Selezione Rassegna Stampa 2015

UVET American Express Global Business Travel

uvetgbt.com

Indice

Data	Testata	Titolo	Pag.
21 Gen	**TTG Italia**	Expo 2015, il Gruppo Uvet commercializza oltre 600mila biglietti	6
23 Gen	**Travelnostop**	Uvet porta l'Expo di Milano a New York	7
30 Gen	**Il Sole 24 Ore**	La crisi non frena i viaggi d'affari	8
13 Feb	**L' Agenzia di Viaggi**	In fiera Uvet presenta la sua struttura organizzativa	9
27 Feb	**Il Sole 24 Ore**	Uvet: portale USA per i biglietti	10
30 Feb	**Il Dirigente**	Expo Alle Porte	11
03 Mar	**Travelnostop**	Uvet "sforna" i primi 12 Personal Travel Specialist	14
13 Mar	**Corriere.it**	Roma-Milano, il treno batte l'aereo. Alta velocità per il 54% dei viaggiatori	15
13 Mar	**La Stampa.it**	Sorpasso avvenuto: fra Milano e Roma si viaggia più in treno che in aereo	17
13 Mar	**Repubblica.it**	Roma-Milano, il treno batte l'aereo	18
24 Mar	**TTG Italia**	Ima Mission Awards, ecco i premiati	19
25 Mar	**Corriere.it**	Expo 2015: Uvet gestirà i servizi di 13 padiglioni	20
26 Mar	**Il Sole 24 Ore**	A Uvet i servizi di 13 padiglioni Expo	21
03 Apr	**Espansione**	Gli affari tornano a viaggiare	22
13 Apr	**Affari & Finanza**	Uvet, non solo turismo incoming farà la logistica per 13 padiglioni	24
04 Mag	**Event Report**	Nasce Casa America, a Uvet la gestione degli eventi	25
29 Giu	**Guida Viaggi**	Il Gruppo Uvet si riorganizza	26
29 Giu	**TTG Italia**	Patanè, Uvet: "Con Tripitaly saremo punto di riferimento per incoming"	27
29 Giu	**Travel Quotidiano**	Patanè:"Lufthansa in black list. Ridotto il loro utilizzo del 30%"	28
01 Lug	**TTG Italia**	Uvet, indicatori in positivo per i risultati finanziari	29
06 Lug	**Affari & Finanza**	Expo, l'allarme di Uvet: "Pochi arrivi dall'estero"	30
08 Lug	**Guida Viaggi**	Il "nuovo rinascimento" digitale, il sogno di Luca Patanè	31

UVET American Express Global Business Travel is a joint venture that is not wholly-owned by American Express Company or any of its subsidiaries ("American Express"). "American Express Global Business Travel", "American Express" and the American Express logo are trademarks of American Express, and are used under limited license

Indice

Data	Testata	Titolo	Pag.
09 Lug	**L'agenzia di viaggi**	La bella stagione di Uvet	32
13 Lug	**TTG Italia**	Expo 2015, incoming e Bt Luca Patanè a tutto campo	33
16 Lug	**Corriere.it**	La Pala Portinari torna a splendere	34
22 Ago	**Repubblica.it**	Alberghi con l'Expo rincari dell'8% a Milano.	36
23 Set	**TTG Italia**	Uvet cresce ancora. In arrivo nuove Adv	38
08 Ott	**TTG Italia**	World Heritage, il nuovo t.o. targato Uvet	39
09 Ott	**WeBitMag**	Uvet American Express: in Italia il business travel è in ripresa	40
19 Ott	**Il Sole 24 Ore**	Uvet rilancia sui pacchetti vacanza: giro d'affari a quota 2.2 mld	41
19 Ott	**Corriere.it**	Uvet: sale a 18% mercato viaggi leisure, riorganizza distribuzione	42
20 Ott	**Libero**	Uvet vola a 1,3 miliardi: scatta l'integrazione con Last Minute Tour	43
22 Ott	**Avvenire**	Il Gruppo Uvet raggiunge il 18% del mercato viaggi	44
26 Ott	**TTG Italia**	Il modello "ibrido" di Uvet, Patanè: "Un'azienda unica"	45
30 Ott	**Daily Media**	Uvet punta su unicità, vocazione, emozione, talento	47
04 Nov	**Travel Quotidiano**	Tutto pronto per il BizTravel Forum 2015	48
20 Nov	**Event Report**	Al Biz2015 anche Montezemolo e Lupi	49
01 Dic	**Corriere.it**	PIL: Uvet Travel Index, a fine 2016 crescerà del 2016	50
01 Dic	**Il Giornale.it**	Prevedere l'andamento del Pil? Basta guardare i viaggi d'affari	53
01 Dic	**Guida Viaggi**	Patanè/Uvet: " Puntiamo a 20 milioni di Ebitda"	55
01 Dic	**Italia Oggi**	Uvet: nei primi 9 mesi viaggi d'affari in crescita del 6%	56
02 Dic	**Milano Finanza**	Dubai e New York mete preferite per i viaggi d'affari (Uvet)	57
02 Dic	**Avvenire**	I viaggi d'affari sentono la ripresa	59
02 Dic	**Il Resto del Carlino**	L'ottimismo dell'Uvet Travel Index	60
03 Dic	**Il Giorno**	Dubai e Altana, Uvet entra nell'affare Expo	61
14 Dic	**TTG Italia**	Luca Patanè verso quota 20 milioni	62

Data	Emittente	Trasmissione
28 Mag	**Class CNBC**	Caffè Affari
10 Giu	**Rai News 24**	L'economia
15 Lug	**Rai Tre**	Rai TGR - Lombardia
16 Lug	**7 Gold**	Tg 7 Gold
05 Ago	**Rai Tre**	TGR – Piazza Affari
01 Dic	**Rai Tre**	TGR Lombardia
01 Dic	**Rai News 24**	TG Rai News 24
02 Dic	**Rai 1**	TG1 - Economia
05 Dic	**Rai 3**	Non solo Expo
11 Dic	**Canale 5**	Mattino 5
19 Dic	**Tgcom24**	Dentro i Fatti
21 Dic	**Class CNBC**	Motore Italia

Data: 21 Gennaio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Expo 2015, il Gruppo Uvet commercializza oltre 600mila biglietti

Superano la soglia dei 600mila i biglietti d'ingresso a Expo 2015 che il Gruppo Uvet commercializzerà attraverso la sua rete nazionale e internazionale.

L'azienda sarà infatti tra i partner dell'Esposizione e avrà il compito di gestire in esclusiva gli eventi del padiglione americano, fornendo servizi di viaggio e accoglienza.

Nel suo ruolo di 'Official destination and event partner' proporrà, inoltre, pacchetti e servizi di viaggio e di accoglienza attraverso Made in Uvet, la destination management company del Gruppo.

Sul sito madeinuvet.it ci sono specifiche 'packages experience' con contenuti dedicati a design, fashion, lifestyle, food, arte e cultura. Il gruppo ha inoltre acquisito più di 3mila camere al giorno in oltre 150 strutture alberghiere a Milano e in altre città del Nord, per l'intera durata dell'evento.

Per l'Expo 2015, che si estenderà su un'area espositiva di 1,1 milioni di metri quadrati, sono attesi oltre 20 milioni di visitatori.

Data: 23 Gennaio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Uvet porta l'Expo di Milano a New York

Per presentare i servizi dedicati a visitatori ed espositori di Expo2015, Made in Uvet, la società del gruppo Uvet creata per gestire l'incoming estero durante l'evento milanese, parteciperà alla principale fiera statunitense dedicata al mondo dei viaggi, ovvero il New York Times Travel Show, che si terrà nella Grande Mela da oggi al 25 gennaio.

Oltre ai "packages experience", con specifici contenuti di design, fashion, lifestyle, food, arte e cultura che completeranno l'offerta turistica dedicata ai partecipanti a Expo, Uvet presenterà anche le proposte corporate e istituzionali, come la gestione dei servizi e degli eventi dei padiglioni di alcuni Paesi e istituzioni partecipanti.

Il gruppo guidato da Luca Patanè in qualità di "Official destination and event partner" del Padiglione Americano gestirà in esclusiva tutti gli eventi della struttura durante i 6 mesi di Expo. E fornirà anche i servizi di viaggio, accoglienza e coordinerà lo staff impegnato nei servizi operativi e verso i tour operator americani.

Quest'attività di promozione dell'Esposizione Universale che Made in Uvet sta portando avanti negli Usa, si lega all'adesione del gruppo al progetto Made of Italians di Expo 2015, che si propone di riportare nel nostro Paese almeno un milione di italo americani in occasione dell'evento.

Uvet è anche "Preferred Authorized Ticket Reseller" di Expo 2015 e si occuperà della vendita di oltre 600 mila biglietti dell'Esposizione Universale attraverso la propria rete nazionale e internazionale. La società ha, inoltre, prenotato più di 3.000 camere al giorno in oltre 150 strutture alberghiere, dislocate tra Milano e altre città del nord Italia, per l'intera durata dell'evento.

Data: 30 Gennaio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Il Sole 24 ORE

Verso la Bit. Nel 2015 si stima una spesa di 20 miliardi di euro, con una crescita tra l'1,5 e il 3% sul 2014

La crisi non frena i viaggi d'affari

Trasferte in aumento per il terziario, mentre il manifatturiero soffre

Laura Dominici

Sarà un 2015 all'insegna della crescita per i viaggi d'affari. La spesa travel registrerà un aumento tra 1,5 e 3 punti percentuali rispetto al 2014, raggiungendo la soglia dei 20 miliardi di euro di giro d'affari. Crescono le spese legate all'alloggio e al vitto e le trasferte si allungano. A dirlo sono i travel manager italiani interpellati dall'Osservatorio Business Travel (Obt) promosso da Turismo d'Affari. I risultati dell'indagine, che Il Sole 24 Ore è in grado di anticipare, saranno illustrati il 13 febbraio a Milano nel corso della Bit, la Borsa italiana del turismo. Il 2014 si è chiuso con una spesa per viaggi d'affari di 19,1 miliardi di euro, in crescita del 2,1% rispetto al 2013. «Esplode la spesa per alloggio (+6,3%) e vitto (+3,6%) – commenta Andrea Guizzardi, curatore della ricerca - sostenuta sia dall'incremento della durata media della trasferta, sia dalla crescita dei prezzi sul segmento internazionale, mentre la quota di budget destinata al trasporto, che incide per il 58% sul totale, è in diminuzione perché il segmento aereo perde fatturato, anche se non passeggeri».

Un risultato frenato dal calo dei prezzi del trasporto in particolare sul mercato internazionale. «Il costo medio della trasferta scende anche per l'aumento più che proporzionale del peso delle destinazioni italiane ed europee, meno costose, e per la forte concorrenza tra operatori», spiega l'analisi. Segnali positivi anche dalla società AirPlus: il 35% dei travel manager internazionali interpellati sulle prospettive future prevedono una crescita delle trasferte e in Italia «la stima per viaggi e spese è in linea con il 2014». Enrico Ruffilli, ceo Uvet American Express, sostiene che «il numero delle trasferte nel corso dell'ultimo triennio è cresciuto nel mercato europeo e intercontinentale, anche se il 2014 ha visto un calo delle trasferte verso alcune aree come i Bric, tranne il Brasile che rimane stabile, così come gli Stati Uniti. Tra le destinazioni in crescita vi sono Dubai e Hong Kong». L'Uvet Travel Index conferma trend positivi per il 2015. «Un euro più competitivo rispetto al dollaro – aggiunge Ruffilli - unito alla diminuzione del prezzo del petrolio, può favorire lo spostamento di viaggi e trasferte, rafforzando l'export italiano».

Lo scenario del 2014 ha visto i viaggi d'affari delle imprese italiane crescere del 3,1%, «soprattutto grazie al mercato europeo (+5,2%) – sottolinea l'Osservatorio del Business Travel - anche se a sorprendere è il +2,5% del mercato nazionale, che inverte una lunga fase di contrazione». Per Antonio Calegari, amministratore delegato Carlson Wagonlit Travel Italia, «i viaggi d'affari si sono riconfermati un efficace motore di business. Notiamo un aumento dei volumi di traffico. Da parte delle aziende resta alta l'attenzione ai costi. Per il 2015 emerge la necessità di combinare nuove tecnologie online al servizio di consulenza».

Sul piano settoriale crescono soprattutto le trasferte del segmento terziario che, con una crescita del 4,6%, compensa la dinamica negativa registrata nel manifatturiero (-0,8%). Per i mezzi di trasporto, anche se l'automobile rimane quello preferito dai business traveller (46,4%), nel 2014 è il treno il mezzo che ha fatto registrare la migliore performance (+5,8%), soprattutto grazie all'alta velocità. Inoltre, dopo anni di contrazione torna in crescita il segmento dei meeting e degli eventi (10%). Lo scorso anno si è riconfermata la forbice tra i risultati delle fiere internazionali (positivi) e quelli delle fiere nazionali (stazionari). Per l'anno in corso il quadro dovrebbe diventare più positivo grazie all'Expo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Data: 13 Febbraio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

l'agenzia di viaggi
il network dell'informazione turistica

In fiera Uvet presenta la sua struttura organizzativa per Expo

Uvet presenta in **Bit** la propria struttura organizzativa e i progetti per **Expo 2015** a 300 buyer internazionali provenienti da Argentina, Brasile, Stati Uniti, Vietnam, Cina, India, Germania, Francia e da altri Paesi che parteciperanno all'Esposizione Universale.

Uvet organizza per questi operatori internazionali della filiera turistica visite dedicate alle strutture alberghiere (Klima hotel, Barcelò, ATA Hotels) nelle quali è stata prenotata una parte delle stanze che saranno proposte ai visitatori di Expo.

Ai buyer saranno presentati anche i pacchetti ideati da Uvet per completare l'offerta ai visitatori dell'Expo: 'packages experience' proposti dalla società del gruppo Made in Uvet, dedicati al design, alla moda, al lusso, al lifestyle, all'enogastronomia, all'arte e alla cultura. Il visitatore potrà associare, cioè, all'acquisto del biglietto per l'Esposizione una crociera attorno all'isola di Capri, un giro in Ferrari, la visita – senza fare code – del Colosseo, del Duomo di Milano, della Basilica di San Marco o di altri musei. Si potranno scegliere percorsi enogastronomici nella Langhe, nella Franciacorta, nel pavese o in altre regioni italiane.

Un gruppo selezionato di buyer potrà sperimentare personalmente questi pacchetti partecipando sabato 14 alla visita alle Vigne di Leonardo (pacchetto Art & Culture in Milan) o, solo per chi ne farà richiesta, partecipando a un'escursione in Franciacorta con annessa degustazione di vini (pacchetto Food & Wine Experience).

Uvet è uno dei principali partner di Expo. Ha infatti acquistato oltre 600mila biglietti e prenotato 3mila camere d'albergo, di cui 2mila solo a Milano, in circa 200 hotel a 3, 4 e 5 stelle. Completano l'offerta per i visitatori anche soluzioni in appartamenti e residence.

Il gruppo guidato da Luca Patanè ha aderito anche al progetto "Made of italians" di Expo, che ha l'obiettivo di portare (o riportare) in Italia un milione di italiani emigrati all'estero in occasione dell'Esposizione Universale di Milano.

Oggi, venerdì 13, viene presentata la struttura e l'offerta digitale di cui Uvet si è dotata in vista di Expo 2015: da Tripitaly.it ai nuovi siti societari che saranno lanciati nei prossimi giorni negli Usa. Uvet gestirà anche un fitto calendario di incontri nel proprio stand e presidierà lo spazio Federviaggio, di cui Luca Patanè è presidente, ma anche i desk di Regione Lombardia ed Expo.
www.uvet.com

Data: 27 Febbraio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Il Sole 24 ORE

MILANO 2015

Uvet: portale Usa per i biglietti

Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, amplia i canali e gli strumenti messi a punto per la vendita dei biglietti e dei pacchetti turistici per l'Esposizione universale di Milano. Il gruppo guidato da Luca Patanè ha infatti messo online il nuovo sito della propria controllata americana, con sede a Chicago, Uvet Usa (www.uvetusa.com), per la commercializzazione dei pacchetti negli Stati Uniti. Il portale oltre a permettere al pubblico statunitense di ricercare informazioni sui prodotti e sulle iniziative del gruppo, consentirà l'acquisto dei biglietti d'ingresso a Expo 2015, voli, stanze d'albergo, pacchetti culturali e turistici per visitare l'Italia.

Data: Febbraio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

DIRIGENTE

Intervista

EXPO ALLE PORTE

C'è chi vede in questa esposizione universale la più importante opportunità per il nostro Paese. C'è chi ci crede davvero e sta puntando con investimenti non indifferenti per dare una spinta decisiva ai flussi turistici verso l'Italia, con la certezza che, così facendo, si potranno raccogliere buoni frutti non solo durante l'evento ma anche in futuro. Ne parliamo con Enrico Ruffilli di Uvet American Express, azienda nel settore del business travel e mobility.

Ceo di Uvet American Express, società in Italia di servizi e soluzioni per i viaggi d'affari e progettazione di incentive, meeting ed eventi.

Roberta Roncelli

Cosa ha comportato e comporta in termini di business l'Expo 2015 per Uvet?

«Da tempo abbiamo individuato in Expo la più importante opportunità per Milano e il nostro Paese e abbiamo deciso di viverla da protagonisti. Già da due anni diamo ampio spazio all'evento all'interno del BizTravel Forum, l'appuntamento annuale di riferimento per la business travel community italiana, coinvolgendo i vertici di Expo 2015 e instaurando con loro un dialogo costante. Contestualmente, Uvet ha acquistato 500mila biglietti per l'accesso a Expo e ha prenotato un milione di room night, pari a oltre 2.500 camere giorno per tutto il periodo dell'evento, di cui più di 2.000 solo a Milano, potendo contare in tal modo su oltre il 10% della capacità ricettiva giornaliera in città. Abbiamo costituito anche Uvet Lab, che ha lo scopo di gestire i servizi di una dozzina di padiglioni di paesi partecipanti. Siamo anche Official events and destination partner del Padiglione americano, poiché partner e sponsor di Friends of US Pavillion, la società incaricata dal governo federale di Washington di promuovere il fundraising e coordinare la gestione delle attività a Expo».

DIRIGENTE

Davvero un investimento globale non indifferente. Quindi all'Expo ci credete eccome...

«Abbiamo creduto fin dall'inizio alle opportunità dell'Expo, ma il nostro obiettivo è di lavorare in una prospettiva di medio-lungo termine. Per questo motivo abbiamo creato Made in Uvet, la società che idea e realizza servizi di hospitality e percorsi di viaggio rivolti ai notevoli flussi turistici incoming attesi in Italia, anche nel prossimo triennio. Certamente per l'esposizione universale bisogna personalizzare al meglio l'offerta in funzione dei diversi segmenti turistici, con l'auspicio che le istituzioni a tutti i livelli reagiscano prontamente dando l'immagine di un paese in grado di affrontare questa sfida. Se consideriamo che 7-8 milioni dei visitatori dell'Expo saranno stranieri, il nostro sforzo deve essere di farli diventare "abituali" nel tempo, il che significa portare in Italia 8 miliardi di euro, ogni anno».

Su cosa avete puntato di più?

«Stiamo valorizzando in modo particolare le grandi bellezze dell'Italia, narrando all'estero, soprattutto negli Usa, cos'è Expo e quali sono le opportunità che vi si potranno cogliere. In campo abbiamo messo tutta l'energia e le risorse possibili. Inoltre, per garantire l'offerta di servizi più ampia possibile ai milioni di turisti che giungeranno nel nostro Paese, abbiamo pensato di creare una rete di imprese che metta assieme tutti gli operatori della filiera turistica. Italy&You, questo il nome del network, raccoglie già oltre 110 operatori in 19 diverse regioni italiane. Con Digital magics, il più importante incubatore italiano di startup, stiamo presentando TripItaly, un portale internazionale che permetta al turista, anche e soprattutto straniero, di prenotare e organizzare il viaggio in Italia. Una piattaforma online innovativa che promuova la storia, itinerari, servizi di accoglienza e le eccellenze dei territori unici italiani. Coinvolgendo e integrando in un unico ambito innovativo le molteplici startup digitali esistenti».

Nei mesi dell'Expo, l'Italia e le aziende in genere come potranno cogliere al meglio le opportunità?

«La capacità di operatori e distributori turistici deve essere quella di offrire percorsi tematici ad alto contenuto di travel experience che consentano ai visitatori dell'Expo di poter fruire contemporaneamente del meglio del patrimonio architettonico, artistico, culturale, sociale del nostro Paese. Le aziende hanno un'occasione straordinaria per invitare a Expo i loro stakeholder e coinvolgerli nel programma esteso di eventi dentro e Fuori Expo, progettando a loro volta dei momenti e dei contenuti unici per promuovere loro stesse come parte integrante del made in Italy. Una volta per tutte dobbiamo confrontarci con la nostra difficoltà endemica nel fare sistema e nel costruire qualcosa che duri nel tempo, andando oltre le ristrette logiche locali, valorizzando le grandi risorse che abbiamo a disposizione. Non bisogna dimenticare che tanti paesi, come China, Thailandia e Germania, pur non avendo un patrimonio

come il nostro, riescono a fare molto meglio di noi».

Il turismo, in senso ampio, sarà il settore più esposto. Come?

«Il settore turistico sarà il più coinvolto nelle attività e nelle strategie, ciò permetterà di raccogliere i frutti negli anni successivi all'Expo. L'obiettivo è guardare ben oltre la scadenza stessa dell'evento cogliendo l'occasione per dare una spinta decisiva ai flussi turistici verso il nostro Paese. Occorre puntare su quanti non lo hanno ancora visitato, al fine di costruire flussi incoming integrati e durevoli nel tempo intercettando, ad esempio, segmenti pregiati quali l'upper dass e la nascente e vasta middle class asiatica e africana. Analogamente, la nostra attenzione è rivolta ai milioni di emigrati italiani in America, anche di seconda e terza generazione, che non sono mai venuti o non sono più tornati a vedere i luoghi delle loro origini. Da questo punto di vista abbiamo deciso di supportare appieno il progetto "Made of italians" di Expo, che si propone di riportare nel nostro Paese in occasione dell'esposizione universale almeno un milione di italo-americani».

Da quello che mi sta raccontando emerge con forza che il turismo in Italia per decollare veramente ha bisogno di sinergie, imprenditorialità e molta managerialità, che è la vera araba fenice. Non crede?

«Il turismo rappresenta per un paese come l'Italia, dalle infinite bellezze artistiche e culturali, oltre che leader nei settori del design, della moda e dell'enogastronomia, una leva per incrementare la sua ricchezza. La percezione del brand Italia all'estero rimane alta ma i fattori che frenano lo sviluppo del turismo sono troppi e continuano a non essere affrontati in maniera sistematica. Gli imprenditori del settore devono necessariamente adeguare le proprie strutture organizzative introducendo nuove figure professionali al fine di soddisfare le mutate esigenze del mercato. Devono inoltre cercare di far fronte comune e aggregarsi dove necessario in reti d'impresa di filiera. Le strutture ricettive, per allinearsi ai maggiori standard qualitativi richiesti dai clienti, devono continuare nell'opera di rinnovamento. Un rinnovamento che, certo, dovrà contare su una più diffusa managerialità, capace di valorizzare il patrimonio turistico e imprenditoriale, accogliendo profili professionali provenienti da altri settori più competitivi. Ci vogliono poi meno burocrazia, meno tasse sulle imprese e sul lavoro e un maggior coordinamento soprattutto, ma non solo, nel turismo a livello pubblico e privato».

Finito l'Expo, cosa vi aspettate per il vostro business e per l'Italia?

«Il nostro obiettivo è quello di aver appreso il nuovo "mestiere" di organizzatore di servizi per il prossimo Expo 2020 e di consolidarci come operatore internazionale di riferimento per l'incoming nel nostro Paese. Per l'Italia, ci auguriamo che dopo l'Expo avremo alle spalle un ciclo negativo che ci perseguita da troppo tempo. Vogliamo riprendere il ruolo di Paese leader nelle classifiche internazionali, grazie all'innovazione e alla creatività che nonostante tutto possediamo (o non si è mai assopita)». ■

Data: 03 Marzo 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Uvet 'sforna' i primi 12 Personal Travel Specialist

03 MARZO 2015, 12.30 FORMAZIONE

È appena terminato il primo corso organizzato da Uvet per formare 12 'Personal Travel Specialist', consulenti di viaggio che opereranno sul mercato turistico in piena autonomia, senza i costi di una struttura fissa ma con il supporto di un gruppo esperto come Uvet.

Diventa così operativo il progetto del gruppo guidato da Luca Patanè, presentato lo scorso ottobre, che si propone di selezionare nei prossimi 3 anni altri 250 adv, ottenere 50 milioni di euro in vendite di pacchetti turistici e completare la propria piattaforma distributiva multicanale.

Entro fine 2015 saranno 90 i Personal Travel Specialist che si 'diplomeranno' nei corsi organizzati da Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro. Le prossime sessioni di formazione sono previste per aprile, giugno e luglio.

Per 2 giorni i nuovi 'Personal Travel Specialist' hanno condiviso in aula un percorso di formazione molto interattivo, durante il quale i consulenti di viaggio hanno acquisito nuove competenze per analizzare le opportunità del mercato, per incrementare la propria proattività e la capacità di sfruttare tutti canali di comunicazione per raggiungere la clientela.

Tra un mese è previsto un incontro con i primi 12 Personal Travel Specialist usciti dal corso organizzato da Uvet, per verificare i risultati ottenuti e risolvere le eventuali difficoltà incontrate da ognuno.

Data: 13 Marzo 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

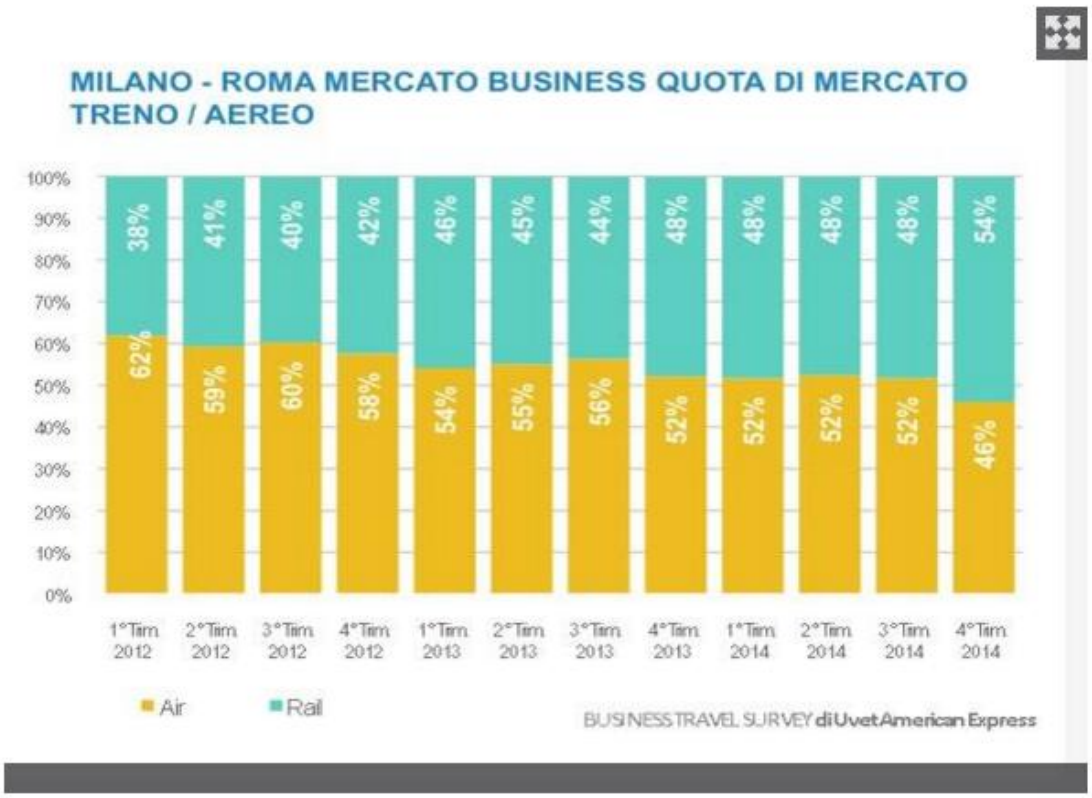
CORRIERE DELLA SERA

LA RICERCA

Roma-Milano, il treno batte l'aereo Alta Velocità per il 54% dei viaggiatori

L'analisi di Uvet-American Express sui viaggi business. Hotel, Venezia la più cara d'Italia

di Redazione Economia



Era atteso per l'estate del 2014 e invece c'è voluto ancora qualche mese ma alla fine il sorpasso c'è stato: per la tratta Milano-Roma nei viaggi di lavoro il treno è preferito all'aereo. Il sorpasso si è concretizzato a fine settembre 2014 ed è aumentato ancora a fine 2014. È quanto emerge dall'ultima edizione della Business Travel Survey di Uvet Amex, società del gruppo Uvet, polo distributivo nei servizi turistici con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro. Secondo i dati

CORRIERE DELLA SERA

nei servizi turistici con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro. Secondo i dati dell'indagine periodica, condotta su circa 700 aziende clienti italiane di dimensioni medio-grandi (con spese di viaggio comprese tra 20 mila e 15 milioni di euro all'anno), nel terzo trimestre 2014 il 52% dei viaggi per affari tra Milano e la Capitale sono stati realizzati con l'Alta Velocità ferroviaria — considerando sia i vettori di Trenitalia che quelli di Nuovo trasporto viaggiatori (Ntv). La quota si è poi rafforzata salendo al 54% alla fine dello scorso anno. «Rispetto al 2012 il treno ha guadagnato, nei viaggi di lavoro Roma-Milano, ben 12 punti percentuali a testimonianza dell'importante cambio di abitudini di viaggio innescato dall'Alta Velocità ferroviaria», spiega Luca Patanè, presidente del Gruppo Uvet.

Effetto Expo per i voli su Milano

La Business Travel Survey di Uvet Amex rileva ancora l'effetto Expo su Milano: tra il secondo semestre 2013 e il secondo del 2014 i movimenti aerei verso il capoluogo lombardo sono aumentati di quasi il 3%, mentre sono stabili quelli ferroviari che assorbono circa un terzo del totale nazionale (30,2%) con Roma indietro di circa 4 punti percentuali. Analizzando le altre destinazioni aeree nazionali, gli unici aeroporti con traffico in crescita sono Catania (dal 4,7 % al 4,9% del secondo semestre 2014), Bari (dal 3,8% al 4%) e Trieste (dal 2,8% al 3%) . In forte calo Venezia (dal 4,3% al 2,8%) e in misura più contenuta è arretrato Napoli (dal 6,6 al 6,1%).

Venezia la città più cara per gli hotel

L'indagine periodica di Uvet Amex monitora anche i prezzi medi degli alberghi in Italia e all'estero. A livello intercontinentale New York, pur registrando nel secondo semestre 2014 un calo del 15% (rispetto a un anno prima), rimane la città più cara per pernottamento con un costo medio di 277 euro. La seguono Londra (235 euro) e San Paolo (234 euro) con prezzi in crescita rispettivamente del 3% e del 21%.

Alle spalle di Parigi (216 euro di media a notte) troviamo Venezia, città italiana più costosa con 182 euro e un incremento della tariffa media di quasi il 20%. Anche a Roma i prezzi medi di un pernottamento sono in salita (da 121 a 129 euro) e si sono allineati a Milano (130 euro), dove scontano un leggero calo. Napoli rimane la città più economica in Italia per dormire in albergo con 95 euro di media rilevate dalla Business Travel Survey di Uvet Amex a fine 2014 rispetto alle 99 euro di fine 2013.

Data: 13 Marzo 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

LA STAMPA

Sorpasso avvenuto: fra Milano e Roma si viaggia più in treno che in aereo

Grazie all'Alta Velocità ferroviaria. Lo dice l'indagine Uvet sui clienti business

Milano-Roma per gli spostamenti di lavoro si è concretizzato a fine settembre 2014 e si è accentuato a fine anno. Lo rivela l'ultima edizione della Business Travel Survey di Uvet Ame, società del gruppo Uvet, polo distributivo nei servizi turistici con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro. Secondo i dati dell'indagine periodica, condotta su circa 700 aziende clienti italiane di dimensioni medio-grandi (con spese di viaggio comprese tra 20 mila e 15 milioni di euro all'anno), nel terzo trimestre 2014 il 52% dei viaggi per affari tra Milano e la capitale sono stati fatti con l'Alta Velocità ferroviaria. E questa quota è salita al 54% alla fine dello scorso anno.

«Rispetto al 2012» spiega Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet, «il treno ha guadagnato, nei viaggi di lavoro Roma-Milano, ben 12 punti percentuali».

L'indagine periodica di Uvet Amex monitora anche i prezzi medi degli alberghi in Italia e all'estero. A livello intercontinentale New York pur registrando nel secondo semestre 2014 un calo del 15% (rispetto al secondo semestre 2013) rimane la città più cara per pernottamento con un costo medio di 277 euro. La seguono Londra (235 euro) e San Paolo (234 euro) con prezzi in crescita rispettivamente del 3% e del 21%. Alle spalle di Parigi (216 euro di media a notte) troviamo Venezia, città italiana più costosa con 182 euro e un incremento della tariffa media di quasi il 20% nel secondo semestre 2014 rispetto al secondo semestre 2013. Anche a Roma i prezzi medi di un pernottamento sono in salita (da 121 a 129 euro) e si sono allineati a Milano (130 euro), dove invece si riscontra un leggero calo. Napoli rimane la città più economica in Italia per dormire in albergo con 95 euro di media rilevati a fine 2014 rispetto ai 99 euro di fine 2013.

Data: 13 Marzo 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

la Repubblica.it

Roma-Milano, il treno batte l'aereo

Nello studio che monitora i viaggi d'affari, emerge la rivincita delle ferrovie sugli scali aeroportuali. Venezia è risultata la più cara, mentre su Milano aumentano i voli in vista dell'Expo

Lo leggo dopo | 12 marzo 2015

(ansa)

Il treno che sorpassa l'aereo sulla tratta Milano-Roma per gli spostamenti di lavoro, l'effetto Expo sul capoluogo lombardo, New York e Venezia, rispettivamente a livello mondiale e a livello italiano, città più care per pernottamento negli hotel. Sono i dati salienti dell'ultima edizione della Business Travel Survey di Uvet Amex, società del gruppo Uvet.

Il **sorpasso del treno nei confronti dell'aereo** è avvenuto con tre mesi di ritardo rispetto alle previsioni: si è concretizzato a fine settembre ed è aumentato ancora a fine dello scorso anno. Secondo i dati dell'indagine periodica, condotta su circa 700 aziende clienti italiane di dimensioni medio-grandi (con spese di viaggio comprese tra 20 mila e 15 milioni di euro all'anno), nel terzo trimestre 2014 il 52% dei viaggi per affari tra Milano e la Capitale sono stati fatti con l'Alta Velocità ferroviaria. Questa quota è salita al 54% alla fine dello scorso anno. "Rispetto al 2012 - spiega Luca Patanè, presidente del Gruppo Uvet - il treno ha guadagnato, nei viaggi di lavoro Roma-Milano, ben 12 punti percentuali a testimonianza dell'importante cambio di abitudini di viaggio innescato dall'Alta Velocità ferroviaria".

Altro dato interessante è **l'effetto Expo su Milano**: dal secondo semestre 2013 al secondo del 2014 i movimenti aerei verso il capoluogo lombardo sono aumentati di quasi il 3% mentre sono stabili quelli ferroviari che assorbono circa un terzo del totale nazionale (30,2%) con Roma indietro di circa 4 punti percentuali. Analizzando le altre destinazioni aeree nazionali Catania (dal 4,7 del secondo semestre 2013 al 4,9% del secondo semestre 2014), Bari (dal 3,8 al 4%) e Trieste (dal 2,8 al 3%) sono gli unici aeroporti con traffico in crescita. In forte calo Venezia (dal 4,3 al 2,8%) e in misura più contenuta è arretrato Napoli (dal 6,6 al 6,1%).

L'indagine monitora anche i **prezzi medi degli alberghi in Italia** e all'estero. A livello intercontinentale New York rimane la città più cara per pernottamento con un costo medio di 277 euro. La seguono Londra (235 euro) e San Paolo (234 euro). Alle spalle di Parigi (216 euro di media a notte) troviamo Venezia, città italiana più costosa con 182 euro e un incremento della tariffa media di quasi il 20% nel secondo semestre 2014 rispetto al secondo semestre 2013. Anche nella Capitale i prezzi medi di un pernottamento sono in salita (da 121 a 129 euro) e si sono allineati a Milano (130 euro), dove scontano un leggero calo.
Napoli rimane la città più economica in Italia per dormire in albergo con 95 euro di media.

Data: 24 Marzo 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Ima Mission Awards, ecco i premiati

DI CHIARA GIAQUINTA

Sono state le sale del Principe di Savoia di Milano la cornice che ha ospitato la serata di gala organizzata per la seconda edizione del premio 'Italian Mission Awards 2015' dedicato al mondo del business travel.

Diciassette le categorie in gara, oltre duecento gli operatori del settore che hanno partecipato alla candidatura tra compagnie aree, catene alberghiere, società di servizi e travel manager delle più importanti aziende italiane.

Per il settore del trasporto aereo hanno ricevuto il premio: Emirates, Austrian Airlines, easyJet e l'aeroporto di Bologna.

Per gli alberghi: Novotel Milano Linate, Mercure Roma Colosseo Centro, Hilton Sorrento Palace e Accor Hospitality Italia.

Per le travel management company: Uvet American Express e Business Travel Management.

Per le nuove tecnologie: Kds Neo, Ztravel, Cwt Program Management Center e TripCase Corporate.

Completano l'elenco Avis Budget e Hrs.

Il premio, organizzato dalla casa editrice Newsteca delle testate Mission e Missionfleet è stata anche l'occasione per operatori e aziende di incontrarsi e confrontarsi sull'evoluzione del mercato del business travel e per la presentazione del report annuale sui viaggi d'affari stilato dalla stessa casa editrice.

Data: 25 Marzo 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

CORRIERE DELLA SERA

ECONOMIA

Expo 2015: Uvet gestira' servizi di 13 padiglioni

15:38 MILANO (MF-DJ)--Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, gestira' i servizi di 13 dei 71 padiglioni dei Paesi partecipanti a Expo 2015. Lo si apprende da una nota dove si spiega che dopo l'acquisizione dell'incarico per la gestione degli eventi e dei servizi del Padiglione Usa, il gruppo guidato da Luca Patane' ha sottoscritto, tramite la controllata Uevents, altri 12 accordi per i padiglioni di Argentina (allestimento, dotazione tecnologica, gestione staff), Brasile (staff), Uruguay (servizi logistici, gestione eventi e staff), Ecuador (staff e catering), Colombia (logistica, staff e sistemazione alberghiera), Messico (logistica e eventi), Israele (servizi logistici, gestione eventi e staff), Barhain (staff), Angola (logistica, staff e sistemazione alberghiera), Thailandia (logistica e sistemazione alberghiera), Montecarlo (staff, eventi e sistemazione alberghiera), Spagna (logistica e sistemazione alberghiera). "Abbiamo puntato fin dall'inizio sull'Expo - afferma Patane' - perche' pensiamo che contribuira', certamente quest'anno, a stimolare l'economia italiana. Alla manifestazione sono previsti 21 milioni di visitatori, di cui 7/8 milioni di stranieri. Da alcune simulazioni effettuate, stimiamo che se quei visitatori stranieri diventassero abituali si potrebbero generare per l'Italia circa 8 miliardi di euro di valore aggiunto ogni anno. Occorre che tutti facciano la loro parte per mostrare il meglio del nostro Paese. Utilizzando le giuste leve di comunicazione e marketing territoriale, metteremo le basi per creare un turismo di ritorno, che contribuira' anche alla crescita del nostro Pil". Uvet ha acquistato oltre 500 mila biglietti dell'Esposizione Universale e prenotato 3.000 camere d'albergo, di cui 2.000 solo a Milano, in circa 200 hotel a 3, 4 e 5 stelle. Ha aderito al progetto "Made of italians" di Expo, che ha l'obiettivo di portare (o riportare) in Italia, in occasione dell'evento, un milione di italiani emigrati all'estero, e ha costituito societa' ad hoc come 'Made in Uvet' per ottimizzare l'offerta di servizi e pacchetti turistici da associare alla vendita dei biglietti per l'Esposizione Universale. com/mur rosario.murgida@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS 2515:37 mar 2015

Data: 26 Marzo 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Il Sole 24 ORE

COMMESSE

A Uvet i servizi di 13 padiglioni Expo

Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, gestirà i servizi di 13 padiglioni dei Paesi partecipanti a Expo. Dopo l'acquisizione dell'incarico per la gestione degli eventi e dei servizi del Padiglione Usa, il gruppo ha sottoscritto, tramite la propria società Uevents, altri 12 accordi per gestire i servizi dei padiglioni di Argentina (allestimento, dotazione tecnologica, gestione staff), Brasile (staff), Uruguay (servizi logistici, gestione eventi e staff), Ecuador (staff e catering), Colombia (logistica, staff e sistemazione alberghiera), Messico (logistica e eventi), Israele (servizi logistici, gestione eventi e staff), Barhain (staff), Angola (logistica, staff e sistemazione alberghiera), Thailandia (logistica e sistemazione alberghiera), Montecarlo (staff, eventi e sistemazione alberghiera), Spagna (logistica e sistemazione alberghiera).

Data: 03 Aprile 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

espansione

Gli affari tornano a viaggiare

Il settore della trasferte di lavoro ha registrato l'inversione di tendenza nel 2014: 19 miliardi e +2,1%. Quest'anno crescerà ancora, tra l'1,5 e il 3%. Le imprese italiane si muovono soprattutto in Europa

PAOLO STEFANATO

L'aumento dei viaggi di lavoro è una buona notizia: indica che l'attività delle aziende è più dinamica. Nonostante la sempre maggior diffusione di strumenti per comunicare a distanza, il rapporto personale, diretto, resta in tanti casi ancora insostituibile. Così le trasferte d'affari sono uno dei termometri più attendibili dell'economia, perché ne misurano la dinamicità: crescono le trasferte, aumenta il lavoro. E oggi, stando a questo indicatore, si può dire che il rimbalzo dal fondo della crisi è già avvenuto.

Secondo i dati raccolti dall'Osservatorio business travel della rivista *Turismo d'affari*, il settore nel 2014 in Italia ha registrato l'inversione di tendenza, con una spesa complessiva che ha toccato quota 19,1 miliardi di euro, in aumento del 2,1% rispetto al 2013. Secondo i dati della Business Travel Survey di Uvet American Express, indagine periodica elaborata su un campione di 700 aziende italiane con spese di viaggio comprese tra 20mila e 15 milioni di euro all'anno, il numero delle trasferte nel secondo semestre del 2014 è cresciuto ancora di più: il 6% sul 2013. Stando alle proiezioni, nel corso del 2015 la crescita dovrebbe attestarsi tra l'1,5% e il 3%. A conferma di come la tendenza sia alla fine cambiata, c'è anche il fatto che, al contrario del passato, oggi manager e imprenditori iniziano a guardare con una maggior fiducia al futuro.

CAMBIO DI DESTINAZIONE
Luca Patanè, presidente di Uvet, nota che «i viaggi d'affari verso l'area Bric sono in calo, sostituiti da trasferte verso Dubai, Hong Kong e i principali paesi europei, Italia esclusa»

Tra auto e aereo, vince il treno

Nonostante in Italia l'attività economica abbia incontrato difficoltà maggiori rispetto ad altri paesi europei ed extra Ue, l'edizio-

espansione

ne di quest'anno dell'Osservatorio ha messo in luce come la propensione a investire all'estero sia rimasta forte, soprattutto per quanto riguarda il terziario. Il numero dei viaggi d'affari delle imprese italiane cresce del 3,1%, trainato soprattutto dal mercato europeo (+5,2%). Positiva comunque anche la performance nell'ambito nazionale, pari a +2,5%, che inverte una prolungata fase di contrazione. Dal punto di vista geografico, le mete estere più frequentate sono Regno Unito, Stati Uniti e Cina, anche se i flussi d'affari si stanno spostando dalle destinazioni più tradizionali, specie asiatiche, a paesi nuovi, dove le condizioni produttive sono più competitive. Torna a salire anche la durata media dei viaggi d'affari, soprattutto quando si tratta di soggiorni intercontinentali. Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, a livello nazionale l'automobile rimane il mezzo preferito da chi viaggia per lavoro (46,4%), ma nel 2014 è stato il treno a registrare il maggiore incremento (+5,8%), grazie soprattutto a una maggior qualità offerta in termini di comodità, puntualità e durata del viaggio.

Dopo anni di contrazione ritorna in crescita anche il segmento Mice (Meeting, incentive, convegni, esposizioni, su del 10%), trainato in particolar modo dai risultati delle fiere internazionali. Nell'anno in corso, poi, l'intero settore trarrà sicuri benefici dallo svolgimento di una manifestazione come Expo Milano 2015.

I giganti del settore sorridono

I due gruppi che si spartiscono la maggior parte del mercato dei viaggi d'affari sono Carlson Wagonlit Travel e Uvet, ciascuno primo in classifica secondo il perimetro di attività che si voglia selezionare. «Nel secondo semestre 2014», spiega **Luca Patanè**, presidente del gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro complessivi, «il numero di trasferte di lavoro è cresciuto del 6% rispetto allo stesso periodo 2013, soprattutto sulle tratte intercontinentali ed europee. Non tutte le aree, però, hanno registrato un incremento dei flussi: il calo dei viaggi d'affari verso la cosiddetta area Bric, che include Brasile, Russia, India e Cina, è stato bilanciato dall'incremento delle trasferte verso Dubai, Hong Kong e i principali Paesi europei, Italia esclusa. È in linea con l'anno precedente il numero dei viaggi d'affari verso gli Usa e i paesi della cosiddetta area Civets, che include Colombia, Indonesia, Vietnam, Egitto, Turchia e Sud Africa».

«Nel corso del 2014», aggiunge il presidente di Uvet, «è proseguita, grazie alla gestione professionale delle agenzie di viaggio specializzate, la riduzione dei prezzi medi di viaggio nel business travel. Dal 2006 a oggi, in un contesto di incremento dei prezzi del 32% nel settore dei trasporti, nel business travel managed si è registrata una contrazione dei prezzi di quasi il 30%. Questo ha generato notevoli benefici per le aziende in termini di riduzione dei costi e ottimizzazione delle policy di viaggio».

Data: 13 Aprile 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

la Repubblica A&F AFFARI&FINANZA

Uvet, non solo turismo incoming farà la logistica per 13 padiglioni

LA SOCIETÀ GUIDATA DA PATANÈ HA VINTO LA GARA PER GESTIRE EVENTI E SERVIZI DI QUELLO USA E CIÒ GLI HA SPIANATO LA STRADA PER ALTRI 12. E ULTERIORI DUE SONO IN ARRIVO. INTANTO HA GIÀ VENDUTO UN QUARTO DEL MEZZO MILIONE DI INGRESSI PRENOTATI

Giorgio Lonardi

Milano

È soddisfatto Luca Patanè: la sua Uvet, uno fra i maggiori gruppi italiani nel settore del turismo si è assicurata la gestione dei servizi di 13 padiglioni dei Paesi partecipanti a Expo, pari a un quinto del totale. "Ma abbiamo ancora un paio di negoziati in corso- rivela il presidente di Uvet - e se tutto andrà bene dovremmo arrivare a quota 15 su un totale di 71 padiglioni". A rallegrare l'imprenditore contribuiscono anche le stime sull'andamento del gruppo nel 2015: "Contiamo di chiudere il bilancio con un incremento dei ricavi del 20%". Il fatturato aggregato, dunque dovrebbe passare da 700 milioni fino a circa 850 milioni per un gruppo che, contando le agenzie di viaggio in franchising raggiunge un giro d'affari complessivo di oltre 2,2 miliardi. Ma non è tutto. Patanè, infatti, racconta di aver già venduto il 25% dei biglietti dell'Expo acquistati a suo tempo: circa 125mila su un totale di mezzo milione.

La mossa vincente del gruppo Uvet è stata l'acquisizione dell'incarico per la gestione degli eventi e dei servizi del Padiglione Usa. Una referenza di alto livello che ha spianato la strada ai dodici accordi successivi firmati tramite la controllata Uevents. Si tratta delle intese per gestire i servizi dei padiglioni di Argentina (allestimento, dotazione tecnologica, gestione staff), Brasile (staff), Uruguay (servizi logistici, gestione eventi e staff), Ecuador (staff e catering), Colombia (logistica, staff e sistemazione alberghiera), Messico (logistica e eventi), Israele (servizi logistici, gestione eventi e staff), Barhain (staff), Angola (logistica, staff e sistemazione alberghiera), Thailandia (logistica e sistemazione alberghiera), Montecarlo (staff, eventi e sistemazione alberghiera), Spagna (logistica e sistemazione alberghiera).

"Abbiamo puntato fin dall'inizio sull'Expo - afferma Patanè - perché pensiamo che contribuirà, certamente quest'anno, a stimolare l'economia italiana. Alla manifestazione sono previsti 21 milioni di visitatori, di cui 7/8 milioni di stranieri. Da alcune simulazioni effettuate, stimiamo che se quei visitatori stranieri diventassero abituali si potrebbero generare per l'Italia circa 8 miliardi di euro di valore aggiunto ogni anno. Occorre che tutti facciano la loro parte per mostrare il meglio del nostro Paese. Utilizzando le giuste leve di comunicazione e marketing territoriale, metteremo le basi per creare un turismo di ritorno, che contribuirà anche alla crescita del nostro Pil".

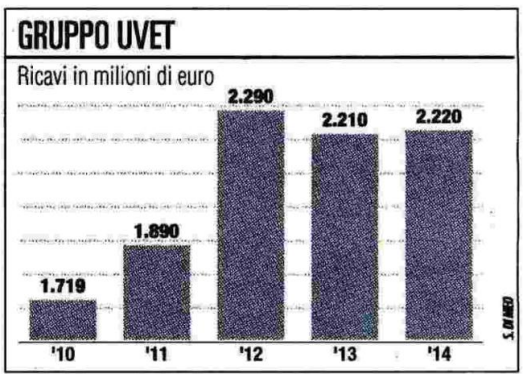
In effetti Uvet ha scommesso fino in fondo sull'occasione offerta da Expo. A cominciare dall'acquisto di 500mila biglietti dell'Esposizione Universale e dalle prenotazione di 3.000 camere d'albergo, di cui 2.000 solo a Milano in circa 200 hotel a 3, 4 e 5 stelle. "Finora abbiamo già rivenduto circa il 25% dei biglietti acquistati: si tratta di un grande successo. Non dimentichiamoci che l'Expo è lunga e che il bello deve ancora arrivare. Quanto a noi abbiamo prenotato altri 100mila biglietti: come vede siamo ottimisti".

La ciliegina rossa di Uvet sulla torta dell'Expo sono gli italoamericani, una delle scommesse su cui Patanè si è speso di persona con un tour de force attraverso le principali città americane. Dice: "I primi segnali che provengono dagli Usa sono molto promettenti. In particolare abbiamo registrato un forte interesse su tutta la costa Est da Boston a New York fino a Miami". Ecco spiegata quindi l'adesione di Uvet al progetto "Made of italians" di Expo, che ha l'obiettivo di portare (o riportare) in Italia, in occasione dell'evento, un milione di italiani emigrati all'estero.

E' dunque con un occhio rivolto agli Usa (ma non solo) che Uvet ha deciso di costituire una serie di società ad hoc per l'offerta di servizi e pacchetti turistici da associare alla vendita dei biglietti per l'Esposizione Universale. In particolare per il mercato statunitense Uvet Usa, tramite il suo portale Uvetusa.com, fornisce ai cittadini americani la possibilità di acquistare non solo i biglietti d'ingresso a Expo 2015 ma anche voli, stanze d'albergo, pacchetti culturali e turistici per visitare l'Italia. In questo quadro Made in Uvet è la società costituita per proporre a tutti i visitatori (non solo agli americani) assieme all'Expo una serie pacchetti dedicati al design, alla moda, al lusso, al lifestyle, all'enogastronomia, all'arte, alla cultura. "Un'occasione - sottolinea Patanè - per associare alla visita all'Expo una crociera a Capri, una visita al Colosseo, al Duomo di Milano, alla Basilica di San Marco a Venezia o agli Uffizi a Firenze".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Qui sopra, **Luca Patanè** presidente di Uvet



Data: 04 Maggio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

event report
LE NOTIZIE CHE CONTANO PER IL MONDO DEGLI EVENTI

Nasce Casa America nel centro di Milano, a Uvet la gestione degli eventi B2C e B2B del Fuori Expo a stelle e strisce

Due palazzi storici nel centro di Milano – Palazzo Bovara e Palazzo Castiglioni – che **per i 6 mesi di Expo diventano Casa America**, la location dove il padiglione Usa e le aziende partner organizzeranno gli eventi che entrano nel palinsesto di Expo in Città. **L'iniziativa è degli Amici del Padiglione USA**, il consorzio di soggetti privati che per conto del governo americano organizza la presenza e il programma ufficiale degli Stati Uniti a Expo, **in collaborazione con Uvet**, che del padiglione gestisce i servizi e gli eventi, **e Confcommercio**, che ha la gestione dei due palazzi.

Casa America sarà aperta a manifestazioni per il grande pubblico come mostre, esposizioni e conferenze, ma anche a eventi privati, per esempio **iniziative di business matching fra imprese italiane e americane**, cocktail party e cene, che si svolgeranno nelle sale e nel cortile di Palazzo Bovara.

A organizzare il palinsesto del Fuori Expo americano sarà dunque Uvet, che già cura gli eventi all'interno del padiglione Usa e le attività di incoming degli americani che verranno in Italia in occasione di Expo.

Data: 29 Giugno 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Il Gruppo Uvet si riorganizza

29/06/2015 11:23

Quattro le macro aree, con un'attenzione all'incoming e al portale innovativo TripItaly

"È un anno storico per il nostro gruppo: oltre che irrobustirci nelle varie aree ci stiamo riorganizzando e affrontando nuovi investimenti". **Luca Patanè, presidente** del **Gruppo Uvet** spiega la nuova divisione in quattro aree.

Si parte da **mobility e business travel**, area che comprende Uvet American Express e Uvet France, "dove stiamo cercando - spiega il manager - di arrivare alle Pmi attraverso proposte incentrate sui nostri punti di forza come la tecnologia". La seconda area è il **leisure** e comprende le agenzie di viaggi e l'online. "Cresceremo dell'80% nel 2015, con ben sette progetti di turismo legati a questa divisione". La terza è l'area **eventi e incoming** che ha visto Uvet inglobare Jackal Events, tramutandolo in U-Events, "un comparto in crescita del 50% di anno in anno e che nell'incoming vede i nostri investimenti concentrati sul portale TripItaly, con 2 milioni stanziati solo nella startup del modello business, cui già sono interessati alcuni investitori per accelerare la fase si sviluppo". La quarta area è legata a **tecnologia e formazione**.

Per quanto riguarda l'**Uvet Travel Index**, il Pil cresce dello 0,36% nel primo trimestre. "Un po' meno delle nostre previsioni dello 0,7% - conclude Patanè -, ma sta migliorando nella seconda parte dell'anno". Infine, un'altra novità è il lancio del nuovo tour operator **World Heritage**, "per conoscitori di straordinari Paesi". l.s

Data: 29 Giugno 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Patané, Uvet: "Con TripItaly saremo punto di riferimento per l'incoming"

DI GIOVANNI FERRARIO

Sarà online entro la fine di luglio TripItaly, la piattaforma digitale per la commercializzazione all'estero di servizi turistici per l'incoming, creata da Uvet in joint venture con Digital Magics. La piattaforma ha attirato l'interesse di alcuni grandi fondi istituzionali che faranno decollare il progetto.

"Quest'anno abbiamo investito 2 milioni di euro per lo sviluppo del progetto, creando anche un modello di business sia per il b2b sia per il b2c", spiega il presidente del Gruppo Uvet, Luca Patané. Il manager ha svelato come nei prossimi mesi ci saranno degli investitori importanti che entreranno in TripItaly per far decollare il progetto: "L'iniziativa è finita sotto gli occhi di grandissimi fondi istituzionali che lo hanno visto come uno dei pilastri della politica turistica italiana dei prossimi anni".

Notevoli gli investimenti programmati da Uvet che fanno di TripItaly uno dei principali progetti sviluppati dal gruppo: "Investiremo - spiega ancora il manager - altri 5 milioni da oggi fino al prossimo anno in tecnologia e pensiamo che dal secondo al quinto anno investiremo fra i 30 e i 50 milioni di euro all'anno in web marketing, il miglior sistema sul b2c per portare clienti".

Nelle idee iniziali del gruppo il progetto TripItaly avrebbe dovuto essere pronto prima di Expo: "Non sempre queste iniziative - ammette il presidente - riescono nei tempi e nei modi che vorremmo. Come ogni progetto sappiamo che non si arriva subito al successo. Però siamo ambiziosi: in quest'area vogliamo svilupparci e diventare un punto di riferimento". Il disegno del mosaico ha già preso forma.

Data: 29 Giugno 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Quotidiano Travel
www.travelquotidiano.com

Patanè: «Lufthansa in black list. Ridotto il loro utilizzo del 30%»

[0] 29 giugno 2015 11:24

Non smorza in toni e anzi, rincara la dose. Luca Patanè, presidente Uvet non perdona lo smacco fatto da Lufthansa alla distribuzione italiana ed europea. «Lufthansa è sempre stato un grande partner, per tanto tempo ha colmato dei buchi nel nostro sistema e, laddove mancava un vettore nazionale di riferimento ha provveduto, garantendo l'internazionalità. I tempi però cambiano e non si può sempre pensare di essere leader indiscussi: non mi piace l'arroganza, lo ripeto ancora di chi si sente padrone a casa nostra» . Rispetto a un passato non troppo remoto il business travel italiano e, più in generale, del Vecchio Continente, può fare a meno del colosso tedesco. «Da quando abbiamo messo Lufthansa in black list le cose sono forse migliorate – osserva il presidente -. Magari in un primo momento ne facciamo le spese tutti ma a brevissimo costerà caro a loro. Ci sono tanti partner nei cieli, penso ad Airberlin, al network capillare di Turkish o a Emirates senza dimenticare l'importanza di Alitalia-Etihad. Da quando Lh ha preso la sua decisione noi abbiamo ridotto il loro utilizzo del 30% e, considerando che lo scorso anno abbiamo staccato biglietti per 64 milioni di euro, toccherà a loro farsi i conti di questa decisione». Non manca una stoccata ai colleghi ma anche un'esortazione: «Hanno preso una decisione antistorica, io amo dire le cose chiarimente e ribadisco che non torneremo indietro ma sono sicuro che anche il resto del mercato la pensi così e agirà di conseguenza».

Data: 01 Luglio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Uvet, indicatori in positivo per i risultati finanziari

Un giro d'affari in aumento del 28 per cento con una previsione di chiusura di bilancio a 2,5 miliardi di euro.

Presenta i risultati finanziari il presidente del Gruppo Uvet, Luca Patané: il manager elenca una serie di numeri e statistiche che riportano solo segni positivi. "Il contributo più consistente di questa crescita è arrivato dalla sezione eventi, incoming ed Expo che è stata a tutti gli effetti una scommessa vinta. Abbiamo acquistato 600mila biglietti di cui quasi 500mila venduti, gestiamo 13 padiglioni, assunto 600 persone e stiamo iniziando a vedere anche i primi risultati dalla gestione dei flussi di turisti stranieri".

Negli altri ambiti di business del gruppo, Patané evidenzia una buona performance dell'online, "in crescita del 50 per cento grazie all'apertura di nuovi siti per la vendita di biglietti aerei e pacchetti viaggio in diversi Paesi europei". In rialzo anche gli altri comparti: +15 per cento i servizi, +12 per cento mobility e travel managemet e +10 per cento il network Uvet: "Abbiamo messo le basi per una crescita futura dell'azienda", conclude il manager.

Data: 06 Luglio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

la Repubblica
A&F
AFFARI&FINANZA

[LA POLEMICA]

Expo, l'allarme di Uvet: "Pochi arrivi dall'estero"

Dovrebbe essere contento Luca Patanè, patron di Uvet, fra i maggiori operatori turistici italiani. Il budget 2015 prevede una crescita del fatturato diretto pari al 28% fino a quota 1,1 miliardi di euro mentre quello totale (agenzie comprese) salirà del 13% a 2,5 miliardi. E invece no: ad allarmare Patanè è l'assenza di turisti stranieri all'Expo. Dice: "Io ho investito decine di milioni su Expo; ha idea di quanto costi prenotare 2 mila camere di albergo a Milano per 180 giorni?" .

Ad irritare Patanè è la soddisfazione espressa da Sala, il numero uno di Expo, per aver tagliato di 50 milioni il budget della comunicazione. "Ma come a Milano non si vedono i turisti stranieri", afferma Patanè, "e ci si vanta di tagliare la comunicazione? Noi di Uvet siamo andati in giro ovunque per promuovere Milano e la gente non sapeva nemmeno che ci fosse Expo. Abbiamo chiesto quanti giornalisti stranieri avesse invitato Expo in città e ci hanno risposto: "quaranta". Quattrocento ne dovevano invitare e non sarebbero bastati". ***(g.lon.)***

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Data: 08 Luglio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

GV GUIDA VIAGGI

Il "nuovo Rinascimento" digitale, il sogno di Luca Patanè

La visione del manager su un'Italia protagonista del turismo nel mondo

di Letizia Strambi

Un'azienda con il segno più costante Uvet, in tutte le divisioni, guidata da un presidente che rischia, Luca Patanè. Sempre attento ai costi, alle scelte, ma soprattutto guidato dal fiuto per i trend in essere negli scenari internazionali.
Mobility ed Eventi pongono il suo gruppo tra i protagonisti principali del mercato europeo, capace di soffiare commesse a multinazionali non da poco, come è stato recentemente per la Fiat. Ora, il cammino in ambito turistico lo vede indirizzato allo sviluppo di una nuova dimensione incoming *"senza precedenti in Italia"*.

Gv: Uvet cresce di anno in anno. Ma lei non sbaglia mai o non lo racconta ai giornalisti?
"Certo che sbaglio, ma bisogna saper gestire le sconfitte, imparare dagli errori. Non tutto mi riesce bene, e quando non riesce si perdono molti soldi. Ad esempio nel 1999 feci un errore con un socio investendo molto in un portale simile a quello che poi sarebbero stati siti come Expedia. Il mio socio voleva realizzarlo per venderlo, io no".

Gv: Lei non riesce a disfarsi facilmente dei progetti, rimane attaccato alle scelte che compie.
"È vero. Ma dovrò forse imparare a fare anche questo. Ad esempio quello, in piena internet economy, sarebbe stato un grande affare, invece persi dei soldi. Non so… a me piacciono gli investimenti a lungo termine e finisco per affezionarmi".

Gv: TripItaly: quasi 2 milioni già investiti, due società interessate a svilupparlo ulteriormente con nuovi finanziamenti in partnership. Come riuscirà a creare profitto da un portale che ha costi così importanti?
"Credo di farcela. Riempiremo un vuoto enorme in Italia: il gap del digitale. Parzialmente TripItaly sopperirà a mancanze istituzionali, come quelle del portale Italia.it. Ma l'offerta che stiamo creando, per essere vincente dovrà essere differenziata e strutturata, come il nostro Paese: ricco di biodiversità, cibi, paesaggi, culture. Quindi TripItaly comprenderà tutti gli attori del settore turistico da quelli primari, come albergatori, noleggio auto, biglietteria, ma poi anche shopping, guide, esperienze. Sarà prima b2b, poi, nel consolidarsi, diverrà b2c, con maggiore attenzione ai contenuti".

Gv: Alpitour sembra voglia creare un grosso operatore incoming, ma non c'è, secondo loro, un grande player con cui avviare una partnership. Anche lei ha un grande progetto incoming in divenire, l'hanno contattata?
"No, ho parlato con Burgio altre volte e ci sono grandi affinità, ma mai su questo tema. Se c'è la volontà tra noi basta chiamarsi. Intanto non escludo che Uvet procederà con una o due acquisizioni di operatori specializzati nel mondo incoming".
Gv: Siamo nell'era della sharing economy. La proprietà dovrebbe scomparire a favore della condivisione. Questo è bello dal punto di vista ideale per le nuove generazioni, ma come trasformerà l'economia? Lei come si sta preparando all'epoca di Uber e di Airbnb?
"Questa è una bellissima domanda che credo dovremmo farci tutti. In verità non lo so cosa farò, perché gli scenari sono fortemente imprevedibili e bisogna capire dove si colloca il revenue. Il bello di questa era è che il digitale sta abbattendo le barriere e questo non può essere che un bene per gli scambi, tuttavia è una nuova forma di economia che va cavalcata in modo intelligente. E questo sarà possibile solo se le istituzioni porranno delle regole. Sicuramente non bisognerà ancorarsi a vecchi schemi di business, difendere ad oltranza posizioni di categoria. Questo è sempre sbagliato".
Gv: Ho scoperto che ha avuto un accordo in passato con Soru per Tiscali. Ci sono dei ricorsi storici in Sardegna per Uvet e nel 2015 siamo qui a fare il punto al Santo Stefano Resort. Cosa le piace di quest'isola?
"Amo particolarmente la Sardegna. Questa terra con questa luce, questo mare, mi infonde una sorta di energia… Sento di aver fatto bene a recuperare questo pezzo di paradiso. Le mie scelte partono da calcoli economici, ma anche da intuizioni che derivano dalla mia cultura umanistica. E' quella che ti apre la mente e ti aiuta a capire, le persone prima di ogni cosa". ■

Data: 09 Luglio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

l'agenzia di viaggi
il network dell'informazione turistica

Conferenza di metà anno a La Maddalena: +28% il giro d'affari

La bella stagione di Uvet

Traino dell'Expo: 13 padiglioni gestiti e 800mila biglietti

La conferenza di metà anno sull'isola di Santo Stefano, nell'arcipelago della Maddalena, è ormai una tradizione per Uvet», ha detto il presidente **Luca Patanè**. Il resort, ora gestito dal gruppo, era abbandonato ed è stato recuperato con entusiasmo: adesso è ricco di alberi e fiorito di piante, da quelle tipiche sarde, come l'elicriso profumato e il cisto o il ginepro nuragico, a quelle più esotiche.

Uvet ha oltre 60 anni di storia e un futuro ricco di novità, che in alcuni casi Patanè definisce «empirico». Insomma, tutto è in continua evoluzione.

Oltre 1 miliardo

Il gruppo Uvet è soddisfatto dei risultati ottenuti e prevede di chiudere l'anno con un giro d'affari totale in crescita del 13% a 2,5 miliardi di euro. Un trend che appare inarrestabile. E un giro d'affari diretto del +28%: dagli 867 milioni del 2014 si prevede di chiudere l'anno a 1,1 miliardi di euro.

In ascesa anche l'online, al raddoppio (+52%) grazie alla vendita di pacchetti di viaggio e biglietteria aerea. Incremento anche nei servizi del 15%, nel mobility and travel management (12%) e network Uvet (+10%). «Il giro d'affari indiretto – ha commentato il presidente – si incrementerà del 3% fino a sfiorare 1,4 miliardi di euro».

Scommessa vinta

Il contributo maggiore è arrivato dai settori eventi, incoming ed Expo. Tredici i padiglioni gestiti da Uvet Lab all'Esposizione Universale di Milano: Usa, Argentina, Brasile, Uruguay, Ecuador, Colombia, Messico, Israele, Bahrain, Angola, Thailandia, Montecarlo e Spagna.

«Expo è stata una scommessa importante. Abbiamo assunto 600 persone e stiamo ottenendo buoni numeri: dei 600mila biglietti da noi acquistati, 500mila sono già stati venduti ed è in corso un'opzione di acquisto per un totale di 800mila, diventando così il terzo rivenditore ufficiale», specifica il presidente.

«Quando ci siamo accorti che ne avevamo venduti solo 2.500 – riprende – Ci siamo riuniti e impegnati al massimo. E ce l'abbiamo fatta».

Il target di riferimento sono per lo più tour operator europei, associazioni imprenditoriali e di categoria, grandi aziende italiane e multinazionali europee e Usa. Molti biglietti sono stati trasferiti alle sedi estere per la distribuzione a dipendenti, dealer, collaboratori e partner aziendali. Sono state costituite società ad hoc per ottimizzare servizi e pacchetti turistici. Per il mercato statunitense Uvet Usa offre sia biglietti di ingresso a Expo 2015 che voli, stanze d'albergo, pacchetti culturali e turistici per visitare l'Italia. Made in Uvet invece propone ai visitatori, insieme ai biglietti, *package experience* su design, moda, lusso, lifestyle, enogastronomia, arte e cultura. Offrendo percorsi e crociere in tutta Italia, da Capri all'Oltrepò pavese.

Tripitaly.it si completa

L'innovazione digitale è al centro con *Tripitaly.it*, realizzato insieme con Digital Magics. Per la nuova piattaforma, live da luglio, è stato fatto un investimento iniziale di 2,5 milioni di euro, che diventeranno 5 il prossimo anno. «Un modello B2B che sarà uno dei pilastri del turismo», specifica Patanè.

Viaggi 'mai banali'

Infine c'è *World Heritage*, nuova scommessa di Patanè: è un tour operator che risponde alle esigenze di chi è attratto dal viaggio culturale, innovativo e mai banale. Con la consulenza di **Piergianni Addis**, propone viaggi culturali e naturalistici per piccoli gruppi, tour ideati e accompagnati da esperti.

Infine è stata Fleet Management – una delle quattro aree in cui è diviso il gruppo (insieme a Business Travel, Uvet Amex e Uvet France) – a vincere la gara d'appalto per la gestione mobilità in tutto il mondo di FCA sostituendosi così, da settembre, a Carlson Wagonlit.

Cristina Ambrosini

Data:13 Luglio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Annunciato entro la fine del mese il debutto di Tripitaly, il progetto dedicato al segmento dell'inbound

Expo 2015, incoming e bt Luca Patané a tutto campo

Nell'evento al Santo Stefano Resort il presidente Uvet ha raccontato cifre e piani del gruppo

"Bene, iniziamo". È un Luca Patanè sempre più determinato e concreto quello che ha accolto i giornalisti al Santo Stefano Resort per illustrare risultati, progetti, investimenti e ambizioni del Gruppo Uvet.

Durante gli 80 minuti della conferenza stampa il presidente ha parlato a ruota libera senza una scaletta precisa, ma ha toccato tutti gli argomenti che gli stanno a cuore: da Expo 2015 alla sfida incoming, passando per la battaglia contro Lufthansa, la conquista di Fca-Fiat Chrysler Automobiles come cliente business travel (affare da circa 240 milioni di euro) e l'andamento del mercato turistico.

Alla fine, quando mezza platea di giornalisti alza la mano per porgergli una domanda, lui risponde senza giri di parole in modo diretto e pragmatico, svelando le cifre degli investimenti, non risparmiando stoccate agli altri player e mantenendo sempre una calma e una serenità di chi è consapevole di essere a capo di una società con un giro d'affari complessivo di 2,5 miliardi (+13 per cento sui 2,2 del 2014): lui è il primo a sapere che questo sviluppo potrà continuare anche in futuro perché "in questi anni l'azienda ha messo le basi per la sua crescita".

"In questi anni l'azienda ha messo le basi per la sua crescita" ha sottolineato il presidente del gruppo Uvet Luca Patanè durante la conferenza stampa

L'incoming è la prossima sfida di Uvet, che si prepara al lancio di Tripitaly, il progetto dedicato proprio ai mercati esteri

Esposizione Universale

Non è un caso che Patanè inizi con l'argomento Expo, definito "una scommessa pesante e vinta. La sezione eventi e incoming è in crescita del 52 per cento: abbiamo acquistato 600mila biglietti di cui quasi 500mila venduti, con una opzione per arrivare a 800mila; tramite Uvet Lab gestiamo l'organizzazione di 13 padiglioni, abbiamo assunto 600 persone e stiamo iniziando a vedere anche i primi risultati dalla gestione dei flussi di turisti stranieri".

Il target di riferimento per la vendita dei biglietti è costituito dai tour operator esteri, associazioni imprenditoriali e di categoria e grandi aziende sia italiane che estere. Sono state inoltre create delle società ad hoc per ottimizzare l'offerta di vendita di servizi e pacchetti turistici: Uvet Usa per il mercato americano, il portale italy.-uvet.com per l'Italia, e Made in Uvet per offrire sia pacchetti esperienziali sia organizzazioni di eventi da abbinare alla visita dell'Esposizione Universale.

Milano 2015

"Expo stimolerà l'economia italiana"

"Abbiamo puntato fin da subito sull'Expo - spiega il presidente - perché contribuirà a stimolare l'economia italiana. Da alcune simulazioni, se i 7-8 milioni di visitatori stranieri attesi diventassero abituali, si potrebbe generare per l'Italia circa 8 miliardi di euro di valore aggiunto. Tutti dobbiamo fare la nostra parte".

La sfida sulla Penisola

Se il presente è degli eventi, il futuro sorride all'incoming. Sarà pronta, infatti, entro la fine di luglio Tripitaly, piattaforma digitale per la commercializzazione all'estero di servizi turistici per l'incoming, creata in joint venture con Digital Magics.

"Abbiamo investito 2 milioni di euro per lo sviluppo del progetto, creando un modello di business sia per il b2b (per gli operatori stranieri che avranno bisogno di un partner affidabile e innovativo sull'Italia), sia per il b2c", illustra Patanè.

Notevoli gli investimenti programmati da Uvet: secondo le parole del manager, sono pronti altri 5 milioni per implementare la parte tecnologica "e pensiamo che dal secondo al quinto anno investiremo fra i 30 e i 50 milioni all'anno di web marketing, il miglior sistema sul b2c per portare clienti".

Il punto di partenza sarà tecnologico: il gruppo Uvet, infatti, è presente in 13 Paesi esteri sia con società sia con portali online (come Flygpoolen per la Svezia, Avexia per la Francia e Uvet Swiss per la Svizzera): questo fungerà da trampolino per Tripitaly soprattutto nel Centro-Nord Europa per la fase di lancio.

Negli altri ambiti di business del gruppo, il manager evidenzia una buona performance dell'online in crescita del 50 per cento, +15 per cento i servizi, +12 per cento mobility e travel management e +10 per cento le 1.500 agenzie del network Uvet per un giro d'affari diretto di 1,1 miliardi di euro.

Meno sottodata

"La tendenza al last minute è inferiore"

"Abbiamo notato - afferma il presidente del gruppo Uvet - un cambiamento dei consumatori rispetto allo scorso anno, dove il sotto data era drammatico". Ora, invece, il trend è rallentato, favorendo una maggiore pianificazione delle vacanze. "Quest'anno c'è una tendenza al last minute ma in maniera inferiore - sottolinea ancora Patanè -: da gennaio il comportamento è cambiato". Rimane un andamento altalenante, che però sembra non compromettere il risultato finale.

"Ogni tanto c'è qualche stop, come a maggio - conclude il numero uno del gruppo -, ma poi a giugno il settore ha ripreso. Forse c'è più fiducia nel Paese?".

Giovanni Ferrario

Data:16 Luglio 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

CORRIERE DELLA SERA

MUSEO DI SANT'EUSTORGIO

La pala Portinari torna a splendere Rivelando decori e (forse) l'autore

Gli studi sono tuttora in corso, ma gli storici dell'arte propendono per Benedetto Bembo, fratello del più celebre Bonifacio

di Chiara Vanzetto

Il fondo dorato brilla, la spalliera di rose ha recuperato definizione, il panneggio si delinea con chiarezza. Ma soprattutto il protagonista di questa storia, il banchiere fiorentino Pigello Portinari, rappresentante del Banco Mediceo a Milano, ha ritrovato la sua fisionomia: naso sottile, fronte alta, zigomi sporgenti. I restauri fanno miracoli. Anche quello presentato ieri al Museo di Sant'Eustorgio, restauro che restituisce alla basilica di Porta Ticinese un vero e proprio gioiello: una pala risalente al secondo Quattrocento che raffigura San Pietro Martire con Portinari inginocchiato davanti.

CORRIERE DELLA SERA

Da sempre collocata dietro l'altare nell'omonima Cappella dove il banchiere è sepolto dal 1486, la pala è stata riportata al suo antico splendore grazie all'impegno di Fondazione Atlante, che nasce con l'obiettivo di sostenere la salvaguardia del nostro patrimonio culturale. «Il dipinto era in cattive condizioni», spiega la restauratrice milanese Anna Lucchini che ha operato l'intervento conservativo. «Durante il XIX secolo è stato trasportato da tavola su tela: in questa fase la superficie pittorica era stata danneggiata e la dimensione dell'opera ridotta».

La pulitura ha eliminato la patina di sporco e, dove è stato possibile, anche le stuccature dovute a ritocchi realizzati precedentemente: sono emerse così tracce prima illeggibili, tra cui le finiture e i decori dell'abito di Pigello che doveva essere in damasco oro e rosso. «La doratura dello sfondo è in buona parte dovuta a ridipinture ottocentesche, ma abbiamo recuperato molti frammenti originali. A cominciare dalla capigliatura del Santo, definita in punta di pennello, e dalle mani giunte del committente». Grazie alla possibilità di una lettura stilistica più chiara, si sta precisando anche l'identità del possibile autore: gli studi sono tuttora in corso, ma gli storici dell'arte propendono per Benedetto Bembo, fratello del più celebre Bonifacio. Si conferma dunque la doppia identità della Cappella Portinari, dove il linguaggio toscano dell'architettura armonizza alla perfezione, a partire dagli straordinari affreschi di Vincenzo Foppa, con la migliore parlata pittorica lombarda (info: www.santeustorgio.it).

Data: 22 Agosto 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

la Repubblica.it

Alberghi, con l'Expo rincari dell'8% a Milano. Ma non c'è il boom temuto: a Londra +10%

Grande affluenza, ad agosto, all'Expo di Milano: la folla sul Decumano (fotogramma)

Tra il primo semestre 2014 e lo stesso periodo di quest'anno il capoluogo lombardo è passato dai 133 ai 144 euro a notte. Venezia resta la città italiana più cara (215 euro), Firenze e Roma allineate sui 130 euro. Nel mondo, New York precede Londra e Hong Kong. I dati sui viaggi d'affari del gruppo Uvet

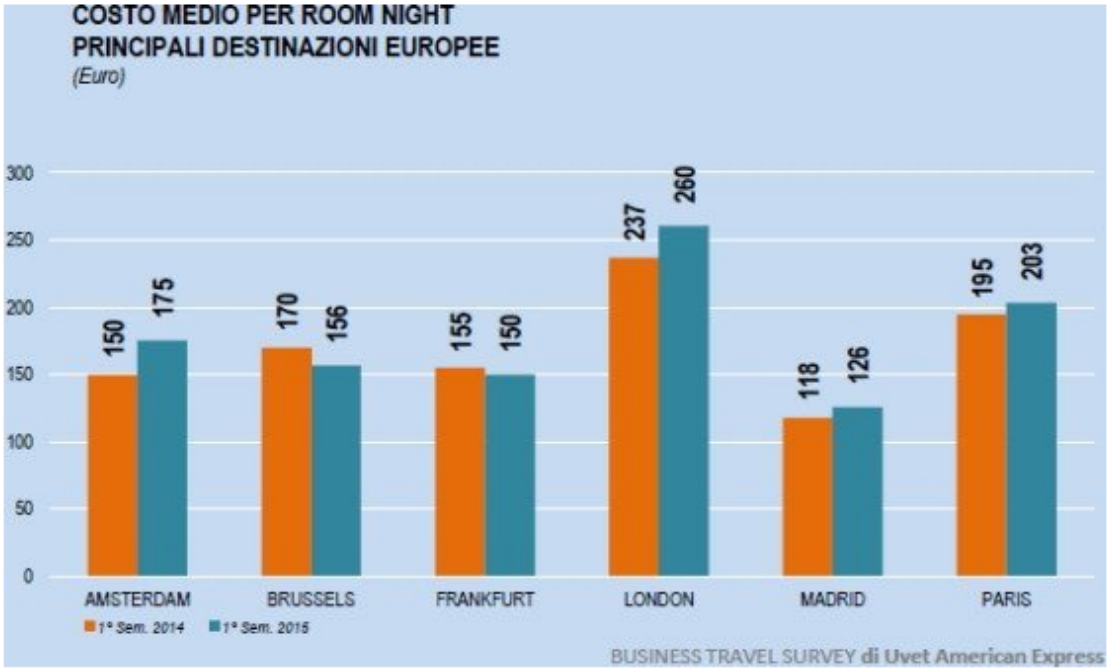
MILANO - L'effetto-rincari per gli alberghi milanesi, che molti aspettavano vista la stagione dell'Expo, c'è stato, ma in misura contenuta e - a ben vedere - a ritmi infriori a quelli di altre città internazionali, non certo interessate dall'esposizione. Anzi, gli hotel sono sempre più cari a New York, Hong Kong e Londra, mentre a Milano i prezzi medi sono cresciuti dell'8% (dai 133 ai 144 euro a notte) tra il primo semestre 2014 e l'analogo periodo 2015, con un impatto dell'Expo contenuto rispetto al previsto. Venezia resta la città più cara d'Italia, con una media di 215 euro. Sono i dati che emergono dall'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 13/a edizione del BizTravel Forum (1-2 dicembre, Fiera Milano City). La stessa Uvet è partner di Expo come rivenditore di biglietti.

"Esaminando le nostre statistiche sui viaggi d'affari - spiega Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro - abbiamo notato che la ripresa delle trasferte è stata trainata, oltre che dal trasporto ferroviario, anche dal settore alberghiero. I costi di pernottamento sono aumentati soprattutto nelle città che erano già tra le più care al mondo, come New York, Hong Kong, Londra". Pernottare per lavoro a Firenze costa mediamente 133 euro, stesso prezzo del 2014. Sono aumentate del 5% circa le quotazioni negli alberghi di Roma, dove una notte costa 130 euro. A Napoli la media ha sfondato il muro dei 100 euro a notte (dai 98 euro del primo semestre 2014 ai 102 del 2015). Pagano circa il 9% in meno rispetto all'anno scorso i viaggiatori d'affari a Genova, dove una notte in albergo costa 95 euro. Il capoluogo ligure risulta così la metà più conveniente.

Data: 22 Agosto 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

la Repubblica.it

In Europa la città più cara è Londra, nei cui hotel i viaggiatori d'affari hanno pagato nei primi 6 mesi di quest'anno una media di 260 euro a notte, quasi il 10% in più del primo semestre 2014 (237 euro). Venezia precede Parigi, dove le quotazioni hanno raggiunto i 203 euro a notte (195 euro nel 2014). Nelle altre principali mete continentali si pernotta pagando molto meno di 200 euro. Ad Amsterdam il costo di una notte in hotel è di 175 euro (+17% rispetto al 2014, 150 euro) mentre a Bruxelles si riescono a spuntare 156 euro, molto meno dell'anno scorso (170 euro). Quotazioni in calo a Francoforte (da 155 a 150 euro) ma non a Madrid (da 118 ai 126 euro).



Costi in aumento anche per le mete intercontinentali. New York, città che già era la più cara del mondo, ha visto aumentare di quasi il 30% le tariffe alberghiere medie (da 255 a 300 euro a notte), Shanghai di quasi il 48% (da 128 a 189 euro), anche se in valori assoluti i costi sono molto più abbordabili. Gli hotel cinesi più cari sono quelli di Hong Kong (256 euro a notte, +24%). A Dubai il costo di pernottamento si è ridotto dai 222 ai 216 euro, così come a San Paolo (da 200 a 198 euro).

Data: 23 Settembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Uvet cresce ancora In arrivo nuove adv

DI DANIELE MARUCCO

Apertura di nuove agenzie e potenziamento di quelle esistenti dotandole di strumenti per la fidelizzazione della clientela: questi gli obiettivi del gruppo Uvet per i prossimi mesi.

"Non ci sono alternative: dobbiamo concentrarci sul cliente - sostiene Ezio Birondi, presidente di Last Minute Tour, che parla anche a nome del gruppo Uvet, di cui fa parte -. Bisogna dare alle adv degli strumenti veri per sviluppare al meglio il loro lavoro, a cominciare da un crm che porti persone nei punti vendita e aiuti nella fidelizzazione".

Nel 2015 il network ha inaugurato venti nuove agenzie e l'obiettivo è di proseguire con questo trend di sviluppo anche il prossimo anno. "Fa parte della natura della nostra rete: i dettaglianti si affidano a noi per la serietà".

Per Birondi, però, è necessario innovare il prodotto venduto cambiando modo di presentarlo, di confenzionarlo e di proporlo al cliente: "Dobbiamo utilizzare degli standard più vicini al consumatore. È un lavoro che bisogna portare avanti insieme agli operatori e che può portare a risultati positivi: noi l'abbiamo fatto sul Mare Italia e da sei anni ogni estate si chiude col segno più".

Data: 08 Ottobre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

World Heritage, il nuovo t.o. targato Uvet

Si chiama World Heritage e si candida a ricoprire un ruolo di primo piano nel mondo del tour operating.

La new entry porta la firma del Gruppo Uvet e si pone l'obiettivo di portare in primo piano la cultura del viaggio grazie alla presenza nei tour in programmazione esperti a vario livello, dagli archeologi agli studiosi, che avranno il compito di accompagnare i viaggiatori creando una vera e propria esperienza.

Numerosi i Paesi che saranno al centro degli itinerari proposti, dal Marocco all'Etiopia, dal Madagascar alla Giordania passando per India, Myanmar, Iran e Cina e altre destinazioni fuori dai circuiti tradizionali. Si tratterà quindi di un prodotto fuori dal turismo di massa rivolto a piccoli gruppi.

Data: 09 Ottobre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

weBitmag
Il sistema turismo

Uvet-American Express: in Italia il business travel è in ripresa

di redazione1 - 8 ottobre 2015

In **Italia** il **business travel** è in **ripresa**. Secondo uno studio condotto da **Uvet insieme ad American Express**, riportato da Repubblica.it, nei primi sei mesi del 2015 i viaggi d'affari degli italiani verso l'estero sono **cresciuti del 5,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel medesimo periodo i prezzi dei biglietti aerei risultato calati in media del 6%: stabili quelli per le tratte europee, mentre il calo più rilevante si è avuto nelle tariffe business class per la Cina.

Nel semestre considerato, i viaggi d'affari verso le mete intercontinentali premiano gli scali del **Nord America (+35,9%), quelli dell'Estremo Oriente (+28,8%) e Medio Oriente (+11%)**, mentre perdono quote le destinazioni sudamericane (dal 10,8% all'8,9%) e quelle asiatiche (dal 5,4% al 4,1%). In pratica l'andamento riflette la situazione della congiuntura internazionale, con le economie emergenti dei Brics in difficoltà e Paesi arabi del Golfo da una parte e Stati Uniti dall'altra che attirano business e investimenti. Come spiega il rapporto Uvet-American Express: "Nel primo semestre 2015 sono cresciuti i viaggiatori d'affari che atterrano a Dubai e New York, che rimane seconda raggiunta da Shanghai, prima meta cinese".

E lo stesso si può dire dell'Europa. Nel primo semestre 2015 le sanzioni Ue contro la Russia per la crisi Ucraina hanno contibuito alla diminuzione dei viaggi d'affari verso la Russia. E i movimenti di lavoro verso la Germania si sono ridotti a vantaggio soprattutto di Regno Unito e Francia.

Data: 19 Ottobre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Il Sole 24 ORE

Uvet rilancia sui pacchetti vacanza: giro d'affari a quota 2,2 miliardi

di Vincenzo Chierchia 19 ottobre 2015

Il gruppo turistico Uvet rilancia sui pacchetti vacanza e riorganizza il network di agenzie controllate direttamente e affiliate. Negli ultimi tre anni - sottolinea un nota del gruppo - Uvet ha rafforzato la propria capacità distributiva in ambito leisure, raddoppiando la quota di mercato dal 9% al 18% e raggiungendo quota 1.500 agenzie partner. Grazie all'impulso di Uvet Network e Last Minute Tour, le reti di agenzie di viaggio partner e di proprietà, il giro d'affari 2015 dovrebbe attestarsi attorno a 1,3 miliardi di euro, in crescita del 5% rispetto al 2014. «Il dato significativo - dice Luca Patanè, presidente Uvet - è che tale sviluppo si sia registrato in una fase di contrazione di mercato. Abbiamo allargato la presenza territoriale, mentre il numero delle agenzie di viaggi attive sul mercato si è ridotto del 35%, dalle circa 13mila unità negli ultimi anni alle 8.500 di quest'anno».

Uvet (che ha quote importanti nei viaggi d'affari) sta rafforzando la presenza nell'area vacanze (leisure) attraverso un nuovo assetto organizzativo e sinergie operative tra le reti: Uvet Network e Last Minute Tour condivideranno negoziazioni congiunte con i fornitori e una "leisure platform" per gestire in modalità integrata la personalizzazione dei prodotti. Le negoziazioni leisure saranno affidate a Ezio Birondi, presidente di Last Minute Tour . La leisure platform, collaudata in estate, sarà guidata dal team di Enzo Carella, ad di Uvet Network con il supporto di due new entry: Beppe Pellegrino, project manager dedicato allo sviluppo di Uvetgo e Sandro Palumbo, sales director retail. Il gruppo Uvet (uvet.com) - prosegue la nota - è il polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi, attivo in Italia dal 1950. Per Milano Expo2015, Uvet è stato Preferred authorised ticket reseller ed anche Official destination and events partner per il padiglione Usa.

Il gruppo è presente anche in Europa con Uvet Romania, Avexia Voyages (Francia, viaggi d'affari per le Pmi), Flygpoolen (online travel agency in Svezia), Traxall International (soluzioni per la gestione della mobilità in Europa), Uvet Swiss (business e leisure travel, congressi e incentive), Uvet Nordics (servizi customer care in Lettonia).

Data: 19 Ottobre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

CORRIERE DELLA SERA

ECONOMIA

Uvet: sale a 18% mercato viaggi leisure, riorganizza distribuzione

18:42 MILANO (MF-DJ)--Negli ultimi tre anni il gruppo Uvet ha rafforzato la propria capacita' distributiva in ambito 'leisure', raddoppiando la sua quota di mercato dal 9% al 18% e raggiungendo il numero di 1.500 agenzie partner. Lo si apprende da una nota dove si spiega che grazie all'impulso di Uvet Network e Last Minute Tour, le reti di agenzie di viaggio partner e di proprieta', il giro d'affari 2015 dovrebbe attestarsi attorno a 1,3 miliardi di euro, in crescita del 5% rispetto all'anno precedente. "Il dato significativo - ha spiegato il presidente Luca Patane' - e' che tale sviluppo si sia registrato in una fase di contrazione di mercato. Mentre il gruppo ha allargato la propria presenza territoriale, il numero delle agenzie di viaggi attive sul mercato si e' ridotto del 35%, dalle circa 13 mila unita' negli ultimi anni alle 8.500 di quest'anno". Per proseguire sul percorso di crescita, Uvet ha pertanto deciso di rafforzare la propria presenza nell'area leisure valorizzando le competenze diffuse del gruppo, attraverso un nuovo assetto organizzativo e sinergie operative tra le due reti per aumentare la competitivita' delle agenzie partner e di proprieta'. Uvet Network e Last Minute Tour condivideranno negoziazioni congiunte con i fornitori e una "Leisure Platform", un nuovo modello organizzativo per gestire in modalita' integrata la personalizzazione dei prodotti. Le negoziazioni leisure saranno affidate a Ezio Birondi, presidente di Last Minute Tour, mentre La Leisure Platform, collaudata nell'estate 2015, sara' guidata dal team di Enzo Carella, amministratore delegato di Uvet Network con il supporto di due nuovi ingressi: Beppe Pellegrino, project manager dedicato allo sviluppo di Uvetgo, e Sandro Palumbo, sales director retail. com/mur rosario.murgida@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS 1918:41 ott 2015

Data: 20 Ottobre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

quotidiano Libero

Turismo

Uvet vola a 1,3 miliardi: scatta l'integrazione con Last Minute Tour

Uvet punta a chiudere il 2015 con un fatturato di 1,3 miliardi (+5% rispetto all'anno precedente. L'obiettivo è stato indicato dal presidente Luca Patanè. Nel corso della conferenza stampa dedicata ai programmi della prossima stagione ha ricordato che negli ultimi tre anni il gruppo ha rafforzato la capacità distributiva raddoppiando la quota di mercato dal 9% al 18%. Inoltre ha raggiunto il numero di 1.500 agenzie partner. «Il dato significativo - ha spiegato - è che tale sviluppo sia stato raggiunto in una fase di contrazione di mercato. Così mentre il gruppo ha allargato la propria presenza territoriale, il numero delle agenzie di viaggi attive sul mercato si è ridotto del 35%, dalle circa 13 mila unità negli ultimi anni alle 8.500 di quest'anno».

Arriva in questo contesto una riorganizzazione del gruppo, come spiegato in una nota, che punta sul rilancio dei pacchetti vacanze e riorganizza il network di agenzie controllate direttamente e affiliate. In questo senso Uvet Network e Last Minute Tour condivideranno negoziazioni congiunte con i fornitori e una "Leisure Platform", un nuovo modello organizzativo per gestire in modalità integrata la personalizzazione dei prodotti.

Le negoziazioni leisure saranno affidate a Ezio Birondi, presidente di Last Minute Tour e al suo team, che si rapporteranno con i partner per ottimizzare le diverse esigenze di prodotto dei due network. La Leisure Platform, collaudata nell'estate 2015, sarà guidata dal team di Enzo Carella, amministratore delegato di Uvet Network con il sostegno di due new entry: Beppe Pellegrino, project manager dedicato allo sviluppo di Uvetgo e Sandro Palumbo, sales director retail.

Per Expo2015, Uvet ha giocato un ruolo di rilievo sia per quanto riguarda la distribuzione dei biglietti ed è stato partner padiglione Usa. Il gruppo è presente anche in Romania, Francia (viaggi d'affari per le Pmi), Svezia (agenzia online), Gran Bretagna con Traxall International (mobilità in Europa), e Svizzera.

Data: 22 Ottobre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

Avvenire

TURISMO

Il gruppo Uvet raggiunge il 18% del mercato viaggi

Negli ultimi tre anni il gruppo Uvet ha rafforzato la propria capacità distributiva in ambito leisure, raddoppiando la sua quota di mercato dal 9% al 18% e raggiungendo il numero di 1.500 agenzie partner. Grazie ad Uvet Network e Last Minute Tour, le reti di agenzie di viaggio partner e di proprietà, il giro d'affari 2015 dovrebbe attestarsi a 1,3 miliardi di euro, +5% sul 2014.

Data: 26 Ottobre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

TTG ITALIA

Il gruppo rinnova assetto per l'area leisure e annuncia i programmi per lo sviluppo del business

Il modello 'ibrido' di Uvet Patanè: «Un'azienda unica»

Tra distribuzione e tour operating, i piani del player per aggredire il settore turistico

C'è stato un tempo in cui, tra distribuzione e tour operating, non c'era molta differenza. Ed è proprio in quell'epoca che nacque Uvet, una piccola agenzia di viaggi che, generazione dopo generazione, è arrivata a macinare 2,2 miliardi di euro di fatturato l'anno, di cui 1,3 miliardi solo di leisure.

Ma anche oggi, quando il gruppo dispone di una potenza di fuoco da 1.500 agenzie (tra affiliate, di proprietà e in Aip) e attività sparse tra business travel, tour operating, distribuzione, incoming, villaggistica, c'è qualcosa che rimane degli esordi di quell' "azienda familiare" (la definizione è dello stesso presidente Luca Patané): l'idea che distribuzione, tour operating e quant'altro possano convivere al di là delle etichette.

"Ultimamente va di moda parlare di 'ibrido'… ecco, noi siamo un gruppo ibrido. Una nuova forma di turismo, non puri dettaglianti e non puri tour operator". Di sicuro, l'aggettivo usato da Patanè durante la conferenza stampa convocata a Milano nei giorni scorsi suona sicuramente meglio della vecchia 'integrazione verticale'.

Anche perché, in realtà, è effettivamente una cosa diversa. E Patanè lo sa benissimo, tanto che in conferenza stampa non si fa problemi ad affermare: "Siamo un gruppo unico nel turismo, non vedo nessuno che sia simile a noi".

È la U di Uvet, che sta per 'Unicità' secondo la nuova campagna di promozione del gruppo, che rilegge l'acronimo sotto una luce diversa: Unicità, appunto, poi Vocazione ("è un'azienda familiare, con un passaggio di generazione riuscito" ha spiegato Patanè), Emozione ("dobbiamo saper emozionare, anche solo quando rispondiamo al telefono per fornire assistenza") e Talento.

Anche quest'ultimo termine svolge un ruolo fondamentale: "L'abbiamo scelto perché è l'arte di cavarsela in tutte le situazioni, ma anche di affrontare il cambiamento".

E tutto si può dire di Uvet, tranne che negli ultimi anni non sia cambiata. Tra le più recenti rivoluzioni, il tour operating, portato avanti con il progetto Uvetgo. Un affondo su quel mercato leisure che il gruppo non ha nessuna intenzione di farsi sfuggire dalle mani, come è stato messo in chiaro anche dagli annunci della conferenza stampa.

Senza dimenticare la stoccata di Patanè stesso agli operatori: "Il tour operating italiano è in crisi - ha affermato - Da 2008 è cambiato tutto". Ma ha aggiunto: "Con l'operazione Santo Stefano riusciamo ad avere il 35 per cento dei repeater".

E allora? Allora via al modello ibrido. Perché ormai, sembra voler dire Patanè, non basta un modo solo per alimentare il motore del business. Ci vuole di più.

Risultati e progetti

Uvet, dunque, non molla la presa sul leisure. Durante la conferenza stampa è stata annunciata la nuova organizzazione dell'area, con un ruolo centrale per Ezio Birondi. Al presidente di Last Minute Tour, infatti, vengono affidate le negoziazioni di tutta l'area leisure. Al manager, dunque, spetterà il compito di portare a termine le contrattazioni che andranno poi ad alimentare sia le agenzie affiliate, sia quelle di proprietà o in Aip.

Una mossa dettata anche dai risultati registrati nell' ultimo anno dal segmento in questione, che ha fatto segnare un +5 per cento per il giro d'affari a parità di perimetro. "Il dato sinificativo - ha precisato Patanè - è che tale sviluppo si sia registrato in una fase di contrazione di mercato".

Anche da qui parte la decisione di organizzare l'area aumentando l'efficienza. "In pratica - spiega Birondi - facciamo la spesa in un modo unico. Poi il prodotto sarà gestito con logiche di diverse. Spetterà a noi declinare il tutto in base alle diverse esigenze delle agenzie affiliate o controllate".

Ma l'operazione non si ferma qui. E

guarda anche al mondo del tour operating, una delle aree su cui Uvet ha investito di più negli ultimi anni. La conferenza stampa è stata anche l'occasione per presentare l'ingresso di due nuovi manager. Il primo nome è quello di Beppe Pellegrino, già noto al mondo del turismo, che entra in Uvet come project manager dedicato allo sviluppo del t.o. Uvetgo. Pellegrino arriva da diverse esperienze nel tour operating: oltre a essere stato chiamato come direttore generale per gestire le ultime fasi della newco Ventaglio, ha lavorato anche in I Grandi Viaggi e Viaggiare.it. Seconda nomina, quella di Sandro Palumbo (con alle spalle una carriera in Uvet), con il ruolo di sales director retail.

Francesco Zucco

Il presidente

"Non vedo nessuno sul mercato che sia simile a noi"

Da sinistra, Ezio Birondi (presidente di Last Minute Tour) e Luca Patanè (presidente del gruppo Uvet)

@ SU WWW.TTGITALIA.COM
Lo scenario italiano del comparto
Sul sito di informazione, le news e gli aggiornamenti dalla distribuzione organizzata in Italia, tra nuovi progetti e realtà consolidate.

Un giro d'affari da 1,3 miliardi

Questo il volume annuo generato dal solo segmento dei viaggi di piacere

Crescono le agenzie, cresce il fatturato, crescono le quote di mercato. Il cammino di Uvet nel mondo del leisure è una storia di incrementi progressivi, che hanno portato il gruppo a registrare, solo in questo segmento, un giro d'affari da 1,3 miliardi di euro.

"Il market share è passato dal 9 per cento del 2011 al 18 per cento del 2015 - spiega Enzo Carella, ceo di Uvet Travel Network -. Ad oggi, contiamo 1.500 agenzie di viaggi, di cui 1.300 in affiliazione, ovvero la rete Uvet Travel Network. Quest'ultima ha registrato, nel 2015, un incremento del 5 per cento rispetto al 2014".

Per quanto riguarda la distribuzione controllata, ovvero le agenzie in Associazione in partecipazione e di proprietà (Uvet Viaggi Turismo e Last Minute Tour), l'incremento di fatturato è pari al 3 per cento (a parità di perimetro), per un totale di 80 milioni di giro d'affari.

Sul fronte dell'organizzazione interna, Uvet ha anche annunciato la nascita della 'Leisure platform', collaudata quest'estate e che ora diventa stabile, sotto la guida del team di Enzo Carella, con il supporto delle due new entry annunciate nel corso della conferenza stampa che si è tenuta a Milano negli scorsi giorni: Beppe Pellegrino e Sandro Palumbo.

La 'Leisure platform' si occuperà di declinare i prodotti (contrattati in maniera unica per tutto il gruppo) secondo le esigenze delle agenzie affiliate o di quelle dei punti vendita di proprietà e in Aip.

F. Z.

Data: 30 Ottobre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Stampa

DailyMedia

Creatività Uvet punta su unicità, vocazione, emozione e talento

On air la nuova campagna firmata dall'art Enrico Mottola

La nuova campagna di Uvet

Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, lancia la nuova campagna istituzionale. A firmarla è l'art director Enrico Mottola, che ha reinterpretato l'acronimo di Uvet declinandolo secondo alcuni messaggi chiave identificativi dell'azienda: unicità, vocazione, emozione e talento. Unicità perché Uvet è un operatore unico nel leisure e nel mobility management che fonde insieme diverse attività e che ha la sua forza nel considerare il cliente sempre un nuovo cliente. Vocazione perché la passione verso il turismo e la mobility è ben marcata nel dna del gruppo guidato da Luca Patanè. Uvet è un'azienda familiare sul mercato da 65 anni e ha superato con successo i passaggi generazionali, consolidando e allargando nel tempo il proprio business. Emozione perché per avere successo occorre trasmettere emozioni ai potenziali clienti, proponendo soluzioni uniche e sorprendenti. Talento perché è la qualità di chi sa fare fronte a tutte le situazioni e superare brillantemente difficoltà e ostacoli, come Uvet ha fatto negli ultimi anni affrontando tutti i cambiamenti che il mercato ha richiesto e continuerà a richiedere nei prossimi anni. Il lancio della campagna è avvenuto in contemporanea con l'annuncio della riorganizzazione dell'area leisure. Il giro d'affari che Uvet genererà nel 2015 in questo segmento di business dovrebbe attestarsi attorno agli 1,3 miliardi di euro (+5%), grazie al contributo di Uvet Network e Last Minute Tour, le reti di agenzie di viaggio partner e di proprietà.

Data: 4 Novembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Quotidiano Travel
www.travelquotidiano.com

Tutto pronto per il BizTravel Forum 2015

[0] 4 novembre 2015 14:51

Sono aperte le iscrizioni al BizTravel Forum 2015, l'evento organizzato dal gruppo Uvet per l'1-2 dicembre presso Fiera Milano City. Per registrarsi è sufficiente compilare il form disponibile sul sito www.biztravelforum.it I temi principali saranno la competitività del sistema Italia e i viaggi d'affari, i cui impatti sul sistema economico saranno affrontati nel forum di apertura del 1° dicembre. Il forum del 2 dicembre sarà dedicato alla mobility aziendale, al trasporto aereo e al ruolo delle agenzie di viaggi. Nella prima giornata sarà anche presentata la ricerca di The European House Ambrosetti "Scenari Economici e Uvet Travel Index", con le anticipazioni sull'andamento del Pil 2016. Previsti inoltre numerosi seminari e workshop dedicati ai responsabili aziendali, manager del turismo, agenti di viaggio, giornalisti e blogger. Il BizTravel Forum nel 2014 ha accolto oltre duemila partecipanti (+15% rispetto all'anno precedente) e 80 espositori. Global sponsor dell'evento sono American Express, Travelport e la joint venture Alitalia, Air France-Klm, Delta, mentre Insurance Partner sarà la compagnia di assicurazioni Allianz.

Data: 20 Novembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

event report
LE NOTIZIE CHE CONTANO PER IL MONDO DEGLI EVENTI

Al Biz Travel Forum 2015 anche Montezemolo e Lupi: si parlerà di ripresa economica, viaggi d'affari e dopo Expo

Saranno **l'andamento dell'economia e l'analisi della ripresa i temi centrali** della sessione di apertura del Biz Travel Forum, l'evento organizzato dal gruppo Uvet che si rivolge ai settori del business travel, della mobilità aziendale e del turismo organizzato. L'edizione di quest'anno si svolgerà **l'1 e 2 dicembre a Fiera Milano City** e aprirà con la tradizionale presentazione di The European House Ambrosetti sulle previsioni di andamento dell'economia italiana nel 2016, **che anticipano l'andamento del Pil** grazie allo studio della correlazione fra viaggi d'affari ed economia.

Alla sessione interverranno, insieme al presidente di Uvet **Luca Patanè** e al managing partner di Ambrosetti **Valerio De Molli**, anche il presidente di Alitalia **Luca Cordero di Montezemolo**, l'ex ministro delle infrastrutture e dei trasporti **Maurizio Lupi**, il vice president di Travelport **Damiano Sabatino** e il presidente di Tamburi Investment Partners **Giovanni Tamburi** che, dopo l'analisi degli scenari economici, affronteranno il tema della **competitività delle imprese italiane**.

Secondo grande tema dell'evento **sarà il dopo Expo**, cui è dedicata la sessione di apertura della seconda giornata che racconterà, con il contributo di **Andrea Gibelli**, presidente di Ferrovie Nord, **Fabrizio Sala**, vicepresidente Regione Lombardia, e **Luca Patanè**, l'impatto dell'Esposizione Universale su infrastrutture, logistica e mobilità integrata.

Al dopo Expo in ambito eventi è invece dedicata la tavola rotonda *Post Expo 2015*, dove l'amministratore delegato di Uevents Laura Garbarino **farà il punto sull'attività dell'agenzia** nel semestre di manifestazione insieme a partner e clienti. Infine, nella sessione *Da Expo 2015 al Giubileo* il direttore del master in turismo dello IULM Manuela De Carlo presenterà la **ricerca sui comportamenti e le scelte dei viaggiatori internazionali** in occasione dell'Esposizione Universale, da utilizzare come benchmark in vista dell'imminente Giubileo.

A fianco delle sessioni sui temi principali, i due giorni di Biz Travel vedranno **il tradizionale padiglione espositivo** con i maggiori player del settore viaggi d'affari e un programma di workshop e tavole rotonde su diversi argomenti, fra cui le nuove frontiere del tour operating, il ruolo della distribuzione nel trasporto aereo, gli strumenti per ottimizzare i costi della mobility aziendale, il digital travel.

Da segnalare inoltre la presentazione della ricerca di Job Pricing su **chi sono e quanto guadagnano in Italia i travel manager**, con un approfondimento sulle competenze, il ruolo e le sfide della figura professionale che gestisce le trasferte di lavoro dei dipendenti e i parchi auto aziendali.

Data: 1 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

CORRIERE DELLA SERA

ECONOMIA

Pil: Uvet Travel Index, a fine 2016 crescera' dell'1,6%

16:13 MILANO (MF-DJ)--Alla fine del 2016 il Pil italiano crescera' dell'1,6% rispetto al 2015. E' questa la previsione dell'Uvet Travel Index, indice ideato dal gruppo Uvet, curato per la parte scientifica da The European House Amborsetti, secondo il quale nel quarto trimestre di quest'anno la crescita del Pil sara' dello 0,36%. Cio' permettera' di chiudere il 2015 con un incremento dello 0,87%. "Piu' volte - spiega Luca Patane', presidente del gruppo Uvet - avevamo detto che esiste una correlazione tra andamento dei viaggi d'affari e PIL. Ora abbiamo dato una veste scientifica a questa nostra intuizione verificando una corrispondenza al 97% tra le due variabili. I dati che emergono dall'Uvet Travel Index per il prossimo anno sono incoraggianti e, se confermati, implicheranno l'uscita dell'Italia dalla fase di stagnazione e bassa crescita aprendo la porta a scenari piu' rosei". Secondo la Business Travel Survey, l'indagine periodica sui viaggi di affari di Uvet American Express, nei primi 9 mesi del 2015 il numero dei viaggi di affari e' cresciuto del 6% rispetto allo stesso periodo del 2014, soprattutto verso mete intercontinentali (+3%). Se verso l'Europa c'e' stata una lieve contrazione (-1%) degli spostamenti per lavoro, in Italia il calo e' stato compensato dalla crescita del trasporto ferroviario. Per l'effetto della concorrenza sull'alta velocita', le tariffe ferroviarie sono diminuite dell'8,5% circa dal terzo trimestre 2013 ma anche le principali tratte aeree nazionali sono calate negli ultimi 12 mesi (-4%), nonostante un aumento generale della tassazione aeroportuale. Sulle tratte Genova-Roma e

CORRIERE DELLA SERA

un aumento generale della tassazione aeroportuale. Sulle tratte Genova-Roma e Milano-Roma il 40% del costo biglietto e' rappresentato da tasse aeroportuali. Le tasse incidono meno percentualmente (26,1%) sui voli che collegano Milano a Napoli. Analizzando i trend degli ultimi anni, il picco delle tasse aeroportuali sul costo totale del biglietto e' stato toccato nel terzo trimestre 2013 (42,3%), mentre il peso si e' alleggerito nel quarto trimestre 2014 (36,6%). Si pagano man mano tasse aeroportuali mediamente piu' basse per i voli europei e ancora gravose su quelle intercontinentali. Per i collegamenti con gli scali europei in partenza da Milano, l'incidenza piu' elevata e' su Francoforte (30,9%) e Bruxelles (30,7%), piu' leggera sulle tratta per Madrid (16,4%) e Londra (19%). Da Roma le tasse aeroportuali sono meno gravose sui biglietti per Londra (21,9%) e Parigi (28,6%), piu' pesanti su quelli per Francoforte (35,7%) e Madrid (31,9%). Tra le destinazioni intercontinentali, e non solo, la tratta Roma-New York gode della tassazione piu' leggera: 16,3% del costo totale del biglietto. Nei primi nove mesi del 2014 le tasse aeroportuali erano sugli stessi livelli per le tratte Roma-Dubai e Milano-Dubai ma nell'ultimo anno si sono incrementate rispettivamente di circa 10 punti: 25,2% e 26,4%. Basata su un campione di 700 aziende clienti di Uvet AmericanExpress, con spese di viaggio comprese tra i 20 mila e i 15 milioni di euro annui, la Business Travel Survey evidenzia come all'incremento del numero di trasferte si e' accompagnata una riduzione dei costi medi di trasferta, passati dai 262 euro dei primi nove mesi del 2013 ai 245 del 2015. Un trend che nel comparto dei viaggi d'affari dura da tempo, in controtendenza con l'inflazione registrata sia a livello generale sia nel settore trasporti. "Tra gennaio 2006 e ottobre 2015 - spiega Luca

Data: 1 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

CORRIERE DELLA SERA

generale sia nel settore trasporti. "Tra gennaio 2006 e ottobre 2015 - spiega Luca Patane' - l'inflazione e' stata del 20,7%, mentre l'incremento dei prezzi nel settore trasporti si e' attestato al 24,1%. In questo contesto, la dinamica dei prezzi nel business travel managed ha registrato una contrazione del 38,7%, nonostante i viaggi complessivi siano raddoppiati su base annua". "In base alle dimensioni complessive del settore business travel in Italia - conclude il presidente del gruppo Uvet - l'efficienza in termini monetari creata dalle business travel management company (agenzie specializzate nei viaggi d'affari) e' stimata per il 2015 in circa 1,31 miliardi di euro, cioe' la differenza tra la spesa teorica che il settore avrebbe sostenuto seguendo la dinamica inflattiva dei trasporti e la spesa effettiva registrata a oggi". "L'efficienza generata e rilasciata nel sistema economico dal settore del business travel - ha spiegato Luca Patane' - puo' essere tradotta cosi': a parita' di caratteristiche e condizioni di viaggio, un viaggio che costava 100 Euro nel 2006, oggi costa 61,3 euro, mentre se avesse seguito la media dei prezzi del settore dei trasporti sarebbe dovuto costare 124,1 euro, oltre il doppio". com/lab (fine) MF-DJ NEWS 0116:12 dic 2015

Data: 1 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

il Giornale

Prevedere l'andamento del Pil? Basta guardare i viaggi d'affari

E gli esperti ne sono certi: nel 2016 l'Italia crescerà del 1,6%, visto che il giro d'affari di chi viaggia per lavoro è cresciuto del 6% nei primi nove mesi del 2015

Nel 2016 il Pil italiano crescerà dell'1,6% rispetto al 2015. E' la previsione dell'Uvet Travel Index, l'indice 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'indice, che consente di prevedere l'andamento dell'economia italiana sulla base dei trend dei viaggi d'affari, è stato illustrato durante la 13° edizione del BizTravel Forum (oggi e domani a Fiera Milano City), evento di riferimento in Italia per la mobilità aziendale organizzato da Uvet American Express. L'indice rileva anche che nel quarto trimestre di quest'anno la crescita del Pil sarà dello 0,36%, il che permetterà di chiudere il 2015 con un incremento dello 0,87%.

"Più volte - spiega Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet - avevamo detto che esiste una correlazione tra andamento dei viaggi d'affari e Pil. Ora abbiamo dato una veste scientifica a questa nostra intuizione verificando una corrispondenza al 97% tra le due variabili. I dati che emergono per il prossimo anno sono incoraggianti e, se confermati, implicheranno l'uscita dell'Italia dalla fase di stagnazione e bassa crescita aprendo la porta a scenari più rosei".

Secondo la Business Travel Survey, l'indagine periodica sui viaggi d'affari svolta da Uvet American Express, nei primi nove mesi del 2015 il numero dei viaggi d'affari è cresciuto del 6% rispetto allo stesso periodo del 2014, soprattutto verso le mete intercontinentali (+3%). Se verso l'Europa c'è stata una lieve contrazione (-1%) degli spostamenti per lavoro, in Italia il calo è stato compensato dalla crescita del trasporto ferroviario (+15% dal 3° trimestre 2013 rispetto al 3° trimestre 2015), soprattutto sulle tratte ad alta velocità.

il Giornale

Per l'effetto della concorrenza, le tariffe ferroviarie sono diminuite dell'8,5% circa dal terzo trimestre 2013 ma anche le principali tratte aeree nazionali sono calate negli ultimi 12 mesi (-4%), nonostante un aumento generale della tassazione aeroportuale. Sulle tratte Genova-Roma e Milano-Roma il 40% del costo biglietto è rappresentato da tasse aeroportuali. Le tasse incidono meno percentualmente (26,1%) sui voli che collegano Milano a Napoli. Analizzando i trend degli ultimi anni, il picco delle tasse aeroportuali sul costo totale del biglietto è stato toccato nel terzo trimestre 2013 (42,3%), mentre il peso si è alleggerito nel quarto trimestre 2014 (36,6%).

Si pagano tasse aeroportuali mediamente più basse per i voli europei e ancora gravose su quelle intercontinentali. Per i collegamenti con gli scali europei in partenza da Milano, l'incidenza più elevata è su Francoforte (30,9%) e Bruxelles (30,7%), più leggera sulle tratta per Madrid (16,4%) e Londra (19%). Da Roma le tasse aeroportuali sono meno gravose sui biglietti per Londra (21,9%) e Parigi (28,6%), più pesanti su quelli per Francoforte (35,7%) e Madrid (31,9%).

Tra le destinazioni intercontinentali, e non solo, la tratta Roma-New York gode della tassazione più leggera: 16,3% del costo totale del biglietto. Nei primi nove mesi del 2014 le tasse aeroportuali erano sugli stessi livelli per le tratte Roma-Dubai e Milano-Dubai ma nell'ultimo anno si sono incrementate rispettivamente di circa 10 punti: 25,2% e 26,4%.

Basata su un campione di 700 aziende clienti di Uvet AmericanExpress, con spese di viaggio comprese tra i 20 mila e i 15 milioni di euro annui, la Business Travel Survey evidenzia come all'incremento del numero di trasferte si è accompagnata una riduzione dei costi medi di trasferta, passati dai 262 euro dei primi nove mesi del 2013 ai 245 del 2015. Un trend che nel comparto dei viaggi d'affari dura da tempo, in controtendenza con l'inflazione registrata sia a livello generale sia nel settore trasporti.

"Tra gennaio 2006 e ottobre 2015 - spiega Luca Patanè - l'inflazione è stata del 20,7%, mentre l'incremento dei prezzi nel settore trasporti si è attestato al 24,1%. In questo contesto, la dinamica dei prezzi nel business travel managed ha registrato una contrazione del 38,7%, nonostante i viaggi complessivi siano raddoppiati su base annua. A parità di caratteristiche, un viaggio che costava 100 euro nel 2006, oggi costa 61,3 euro, mentre se avesse seguito la media dei prezzi del settore dei trasporti sarebbe dovuto costare 124,1 euro, oltre il doppio".

Data: 1 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Patané/Uvet: "Puntiamo a 20 milioni di Ebitda"

01/12/2015 16:48

Il 2016 l'anno della raccolta degli investimenti per il gruppo milanese. Le Olimpiadi di Rio il prossimo grande evento

Il Gruppo Uvet stima di raddoppiare l'Ebitda nel 2016, mentre nell'esercizio in corso l'utile prima delle tasse resterà in linea con il 2014, compreso tra 8 e 11 milioni. **E' il presidente Luca Patané a renderlo noto, a margine di BizTravel Forum**, l'evento che la società milanese organizza al MiCo oggi e domani. Il risultato soddisfa e si contestualizza nell'anno di Expo, che per Uvet è stato soddisfacente, pur senza raggiungere gli obiettivi fissati nell'alberghiero. Opzionate 2mila camere tra vuoti-pieno e altri contratti di allotment, a giugno ne sono state restituite circa il 60%. "Tra maggio e giugno avevamo previsto molta più affluenza, succede, non è drammatico - replica -, abbiamo pagato le penali agli hotel (per la restituzione delle camere, ndr)". I biglietti dell'Esposizione acquistati - 570mila - sono stati tutti venduti. "Ora ripeteremo l'esperienza anche in altri eventi, come Dubai 2020 e Astana 2017, senza però impegnarci nella gestione oppure nell'organizzazione". A Milano, invece, Uvet ha gestito 13 padiglioni tra quello Usa e altri.

I giochi olimpici di Rio de Janeiro (2016) sono già un capitolo avviato: "Abbiamo acquistato 5mila biglietti, bloccate alcune camere, non subito perché le tariffe erano molto alte - spiega il presidente -. Posso dire che c'è una forte attrazione per le Olimpiadi, anche da parte delle aziende. Stiamo lavorando insieme al Coni".

Joint venture cinese

Nel 2016 il Gruppo Uvet avvierà **attività d'incoming dalla Cina**, dopo avere siglato una joint venture con una società locale, che deve essere ancora formalizzata. "Prevediamo perciò di raggiungere i 20 milioni di Ebitda con il consolidamento delle attività inbound e di altri investimenti avviati tra l'anno scorso e quest'anno, e che stanno dando i risultati attesi, ad esempio l'online travel agency svedese pronta a coprire tutto il mercato europeo", conclude Patané. **p.ba.**

Data: 1 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

ItaliaOggi

Uvet: nei primi 9 mesi viaggi d'affari in crescita del 6%. A fine 2016 il pil salirà dell'1,6%

Alla fine del 2016 il pil italiano crescerà dell'1,6% rispetto al 2015, mentre nel quarto trimestre di quest'anno la crescita sarà dello 0,36%, il che permetterà di chiudere il 2015 con un incremento dello 0,87%.

E' la previsione dell'Uvet Travel Index, l'indice ideato dal gruppo Uvet, polo distributivo del turismo, in collaborazione con The European House - Ambrosetti. L'indice, che consente di prevedere l'andamento dell'economia italiana sulla base dei trend dei viaggi d'affari, è stato illustrato durante la 13esima edizione del BizTravel Forum, oggi e domani a Fiera Milano City.

"Più volte - spiega Luca Patané, presidente del gruppo Uvet - avevamo detto che esiste una correlazione tra andamento dei viaggi d'affari e pil. Ora abbiamo dato una veste scientifica a questa nostra intuizione verificando una corrispondenza al 97% tra le due variabili. I dati che emergono dall'Uvet Travel Index per il prossimo anno sono incoraggianti e, se confermati, implicheranno l'uscita dell'Italia dalla fase di stagnazione e bassa crescita aprendo la porta a scenari più rosei".

Nei primi nove mesi del 2015 il numero dei viaggi d'affari è cresciuto del 6% rispetto allo stesso periodo del 2014, soprattutto verso le mete intercontinentali (+3%). Se verso l'Europa c'è stata una lieve contrazione (-1%) degli spostamenti per lavoro, in Italia il calo è stato compensato dalla crescita del trasporto ferroviario (+15% dal terzo trimestre 2013 rispetto al 3° trimestre 2015), soprattutto sulle tratte dell'alta velocità ferroviaria.

Data: 02 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Imprese: Dubai e New York mete preferite per viaggi affari (Uvet)

MILANO (MF-DJ)--Dubai, pur rimanendo la meta dei viaggi d'affari piu' gettonata con alle spalle New York, e' incalzata ora da Shanghai che supera Hong Kong.

E' quanto emerge dalla Business Travel Survey di Uvet Amex illustrata in occasione del 13* Biz Travel Forum, l'evento di riferimento per la mobilita' aziendale in Italia. Anche gli Emirati Arabi con Abu Dhabi diventano sempre piu' destinazione preferita per fare business.

"Nei primi nove mesi del 2015 - ha spiegato Luca Patane', presidente del gruppo Uvet - la Francia, in genere, e Parigi in particolare rimangono per il nostro Paese la prima meta dei viaggi d'affari all'estero. I movimenti, seppure in lieve calo verso la Capitale (dal 13 al 12,8% di quest'anno), hanno registrato un lieve incremento complessivo (dal 21,1 al 21,3% di quest'anno)".

Sono calati di quasi 3 punti percentuali rispetto allo scorso anno gli spostamenti per lavoro verso la Germania (dal 18,1% al 16,2%) che e' ora incalzata dal Regno Unito, prossimo a una quota del 16% del totale viaggi d'affari rilevati da Uvet Amex. Cosi' tra le citta' Londra e' in crescita (dall'8,6% all'8,9%) e analogamente Amsterdam (dal 4,6% al 5%) e Madrid (dal 3,7% al 4,1%). La ricerca rileva un calo dei viaggi di lavoro a Bruxelles (dal 5,5% dello scorso anno al 4,9% di quest'anno).

"Nonostante le sanzioni dell'Unione Europea verso la Russia - afferma Enrico Ruffilli, a.d. di Uvet Amex - gli spostamenti italiani per motivi di business verso quel Paese registrano un arretramento al 2,7% del 2015 e comunque inferiore a quello registrato tra 2014 e 2013. Analogamente le tensioni legate alla Siria e al terrorismo internazionale hanno tenuto gli uomini d'affari italiani piu' lontani dalla Turchia dove gli spostamenti sono calati di oltre mezzo punto percentuale".

A livello intercontinentale la spesa dei viaggi d'affari si concentra ancora di piu' sul Nord America (in particolare gli Stati Uniti) che rappresenta ora il 38,6% dei viaggi monitorati. Crescono Estremo e Medio Oriente, calano il Sud America e l'Asia.

Basata su un campione di 700 aziende clienti di Uvet AmericanExpress, con spese di viaggio comprese tra i 20 mila e i 15 milioni di euro annui, la Business Travel Survey prende in esame anche l'andamento dei prezzi medi dei pernottamenti in hotel nelle principali mete dei viaggi d'affari. A New York e Londra le tariffe medie sono rimaste le piu' care al mondo e sono aumentate ancora nei primi nove mesi di quest'anno. A New York l'incremento piu' pesante: quasi il 40% in piu' rispetto allo stesso periodo del 2014, e prezzi lievitati a 335 euro per notte. A Londra l'aumento delle tariffe medie e' stato del 13,4% per raggiungere quota 271 euro a pernottamento. Parigi (213 euro notte - 5 posto) viene scavalcata al terzo e quarto posto da Hong Kong, con tariffe in crescita dell'11,5% a 232 euro, e Dubai con prezzi in salita (+11,5%) a 232 euro. La ricerca di Uvet Amex ha rilevato uno scatto in avanti (+30%) anche per le tariffe alberghiere a Shangai (190 euro/notte) che tuttavia non supera Singapore (195 euro/notte). Anche ad Amsterdam (177 euro/notte) nell'ultimo anno i prezzi medi degli hotel sono cresciuti del 16%. Bruxelles unica meta non italiana dove le tariffe alberghiere sono calate: -6,6% a 155 euro.

"A Milano, nonostante il temuto effetto Expo - commenta Ruffilli - la nostra indagine segnala un incremento del 10% dei costi di pernottamento nei primi nove di quest'anno rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Il capoluogo lombardo con i suoi 151 euro di media a notte e' tra le citta' piu' convenienti al mondo dove recarsi per affari".

La citta' italiana con gli hotel piu' cari resta Venezia dove, rispetto ai primi nove mesi del 2014, i prezzi sono aumentati del 33% portando la tariffa media a 185 euro. In Italia dietro Venezia e Milano si collocano Firenze (140 euro/notte) con prezzi stabili e Roma (130 euro, + 4%). A Napoli i prezzi medi superano quota 100 euro (102 euro/notte, + 5%), superando Genova che con prezzi in calo dell'11,2% e' adesso la citta' piu' economica con 95 euro di media a pernottamento.

Data: 02 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Offline

Avvenire

I viaggi d'affari sentono la ripresa

Giuseppe Matarazzo
Milano

I viaggi d'affari sono un termometro assai indicativo dell'andamento dell'economia. Se le imprese investono in spostamenti, guardano altri orizzonti, si spostano con facilità vuol dire che c'è fermento e ottimismo. Così se dalla Business Travel Survey, l'indagine periodica sui viaggi d'affari di Uvet American Express, emerge che nei primi nove mesi del 2015 si è registrata una crescita del 6% rispetto allo stesso periodo del 2014, è evidente che il mondo economico è tornato a "volare". Un dato che arriva dalla 13esima edizione del BizTravel Forum (anche oggi a Fiera Milano City), la kermesse di riferimento per la mobilità aziendale organizzato da Uvet (polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro), che ieri ha diffuso inoltre la previsione del Pil 2016: secondo l'Uvet Travel Index, curato per la parte scientifica da The European House - Ambrosetti, alla fine del 2016 la crescita sarà dell'1,6% rispetto al 2015. L'indice rileva anche che nel quarto trimestre di quest'anno la crescita sarà dello 0,36%, il che permetterà di chiudere il 2015 con un incremento dello 0,87%. Più o meno in linea con le previsioni di Istat e governo. «I dati che emergono – spiega Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet – sono incoraggianti e, se confermati, implicheranno l'uscita dell'Italia dalla fase di stagnazione e bassa crescita aprendo la porta a scenari più rosei». A crescere sono soprattutto le mete intercontinentali (+3%). Se verso l'Europa c'è stata una lieve contrazione (-1%) degli spostamenti per lavoro, in Italia il calo è stato compensato dalla crescita del trasporto ferroviario (+15% dal 3° trimestre 2013 rispetto al 3° trimestre 2015), soprattutto sulle tratte dell'alta velocità ferroviaria, dove – per l'effetto della concorrenza – le tariffe sono diminuite dell'8,5% circa dal terzo trimestre 2013.

Fra i protagonisti di ieri al Forum c'era Luca Cordero di Montezemolo. Il presidente di Alitalia ha attaccato sul fronte della "governance" del turismo: «In un paese serio l'Enit andrebbe chiuso» ha detto, aggiungendo che «ci vorrebbe un'organizzazione che non spende quasi tutto il suo budget in stipendi». E, da ex presidente della Ferrari, non ha risparmiato una frecciata a Sergio Marchionne: «Ferrari è diventata il bancomat di Fiat» ha commentato, aggiungendo poi, con tono ironico: «Ne sono orgoglioso e contento».

Tornando al mondo dei viaggi, è interessante osservare la tendenza del turismo digitale. Nel mercato europeo il 47% dei viaggiatori utilizza ormai i motori di ricerca per pianificare i propri viaggi e nel 2015 le prenotazioni di vacanze e viaggi da mobile sono raddoppiate passando dal 12% al 23%. Temi di cui si parlerà a Firenze, oggi e domani, nell'ottava edizione di Bto – Buy Tourism Online, la manifestazione di riferimento per il mondo del turismo 2.0, che si svolgerà alla Fortezza da Basso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Data: 02 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Offline

il Resto del Carlino

L'ottimismo dell'Uvet Travel Index «Il Pil 2016 arriverà a +1,6%»

Alla fine del 2016 il Pil italiano crescerà del 1,6% rispetto al 2015. È la previsione dell'Uvet Travel Index, l'indice ideato dal gruppo Uvet, polo del turismo con un giro da affari di 2,2 miliardi di euro

Data: 03 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

IL GIORNO

Dubai e Astana, Uvet entra nell'affare Expo

Non solo viaggi, ma anche eventi nel portafoglio del gruppo turistico

– MILANO –

CHIUSO il capitolo Milano, Uvet pianifica le operazioni delle prossime Esposizioni universali: Astana e Dubai. Nel mezzo, le Olimpiadi di Rio del 2016, che stanno già muovendo il mercato in Italia. Tutti appuntamenti a cui il colosso del turismo intende presentarsi non solo con il proprio catalogo di viaggi, ma anche con il contorno di attività sperimentate proprio all'Expo di Milano. Vedi alla voce «allestimenti e gestione di eventi». Oltre al padiglione degli Stati Uniti, di cui il tour operator era sponsor, Uvet ha coordinato la regia delle attività di altri dodici Paesi sul sito di Rho-Pero, tra cui Ecuador, Argentina, Angola, Bahrain, Israele e Uruguay. «Ci siamo occupati di allestimenti, comunicazione, logistica e accomodamento – spiega Luca Patanè, presidente della società –. Abbiamo gestito circa 250 appartamenti per le persone che lavoravano». L'obiettivo è di replicare il modello anche alle prossime Expo, nel 2017 ad Astana, in Kazakhstan, e nel 2020 a Dubai, negli Emirati arabi uniti. «Possiamo fare da hub per le imprese italiane, anche per attività che non sono il nostro business principale», insiste il numero uno. «Le Olimpiadi di Rio sono il prossimo grande evento – continua –, possiamo cooperare con le troupe televisive». Parola d'ordine: diversificare. Anche perché il «business principale», i viaggi, hanno sofferto, almeno all'inizio, durante il semestre di Expo, per la quale Uvet ha venduto 575mila biglietti e acquistato duemila camere. «I primi due mesi non sono andati bene, abbiamo restituito il 60% delle camere – precisa il presidente –. Sono stati spesi pochi soldi in promozione, bisognava iniziare anni prima. Expo un po' di soldi ce li ha resi, ma sarebbe stato un anno straordinario senza quegli errori».

OLIMPIADI

Scatta la domanda per Rio 2016
I prezzi delle camere stanno calando il gruppo scatta con gli acquisti

PATANÈ anticipa che Uvet chiuderà il 2015 con un margine operativo lordo tra gli 8 e gli 11 milioni di euro, in linea con i 10 milioni dello scorso anno. Tuttavia, la previsione per il 2016 è di raddoppiarlo a 20 milioni. «È proprio per effetto delle iniziative di incoming», aggiunge Patanè. Il prossimo dossier caldo è Rio. Mentre in Italia aumenta la richiesta di viaggi in Brasile nel 2016 e i prezzi delle camere sono in discesa, Uvet scalda i motori per la campagna acquisti.

Luca Zorloni

Data: 14 Dicembre 2015
Periodicità: Quotidiano
Pubblicazione: Online

Il 2016 vedrà il player effettuare investimenti nell'incoming e nel settore dei grandi eventi

Luca Patanè verso quota 20 milioni

Non ha problemi a dire che il Gruppo Uvet chiuderà l'anno in linea rispetto al 2014, con un'ebidta tra gli 8 e gli 11 milioni di euro. Ma subito dopo Luca Patanè aggiunge il carico da undici: "L'anno prossimo voglio arrivare a 20 milioni".

Il 2016 sarà l'anno dei grandi investimenti sull'incoming: "Ci investiremo parecchio: Expo è stata un'esperienza che ci ha insegnato a gestire il turismo incoming, anche se avevamo sbagliato le previsioni sull'occupazione alberghiera" (il 60 per cento delle camere comprate da Uvet è rimasto invenduto nei primi due mesi della manifestazione).

Il prossimo passo, lascia intendere il manager, saranno le altre esposizioni universali, Astana e Dubai: prima però ci saranno le Olimpiadi in Brasile, un evento per il quale Uvet ha comprato 5mila biglietti e sta tuttora acquisendo camere d'albergo. "Abbiamo moltissime richieste per il Brasile, non ce lo aspettavamo, ma molte aziende vogliono organizzare eventi a Rio durante i Giochi".

Oltre ai grandi eventi, i progetti di casa Uvet passano anche dal tour operating, articolato tra Uvetgo e World Heritage.

Il primo gestirà il Twiga Beach Resort in Kenya. "Oggi il Kenya non è un azzardo - spiega Beppe Pellegrino, project manager del t.o.: già da mesi avevamo individuato questa zona dell'Africa come una destinazione meritevole di essere valorizzata". Nelle intenzioni dell'operatore, poi, la destagionalizzazione dell'offerta alle adv: "Nessuna azione pubblicitaria ci ha portato tanta fidelizzazione tra i clienti come la gestione del Santo Stefano".

BUSINESS TRAVEL SURVEY 2015

Dicembre 2015 - full version

UVET AMERICAN EXPRESS
GLOBAL BUSINESS TRAVEL

UNICITÀ VOCAZIONE

emozione talento
uvet
BUSINESS TRAVEL & MOBILITY | LEISURE TRAVEL | SERVICES | EVENTS

biztravel FORUM2015

1-2 dicembre 2015 - Milano City MiCo

Non la solita zuppa sul turismo

La Community della Mobility, degli Eventi e del Turismo.

registrati gratuitamente su: biztravelforum.it

Global Sponsor

un evento esclusivo by:

UVET American Express Global Business Travel

uvetgbt.com

Direzione Marketing e Comunicazione
UVET American Express Global Business Travel
marketing@uvetgbt.com
Tel. 02.81838031