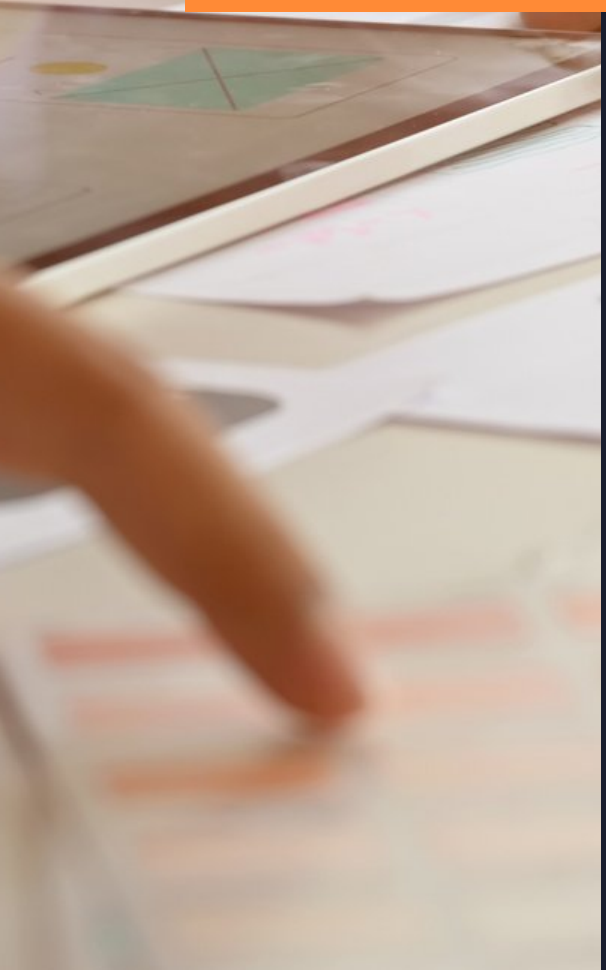
TRAVEL FOR BUSINESS

# REPORT
# THINK TANK
# 3 DICEMBRE 2021

*TRAVEL POLICY*
*DA BLEISURE A LEISURENESS*




**COORDINATORE DEI LAVORI:**

William Gandolfi
TFB Champion - Global Travel&Mobility

**CON LA COLLABORAZIONE DI**

Daniela Tiburzio
TFB Champion - Travel Arranger

E con il contributo dei Travel Manager del gruppo "Global Travel e Mobility Management"

# MESSAGGIO DEL TFB CHAMPION

Il **Gruppo Global Travel & Mobility Management nella Community di Travel for business**, nasce da una necessità primordiale, che è insita in ogni Travel Manager: quella di evolvere, svilupparsi in qualcosa di più.

Nel tempo abbiamo sviluppato nuove competenze, abbiamo allargato i nostri orizzonti, ci siamo fatti largo all'interno delle realtà in cui lavoriamo dimostrando insindacabilmente che il **valore che possiamo portare ha un peso** , anche specifico, molto rilevante sui bilanci e soprattutto sulle persone.

Per non parlare della ns capacità di districarci tra innumerevoli e mutevoli regole legate allo scoppio della pandemia.
Abbiamo dimostrato e dimostriamo continuamente diverse peculiarità: passione in ciò che facciamo & crediamo, competenze e tanta resilienza.

**E quale occasione migliore di evoluzione e crescita, se non un confronto diretto,** aperto, confidenziale, con altri colleghi che quotidianamente si trovano ad affrontare le nostre stesse sfide o meglio ancora sfide più grandi che si presenteranno di fronte a noi nel **prossimo futuro** ?
La connessione tra piu' menti ci permette di avere piu' punti di vista, diverse conoscenze, diverse esperienze e tutto questo non è altro che una fantastica palestra per tutti noi che ne facciamo parte.
E' formazione sotto tutti i punti di vista.

Tra le varie discussioni nate, una delle più dibattute riguardava il **tema della Travel Policy e relativi aggiornamenti** legati soprattutto ai nuovi fenomeni nati con la pandemia (smarworking, bleisure, leisureness, big quit).
Da qui il biosogno di fare un ulteriore passo e "staccarci" momentaneamente dal forum web e approdare su una piattaforma di quelle con cui tutti abbiamo imparato a utilizzare per "prendere un caffè virtuale" e confrontarci su questo tema.
Diverse realtà , diverse opinioni, diversi punti di vista , diversa formazione e diverse esperienze, tutte mischiate e dirette verso un unico obiettivo comune.

Come dicevo all'inizio, abbiamo la viscerale necessità di evolvere in "qualcosa di più", quindi il Webinar tenuto il 3 Dicembre 2021 è stato solo uno dei primi passi, ne verranno altri entusiasmanti!
Quindi non vi resta altro che salire a bordo! Decolliamo insieme!

**WILLIAM GANDOLFI**

GLOBAL TRAVEL MOBILITY GRUPPO AB E TFB CHAMPION

# DA DOVE SIAMO PARTITI

I punti di partenza della discussione, osservazione del mercato, trend e riflessioni da parte dei partecipanti

Valori medi dei biglietti in crescita:
Focus ha affermato che il 59% dei posti prenotati sono in cabine premium.

Molte aziende stanno allentando le loro politiche di viaggio relative alla classe premium per incoraggiare i viaggi d'affari

La ripresa del mercato intraeuropeo dovrebbe aumentare, ma le compagnie aeree europee dipendono dal traffico internazionale di medio/lungo raggio.

Ricerche di mercato di questi ultimi anni sulla mobilità hanno evidenziato che entro i prossimi dieci anni, la diffusione delle tecnologie digitali e dell'innovazione tecnologica, in generale, cambierà radicalmente il volto del settore del trasporto e del suo indotto.

I business travel ha ridotto i tempi di anticipo prenotazione, sebbene ci sia una graduale ripresa con valori vicini al pre pandemia. "L'industria al momento è cautamente ottimista".

Con il rapido sviluppo della tecnologia e dell'interconnettività odierno, assistiamo a un aumento della domanda di spazi di lavoro negli hotel. I nomadi globali tendono a coniugare gli impegni di lavoro con il tempo libero, creando così il fenomeno del cosiddetto "bleisure". Non dividono più il loro tempo tra lavoro e tempo libero, ma li fondono perfettamente insieme.

Come conseguenza di questa tendenza, osserveremo nei prossimi due anni un aumento del numero di persone che prenotano soggiorni di piacere mentre svolgono le proprie responsabilità lavorative da remoto.Il"bleisure" invertito: in cui le persone svolgono le proprie mansioni lavorative durante le vacanze, piuttosto che prendersi del tempo libero durante i viaggi di lavoro

FONTI: IATA, SOMMET EDUCTION

# TRE IMPORTANTI EFFETTI

## ESPERIENZA DI GESTIONE DEI VIAGGI END-TO-END

L'accesso gratuito a contenuti e app relativi ai viaggi ha portato i business travellers alla ricerca di un'esperienza end-to-end completa.

## GESTIONE DEL RISCHIO CON FLESSIBILITÀ

La richiesta di viaggi sicuri e flessibilità non è mai stata così alta. Il supporto ai viaggiatori è ora per le aziende un focus importante (Duty of care).

## DIVERSE ASPETTATIVE

In questo nuovo contesto si rischia un possibile divario tra quanto si aspettano i viaggiatori (nuove necessità) rispetto a quanto le aziende offrono o richiedono in termini di regole di comportamento travel policy.

# LA TRAVEL POLICY CHE CAMBIA

Le nuove richieste di flessibilità da parte dei viaggiatori richiedono **Travel Policy moderne**, capaci di diventare strumento attrattivo per i nuovi talenti e per l'employee retention . Oggi le persone si domandano sempre meno "quanto guadagno in azienda?" ma più "come posso godermi la vita in azienda?".
Covid-19 e il nuovo fenomeno "Big Quit" fanno emergere un notevole aumento del numero di dimissioni dei lavoratori disposti a sacrificare la carriera in favore di un aumento della qualità della vita.
Spopola l'acronimo YOLO "You Only Live Once". E' proprio in questo odierno contesto che l'esigenza di rinnovamento della cultura aziendale è forte, con una idea della Travel Policy vista come nuova opportunità e non solo come strumento di regole aziendali.

Questo si traduce in un maggior coordinamento della figura del Travel Manager con i molti dipartimenti aziendali come le Risorse Umane, il Welfare Manager ecc., per **mettere sempre più al centro le persone.**

*La nuova sfida per il Travel Manager è quella di "alzare l'asticella" e non accontentarsi di quello che è stato fatto fino a ieri ma valutare bene i nuovi bisogni e le nuove esigenze, unite agli obiettivi dell'azienda.*

Dal confronto emerso si rileva certamente un percorso non facile, in particolar modo in quelle organizzazioni padronali o con una cultura tradizionale dove anche il cambio generazionale non è avvenuto.

La possibilità di portare avanti progetti definiti e concreti permetteranno al Travel Manager del futuro di fare un sicuro salto di qualità, poiché fornirà quel nuovo supporto necessario oggi per i colleghi grazie alla realizzazione di nuovi ed evoluti modelli di travel policy.

# TOPICS

## ROI

È in questo contesto che la misurazione dei risultati dei viaggi di lavoro diventa ancora più necessaria, non solo per quanto riguarda i costi ma per tutti i benefici che un buon lavoro di coordinamento, di motivazione e di nuovi approcci potrà portare alla stessa azienda. Il T-ROI®, di cui Travel for Business è stato precursore rivestirà un'aspetto più che mai fondamentale alla luce del nuove scenario post-pandemico.

## FIDUCIA

La revisione della Travel Policy diventa strumento per garantire la ripartenza con fiducia da parte dei dipendenti viaggiatori.

## SIMBIOSI

Il rapporto tra Travel Manager (TM) e Traveller si è intensificato nell'ultimo periodo e ci troviamo in una situazione di quasi "simbiosi" con gli elementi della security e safety uniti al wellbeing. Il TM può essere garante di questi nuovi bisogni e assicurare che gli stessi viaggiatori aziendali maturino quel senso di maggior appartenenza all'azienda. Il ruolo trasversale del TM con le nuove skill maturate o in fase di sviluppo sarà determinante.

## ROTTA

Il Travel Manager deve oggi tracciare una "nuova rotta" che coniughi le grandi evoluzioni del settore, le trasformazioni delle relazioni commerciali con l'industry verso i bisogni crescenti dei singoli utenti aziendali. In questo contesto la digitalizzazione sarà sempre più di supporto, oltre a dare quella visibilità e attenzione alle persone. Superare le distanze che il Covid-19 ha imposto è, inoltre, un focus fondamentale per il Travel Manager, al fine di garantire quel giusto equilibrio tra vita aziendale e personale.

# TRAVEL POLICY SEMPRE PIÙ CHIARE

**La Travel Policy non deve lasciare spazio ad ambiguità**. Questo ancor di più quando si parla di Bleisure dove è necessario stabilire bene (e normare) i comportanti dei dipendenti e le aree di responsabilità (dove inizia la responsabilità dell'azienda e dove finisce quella del dipendente). C'è forse bisogno di un cambio di paradigma perché non si tratta di "fermare" i bisogni dei dipendenti ma piuttosto di "accompagnarli" in un percorso sicuro e gratificante.

Per questo le nuove regole aziendali dovranno intrecciarsi alle nuove normative (vedi standard ISO 31030) e legislative.

La crescita dello smart working richiede di valutare anche le "regole" che riguardano la continuità lavorativa in spazi e ambienti dedicati al Leisure. Attenzione all'individuazione di luoghi idonei  a svolgere l'attività lavorativa in condizioni di sicurezza e riservatezza, anche con specifico riferimento al trattamento dei dati e delle informazioni aziendali nonché alle esigenze di connessione con i sistemi aziendali.

# da Bleisure a Leisureness

Assistiamo ad un'inversione di tendenza: non si parla più di Bleisure (Business + Leisure) , ma di Leisurness (Leisure + Buiness), anche definito holiday working.

E' importante che il Travel Manager, coordinato con le altre figure strategiche aziendali, riesca a definire in modo chiaro e con nessuno spazio ad ambiguità dove inizia e dove finisce la responsabilità dell'azienda.

# IL PARERE DEL LEGALE

## Silaw prestige studio legale internazionale

La voglia (e la necessità) di tutti di ricominciare a vivere l'ordinario processo lavorativo e di ricominciare a produrre con regolarità è oggi tanta, ma ad essa si affiancano inevitabilmente i timori dovuti all'epidemia ancora in corso e all'incertezza in merito alle migliori misure da adottare per prevenire i contagi, in primo luogo a tutela di tutto l'organico aziendale e, in secondo luogo, a tutela del management che assume decisioni con connesse responsabilità di preminente rilievo.

In questa ottica un ruolo di estrema importanza è rivestito dallo smart working, che, da un lato, è ormai entrato di diritto a far parte delle best practices aziendali con la finalità di allentare la "pressione demografica" sul luogo di lavoro; dall'altro, si è rivelato uno strumento estremamente apprezzato dai lavoratori, ove usato con una bilanciata alternanza al lavoro tradizionale (in presenza).

È così un dato di fatto che, nel tempo, lo smart working stia divenendo uno strumento aziendalmente sempre più richiesto; al punto di giungere all'affermarsi del fenomeno del c.d. holidayworking, che consentedi combinare periodi di smart working con periodi di soggiorno in luoghi divacanza: in buona sostanza e senza giri di parole, di **coniugare al meglio vacanza e lavoro**, consentendo al dipendente viaggi(magari familiari) anchein periodi di servizio.

Il paradigma sta dunque cambiando

Il paradigma sta dunque cambiando: se, prima, il datore di lavoro assisteva al dipendente che, in occasioni di trasferte "comandate", chiedeva di poter prolungare il viaggio di due o più giorni (solitamente del week-end), oggi si assiste al fenomeno del dipendente che "semplicemente" comunica al datore di lavoro che eseguirà le prestazioni in smart working da un luogo di vacanza (solitamente una seconda casa familiare).
Due facce di una stessa medaglia: da una parte un'occasione di lavoro, una trasferta, alla quale poter "unire" un momento ludico; dall'altra una vacanza, da poter fruire anche in costanza di attività lavorativa.

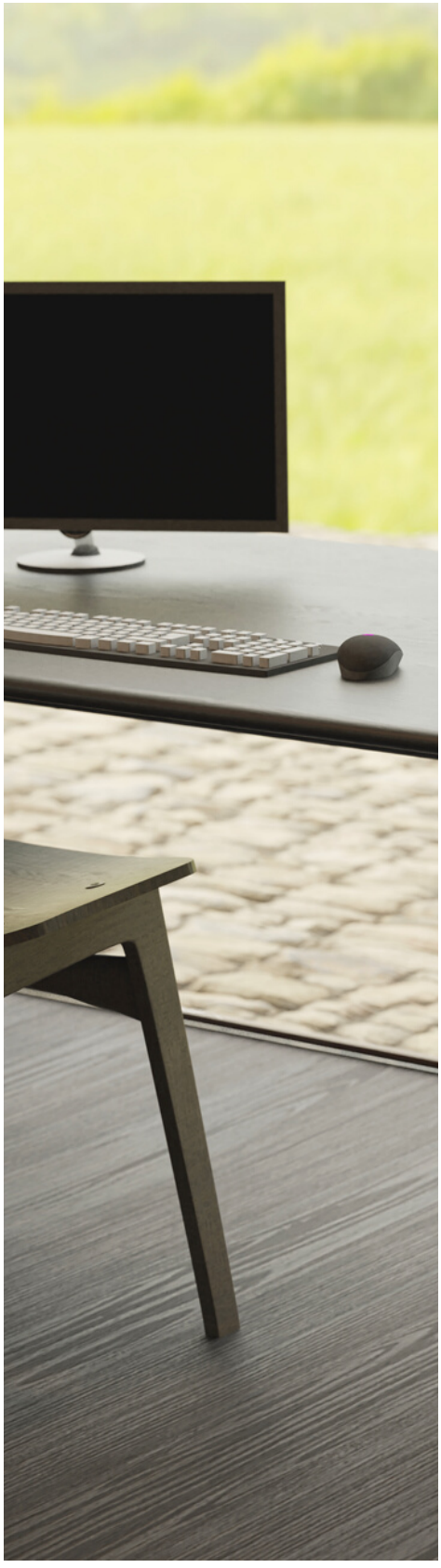
**Ebbene, cosa muta per il datore di lavoro? Quali sono le nuove problematiche che il cambiamento radicale dell'approccio all'attività lavorativa da parte del dipendente porta con sé?**
Evidentemente la risposta a tali quesiti è oltremodo complessa e richiede analisi e approfondimenti non solo delle norme che disciplinano, in via generale, le nuove forme di lavoro, ma anche delle singole fattispecie che vengono in rilievo in relazione alla specifica posizione del dipendente interessato.

# IL PARERE DEL LEGALE

## Silaw prestige studio legale internazionale

E così, si pensi, a titolo esemplificativo, ai temi connessi agli obblighi assicurativi che gravano sul dipendente e che, evidentemente, si atteggiano in maniera diversa a seconda del luogo della prestazione lavorativa (azienda, abitazione, luogo di vacanza) e dell'effettività della medesima; e, ancora, alla difficile individuazione del limite di copertura assicurativa per i c.d. incidenti in itinere in caso di trasferta lavorativa terminata con un periodo di vacanza; alle difficoltà pratiche/operative dell'holiday working,ove svolto da un luogo con fuso orario che non consenta lo svolgimento della prestazione lavorativa in orario di apertura (fisica) dell'azienda; alla disciplina delle "emergenze" che richiedono la presenza fisica in azienda del dipendente anche in periodo di smart working, così di fatto non consentendogli di allontanarsi dal proprio luogo di residenza (o domicilio) abituale; alla disciplina delle agevolazioni viaggio di cui gode l'azienda e che possono– ad alcune condizioni – essere estese ai familiari del dipendente in trasferta lavorativa o in regime di holiday working.

*Avv. Alberto Gava*
*Avv. Dario De Blasi*
*Avv./Abg Cristina Nunez*



Sono dunque tante le nuove tematiche all'attenzione dei responsabili delle risorse umane e dei travel managers, che devono essere affrontate con estrema cura e attenzione, nell'interesse dell'azienda, ma anche nella prospettiva di miglior soddisfazione del dipendente.

# FOCUS

## NUOVE REGOLE GENERALI

### LUOGHI DI LAVORO
Determinare quali posizioni sono idonee a lavorare da remoto con la loro compatibilità ai bisogni aziendali e alla definizione di viaggio d'affari.

### MAGGIORE PRODUTTIVITÀ
Valutare il viaggio di lavoro e il conseguente nuovo spazio di lavoro in remoto con la conseguente misurazione della produttività e soddisfazione del viaggiatore d'affari

### SICUREZZA
Assicurare una maggiore sicurezza ai dipendenti, con nuovi accordi sia tra le parti sia con i fornitori di servizio che possono garantire maggiore protezione

# BLEISURE

QUANDO IL DIPENDENTE CHIEDE DI ESTENDERE IL SOGGIORNO A FINE TRASFERTA.

## è possibile gestire il Bleisure se:

Se l'Azienda stabilisce una procedura/disciplina chiara e trasparente attraverso la Travel Policy,

Se l'Azienda definisce gli stakeholders coinvolti affinché di possa definire insieme la procedura

Se la procedura richiamerà quegli aspetti che permettono al viaggiatore di assicurare la business continuity

Se si definisce e si applica una metodologia per la misurazione del T-ROI ® e della conformità del dipendente

## Aspetti da definire

- ridefinizione regole aziendali/Travel Policy
- manleva (uff.Legal)
- rischio: devices aziendali,
- aspetti fiscali (benefit)
- periodo dello spostamento: inizio-fine trasferta
- duty of care
- copertura assicurativa (malattia/infortunio) per tutto il periodo della trasferta (malattia/infortunio) inizio/fine
- note spese

# LEISURENESS

PER IL DIPENDENTE IN SMART WORKING CHE VUOLE  SCEGLIERE LA PROPRIA SEDE DI LAVORO

.

## Costruire una disciplina Leisureness e comunicarla in modo appropriato

Se l'Azienda riconosce la necessità di vivere in modo equilibrato lo smart working e la quotidianità, senza rinunciare a far viaggiare e far fare nuove esperienze potrà aver bisogno di disciplinare il leisureness nella nuova travel policy e dovrà comunicarlo in modo appropriato.

I benefici di ritorno riguardano sicuramente  un incremento dello stile di vita in favore di un work-life balance che prenda in considerazione il tema della sostenibilità e del wellbeing.

## Quali sono gli aspetti prioritari/importanti da definire:

Rapporto di lavoro con una chiara disciplina in merito a:

- sicurezza e riservatezza
- collegamento a reti esterne
- device aziendali
- assicurazione viaggio-trasferte

Anche in questo caso sarà importante definire e applicare una metodologia che misuri il T-ROI ® e la conformità del dipendente

# Travel for business

info@travelforbusiness.it

Travel for business®

Magazine, Academy,
Advisory, Community

WWW.TRAVELFORBUSINESS.IT