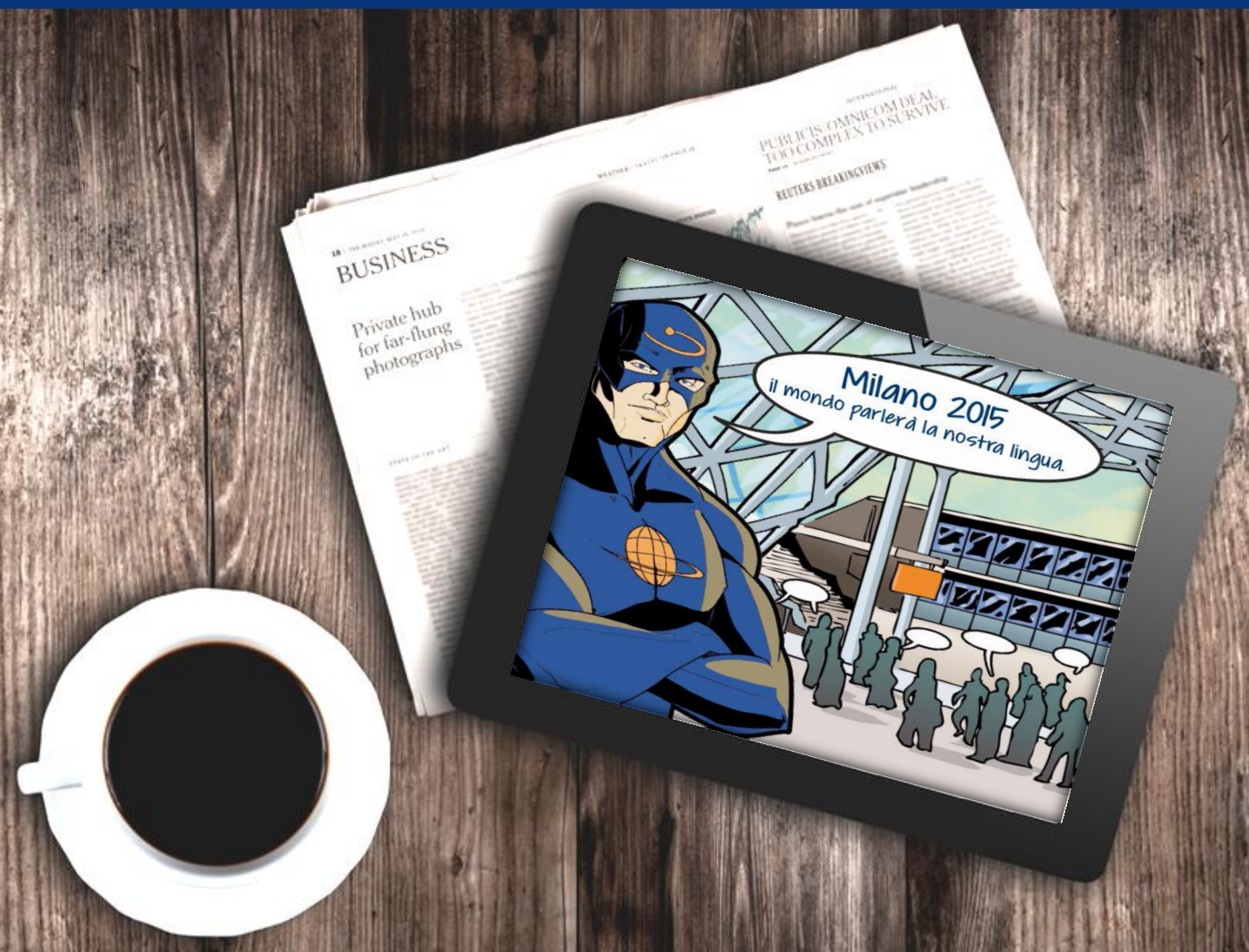




Selezione Rassegna Stampa 2014

Data	Testata	Titolo	Pag.
13-gen	TTG Italia	Dossier Business Travel	5
27-gen	Il Secolo XIX	Uvet Travel Index il Pil italiano crescerà dell'1%.	8
27-gen	Gaz. del Mezzogiorno	Ma sulle tratte con l'alta velocità il treno batte l'aereo	9
30-gen	Il Sole 24 Ore	Uvet entra in Digital Magics con 500 mila euro	10
01-feb	L'Espansione	Luca Patanè - Ho portato nel mondo il sogno di mio padre	11
07-feb	Il Sole 24 Ore	Viaggi d'affari in aumento con Asia e Africa	16
12-feb	Economy Up	Patanè, investo in start-up per essere competitivo	17
13-feb	La Stampa	Uvet vuole costruire la multinazionale delle vacanze online	18
09-mar	Corriere della Sera	Pala del Pigello, al via l'opera di restauro, sarà pronto per l'expo	19
27-mar	Travel Quotidiano	Uvet premiato per il gestionale delle note spese agli IMA Awards	20
31-mar	TTG Italia	Uvet, un 2014 tutto in ripresa	21
09-apr	Libero	Un affare saltato ha fatto diventare ricca Uvet	22
19-apr	Avvenire	Viaggi d'affari e ripresa pil +1% a fine anno	23
01-mag	Corriere della Sera	Uvet, al via Italy and You, già cento PMI nella Rete	24
20-mag	Il Sole 24 Ore	Nasce la prima rete con oltre cento imprese	25
20-mag	La Stampa	Confturismo, Digital Magics e Gruppo Uvet lanciano il progetto Tripitaly	26
20-mag	Class Editori	Digital Magics con Confturismo e Uvet lanciano Tripitaly.it	27
21-giu	Avvenire	A Uvet i servizi del padiglione USA	28
23-giu	Fox19	Uvet - Friends of USA Pavilion	29
23-giu	CNBC	Friends of the USA Pavilion Milano 2015	30
25-giu	Il Giornio	Uvet, il leader dei viaggi gestirà eventi e servizi nel padiglione USA	31
25-giu	Milano Finanza	Expo, Uvet gestirà il padiglione USA	32
30-giu	TTG Italia	Il salto triplo di Luca Patanè	33
07-lug	Il Giornale	Expo, agenzia milanese compra 500mila biglietti	35
09-lug	L'agenzia di Viaggi	Gruppo Uvet, senza limiti	36

Data	Testata	Titolo	Pag.
14-lug	TTG Italia	La scommessa di Uvet: triplicare il fatturato	38
21-lug	Affari & Finanza	Turismo, Uvet punta su Expo per lanciarsi nell'incoming	39
21-lug	CorriereEconomia	Proposte serve una cabina di regia	40
20-ago	Repubblica	Hotel: Hong Kong la più cara al mondo	41
27-ago	Repubblica	Aziende, in ripresa i viaggi d'affari Crescono i voli verso l'Europa	42
15-set	GuidaViaggi	Uvet, mille assunzioni per l'Expo	43
23-set	Wall Street Italia	A Uvet American Express Premio Nazionale Innovazione servizi	44
24-set	Corriere della Sera	Uvet compra Last Minute Tour	45
24-set	Yahoo Finance	Turismo: Gruppo Uvet acquisisce totalità Last Minute Tour	46
26-set	Il Sole 24 Ore	A Uvet il 100% di Last Minute	47
01-ott	E20	Jakala Events cambia nome: nasce Uevents	48
08-ott	Corriere della Sera	Uvet, acquisisce gestione Resort Djerba Golf	49
14-ott	Corriere della Sera	Pil Uvet stima calo in terzo trimestre dello 0,16%	50
29-ott	Il Sole 24 Ore	Viaggi su misura arriva il Personal Travel Specialist	51
17-nov	TTG Italia	Uvet gioca la carta PTS occasione per 250 Agenti di Viaggio	52
21-nov	Il Sole 24 Ore	A Milano il BizTravel Forum 2014	53
24-nov	Corriere Economia	Turismo alla sfida dell'Expo: "Il nostro esame di maturità"	54
25-nov	Ansa	Al via la dodicesima edizione del BizTravel Forum 2014	56
26-nov	La Stampa	Il Gruppo Uvet prepara mille assunzioni per Expo 2015	57
26-nov	Il Giorno	Biglietti, bene le vendite all'estero	58
06-dic	Libero Quotidiano	Luca Patanè: "Con l'Expo e meno tasse possiamo ripartire"	59
17-dic	GuidaViaggi	Numeri in crescita per il BizTravel Forum 2014	60
29-dic	Travel Quotidiano	Nuova sede romana per Uvet	61

Dossier **Business travel**



Cambiano le dinamiche all'interno del mondo delle trasferte aziendali, grazie all'avanzata di ulteriori player come le compagnie aeree **low cost**

Nuove tendenze nel bt

I viaggi di lavoro segneranno qualche punto di ripresa nel 2014, sull'onda della ripartenza economica che si sta verificando in alcuni Paesi europei



Non sarà certo l'anno d'oro del business travel, questo 2014 appena iniziato, ma di sicuro qualche nota positiva è in vista. La tanto attesa ripresa economica, fuori d'Italia, è iniziata. E, pur fra mille difficoltà, secondo le analisi anche il Belpaese dovrebbe risentire positivamente dell'andamento dell'economia globale. Nei dati elaborati da Cwt sull'andamento dei prezzi dei fornitori nel business travel e da Uvet sulle previsioni per il Pil nazionale, quindi, si evidenzia un

leggero incremento delle tariffe e, nel medesimo tempo, un incremento del prodotto interno lordo italiano dell'1 per cento, un dato superiore ai forecast dell'Fmi. Certo, le aree a maggiore redditività per i viaggi d'affari si collocano fuori Italia e fuori Europa. Per quanto riguarda i prezzi dell'hôtellerie, in particolare, a trascinare verso il rialzo è l'area dell'America Latina, a sua volta spinta dal Brasile, che per quest'anno attende l'effetto Mondiali. Ben diversa la situazione in Europa, dove si assisterà invece

all'aprirsi di una forbice amplissima, con variazioni che vanno da una diminuzione nei prezzi fino al 2,5 per cento a un incremento dell'1,6. Discorso diverso vale per i collegamenti. Il sistema del trasporto nel business travel verrà, infatti, fortemente influenzato da due macro tendenze attualmente in atto, che contribuiranno a condizionare l'andamento dei prezzi. Da un lato la focalizzazione iniziata dai vettori low cost sul traffico business, dall'altro la nuova pressione sul fronte competitivo che, soprattutto in alcuni Paesi, fra i quali l'Italia e la Cina, stanno effettuando i trasporti via terra con la forte crescita dell'offerta dei treni ad alta velocità.

Sul fronte delle low cost, un'analisi effettuata da David Jarach, ceo di diciottofebbraio Aviation Advisory, ha identificato 4 trend principali che stanno influenzando il mercato del trasporto aereo nel corso di quest'anno e che riguardano, principalmente, il nuovo protagonismo dei vettori low fare. La maggiore concentrazione sugli aeroporti principali, unita all'apertura al lungo raggio e alla sempre più ampia convergenza fra i modelli di business di no frills e major, sta rendendo estremamente dinamico il mercato del trasporto aereo anche a livello tariffario. Tariffe sulle quali sta esercitando una nuova pressione anche l'ingresso in forze nel mondo bt del trasporto su rotaia, con nuovi player sempre più competitivi.

IL SEGMENTO SARÀ ANCHE NEL 2014 IL MOTORE DELL'INDUSTRIA TURISTICA

La spinta dei viaggi d'affari

Un 2014 con un leggero incremento sui prezzi dei fornitori di servizi, ma anche con un incremento del Pil nazionale. Sono queste le due facce della medaglia del business travel per l'anno appena iniziato.

Le previsioni lanciate da Cwt nel suo Travel Price Forecast 2014 mostrano un andamento instabile in Europa, mentre l'area Asia Pacifico e l'America Latina mostrano incrementi tariffari su tutti gli asset, dal trasporto aereo all'hôtellerie. Inoltre, secondo l'Uvet Travel Index, in Italia l'andamento del business travel fa prevedere, per il 2014, un incremento del Pil italiano dell'1 per cento, un dato superiore alle stime dell'Fmi.

Il trasporto aereo

Per quanto riguarda i prezzi dei servizi, secondo Cwt il panorama del trasporto aereo resterà dinamico nel 2014, con una maggiore pressione sulle tariffe grazie all'ingresso nella competizione globale del bt dei vettori low fare. In tutte le aree prese in esame dallo studio sono previsti aumenti delle tariffe, con un +4 per

cento di America Latina, un +4 anche nell'area Asia Pacifico, un +3,1 per quanto riguarda Europa, Medio Oriente e Africa e un +1,6 per cento in Nord America. Per quanto riguarda l'Europa, saranno soprattutto i vettori basati in Russia e Germania ad influire sugli aumenti di prezzo.

Gli alberghi

Diversa la situazione nell'hôtellerie: secondo il forecast Cwt, infatti, si va da un estremo all'altro, con alcune destinazioni a forti tassi di incremento, a fronte di numerosi Paesi europei che invece subiranno una diminuzione dei prezzi a causa delle perduranti crisi economiche.

Quindi, per macroaree, le tariffe alberghiere dell'America Latina sono previste in crescita fino al 5,8 per cento, trainate dal Brasile e dalla Coppa del Mondo di calcio. In aumento anche in prezzi nell'area Asia Pacifico, mentre in Europa la fluttuazione sarà importante, con previsioni che vanno da un -2,5 per cento a un +1,6 per cento. Come isole nel continente, alcune grandi città europee caratterizzate da una forte do-

manda business continueranno, però, a mantenere tonici i prezzi. Nel Nord America, invece, si prevede un incremento delle tariffe alberghiere pari a 3,9 punti percentuali.

Collegamenti via terra

Autonoleggio e, soprattutto, trasporti ferroviari continueranno a rappresentare una valida alternativa al trasporto aereo.

Mentre i prezzi dell'autonoleggio registrano incrementi che vanno dal 3,6 per cento dell'America Latina al 2 per cento del Nord America, situazione differente si verificherà in Europa e nell'area Asia Pacifico. In Europa l'andamento dei prezzi del car rental varia da Paese a Paese, con una forbice che va dal un +4 per cento in Russia Germania e Regno Unito al -4 per cento della Spagna. Sul mercato europeo, italiano e francese in particolare, però, la pressione dei player ferroviari si sta facendo sempre più concorrenziale con il trasporto aereo. Stessa situazione in area Apac, con la Cina che potenziando la rete di treni ad alta velocità sta destando l'interesse dei business traveller.



I viaggi d'affari anticipano le tendenze dell'economia nazionale. Il modello dell'Uvet Travel Index evidenzia come le tendenze messe in luce dal bt rispecchino l'andamento economico dei Paesi

L'indicatore economico Il modello **Uvet** Travel Index

Sono il segnale che anticipa l'andamento dell'attività produttiva. I viaggi d'affari, utilizzati dalle imprese per cercare nuovi clienti e condurre il proprio business, sono direttamente correlati ai valori del Prodotto interno lordo generato nel Paese di riferimento e sono quindi un indicatore prezioso per prevedere il ciclo economico dei mesi e dell'anno a venire. Lo dimostra l'Uvet Travel Index, il modello statistico sviluppato dal Gruppo Uvet con il supporto scientifico di The European House-Ambrosetti, confrontando una serie storica di dati dei viaggi d'affari e del Pil dal 2006 a og-

gi, e rilevando che le dinamiche del business travel rispecchiano al 94 per cento l'andamento dell'economia. Il dato previsionale sul 2014 secondo l'Uvet Travel Index prevede, quindi, un incremento del Pil italiano dell'1 per cento. L'analisi dei dati relativi ai viaggi d'affari delle aziende italiane, che Uvet monitora periodicamente con la Business Travel Survey, rileva che negli ultimi 8 anni i prezzi dei trasporti sono aumentati del 32 per cento, ma che nel comparto del bt, pur aumentando il numero dei viaggi, si è registrata una flessione dei costi del 29 per cento. I costi delle tra-

sferite di lavoro si sono ridotti in virtù di 2 fattori: da una parte, la liberalizzazione del mercato con l'ingresso dei vettori low cost e dell'alta velocità ferroviaria, dall'altra la gestione professionale delle travel management company, che riescono a proporre alle aziende le soluzioni più convenienti. "Grazie a questa dinamica - commenta Luca Patanè, presidente di Uvet - in questi 8 anni sono state liberate risorse pari a quasi 5 miliardi di euro: le aziende hanno quindi risparmiato e ciò conferma che il comparto dei viaggi d'affari produce competitività economica".



DESTINAZIONI

Il sorpasso degli Emirati

Sorpasso storico nelle destinazioni del business travel italiano. Per la prima volta nel 2013 Dubai ha superato New York come meta più richiesta tra quelle intercontinentali. Lo evidenzia il Business travel Survey di Uvet Amex. "Verso l'Emirato - precisa la società - sono stati emessi il 4,4 per cento del totale biglietti intercontinentali da gennaio a settembre 2013, mentre New York si è fermata al 4 per cento, in calo di quasi un punto percentuale rispetto al 2012". In Europa, invece, è Parigi che cresce, con una quota del 13 per cento del totale viaggi d'affari.

+8,5%

È questa la percentuale di aumento delle tariffe alberghiere prevista in Brasile nel 2014, grazie ai Mondiali di calcio. La spinta del Paese porterà in alto i prezzi degli hotel in tutta l'area latino americana



Europa ancora in sofferenza nelle previsioni per l'anno appena iniziato

LA PREVISIONE

Uvet Travel Index il Pil italiano crescerà dell'1%

ROMA. Il Prodotto interno lordo dell'Italia crescerà nel 2014 dell'1%, con il secondo semestre dell'anno più effervescente, per tornare, a fine anno, ai livelli del terzo trimestre 2012. Dunque la caduta dell'economia italiana si sarebbe arrestata nel quarto trimestre del 2013, con il Pil al -0,07% rispetto al trimestre precedente, e viene confermata una possibile ripresa dell'economia: la crescita nei primi 6 mesi del 2014 sul secondo semestre 2013 è del +0,3%. Le previsioni arrivano dall'**Uvet Travel Index**, consegnato ieri in anteprima all'Ansa, ideato dal gruppo **Uvet**, e curato, per la parte scientifica, da The European House - Ambrosetti.

Data: 27/01/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

I DATI Uvet AMEX CRESCONO I COLLEGAMENTI ROMA-MILANO E QUELLI CON LE PRINCIPALI CITTÀ DEL CENTRO NORD. SUD ISOLATO

Ma sulle tratte con l'alta velocità il trasporto ferroviario batte l'aereo

● **ROMA.** Il treno, ormai sempre più veloce, quest'anno per la prima volta batterà il treno anche per i viaggi d'affari. Ed il sorpasso avverrà già nel primo trimestre di quest'anno sulla tratta Milano-Roma, mentre i prezzi medi dei biglietti ferroviari sono ancora in calo grazie alla spinta della concorrenza. A fine 2013, infatti, la quota di mercato del treno è salita al 49%, rispetto al 35% del primo trimestre 2011, secondo quanto emerge dall'ultimo aggiornamento della Business Travel Survey di Uvet Amex, società del Gruppo Uvet specializzata nei viaggi d'affari.

L'entrata nel mercato italiano di Ntv sulla Milano-Roma e su altre tratte dell'Alta Velocità, come effetto della concorrenza - rileva il Travel Survey - ha fatto calare negli ultimi 2 anni del 10% il costo medio del biglietto ferroviario. L'effetto concorrenza, grazie anche alle compagnie low cost sulla tratta Milano-Roma, ha avuto effetti positivi sul

prezzo del biglietto aereo calato mediamente del 15% tra il primo semestre e il secondo semestre dello scorso anno.

La principale destinazione ferroviaria italiana rimane Milano (33,4%) con Roma in lieve calo (25,5%) ma in vantaggio su tratte sempre lungo la rete AV come Torino, Bologna, Firenze e Napoli. "La riduzione del tempo di viaggio tra Roma e Milano - afferma Luca Patané, presidente del Gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 mld di euro - ha cambiato le abitudini di chi viaggia per affari e nei prossimi mesi di quest'anno prevediamo l'affermazione definitiva dell'Alta Velocità ferroviaria".

Fra le mete dei viaggi d'affari la Business Travel Survey di Uvet Amex segnala che nel 2013 hanno perso quota, i Brics Brasile, Russia, India, Cina, ma hanno guadagnato attrattività la Colombia, l'Indonesia, il Vietnam, Egitto, Turchia e sud Africa. Se Dubai ha

scavalcato New York fra le mete preferite per gli spostamenti di business, fa uno scatto in avanti la capitale degli Emirati Arabi Abu Dhabi.

"Stiamo riscontrando - afferma Luca Patané - un percorso di recupero dei volumi di traffico europeo, e di crescita del traffico intercontinentale mentre il traffico aereo nazionale resta depresso compensato dallo sviluppo dell'Alta Velocità ferroviaria. Anche il traffico verso la Cina, che aveva mostrato un rallentamento negli ultimi mesi, mostra segni di riattivazione".

New York a fine 2013 è ancora la città più cara al mondo per il costo medio di un pernottamento in hotel (306 euro) in aumento del 2,6% rispetto al secondo semestre del 2012. Londra (225 euro a notte), è

seconda al mondo e prima in Europa, ma si è registrata una diminuzione media della tariffa pari all'11,4%. Parigi è sempre terza (210 euro a notte) con prezzi in crescita del 5%. Segue Hong Kong (quarto posto, 209 euro/notte) con tariffe in discesa del 5,4% dal secondo semestre 2012 allo stesso periodo del 2013. Le tariffe più convenienti a livello intercontinentale si spuntano ad Abu Dhabi (158 euro a notte) dove pure, da un anno a questa parte, hanno fatto registrare un incremento. Madrid (107 euro a notte) è sempre la città meno cara in Europa.

In Italia, Venezia è saldamente la città più cara con un costo medio degli hotel di 153 euro al giorno (+7% in confronto al secondo semestre 2012), Milano è seconda (128 euro, +4%) e Firenze balza al terzo posto con un aumento del 30% nel costo medio del pernottamento in albergo (120 euro). Napoli, infine, risulta la meta più economica con 97 euro a notte.

Valentina Roncati



Tecnologie ▶ Startup

Uvet entra in Digital Magic con 500mila euro per finanziare le start up del turismo

di [Gianni Rusconi](#) 30 gennaio 2014

 Tweet 10

 g+1 1

 My24



A A



Il presidente del gruppo Uvet
Luca Patanè (Ansa)

Un investimento di mezzo milione di euro per una quota azionaria di circa l'1,8% e l'ingresso nella community Angel Network. Il Gruppo Uvet (2,2 miliardi di euro di fatturato) ha abbracciato la scommessa del venture incubator Digital Magics e con l'ingresso nel capitale della società milanese, formalizzato lo scorso fine dicembre, ha creato i presupposti per il lancio di un programma di finanziamenti per startup attive nel campo del turismo e dei viaggi online.

Il programma, battezzato "Open Innovation Advisory", si articolerà attraverso attività di scouting e selezione delle nuove imprese e progetti di ricerca e di innovazione in ambito digitale. Con Digital Magics a fare da intercettatore di "business idea" con contenuti e servizi ad alto valore tecnologico da sottoporre al vaglio di Uvet.

Una prima operazione in tal senso è già stata completata e riguarda il finanziamento di Plannify, startup che ha dato vita a un motore di ricerca di eventi, manifestazioni e spettacoli in Italia e all'estero con funzionalità social. (G.Rus)

Data: 01/02/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa



INTERNAZIONALIZZAZIONE FARE IMPRESA NELLA COREA DEL SUD

FINANZIAMENTI
Microcredito:
come funziona
e chi può
ottenerlo

**COSÌ FARÒ
CRESCERE
IL BUSINESS
DEL TURISMO**
Il presidente
di Uvet Luca
Patané spiega
come intende
rilanciare una
delle risorse
più importanti
del Paese

**PUNTIAMO
SU ESTERO
E INNOVAZIONE**

Diana Bracco traccia le linee strategiche
del suo gruppo farmaceutico che ha
in serbo progetti rivoluzionari

DIANA
BRACCO

LUCA
PATANÉ



Data: 01/02/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa

PROTAGONISTI

LUCA PATANÉ

Ho portato nel mondo il

Il presidente di Uvet, Luca Patané, racconta come ha trasformato l'agenzia di viaggi di famiglia in una multinazionale da 2,2 miliardi. Nonostante le banche e la crisi

MATTEO CAMPINI



32 ESPANSIONE GENNAIO/FEBBRAIO 2014

«**M**io padre ha messo in piedi Uvet affascinato dai racconti di mio nonno, che faceva il capitano di lungo corso. Lui, siciliano, aveva dovuto smettere di navigare per le insistenze di mia nonna, che non vedeva di buon occhio il suo girovagare per il mondo». Così **Luca Patané**, classe 1961, ci racconta come è nata l'azienda di famiglia, che oggi è il leader italiano della distribuzione turistica, sia per i viaggi d'affari sia per le agenzie consumer. Difficile immaginare che un'azienda dal nome così burocratico (Uvet sta per Ufficio Viaggi e Turismo) sia nata da un sogno, eppure è proprio così. Nonno Patané doveva essere un tipo davvero originale, tanto che è finito al confino in Sicilia, a Mascali (tra Taormina e Catania) per essersi presentato a un convegno di camicie Nere con una sgargiante camicia color canarino. «Mio nonno era un futurista, secondo me» ride Patané. «Una provocazione degna di Marinetti. D'altronde, anche come ha conosciuto mia nonna è degno di un romanzo in stile Coscienza di Zeno, uno dei più divertenti della letteratura italiana: come si usava a quel tempo è andato da una famiglia che conosceva bene, una famiglia di Acireale che aveva sei figlie, e se non gli hanno detto scegline una poco ci manca».

Messo a terra dalla moglie e da otto anni di confino, nonno Patané ha cambiato la nave con il treno, finendo a fare il capostazione a Bergamo, ma l'amore per girare il mondo gli è rima-

È entrato in azienda alla morte del padre. E ha fatto una lunga gavetta come direttore commerciale prima di prendere il timone

Data: 01/02/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa

sogno di mio padre

sto e l'ha passato al figlio. Che dopo una breve parentesi di commercio in vini, negli anni '50 ha deciso di seguire il sogno del vecchio lupo di mare e dedicarsi in qualche modo ai viaggi che aveva conosciuto dai racconti famigliari, fondando la prima agenzia viaggi di Bergamo, e dopo un anno si è spostato a Milano dove c'era più mercato. Certo, nell'Italia della ricostruzione, con il boom economico ancora di là da venire, di soldi non ne giravano molti, e bisognava compensare con la fantasia e l'arte di arrangiarsi: «A quel tempo, le agenzie vendevano i biglietti dei treni con una maggiorazione. Per invogliare i passeggeri, specialmente quelli dei pendolari verso la Svizzera, nella stazione delle Varesine, mio padre invitava l'impiegato della biglietteria e il suo capo a prendere cappuccino e brioche proprio nelle ore di punta dei treni dei pendolari, e mio zio diceva alle persone in coda "Guardate che il biglietto lo potete fare anche all'agenzia qui a fianco"». Storie d'altri tempi, oggi il gruppo Uvet fattura 2,2 miliardi di Euro e ha 700 dipendenti, 500 in Italia e il resto in Europa, a cominciare da Francia, Svizzera, Svezia e Romania.

Si ricorda il suo primo viaggio?

Eccome. La prima volta che ho preso l'aereo avevo tre anni e mi hanno portato a Napoli, a un matrimonio. Ho passato il pomeriggio a mettere sassolini colorati in un vasetto, di fron-

te allo spettacolo del mare. E la prima vacanza da solo, a 15-16 anni a Parigi col treno.

Quando è entrato in azienda?

Mio padre è morto quando avevo 27 anni, quando ancora studiavo. Ho cominciato con la Bocconi, ma non mi piaceva e sono passato a Scienze politiche. Tra l'una e l'altra ho fatto quaranta esami, ma poi mi è scesa la motivazione. Sono dunque entrato in Uvet non avendo mai lavorato. L'azienda aveva già 50 dipendenti, era una delle agenzie di viaggi più grandi. Era il 1988, e con grande umiltà ho cominciato a darmi da fare. Già allora eravamo concentrati sul business travel, compresi i servizi come i viaggi incentive, le convention aziendali e la comunicazione. Anche se era il

periodo in cui crescevano i grandi tour operator, mio padre aveva fatto una scelta antitetica, seguire il business travel. Ci siamo specializzati e abbiamo preso la leadership del nostro settore. Ho sfruttato il know how nato allora e l'ho perfezionato, ho fatto diventare forte l'azienda.

Come?

Con la tecnologia, ma soprattutto con la globalizzazione. Ho pensato subito all'apertura di strategie e alleanze in tutto il mondo. Da una agenzia milanese Uvet è diventata prima un'agenzia italiana e poi europea, multinazionale come relazioni grazie all'affiliazione ai network internazionali. Questo ci ha permesso di vedere il futuro e crescere, imparando dagli altri e adattandolo al mercato italiano. Abbiamo sempre perfezionato e personalizzato le visioni che apprendevamo all'estero, e questo ci ha aiutato a scalare le posizioni negli anni e crescere.

Come ha imparato il mestiere?

La mia scuola è stata il lavoro in azienda. Come dicevo sono entrato nel 1988, e fino al '94 avevo una posizione defilata, di secondo piano, come direttore commerciale. Un lungo training. Sapevo già cosa fare, ma ho avuto la pazienza di imparare e non pestare i piedi a manager scelti da mio padre. In effetti, uno dei grandi momenti difficili l'ho vissuto quando ho dovuto cambiare tutta la vecchia guar-

Adattiamo al mercato italiano tutto quello che impariamo all'estero



Data: 01/02/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa

PROTAGONISTI

LUCA PATANÉ

dia che mio padre aveva messo in azienda. Era inevitabile, ma è stato un po' come fare i conti con lui. Lì ho vissuto per davvero la solitudine dell'imprenditore. È stato un momento di svolta, la solitudine insegna, e da lì ho portato avanti l'azienda con crescite importanti.

Qualche momento difficile?

Certo, li abbiamo avuti anche noi. Uno in particolare, un guaio bancario che mi ha insegnato molto. Avevamo un modello di business che ci portava a essere in rosso sempre. Più aumentava il giro d'affari più mi indebitavo, e più tardi mi pagavano i clienti: ci occupiamo di viaggi d'affari e le aziende pagano sempre dopo aver usufruito del servizio. Non riuscivo a compensare e ad avere una situazione finanziaria tranquilla: se i volumi crescevano le banche chiedevano sempre più garanzie per i fidi, e non potevo dargliele. Se non crescevo tutti gli anni, mi si erodeva il margine. Un bel rebus, e i nodi sono venuti al pettine verso il 2003, nel momento in cui saltò Parmalat: qualche mese prima mi telefonò la mia banca dicendomi che i miei fidi sarebbero stati revocati, visto che consideravano le agenzie di viaggi un settore poco sano e preferivano investire sull'alimentare. Mi lasciarono 15 giorni di tempo per rientrare. Le cose con Parmalat andarono come sappiamo, e l'amministratore delegato della banca fu inquisito, ma per me è stato un problema. Non avevo i conti in disordine, ma in quindici giorni è stato lo stesso molto difficile rientrare, visto che quella banca aveva in mano il 20% del mio affidamento. Da allora ho giurato che non mi sarei mai più fatto ricattare da una banca, temevo che una crisi più grossa nel settore dei viaggi, come una guerra nel Golfo, la Sars, il crollo di Wall Street o le torri gemelle sarebbero state davvero una catastrofe per me che crescevo di anno in anno ed ero sempre più esposto. E così ho cambiato il modello di business.

Come?

Con la carta di credito. In pratica, ho fatto quello che in Italia ancora facevano in pochi nel settore dei viaggi business: ho imposto i pagamenti con la carta di credito. Cosa che a me toglieva il rischio e al mio cliente venivano comunque i vantaggi che gli offriva la sua carta. Il vangelo è diventato "pagamento con carta". Prima solo un cliente su cinque mi pagava così, adesso il 90% dei pagamenti è tramite carta. Così ancora oggi sono l'azienda meno indebitata, anzi, per nulla indebitata, che c'è sul



mercato.

Apparentemente però non sembra una grande innovazione

E invece lo è stato, abbiamo aperto uno strumento che prima era usato pochissimo per i viaggi. Le aziende la usavano per altre cose, ma non per questa. E visto che abbiamo avuto un'impennata di strisciate di card, American Express ci è venuta a cercare e abbiamo fatto una joint venture, nata tra 2000 e 2001, insieme all'euro. In una società terza, Uvet American Express, abbiamo fatto confluire la parte business travel di Uvet e la parte business travel di Amex. La società è per il 65% nostra e per il 35% di American Express, e l'azienda è ancora

adesso attiva e leader del settore.

Intorno a questo nucleo negli anni ho costruito gli altri asset: il network di 1300 agenzie viaggi consumer, l'apertura dell'azienda in Romania che fa call center e servizi per tutto il gruppo, l'acquisizione di Avexia, leader nei viaggi d'affari per le pmi in Francia e quella di Flygpoolen innovativo portale di viaggi in Svezia, tanto per fare qualche esempio.

A vederla così sembra facile, si passa alla carta di credito e ci si sposa con il gigante americano

Sì, ma è stata un'operazione di una difficoltà tremenda. Io sono un'azienda di famiglia, loro una banca. E non è facile fare una società con



Data: 01/02/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa



UN MONDO CHE CAMBIA

Luca Patanè con il padre Francesco a una cena aziendale. «I tour operator italiani hanno aperto destinazioni importanti, come le Maldive (a sinistra), il Kenya, il Mar Rosso. Ma pensando solo al mercato italiano, senza aprirsi davvero all'estero. Il nostro è un mondo che cambia, basti pensare all'alta velocità, che ha trasformato le dinamiche degli spostamenti business interni»



una banca. Ci sono questioni di governance, di politiche del personale, di normative. Ma l'abbiamo fatta, e nel mondo la nostra è l'unica società dove Amex è in minoranza. Uvet American Express è sempre stata in attivo, e questo è un piccolo record in Italia. Non abbiamo mai usato la cassa integrazione e nessun tipo di ammortizzatore sociale.

Come è cambiato in questi anni il vostro lavoro?

È un settore in trasformazione, molto interessante. Un settore che sfrutta a fondo le tecnologie, e anche una innovazione piccola porta a grandi effetti. Pensiamo solo al biglietto aereo: il passaggio all'e-ticket ha cambiato profondamente il nostro modo di lavorare. Una volta l'agenzia prenotava, faceva il biglietto e lo consegnava. La fase di consegna era una delle più critiche e costose, fatta da fattorini che giravano per tutto il mondo. Solo eliminando questa fase sono potute nascere le compagnie aeree low cost e l'eCommerce nel settore dei

viaggi. Il nostro lavoro è passato dal puro servizio logistico di stampare e consegnare i biglietti a un service che fa risparmiare i clienti e crea efficienza nel processo produttivo aziendale, anche grazie a tool che permettono alle aziende di sveltire le loro procedure, selezionando le migliori tariffe e fornitori. Siamo molto più consulenti e meno venditori di viaggi, e questo ci ha fatto diventare interlocutori privilegiati: se un'azienda vuole davvero risparmiare, viene da noi. Così può tagliare il budget e non i viaggi. Viaggiare di più e spendere meno, in sintesi.

E con la crisi come la mettiamo?

La domanda interna in questi anni se non è morta è molto debole. Il 20% delle aziende italiane hanno mercato in tutto il mondo, quindi devono investire viaggiando e non hanno cambiato molto il loro approccio. Poi c'è un 80% di aziende che cerca di ottimizzare gli spostamenti, per esempio usando molto di più il treno; l'alta velocità è una seria alter-

nativa all'aereo.

I nostri consulenti di viaggio fanno proprio questo lavoro, ottimizzano i budget dei clienti, anche costruendo per loro delle vere e proprie policy. Così i dipendenti delle aziende clienti possono entrare direttamente nel nostro sistema informatico e fare le prenotazioni, gestire le previsioni di spese e i preventivi.

E perché non avete comperato Valtur?

Valtur è uno dei grandi marchi italiani. Io sono però un poco scettico; abbiamo tentato di comperarla, abbia-

mo fatto una gara e non l'abbiamo vinta. C'è un po' di rammarico, perché una macchina da guerra come la mia azienda l'avrebbe trasformata in una chiave di successo anche all'estero. Uno dei peccati originali dei tour operator italiani è che il nostro mercato aveva dei tali ritmi di crescita che hanno guardato poco all'estero. Cioè, hanno aperto grandi mete internazionali, come il mar Rosso, Zanzibar, il Kenya o le Maldive, ma pensando al cliente italiano. Adesso come adesso il turismo degli italiani non cresce più. Se si pensa al mercato più ampio, almeno europeo, non solo si ha un bacino di utenti più grandi ma si limano anche le difficoltà tipiche del turismo all'italiana, come la stagionalità concentrata e limitata nel tempo.

E nel futuro cosa vede?

Expo2015. Dobbiamo sfruttarne al 100% le potenzialità che offrirà a questo Paese. Nel frattempo costruirò una società di gestione alberghiera per l'Italia e per l'estero. Un settore dove molti sono caduti, ma arriveranno nuovi operatori. Io credo nell'Expo, spero che lo facciano bene. Però bisogna crederci nelle cose, fino in fondo. Io non sono mai scettico di natura.

Su Valtur ha detto di essere scettico...

Sono scettico perché non l'ho presa io, sennò non lo sarei affatto. Io credo molto nelle cose che faccio, il successo alimenta il successo. 12

«L'expo 2015 è una grande opportunità per il Paese. Ma bisogna crederci fino in fondo»



Data: 07/02/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Il Sole
24 ORE

Business. Nel 2014 atteso un +3-5%

Viaggi d'affari in aumento con Asia e Africa

Laura Dominici

Il mercato intercontinentale guida la crescita dei viaggi d'affari delle imprese italiane nel 2013, con una crescita del +3,8%. Con 29,8 milioni di trasferite totali e una diminuzione del -0,2%, il numero dei viaggi d'affari è rimasto stazionario lo scorso anno, mentre è cresciuta del +2,1% la spesa generale, per un giro d'affari di 18,8 miliardi di euro. È la fotografia scattata dall'Osservatorio Business Travel Italia promosso dalla rivista Turismo d'affari con la supervisione dell'Università di Bologna. In flessione del -1,3% la spesa nazionale, «dato su cui pesa il calo delle trasferite, la riduzione del numero dei pernottamenti e l'emorragia di passaggi aerei a favore dell'alta velocità», spiega l'analisi. Il 2013 segna però il punto di svolta. «La fase ciclica negativa del mercato travel sembra essere finita» commenta il curatore della ricerca Andrea Guizzardi - e le previsioni dei travel manager sono tornate positive. Per il 2014 è atteso un incremento compreso tra il +3 e il +5%. Luca Patané, presidente del gruppo Uvet, prevede «una leggera crescita, più accentuata nel secondo semestre dell'anno. Dovremmo tornare a fine anno ai livelli del terzo trimestre 2012». «Per Cisalpina Tours l'anno si apre all'insegna dell'ottimismo» conferma Andrea Pezzani, dg della divisione business -. Aumentano i viaggi ma non i budget».

L'analisi per destinazione mostra che in tutti i continenti i flussi d'affari si stanno spostando dalle destinazioni tradizionali (Brasile, Cina, Germania) a paesi limitrofi dove si cercano condizioni più competitive. In Asia - che anche nel 2013 è il continente con la

maggiore espansione dei viaggi internazionali dall'Italia (+15%) - Cina e Giappone perdono entrambe il 3% delle trasferite. Stesso quadro in Sud America, dove alla crescita del 6% dei viaggi in Brasile si affianca l'esplosione delle destinazioni "minori" (+20%). «In forte aumento - osserva l'analisi - anche le trasferite nel continente africano (10%). L'America del Nord è l'unico continente a presentare un saldo negativo rispetto al 2012 (-7%). Germania (-15%) e Regno Unito (-20%) sono le destinazioni più penalizzate, mentre l'Europa dell'Est registra performance molto positive». La durata media dei viaggi d'affari

IN FLESSIONE

La spesa nazionale scende del 1,3%, secondo l'Osservatorio Business Travel Italia promosso dalla rivista Turismo d'affari

fari delle imprese italiane è rimasta stabile. Le trasferite di uno-due pernottamenti rimangono le più frequenti, con una quota di mercato vicina al 42%. Per quanto riguarda i mezzi di trasporto utilizzati (60% della spesa totale), con una crescita del 11%, il treno fa registrare la migliore performance, grazie all'alta velocità, con uno share del 68%. Il trasporto aereo è sceso del -1,1% ed è sostenuto solo dal mercato internazionale e dalle trasferite verso i paesi emergenti. In flessione il trasporto su gomma. A crescere sono soprattutto i viaggi individuali per incontrare clienti e fornitori (1,1%), che rappresentano quasi due terzi del mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



HOME » **STARTUP** » Patané (Uvet): investo in startup per essere competitivo

Patané (Uvet): investo in startup per essere competitivo

INNOVAZIONE

Il presidente del gruppo di servizi turistici che ha 60 anni di storia e fattura oltre 2 miliardi spiega perché è entrato nel capitale di DigitalMagics e in Plannify. «Ci aspettiamo idee fresche. Tante industrie dovrebbero usare meglio le tecnologie digitali per essere efficienti».

di Giovanni Iozzia



Luca Patané, presidente di Uvet

«Sa che cosa c'è di strano? Il nostro ingresso in Digital Magics è stato ripreso da diversi media, ma nessuno del settore turistico», Luca Patané, 53 anni, presidente di Uvet, è sorpreso ma non troppo. «E' l'ennesima testimonianza di come i settori tendano a chiudersi su se stessi, a non vedere l'innovazione e la necessità di cercarla». Lui per farlo ha messo un bel chip (mezzo milione di euro) nel **venture incubator fondato da Enrico Gasperini** e, come prima cosa, **ha investito in Plannify**, startup che ha creato un motore dedicato agli eventi.

Uvet, che ha 60 anni di storia e un fatturato che supera i 2 miliardi, ha fatto quello che dovrebbero fare molte più aziende italiane: scommettere sull'innovazione disseminata nell'ecosistema startup per cogliere nuove opportunità di business.

Patané, come nasce questa scelta?

«Siamo da sempre attenti alla tecnologia. La nostra azienda è nata negli anni 50 ed è stata una delle prime con un selfbooking di proprietà. Non siamo quindi arrivati distratti al digitale. Ricordo che nel 2000 abbiamo fatto una società con Renato Soru, FreeTravel, siamo stati partner di Bravofly (leader europeo nei viaggi low cost venduti sul web, ndr.), così come abbiamo "incubato" edreams. Abbiamo sempre guardato quindi alle startup del nostro settore»

Quindi Plannify non è il vostro primo acquisto...

«No. Siamo vecchi come azienda, ma giovani come visione. Abbiamo anche il vantaggio di avere un socio come Amex in una società del gruppo e questo ci ha permesso di avere una visione globale. In Svezia, per esempio, lo scorso autunno abbiamo acquisito un portale molto importante, Flygpoolen».

Il turismo è un settore particolarmente investito dall'evoluzione digitale. A che punto è?

«C'è ancora molto da fare, per esempio riguardo l'efficientamento delle aziende. Alberghi, agenzie di viaggi e altri operatori non utilizzano ancora al meglio gli strumenti digitali»

Perché avete investito in Digital Magics?

«Non certo per fare speculazione. Abbiamo un interesse industriale. Dall'alleanza con un incubatore ci aspettiamo che vengano idee fresche, per combattere una cattiva abitudine: fare le cose sempre allo stesso modo.

Voi controllate la più grande rete di agenzie di viaggio fisiche. Non temete che il digitale le mangi?

Sono convinto della possibilità di coesistenza fra più canali di distribuzione. Eppoi non si può fermare l'evoluzione. Ibm costruiva macchine tabulatrici, poi divenne un colosso dell'informatica, adesso è una grande società di consulenza. Bisogna avere visione e il timing giusto per fare le cose.



Data: 13/02/2014

Periodicità: Quotidiano

Pubblicazione: Stampa

LA STAMPA

I viaggi in Rete crescono del 10%

Uvet vuole costruire la multinazionale delle vacanze online

Il turismo italiano punta sull'online e prepara nuove strade per crescere e diventare leader in Europa. Il segmento dei viaggi acquistati in rete, si sa, è in costante crescita. La crisi ha accelerato un processo iniziato con il boom delle nuove tecnologie e il numero di consumatori che compra in rete è in forte crescita. Nel carrello elettronico finiscono i pacchetti per i Caraibi e Zanzibar ma anche i viaggi in mongolfiera o le traversate in cammello.

L'anno scorso, in Europa, le vacanze acquistate con il mouse hanno oltrepassato il giro di boa dei 17 milioni di fatturato con una crescita del 10% sull'anno prima e il trend è visto in salita per molti anni.

L'affare l'ha fiutato l'italiana **Uvet**, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro e 1.300 agenzie. Per espandere l'attività in questo comparto ha appena acquisito il portale svedese di viaggi flygpoolen.se, tra i più importanti del Nord Europa: una realtà con un giro d'affari di 100 milioni di euro di voli venduti e che farà crescere **Uvet** nel segmento online. «Contiamo di diventare leader del mercato Nord

europeo delle online travel agency. Per poi espanderci nel resto d'Europa» dice Luca Patanè, presidente del gruppo. L'obiettivo è quello di diventare una multinazionale delle vacanze scelte in rete per un pubblico vastissimo di europei. In Italia **Uvet** è già conosciuta con la piattaforma ClubViaggi.it.

«L'Italia è una delle mete preferite dai viaggiatori del Nord Europa. Su questo contiamo di costruire parte della nostra crescita - dice Patanè -. Lavorando così anche per un maggior flusso di pubblico nel nostro Paese». Il portale svedese sarà presto implementato in tutta Europa. «Il segmento online è l'unico che cresce nel turismo oggi e noi ci inseriamo cercando di offrire un salto di qualità al mercato italiano del turismo, puntando sull'Europa ma vendendo anche le strutture italiane all'estero». E' il caso del villaggio Abu Dabbab di Marsa Alam, tra i più importanti del Mar Rosso, che viene offerto anche in Francia e in altri Paesi d'Europa. Un focus è dedicato poi all'Expo2015: sarà promosso sul nuovo portale europeo che nascerà dalla società svedese appena acquisita anche per diventare un trampolino di lancio per l'Italia. (S.Ric.)



Data: 09/03/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

CORRIERE DELLA SERA
Lombardia
Milano

Sant'Eustorgio L'intervento di Atlante **Pala del Pigello Portinari,** al via l'opera di restauro «Sarà pronta per l'Expo»



Il capolavoro
La restauratrice
Anna Lucchini
con Luca Patané presidente
di Fondazione
Atlante
(Fotogramma)

Se il restauro andrà bene, la nuova pala del Pigello Portinari sarà pronta per l'Expo. Al momento è una tavola scrostata dai colori spenti, conservata in una cappella della basilica di Sant'Eustorgio. Nulla a che vedere con il quadro originale, un gioiello del Quattrocento dalle decorazioni sfarzose, dipinto da un anonimo pittore lombardo su commissione del signore dell'epoca, Pigello Portinari.

A recuperare l'antica bellezza di questo lavoro ci penserà la Fondazione Atlante, che ha finanziato il restauro con 45 mila euro. La Fondazione è nata due anni fa da due operatori del settore turistico, Amadeus e Uvet, proprio per contribuire alla conservazione dei beni culturali italiani. E quando ha ricevuto la proposta di sistemare questo dipinto ha subito accettato: «Personalmente sono molto affezionato alla basilica di Sant'Eustorgio, è un luogo milanese che amo molto — spiega il presidente della fondazione Luca Patané — perciò

l'idea di contribuire a restituire a Milano un piccolo capolavoro mi è piaciuta immediatamente». La Soprintendente per i beni artistici della città, Emanuela Daffra, è felicissima: «Trovare sponsor per un restauro non è così difficile quando l'opera sotto i riflettori. Quando invece è un qualcosa di più discreto molti si tirano indietro. In questo caso si tratta di un quadro molto bello ma poco conosciuto, perciò il contributo della fondazione Atlante assume un valore ancora più grande».

In passato si erano già cercati dei finanziatori, ma nessuno aveva accettato. «È un restauro difficile, che richiede esami diagnostici approfonditi e interventi complessi. Ma ne varrà la pena» assicura la restauratrice Anna Lucchini. Per Expo la fondazione Atlante provvederà anche a cambiare l'illuminazione della cappella Portinari. «Dobbiamo valorizzarla: è una delle bellezze di Milano».

Alessandra Dal Monte

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Data: 27/03/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online



Uvet premiato per il gestionale delle note spese agli Italian Mission Awards

[0] 27 marzo 2014 16:29



Il gruppo Uvet, presieduto da Luca Patanè, si è aggiudicato il premio per il "Miglior sistema di gestione delle note spese" nell'ambito degli Italian Mission Awards, i premi dedicati al settore del business travel assegnati da Newsteca, casa editrice della testata Mission. L'assegnazione è avvenuta con il voto favorevole di una giuria composta da 11 membri, tra travel manager e direttori acquisti.

Il servizio che ha permesso a Uvet di aggiudicarsi il riconoscimento è Twiiz, offerto tramite la controllata TraxAll. Si tratta di un sistema che consente di gestire tramite cloud computing, senza quindi acquistare hardware o software specifici, tutti i processi di pianificazione della trasferta (pre-trip) e di rendicontazione delle spese sostenute (post-trip). Basato sulla tecnologia Sap, Twiiz permette di gestire tutti i flussi di rendicontazione in maniera integrata, unificando le operazioni svolte dalle varie società di un gruppo, anche se operanti in diversi Paesi del mondo, seguendo la valuta e le regole contabili di ogni singola area.



Uvet: un 2014 tutto in ripresa per il bt

L'indice previsionale segnala una progressione maggiormente marcata nella seconda metà di quest'anno

Nel 2014 il Pil italiano crescerà dell'1 per cento. E il business travel seguirà a ruota. È quanto emerge dalle cifre del settore dei viaggi d'affari rilevate dall'Uvet Travel Index, il modello statistico ideato dal Gruppo Uvet con il supporto scientifico di The European House - Ambrosetti. La ricerca afferma infatti che il trend dei viaggi di lavoro rispecchia per il 94 per cento lo stato dell'economia.

Una stima di crescita, quella anticipata dall'indice, "leggermente più ottimistica rispetto al +0,7 per cento previsto da Commissione Europea, Fondo Monetario Internazionale, Governo e Confindustria - spiega Luca Patané, presidente del Gruppo Uvet -. Dai dati in nostro possesso si configura un'accelerazione maggiore nella seconda parte del 2014". Uno sprint che dovrebbe consentire di "tornare a fine anno ai livelli del terzo trimestre del 2012".

Gli scenari della Penisola

L'indicatore rivela, però, per il nostro Paese, un 2013 contrassegnato da un valore di crescita negativo per 1,69 punti.

L'indagine scende nel dettaglio del comparto, analizzando i principali trend per i prossimi mesi. Nel 2014, il mezzo di trasporto privilegiato per i viaggiatori d'affari sarà il treno che, secondo il Business Travel Survey di Uvet Amex, già nel primo trimestre sorpasserà l'aereo anche sulla tratta Milano-Roma. Un traguardo che sancirà "l'affermazione definitiva dell'Alta Velocità ferroviaria" specifica ancora Patané.

A contribuire al successo del treno anche il costo dei biglietti, diventato sempre più competitivo. L'ingresso sul mercato italiano di Ntv ha infatti reso possibile, nell'arco di due anni, la diminuzione del prezzo medio del 10 per cento.

Ondata low fare sul mercato

Grazie alla presenza di compagnie aeree low cost sulla tratta Milano-Roma, l'effetto concorrenza ha ottenuto conseguen-

ze positive anche sulla spesa dei biglietti aerei che, tra il primo e il secondo semestre del 2013, ha subito una contrazione media del 15 per cento.

Le città italiane più richieste

Sul fronte delle destinazioni italiane più gettonate dalle trasferte in treno, con il 34 per cento, Milano rimane al vertice. Segue Roma che, tuttavia, registra una lieve flessione a favore di altre città come Torino, Bologna, Firenze e Napoli.

Se il traffico aereo nazionale risente negativamente dello sviluppo della rete ad Alta Velocità, al contrario "quello europeo e quello intercontinentale stanno recuperando volumi" puntualizza il presidente del Gruppo Uvet.

Sempre secondo il Business Travel Survey, nel 2013, a fronte della frenata registrata dai Paesi Bric, a guadagnare quota sono stati i cosiddetti Civets, acronimo che indica i nuovi Paesi emergenti: Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto, Turchia e Sud Africa. S. C.

Leader nei viaggi

Un affare saltato ha fatto diventare ricca Uvet

■■■ Investire venti milioni per crescere a colpi di acquisizioni. Con questa ricetta il gruppo **Uvet** ha sfruttato la crisi per diventare il più importante tour operator italiano con 2,2 miliardi di fatturato e 700 dipendenti. Il gruppo aveva anche partecipato alla gara per l'acquisto di Valtur ma senza fortuna. La cifra non spesa per i villaggi turistici è stata utilizzata dal presidente Luca Patanè per fare altri importanti acquisti: il portale di vendita viaggi on line flygpoolen.se, una delle principali online travel agency svedesi, con un giro d'affari di 100 milioni di euro di voli aerei venduti. «Ci è utile per portare stranieri in Italia e destagionalizzare in turismo», dice Patanè. E ancora, l'acquisto di Jakala Event, società con 40 dipendenti e 25 milioni di fatturato, specializzata nell'organizzazione e nella gestione di meeting, congressi

ed eventi. «In questo modo - aggiunge - diventeremo il secondo operatore italiano nel settore degli eventi. Il nostro obiettivo era ampliare e completare l'offerta per i clienti, puntando sull'esperienza che Jakala ha nell'organizzazione di grandi eventi di comunicazione, formazione e sport, tra cui le Olimpiadi di Londra 2012».

E non è finita: dopo aver gestito, la scorsa estate, un villaggio turistico ad Olbia ora Patanè punta alla gestione di almeno altri 3 villaggi turistici in Italia e all'estero.

La politica di espansione senza trascurare i viaggi d'affari, in cui è specializzata **Uvet American Express** guidata da Enrico Ruffilli. «I viaggi d'affari, dopo una grande discesa nel primo semestre di quest'anno - afferma Ruffilli - stanno leggermente recuperando». Per la fine dell'anno la situa-

zione dovrebbe essersi normalizzata. «Alcuni mesi saranno non facili, ma una crescita nel secondo semestre ci sarà».

Il segreto del successo, per Patanè non è difficile da spiegare. «Non ho mai fatto acquisizioni indebitandomi - ragiona - non ho mai avuto problemi con le banche. Ho sempre reinvestito gli utili. Mi piacerebbe che in Italia ci fossero almeno 5 gruppi forti come il mio, ma purtroppo non è così». Quanto all'Expo, Patanè, che ricopre anche la carica di presidente di Confturismo-Conffcommercio, dice: «La politica ha iniziato a muoversi da pochi mesi, prima si è parlato solo di problemi. Ha comunicato poco e lasciato troppa nebbia». Più in generale, se si vuole che il Paese torni a crescere, «bisogna abbassare le tasse, le risorse si libereranno da sole».

NINO SUNSERI

L'INDICE UVET

Viaggi d'affari e ripresa Pil +1% a fine anno

L'economia italiana registra i primi segnali concreti di ripresa e a fine anno potrebbe chiudere in crescita dell'1%. Sono le stime dell'Uvet Travel Index ideato dal gruppo Uvet in base all'andamento dei viaggi d'affari e curato, per la parte scientifica, da The European House - Ambrosetti. L'Uvet Travel Index è stato realizzato confrontando una serie storica di dati dei viaggi d'affari e del Pil dal 2006 a oggi. «Più volte – spiega Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet – abbiamo detto che c'è una correlazione tra andamento dei viaggi d'affari e Pil, ora abbiamo dato una veste scientifica a questa nostra intuizione».

Data: 01/05/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

CORRIERE DELLA SERA

ECONOMIA

Turismo: Uvet; al via "Italy & You", già 100 Pmi in rete

11:55 ROMA (MF-DJ)--Su impulso del gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 mld di euro, e' stata costituita la rete di imprese "Italy&You" a cui hanno già aderito 100 piccole realtà della filiera turistica, presenti in 19 Regioni italiane. Ne fanno parte aziende del comparto distributivo, dell'hotellerie, del tour operating, ma anche dell'ambito tecnologico, dei trasporti, della formazione, delle assicurazioni e della comunicazione. L'obiettivo, informa una nota, e' creare attraverso la rete associativa occasioni di visibilità e di business, specie all'estero, utilizzando azioni e strumenti ai quali ciascuna realtà da sola non riesce ad accedere. Uvet Itn TravelCo, il network del gruppo Uvet dedicato al turismo leisure, in questi mesi ha svolto il ruolo di aggregatore per questa rete d'impresa, che resta aperta ad eventuali nuove adesioni. Nelle prossime settimane si svolgeranno incontri sul territorio per confrontarsi con gli aderenti e per presentarsi ai nuovi potenziali associati. Subito dopo verranno messi a punto i primi passi operativi da svolgere dalla partecipazione a fiere internazionali alla creazione di prodotti ad hoc. "Siamo soddisfatti di questo risultato - afferma Enzo Carella, a.d. di Uvet Itn Travel Co - avendo promosso dal nulla una rete d'impresa che per forza e capillarità e' tra le più importanti del settore turismo nel nostro Paese. Il merito va a tutti quelli che con caparbiata, professionalità e determinazione hanno alimentato questa nuova sfida". "E' un passaggio importante - sostiene Luca Patane', presidente del Gruppo Uvet - nello sviluppo delle attività di rete per accrescere l'incoming turistico in Italia specie verso realtà interessanti che restano ai margini dei grandi flussi turistici. Per la prima volta in ambito turistico, aziende di tutta la filiera allargata, hanno deciso di intraprendere un nuovo cammino comune all'insegna della rinnovata competitività internazionale. Il nostro gruppo sarà promotore attivo di questa iniziativa e fornirà tutto il suo bagaglio di solidità e relazioni per sviluppare nei prossimi mesi i risultati attesi". com/gug (fine) MF-DJ NEWS 2011:55 mag 2014



Data: 20/05/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Il Sole **24 ORE**

TURISMO

Nasce la prima rete con oltre 100 imprese

Su impulso del gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 mld di euro, è stata costituita la rete di imprese "Italy & You" cui hanno già aderito oltre 100 piccole aziende della filiera turistica presenti in 19 regioni italiane. Ne fanno parte aziende del comparto distributivo, dell'hotellerie, del tour operating, ma anche dell'ambito tecnologico, dei trasporti, della formazione, delle assicurazioni e della comunicazione.



20/05/2014 11.15 Commenti - Piazza Affari

Confturismo, Digital Magics e Gruppo Uvet lanciano il progetto Tripitaly.it per il turismo

FTA Online News

Durante la Conferenza Italiana del Turismo, tenutasi stamattina a Roma a cui hanno partecipato Carlo Sangalli Presidente di Confcommercio, Francesca Barracciu Sottosegretario Ministero dei Beni e delle Attività Culturali del Turismo e Piero Galli Direttore Generale Gestione Evento Expo 2015, Digital Magics, incubatore certificato di startup innovative quotato sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana (simbolo: DM), Gruppo Uvet, polo distributivo leader in Italia dal 1950 nella fornitura di servizi e soluzioni per viaggi leisure, business travel, miche e pharma, e Confturismo, struttura di riferimento di Confcommercio-Imprese per l'Italia per il comparto del turismo, hanno annunciato un accordo per sviluppare il progetto Tripitaly.it: il primo portale "open" per l'incoming del turismo straniero in Italia. La piattaforma innovativa raggrupperà in un solo hub le informazioni, i servizi e le diverse offerte commerciali per fornire ai turisti, che arrivano dall'estero, un punto di riferimento unico che consenta in modo semplice e veloce di pianificare e acquistare il proprio pacchetto vacanza personalizzato e su misura. Al sito internet sarà affiancata anche un'applicazione mobile che accompagnerà i turisti stranieri durante il loro soggiorno in Italia. Tripitaly.it rappresenta per tutte le piccole medie imprese associate a Confturismo (alberghi, pubblici esercizi, agenzie di viaggio, tour operator, servizi di incentive, campeggi, villaggi e residenze turistico-alberghiere, bed & breakfast, ostelli, stabilimenti balneari e discoteche, porti turistici, ecc...) una nuova opportunità di sviluppare e sostenere il proprio business grazie al digitale: una piattaforma tecnologica efficace ed efficiente per promuoversi, e per migliorare le relazioni con i propri clienti e il loro grado di soddisfazione. La piattaforma di Tripitaly.it – creata da Digital Magics con il contributo delle migliori startup innovative italiane dedicate al turismo, che offriranno servizi a valore aggiunto e complementari – suggerirà al turista, giorno per giorno e tappa per tappa, le attività culturali e le attrazioni locali che meritano di essere visitate: per ogni città proporrà automaticamente altri paesi o luoghi vicini da vedere indicandone la distanza, gli itinerari e le escursioni, i migliori ristoranti, i musei da visitare, potendoli prenotare, le specialità enogastronomiche, gli eventi locali, dando la possibilità di acquistare anche biglietti aerei, dei treni o degli autobus – con servizi aggiuntivi come noleggio dell'auto con conducente o della bicicletta per i più sportivi – per fornire un'esperienza unica di vacanza. Luca Patanè, Presidente di Confturismo e Presidente di UVET dichiara: "Credo molto nel supporto della tecnologia per favorire lo sviluppo e l'innovazione nel nostro settore che, più di tutti, può proprio grazie a internet cogliere nuove opportunità di business e di un'offerta di servizi ad alto valore aggiunto alla propria clientela. I consumatori hanno dimostrato di apprezzare moltissimo internet anche per la possibilità di organizzare i propri viaggi autonomamente. Il digitale non rappresenta una minaccia per il nostro comparto, bensì un'interessantissima potenziale fonte di nuovi ricavi per tutte le imprese di Confcommercio. Il vantaggio di Tripitaly.it è proprio quello di integrare in un unico punto d'accesso tutta l'offerta turistica italiana, valorizzandola in questo modo sotto ogni aspetto. Tripitaly.it sarà totalmente operativa e funzionante in concomitanza con Expo 2015, che ritengo possa essere la migliore occasione di crescita per Confturismo e i suoi associati". Enrico Gasperini, Fondatore e Presidente di Digital Magics ha dichiarato: "Siamo convinti che, parlando di digitale, ancora non si sia fatto abbastanza nel settore dell'offerta turistica italiana all'estero. È una questione anche di competitività del nostro Paese rispetto al resto d'Europa, come la Spagna o la Francia che sono molto più avanti quando si parla di internet e di commercio elettronico. La piattaforma di Tripitaly.it si svilupperà tenendo conto del progetto tecnologico denominato E015 nato per dare un forte impulso in termini di innovazione e di apertura a tutti i soggetti interessati a Expo 2015, e che rappresenta un'opportunità irripetibile per tutte le piccole e medie imprese del comparto turistico italiano".



La casa editrice leader nell'informazione finanziaria, nel lifestyle, nella moda e nel lusso per l'upper class

Ultime notizie a cura di MF-DowJonesNews

Digital Magics: con Confturismo e Uvet lancia Tripitaly.it

MILANO (MF-DJ)--Digital Magics, incubatore certificato di startup innovative, Gruppo Uvet, polo distributivo per viaggi leisure e business travel, e Confturismo hanno siglato un accordo per sviluppare il progetto Tripitaly.it: il primo portale "open" per l'incoming del turismo straniero in Italia. La piattaforma innovativa, si legge in una nota, raggrupperà in un solo hub le informazioni, i servizi e le diverse offerte commerciali per fornire ai turisti, che arrivano dall'estero, un punto di riferimento unico che consenta in modo semplice e veloce di pianificare e acquistare il proprio pacchetto vacanza personalizzato e su misura. Al sito internet sarà affiancata anche un'applicazione mobile che accompagnerà i turisti stranieri durante il loro soggiorno in Italia. Tripitaly.it rappresenta per tutte le piccole medie imprese associate a Confturismo (alberghi, pubblici esercizi, agenzie di viaggio, tour operator, servizi di incentive, campeggi, villaggi e residenze turistico-alberghiere, bed & breakfast, ostelli, stabilimenti balneari e discoteche, porti turistici, ecc...) una nuova opportunità di sviluppare e sostenere il proprio business grazie al digitale: una piattaforma tecnologica efficace ed efficiente per promuoversi, e per migliorare le relazioni con i propri clienti e il loro grado di soddisfazione. La piattaforma di Tripitaly.it - creata da Digital Magics con il contributo delle migliori startup innovative italiane dedicate al turismo, che offriranno servizi a valore aggiunto e complementari - suggerirà al turista, giorno per giorno e tappa per tappa, le attività culturali e le attrazioni locali che meritano di essere visitate; per ogni città proporrà automaticamente altri paesi o luoghi vicini da vedere indicandone la distanza, gli itinerari e le escursioni, i migliori ristoranti, i musei da visitare, potendoli prenotare, le specialità enogastronomiche, gli eventi locali, dando la possibilità di acquistare anche biglietti aerei, dei treni o degli autobus - con servizi aggiuntivi come noleggio dell'auto con conducente o della bicicletta per i più sportivi - per fornire un'esperienza unica di vacanza. com/fch (fine) MF-DJ NEWS 15:07 20 mag 2014

EXPO 2015

A Uvet i servizi del Padiglione Usa

Uvet, polo distributivo del turismo leader in Italia con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, gestirà in esclusiva gli eventi e i servizi del padiglione americano di Expo 2015. L'accordo è stato siglato da Uvet Inc. la nuova società del Gruppo con sede a Chicago, e Friends of the U.S. Pavilion, l'organizzazione non profit rappresentata in Italia dalla Camera di Commercio Americana che sta curando la realizzazione del padiglione, dove sono attesi milioni di visitatori americani. «Quest'accordo prestigioso - ha commentato Luca Patanè, presidente di Uvet - ci consente di allargare ulteriormente l'orizzonte del nostro business».



Friends of the USA Pavilion Milano 2015 Announces Partnership with Uvet to Support U.S. Presence at Next World's Fair

Information contained on this page is provided by an independent third-party content provider. WorldNow and this Station make no warranties or representations in connection therewith. If you have any questions or comments about this page please contact pressreleases@worldnow.com.

SOURCE Friends of the USA Pavilion Milano 2015

Travel Management Services Company to be Official Destination Management Partner of Friends Organization

NEW YORK, June 23, 2014 /PRNewswire/ -- The Friends of the USA Pavilion Milano 2015, the coalition responsible under the auspices of the U.S. Department of State for organizing the U.S. presence at the next world's fair, has announced a partnership with Uvet -- a market leader in travel management services in Italy. Through an agreement effective June 2014, Uvet will serve as the official destination management partner of the Friends organization, providing travel management and event support for the USA Pavilion at Expo Milano 2015 in Milan, Italy.

With the theme "American Food 2.0: United to Feed the Planet," the USA Pavilion will showcase America's unique role in the future of food around the world, and include multiple programs and events ranging from interactive exhibits to tastings. The U.S. is one of 140-plus countries participating in Expo Milano 2015: Feeding the Planet, Energy for Life -- which is expected to attract 20 million visitors from May 1 through October 31, 2015.

"We're excited to partner with Uvet on what will be a dynamic pavilion at this once-in-a-lifetime event," said Charlie Faas, CEO of the Friends of the USA Pavilion Milano 2015. "With support from Uvet, we're looking forward to introducing people from around the world to America's food story, while creating a global conversation about food-system issues and challenges."

"This is a valuable partnership that presents many opportunities for Uvet," Luca Patane, chairman of Uvet, said. "Through our work on the USA Pavilion, we hope we'll also strengthen the global reputation of Italy -- which has far-reaching implications beyond Expo Milano 2015."

The Friends organization is a collaboration between the James Beard Foundation and the International Culinary Center, in association with the American Chamber of Commerce in Italy. Other current partners include DuPont, illy, 3M and McKinsey & Company.

For more information about the USA Pavilion or to become a sponsor, please visit:
<http://www.usapavilion2015.net>.

About the Friends of the USA Pavilion Milano 2015

Friends of the USA Pavilion Milano 2015, a 501(c)(3) nonprofit organization, is a collaboration between the James Beard Foundation (JBF) and the International Culinary Center (ICC), in association with the American Chamber of Commerce in Italy, whose mission is to conceive, design, fundraise for, and produce the USA Pavilion and programs at Expo Milano 2015 under the auspices of the U.S. Department of State. Current partners include DuPont, illy, 3M, the International Culinary Center, the James Beard Foundation and McKinsey & Company.

The Pavilion's management and program is directed by President Dorothy Hamilton (founder and CEO of ICC), CEO Charlie Faas, and Chief Creative Officer Mitchell Davis (EVP of JBF), in consultation with a team of experts across the science, business, technology, agriculture, sustainability, design and other fields, the Friends organization will oversee every aspect of the project.

For more information, visit: <http://www.usapavilion2015.net/> and <http://en.expo2015.org/>

About Uvet

The Uvet Group is a tourism distribution hub boasting a turnover of 2.2 billion euro, active in Italy since 1950. The Group includes Uvet American Express, a market leader in travel management services and solutions for business travel, incentives, meetings and events that had a turnover of 375 million euro in 2012, and Uvet Itn Travel Network, a network of 1,300 partner travel agencies with an Italian-wide presence.

For more information about Uvet, visit: www.uvat.com and www.madeinuvat.com



Data: 23/06/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online



Friends of the USA Pavilion Milano 2015 Announces Partnership with Uvet to Support U.S. Presence at Next World's Fair



Monday, 23 Jun 2014 | 1:49 PM ET

NEW YORK, June 23, 2014 /PRNewswire/ – The Friends of the USA Pavilion Milano 2015, the coalition responsible under the auspices of the U.S. Department of State for organizing the U.S. presence at the next world's fair, has announced a partnership with Uvet – a market leader in travel management services in Italy. Through an agreement effective June 2014, Uvet will serve as the official destination management partner of the Friends organization, providing travel management and event support for the USA Pavilion at Expo Milano 2015 in Milan, Italy.

With the theme "American Food 2.0: United to Feed the Planet," the USA Pavilion will showcase America's unique role in the future of food around the world, and include multiple programs and events ranging from interactive exhibits to tastings. The U.S. is one of 140-plus countries participating in Expo Milano 2015: Feeding the Planet, Energy for Life – which is expected to attract 20 million visitors from May 1 through October 31, 2015.

"We're excited to partner with Uvet on what will be a dynamic pavilion at this once-in-a-lifetime event," said Charlie Faas, CEO of the Friends of the USA Pavilion Milano 2015. "With support from Uvet, we're looking forward to introducing people from around the world to America's food story, while creating a global conversation about food-system issues and challenges."

"This is a valuable partnership that presents many opportunities for Uvet," Luca Patane, chairman of Uvet, said. "Through our work on the USA Pavilion, we hope we'll also strengthen the global reputation of Italy – which has far-reaching implications beyond Expo Milano 2015."

The Friends organization is a collaboration between the James Beard Foundation and the International Culinary Center, in association with the American Chamber of Commerce in Italy. Other current partners include DuPont, illy, 3M and McKinsey & Company.

For more information about the USA Pavilion or to become a sponsor, please visit: <http://www.usapavilion2015.net>.

About the Friends of the USA Pavilion Milano 2015

Friends of the USA Pavilion Milano 2015, a 501(c)(3) nonprofit organization, is a collaboration between the James Beard Foundation (JBF) and the International Culinary Center (ICC), in association with the American Chamber of Commerce in Italy, whose mission is to conceive, design, fundraise for, and produce the USA Pavilion and programs at Expo Milano 2015 under the auspices of the U.S. Department of State. Current partners include DuPont, illy, 3M, the International Culinary Center, the James Beard Foundation and McKinsey & Company.

The Pavilion's management and program is directed by President Dorothy Hamilton (founder and CEO of ICC), CEO Charlie Faas, and Chief Creative Officer Mitchell Davis (EVP of JBF), in consultation with a team of experts across the science, business, technology, agriculture, sustainability, design and other fields, the Friends organization will oversee every aspect of the project.

For more information, visit: <http://www.usapavilion2015.net/> and <http://en.expo2015.org/>

About Uvet

The Uvet Group is a tourism distribution hub boasting a turnover of 2.2 billion euro, active in Italy since 1950. The Group includes Uvet American Express, a market leader in travel management services and solutions for business travel, incentives, meetings and events that had a turnover of 375 million euro in 2012, and Uvet Itn Travel Network, a network of 1,300 partner travel agencies with an Italian-wide presence.

For more information about Uvet, visit: www.uvat.com and www.madeinuvat.com

SOURCE Friends of the USA Pavilion Milano 2015



Data: 25/06/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

IL GIORNO
Milano



La multinazionale

Uvet ha sede a Chicago ed è leader in Italia nei viaggi d'affari e nel turismo consumer

Uvet, il leader dei viaggi gestirà eventi e servizi nel Padiglione degli Usa

Accordo anche per le trasferte dei visitatori

di SIMONA BALLATORE

— MILANO —

IL PADIGLIONE a stelle e strisce porterà la firma anche di Uvet, la multinazionale, leader in Italia nei viaggi d'affari e nel turismo consumer, cresce e punta sull'Expo. Forte delle ultime acquisizioni in Svezia, Germania e Francia, con l'intento di creare una rete europea nei servizi di mobilità aziendale, il gruppo guidato da Luca Patané gestirà in esclusiva eventi e servizi per gli statunitensi in occasione dell'Esposizione. Uvet Inc., la nuova società con sede a Chicago, ha infatti siglato l'accordo con «Friends of the US Pavilion», ovvero l'organizzazione no profit rappresentata in Italia dalla Camera di commercio americana che sta curando la realizzazione del padiglione. «Quest'accordo prestigioso — sottolinea Patané — ci consente di allargare ulteriormente l'orizzonte del nostro business. Parliamo spesso di Expo 2015 come di un'importante vetrina per il Paese e questa grande partnership nella gestione di alcuni aspetti del padiglione statunitense è l'occasione per dimostrare la forza e il valore aggiunto del made in

Italy». Non solo nei sei mesi dell'Esposizione. Il presidente di Uvet, infatti, guarda oltre: «È un modo per seminare e raccogliere a lungo termine anche quando l'Expo sarà archiviata».

SE SONO attesi milioni di visitatori dagli States, la multinazionale italiana, con un giro d'affari da 2,2 miliardi di euro, fornirà anche servizi per la trasferta e si occuperà dell'accoglienza, oltre a gestire gli eventi in quella struttura leggera e accogliente che intende rappresentare un granaio, coinvol-

“ LUCA PATANÉ

Possiamo allargare il nostro business e dimostrare la forza e il valore aggiunto del made in Italy

gendo i visitatori e invitandoli a intraprendere un viaggio nel mondo della sostenibilità, senza dimenticare le innovazioni tecnologiche griffate Usa. La struttura, fi-

narizzata privatamente per un importo di 45 milioni di dollari, sorgerà su una superficie di tremila metri quadrati, dando lavoro a circa 100 addetti al giorno e ospiterà un percorso narrativo chiamato a illustrare le ultime novità in tema di sicurezza alimentare, promozione di stili di vita salutari e creatività culinaria. Felice della stretta di mano con Uvet anche Simone Crolla, consigliere delegato dell'American Chamber in Italia: «Questa partnership ci consentirà di supportare al meglio le molteplici attività che saranno ospitate dal Padiglione americano».



PRESIDENTE
Luca Patané



COME SARÀ

Un rendering del Padiglione degli Stati Uniti che costerà 45 milioni di dollari. Intende rappresentare un granaio e sorgerà su una superficie di tremila metri quadrati dando lavoro a circa 100 addetti al giorno



Expo, Uvet gestirà il padiglione Usa

di Maria Elena Zanini

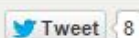
Sarà Uvet a gestire gli eventi e i servizi del padiglione statunitense in occasione di Expo 2015. L'accordo è stato siglato da Uvet Inc, la nuova società del gruppo con sede a Chicago e dall'organizzazione Friends of the U.S. Pavilion, rappresentata in Italia dalla Camera di commercio americana che cura anche la realizzazione del padiglione. Oltre alla gestione degli eventi, Uvet fornirà i servizi per i viaggi e l'accoglienza e coordinerà lo staff impiegato nei servizi operativi della struttura. Per la società italiana, che ha un giro di affari di 2,2 miliardi di euro, l'accordo rappresenta un'opportunità importante per allargare ulteriormente il proprio business, come ha ricordato anche Luca Patanè, presidente di Uvet. Il padiglione Usa, finanziato per un importo di 45 milioni di dollari, impiegherà circa 100 addetti al giorno. (riproduzione riservata)

30/06/2014 10:53



Il salto triplo di Patanè

DI CRISTINA PEROGGIO



Leggi anche: [Luca Patanè, Uvet](#)

"Dobbiamo dare prodotto alle nostre agenzie". Parte da lì, dalla distribuzione, Luca Patanè, patron di Uvet, per raccontare cosa bolle in pentola nella sua azienda, che ha schiacciato il piede sull'acceleratore e si è lanciata nella bagarre del tour operating, ampliando il perimetro aziendale a nuove attività.

PUBBLICITÀ



"Io sono curioso, e credo sia necessario diversificare il business – spiega rapidamente il presidente di Uvet ai giornalisti, riuniti sull'Isola di Santo Stefano, nell'arcipelago de La Maddalena – perché il nostro obiettivo è triplicare fatturato e lavoro nei prossimi anni". La base di partenza sono i 2,2 miliardi di giro d'affari chiarato per il 2013.

Il progetto incoming

Per crescere come azienda e a far crescere il business delle agenzie del suo network Patanè lancia la sfida all'incoming con un progetto che si articola su 3 linee guida: un tour operator inbound, Made in Uvet, un portale di vendita di alberghi e servizi, Triptaly.it e una rete d'impresa costituita da 100 agenzie, Italy & You.

ARTICOLI CORRELATI



TOUR OPERATOR 30/06/2014 12:33

Santo Stefano Resort: la scommessa

Data: 30/06/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online



villaggio



AGENZIE VIAGGI 30/06/2014 11:14

Nove milioni di euro per l'Expo



"Abbiamo aperto una partnership con Expo, per gestire il progetto 'Made in Italians', che vuole portare gli italiani all'estero, di terza o quarta generazione, a visitare l'esposizione universale – spiega Patanè -. Il bacino di potenziali clienti è di un milione di persone, e per creare pacchetti per loro nasce Made in Uvet, t.o.

incoming con cui inizieremo a vendere dalla prossima settimana direttamente alle comunità italiane all'estero".

Accanto a questo, Uvet sta sviluppando, con Digital Magics e il supporto di Confturismo, il portale Triptaly.it, una Ota che conterrà alberghi e servizi prenotabili online, per "avere il governo dei flussi verso l'Italia e togliere gli alberghi dalla sudditanza verso i portali come Booking e altri". Infine, la rete di imprese fra le agenzie, nata per valorizzare i territori, che produrrà prodotti locali dedicati all'Italia minore.

I villaggi

Ma non di solo incoming vive Uvet. Le 1.300 agenzie Club Viaggi, infatti, accanto ai nuovi prodotti dedicati all'Italia, hanno a disposizione i villaggi che Uvet sta prendendo in gestione e consente di commercializzare in esclusiva. Accanto al Santo Stefano Resort, l'azienda ha aperto da aprile il resort Abu Dabbab a Marsa Alam e per il prossimo anno, anticipa Patanè "stiamo cercando una nuova struttura ancora in Sardegna e una in Tunisia". Il tutto sotto il marchio UvetGo, affidato alle cure di Stefano Colombo.

Ma la gestione alberghiera è una tentazione per il presidente. "Puntiamo sulle gestioni alberghiere – dice -. Lo faremo anche nelle città, non solo nei resort".

La crescita

La diversificazione è ormai avviata, e inizia la crescita. "Ormai possiamo dividere il fatturato al 50 per cento sul business travel (mercato storico di Uvet) e al 50 sul leisure – conclude Patanè -. Per quest'anno contiamo di crescere, sul totale di gruppo, di un 3-4 per cento rispetto al giro d'affari del 2013".



Data: 07/07/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

il Giornale

VERSO IL 2015

Expo, un'azienda milanese
ha comprato 500mila biglietti

Paolo Stefanato a pagina 6



Uvet, leader nei viaggi
con base operativa in città,
investe 9 milioni di euro
Nel mirino gli Stati Uniti

LA SFIDA Dai cantieri alla realtà

Expo, agenzia milanese compra 500mila biglietti «Ce ne serviranno altri»

Paolo Stefanato

■ **Uvet**, polo distributivo del turismo con un giro d'affari complessivo di 2,2 miliardi di euro, ha acquistato 500mila biglietti d'ingresso per l'Expo 2015, con un investimento di 9 milioni di euro. I biglietti entreranno a far parte di altrettanti pacchetti di viaggio che saranno offerti ad acquirenti in tutto il mondo. Proprio in questi giorni il presidente di Uvet, Luca Patané, e l'amministratore delegato, Enrico Ruffilli, sono negli Stati Uniti dove - in particolare a New York e a Chicago - stanno incontrando le comunità italiane alle quali propongono una visita in Italia in occasione dell'Esposizione universale. «Gli italiani di terza e quarta generazione nel mondo sono in tutto 80 milioni - sottolinea Patané -; persone che spesso non parlano italiano e non sono mai state in Italia, ma che hanno radici,

documenti e diritto di voto italiani. L'Expo è una grande occasione per riavvicinarli a noi». I contatti avvengono attraverso le ambasciate, i consolati e le numerose associazioni di italiani all'estero, generalmente molto attive. «Di questo numero enorme, superiore a quello dei residenti in Italia, pensiamo di portarne almeno un milione a Milano nel 2015; ma è un calcolo addirittura prudente».

Restando in ambito Expo, Uvet - attraverso la Uvet Inc. appositamente costituita a Chicago - ha firmato un accordo con «Friends of the U.S. Pavilion», l'organizzazione no profit rappresentata in Italia dalla Camera di commercio americana, per la gestione in esclusiva di servizi ed eventi nel padiglione statunitense dell'Expo. Secondo l'ambasciatore degli Stati Uniti, John Phillips, saranno un milione i cittadini americani che visiteranno l'Expo di Milano.

Uvet è stata fondata nel 1950, ha sede a Milano e appartiene alla famiglia Patané. Il suo enorme giro d'affari, che genera commissioni per circa 100 milioni di euro, è in netta espansione e anche per il 2014 è prevista una crescita del 4%. I rami di attività sono principalmente due, grosso modo di uguale peso: i viaggi d'affari - nei quali **Uvet** ha una tradizionale partnership con American Express - e il turismo di piacere. «In questi anni - spiega Patané - abbiamo perseguito una precisa strategia di espansione nel turismo facendo affidamento sulla nostra cassa, senza ricorrere a linee di credito esterne, e grazie alla profittabili-

tà conseguita, all'esperienza e alla capacità di essere innovativi». Uno degli ultimi investimenti è stato il villaggio nell'isola di Santo Stefano, in Sardegna, rilevato dal fallimento di Valtur. **Uvet** è anche titolare della prima rete di agenzie di viaggio in Italia, con 1.300 punti vendita affiliati sotto il marchio Club Viaggi. Di recente ha acquistato Jakala Events, società specializzata nell'organizzazione di eventi e di incentive. In Francia, con Avexia, è presente nel segmento dei viaggi business, mentre in Svezia ha acquistato flygpoolen.se, agenzia di viaggi online svedese ben radicata in tutti i mercati del Nord Europa.



Data: 09/07/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa

agenzia di viaggi

Tre giorni di full immersion, e di mare, al Santo Stefano Clubviaggi Resort

Gruppo Uvet, senza limiti

Patané: «Tecnologia, oculatezza, internazionalizzazione sono la nostra forza»

Tre giorni in Sardegna, una delle più belle isole dell'arcipelago della Maddalena: a Santo Stefano, in quello che era un celebre villaggio Valtur, è ora un Clubviaggi Resort del Gruppo Uvet. I tre giorni sono il tempo minimo per farsi un'idea dell'evoluzione in corso nel gruppo. «Nel 2013 qui a Santo Stefano siamo partiti con entusiasmo con un periodo di prova – racconta il presidente



Luca Patané – poi, anche con l'appoggio delle istituzioni locali, abbiamo siglato un contratto per 18 anni, 9 + 9, con una società creata ad hoc tra Uvet Spa e Best Tours Italia». A visitare il resort, parzialmente ristrutturato, ci accompagna Enzo Carella, l'Ad di ITN Travel Network, 1.300 punti vendita.

Un format "emozionale"

Totalmente rinnovate sono le 40 family room comunicanti per famiglie, ciascuna con 2 bagni. Le aeree comuni, ridefinite, si sviluppano armoniosamente a partire dal molo: arena e spazi panoramici coperti e scoperti, lounge e bar e poi la reception al piano terra. Al primo piano il ristorante centrale affacciato sui massi di granito rosa levigati dal vento, sul mare, i cespugli verdi e le isole vicine. In cima alla collina il fortino napoleonico, e si scende dall'altra parte per arrivare al Covo: beach restaurant su prenotazione la sera; più spiaggia, campi da tennis, discoteca. «Abbiamo tre giardinieri dall'inverno, ingaggiati senza sapere se avremmo avuto la gestione – racconta Carella – poi è andata bene».

Quello di Santo Stefano Resort è il nuovo format che Uvet proporrà a breve in altre destinazioni: «In Tunisia – anticipa Patané – forse di nuovo in Sardegna, e l'elemento essenziale sarà sempre l'impatto emotivo del luogo». Il che vale anche per il Clubviaggi Resort Abu Dabbab El Malikia, a Marsa Alam, sul Mar Rosso. **Peppe Quintale**, attore e comico, celebre protagonista dell'animazione Valtur, è il direttore artistico di Santo Stefano. Dove ha preparato un ricco cartellone di musica, laboratori teatrali e degustazioni, con professionisti dello spettacolo, dello sport e della cucina. «A scuola mi chiamavano tonnellata, chilo, etto», scherza Quintale, che di giorno invece è molto serio.

Non mancano wellness & spa, miniclub e club per i ragazzi, scuola di vela, gym, acqua gym, aerobica, calce, canoa e beach volley.

Dunque Santo Stefano è "l'isola che c'è", come dice il payoff della pubblicità. E sarà oggetto di nuovi interventi di riqualificazione per una spesa totale di 2 milioni di euro, che in tre anni completerà l'equilibrio perfetto tra natura e design. «Qui si sta bene – dice una ragazza del team – ci sentiamo proprio friends, com'è scritto sulle nostre magliette».

La partnership con Expo 2015

Uvet ha comprato 500 mila biglietti per Expo 2015, investendo 9 milioni di euro: «Così siamo diventati un partner importante dell'Esposizione Universale – ha spiegato Patané – impegnati per commercializzarne l'offerta attraverso la nostra rete nazionale e internazionale».

Sono nate così le due società di gruppo Uvet per gestire questa attività su più fronti. Made in Uvet partecipa al progetto di Expo intitolato *Made of Italians*, per portare a visitare l'Expo un milione di italiani emigrati e di origine italiana, con le loro famiglie: un bacino di 80 milioni di per-



Angelo Comitì, sindaco de La Maddalena, Chiara Castellini direttrice di Santo Stefano Resort, Enrico Ruffilli, Ad Uvet American Express, Luca Patané, presidente del Gruppo Uvet

sone. *Made in Uvet* prepara un "prodotto italiano di eccellenza", insieme a una rete di operatori del settore ricettivo – alberghi, trasporti, attrazioni – per soddisfare le esigenze di ciascun visitatore, con tanto di app in più lingue.

UvetLab invece progetta e allestisce padiglioni e servizi correlati per grandi eventi corporate e sportivi: in squadra 50 professionisti, inclusi digital specialist, designer e creativi. A Chicago Uvet Inc., nuova controllata negli USA, ha fatto accordi con "Friends of the U.S. Pavilion", organizzazione no profit rappresentata in Italia dalla Camera di Commercio Americana, per la gestione in esclusiva di servizi ed eventi del Padiglione Usa. Infine l'acquisizione di Jakala Events, che integrata alla divisione eventi del gruppo fa di Uvet il secondo operatore del settore in Italia.



Data: 09/07/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa

agenzia di viaggi

E ancora su impulso di Gruppo **Uvet** è nata *Italy & You*, rete di 100 piccole imprese in 19 regioni italiane, tutte nel comparto distributivo di hotel e tour operating, ma anche tecnologia, trasporti e altro: l'obiettivo è di accrescere l'incoming sviluppando visibilità e business aganciati a Expo 2015.

Arriva Tripitaly.it

Infine c'è *Tripitaly.it*, il nuovo portale che offre al mercato internazionale servizi e offerte commerciali. Un investimento di 10 milioni di euro, per arrivare in pochi anni a 1 miliardo di fatturato. **Uvet** l'ha finanziato e lanciato insieme all'incubatore Digital Magics e a Confturismo, di cui Luca Patané è il presidente. Decollo previsto a gennaio 2015, sul web e per mobile.

Per ogni città ci saranno itinerari ed escursioni, i ristoranti, i musei, le specialità enogastronomiche locali e gli eventi. Su *Tripitaly* si compreranno voli, treni e autobus, ma anche servizi come il noleggio con conducente o la bi-

cicletta. «Ma il cuore del portale sono gli alberghi italiani – sottolinea Patané – che sono tanti non organizzati, e subiscono la forza commerciale delle oltre, dove diventano commodity indifferenziate».

Uvet è un operatore empirico, nato nel 1950 – ha coloritamente affermato Patané – nella preistoria del turismo internazionale – ora la nostra forza si deve a tecnologia e oculatezza. E all'internazionalizzazione, un percorso a lungo termine che potrà triplicare il nostro business». L'espansione all'estero è iniziata in Francia con l'acquisizione di Avexia Voyages, specialista del business travel con 100 dipendenti, e di Flygpoolen, oltre svedese che in un anno è passata da 100 a 200 milioni di fatturato, a squadra invariata. Ma ci sono anche **Uvet** Romania, Traxall International (servizi di mobilità in Europa) e **Uvet** Swiss a Lugano.

Nel 2013 Gruppo **Uvet** ha fatturato in tutto 2,2 miliardi di euro, equamente suddiviso tra leisure e business. «Il turismo sta crescendo del 3-4 % – ha spiegato Patané – ma la quota online sta raddoppiando».

Cristina Ambrosini



Data: 14/07/2014

Periodicità: Plurisettimanale

Pubblicazione: Stampa



La scommessa di Uvet «Triplicare il fatturato»

Mille progetti e un obiettivo chiaro: dare prodotto e lavoro alle agenzie del proprio network. Parte dalla distribuzione Luca Patanè, patron di Uvet, per lanciare il nuovo percorso della sua azienda, che ha aperto al tour operating e ha ampliato il perimetro aziendale a nuove attività. «Credo sia necessario diversificare il business - spiega il presidente di Uvet - per raggiungere il nostro obiettivo: triplicare il fatturato nei prossimi anni». La base di partenza sono i 2,2 miliardi di giro d'affari dichiarato per il 2013.

L'incoming e l'Expo

Patanè lancia una serie di sfide. La prima è quella sull'incoming, con un progetto che si articola su 3 linee guida: un tour operator inbound, Made in Uvet, un portale di vendita di alberghi e servizi, TripItaly.it e una rete d'impresa costituita da 100 agenzie, Italy & You. «Abbiamo aperto una partnership con Expo, per gestire il progetto 'Made of Italians', che vuole portare gli italiani all'estero, di terza o quarta generazione, a visitare l'Esposizione universale - spiega Patanè - Il bacino di potenziali clienti è pari a un milione di persone, e per creare pacchetti per loro

nasce Made in Uvet, t.o. incoming con cui venderemo direttamente alle comunità italiane all'estero».

Il lavoro con Expo non si esaurisce qui. Con una scommessa da 9 milioni di euro Uvet si è aggiudicata 500mila biglietti dell'Esposizione universale, acquistati «soprattutto per poter stringere una partnership con l'evento», spiega Patanè. I biglietti verranno integrati nei pacchetti proposti sia dal t.o. inbound Made in Uvet che da UvetGo, ma non è questa l'unica linea d'azione per l'appuntamento milanese messa in campo dall'azienda.

Uvet, infatti, con la sua società Uvet Inc. con sede a Chicago, ha firmato un accordo con 'Friends of the U.S. Pavilion per la gestione in esclusiva di servizi ed eventi del padiglione Usa di Expo 2015. «Non sarà l'unico - dice il presidente - Conto di offrire questo servizio a numerosi altri Paesi espositori». Per gestire la partita Expo, Patanè ha creato Uvet Lab, società che si occuperà di organizzazione di grandi eventi aziendali e sportivi, oltre a progettare e allestire i padiglioni e fornire tutti i servizi correlati. Cinquanta i professionisti impegnati nella

nuova operazione.

I villaggi

Non di solo incoming e Expo vive Uvet. Le 1.300 agenzie Club Viaggi, infatti, accanto ai nuovi prodotti dedicati all'Italia, hanno a disposizione i villaggi che il gruppo sta prendendo in gestione. Accanto al Santo Stefano Resort, l'azienda ha aperto da aprile il resort Abu Dabbab a Marsa Alam e per il prossimo anno, anticipa Patanè «stiamo cercando una nuova struttura ancora in Sardegna e una in Tunisia». Il tutto sotto il marchio UvetGo. Il prodotto di punta quest'anno è sicuramente il Santo Stefano, collocato nell'arcipelago de La Maddalena. Il gruppo si è aggiudicato gestione e commercializzazione del resort con un'operazione della durata di 18 anni realizzata attraverso un veicolo societario che conta sulla partecipazione di Uvet e Best Tours Italia.

La crescita

La diversificazione è ormai avviata, e inizia la crescita. «Ormai possiamo dividere il fatturato al 50 per cento sul business travel (mercato storico di Uvet) e al 50 sul leisure - conclude Patanè -. Per quest'anno contiamo di crescere, sul totale di gruppo, di un 3-4 per cento rispetto al giro d'affari del 2013».

Cristina Peroglio



Data: 21/07/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa



Turismo, Uvet punta su Expo per lanciarsi nell'incoming

IL NUMERO UNO PATANÈ
COMPRA 500 MILA BIGLIETTI
DELL'EVENTO CONVINTO CHE
POSSA ESSERE IL MOTORE DEL
RILANCIO DEL TURISMO
ESTERO. A PARTIRE DAGLI 80
MILIONI DI ORIUNDI. IL
NUOVO PORTALE SUL WEB

Giorgio Lonardi

Milano

Trovatelo uno come Luca Patanè capace di mettere mano al portafoglio e acquistare per 9 milioni di euro oltre 500 mila biglietti d'ingresso ad Expo 2015. Lo stesso imprenditore che a nome della sua Uvet ha prenotato 3 mila camere d'albergo a Milano per i sei mesi in cui si svolgerà l'Esposizione Universale. L'obiettivo è di riempire suite, doppie e singole con un milione di "oriundi": italiani di seconda, terza o quarta generazione residenti in Europa, nelle Americhe, in Australia e ovunque nel mondo. E' un progetto ambizioso "Made in Italians" gestito da Patanè in partnership con Expo. Ed è per questo motivo che l'imprenditore ha già iniziato una serie di viaggi (prime tappe a New York e Cincinnati) per stringere accordi con gli operatori turistici locali e con le associazioni degli emigranti. "Far arrivare un milione di emigrati o di loro familiari in Italia per Expo 2015, "afferma", è un'occasione imperdibile per far conoscere la grande bellezza del nostro paese e stimolare un turismo di ritorno". Poi precisa: "Il nostro impegno non si esaurisce con l'Expo: i discendenti degli italiani che vivono all'estero sono circa 80 milioni. Si tratta di un "bacino" superiore a quello della popolazione nazionale e

da cui intendiamo attingere anche in futuro. Lo scopo? Portare nel Bel Paese almeno un milione di emigrati all'anno per i prossimi decenni".

Imprenditore visionario ma ben attento al business, Luca Patanè vuole utilizzare l'Expo per occupare uno spazio scoperto nel panorama turistico nazionale. E diventare così il campione nazionale dell'incoming cioè indirizzare verso l'Italia un numero crescente di turisti stranieri. "La nostra strategia è semplice - spiega - vogliamo costruire un gruppo in grado di operare a 360 gradi nel campo del turismo. Siamo partiti con il turismo d'affari e oggi grazie alla joint-venture Uvet American Express controllata al 60% siamo i leader del settore. Poi abbiamo puntato sul leisure e ora con il marchio Club Viaggi gestiamo la più grande rete italiana di agenzie in franchising con 1.300 punti vendita. Adesso è arrivato il momento dell'incoming". Finora i numeri hanno dato ragione a

Uvet: 2,2 miliardi di euro il giro d'affari nel 2013, inclusi i ricavi delle agenzie affiliate e un fatturato aggregato di circa 700 milioni di euro. Quanto al futuro Patanè non ha dubbi: "Dobbiamo triplicare i nostri ricavi nel giro di pochi anni; possiamo farlo".

Ecco spiegata la fase costruttiva di Made in Uvet, la nuova società che sta costruendo una rete di operatori qualificati (alberghi, ristoranti, enti culturali e artistici, aziende di

trasporto) per offrire un "prodotto italiano di eccellenza" ritagliato (per ora) sulle esigenze dei singoli visitatori dell'Expo milanese. La stessa Made in Uvet che sta già lavorando all'allargamento del proprio mercato. "Oltre ai discendenti dei nostri connazionali che da tempo vivono negli Usa", racconta Patanè, "porteremo anche i cittadini americani amanti dello stile italiano proponendo contenuti e servizi di viaggio dedicati a moda, design, lifestyle, enogastronomia, arte cultura".

In effetti gli Stati Uniti stanno molto a cuore a Uvet. Lo conferma la creazione di Uvet Inc, nuova società con sede a Chicago che ha firmato un accordo con "Friends of the US Pavillion", l'organizzazione no profit rappresentata in Italia dalla Camera di Commercio Americana per la gestione in esclusiva di servizi e eventi del padiglione Usa di Expo 2015. E lo conferma la recente acquisizione di Jakala Events che integrata nella divisione aziendale già esistente ha fatto di Uvet il secondo operatore del settore eventi in Italia. Insomma, tappe rosse per gli americani che vogliono organizzare convegni e congressi internazionali nel Bel Paese.

L'ultima mossa di Patanè sullo scacchiere turistico nazionale si chiama Triptaly.it ed è una piattaforma digitale che si propone di "svincolare gli alberghi dalla sudditanza verso i portali internazionali come Booking e i suoi concorrenti". E' noto, infatti, che gli albergatori da una parte sono costretti a servirsi dei grandi player tecnologici per non perdere quei clienti che altrimenti finirebbero altrove. Mentre dall'altra gli stessi albergatori sono costretti a ridurre i prezzi e a pagare ai loro fornitori commissioni esorbitanti che in alcuni

caso sfiorano il 50%. E allora?

Il nuovo portale finanziato e lanciato da Uvet, insieme a Digital Magics, incubatore di startup innovative digitali, e a Confindustria, associazione aderente a Confcommercio di cui Patanè è presidente debutterà a gennaio del 2015 e ancora una volta utilizzerà l'Expo come volano per la crescita. "Vogliamo mettere in rete tutti i protagonisti del settore a cominciare dagli alberghi", racconta l'imprenditore, "per fornire ai turisti stranieri informazioni, servizi e offerte commerciali. Triptaly sarà un vero e proprio hub digitale costruito assieme alle startup del settore. Per ogni città saranno proposti in automatico gli itinerari e le escursioni, i migliori ristoranti, i musei più belli e gli eventi più importanti; ci sarà anche la possibilità di acquistare i biglietti di aerei, treni e autobus oltre a servizi aggiuntivi come il noleggio con conducente o l'affitto della bici".

Ce la farà Triptaly a dare fiato al turismo italiano svincolando i piccoli albergatori dal "servaggio" nei confronti delle grandi centrali di prenotazione interazionali? Il dubbio è più che legittimo per quella che appare la scommessa più difficile giocata da Luca Patanè. Una sfida, precisa l'imprenditore che "riguarda il sistema Italia: il ruolo di Uvet in questa operazione è destinato via via a ridursi". In ogni caso il costo di una campagna di comunicazione in inglese oppure in tedesco o in cinese per far conoscere il sito a livello globale viene valutato sui 10 milioni di euro per ognuna di queste lingue. La palla dunque passa nel campo delle associazioni di settore e si misura con la capacità e la volontà di fare lobby da parte di quest'ultimo sollecitando una forma d'intervento da parte del governo.



Data: 21/07/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa

CORRIERECONOMIA

L'intervista Le ricette degli operatori per recuperare il terreno perduto. La grande occasione dell'Expo

Proposte «Serve una cabina di regia»

Patanè (Confturismo): basta andare in ordine sparso. Va venduta la destinazione Italia

DI ISIDORO TROVATO

Tra sorprese, delusioni e conferme il mondo del turismo italiano si dibatte in una crisi che non fa sconti a nessuno ma che si può affrontare con metodi (e quindi con esiti) del tutto diversi. Luca Patanè, oltre a essere il presidente di Uvet (il più grande polo del turismo distributivo in Italia) è anche il presidente di Confturismo e Federviaggi e conosce bene le dinamiche che stanno alla base di questa fase storica tanto complessa. «La situazione è quasi paradossale — osserva Patanè — le potenzialità del turismo su scala mondiale si moltiplicano, cresce la richiesta di ospitalità per una popolazione mondiale sempre più ampia però in Italia i flussi turistici annaspiano e scontano errori e ritardi storici».

I modelli

Eppure esistono le eccezioni. Nella classifica dell'Istituto Tedesco Qualità e Finanza il Trentino Alto Adige svelta ancora come la regione con i migliori alloggi e la migliore organizzazione turistica. «Hanno speso bene i nostri soldi — sorride Patanè — non bisogna dimenticare che quella è una Regione a statuto speciale che quindi ha accesso a fondi che però, evidentemente, sono stati impiegati molto meglio di altre realtà analoghe. Ma il punto è proprio questo: in Italia c'è troppa differenza tra le varie aree per qualità dei

servizi, organizzazione, regole di base. I soldi spesi dalle regioni per promuoversi nel turismo sono stati buttati via, non serve pubblicizzare micro territori: all'estero conoscono solo le città d'arte o le macroregioni, il resto lo si spiega quando i turisti arrivano in Italia. Serve una regia centrale capace di coordinare gli sforzi verso una destinazione Italia, intesa nel suo complesso».

Uvet è da poco entrata a far parte del turismo attivo con la gestione diretta delle strutture, è un segnale che il settore non va poi così male? «Un paese come l'Italia, col suo patrimonio culturale, le ricchezze naturali e il fascino del made in Italy, non può segnare il passo. Le regioni del Sud hanno un potenziale enorme e il turismo è la loro migliore industria: la Puglia sta crescendo, la Sicilia sta

cercando di scalare la classifica (e Catania è un ottimo esempio in tal senso). È chiaro che a noi di Uvet questo business interessa ma se vogliamo che il turismo si trasformi in un'opportunità per tutto il paese serve che il governo investa più fondi e dedichi più attenzione a questo settore. Basta mettere a confronto la fiscalità del turismo italiano con i paesi competitor del mediterraneo e si capirà che la lotta è impari».

La strategia per l'Expo

Possibile che gli errori siano solo di chi governa e mai da parte di un mondo turistico rimasto fermo a dinamiche vecchie, gestito da famiglie e con strutture troppo piccole? «Non c'è dubbio — concorda il presidente di Confturismo — spesso le strutture sono gestite senza professionalità e con troppa improvvisazione. Ma un sistema non si cambia dall'oggi al domani né con l'iniziativa dei singoli. Aspetto un governo che si sieda al tavolo con i 15 più grandi

operatori del turismo in Italia e concordino un piano di rilancio. Invece finora i precedenti ministri del nostro settore si sono rivolti alle società di consulenza che confezionano splendidi piani di riforma, ristrutturazione e rilancio per un settore del quale ignorano dinamiche e complessità. Sarebbe ora, invece, di varare un piano condiviso con i più importanti player del comparto».

Un caso emblematico in tal senso è rappresentato dal portale che avrebbe dovuto promuovere il turismo italiano nel mondo. «Quello è un progetto che realizzeremo noi operatori senza l'aiuto di nessuno — afferma Patanè —. Il portale partirà, sto coinvolgendo altri operatori del settore e sarà una fondamentale via d'accesso digitale per intercettare i flussi provenienti soprattutto dai paesi emergenti». Qualcosa di molto simile a ciò che dovrà accadere in occasione dell'Expo del prossimo anno. «È l'appuntamento imperdibile — avverte — quello che può cambiare le sorti future del nostro turismo. Se riusciremo a giocare bene le nostre carte stavolta potremo intercettare flussi turistici che faranno la differenza anche nel futuro. Noi dell'Uvet porteremo, in collaborazione con l'ambasciata americana, circa 1 milione di italo americani che vogliono tornare nel paese in occasione dell'Expo. Ma i numeri dei turisti saranno davvero alti e per l'Italia sarà una vetrina di grandi opportunità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vertici Luca Patanè, alla guida di Confturismo, e presidente di Uvet (il più grande polo del turismo distributivo in Italia)

Lanceremo un grande portale con altri operatori. Sarà una via d'accesso ai paesi emergenti

Hotel. Hong Kong la più cara al mondo

Secondo la periodica indagine di Uvet American Express la metropoli asiatica ha scalzato New York ed è la più costosa del pianeta con 258 euro medie a notte. Sul podio anche Londra. Italia: Venezia la meno cheap



L'Asia scalza gli Stati Uniti. Hong Kong meglio (ma in realtà sarebbe da dire peggio) di Londra, nell'ultima rilevazione sugli hotel più cari al mondo per viaggi di lavoro, secondo l'ultima rilevazione della Business Travel Survey di Uvet American Express, società del gruppo Uvet specializzata nei viaggi d'affari che approfondirà questi temi durante la 12/a edizione del BizTravel Forum (25-26 novembre, Fiera Milano City), dalla quale appunto scaturisce che la Mela non è più la metropoli più costosa del pianeta, a (s)vantaggio dell'ex colonia britannica.

Nel primo semestre di quest'anno nella città orientale il prezzo medio del pernottamento è salito a 258 euro, il 14% in più rispetto al primo semestre 2013. Diventa più conveniente, si fa per dire, soggiornare a New York per lavoro, con un costo giornaliero di pernottamento sceso dai 304 euro del primo semestre 2013 ai 244 di quest'anno. Sul gradino più basso di questo podio si posiziona Londra (235 euro notte), con prezzi di pernottamento in linea con quelli rilevati nel primo

semestre dello scorso anno (233 euro).

A livello intercontinentale, si legge nella Business Travel Survey, si riscontra un incremento dei prezzi giornalieri degli hotel a Dubai (da 191 a 223 euro) e una diminuzione nelle altre principali destinazioni. A San Paolo, forse grazie anche al traffico creato dai Mondiali di calcio, si è registrato il calo più rilevante (-22,5%), dai 245 euro del 30 giugno 2013 ai 190 euro del primo semestre di quest'anno. Per i lavoratori in trasferta pernottamenti più convenienti anche a Singapore (da 233 a 193 euro) e Shanghai (da 138 a 136 euro).

In Europa, dopo Londra, gli hotel più cari sono a Parigi (195 euro a notte), nonostante il calo del 10% rispetto al primo semestre 2013 (217 euro). Si paga il 14% in più rispetto allo scorso anno per dormire a Francoforte (150 euro per notte) mentre il pernottamento è più caro del 7% a Bruxelles (170 euro). Secondo i dati di Uvet American Express sono a Madrid (116 euro a notte) gli hotel più convenienti per i lavoratori in trasferta, nonostante i loro prezzi siano aumentati del 4,5% rispetto al primo semestre dello scorso anno. In leggera flessione i costi medi di pernottamento ad Amsterdam (da 152 a 150 euro a notte).

In Italia Venezia mantiene lo scettro degli hotel più cari: 147 euro a notte, nonostante la diminuzione del 9% rispetto al primo semestre 2013. Subito dietro la città lagunare c'è Milano (130 euro a notte), che è incalzata da Firenze (126 euro), dove nell'arco dell'ultimo anno i prezzi degli alberghi sono cresciuti più che altrove: +19%. Secondo la Business Travel Survey, i lavoratori in trasferta negli hotel di Roma nel primo semestre di quest'anno hanno pagato un prezzo medio giornaliero di 121 euro, in calo rispetto allo stesso periodo del 2013 (125 euro). Costi di pernottamento più alti dell'8% a Genova (103 euro) e sostanzialmente invariati a Napoli (98 euro a notte), che resta tra le città più convenienti.

(20 agosto 2014)

Aziende, in ripresa i viaggi d'affari Crescono i voli verso l'Europa (+5,6%)

Secondo i dati della società specializzata Uvet, dopo gli ultimi anni di crisi, i manager delle società italiane hanno incrementato il numero delle trasferte per lavoro. In calo la spesa, ma grazie ai risparmi e taglio dei costi

di LUCA PAGNI

Lo leggo dopo

TAG

manager, viaggi d'affari, Alta velocità, Pmi, Uvet, American Express, Ambrosetti

MILANO - Si potrebbe obiettare che in una economia in cui le aziende che vogliono crescere e stare sul mercato si devono confrontare - come minimo - con il mercato

europeo, dovrebbe essere naturale per i manager consumare parecchie ore del loro tempo in viaggio. Ma in una situazione di recessione che dura ormai da sette anni non è poi così scontato; tenendo anche conto delle dimensioni medie delle Pmi italiane. E il fatto che questo accada anche in Italia potrebbe, invece, essere letto finalmente come un segnale positivo.

Secondo un rapporto di Uvet American Express (curato da The European House Ambrosetti), nel primo semestre del 2014 i viaggi d'affari dei dirigenti italiani sono in aumento: sale la spesa per i voli verso le mete europee (+6,7%), in particolare verso quei paesi dall'economia più solida come la Germania e la Francia o che prima di altri sembrano aver intercettato una curva di ripresa. Ma fanno segnare un leggero incremento anche i viaggi intercontinentali (+2,5%). Tutto questo a scapito dei viaggi all'interno della penisola, anche questo sintomo di una economia interna stagnante.

L'utilizzo del mezzo aereo per i viaggi di lavoro all'interno dell'Italia segna il passo nel 2014: rispetto al 30 giugno 2013 c'è stato un calo del 6,5%. Lo sviluppo dell'Alta velocità ferroviaria mantiene comunque il livello delle trasferte interne, sotto la spinta anche di una concorrenza che dal primo semestre 2012 ha fatto scendere il costo medio del biglietto ferroviario da 61 a 55 euro.

"Questa ripresa dei viaggi di lavoro in Europa - spiega Luca Patanè, presidente Uvet - si è accompagnata a una riduzione del 3% del costo medio del biglietto aereo, dai 387 euro del I semestre 2013 ai 377 del 30 giugno di quest'anno. E rispetto al primo semestre 2012 il biglietto aereo è diminuito mediamente anche di più: quasi del 5%".

Più in generale si registra un calo delle spese per le trasferte di lavoro ma dettata soprattutto da una politica di efficienza. In media una trasferta che costava 100 euro nel 2006, oggi ne costa 65.

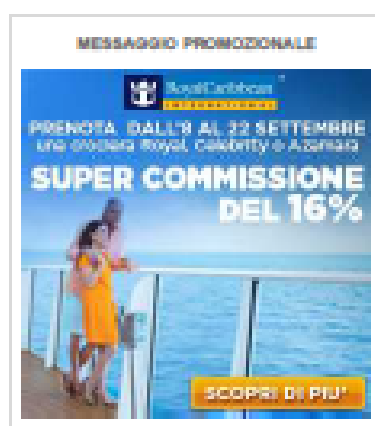
I dati di Uvet American Express registrano già un primo "effetto Expo" per Milano, dove le trasferte di lavoro in aereo si sono incrementate dal 30,7% del primo semestre 2013 al 32,5%. Milano si conferma anche la prima destinazione dell'Alta Velocità ferroviaria con il 30,4% dei viaggi rispetto al 26,5% di Roma.

Diminuisce, invece, la quota di viaggiatori d'affari che utilizzano l'aereo per andare a Roma (dal 28,9% al 28,7%) e in tutte le altre principali destinazioni nazionali (dal 40,4% al 38,8%). Napoli si conferma al terzo posto tra gli scali più frequentati (6%), nonostante la quota di viaggiatori d'affari si sia ridotta rispetto al 30 giugno 2013 (6,8%). Meno spostamenti per motivi di lavoro anche negli aeroporti Catania (dal 5% al 4,7%), quarto scalo d'Italia, Genova (dal 2,9% al 2,8%), e Palermo (da 2,8% al 2,5%) mentre c'è stata una lieve crescita a Venezia (dal 3,8% al 3,9%), Bari (dal 3,5% al 3,8%) e Torino (dal 3,5% al 3,6%).



Uvet: mille assunzioni per l'Expo

Nove mesi di lavoro previsti per un evento che sarà una vetrina per Milano e l'Italia nei prossimi dieci anni; In un'intervista a Guida Viaggi, l'a.d. di Itn TravelCo, Enzo Carella, svela i segreti di un nuovo format di intrattenimento che ha introdotto al Santo Stefano Resort in Sardegna



"L'Expo rappresenta uno stimolo enorme. Per la città di Milano e per l'Italia è una vetrina unica per i prossimi dieci anni. Ci sarà da lavorare molto, prima, durante e dopo l'evento, si può considerare 9 mesi in tutto". A parlare è Enzo Carella, amministratore delegato di Uvet Itn Travel Co, che annuncia: "Abbiamo assunto mille persone per l'evento". Si tratta di contratti stagionali, ma nell'ottica di gruppo, che "ha un approccio multidisciplinare, con tante attività" si può pensare e sperare che di queste mille figure professionali ne resti qualcuna in azienda anche dopo il grande evento internazionale. L'evento rappresenta un'opportunità di business anche per le adv Itn, chiediamo? "Sicuramente sì - replica il manager -. Per l'incoming abbiamo creato Made in Uvet, che segue la gestione dell'accoglienza

straniera e italiana, poi c'è Uvet Lab che gestisce i servizi connessi e una rete d'impresa composta da 100 realtà in 19 regioni italiane. Questi tre ambiti sono complementari". E se per la gestione alberghiera il gruppo ha dovuto rinforzare il booking, "ora stiamo pensando di impiegare le persone anche sul fronte incoming". Sul fronte affiliazioni, la rete Itn è rimasta costante a livello di numerica: "Ad oggi in totale abbiamo 15 agenzie in meno, a causa soprattutto di chiusure non sostituite". Intanto con la gestione diretta del Santo Stefano Resort, l'azienda ha introdotto un nuovo format di intrattenimento. A svelarne i segreti è lo stesso Enzo Carella in un'intervista al settimanale Guida Viaggi di prossima uscita. Ld.

Turismo: A Uvet American Express Premio Nazionale Innovazione Servizi

di: Asca | Pubblicato il 23 settembre 2014 | Ora 14:08

(ASCA) - Roma, 23 set 2014 - Una piattaforma dedicata alla clientela corporate che consente di prenotare viaggi incrociando diverse soluzioni di trasporto (treno, aereo) e ricettività (hotel). Per avere ideato questa piattaforma, denominata "Space", Uvet American Express, società del gruppo Uvet specializzata nella gestione dei viaggi d'affari, ha vinto, nella categoria Turismo, il Premio nazionale per l'innovazione nei servizi assegnato ogni anno da Confcommercio. La cerimonia di premiazione si è tenuta alla presenza del Ministro dell'Istruzione e della ricerca scientifica Stefania Giannini presso l'Accademia dei Lincei. Lo stesso riconoscimento è stato poi consegnato in una seconda cerimonia dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli a Luca Patane', presidente del gruppo Uvet e a Enrico Ruffilli, amministratore delegato di Uvet American Express. "Anche nel settore turistico la parola d'ordine è innovazione - commenta Luca Patane', presidente del gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi - una scommessa che abbiamo deciso di raccogliere da diversi anni e che ora portiamo avanti realizzando piattaforme e servizi digitali, come appunto "Space", investendo in specifiche società come abbiamo fatto acquisendo l'agenzia svedese di viaggi online Flygpoolen o ancora partecipando come partner industriale alle startup promosse dell'incubatore Digital Magics". "Il riconoscimento che abbiamo ricevuto - aggiunge Enrico Ruffilli, Amministratore Delegato di Uvet American Express - premia l'impegno che poniamo nell'ideare e creare prodotti unici e innovativi per la clientela, le cui trasferte di lavoro devono essere gestite e organizzate in modo integrato massimizzando il risparmio di tempo e denaro. Attraverso Space è possibile gestire ed acquistare con pochi click un viaggio aziendale completo che può combinare insieme un'offerta integrata costituita dai più importanti vettori aerei sia di linea che lowcost, treni, hotel e car rental". "Space", ideato e realizzato da Uvet American Express in due anni e mezzo, è un aggregatore che offre diverse soluzioni di ricettività e viaggio, integrando nella stessa schermata sia il trasporto ferroviario che quello aereo. In relazione agli itinerari di andata e ritorno, il sistema combina i vari contenuti creando un numero elevato di soluzioni di viaggio multimodali (che ricomprendono, nello stesso itinerario, combinazioni tra vettori tradizionali, vettori "low cost", vettori ferroviari), ordinati per prezzo o durata complessiva del viaggio, con un processo definito "blending multimodale". In pochi secondi è possibile visualizzare, nel dettaglio, tutte le soluzioni di viaggio disponibili, con tutte le modalità di trasporto possibili, senza dover consultare più siti internet. Attualmente in Space sono integrati due "global distribution systems (Sabre e Travelport Galileo), un distributore di contenuti low cost (Travelfusion), che garantisce accesso a disponibilità e prezzi di tutti i vettori non tradizionali, due vettori ferroviari (Trenitalia e NTV), consolidatori di contenuti hotel (quali HRS, Booking.com e Travelcube), un database locale che ricomprende tariffe alberghiere di tipo "Corporate". Lo stesso principio sta alla base anche del progetto Tripitaly.it, il nuovo portale per l'incoming del turismo straniero che sarà lanciato dal Gruppo Uvet in Italia.



La storia

Uvet compra Last Minute tour «Il turismo? Agenzie e web»

Continua il viaggio nello shopping da parte del Gruppo **Uvet**, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro. L'ultima conquista si chiama Last Minute Tour, società attiva in Italia dal 1995 nella distribuzione turistica, e che può vantare un giro d'affari di 90 milioni di euro. Il gruppo guidato da Luca Patanè ne ha acquisito il 100%, che equivale a 160 agenzie di viaggio, un sito internet e un call center. «Con questa operazione — spiega Patanè — puntiamo ad aumentare la quota di presenza nel turismo consumer, rafforzando il network commerciale. Il tutto consolidando il numero delle

agenzie di proprietà **Uvet**, allargando la rete delle 1300 agenzie che fanno già del nostro gruppo il primo network anche nel turismo leisure». L'acquisizione, costata circa 10 milioni di euro, completa un percorso durato qualche anno visto che il gigante della distribuzione aveva acquisito il 30% di Last Minute tour già nel 2011. «Il mercato del turismo è cambiato profondamente in pochi anni — continua Patanè — serve un controllo più diretto delle agenzie accoppiato a una forte attività on line». Una sintesi tra vecchio e nuovo modello.

Isidoro Trovato

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Turismo: gruppo Uvet acquisisce totalita' Last Minute Tour

asca Decisioni
in tempo reale Asca.it - 6 ore fa

(ASCA) - Roma, 24 set 2014 - Il Gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi euro, ha acquisito il 100% di Last Minute Tour spa, società attiva in Italia dal 1995 nella distribuzione turistica, con un volume di business di 90 milioni di euro. Last Minute Tour, specializzata nella commercializzazione di pacchetti turistici, voli e soggiorni, ha un network di oltre 160 punti vendita, un sito e un call center dedicato. Le sedi operative e gli uffici commerciali della società saranno ospitati nella sede milanese di Uvet. Alla presidenza del nuovo cda di Last Minute Tour è stato nominato Ezio Biondi, in precedenza amministratore delegato. Con l'integrazione di Last Minute Tour, spiega Uvet, "si consolida il numero delle agenzie di viaggio coordinate da Uvet, e i nuovi punti vendita si affiancheranno alle 1300 agenzie affiliate a Clubviaggi". "Con questa operazione - spiega Luca Patane', presidente del gruppo Uvet - andiamo nella direzione del rafforzamento della distribuzione, puntando a sinergie commerciali e aumentando la nostra quota di presenza nel turismo consumer. Last Minute Tour beneficerà per contro di una struttura societaria solida che le consentirà di sviluppare meglio le sue competenze, affinando il suo posizionamento e prospettive di mercato".

Data: 26/09/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Il Sole **24 ORE**

DISTRIBUZIONE

A Uvet il 100% di Last Minute

Il gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, ha acquisito il 100% di Last Minute Tour spa, società attiva in Italia dal 1995 nella distribuzione turistica, con un giro d'affari di 90 milioni.





Jakala Events cambia nome. Nasce Uevents

LA SOCIETÀ DEL GRUPPO UVET SI RINNOVA IN VISTA DI EXPO E DELLE NUOVE SFIDE CHE L'ATTENDONO PER IL 2015. IL NUOVO NOME SOCIETARIO, UEVENTS, NASCE DALLE SINERGIE CHE SI STANNO SVILUPPANDO CON LE ALTRE SOCIETÀ DEL GRUPPO. LA BUSINESS UNIT MICE CONTINUERÀ A ESSERE GUIDATA DA LAURA GARBARINO. TRA LE NEW ENTRY, DAVIDE MAZZUCHELLI, IN QUALITÀ DI EXECUTIVE DIRECTOR.

Jakala Events rafforza il suo posizionamento nel mercato e traccia un nuovo percorso modificando il suo naming e il suo logo distintivo. Il nuovo nome societario, **Uevents**, nasce dalle innumerevoli sinergie che sono emerse e che si stanno sviluppando in questi mesi con le altre società del Gruppo **Uvet**.

Il nuovo logo aziendale, semplice ed elegante, riprende - ribatendolo - il punto esclamativo che caratterizzava l'immagine del precedente marchio. L'obiettivo è proiettare l'immagine di una company che si è sempre distinta come affidabile, chiara e attenta alle più diverse necessità dei suoi clienti.

Jakala Events, ora Uevents, società specializzata nella progettazione e realizzazione di eventi di comunicazione e nell'organizzazione di grandi 'corporate and sports events', ha all'attivo circa **40 dipendenti** e vanta più di **30 milioni di euro di fatturato annuo**.

Dal punto di vista organizzativo, la business unit Mice (meeting, incentives, conferencing and events) del Gruppo continuerà a essere guidata da **Laura Garbarino**. "Il cambio di naming e di logo della società - afferma Garbarino, ad Uevents - rappresenta un'azione mirata a valorizzare l'integrazione con le altre società del Gruppo. L'obiettivo è proporre ai clienti un'offerta sempre più completa ed esaustiva nell'ideazione e gestione di eventi. Vogliamo essere pronti e ancora più determinati rispetto alle importanti sfide che ci attendono nel 2015 e negli anni successivi".

Con le sue expertise, infatti, la società sarà protagonista anche per **Expo 2015**. Uevents supporterà **UvetLab**, nuova società del Gruppo nata proprio in vista dell'Esposizione Universale del prossimo anno, sia per proget-

tare e allestire i padiglioni per i Paesi ospiti, sia soprattutto per realizzare eventi tailor-made per aziende che intendano essere presenti in modo efficace all'interno di Expo. La società è stata nominata **'Official destinations and event partner'** per il Padiglione degli Stati Uniti, del quale **Uvet** è anche sponsor, costituendo una nuova società con sede a Chicago: **Uvet Inc.**

Su questa base è stata avviata anche una **partnership con 'Friends of the U.S. Pavillion'**, organizzazione no-profit rappresentata in Italia dalla Camera di commercio.

"Abbiamo deciso - spiega **Luca Patané**, presidente del Gruppo - di valorizzare al meglio le potenzialità di Uevents in vista delle nuove e stimolanti sfide che ci attendono, e abbiamo deciso di farlo adesso alle porte di un importante evento come Expo 2015. Il nostro obiettivo è di continuare a crescere e questo cambio nome avviene in un'ottica di consolidamento del posizionamento distintivo che le società del Gruppo hanno, da sempre, verso i nostri clienti e il mercato".

Operativo fin da subito su tutti i progetti Expo anche il nuovo executive director, **Davide Mazzucchelli** (già direttore della divisione eventi di Sinergie). "Non ci aspettavamo che Mazzucchelli fosse 'sul mercato' e appena abbiamo appreso la notizia ci siamo attivati per contattarlo e fargli la nostra proposta. Consideriamo **fortemente strategiche tutte le attività legate agli eventi e alla comunicazione** e l'ingresso nel nostro team di un manager dal grande valore aggiunto ci permetterà di **crescere ulteriormente in questo settore e di consolidare quanto già fatto**, anche in considerazione della recente acquisizione di **Jakala**".



**LUCA PATANÉ, PRESIDENTE
DEL GRUPPO UVET**



Data: 08/10/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

CORRIERE DELLA SERA

Turismo: Uvet, acquisisce gestione Resort Djerba Golf

16:48 MILANO (MF-DJ)--Con l'acquisizione della gestione del Resort Djerba Golf & Spa, il gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari da 2,2 miliardi di euro, accresce il suo portfolio nella gestione alberghiera, arricchendosi di un prodotto di prestigio aperto 12 mesi l'anno. Il nuovo nome della struttura, spiega una nota, sarà "Resort Djerba Golf & Spa" e opererà con il brand 'Clubviaggi', un marchio che aggrega oltre 1.300 agenzie di viaggio affiliate in tutta Italia. La rete distributiva Uvet, grazie a un'integrazione verticale, avrà a disposizione un nuovo prodotto personalizzato Clubviaggi che si affiancherà al Santo Stefano Resort in Sardegna. L'operazione, del valore di circa 8 milioni euro, ha previsto la creazione di Uvet Resort Tunisia interamente dedicata allo sviluppo alberghiero e di tour operating verso la destinazione, partecipata al 75% dal gruppo Uvet e per una quota minoritaria del 25% dalla proprietà alberghiera del Djerba Golf & Spa, che sarà anche partner distributivo con il marchio Sprinclub. com/als (fine) MF-DJ NEWS 0816:48 ott 2014



Data: 14/10/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

CORRIERE DELLA SERA

Pil: Uvet stima calo in 3* trim. dello 0,16%

16:00 MILANO (MF-DJ)--Nel terzo trimestre di quest'anno si e' registrata una contrazione dello 0,16% del Pil rispetto al trimestre precedente, mentre a fine 2014 si prevede un calo dello 0,37% su base annua. ? quanto emerge dalle stime dell'Uvet Travel Index, ideato dal gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, e curato, per la parte scientifica da The European House -Ambrosetti. L'Uvet Travel Index e' stato realizzato confrontando una serie storica di dati dei viaggi d'affari e del Pil dal 2006 a oggi. Da qui si e' verificato che il trend dei viaggi d'affari rispecchia al 94% l'andamento del Pil del Paese. com/als (fine) MF-DJ NEWS 1416:00 ott 2014



Nuove professioni. Progetto di Uvet

Viaggi su misura, arriva il «Personal Travel»

MILANO.

Uno specialista in grado di consigliare il viaggio giusto esattamente come il broker finanziario sceglie il giusto investimento. È il Personal Travel Specialist, una nuova figura professionale che si è inventata il gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro. Il progetto, che ha l'obiettivo di reclutare più di 250 agenti di viaggio professionisti in tre anni, si rivolge agli agenti di viaggi, con spiccate capacità di relazione con la clientela, esperienza pluriennale di vendita e proprio portafogli clienti, che vorranno cogliere in pieno le opportunità che la tecnologia offre per riprogettare la propria attività in modo innovativo.

In concreto il Personal Travel Specialist sfrutterà tutte le facilitazioni che la tecnologia oggi offre, non sarà vincolato a orari di apertura o a luoghi fisici ma agirà in completa libertà

organizzando le proprie giornate con ritmi e modalità a lui congeniali: potrà infatti servire la propria clientela via mail o web comodamente a casa, oppure offrire consulenza a domicilio, spostandosi sul territorio.

«Questa figura è già una consolidata realtà nei mercati anglosassoni», sostiene Luca Patanè presidente del Gruppo Uvet, «e i tempi sono ormai maturi anche per il mercato italiano. La nostra azienda per vocazione è dedicata all'innovazione, e anche in questo caso ci dimostriamo attenti alle nuove opportunità con lo spirito di dare un contributo all'occupazione e all'economia». «Il progetto UvetPTS - afferma Luigi Porro, responsabile del progetto - è rivolto a quei validi agenti faticano a sostenere la struttura dei costi fissi tradizionali, e che rischiano di abbandonare il settore impoverendolo di valide professionalità».

UVET PER COLLEZIONE PERSONAL TRAVEL



Data: 17/11/2014

Periodicità: Plurisettimanale

Pubblicazione: Stampa



Con l'iniziativa il Gruppo punta a generare 50 milioni di euro di vendite

Uvet gioca la carta Pts Occasione per 250 adv

Il network annuncia il progetto Personal Travel Specialist

Sullo scacchiere della distribuzione, **Uvet** muove ancora. Il gruppo guidato da Luca Patané (nella foto) si conferma una delle realtà più vivaci del settore e rilancia con i Personal Travel Specialist, o meglio i Pts.

Un progetto che mette in campo numeri importanti: l'obiettivo è di selezionare 250 agenti di viaggi in 3 anni per arrivare a movimentare 50 milioni di euro e generare commissioni per 6 milioni.

L'ispirazione arriva anche dall'estero, come ha spiegato lo stesso presidente Patané nel corso della presentazione. "Stiamo parlando di una figura consolidata sul mercato anglosassone e credo sia giunto il momento di far partire un progetto importante anche nel nostro Paese".

Uvet ha così deciso di puntare forte su un'idea di distribuzione turistica che ha iniziato ad affermarsi anche sul mercato italiano. E il gruppo di Patané è entrato così nell'arena degli adv 'a domicilio'.

Severi i criteri di selezione per gli aspiranti **Uvet** Pts: "Il progetto - si legge nella nota stampa diramata dal Gruppo - si rivolge agli agenti di viaggi italiani, con spiccate capacità di relazione con la clientela, esperienza pluriennale di vendita e proprio portafoglio clienti, che vogliano cogliere in pieno le opportunità che la tecnologia offre per riprogettare la propria attività in modo innovativo". Il modello offre opportunità, precisa ancora il comunicato, "alle agenzie di viaggi già parte delle reti distributive del Gruppo e in generale a chi è dispo-



nibile a servire il cliente dove, come e quando gradisce".

La parola d'ordine è 'flessibilità': niente orari di apertura-chiusura, ma un sistema di lavoro che si adatta ai ritmi dell'agente e alle necessità del cliente, unendo sia il rapporto 'mediato' dalla tecnologia (mail e web) sia il rapporto diretto, con consulenze a domicilio.

Ezio Birondi, presidente di Last Minute Tour (che da poche settimane è passata al 100 per cento nelle mani di **Uvet**), ha inoltre precisato durante la presentazione dell'iniziativa: "Stiamo lanciando sul mercato

una scuola per grandi venditori. Non abbiamo intenzione di prendere a bordo disperati o falliti, ma imprenditori veri che ci devono credere". Il progetto vedrà la collaborazione di Vorwerk, con un protocollo di intesa per una collaborazione sulla parte delle vendite. "La cosa non deve stupire - ha affermato ancora Birondi - perché stiamo parlando di un'azienda con grande esperienza nella vendita porta a porta".

La tendenza alla consulenza a domicilio, che ormai è diventata una realtà anche sul mercato italiano, non deve però essere avvertita come un pericolo dalle agenzie di viaggi su strada, come ha ancora precisato Patané. "Vorrei rassicurare tutti - ha detto -. Il Personal Travel Specialist non è una nuova minaccia per le agenzie di viaggi, ma la volontà di cercare spazi di business non ancora esplorati".

Il progetto è stato affidato a un nome noto della distribuzione: Luigi Porro, che per anni è stato il traghettatore di VentaPoint, il progetto distributivo del Ventaglio di Bruno Colombo. Porro ha chiarito che "il progetto **Uvet** Pts è rivolto a quei validi agenti che faticano a sostenere la struttura dei costi fissi tradizionali e che rischiano di abbandonare il settore impoverendolo di valide professionalità. **Uvet** consentirà loro di sfruttare l'enorme potenziale della sua rete distributiva capillarmente presente sul territorio".

Dal business travel al leisure fino alle consulenze flessibili: **Uvet** non lascia scoperto nessun campo nel mondo della distribuzione. **F. Z.**

Luca Patané

"L'iniziativa non è una nuova minaccia per le agenzie"



Data: 21/11/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Il Sole **24 ORE**

VIAGGI

**A Milano il
BizTravel Forum**

Si svolgerà il 25 e 26
novembre a Milano (Fiera
Milano City, via
Gattamelata 5), il
BizTravel Forum,
appuntamento annuale
organizzato da
Uvet-American Express.



Data: 24/11/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa

CORRIERECONOMIA

L'indagine Dal 25 al 26 novembre a Milano focus sui viaggi d'affari

Turismo Alla sfida dell'Expo «Il nostro esame di maturità»

Patanè: una grande opportunità che non possiamo sprecare
Il punto della situazione e le prospettive nel Biz Travel Forum

DI ISIDORO TROVATO

Non tutti i viaggiatori sono uguali. Potrebbe sembrare una frase di monsieur Lapalisse e invece è la semplice constatazione che nel mondo del turismo l'area del business travel ha regole, caratteristiche e utenti del tutto propri.

A indagare in profondità questo settore ci pensa ogni anno la Uvet American Express, il polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, attivo in Italia dal 1950. Nel corso degli ultimi anni l'azienda milanese ha creato l'«Uvet Travel Index», un originale indicatore sintetico che segnala l'andamento del turismo d'affari e le dinamiche distinte per destinazioni, mezzi utilizzati e oscillazioni tariffarie.

Il rapporto con il Pil

Nell'ultima «Business Travel Survey» emerge una forte relazione tra l'andamento dei viaggi d'affari (che segnalano l'attività delle imprese) e l'attività economica aggregata del Paese, notando come le informazioni che si derivano osservando le dinamiche del business travel siano in grado di rappresen-

tare «in tempo reale» l'andamento dell'economia.

«Il modello di stima e la costruzione dell'indicatore sono stati realizzati con il supporto operativo di The European House-Ambrosetti — spiega Luca Patanè, amministratore delegato di Uvet —. E nel periodo che va dal 1° gennaio del 2006 a luglio del 2014, presenta una forte correlazione con il Pil italiano. L'export appare come l'unico driver importante della nostra economia e la sua crescita coincide con quella del business travel». I risultati hanno evidenziato una forte correlazione tra queste variabili, per cui più si viaggia, più si esporta, e l'aumento dell'export è, nella maggior parte dei casi, inferiore rispetto a quello medio mondiale verso i Paesi target. Basta fare qualche esempio per rendersi conto dei margini di miglioramento: il nostro export in Russia è aumentato del 42%, ma quello medio mondiale in Russia è aumentato del 98%. In Cina il nostro export è aumentato del 73%, mentre quello medio mondiale del 133%.

Per sviluppare le dinamiche e le relazioni legate al business travel nasce «Biz Travel Forum» la manifestazione milanese, organizzata da Uvet, che nel 2013 ha accolto oltre 1.700 visitatori (+13% rispetto al-

l'anno precedente), anche quest'anno offrirà ai partecipanti 5 mila metri quadrati d'area espositiva, con una forte attenzione agli incontri di affari per i quali è stato creato «Biz Matching» un evento che offre oltre 600 appuntamenti di lavoro «one to one» tra gli 80 espositori presenti e i visitatori. L'edizione 2014 si terrà il 25/26 novembre a FieramilanoCity.

La grande occasione

L'edizione di quest'anno avrà una forte attenzione all'Expo 2015 che rappresenta il più grande evento globale ospitato dall'Italia negli ultimi anni. Un appuntamento accolto con molte aspettative ma anche con qualche polemica e perplessità. «A volte le polemiche mi sembrano esagerate o strumentali — osserva Patanè — questa è una grande opportunità per chi sa sfruttarla. L'Expo non deve fare utili che muovano il Pil del paese, deve funzionare e portare in Italia 20 milioni di visitatori. Poi spetterà a noi imprese, e non solo quelle del settore turistico, riuscire a tramutare le premesse in business reale. L'Expo deve essere percepita come un facilitatore, un grande contenitore di eventi da cui trarre benefici. Il nostro gruppo sperimenta un nuovo ramo di attività: ci occuperemo della gestione

logistica, troveremo appartamenti, hotel, biglietti ai visitatori, offriamo servizio catering alle aziende che vorranno organizzare eventi. Un'esperienza che ci tornerà utile per Dubai 2020 o anche nelle prossime edizioni delle Olimpiadi dove contiamo di essere presenti».

Una vetrina internazionale diventa veramente efficace quando un paese offre davvero il meglio di se stesso, magari senza incorrere in scandali o disservizi. «Vero — ammette il ceo di Uvet — ma non bisogna confondere i piani: non si può pretendere che non ci siano disguidi o contrattempi in una manifestazione che prevede l'arrivo di venti mi-

lioni di persone. Bisognerà puntare su un'offerta di ciò che sappiamo fare meglio: noi proporremo agli ospiti stranieri dei tour che tocchino le eccellenze italiane. Mi attendo che molte piccole e medie imprese italiane utilizzino l'evento per farsi conoscere e per avviare un processo di internazionalizzazione di cui non si può più fare a meno. Credo che l'Expo non sarà soltanto la grande esposizione internazionale che si svolge tra i padiglioni ma avrà un importante sviluppo all'esterno in quello che potrà essere definito il fuori Expo. E in quella sede ci sarà spazio per tutti quelli che avranno talento e capacità si sfruttare l'opportunità».

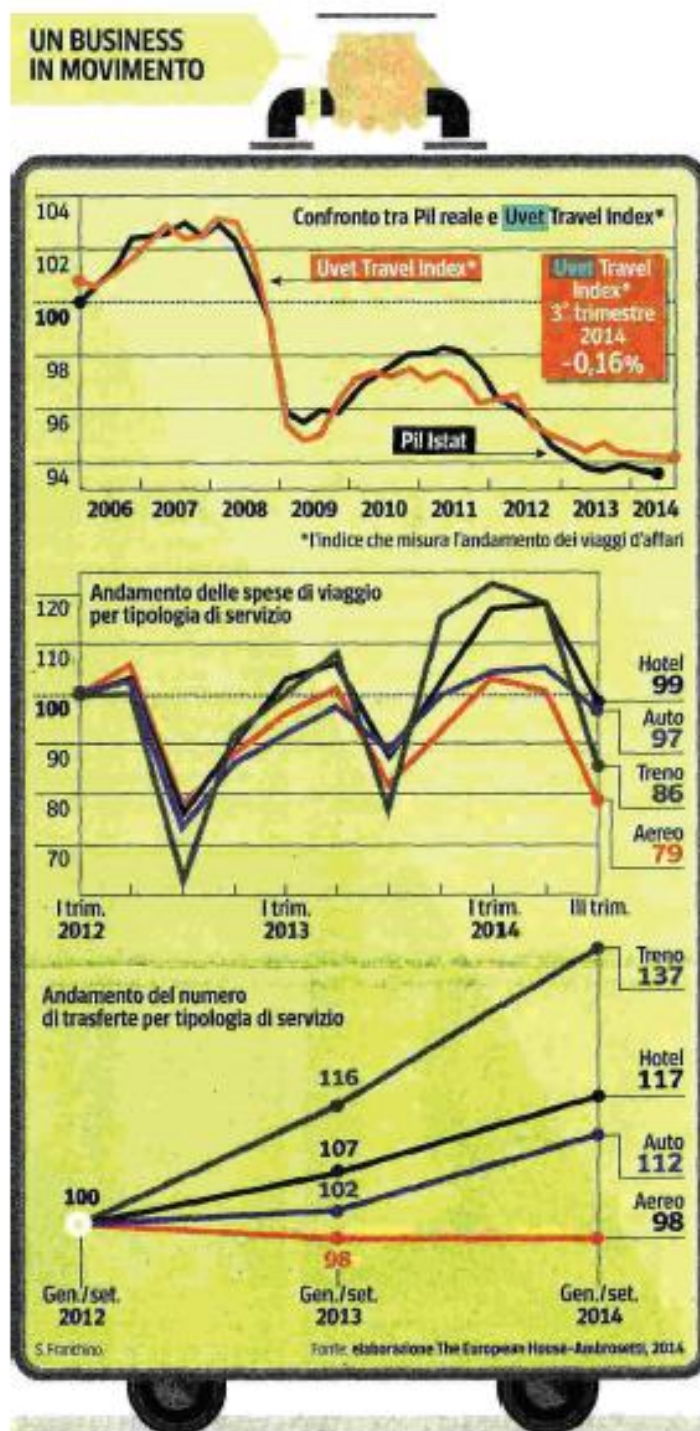


Data: 24/11/2014

Periodicità: Settimanale

Pubblicazione: Stampa

CORRIERECONOMIA



Data: 25/11/2014

Periodicità: Agenzia di Stampa

Pubblicazione: Online

ANSA

Al via 12/a edizione del BizTravel Forum

Expo2015 e l'impatto economico sul Paese al centro del dibattito



- Redazione ANSA - MILANO

12:20 25 novembre 2014- NEWS

(ANSA) - MILANO, 25 NOV - Expo Milano 2015 e l'impatto economico che questo evento avrà sul Paese, in particolare sul settore turistico italiano, è il tema che apre la 12/a edizione del BizTravel Forum 2014, l'evento annuale dedicato alla mobilità e al turismo, organizzato da Uvet American Express, il 25 e 26/11 a Fiera Milano City. Per due giorni operatori e aziende del mercato italiano leader nel campo della mobility, degli eventi e del turismo si confronteranno per approfondire i temi del travel management.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

Il gruppo Uvet prepara mille assunzioni per Expo 2015

L'annuncio è arrivato durante l'appuntamento annuale del BizTravel Forum



ANSA

Tweet 7

8+1 1

26/11/2014

L'Expo 2015 si avvicina e i grandi gruppi iniziano a programmare l'apertura a nuovi posti di lavoro. Ieri è arrivato l'annuncio di Uvet, gruppo italiano leader nel mondo dei viaggi. Per i 184 giorni dell'esposizione ha già previsto un migliaio di assunzioni, soprattutto tra i giovani.

L'annuncio è arrivato durante l'appuntamento annuale del BizTravel Forum, organizzato da Uvet American Express e che riunisce i principali operatori della mobilità aziendale. Il gruppo ha fatto sapere di aver prenotato un milione di room night, pari a oltre 3000 camere giorno per tutto il periodo dell'evento, e di queste 2000 solo a Milano che rappresentano oltre il 10% della capacità ricettiva giornaliera in città.

All'evento è associata anche la ricerca di nuovi collocamenti e le figure ricercate si potranno individuare sul sito del gruppo: www.uvet.com. Uvet ha acquistato 500 mila biglietti (per un investimento complessivo di 9 milioni di euro) di Expo con l'opzione di arrivare a 600 mila entro fine anno, ed è di fatto uno dei maggiori partner della società organizzatrice dell'Expo di Milano. Ne sono stati già venduti il 25%. L'obiettivo è muovere verso il nostro Paese, anche con il progetto Made of Italians, almeno 500 mila persone, specie emigrati e oriundi italoamericani. "Per l'America del Nord - ha aggiunto il presidente del gruppo Uvet Luca Patanè - stiamo lavorando con la NIAF (National Italian American Foundation) basata a Washington.



Data: 26/11/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

IL GIORNO
Milano

Biglietti, bene le vendite all'estero «Ora assicuriamo turisti dall'Italia»

Il tour operator Uvet: «Abbiamo piazzato il 25% dei nostri ticket»

di LUCA ZORLONI

— MILANO —

LA STIMA sulla carta era che Expo avrebbe piazzato in Bangladesh al massimo 10mila biglietti di ingresso. Poi la vendita entra nel vivo e ieri, sul palco del Biz Travel Forum (il salone del turismo aziendale organizzato a Milano dal colosso dei tour operator Uvet American Express), Piero Galli, direttore generale eventi e intrattenimento di Expo 2015, deve correggere il tiro. Al rialzo. «Finora abbiamo venduto 100mila pezzi», che «potrebbero salire a 200mila». E nel frattempo, «i miei uomini sono in India» — aggiunge il manager — a incontrare 290 tour operator. Il bilancio andrà fatto a consuntivo, il primo novembre 2015, per stabilire se Expo ha centrato l'obiettivo dei 20 milioni di visita-



SELFIE Turisti si fanno un autoscatto all'Ottagono

(Newpress)

BUSINESS

Uvet sta chiudendo accordi con 18 Paesi ospiti per gestire i soggiorni

tori. Al momento la società ha già staccato 7,5 milioni di ticket di ingresso, di cui circa 4,2 viaggiano su canali esteri. Attenzione però, si tratta di una vendita ai circuiti professionali: rivendite, tour operator, partner accreditati, che a loro volta devono piazzare i biglietti al cliente finale.

GALLI spiega che anche questa seconda fase «sta andando bene, tanto che ci chiedono più biglietti», ma di numeri veri e propri ancora non ne snocciola. Si sbilanciano i padroni di casa di Uvet. «Abbiamo acquistato 500mila ticket, ne abbiamo già venduti il 25%», spiega il presidente del gruppo, Luca Patané, con l'opzione di salire a 600mila prevendite. Insomma, l'estero, nel bilancio di Expo spa, sta dando i risultati sperati. Tuttavia il grosso dei flussi

turistici al sito espositivo arriverà dal mercato domestico: 13-14 milioni di visitatori sono italiani. «Possono essere anche un numero superiore — spiega Galli — ma stiamo lavorando per mettere in sicurezza questi numeri, perché sono i più a rischio». D'altronde, dall'esito della kermesse dipende l'uscita nel 2015 dell'industria turistica italiana dalla palude della

stagnazione. Secondo l'indice viaggi di Uvet, la ripresa arriverà solo dal terzo trimestre del prossimo anno, trainata quindi dall'andamento dei primi mesi di Expo. Il tour operator americano, sponsor numero uno del Padiglione a stelle e strisce con due milioni di dollari di contributo, ha già prenotato un milione di posti letto, tanti quanto gli americani che conta di portare in Italia. Inoltre, entro fine anno chiuderà 18 accordi commerciali con altrettanti Paesi aderenti alla manifestazione (tra cui Washington) per organizzare viaggi e soggiorni delle delegazioni e alcuni appuntamenti al di fuori del perimetro di Expo. Per vendere la destinazione, i tour operator chiedono rassicurazioni sui lavori. Galli ha spiegato che i padiglioni tematici (i Cluster) saranno consegnati per gli allestimenti settimana prossima, quando sarà anche affidato l'appalto per la ristorazione nelle aree di servizio. E 14 buste sono arrivate per la gara di gestione dei chioschi-ristorante: nei prossimi giorni sarà nominata la commissione che le valigherà.

luca.zorloni@ilgiorno.net



MANAGER Piero Galli

20

MILIONI

I visitatori attesi sul sito espositivo di Rho-Pero durante i sei mesi della kermesse. Di questi 6-7 milioni saranno stranieri. Un milione la stima dei turisti cinesi

7,5

MILIONI

Gli ingressi all'evento che la società Expo ha già piazzato a tour operator e rivendite. Circa 4,2 milioni viaggiano su canali esteri. 32 euro il costo medio di un coupon

uvet

AMERICAN
EXPRESS

Data: 06/12/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

 **Libero**

«Con l'Expo e meno tasse possiamo ripartire»

Patané (Confturismo): «I 20 milioni di stranieri attesi per l'esposizione sono un'occasione unica. Ma l'Iva deve scendere»

■ ■ ■ SANDRO IACOMETTI

■ ■ ■ «Il 2015 sarà un anno molto buono per il turismo». Non si può certo dire che a Luca Patané manchi l'ottimismo. Mentre tutti i principali istituti economici continuano a sfornare dati estremamente prudenti, per non dire catastrofici, sulla congiuntura, il presidente di Confturismo (e del gruppo Uvet, principale polo distributivo di servizi turistici sul mercato italiano) è convinto che nei prossimi mesi il settore ingranerà di nuovo la marcia.

Anche nel 2013 si diceva che quest'anno sarebbe stato quello buono. Non crede sia un po' azzardato fare queste previsioni?

«Sull'Italia pesano sicuramente il difficile andamento dell'economia e il calo della fiducia dei consumatori, che non hanno alcuna percezione positiva sul futuro. Ma per il turismo contano anche i flussi internazionali e credo che l'Expo di Milano, con 20 milioni di visitatori previsti di cui 8 stranieri, sarà un evento determinante per l'industria del settore».

Quindi è sicuro?

«Non penso, ovviamente, che il 2014 sarà un anno in cui rifiorisce

tutto. O in cui si potrà recuperare il tempo perduto. Per tornare ai livelli pre-crisi ci vorrà però molto tempo e ancor di più ne servirà per compensare il fatturato perso negli ultimi anni. La recessione non ha solo ridimensionato il settore, ma anche provocato un cambiamento psicologico nei consumatori, che ora hanno paura di spendere e preferiscono risparmiare. Nel secondo semestre, però, il mercato tornerà a muoversi. Sarà un buon inizio».

Per il turismo, come per altri settori, gli anni della crisi sono stati una traversata nel deserto da cui molti sono usciti con le ossa rotte e alcuni non sono usciti affatto. Crede che le nostre aziende sapranno cogliere le opportunità che si profilano all'orizzonte?

«Un po' di paura ce l'ho. È indubbio che oggi, dopo gli anni della crisi, sul mercato ci sono meno aziende forti, ma quelle rimaste lo sono davvero agguerrite e credo che riusciranno a tenere il passo. Penso soprattutto a quelle capaci di giocare anche a livello internazionale».

Cosa ha fatto o cosa dovrebbe fare il governo per aiutare il turismo?

smo?

«Il governo dovrebbe innanzitutto aprire un focus sul settore come uno dei piani di sviluppo del nostro Paese nei prossimi cinque anni, perché il turismo è l'unica industria che non solo a livello italiano, ma anche a livello europeo continuerà a crescere. Quello che può fare nell'immediato è sicuramente lavorare sulla tassazione. Tra Iva, tasse di soggiorno e Imu la situazione non è più sostenibile. Su questo punto, però, l'esecutivo ha finora prodotto, al di là dei proclami, il nulla assoluto».

L'iniziativa del Laboratorio sul turismo digitale varata prima dell'estate, però, ha incontrato il vostro favore...

«Condividiamo senz'altro quel progetto, ma l'impegno deve ancora essere declinato in qualcosa di più concreto. La prima ricognizione era prevista dopo sei mesi, siamo ancora in attesa dei risultati. Nel frattempo, con le aziende del settore, abbiamo dato vita ad un grande progetto per l'innovazione che sboccherà in occasione dell'Expo. Si tratta di Tripitaly, una piattaforma digitale che raggrupperà in un solo portale tutte le informazioni, i servizi e le offerte commerciali destinati ai turisti».

Numeri in crescita per il BizTravel Forum 2014

L'appuntamento organizzato da Uvet American Express ha chiuso i battenti registrando un aumento dei visitatori del 27% rispetto allo scorso anno. In leggera crescita anche il numero di espositori. Edizione dedicata ad Expo



L'edizione 2014 del **BizTravel Forum**, l'appuntamento organizzato da **Uvet American Express** (Gruppo Uvet), ha chiuso i battenti registrando una crescita di visitatori (oltre 2000 nelle due giornate) del 27% rispetto allo scorso anno (oltre 1500), quasi raddoppiati rispetto al 2010 (900). In leggera crescita anche il numero di espositori (77 contro i 75 del 2013). La manifestazione del Gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, ha dedicato l'edizione di quest'anno a Expo. Nel forum di apertura si è discusso dell'impatto che l'Esposizione Universale avrà sulla nostra economia mentre nella seconda giornata il focus è stato spostato sulle problematiche legate al turismo e sulle opportunità che

l'appuntamento internazionale di Milano offrirà al settore. I temi hanno catalizzato in modo significativo l'attenzione dei partecipanti ai due forum, tant'è che il loro numero (più di 1500) è stato nettamente superiore a quello del 2013 (circa 1000). Il programma del BizTravel Forum di quest'anno è stato molto più ricco di quello 2013, con 16 tra seminari e tavole rotonde a completare il calendario degli eventi.

Data: 29/12/2014
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online



Nuova sede romana per Uvet

[0] 29 dicembre 2014 13:10



Nuova sede romana per Uvet, in via Antonio Salandra 18, nei pressi della stazione Termini e vicino a piazza della Repubblica. «Abbiamo deciso di investire su Roma – dichiara Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet – perché riteniamo che nei prossimi anni sarà in grado di riconquistare un ruolo più rilevante e centrale

anche in campo economico, che potrà essere accelerato con l'ulteriore sviluppo dell'alta velocità ferroviaria, che ha nella stazione Termini il suo hub e con nuove tratte aeree internazionali su Fiumicino». Un team di 70 dipendenti lavora presso la nuova sede dotata di innovativi sistemi di video conferenza, per consentire riunioni di lavoro, formazione a distanza e una maggiore interazione con le centinaia di aziende clienti sparse nel territorio.



25-26 Novembre 2014

Fiera Milano City | MiCo



Registrati gratuitamente su
biztravelforum.it

YOUR MARKETPLACE FOR
EXPO MILANO 2015.

Eventi, Digital Innovation, Networking, Formazione e Nuovi Trend
per arrivare preparati all'Evento più importante del decennio.

BUSINESS TRAVEL SURVEY 2014

I DATI PIÙ
SIGNIFICATIVI
AL 30.09.2014



UVET TRAVEL INDEX

Previsioni di chiusura anno
2014: -0,37 % rispetto al
2013.



TREND DI SPESA

Crescita delle spese di
viaggio rispetto al 2013.



BIGLIETTERIA AEREA

In crescita l'Europa. Con-
trazione nel mercato inter-
continentale e domestico



HOTELLERIE

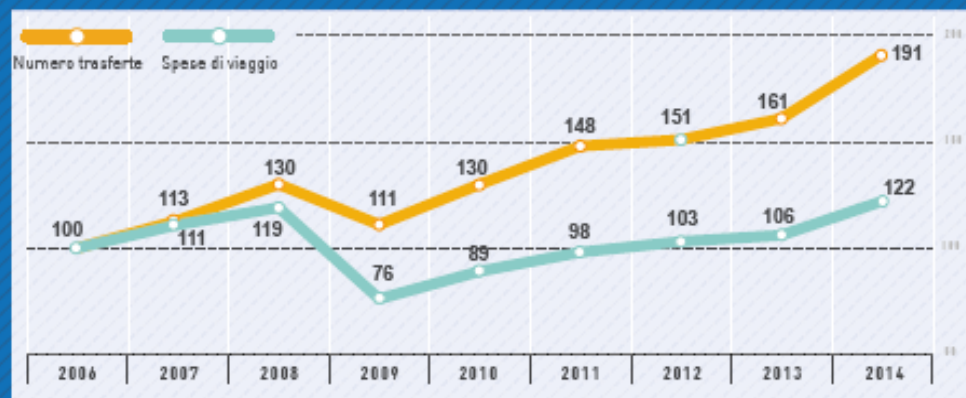
Incremento della spesa
grazie alle prenotazioni
gestite dalla Travel policy



RAIL

Aumento delle trasferte e
della spesa nel settore Alta
Velocità

ANDAMENTO DEL NUMERO DI TRASFERTE E DELLE SPESE DI VIAGGIO





uvetexpo2015.com



Provincia Autonoma di Milano

**Un grande Gruppo,
il Partner ideale
a Expo Milano 2015.**

**600.000 biglietti
a tua
disposizione.**

Leisure & Business Travel | Eventi | Expo Ticketing | Hospitality | Expo Travel Packages | Servizi esclusivi



uvetexpo2015.com



**Un grande Gruppo,
il Partner per i tuoi eventi
a Expo Milano 2015.**

**Brinderai
milioni
di volte.**

Leisure & Business Travel | Eventi | Expo Ticketing | Hospitality | Expo Travel Packages | Servizi esclusivi



uvetexpo2015.com



**Un grande Gruppo,
il Partner per i tuoi eventi
a Expo Milano 2015.**

**Sorriderai
a centinaia
di eventi.**

Leisure & Business Travel | Eventi | Expo Ticketing | Hospitality | Expo Travel Packages | Servizi esclusivi

uvetamex.com



UVET AMERICAN EXPRESS
GLOBAL BUSINESS TRAVEL

Direzione Marketing e Comunicazione
Uvet American Express
marketing@uvetamex.com
Tel. 02.81838031