

Business Travel 2024: pricing stabile secondo l'Osservatorio di Cisalpina Tours

Il 2024 segna un anno di normalizzazione, con prezzi medi costanti. Questo equilibrio non è dovuto a cambi drastici di travel policy, ma al valore di una consulenza mirata, supportata da strumenti di business intelligence e tecnologie avanzate per monitorare le dinamiche tariffarie

Milano, 30 Gennaio 2025

Presentata oggi, 30 gennaio, durante il Travel Innovation Day del **Politecnico di Milano**, la ricerca dell'**Osservatorio Business Travel 2025** evidenzia come, nel 2024, si sia palesato il riassetto delle trasferte aziendali con 31,2 milioni di viaggi di lavoro (+3% rispetto al 2023) realizzati dal mercato italiano. Di essi, ben 22,9 milioni si sono svolti sul territorio nazionale (+3%), mentre i viaggi internazionali hanno mostrato segnali di ripresa contenuti (+2%), con un calo dei movimenti extra-europei (-3%).

In questo contesto, Cisalpina Tours rileva le peculiarità del *pricing* dei principali servizi utilizzati dai viaggiatori d'affari (trasporto ferroviario, aereo e pernottamenti in hotel). Complessivamente, i trend sono il risultato di dinamiche di mercato influenzate da fattori macroeconomici e dalla crescente attenzione all'efficienza nei viaggi da parte delle aziende-clienti della travel management company di proprietà del Gruppo MSC.

Secondo le analisi di Cisalpina Tours, il **settore ferroviario**, che continua a rappresentare un pilastro per le trasferte nazionali nonché la risposta più immediata alle esigenze di mobilità aziendale sostenibile, ha mostrato staticità tariffaria nel 2024 a fronte di incrementi significativi nel 2023 e nel 2022. Gli aumenti sono attribuibili principalmente all'introduzione di servizi premium e all'ampliamento delle tratte, che hanno migliorato l'esperienza del viaggiatore d'affari, giustificando così una maggiore disponibilità di spesa da parte delle imprese.

Per quanto riguarda il **settore alberghiero**, la tariffa media spesa per un pernottamento nell'ambito di una trasferta di lavoro si è mantenuta costante, con variazioni minime della categoria 3 stelle e un leggero incremento del 2% per i 4 stelle, grazie a una

[Comunicazione alla stampa]

domanda più elevata per strutture con servizi di qualità superiore. L'andamento del servizio hospitality viene influenzato da eventi come la ripresa del Mice (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) e un'accelerazione della domanda interna per trasferte brevi e regionali.

Infine, il **comparto aereo** nell'Osservatorio di Cisalpina Tours, che serve 800 aziende clienti per circa 2 milioni di transazioni all'anno, mostra un 2024 di andamento "flat" a fronte di un rally tariffario nei primi anni successivi alla pandemia, il 2022 e il 2023.

«È chiaro che il 2024 sia stato un anno di normalizzazione: le tendenze di *average ticket pricing* stabilitesi sul netto equilibrio rispetto all'esercizio precedente rappresentano la prova lampante, ma mi preme sottolineare come, per quanto ci riguarda, non sia legato a drastici cambi di travel policy nella scelta dei servizi- argomenta **Giorgio Garcea**, chief commercial & operations officer di Cisalpina Tours -. Piuttosto, è merito di una consulenza mirata e pronta a rispondere tempestivamente alle aziende. E aggiungo, essendo supportata da strumenti di *business intelligence* e tecnologie di monitoraggio della dinamicità tariffaria».

Secondo l'Osservatorio Travel Innovation, il 2025 sarà caratterizzato da un ulteriore consolidamento di queste tendenze, con un forte focus sull'innovazione e sulla digitalizzazione dei servizi di business travel, nonché sulla sostenibilità quale tema centrale. Per l'anno in corso, le previsioni della spesa di business travel del mercato italiano indicano una crescita moderata del 2%, con il settore che punta a raggiungere i 22,6 miliardi di euro, spinto dalla suddetta stabilizzazione delle tariffe e dalla crescita delle PMI, protagoniste nel panorama dei viaggi d'affari. La dinamica di normalizzazione è accompagnata da un'accelerazione nell'adozione di tecnologie innovative. Ad esempio, il 24% delle aziende utilizza già sistemi di intelligenza artificiale per ottimizzare l'organizzazione delle trasferte.

Contatti Stampa:

Paola Baldacci

Corporate Communication Manager

Ufficio Stampa Bluvacanze

Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze

T. 02-881261 - mobile 335 7303450

paola.baldacci@bluvacanze.it

ufficiostampa@bluvacanze.it

Nota per il redattore:

*Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse legal entities: **Bluvacanze** dedicata alla distribuzione turistica, **Going** al Tour Operating e **Cisalpina Tours** al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event).*

In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet.

*Il tour operator **Going** è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali **GOING4You** che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, **Going Resort** per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, **Going4Cruises** per le estensioni di soggiorno abbinata in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, **Going2Italy** per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target luxury.*

Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia, a Cipro, in Brasile, ad Amburgo, Madrid, Parigi, Londra e Ginevra.

CISALPINA TOURS

*È la TMC (travel management company) del gruppo, che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di live communication che si chiama **Out of the Blu**. Parte della società anche **Cisalpina VAAM**, specializzata nei viaggi del Terzo Settore: voluntary, adoption, association, missionary.*

Con headquarter a Rosta (TO) conta oltre 500 dipendenti e 8 Business Travel Service Center. È presente con uffici a New York, in Turchia (Istanbul e Izmir), a Cipro (Limassol), in Brasile (Santos), ad Amburgo, Madrid, Parigi, Londra e Ginevra; prossimamente è prevista l'apertura in Sudafrica (Durban).