgono perché aumentano i viaggi, non i costi

Il numero di travel manager che temono l'incremento dei costi è rimasto allo stesso livello del 2016, ovvero al 41%. Aumenta invece il numero di coloro che si aspettano che i costi restino invariati. Solo pochi travel manager esprimono la speranza che i costi diminuiscano. In una tale ottica di stabilità, la crescita delle spese sarà soprattutto conseguenza di un maggior numero di viaggi effettuati anziché di prezzi più elevati.

Costi stabili o in diminuzione*
(Numero di travel manager in %)



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

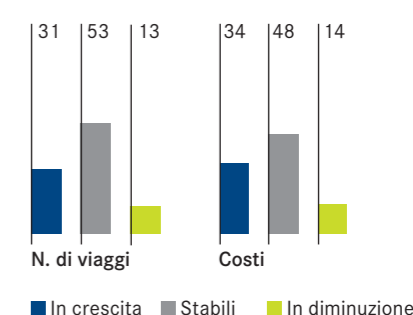
La visione dei viaggiatori d'affari a livello internazionale Sensazioni positive anche tra chi viaggia



I viaggiatori concordano sostanzialmente con i travel manager

Ben più della metà dei business traveler prevede di viaggiare nel 2017 tanto quanto nel 2016. Un buon terzo, tuttavia, si aspetta di dover fare la valigia più spesso di prima. Solo il 13% circa pensa di fare meno viaggi d'affari rispetto al passato.

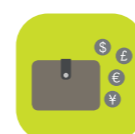
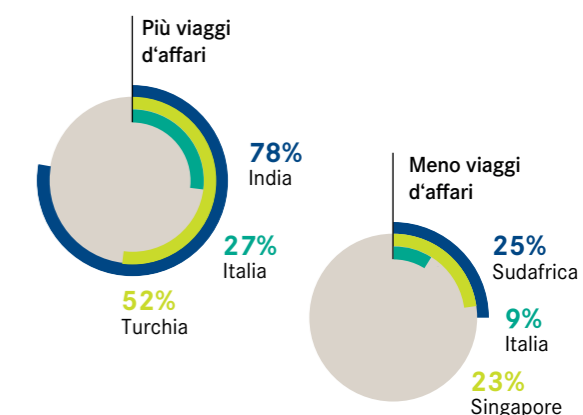
Frequenza e costi dei viaggi restano stabili*
(Numero di viaggiatori d'affari in %)



I businessmen indiani sono quelli che girano il mondo più frequentemente

Le previsioni variano sensibilmente da Paese a Paese. Quasi tre quarti degli indiani intervistati si aspettano di viaggiare più spesso di prima, così come oltre metà dei turchi. Al contrario, i viaggiatori di Sudafrica e Singapore prevedono un drastico calo dei viaggi d'affari. Singapore, Australia e Belgio sono gli unici tre Paesi che si attendono nel 2017 un numero di viaggi per lavoro inferiore rispetto al 2016. I valori dell'Italia rispecchiano la media mondiale.

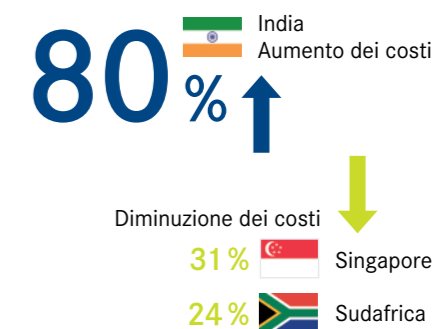
Le aspettative variano a seconda del Paese*
(Numero di viaggiatori d'affari in %)



I viaggiatori d'affari si preoccupano meno dei costi

A differenza dei travel manager, sono meno i business traveler che si aspettano una crescita significativa dei costi. Gli indiani, dal momento che hanno in agenda viaggi più frequenti, sono anche quelli che più degli altri mettono in conto spese maggiori. Al contrario, una flessione dei costi è attesa in Sudafrica e a Singapore.

Le previsioni dei costi variano*
(Numero di viaggiatori d'affari in %)



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



La visione dei travel manager a livello internazionale

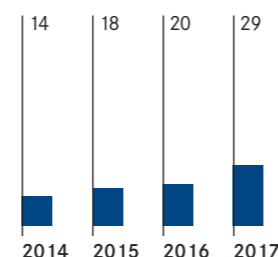
Il clima economico rimette lentamente in moto il mercato



I travel manager guardano alle prospettive economiche con più ottimismo

Rispetto agli anni passati, i travel manager interpretano le influenze macroeconomiche sul proprio mercato con maggiore ottimismo. Il 2017 è infatti il primo anno in cui il numero dei responsabili viaggi dall'atteggiamento positivo (29%) supera quello dei colleghi che esprimono un punto di vista negativo (23%).

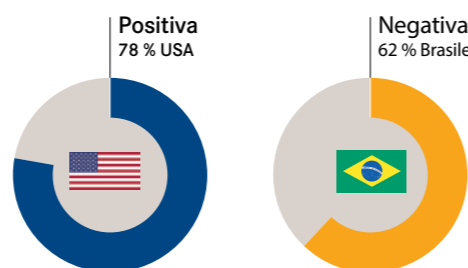
Crescono le aspettative sull'influenza dell'economia* (Numero di travel manager in %)



Gli USA staccano tutti, il Brasile fanalino di coda

Come sempre, si riscontra un'enorme differenza a seconda del Paese. Solo 7 dei 24 Paesi analizzati si aspettano una spinta positiva dall'economia, e tra essi spiccano in particolare gli Stati Uniti. Il Brasile, al contrario, sente provenire dal clima economico la stretta più forte. Una visione simile è condivisa dai travel manager sudafricani e francesi. In Italia coloro che pensano che la situazione economica avrà effetti positivi sui viaggi passano addirittura da un 25% del 2016 ad un 40% per il 2017.

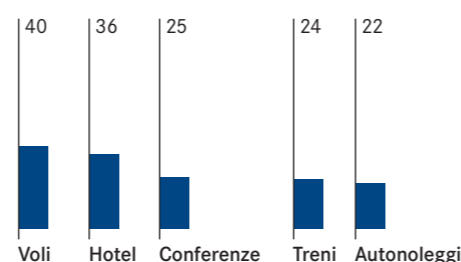
L'influenza prevista dell'economia varia sensibilmente* (Numero di travel manager in %)



Prezzi sempre più alti per le tariffe aeree

Nel confronto internazionale il 41% dei travel manager prevede un incremento dei costi dei viaggi. L'elemento più incisivo sarà probabilmente il costo dei biglietti aerei, immediatamente seguito da quello degli hotel. Pochissimi travel manager sperano infatti in costi più favorevoli per hotel e spostamenti ferroviari (11% ciascuno) e per i voli (13%).

I fattori che accrescono i costi dei viaggi* (Numero di travel manager in %)



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

La visione dei viaggiatori d'affari a livello internazionale

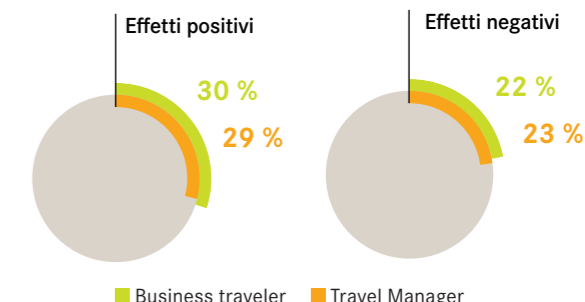
Anche chi viaggia ha fiducia nell'economia



Anche i business traveler valutano positivamente il clima economico

Nel 2016 l'aspettativa di un'influenza positiva da parte dell'economia era stata segnalata più dai business traveler che dai travel manager. Per quanto riguarda il 2017, invece, i due gruppi si trovano in accordo: un terzo dei business traveler e un terzo dei travel manager guardano all'economia con maggiori speranze.

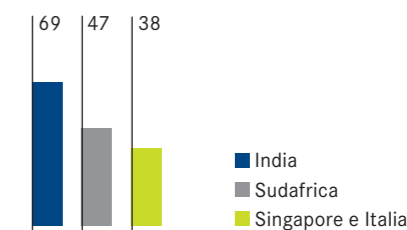
Fiducia nell'economia* (Numero di intervistati in %)



Le aspettative maggiori in India, quelle minori in Sudafrica

I business traveler indiani sono i più ottimisti nei riguardi del futuro grazie al boom che sta vivendo la loro economia. Le indicazioni più pessimiste provengono da Sudafrica, Singapore e Italia.

Opinioni divergenti circa l'influenza dell'economia* (Numero di viaggiatori d'affari in %)



Esiste un effetto Brexit?

Business traveler e travel manager esprimono opinioni totalmente divergenti rispetto all'uscita del Regno Unito dalla UE, a riprova dei contrasti che esistono generalmente su questo tema.

Travel manager

L'uscita come motore per i viaggi
Metà dei travel manager inglesi si attende un effetto positivo sui viaggi d'affari e un incremento nella frequenza dei viaggi, con un ottimismo superato solamente dai propri colleghi statunitensi. Il 59% dei travel planner britannici prevede inoltre un aumento dei costi di viaggio. Dal momento che la flessione della sterlina favorisce le esportazioni, cresce anche l'interesse verso le acquisizioni di business all'estero.

Viaggiatori d'affari

L'economia britannica frena i viaggi
Di contro, solo il 19% dei viaggiatori d'affari inglesi – un valore decisamente sotto media – è convinto che l'economia porterà effetti positivi sui viaggi d'affari. Solamente il 17% prevede un aumento dei viaggi, il terzo dato più basso raccolto dallo studio. Si attendono naturalmente tagli alle spese per i viaggi dato che la sterlina debole rende le trasferte d'affari più costose per le aziende inglesi.



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

La visione dei travel manager

Prosegue il lieve aumento dei viaggi d'affari

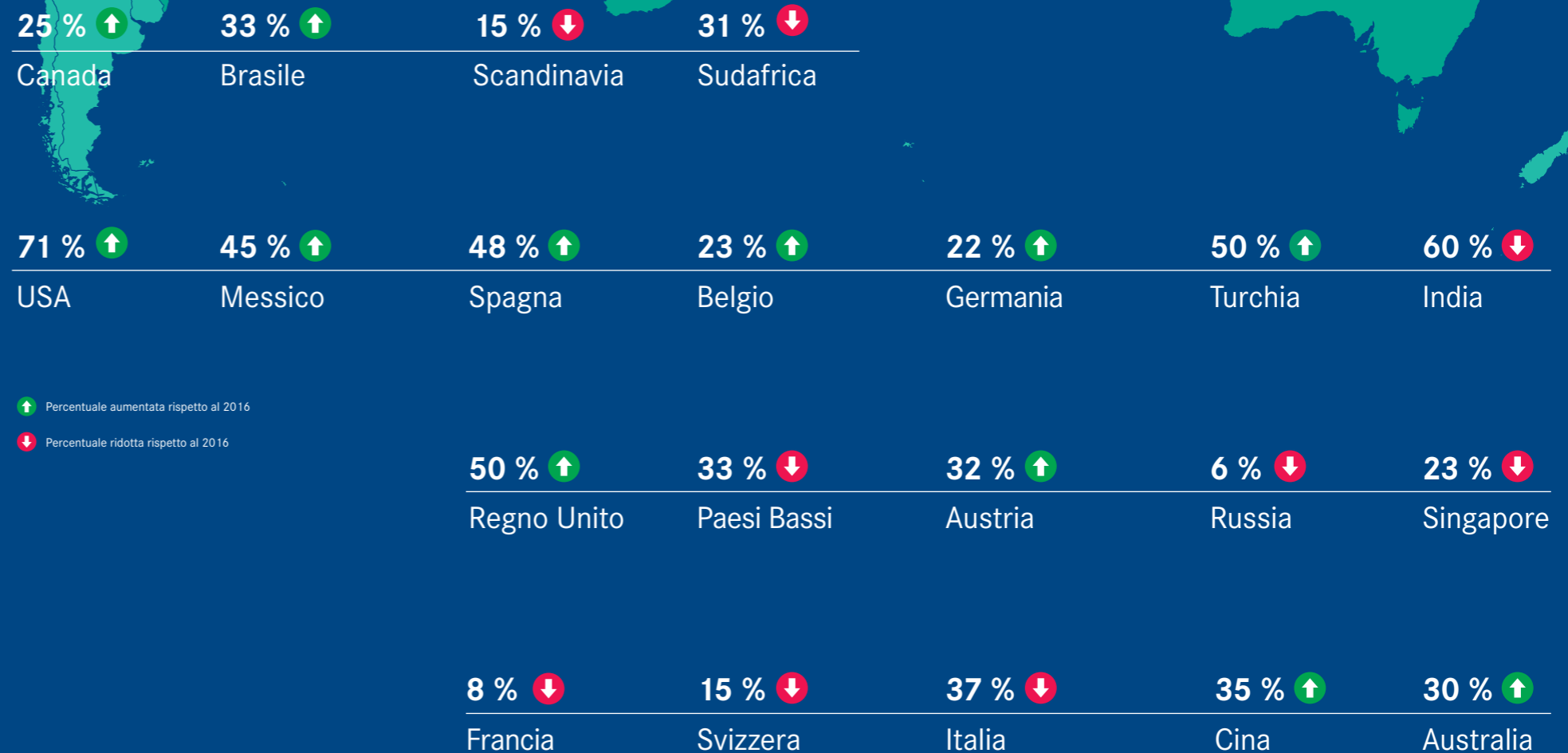
Sebbene la tendenza generale vada in direzione di una leggera crescita, vi sono notevoli differenze a seconda del Paese.

I travel manager statunitensi sono quelli che, globalmente, guardano al 2017 con le maggiori aspettative: il 71% di essi prevede infatti un più alto numero di viaggi nel nuovo anno. Si tratta di un incremento straordinario: il dato del 2016 era solamente del 26%.

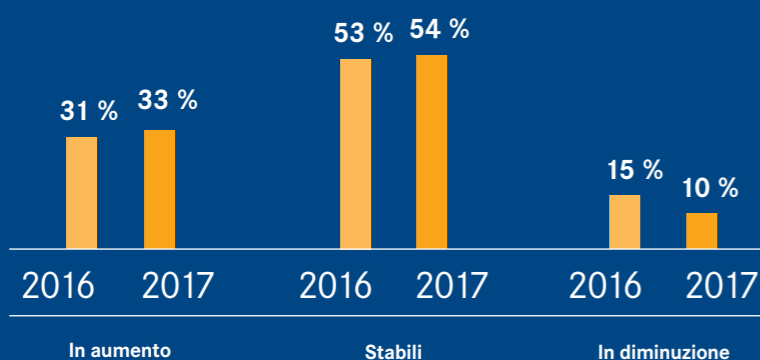
Outlook sul 2017 quasi altrettanto ottimista da parte degli indiani: grazie al boom economico e alle crescenti esportazioni, il 60% degli intervistati si aspetta una maggiore quantità di viaggi d'affari.

Se gli altri Paesi non prevedono crescite significative, nemmeno si aspettano flessioni – se non minime. In particolare la Turchia, dove nessun travel manager teme riduzioni dei viaggi d'affari. Negli Stati Uniti e in Italia il dato si ferma al 2%; in Russia e Australia al 3%.

Le ragioni di ciò sono molto diverse. Italia e Australia si stanno riprendendo solo ora da anni di difficoltà economiche. Nonostante le prospettive politiche della Turchia siano incerte, la sua economia potrebbe crescere notevolmente nel medio termine. La situazione in Russia è considerata estremamente stabile: quasi l'80% non si aspetta variazioni.



Previsioni globali sulle tendenze nei viaggi d'affari*
 (% di travel manager che ritengono che il numero di trasferte aumenterà, resterà invariato o diminuirà)



In breve

Il 2017 sarà un buon anno, solo la Brexit suscita dubbi



I travel manager guardano al futuro con fiducia

Il 33% dei travel planner di tutto il mondo si aspetta un aumento dei viaggi d'affari nel corso del 2017, mentre solo il 10% prevede una diminuzione. La maggioranza è convinta che non vi saranno variazioni nelle quantità di prenotazioni, che i costi dei viaggi resteranno stabili e che la Brexit avrà conseguenze positive. Le previsioni tuttavia cambiano notevolmente a seconda del Paese, in base alle condizioni economiche di ciascuno di essi.



I viaggiatori d'affari non sono altrettanto fiduciosi

A livello globale, i business traveler concordano con i travel manager sulla maggior parte degli argomenti. Un numero inferiore, tuttavia, si aspetta un aumento dei costi, mentre sulla Brexit è maggiormente diffuso un atteggiamento pessimista: molti temono che la debolezza della sterlina possa condurre a tagli delle spese.



2017 - Uno sguardo a costi e prenotazioni

- > Il numero di prenotazioni resterà costante con una lieve tendenza positiva
- > I costi si manterranno presumibilmente stabili o cresceranno lievemente
- > I viaggi aerei diventeranno un potenziale fattore di spinta dei costi
- > La globalizzazione porterà a un maggior numero di viaggi d'affari, specialmente per le multinazionali
- > I travel manager hanno una visione positiva della Brexit, al contrario dei business traveler

AirPlus International Srl

Via della Salute 14/2
40132 Bologna
Italia

T +39 051 4389330

F +39 051 4389332

italy@airplus.com

www.airplus.com

AirPlus International Travel Management Study 2017

Parte 2

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

AIRPLUS. WHAT TRAVEL PAYMENT IS ALL ABOUT.

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

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

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

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



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

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

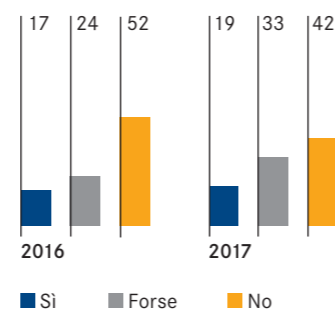


La resistenza verso i nuovi player è forte, ma in diminuzione

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

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

(N. di travel manager in %)

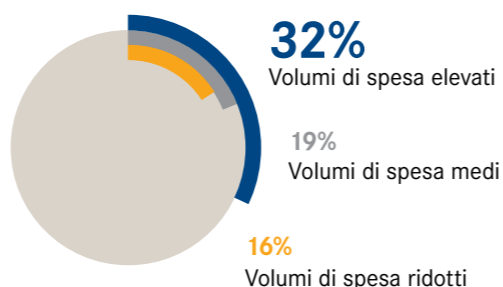


Chi spende di più ha un atteggiamento più aperto

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

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

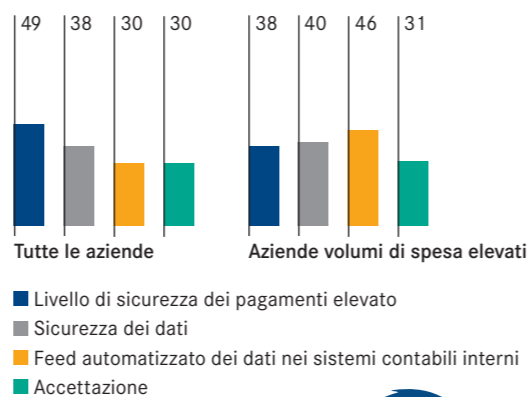
(N. di travel manager in %)



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

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

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



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

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

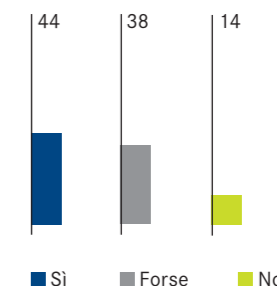


I mercati emergenti fanno strada e i pionieri del FinTech sono adottati da chi viaggia

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

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

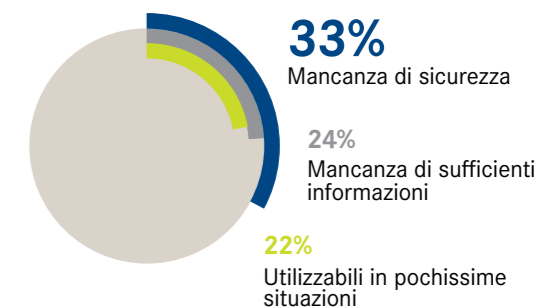
(N. di viaggiatori d'affari in %)



La sicurezza è la maggior preoccupazione di chi resta scettico

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

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



La diffusione prende il via dalla Cina

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

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

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

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



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

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

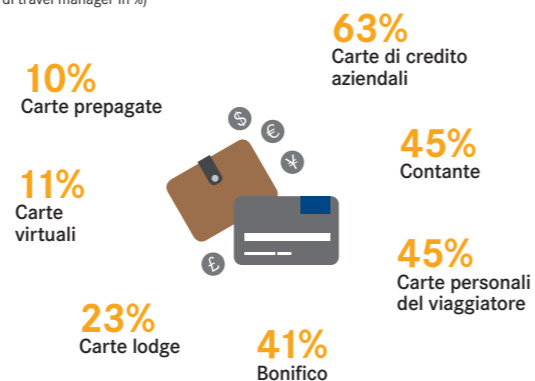
La visione dei viaggiatori d'affari a livello internazionale Le carte di credito sono ancora lo strumento numero uno



I vecchi metodi di pagamento restano in auge

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

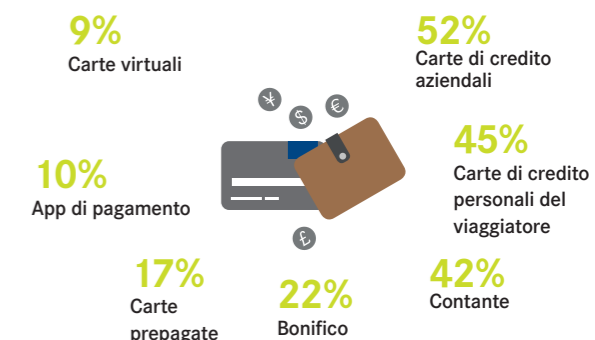
Metodi di pagamento dei viaggi* (N. di travel manager in %)



Chi viaggia continua a preferire la carta aziendale

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

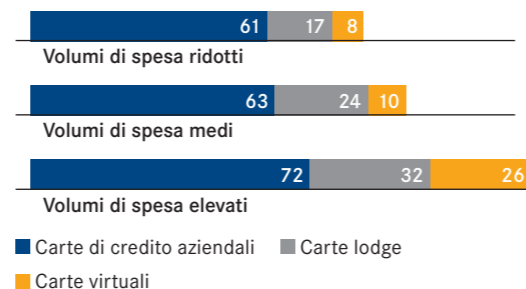
Le due opzioni di pagamento preferite nei viaggi d'affari* (N. di viaggiatori d'affari in %)



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

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

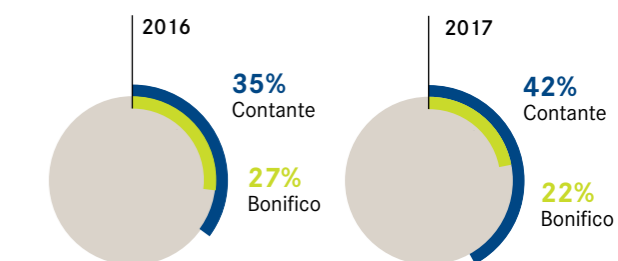
Metodi di pagamento dei viaggi* (N. di travel manager in %)



Il contante è nuovamente di moda, il bonifico sta scomparendo

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

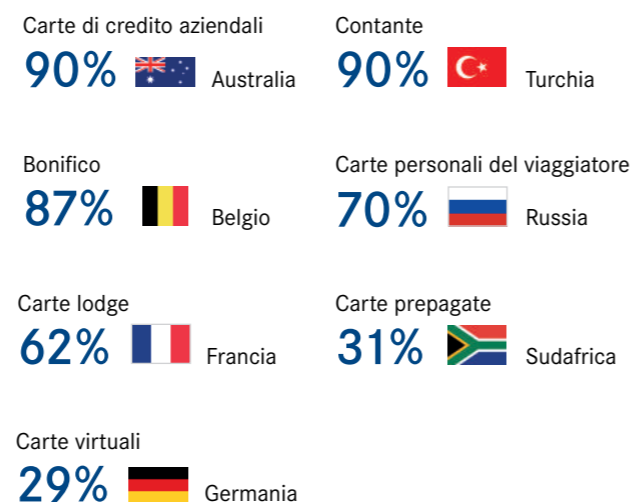
Viaggiatori che desiderano usare...* (N. di viaggiatori d'affari in %)



Le preferenze nei sistemi di pagamento variano significativamente secondo il Paese

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

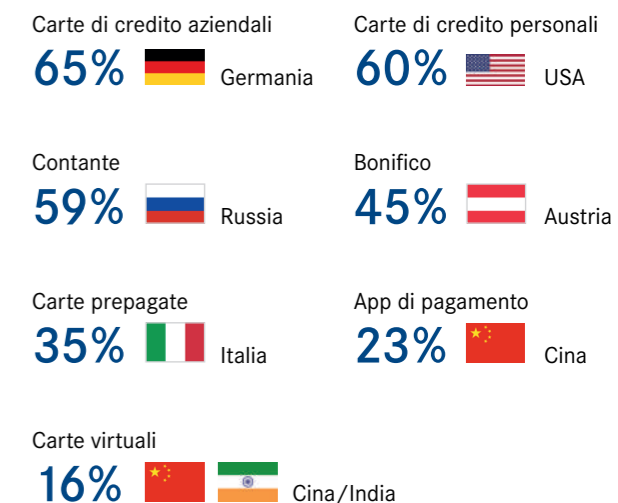
I maggiori utilizzatori dei diversi metodi di pagamento* (N. di travel manager in %)



Metodi di pagamento differenti hanno differenti sostenitori a livello nazionale

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

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



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

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

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

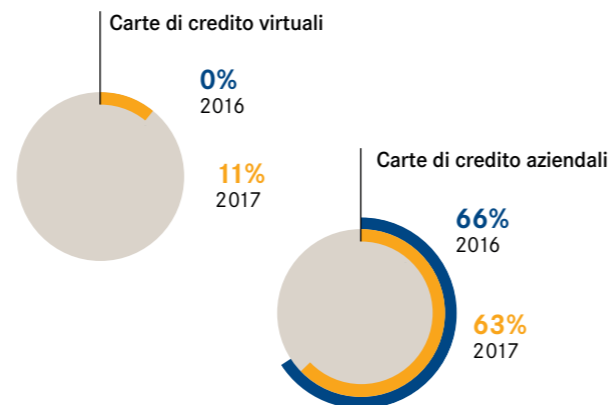
La visione dei viaggiatori a livello internazionale I pagamenti mobile sono trainati dai paesi emergenti



Le aziende iniziano a usare le carte di credito virtuali

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

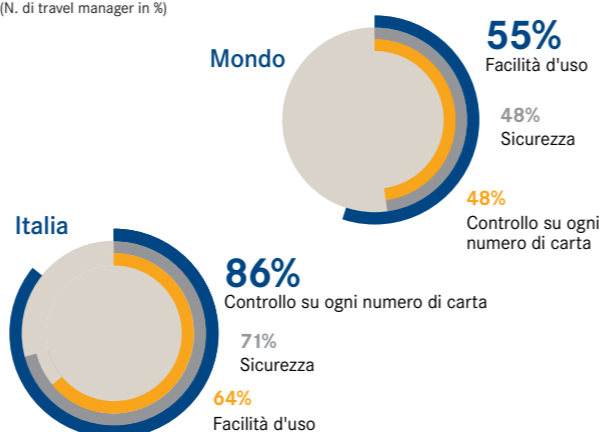
Numero di aziende che utilizzano*
(N. di travel manager in %)



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

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

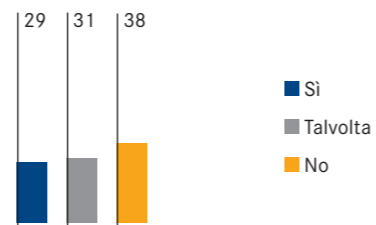
I tre principali vantaggi delle carte di credito virtuali*
(N. di travel manager in %)



Gli anticipi di contante non sono scomparsi

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

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



Quasi metà dei viaggiatori d'affari paga via mobile

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

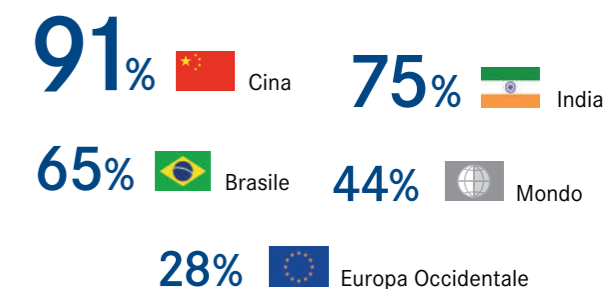
Viaggiatori d'affari che pagano con dispositivo mobile*
(N. di viaggiatori d'affari in %)



I pagamenti mobile sono una tecnologia rivoluzionaria

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

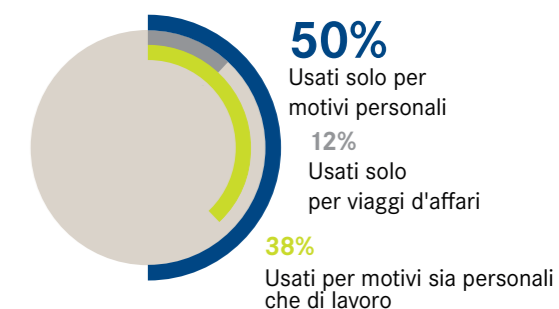
Viaggiatori d'affari che pagano con il telefono cellulare*
(N. di viaggiatori d'affari in %)



Nei pagamenti mobile le aziende sono indietro rispetto al mercato consumer

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

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



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

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



In breve

I nuovi metodi di pagamento guadagnano terreno



I travel manager continuano a usare un mix di sistemi

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



I viaggiatori ricorrono già ai pagamenti mobile

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



2017 – Uno sguardo ai pagamenti nei viaggi d'affari

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

AirPlus International Srl
Via della Salute 14/2
40132 Bologna
Italia

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