



# Trasformare il business travel in un sistema governato, efficiente e orientato al valore.

---

## Da voce di costo a leva strategica di crescita

Negli ultimi anni il business travel ha attraversato una trasformazione profonda. Dopo il rallentamento dovuto alla pandemia, i viaggi di lavoro sono tornati a crescere, ma con caratteristiche radicalmente diverse rispetto al passato.

Oggi le aziende non considerano più il travel come una semplice voce di spesa da contenere, bensì come una leva strategica in grado di supportare crescita, relazioni commerciali e sviluppo organizzativo.

Allo stesso tempo, questa evoluzione porta con sé nuove complessità, che richiedono un approccio più strutturato, integrato e orientato ai risultati.

## Un nuovo paradigma: meno viaggi, più valore

Il modello tradizionale basato su frequenza e volume sta lasciando spazio a un approccio più selettivo e mirato.

I viaggi di lavoro vengono pianificati con maggiore attenzione, privilegiando attività ad alto impatto come:

- incontri con clienti strategici
- sviluppo di nuove relazioni
- momenti di collaborazione tra team distribuiti
- eventi e workshop ad alto valore

In questo contesto emerge un principio chiave:

***non conta più quanto si viaggia, ma il valore generato da ogni singolo viaggio***

Questo cambio di prospettiva sposta il focus da una logica di controllo dei costi a una logica di ottimizzazione del ritorno sull'investimento.

## Crescita della domanda e maggiore complessità

La domanda di business travel rimane solida e in crescita, sostenuta da:

- il ritorno degli incontri in presenza
- l'aumento dei team distribuiti
- la necessità di rafforzare relazioni e collaborazione

Parallelamente, cambia anche il profilo dei viaggiatori:

- non solo funzioni commerciali, ma sempre più reparti aziendali coinvolti
- maggiore incidenza di viaggi di gruppo, offsite e meeting interni
- crescente diffusione del “blended travel” (combinazione di business e tempo libero)

Questi elementi aumentano in modo significativo la complessità gestionale, sia in fase di pianificazione sia nella gestione delle spese.

## Un'area ad alta criticità: controllo e visibilità dei costi

Nonostante la rilevanza economica del travel, molte organizzazioni continuano a gestirlo con strumenti e processi non adeguati.

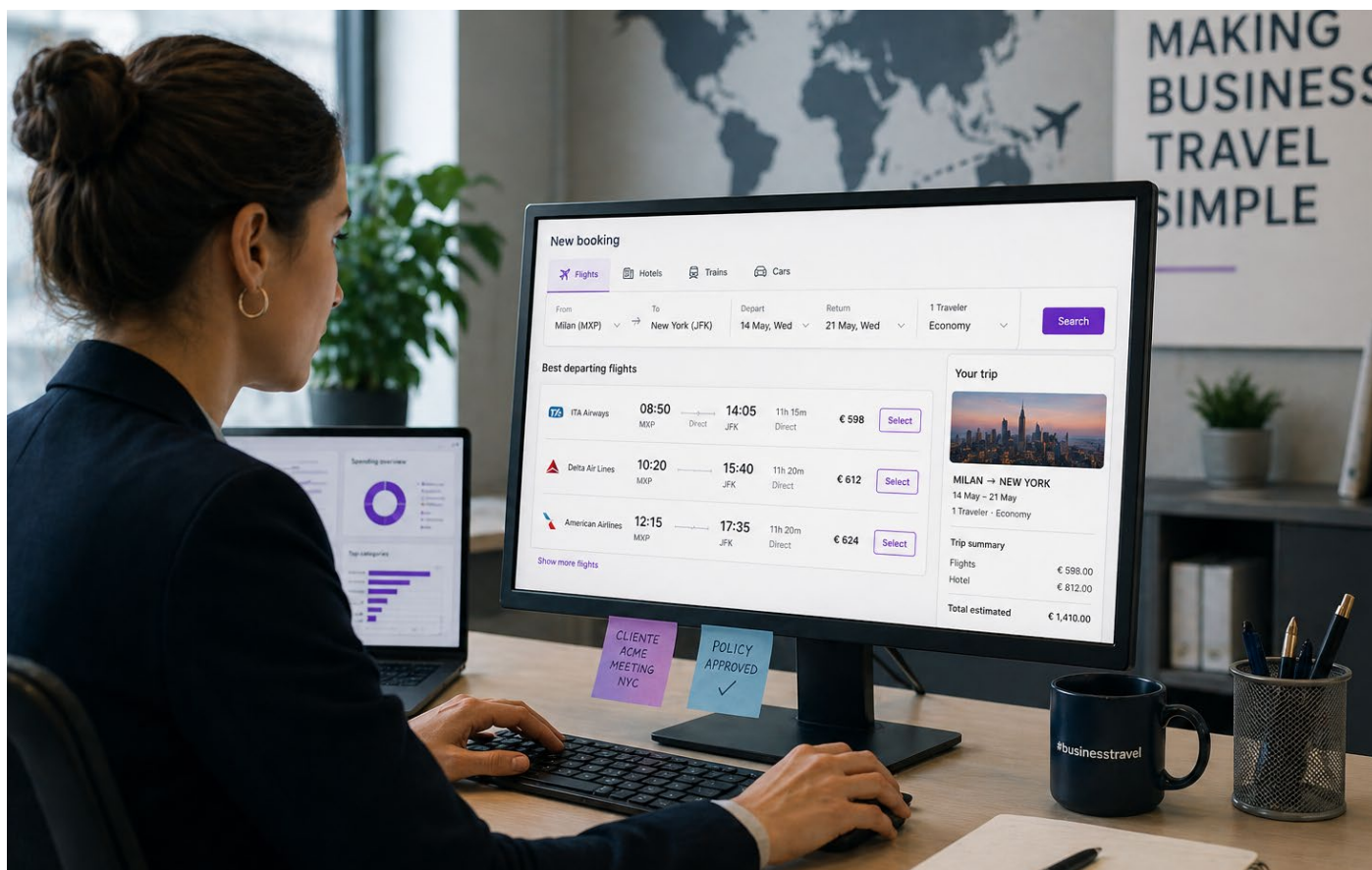
Tra le principali criticità emergono:

- gestione manuale delle note spese ancora diffusa
- scarsa visibilità in tempo reale sulla spesa
- bassa compliance alle policy aziendali
- utilizzo di canali di prenotazione esterni (“leakage”)

Questi fattori generano inefficienze strutturali che si traducono in:

- costi non controllati
- perdita di opportunità di saving
- difficoltà nel misurare il reale ritorno degli investimenti

In molti casi, il problema non è la spesa in sé, ma la mancanza di strumenti per governarla in modo efficace.



## Pressioni crescenti: costi, rischio e sostenibilità

Il contesto attuale introduce ulteriori elementi di attenzione:

- aumento dei costi di trasporto e ospitalità
- maggiore volatilità e rischio operativo
- crescente attenzione ai temi ESG e sostenibilità

Le aziende sono quindi chiamate a bilanciare esigenze spesso contrastanti:

- contenere i costi
- garantire flessibilità operativa
- migliorare l'esperienza dei dipendenti
- rispettare obiettivi ambientali

Questo rende indispensabile un approccio più evoluto e integrato alla gestione del travel.



## Il ruolo della tecnologia: da supporto operativo a leva strategica

L'evoluzione tecnologica rappresenta uno dei principali fattori abilitanti di questo cambiamento.

Le soluzioni più avanzate consentono oggi di:

- integrare travel, expense e pagamenti in un'unica piattaforma
- ottenere visibilità in tempo reale sulla spesa
- automatizzare processi amministrativi e di rendicontazione
- migliorare la compliance alle policy
- supportare decisioni basate su dati e analisi

L'introduzione di intelligenza artificiale e automazione sta inoltre accelerando ulteriormente questa trasformazione, riducendo attività manuali e migliorando l'efficienza complessiva.

## Verso un modello più efficiente e sostenibile

Il futuro del corporate travel si orienta verso modelli più:

- **integrati**, grazie a piattaforme unificate
- **efficienti**, attraverso automazione e semplificazione dei processi
- **trasparenti**, con maggiore controllo e visibilità dei dati
- **sostenibili**, in linea con gli obiettivi ESG

Le organizzazioni più evolute stanno già adottando questo approccio, trasformando il travel da centro di costo a leva di creazione di valore.

## Conclusione

Il corporate travel sta entrando in una nuova fase evolutiva.

La sfida non è più ridurre i viaggi, ma **gestirli meglio**, indirizzando le risorse verso le attività a maggiore impatto e dotandosi degli strumenti necessari per garantire controllo, efficienza e misurabilità.

In questo scenario, le aziende che sapranno adottare un approccio strutturato e data-driven saranno in grado di:

- migliorare le proprie performance economiche
- aumentare l'efficacia delle attività di business
- offrire una migliore esperienza ai propri dipendenti

Trasformando una voce di spesa complessa in un vero vantaggio competitivo.



## Come può supportarvi ERA Group

ERA Group affianca le aziende nella gestione e ottimizzazione del business travel, intervenendo non solo sulla riduzione dei costi, ma soprattutto sulla costruzione di un **modello di controllo moderno, coerente con le nuove dinamiche del settore**.

In un contesto in cui il travel diventa sempre più diffuso, trasversale e complesso da governare, supportiamo le organizzazioni nel:

- aumentare la **visibilità e il controllo della spesa**, anche in presenza di canali di acquisto frammentati
- migliorare la **compliance alle policy**, senza penalizzare l'esperienza del viaggiatore
- definire modelli di gestione più **strutturati, efficienti e scalabili**
- individuare e implementare **opportunità concrete di ottimizzazione economica**
- allineare il travel agli obiettivi aziendali in termini di **efficienza, sostenibilità e ROI**

Il nostro approccio combina benchmark di mercato, analisi dei dati e competenze specialistiche, con un modello basato su **success fee**, che garantisce pieno allineamento con i risultati ottenuti.