

Move your Business



*"Siamo dall'altra parte del mondo
con un volo da spostare ed una
notte in più da trascorrere nell'hotel
che avevamo scelto.
Il nostro business ci chiede
di essere flessibili e veloci.
La nostra impresa
ci chiede di rispettare
la travel policy."*



"Dovevamo garantire una più elevata qualità di servizio per i viaggi d'affari della nostra azienda. Ci avevano chiesto di ridurre la spesa complessiva sapendo che non sarebbero state ridotte le occasioni di viaggio."



Possono le aziende evitare di investire in viaggi d'affari?

- Convenzionalmente si usa dire che i meeting face to face sono un elemento essenziale per sviluppare e creare relazioni commerciali.
- **Quanto è vero?**
- La National Business Travel Association (NBTA) ha realizzato uno studio in cui sono stati presentati i risultati del ritorno dell'investimento delle spese associate ad un viaggio di lavoro.

Viaggi di lavoro, un ritorno dell'investimento

- **I viaggi di lavoro fanno vendere di più:**

Esiste una significativa e misurabile relazione tra viaggi di lavoro e volumi di vendite

- **ROI: Lo studio dimostra che il ritorno dell'investimento è pari a 15:1**

Per ogni dollaro speso, mediamente l'azienda realizza 15\$ di incremento di profitto derivato dall'incremento delle vendite.

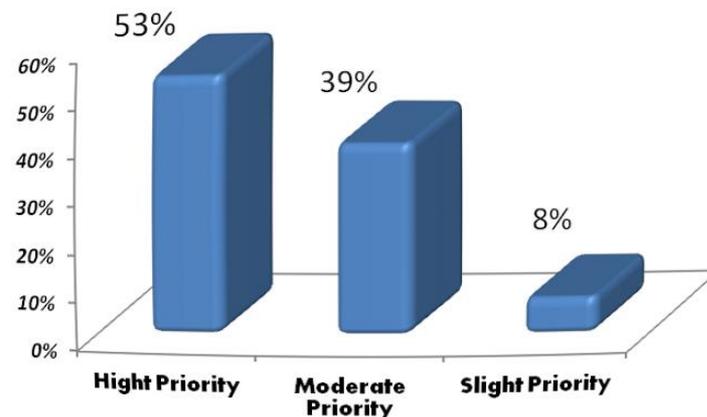
(analizzate 15 tra le principali categorie merceologiche)

Spesa Viaggi d'Affari % per Industry	
Manfatturiere	20%
Banche & Istituti Finanziari	19%
Business Service & Consulenza	14%
Enti & Governo	10%
Retail	7%
Health Services	7%
Mining & Utilities	7%
Trasporti & Stoccaggio	3%
Altro	13%
Tot	100%

Il valore dei viaggi d'affari.

La ricerca di Aberdeen Group

- Le aziende spendono per la voce “trasferte di lavoro” mediamente il **3%** del loro **Company Revenues**.
- Le spese per i viaggi d'affari occupano la **2° o 3° posizione** nel ranking dei **costi indiretti**.
- Negli ultimi 4 anni la maggior parte delle aziende ha notevolmente **aumentato il livello di attenzione** su questa voce di spesa:
 - il **53%** del campione le considera “**Hight Priority**”
 - il **39%** “**Moderate Priority**”
 - solo l'**8%** le considera “**Slight Priority**”



Viaggi d'affari: non una semplice commodity...

- Analizzando le strategie di acquisto poste in atto da diverse aziende considerate “*best in class*”, si ha evidenza della **crescente attenzione** che la Funzione Acquisti attribuisce a **Travel Program sempre più strutturati**;
- **L'attività di Procurement per servizi Business Travel richiede comunque conoscenze molto specifiche**, comprensive di un mix di know-how tecnico, costanti aggiornamenti, relazioni personali...
- La ricerca di Aberdeen Groups “*Travel and Procurement: The Convergence study*”, evidenzia infatti che l'attività svolta dal **Procurement** è estremamente più efficace **se supportata dalla consulenza di esperti** che conoscono approfonditamente le peculiarità della **Travel Industry**.
- I risultati di una buona collaborazione si possono tradurre infatti in **Total Cost Saving** ed in un **ammodernamento complessivo del servizio erogato**, con innalzamento del livello di **soddisfazione dei viaggiatori**.

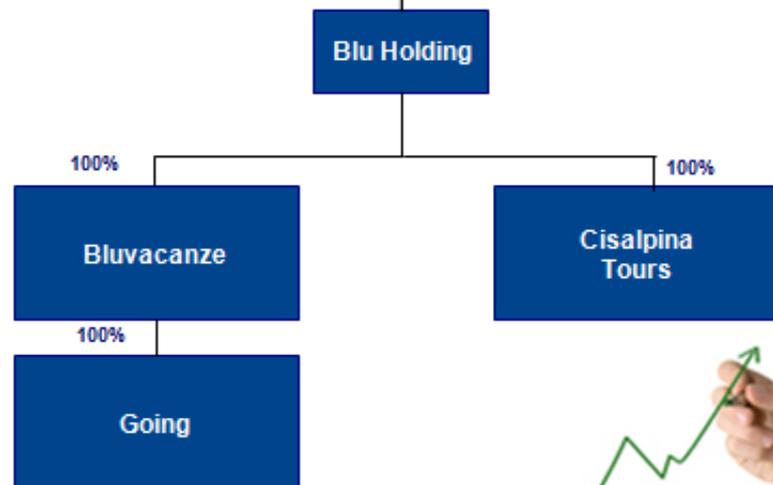
Il gruppo Blu Holding

Azionisti

- Investitori Associati IV 84.1%
- Soci fondatori Bluvacanze e Altri 15.9%

Il Gruppo Blu Holding è il primo polo turistico distributivo in Italia con un giro d'affari di 1 miliardo di euro

	Tour Operating	Distribuz. Leisure	Distribuz. Business Travel	Totale Italia	Totale Mondo (*)
Gruppo Blu Holding	80	560	360	1 000	1 000
Gruppo Alpitour	870	30	~0	900	1 090
Costa Crociere	550	-	-	550	1 400
Carlson Wagonlit Travel	-	-	540	540	540
Gruppo Uvet-Amex-ITN	-	200	320	520	520
Eden Viaggi	250	-	-	250	250
Gruppo Hotelplan	230	-	-	230	230
Valtur	200	-	-	200	200
Veratour	150	-	-	150	150
Hogg Robinson Group	-	-	110	110	110
BCD	-	-	110	110	110
Settemari	100	-	-	100	100
I Viaggi del Turchese	100	-	-	100	100
I Grandi Viaggi	85	-	-	85	85
Swan Tour	80	-	-	80	80
Ranking Blu Holding	#10	#1	#2	#1	#3



Il gruppo è composto da tre società operative: Bluvacanze, Cisalpina, Going

- *Bluvacanze: acquisita ad agosto 2005*
- *Cisalpina Tours: acquisita in giugno 2007*
- *Going: fondata nel 2007, dopo l'acquisizione del marchio, come TO esclusivo del network*

Fonti: Rassegna stampa, interviste, bilanci societari, stime

Cisalpina Tours

Cisalpina Tours è la **Travel Management Company** (TMC) leader nel settore *Business Travel*.

Per dimensioni, copertura territoriale, servizi offerti e portfolio Clienti si posiziona ai vertici del ranking nazionale.

*La nostra expertise si basa su **40 anni di esperienza**: la società è infatti attiva sul mercato sin dall'ottobre del 1970.*

I numeri:

- Giro d'affari (**solo BT**) di oltre 360 milioni di Euro
- 9 Business Travel Center, con personale multilingue e tecnologie d'avanguardia
- Oltre 1.800 aziende Clienti
- Uno staff di 700 persone
- Oltre 400 agenzie in Italia



Blu Holding nasce nel 2007 con l'acquisizione del 100% di Cisalpina Tours e Bluvacanze.

Con un giro d'affari consolidato 2008 di **oltre 1.100 milioni di euro** è attualmente il primo polo distributivo di turismo in Italia. Società a capitale interamente italiano, è controllata dal Fondo di Private Equity Investitori Associati IV .

Blu Holding opera

- nel segmento *Business Travel* con il brand **Cisalpina Tours**,
- nel segmento *Leisure* con i marchi **Bluvacanze** e **Vivere&Viaggiare**,
- nel mercato dei *Tour Operator* con il marchio **Going**.



Un network globale



**Cisalpinatours è “socio fondatore”
di RADIUS, “*The Global Travel Company*”.**

Insieme realizziamo soluzioni integrate, in grado di generare “valore” per i nostri Clienti di connotazione internazionale, di qualsiasi dimensione o settore di appartenenza.

RADIUS mette a disposizione servizi d'eccellenza nel Travel Management come il Consolidamento Globale delle spese e il Global Account Management.

I numeri del network:

- Giro d'affari di oltre 20 miliardi USD
- Oltre 25.000 aziende Clienti
- 90 affiliati (rigorosamente selezionati tra le prime 5 ADV in ogni Paese)
- Presenza, con 3.600 uffici, in tutti i principali paesi industrializzati
- Oltre 22.000 collaboratori nel mondo

Ottimizzazione dei costi ed attenzione vs i viaggiatori:

Company-wide focus on cost reduction

Attenzione costante e rinnovata al controllo delle spese e della loro riduzione

Duty of care responsibility

Aumento dell'attenzione sulla sicurezza dei dipendenti / viaggiatori

3 P's (Profit, Planet and People)

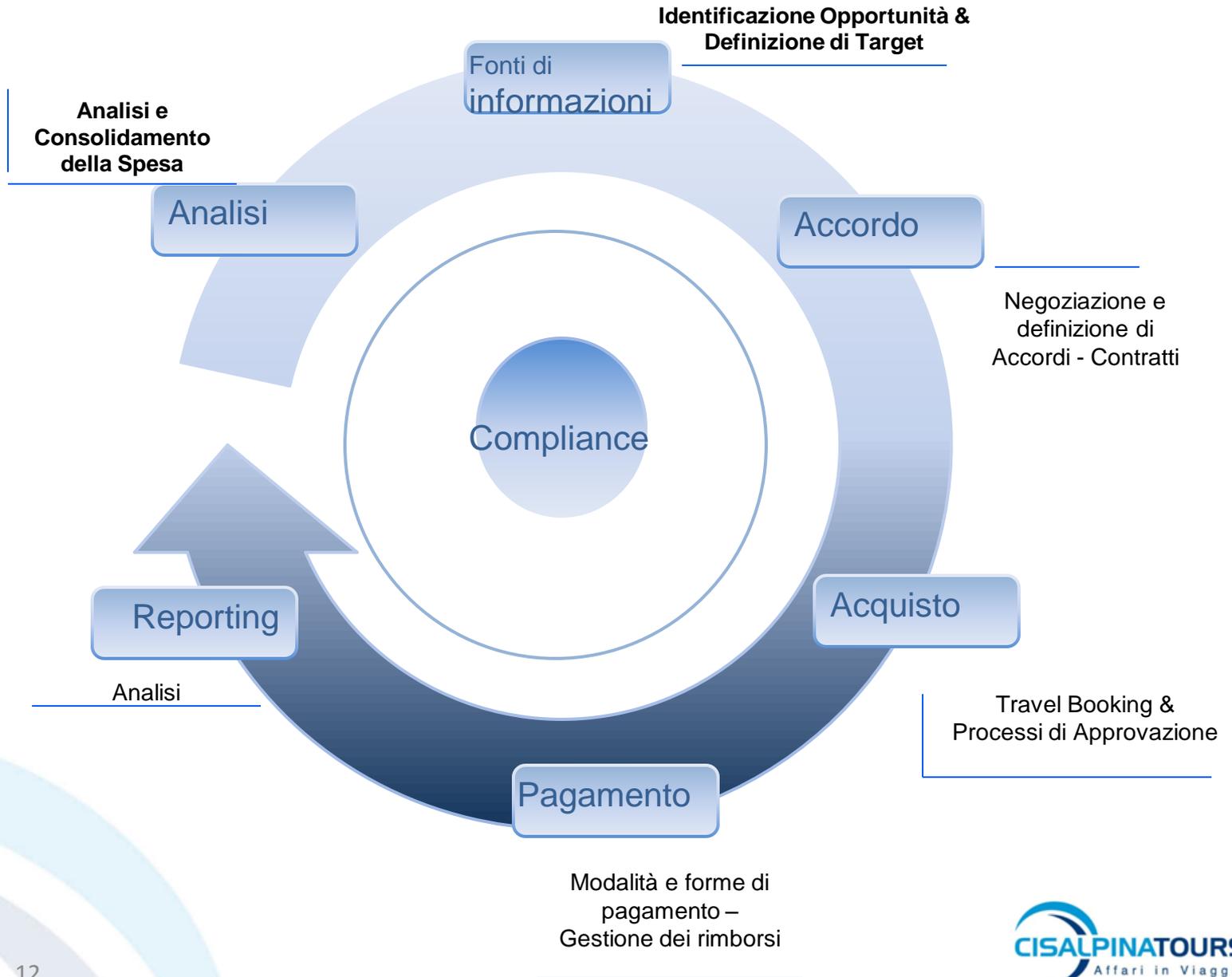
Attenzione non solo all'ammontare della spesa per trasferte, ma anche agli impatti finanziario, sociale ed ambientale

Corporate accountability

Corporate governance, trasparenza, sinergia e automazione dei processi finanziari

** PhocusWright Inc.
Market Research dec 09*

Business Travel Management Framework



Attività consulenziale di Cisalpina Tours



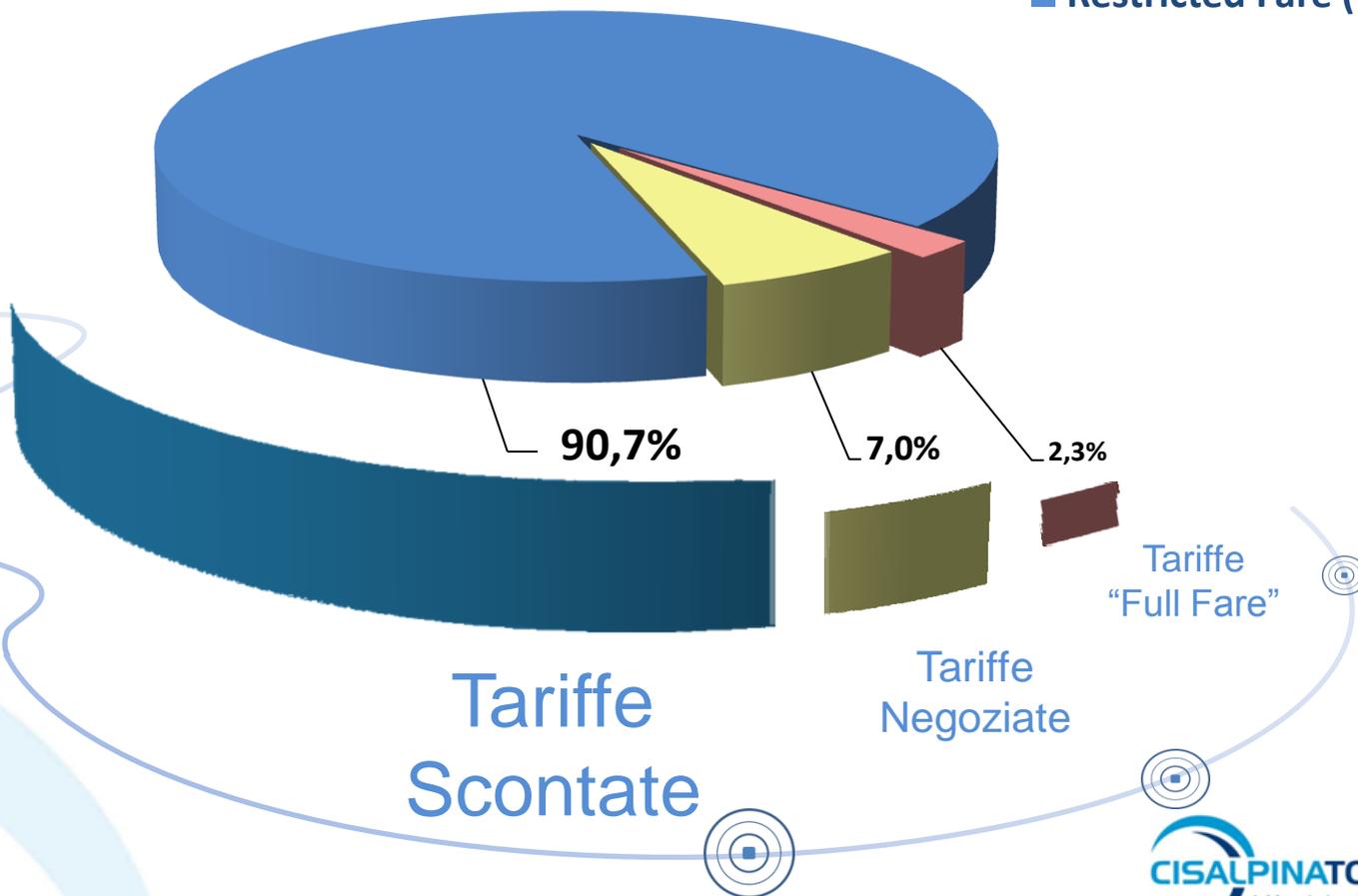
Alcuni risultati del nostro intervento

Performance utilizzo classi tariffarie

Tipologia
di
Acquisto

N Ticket

- Full Fare (%)
- Corporate Fare (%)
- Restricted Fare (%)



Alcuni risultati del nostro intervento: Hotel Program

Domestic										
City	Jan-Dec 2010				Jan-Dec 2009				%	
	Amount	N° Room Nights	ARR	Share	Amount	N° Room Nights	ARR	Share	Δ ARR	
TORINO	36.250	250	145	30,3%	28.800	192	150	28,7%	-3,3%	
MILANO	34.371	201	171	24,4%	25.668	124	207	18,5%	-17,4%	
ROMA	15.120	108	140	13,1%	24.860	110	226	16,4%	-38,1%	
BOLOGNA	12.285	105	117	12,7%	9.639	81	119	12,1%	-1,7%	
PADOVA	5.626	58	97	7,0%	3.360	32	105	4,8%	-7,6%	
BARI	4.462	46	97	5,6%	4.922	46	107	6,9%	-9,3%	
RIMINI	3.190	29	110	3,5%	3.799	29	131	4,3%	-16,0%	
NAPOLI	3.220	28	115	3,4%	6.710	55	122	8,2%	-5,7%	
Top	114.524	825	143	100,0%	107.758	669	153	100,0%	-6,6%	

Servizio *C.H.I.* (*Cisalpina Hotel Invoices*), per il recupero dell'IVA (10%, con registrazione di una unica fattura) sui pernottamenti alberghieri in Italia

ROI 1:4

Reporting ed Account Management

Cisalpina Tours supporta i propri Clienti nella razionalizzazione dei processi, nell'ottimizzazione della spesa e nel monitoraggio dei risultati.

L'azione è basata su benchmarks, competitive analysis, Business Management Review etc, tutti strumenti tesi ad individuare le potenziali aree di miglioramento e gli scostamenti verso le *best practice*, e le azioni correttive da intraprendere.

International									
City Pairs	Effective			Less Than 2 Days		Between 2 & 7 Days		More Than 7	
	Volume	Tkt	ATP	Tkt	ATP	Tkt	ATP	Tkt	ATP
ROMA FCO - BRUSSELS	71.604	257	279	30	385	138	303	89	206
ROMA FCO - ATENE	56.020	205	273	95	281	99	270	11	237
GENOVA - PARIS CDG	83.056	127	654	17	707	90	642	20	665
NAPOLI - ATENE	21.618	88	246	24	227	49	237	15	304
ROMA FCO - PARIS CDG	41.088	65	632	13	633	35	723	17	444
Total Top 5	273.386	742	368	179	357	411	397	152	305
Others	898.805	2.159	416	305	523	1.123	457	731	310
Total	1.172.191	2.901	404	484	462	1.534	441	883	309

Alcuni risultati del nostro intervento

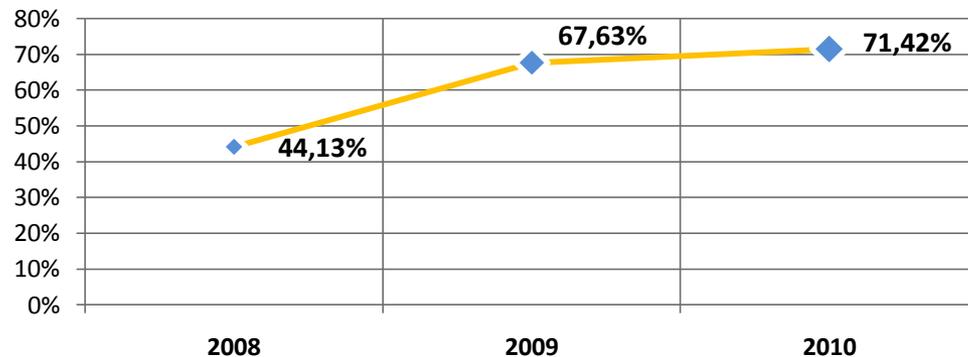
Performance utilizzo on line booking

I Clienti Cisalpina Tours, che utilizzano le soluzioni on line booking ottengono importanti saving sulla spesa per i viaggi d'affari. Performance media Ante (anno 2008) e Post adozione on line booking (anno 2009-2010)

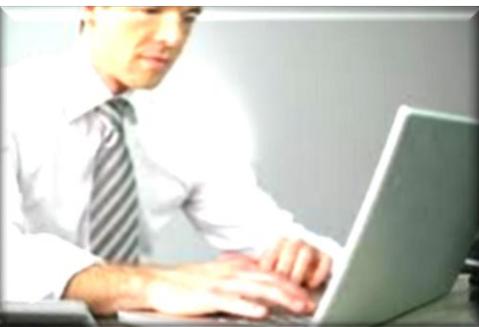
Percentuali di **Risparmio**
Sulla Spesa Aerea

2008 **2009** **2010**

44,13% 67,63% 71,42%



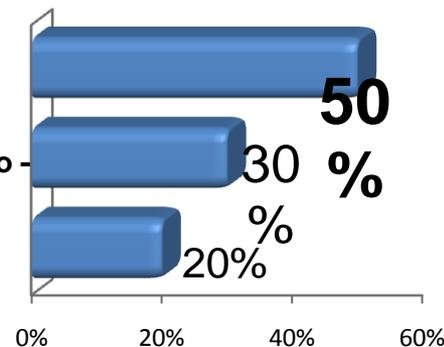
Incrementando :



Responsabilita' : Visual Guilt

Consapevolezza delle Offerte di Mercato - Advance booking

Travel Policy Linee Guida



Massima attenzione ed assistenza ai viaggiatori



Contact Center:

L'attività del "Contact Center" è curata da **Consulenti operativi altamente specializzati**, adeguatamente e costantemente formati sulle Travel Policy dei nostri Clienti e in grado di gestire qualsiasi richiesta nell'ambito del Business Travel.



Servizio 24 Ore

*tutti i giorni, 24 ore al giorno, **dall'Italia, in Italiano e/o Inglese***

Cisalpina Tours garantisce **una risposta immediata ed assistenza** ai viaggiatori Clienti, in qualsiasi parte del mondo si trovino, ed in qualsiasi momento dell'anno **(24 x 7 x 365)**.

Servizio per il Top management:

Cisalpina Tours mette a disposizione, per i vertici aziendali dei nostri Clienti, servizi di altissima qualità e personalizzazione.

Alcune gradevoli esclusive per i viaggiatori Clienti



Business Travel Lounges:

Cisalpina Tours è l'unica agenzia in Italia a disporre di proprie Business Travel Lounge presso gli aeroporti di:

- FCO – Aeroporto Internazionale Leonardo da Vinci – Roma (Fiumicino);
- TRN – Aeroporto Internazionale Sandro Pertini – Torino (Caselle) .

A screenshot of the Cisalpinatours website homepage. The header features the logo "CISALPINATOURS Affari in Viaggio" and a search bar. The main content area is divided into sections: "Scioperi settore trasporti" with a date "09 settembre", "In evidenza" with several news items dated from July 10 to July 21, and a "Login" section. There are also promotional banners for "Le nostre salette VIP" and "Le nuove regole di Sicurezza negli aeroporti".

Cisalpina Alert e Newsletter:

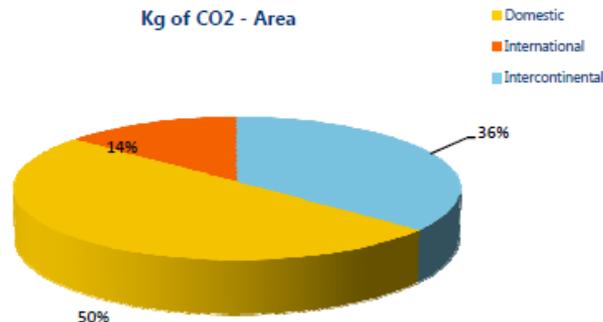
I viaggiatori nostri Clienti sono costantemente aggiornati su tutte le situazioni che possono impattare sul viaggio.

Social Corporate Responsibility

Social Corporate Responsibility

Le aziende sono impegnate e sempre più attive nel selezionare i propri spostamenti sulla base di principi e comportamenti eco-compatibili, sviluppo sostenibile, tutela dell'ambiente e dei propri collaboratori

Area	Kg of CO2
Domestic	412.313
International	116.337
Intercontinental	299.260
Total	827.911



Il Plus di Cisalpina

Con i report di Cisalpina i Travel Manager possono calcolare il valore delle emissioni di Co2



Alcuni motivi per rivolgersi a Cisalpina Tours



- Un team di professionisti , appassionati e motivati, in grado di interpretare le necessità dei propri Clienti
- Un management giovane, proattivo, sensibile agli stimoli di un settore molto dinamico.
- Appartenenza, in qualità di Membro Fondatore, ad uno dei maggiori Network a livello mondiale, con oltre 90 Paesi serviti e 20 miliardi USD di traffico gestito;
- 40 anni di esperienza “sul campo”





Muovi con noi il **Tuo** business

*Trovarsi insieme è un inizio,
Restare insieme è un progresso...
Lavorare insieme un successo*

(Henry Ford)

Cisalpina MICE: La sinergia di un gruppo



Cisalpina MICE: i nostri punti di forza



Uno staff dinamico di **oltre 20 professionisti**

40 anni di esperienza

Oltre 5000 iniziative nel 2010

Una importante Client Retention: *70% dei clienti ha instaurato un rapporto con Cisalpina Tours da oltre 5 anni*

Aziende di **ogni dimensione e settore**

Un evento curato in tutti i dettagli



Tozeur: Consolidamento dei rapporti commerciali con i migliori Clienti

INDUSTRY: Leader nel settore dell'energia

OBIETTIVO EVENTO: Sviluppare e Consolidare le relazioni con i principali Clienti della società

N PARTECIPANTI: 200

LOCALITA': TOZEUR

IL NOSTRO PROGETTO: Sviluppo integrato dalla fase di ideazione alla rendicontazione



Torino : Celebrazione anniversario

INDUSTRY: Azienda settore bancario

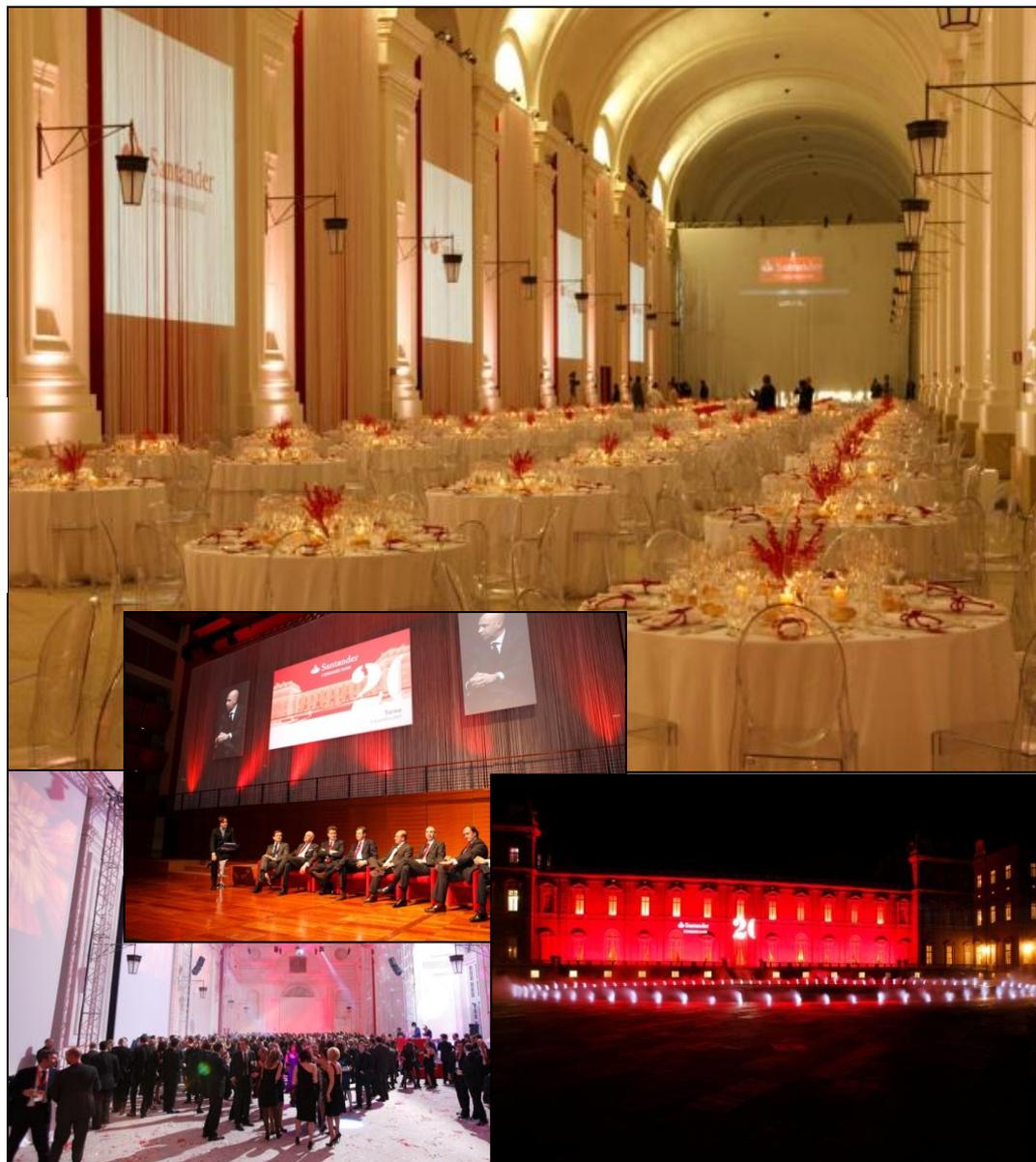
OBIETTIVO EVENTO: Coinvolgimento e Motivazione di tutti i collaboratori dell'azienda in occasione della celebrazione dei 20 anni

N PARTECIPANTI: 800

LOCALITA': Reggia di Venaria



IL NOSTRO PROGETTO: Gestione di tutta la comunicazione dell'evento, spettacolarizzazione dell'evento e gestione logistica a 360 gradi.



Evento formativo in tutta Italia

INDUSTRY: Istituto di Credito

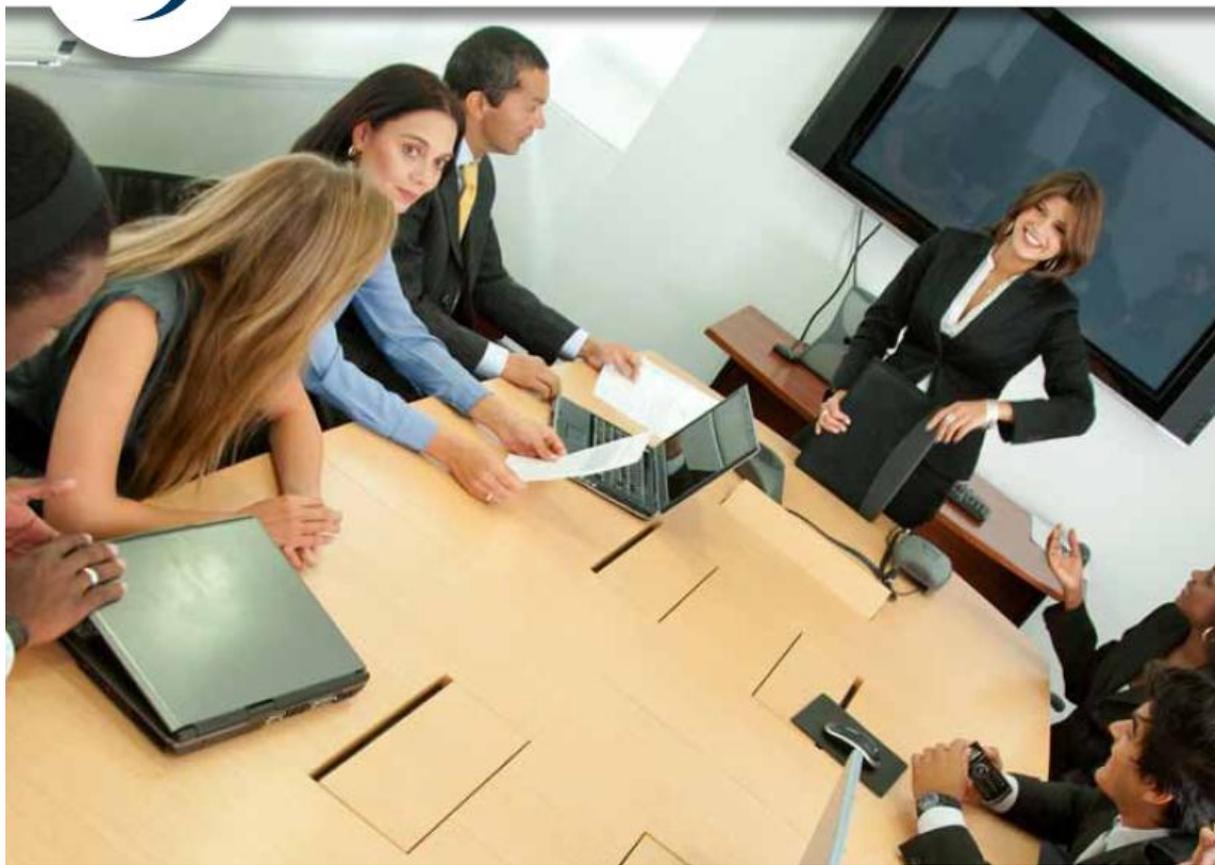
OBIETTIVO EVENTO: Formazione al personale di filiale di tutte le filiali italiane

N PARTECIPANTI: 10.000

LOCALITA': Tutte i principali capoluoghi Italiani

IL NOSTRO PROGETTO: Ottimizzazione dell'investimento formativo attraverso la gestione della logistica delle risorse umane coinvolte

*“Qualsiasi cosa vale la pena di fare,
vale la pena farla bene
(Lord Chersterfield) ”*





*“La giusta scelta del momento
è in tutte le cose il
fattore più importante.*

(Esiodo) ”