



UVET AMERICAN EXPRESS
GLOBAL BUSINESS TRAVEL

BIZ TRAVEL

IL MAGAZINE DEI VIAGGI D'AFFARI

EDITORIALE

IN QUESTO NUMERO

- 2 BizTravel Forum:
il Business chiama
- 4 Ora Uvet capitalizza
l'esperienza di Expo
- 6 L'Expo alza i prezzi
ma non c'è il boom
- 8 Healthcare & Pharma Uvet
pensa alla salute
- 9 La Pala di Portinari
torna a splendere
- 10 Giro di poltrone.
Studi e ricerche

L'EFFETTO EXPO DEVE CONTINUARE

Al BizTravel Forum dello scorso anno, prima dei convegni, si è ascoltata *Nessun dorma*, romanza della *Turandot* di Puccini, dove nel finale si canta «All'alba vincerò». Ebbene, Expo 2015 ha vinto. Oggi sarebbe interessante recuperare gli scritti, ascoltare i discorsi di chi, fino al giorno della sua apertura, l'ha tanto bistrattata. «Faremo una figuraccia planetaria», dicevano; «sono soldi sprecati» e «non porterà a nulla». Ma un'indagine della Camera di Commercio ha accertato che il mondo ha promosso l'esposizione milanese. E a pieni voti. Ora, chiusi i cancelli, l'area espositiva di Rho-Pero è il luogo tecnologicamente più avanzato e meglio servito d'Italia e se non si reinvestisse su quel terreno, questo sì che sarebbe uno spreco di denaro pubblico. L'«Effetto Expo» c'è stato, eccome: sono cresciuti i rapporti economici con l'estero, nella sola Lombardia si registra un +23,2% di scambi con l'Unione Europea e un +32,7% con la Cina. Inoltre Assolombarda assicura che sono stati stipulati nuovi contratti per oltre 300 aziende in regione, mentre secondo Coldiretti le vendite di prodotti alimentari italiani sono aumentate del 7%. E poi il turismo: l'estate ha chiuso con un segno positivo in tutte le regioni d'Italia. Il Gruppo Uvet è stato tra i primi a credere che Expo avrebbe rappresentato un'opportunità unica per il rilancio della nostra economia e del nostro settore che, per troppo tempo, è stato trascurato dalla politica e dalle amministrazioni pubbliche. Il bilancio positivo di Expo è il segnale del grande contributo che turismo e cultura possono dare alla crescita del Paese e alla creazione di posti di lavoro. L'effetto Expo continuerà anche al 13° BizTravel Forum, l'1 e 2 dicembre a Milano, il luogo dove professionalità e innovazione s'incontrano sempre. Per crescere insieme.

EVENTI

BIZ TRAVEL FORUM IL BUSINESS CHIAMA

L'1 E 2 DICEMBRE A MILANO L'APPUNTAMENTO PIÙ ATTESO DALLA TRAVEL COMMUNITY ORGANIZZATO DA UVET AMEX. UN PROGRAMMA RICCO DI OCCASIONI DI FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO CHE TRASFORMA L'EVENTO IN UN PUNTO DI RIFERIMENTO DEL SETTORE



Il BizTravel Forum, appuntamento B2B della business community dei settori della mobility e del turismo, si presenta quest'anno con uno spazio espositivo ancora rinnovato e un'area dedicata alla Digital Innovation che vedrà la presenza di start up sempre dedicate al settore della mobility e del turismo. L'evento organizzato da Uvet, l'1 e 2 dicembre presso Fiera Milano City-MiCo, come ogni anno offre a travel manager, responsabili aziendali, event manager e agenti di viaggio nuove opportunità di business e formazione, da vivere in prima

BIZTRAVEL FORUM IL MOMENTO IDEALE PER DISCUTERE E CONFRONTARSI SUI TEMI CALDI

persona, con la possibilità di accrescere il proprio know-how tra occasioni di networking. La chiave del successo del marketplace è indubbiamente la presenza dei più importanti protagonisti del settore che, con la loro collaborazione, contribuiscono all'arricchimento dell'evento facendolo diventare l'appuntamento più atteso

dell'anno. Nell'area espositiva di Fiera Milano City Uvet riunisce tutti i players più importanti a livello globale che si occupano di mobility, eventi e turismo, facendo del BizTravel Forum il momento ideale per discutere e confrontarsi sui temi caldi che gravitano intorno al settore Travel. Anche quest'anno si articolerà

su differenti aree tematiche: Mobility (viaggi d'affari, fleet management, digital innovation); Turismo (Turismo Trade) e l'area Eventi, spazio rivolto alle aziende dei più importanti operatori del settore che, a loro volta, potranno sfruttare le due giornate di Forum come occasione di aggiornamento e di contatto per il proprio business.

Perché non mancare

BizTravel Forum, giunto alla sua tredicesima edizione, è diventato ormai il punto di riferimento della business community del travel. È l'occasione per



avere l'esatta fotografia del settore, un evento totalmente pensato per il Business, che affronta gli scenari economici di mercato, svela i trend e le evoluzioni del settore travel e offre gratuitamente contenuti di alta qualità, soluzioni, strategie e ispirazione. Ma non solo:

i due giorni del BizTravel Forum sono una possibilità di formazione e aggiornamento in real time, l'occasione giusta per imparare tutto sulla mobility, sul turismo e sugli eventi aziendali grazie a seminari, sessioni formative, workshop, tavole rotonde e

incontri B2B dove partecipano i massimi esperti del settore. Un programma ricco con contenuti di altissima qualità: oltre ai due Forum che aprono le giornate, sono in calendario più di quindici seminari specialistici con oltre cinquanta relatori tra le eccellenze del mondo

istituzionale, economico e aziendale. L'ampia area si trasforma così in networking allo stato puro e le due giornate organizzate da Uvet diventano il modo più azzeccato per ascoltare, condividere, trarre spunti e farsi contagiare da idee e ispirazioni.

PIÙ METE DA LINATE, PIÙ MEETING IN EUROPA.

Da ottobre Milano Linate sarà ancora più vicina all'Europa. Nuovi collegamenti con Amsterdam e più frequenze giornaliere per Londra e Parigi.

I voli sono già disponibili, per prenotazioni rivolgiti al tuo BTC Uvet American Express o alla tua agenzia Partner UVET ITN.



4 destinazioni
da Linate

business by
easyJet



EVENTI

ORA UVET CAPITALIZZA L'ESPERIENZA DI EXPO

SEI MESI CHE HANNO PERMESSO DI ARRICCHIRE L'IMMAGINE DEL GRUPPO E LA CORPORATE REPUTATION GRAZIE ALLA GESTIONE OPERATIVA DI 13 PADIGLIONI, ALL'ORGANIZZAZIONE DI 300 EVENTI. STRATEGIE, RELAZIONI E CONTINUITÀ OPERATIVE CHE LAZIENDA VUOLE MANTENERE IN VISTA DI ASTANA 2017 E DUBAI 2020

Expo 2015 è stata un'opportunità unica per il Gruppo Uvet, un lavoro su più fronti che ne ha rafforzato l'immagine e la crescita, dell'azienda e delle risorse umane. Un'esperienza professionale eccezionale, passata soprattutto attraverso alcuni degli aspetti più delicati e sfidanti dell'evento, come la gestione operativa di tredici padiglioni e l'organizzazione di eventi straordinari per le aziende. Usa, Argentina, Brasile, Uruguay, Ecuador, Colombia, Messico, Israele, Bahrein, Angola, Thailandia, Montecarlo e Spagna si sono affidate a Uvet per il coordinamento delle attività dei loro padiglioni, dalla comunicazione alla gestione di



tutti gli aspetti logistici, come il catering, la sistemazione alberghiera e il coordinamento degli staff di supporto; mentre per quanto riguarda gli eventi sono state oltre 300 le aziende, italiane ed estere, che hanno individuato nell'area espositiva milanese la migliore vetrina per far conoscere i propri prodotti e la propria esperienza fuori dai confini nazionali e che, per far questo, si sono rivolte a Uvet chiedendo di organizzare presentazioni, conferenze stampa, tavole rotonde, convegni. A tutto questo vanno aggiunte le

“experience”, proposte di itinerari tematici lungo tutta la Penisola messi a punto da Made in Uvet, DMC dedicata all'incoming del mondo Uvet; la vendita diretta dei biglietti d'ingresso e di centinaia di migliaia di posti letto che ha garantito ai propri clienti fidelizzati del Business Travel camere a prezzi non da capogiro per tutta la durata della manifestazione milanese. Investimenti considerevoli in risorse, strutture e idee e, al contempo, grande attenzione alle relazioni e al consolidamento di alleanze: una rete strategica e

EVENTI



SONO STATI SEI MESI DI DURO LAVORO, RICCHI DI SODDISFAZIONE, DOVE SI SONO COSTRUITE RELAZIONI CON ISTITUZIONI, INFLUENCER E ATTORI CHIAVE DEL SETTORE

una forte continuità operativa che Uvet vuole garantire anche ora che l'Esposizione ha chiuso i battenti, capitalizzando al massimo le opportunità in occasione dei futuri Astana 2017 e Dubai 2020, come la costruzione di relazioni e alleanze strategiche con istituzioni, influencer e attori chiave di settore. Sono stati sei mesi di duro lavoro, ricchi di soddisfazione e che hanno permesso a Uvet di arricchire l'immagine del Gruppo e la corporate reputation. «Capitalizzare quanto abbiamo

costruito in termini di contatti, soprattutto dal mondo estero, grazie alle innumerevoli delegazioni che abbiamo accolto e alle partnership che abbiamo stretto in questi 6 mesi di intenso lavoro, ma che ci ha arricchito sia in termini personali sia professionali - commenta Maria Luisa Ciccone, managing director di Made in Uvet - è un must per il nostro Gruppo che più di ogni altro ha investito risorse sia economiche sia personali nel più grande evento italiano degli ultimi tempi».

JAPAN AIRLINES

JAL SKY SUITE

Il lusso di una suite privata in business class

Concediti il lusso di una business class con sedili completamente reclinabili, uno schermo personalizzato da 23 pollici, accesso al corridoio indisturbato e tutte le comodità e i servizi offerti a bordo di Japan Airlines. JAL SKY SUITE è ora disponibile su tutti i voli giornalieri operati da JAL che collegano Londra, Parigi, Francoforte e Helsinki a Tokyo (Haneda e Narita).

- Divisorio a scomparsa per maggiore privacy
- Materasso e cuscino Airweave
- Porta USB, ingresso video, presa di corrente alternata
- Franchigia bagaglio: 3 pezzi da 32kg cad (totale 96kg), dimensioni lineari max consentite 203cm



Per maggiori informazioni consultare il sito www.jal.com oppure contattare JAL all'indirizzo email service.italy@jal.com



Fly into tomorrow.

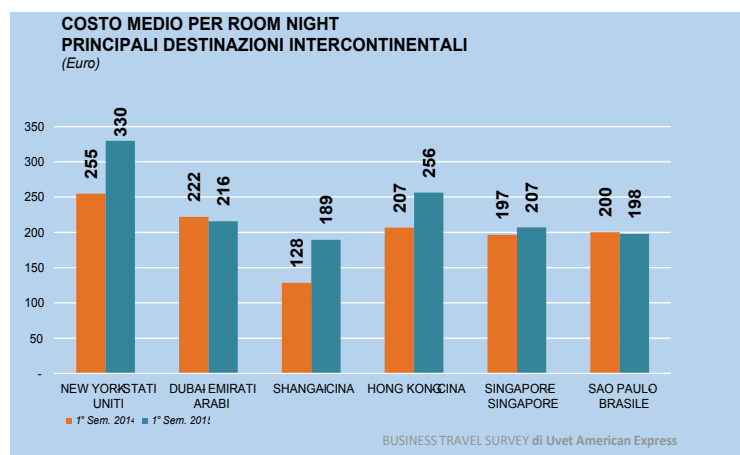
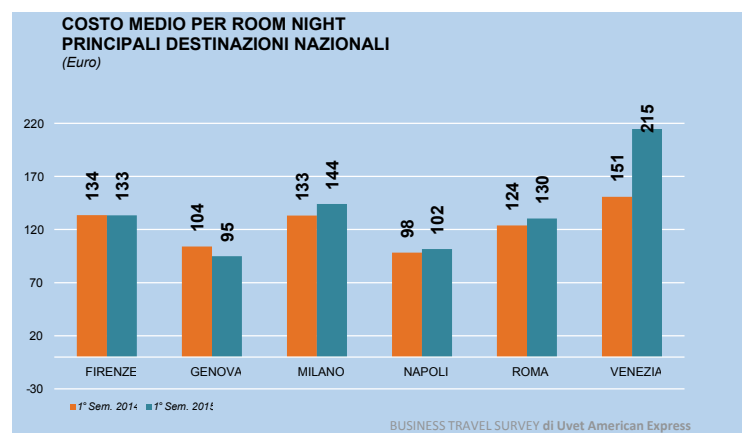
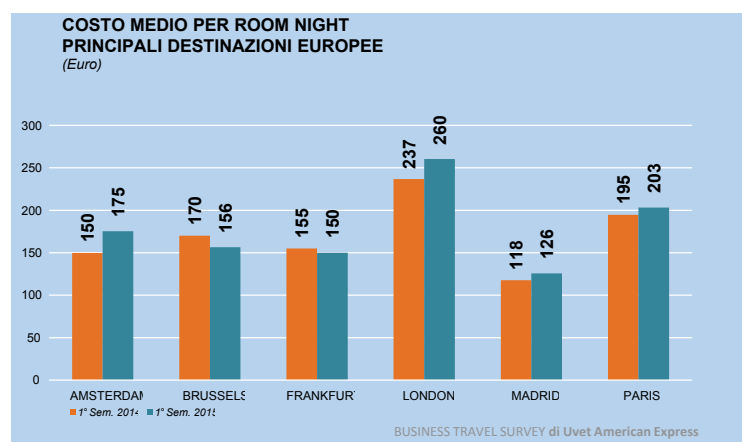
MERCATO

L'EXPO ALZA I PREZZI MA NON C'È IL BOOM

SECONDO L'ULTIMA RILEVAZIONE DELLA BUSINESS TRAVEL SURVEY DI UVET AMEX NEGLI HOTEL DI MILANO SI REGISTRANO AUMENTI DELL'8%. LE PIÙ CARE VENEZIA, LONDRA E NEW YORK. DUBAI COSTA MENO DELL'ANNO SCORSO

Tutti sapevano che l'Expo avrebbe portato – oltre che a 20 milioni di turisti – anche rincari generalizzati, soprattutto per alberghi, ristoranti e trasporti. Le previsioni parlavano di aumenti a due cifre, tra il 15 e 18%. Invece, ecco la sorpresa: a Milano i prezzi medi degli hotel sono cresciuti dell'8% (dai 133 ai 144 euro a notte) tra il I semestre 2014 e l'analogo

periodo 2015, evidenziando per i viaggiatori d'affari un impatto dell'Expo molto più contenuto rispetto alle aspettative. Il dato emerge dall'ultima rilevazione della Business Travel Survey di Uvet American Express, che approfondirà questi temi durante la 13a edizione del BizTravel Forum (1-2 dicembre, Fiera Milano City). Dalla Ricerca arriva anche la conferma che Venezia resta ancora una volta



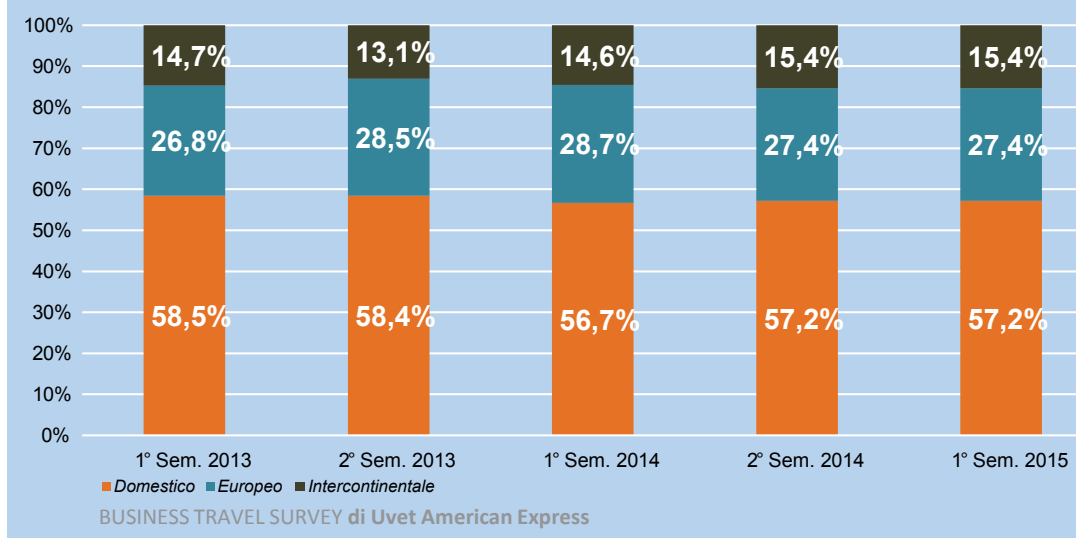
NEW YORK, CITTÀ CHE GIÀ ERA LA PIÙ CARA DEL MONDO, HA VISTO AUMENTARE DI QUASI IL 30% LE TARIFFE ALBERGHIERE MEDIE

la città più cara d'Italia, con una media di 215 euro. «Esaminando le nostre statistiche sui viaggi d'affari – spiega Luca Patanè, presidente del Gruppo Uvet – abbiamo notato che la ripresa delle trasferte è stata trainata, oltre che dal trasporto ferroviario, anche dal settore alberghiero. I costi di pernottamento sono aumentati soprattutto nelle città che erano già tra le più care in assoluto, come New York, Hong Kong, Londra». Secondo quanto è emerso dalla Business Travel Survey, pernottare per lavoro a Firenze costa mediamente 133 euro, stesso prezzo di un anno prima. Sono aumentate del 5%

circa, rispetto allo scorso anno, le quotazioni negli alberghi della Capitale, dove una notte costa 130 euro. Negli hotel di Napoli la media ha sfondato il muro dei 100 euro a notte, con costi lievitati dai 98 euro del I semestre 2014 ai 102 di quest'anno. Pagano circa il 9% in meno rispetto allo scorso anno i viaggiatori d'affari a Genova, dove una notte in albergo costa 95 euro. Il capoluogo ligure risulta così la metà più conveniente. In Europa la palma della città più cara va sempre a Londra, nei cui hotel i viaggiatori d'affari hanno pagato nei primi 6 mesi

MERCATO

RIPARTIZIONE DELLE SPESE DI HOTELLERIE



di quest'anno quasi il 10% in più del I semestre 2014, una media di 260 euro a notte rispetto ai 237 euro dell'anno precedente. Venezia precede Parigi, dove la Ricerca di Uvet American Express, rileva quotazioni che hanno raggiunto i 203 euro a

notte, in crescita rispetto ai 195 euro del 2014. In tutte le altre principali mete continentali si pernotta pagando molto meno di 200 euro. Ad Amsterdam il costo per dormire una notte in hotel è di 175 euro, il 17% in più di quanto rilevato nei primi sei

mesi del 2014 (150) mentre a Bruxelles si riescono a spuntare 156 euro, molto meno di quanto avveniva lo scorso anno (170 euro). Le quotazioni sono in calo anche a Francoforte (da 155 a 150 euro) ma non a Madrid, dove si è passati dai 118 euro dei

primi sei mesi del 2014 ai 126 euro di quest'anno e che pure rimane la meno cara fra le grandi città europee. L'incremento dei costi di pernottamento è stato riscontrato anche sulle mete intercontinentali. New York, città che già era la più cara del mondo, ha visto aumentare di quasi il 30% le tariffe alberghiere medie (da 255 a 300 euro a notte), Shanghai addirittura di quasi il 48% (da 128 a 189 euro), anche se in valori assoluti i costi sono molto più abbordabili. Secondo la Business Travel Survey, gli hotel cinesi con i prezzi più alti sono quelli di Hong Kong (256 euro a notte), in aumento del 24% rispetto al I semestre 2014. A Dubai, la principale meta internazionale per i viaggiatori d'affari, il costo di pernottamento si è ridotto dai 222 ai 216 euro, così com'è avvenuto anche a San Paolo (da 200 a 198 euro).

Il tuo ponte per la Cina

China Southern Airlines inaugura il Roma-Wuhan-Guangzhou con B787

3 voli a settimana da Dicembre 2015



www.csair.com
(+39) 02 67730260



Full Privacy
First Class



Flat-Bed
Business Class



Brand New PTV
Economy Class



Electro-Chromatic
Dimmable Windows



中国南方航空
CHINA SOUTHERN AIRLINES



MONDO UVET

HEALTHCARE & PHARMA UVET PENSA ALLA SALUTE

È LA DIVISIONE CHE DA VENT'ANNI OPERA NEL SETTORE DELL'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI MEDICO-SCIENTIFICI NEL SETTORE FARMACEUTICO OFFRENDO SERVIZI INTEGRATI INNOVATIVI E CHE GRAZIE A CONGRESSLAB (PROVIDER ECM) GARANTISCE COMPETENZA NELLA PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI EVENTI FORMATIVI

È un osservatorio costante all'evoluzione del mercato, un laboratorio d'idee e di soluzioni e progetti innovativi e tecnologici: è la divisione Healthcare & Pharma di Uvet American Express, che da oltre 20 anni opera nel settore farmaceutico e medico-scientifico offrendo servizi integrati innovativi ad alto valore aggiunto. La divisione HealthCare, fornisce pensiero strategico e servizi operativi e logistici nell'ambito del settore medico e scientifico. E sia che si tratti di organizzare un congresso, un evento formativo, una sales convention, una campagna di comunicazione o di implementare un progetto di Corporate Social Responsibility, l'obiettivo è di generare valore e trovare soluzioni efficaci ed economiche. La soddisfazione degli stakeholder interni ed esterni ed in genere di tutti i partecipanti all'evento, rappresenta un elemento fondante e caratterizzante la divisione Healthcare & Pharma. Tre sedi operative - a Milano, Firenze e Roma - dove lavorano 32 professionisti specializzati nella gestione di eventi per il settore farmaceutico e dotati di competenze nell'ambito del marketing strategico, della comunicazione e

CONGRESSlab

AN UVET AMERICAN EXPRESS COMPANY

della creatività, del project management, del business ethics e della compliance. Una squadra che ogni anno gestisce oltre 2.300 eventi in oltre 100 Paesi del mondo con più di 10 mila partecipanti. La struttura è modulare, pensata per soddisfare sia esigenze operative sia strategiche. Grazie all'integrazione di competenze e risorse specialistiche dedicate, la divisione Healthcare & Pharma offre inoltre una gamma completa di consulenze e servizi in grado di gestire ogni tipologia di evento. Attraverso l'analisi e la condivisione degli obiettivi di marketing, del portafoglio eventi e degli strumenti operativi (web-platform) UvetAmex supporta il sourcing strategico in termini

di efficienza, qualità e riduzione dei costi.

Dove nascono i Congressi

Nella stessa divisione opera anche la Congress Lab, società di Uvet American Express, inserita nell'albo ufficiale dell'Agenas, come Provider ECM n.2005 secondo la nuova normativa in materia di Formazione Continua in Medicina. Una struttura che, insieme al Comitato Scientifico, costituito da esperti delle varie discipline, garantisce competenza ed esperienza sia nell'area della progettazione che della realizzazione d'eventi ECM. Congress Lab costruisce progetti educazionali che coprono tutti gli aspetti delle

varie professioni, da quelli più clinici a quelli legali e di management: si analizza il bisogno formativo per coinvolgere tutte le competenze in ambito marketing e di scientific projecting, individuando ogni volta la metodologia più adeguata e fornire strumenti innovativi che rendano il percorso formativo davvero rilevante. Per conto di importanti Associazioni scientifiche la società della divisione Healthcare & Pharma del Gruppo Uvet fornisce un supporto operativo e strategico per garantire il massimo valore all'investimento: dai servizi di segreteria al member management, dalla gestione amministrativa al marketing alla gestione finanziaria. Ma non solo: nella preparazione di un congresso, cura ogni attività organizzativa, dalla scelta della location, alla gestione delle iscrizioni, prenotazioni, contatti con gli sponsor, fornitura degli impianti tecnici, immagine e comunicazione. Formazione e comunicazione sono svolte con mezzi di multimedialità e interattività, ciò garantisce una maggior efficacia del messaggio. Tutto con il solito obiettivo che contraddistingue il lavoro del Gruppo Uvet: la soddisfazione del cliente, delle sue aspettative e engagement dei partecipanti.

FORMAZIONE E COMUNICAZIONE SONO SVOLTE CON MEZZI DI MULTIMEDIALITÀ E INTERATTIVITÀ, CIÒ GARANTISCE UNA MAGGIOR EFFICACIA DEL MESSAGGIO.

LA PALA DI PORTINARI TORNA A SPLENDERE

FONDAZIONE ATLANTE, CREATA DA AMADEUS ITALIA E DAL GRUPPO UVET, HA FINANZIATO IL RESTAURO DI UN'OPERA DEL '400 FIORENTINO PRESSO LA BASILICA DI SANT'EUSTORGIO, UNA DELLE CHIESE PIÙ ANTICHE DI MILANO. E L'IMPEGNO CONTINUA

Durante Expo Milano ha guadagnato un nuovo capolavoro: nella Cappella Portinari della Basilica di Sant'Eustorgio è tornata al splendore la Pala di Pigello Portinari, restaurata dallo studio di Anna Lucchini. A finanziare il restauro con un budget di oltre 40mila euro la Fondazione Atlante, ente non profit creato da Amadeus Italia e Uvet. La Pala del Pigello Portinari richiedeva da tempo un intervento di restauro, che finalmente è stato avviato grazie ai fondi raccolti in pochi mesi dalla Fondazione. «Il patrimonio artistico di un Paese – ha detto Luca Patanè, Presidente di Uvet e della Fondazione Atlante, durante la presentazione del restauro - è uno dei modi per mantenere viva la memoria collettiva. Siamo rimasti affascinati dalla bellezza della Cappella Portinari e di una delle chiese più antiche di Milano qual è la Basilica di Sant'Eustorgio. La Fondazione si è interessata a quest'opera che, molto rovinata, stonava con i colori brillanti dei dipinti e degli affreschi già restaurati della Cappella. Una volta ricevuta dagli esperti la conferma della preziosità di questo dipinto, Fondazione Atlante ha ritenuto di fondamentale importanza il progetto del recupero del dipinto, che ha restituito non solo a

Milano, ma a tutto il Paese, un piccolo capolavoro». Francesca Benati, Amministratore Delegato di Amadeus Italia aggiunge: «Aver contribuito a restituire in tutta la sua bellezza la Pala del Pigello a Milano e averla riportata nel suo luogo d'appartenenza, ci riempie di orgoglio. In futuro Fondazione Atlante, grazie alla forte motivazione alla base dei successi ottenuti, sarà impegnata in altri progetti di restauro di beni artistici e culturali, per riportare a nuova vita opere storiche del nostro patrimonio e per dare continuità al nostro passato». L'opera, attribuita a Giovanni da Vaprio o a un maestro legato a Benedetto Bembo, fu realizzata nella seconda metà del Quattrocento, ed è conservata nell'omonima cappella nella Basilica di Sant'Eustorgio di Milano, poco lontano dal celebre Sarcofago dei Re Magi. Ritrae l'apparizione di San Pietro Martire a Pigello Portinari, agente del Banco Mediceo inviato da Firenze. In questa occasione il Santo di Verona avrebbe suggerito al Portinari stesso l'edificazione di quel luogo, avvenuta poi tra il 1462 e il 1468. La cappella, che oggi conserva i resti di entrambi, è uno dei maggiori esempi dell'influenza dell'architettura fiorentina nella Milano del XV



secolo. Il dipinto versava in gravi condizioni sia per un precedente restauro invasivo ottocentesco che l'aveva trasportato dal legno a una tela, sia per l'umidità. Il lavoro di recupero ha compreso il ritorno su una spessa tavola di legno, pensata per garantire isolamento dall'umidità insieme con una verniciatura speciale, un intervento pittorico sulle vesti di Pigello Portinari originariamente coperte di una lacca di rosso damasco andata perduta e la rimozione di una

stuccatura al piombo recente che copriva i dettagli della capigliatura dei soggetti, mentre è stato conservato lo sfondo in foglia d'oro posto sulla tela nel trasporto ottocentesco. Secondo Anna Lucchini grazie a queste operazioni di restauro si sta riportando l'attenzione sul gotico internazionale lombardo. Ma l'impegno di Fondazione Atlante non finisce qui, ha infatti contribuito al restauro di 2 opere di Francesco Hayez presenti in Accademia di Brera.

GIRO DI POLTRONE



Ambrosi, nuovo Project Manager per Uvet Viaggi Turismo

Cesare Ambrosi è il nuovo **Project Manager of Digital Development B2C di Uvet Viaggi Turismo**. Ambrosi ha maturato una lunga e significativa esperienza nel mondo ICT e Internet/eCommerce in posizioni manageriali, partecipando alla fondazione di VOL e Tin.it. Ha poi affinato le capacità di problem-solving con gli start up di diverse reti commerciali e portali e-commerce, tra le quali la prima rete indiretta

di Telecom Italia (3000 dealer), diversi canali distributivi (GD, GDO, Catene, Dealer) e oltre 40 progetti Internet, con modalità di gestione complesse. Un background di esperienze a 360° nella gestione delle reti di vendita indirette nel mondo dei servizi, spaziando dalla formazione, alla gestione amministrativa, alla organizzazione del customer service (extranet, call service, web service), alle attività commerciali/mktg di push (web marketing, co-marketing, visual merchandising, direct marketing, emailing, etc.).

Uvet divisione Pharma Cocco responsabile del Business Development

William Cocco è il nuovo Responsabile Business Development della divisione Healthcare & Pharma di Uvet Amex. Cocco ha maturato una significativa esperienza dapprima



team operativi e commerciali sia in Italia che all'estero, implementando progetti di outsourcing con le più importanti aziende farmaceutiche nell'area Congressi, Eventi formativi e training. Progetti di comunicazione verso medici e staff.

Enzo Casati è il nuovo direttore generale della catena alberghiera Starhotels.

L'esperienza manageriale è cominciata nel gruppo americano 3M per poi proseguire, a partire dal 1994, nel gruppo Campari, dove Casati, 52 anni laurea conseguita presso l'università Bocconi di Milano, ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità fino alla carica di amministratore delegato della business unit International e in seguito della business unit Asia Pacific.

nella logistica e trasporto espresso per multinazionali quali TNT Logistics e General Logistics Systems ricoprendo ruoli operativi e di sviluppo strategico. Ha poi partecipato a progetti internazionali e cross-border, in qualità di Project Leader che lo hanno portato a sviluppare esperienze internazionali (EMEA) e competenze inerenti il Global Account Management, Merger & Acquisition e Turnaround Management. Nel settore Meeting & Events Pharma ha consolidato un'esperienza decennale lavorando su progetti di creazione e gestione di

STUDI E RICERCHE NEL BUSINESS TRAVEL

01. IL TURISMO CONTINUA A CRESCERE: I VIAGGIATORI SONO 21 MILIONI IN PIÙ

Sono 538 milioni i viaggiatori che nella prima metà del 2015 hanno varcato i propri confini nazionali per visitare altre destinazioni, 21 milioni in più (+4%) rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. E l'Europa, informa il più recente report dell'**Organizzazione Mondiale del Turismo**, non solo mantiene il primato di continente più visitato in assoluto, ma registra anche un incremento del 5%, superiore alla media mondiale. Il **World Tourism Barometer** indica che gli arrivi sono aumentati del 5% anche in Asia-Pacifico e in Medio Oriente (perlomeno in alcune aree), mentre nelle Americhe la crescita è stata del 4%: in Africa si è registrata una flessione del 6%, e in nord Africa gli arrivi sono crollati del 10%. Complessivamente i risultati sono positivi, commentano dal WTO, considerate soprattutto le criticità dello scenario internazionale: da una parte, il tema della sicurezza, che in periodo di turbolenze politiche e di allarmi terrorismo acquisisce una dimensione molto rilevante; dall'altra la volatilità economica, con la ripresa delle economie occidentali e il rallentamento invece di quelle emergenti, le fluttuazioni valutarie e il calo del prezzo del petrolio. La stima dell'Organizzazione è che il 2015 si chiuderà a livello globale con un incremento dei turisti internazionali del 4%, in linea con le previsioni di lungo termine secondo le quali la crescita, nel decennio 2010-2020, si attesterà in media sul 3,8% annuo.

02. MIGLIORA L'INDICE DI FIDUCIA DEGLI ITALIANI E SI RICOMINCIA A VIAGGIARE

Nonostante il 93% degli italiani ritenga che il Paese non sia ancora uscito dalla crisi, nei primi 3 mesi del 2015 l'indice di fiducia dei cittadini si è attestato a quota 57, segnando una crescita di 11 punti rispetto al medesimo periodo del 2014. Il risultato ci tiene ancora lontani da tedeschi e anglosassoni, i più ottimisti d'Europa con un indice di fiducia pari a 100 e 97 ma, secondo la Global Consumer Confidence Survey realizzata da

Nielsen su un campione di 30mila persone in 60 paesi, ci avvicina alle posizioni di spagnoli e francesi, rispettivamente a 61 e 59 punti. E gli italiani tornano a spendere, anche per viaggiare. Una volta acquistati i beni necessari e avere messo da parte i risparmi, il 27% è infatti pronto a regalarsi vestiti e a concedersi una vacanza.

03. ATTRATTIVA INTERNAZIONALE: ROMA PIÙ RICERCATA, MA MILANO VINCE PER AUMENTO DI INTERESSE

Si aggiunge un nuovo tassello all'eterna competizione fra Roma e Milano. A vincere sul fronte dell'appeal turistico è Roma, ma a registrare il maggior aumento d'interesse da parte dei viaggiatori internazionali è Milano. A dirlo è Momondo, il sito per la comparazione di voli e hotel, che ha analizzato le ricerche di voli compiute nei primi 8 mesi dell'anno dagli utenti di oltre 220 Paesi. Il risultato è che le ricerche di voli per Roma hanno battuto in numero assoluto quelle per Milano ma che, rispetto al medesimo periodo del 2014, quelle per Milano sono cresciute del 61%, superando di due punti percentuale quelle per la capitale. L'incremento di interesse per Milano è sentito soprattutto da tedeschi (+172%), svedesi (+97%) e statunitensi (+92%) seguiti in ordine da danesi, ucraini, finlandesi, norvegesi, inglesi, russi e italiani. A essere più propensi a visitare Roma sono, invece, australiani (+107%), austriaci (+92%) e olandesi (+69%) seguiti da portoghesi, ungheresi, turchi, irlandesi, serbi, svizzeri e greci.

**BIZ
TRA
VEL**

IL MAGAZINE DEI VIAGGI D'AFFARI

Numero 4
Novembre 2015

Registraz.Tribunale Milano n. 198 15/04/11 **Direttore responsabile** Mario P. Mazzei **Redazione** Luca Pollini; Newsteca/missionline.it; **Grafica e impaginazione** Spaghetti Design **Stampa** ProntoStampa srl Verdellino di Zingonia (BG)

Feel at home

With the only airline flying non-stop 13 times weekly between Italy and Saudi Arabia, feel completely at home onboard. Enjoy superior service, 1,200 hours of entertainment and warm Arabian hospitality.



saudiairlines.com



SOGNO

È QUELLO CHE VIVRAI VOLANDO CON NOI.

LASCIATI CONQUISTARE DALLA NOSTRA BUSINESS CLASS.

Rilassati nel comfort di un'esclusiva cabina dedicata: poltrone in pelle completamente reclinabili, fino a 180°, con funzione massaggio e accesso diretto al corridoio. Scopri inoltre il gusto delle nostre ricette ispirate alla migliore tradizione culinaria italiana, premiate con il "Best Airline Cuisine" per 5 anni consecutivi. Preparati a un volo pensato appositamente per esaudire ogni tuo desiderio.