



Business Travel Trend
Pubblicazione Centro Studi Promotor
Via Ugo Bassi 7 – 40121 Bologna

BUSINESS TRAVEL TREND

#3

Mar 25

L'indice mensile sull'andamento del Business Travel in Italia



Il BTT di Marzo a 100

Voli Intercontinentali e Hotel continuano a trainare la crescita del Business Travel in volumi e valori

BTT Marzo 2025

Marzo 2025 segna un incremento del **BTT Travel Value**, che raggiunge **quota 100**, con un aumento di 11 punti rispetto allo stesso mese del 2024.

Il **BTT transazioni** registrano un incremento di **8 punti** e il **BTT spesa media** cresce di **2 punti**, sempre rispetto a marzo 2024.

Nel dettaglio, la spesa per **voli intercontinentali** aumenta di **27 punti** rispetto all'indice 2019, rimanendo stabile rispetto 2024. Mentre quella dei **voli nazionali** si attesta ad un BTT di **107** mentre i **voli europei** restano invariati.

Il **settore alberghiero** e quello del **car rental** mantengono una crescita con un valore di +29, rispetto al BTT 2019. Il **settore ferroviario** rimane pressoché stabile.

Nel complesso, nel **1Q del 2025**, il settore continua a crescere e a consolidarsi, grazie alla domanda sempre più forte di viaggi a lungo raggio e hotel di qualità.

Il **BTT Travel Value**, nonostante il lieve calo di **marzo**, ha infatti registrato un andamento positivo e stabile, con un picco di 108 a **gennaio** e un valore di 103 a **febbraio**, in crescita rispetto all'anno precedente.

Andamento Economico

A fine 2024 gli scambi internazionali di merci sono risaliti, ma le attese per il **commercio globale** restano negative per la possibile escalation delle tensioni commerciali e geopolitiche. Nel quarto trimestre 2024 il **Pil**, rispetto al trimestre precedente, è cresciuto dello 0,1% in Italia e dello 0,2% nell'area euro.

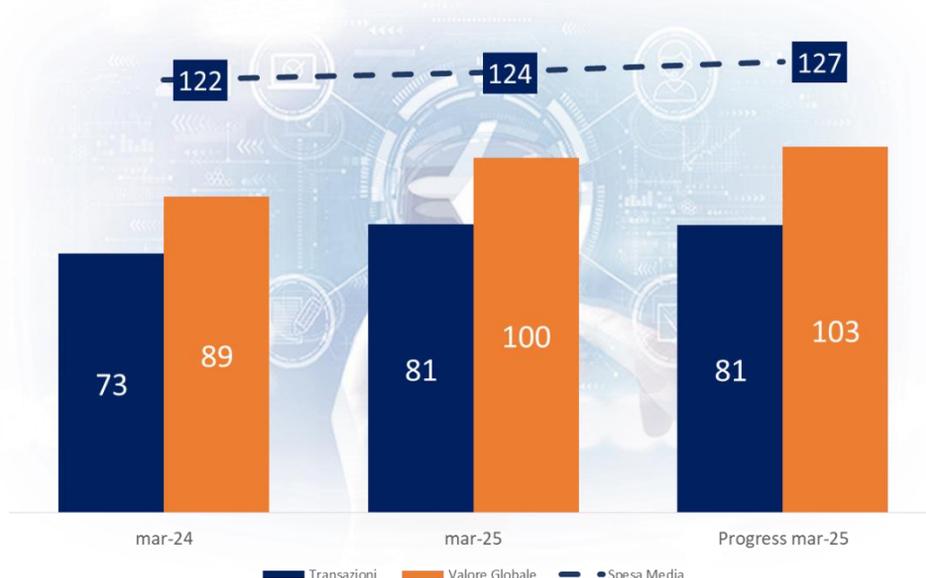
In gennaio l'indice destagionalizzato della **produzione industriale** aumenta del 3,2% rispetto a dicembre 2024, mentre l'indice corretto per gli effetti di calendario cala dello 0,6%. Il settore che in gennaio 2025 ha registrato il maggior incremento tendenziale, rispetto al gennaio 2024, è quello dei prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici (+21,7%), mentre il settore che accusa la maggior flessione è quello della fabbricazione dei mezzi di trasporto (-13,1%).

A marzo 2025, secondo le stime preliminari dell'Istat, l'indice nazionale dei **prezzi al consumo** per l'intera collettività al lordo dei tabacchi è aumentato dello 0,4% rispetto a febbraio e del 2% rispetto a marzo 2024.

In febbraio, rispetto al mese precedente, aumentano gli **occupati** (+0,2%) e gli inattivi 15-64 anni (+0,3%), mentre diminuiscono i **disoccupati** (-4,9%).

L'indice di **fiducia delle imprese** (Istat) a marzo 2025 diminuisce per il secondo mese consecutivo portandosi a quota 93,3 da quota 94,7 di febbraio. Cambio di rotta invece per l'**indice di fiducia dei consumatori** che, dopo due mesi di crescita, torna a calare portandosi a quota 95 da quota 98,8 di febbraio

BTT Mese (Transazioni, Valore e Prezzo Medio y25)



BTT ANNO 2020-2024

Business Travel Trend

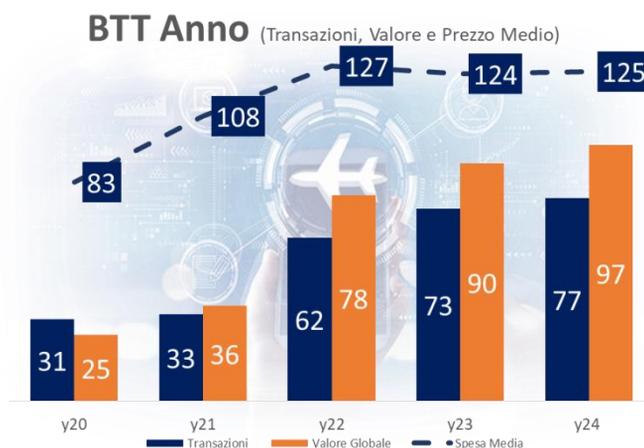
Il BTT di Uvet GBT, è un indice numerico che fotografa l'andamento mensile del Business Travel. L'indice si rapporta alla corrispondente estrazione dati del 2019 considerando quest'ultima sempre a valore 100. In sintesi l'analisi di un valore (numero transazioni, spesa globale o spesa media per transazione) in viaggi d'affari se viene sintetizzata con indice 109 indica, secondo il nostro osservatorio, un incremento del 9% rispetto al suo corrispettivo. L'attribuzione 100 ai dati 2019 rappresenta un punto di partenza convenzionale, una sorta di unità di misura di base che il BTT adotta per esprimere gli andamenti mensili attuali e per il prossimo futuro. L'indicazione periodica del BTT, nel tempo, delinea un trend correlato all'andamento dell'economia.

Il BTT è quindi la sintesi di un comportamento rispetto ad una scala che per convenzione è stata costruita sul periodo pre-pandemia all'interno di un cluster omogeneo e altamente rappresentativo del mercato dei viaggi d'affari.

L'abitudine alla sua rapida consultazione ci dirà in qualsiasi momento se il business travel sta andando meglio o peggio sia in rapporto all'indice 100 sia nelle differenze verso il mese o anno precedente.

Business Travel Trend annuale 2020-2024

Il BTT degli ultimi cinque anni mostra chiaramente la dimensione dell'impatto dovuto alla crisi pandemica. Le transazioni nel '20 e '21 hanno generato un indice 31 e 33 mentre quelle del '22 e '23 segnano la ripresa dei viaggi d'affari con 62 e 73. I prezzi medi sono quindi cresciuti costantemente, toccando il loro massimo nel '22 (ind 127). Il 2023 mostra infatti i primi timidi segnali di riduzione della spinta inflattiva e speculativa che si confermano anche per l'anno 2024. Quest'ultimo mostra un sensibile incremento sia nelle transazioni sia nel valore.



Il Campione e i Dati

Tutti gli indici derivano da un campione estremamente significativo ma, soprattutto, omogeneo. In sintesi fanno parte dell'analisi un mix di aziende grandi, medie e piccole che si sono costantemente avvalse dei servizi Uvet GBT negli 19-25. Gli indici scaturiscono dall'analisi in Volume e Valore, nazionale e internazionale, del trasporto aereo e ferroviario, dei pernottamenti alberghieri e noleggio autovetture.

Il Campione esclude le variabili aziendali come ad esempio di crescita dovuta all'acquisizione di nuovi clienti o business. Per tale ragione il BTT non mostra l'andamento di Uvet-GBT ma quello del Business Travel in generale.

Periodicità e diffusione

Il BTT è diffuso con frequenza mensile attraverso i canali Uvet e i media. Gli indici sono completati dall'indicazione di variabili sopraggiunte nel mese di riferimento e correlati agli indicatori macro economici più recenti.

CSP

Il Centro Studi Promotor è un dipartimento di studi e analisi di mercato all'interno di Econometrica del Gruppo Uvet. Il CSP svolge la propria attività in molti settori e con una forte focalizzazione nel mondo dell'automotive. La pubblicazione mensile di "Dati e Analisi" è da anni il principale riferimento economico-produttivo dell'industria automobilistica.

Il Gruppo Uvet

Il Gruppo Uvet è il polo italiano del turismo, leader nella fornitura di servizi e soluzioni innovative per viaggi leisure, mobility management, eventi, miche e pharma. È presente in molti mercati europei. Al suo interno sono compresi tour operator Settemari e Amo il Mondo, il network di agenzie a brand Uvet Viaggi e Turismo, Uvet Network, Last Minute Tour e la società di gestione alberghiera Uvet Hotel Company. Per ulteriori approfondimenti visitate il sito uvet.com

Per ulteriori informazioni:

direzione.marketing@uvetgbt.com

info@centrostudipromotor.com