

Addendum al white paper SAP Concur per i viaggiatori d'affari italiani

I dati specifici per mercato in questo addendum fanno parte del sondaggio SAP Concur condotto su 3.850 viaggiatori d'affari. Il sondaggio comprende viaggiatori provenienti da 25 mercati globali: USA, Canada, Brasile, Messico, LAC (Colombia, Cile, Perù e Argentina), Regno Unito, Francia, Germania, ANZ (Australia e Nuova Zelanda), SEA (Singapore e Malesia), Cina continentale, Hong Kong, Taiwan, Giappone, India, Corea, Italia, Spagna, Dubai, Benelux (Belgio, Olanda e Lussemburgo), Sudafrica, Svezia, Danimarca, Norvegia e Finlandia.

Wakefield Research è un fornitore leader indipendente di ricerche di mercato quantitative, qualitative e ibride e market intelligence. Wakefield Research supporta i marchi e le agenzie più importanti del mondo, tra cui 50 delle società Fortune 100, in più di 90 Paesi. Il nostro lavoro viene pubblicato regolarmente sui mezzi di comunicazione.

Per saperne di più, visita:
www.wakefieldresearch.com.

I viaggiatori d'affari italiani sono pronti a tornare a viaggiare per lavoro.

Quasi tutti i viaggiatori d'affari italiani (95%) sono disposti a viaggiare per lavoro nei prossimi 12 mesi. In effetti, oltre la metà (52%) si dichiara *molto* desiderosa.

La motivazione che li spinge a viaggiare per affari li riguarda molto da vicino.

Un buon 78% dei viaggiatori d'affari italiani teme che la ridotta possibilità di viaggiare nei prossimi 12 mesi possa danneggiarli personalmente e professionalmente. Le principali preoccupazioni includono difficoltà nello sviluppo e nel mantenimento di connessioni commerciali (45%), minori guadagni (39%) e mancato avanzamento di carriera (27%).

Tali preoccupazioni spingono l'81% dei viaggiatori d'affari italiani (percentuale più alta tra tutti i mercati intervistati, che si riduce al 68% a livello globale) a dichiarare apertamente di voler tornare a viaggiare per lavoro alle proprie condizioni.

I viaggiatori sono anche preoccupati del fatto che il mancato aumento dei viaggi abbia portato la loro azienda a firmare meno nuovi accordi (39%), a rinnovare meno contratti (35%) e a rimanere indietro rispetto alla concorrenza (31%).

A parte gli obiettivi aziendali, i viaggiatori d'affari italiani desiderano viaggiare anche per vedere posti nuovi (61%), prendersi una pausa dalla vita quotidiana (53%) e stabilire legami personali con clienti e colleghi (52%).

Le modifiche alla policy sui viaggi sono essenziali.

I viaggiatori d'affari italiani vogliono avere maggiore controllo sui loro viaggi. Più di 2 su 3 (69%) considerano la flessibilità il principale fattore per i viaggi di lavoro.

Circa 3 viaggiatori d'affari italiani su 4 (72%) desiderano allentare le restrizioni delle policy sui viaggi o tornare alle policy pre-COVID-19.

Più di un terzo dei viaggiatori d'affari italiani reputa essenziale la scelta delle proprie sistemazioni preferite (37%), così come la possibilità di prenotare i propri viaggi direttamente sui siti web dei fornitori, come compagnie aeree o hotel (36%).

I viaggiatori d'affari italiani sono particolarmente interessati a soggiornare in hotel più grandi (38%), a evitare scali (34%), a prediligere i viaggi nazionali (34%) e quelli a breve distanza (34%).

Quando si tratta di salute e sicurezza, i viaggiatori d'affari si ritengono responsabili in prima persona. Più di 2 viaggiatori d'affari italiani su 5 (41%) si assumono la responsabilità maggiore riguardo alla loro salute e sicurezza durante un viaggio.



RICERCA DI MERCATO | POLLING PR | SERVIZI DI SUPPORTO ALLA RICERCA

WAKEFIELDRESEARCH.COM



NOTE METODOLOGICHE

Il sondaggio SAP Concur sui viaggiatori d'affari è stato condotto da Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) tra il 15 aprile e il 10 maggio 2021 su circa 3.850 viaggiatori d'affari in 25 mercati: USA, Canada, Brasile, Messico, LAC (Colombia, Cile, Perù e Argentina), Regno Unito, Francia, Germania, ANZ (Australia e Nuova Zelanda), SEA (Singapore e Malesia), Cina continentale, Hong Kong, Taiwan, Giappone, India, Corea, Italia, Spagna, Dubai, Benelux (Belgio, Olanda e Lussemburgo), Sudafrica, Svezia, Danimarca, Norvegia e Finlandia. I dati sono stati ponderati per garantire una rappresentazione affidabile della popolazione di viaggiatori d'affari in ogni mercato.

I risultati di qualsiasi campione sono soggetti a variazione. L'entità della variazione è misurabile ed è influenzata dal numero di interviste e dal livello delle percentuali che esprimono i risultati. Per le interviste condotte in questo particolare studio, le probabilità sono 95 su 100 che la variazione di un risultato del sondaggio non superi gli 1,6 punti percentuali (in più o in meno) rispetto al risultato che sarebbe stato ottenuto se il sondaggio fosse stato condotto su persone tutte appartenenti all'universo rappresentato dal campione. Per i sottogruppi, i margini di errore sono più ampi. Il margine di errore per i 100 intervistati italiani di questo studio è di +/- 9,8 al 95% di affidabilità.