



Rassegna Stampa 2016

UVET American Express Global Business Travel

uvetgbt.com



GLOBAL
BUSINESS TRAVEL

Data	Testata	Titolo	Pag.
19 gen	Corriere della Sera	Cento manager per le trasferte	5
22 gen	Il Sole 24 Ore	Uvet cerca cento professionisti	6
01 feb	Il Giorno	Pacchetti viaggi su misura. Uvet arruola cento specialisti	7
08 feb	Affari&Finanza	Più viaggi d'affari, ma sono cambiate le destinazione	8
10 feb	TravelQuotidiano	Luca Patanè e Uvet premiati al Summit dei Numeri Uno d'Italia	9
02 mar	Milano Finanza	Uvet si allea con un fondo cinese	10
02 mar	Il Sole 24 Ore	Joint venture cinese per Uvet	11
03 mar	Il Giorno	Uvet, prima joint venture con la Cina	12
14 mar	TTG Italia	Uvet tra inbound e network. Il grande Risiko di Patanè	13
20 mar	Avvenire	Uvet punta forte sugli arrivi cinesi	15
Mar	MissionFleet	La Tesla mette un piede nel mondo del noleggio Tripitaly Drive	16
13 apr	TTG Italia	Le aziende del turismo si sfidano nel torneo della Fond. Atlante	18
19 apr	Travelnostop.it	Clubviaggi, a giugno inaugura il nuovo resort Mursia Pantelleria	19
02 mag	GuidaViaggi	Patanè, Uvet: «Non numeri, ma progetti»	20
17 mag	Milano Finanza	Join venture Uvet-OTN Travel Network	21
18 mag	Agenzia di Viaggi	Uvet si allea con OTN: l'obiettivo è il sud	22
23 mag	Affari&Finanza	Uvet, joint venture con Yong Cheng. In Italia un milione di cinesi	23
01 giu	Il Giorno	Sei Cavalieri del Lavoro vanto lombardo	24
02 giu	weBitmag	Mattarella nomina Cavaliere del Lavoro Luca Patanè di Uvet	25
29 giu	Panorama	Quest'estate l'Italia farà il pieno di turisti	26
05 lug	TTG Italia	Bloccare il biglietto e pagare in seguito. Debutta in Italia Airfinder	29
03 ago	Libero	Mercati incerti: frena la crescita dei viaggi d'affari	30
21 set	Il Giorno	Agenti viaggi su misura. Uvet ne cerca cinquanta	31
03 ott	TTG Italia	Uvet rivoluziona il leisure	32
24 ott	Il Sole 24 Ore	Flotte aziendali più efficienti	33



Data	Testata	Titolo	Pag.
02 nov	TTG Italia	HackathonBiz, contest di Uvet Talent Garden per la Via Francigena	34
04 nov	Il Sole 24 Ore	BizTravel Forum. Sfida per rilanciare la Via Francigena	35
14 nov	Corriere Economia	Si, viaggiare. Sulle rotte del turismo tech	36
15 nov	TravelQuotidiano	Al via BizTravel Forum. Patanè: «Un sistema comune per i big data»	37
15 nov	Ansa.it Economia	Più viaggi d'affari, ma spendendo meno	38
16 nov	Corriere della Sera	Viaggi d'affari, Parigi non soffre gli attentati: resta leader in Europa	39
16 nov	Agenzia di Viaggi	Viaggi d'affari in evoluzione tra Big Data, mobilità e Jobs Act	42
16 nov	Milano Finanza	Uvet, in Italia crescono i viaggi d'affari	43
16 nov	GuidaViaggi	Uvet: non si ferma la voglia di shopping	44
16 nov	Metro	PIL: Uvet Travel Index, nel 2016 crescerà dello 0,9%, nel 2017 +0,8%	45
16 nov	Agenzia di Viaggi	BizTravel, l'incognita Brexit per le trasferte di lavoro	46
17 nov	Gazzetta dello Sport	Parigi prima per viaggi d'affari. In Italia la città preferita resta Milano	47
17 nov	TTG Italia	PTS modello LinkedIn: quando il geometra sponsorizza l'agente	48
17 nov	Il Sole 24 Ore	Più viaggi d'affari ma la spesa media è in contrazione	49
18 nov	TTG Italia	Luca Patanè: nuove acquisizioni in vista per Uvet	50
21 nov	TTG Italia	Biz, la quarta rivoluzione industriale	52
Nov	Silhouette Donna	Io organizzo il viaggio	53
Nov	La Freccia	Business Travel trend e nuove frontiere	56
02 dic	Agenzia di Viaggi	Un database unico: il sogno di Patanè	57
11 dic	Corriere della Sera	«Agli indigenti le camere d'albergo che restano vuote»	58
14 dic	Milano Finanza	Uvet lancia servizio online	59
16 dic	Il Giornale	Patanè dona un Natale in hotel ai padri separati	60
21 dic	Il Tirreno	Il resort Le Picchiaie gestito da Clubviaggi	61
23 dic	Il Sole 24 Ore	Uvet si aggiudica Le Picchiaie	62

Cento manager per le trasferte

Sono i professionisti cercati dalle aziende per gestire i viaggi fuori sede dei dipendenti

Si cercano cento nuovi "travel manager" entro la fine dell'anno. Se si considera che oggi in Italia — secondo una valutazione della società di viaggi d'affari Uvet American Express (Uvet Amex) — ci sono in tutto tra i 1.500 e i 2.000 travel manager, vuol dire che la caccia riguarderà una percentuale di addetti compresa tra il 5 e il 6,7% della forza lavoro attuale. Tenendo conto che il travel manager è il professionista che gestisce e ottimizza la mobilità dei dipendenti, si comprende l'importanza crescente che sta assumendo nelle imprese sottolineando un numero: 30,8 milioni. Tanti, secondo la società di "global hotel solutions" Hrs, sono stati i viaggi di lavoro effettuati dalle aziende italiane nel 2015.

A parere del Ceo di Uvet Amex Enrico Ruffilli, «c'è una correlazione molto forte tra gli spostamenti per affari e l'esportazione del made in Italy. In altre parole — continua Ruffilli — più si viaggia più si esporta. Per questo sta aumentando il numero di imprese che creano al proprio interno la posizione di travel



ILLUSTRAZIONE DI XAVIER POIRET

manager per ottimizzare missioni e trasferte del personale».

Proprio Uvet ha appena terminato una ricerca che traccia l'identikit dei professionisti del settore concludendo che, allo stato attuale, chi fa quel lavoro è inquadrato per il 12% come dirigente (con una retribuzione annua lorda in media di 99.167 euro), per il 27% da qua-

dro (55.831 euro) e per il 61% come impiegato (31.722 euro). Solo uno su cinque si occupa però esclusivamente di travel management, il restante 80% è inserito all'interno di altre funzioni di supporto al business: servizi generali, acquisti e assistenza alla direzione.

Ma da quale esperienza può provenire chi voglia candidarsi all'attività di travel manager

aziendale? Per Uvet allo stato attuale la maggior parte dei professionisti già operativi viene dalla funzione Segreteria e servizi e dagli Acquisti, ma c'è anche un 18% che prima lavorava nei Tour operator o nelle Agenzie viaggio.

I futuri travel manager dovranno anche individuare nuove strade per ottenere ulteriori riduzioni di costi. Secondo Hrs, che ha condotto uno studio per svelare i costi nascosti nelle trasferte dei dipendenti, una grande via di risparmio sarebbe la sostituzione delle fatture cartacee con quelle digitali. Si valuta infatti che ogni nota spese per un viaggio d'affari con alloggio richieda in media 20 minuti e costi 53 euro per l'elaborazione. Dal canto suo Cwt-Carlson Wagonlit, altro big della gestione dei viaggi d'affari, per il 2016 segnala un trend di cui dovranno tener conto i travel manager: l'attenzione agli "Smart data", cioè a quella parte dei Big data davvero utili da permettere di offrire viaggi "à la carte" ai clienti corporate.

Enzo Riboni

© RIPRODUZIONE RISERVATA

RECRUITING

Uvet cerca cento professionisti

Uvet annuncia il reclutamento di 100 professionisti. Il profilo professionale richiesto - recentemente inserito nel Quadro Regionale degli Standard Professionali (QRSP) - è quello del Personal Travel Specialist, a tutti gli effetti una soluzione di lavoro indipendente, senza contratto di assunzione ma con un contratto di collaborazione tra le parti che permette alla singola persona, attraverso gli strumenti tecnici e operativi forniti da Uvet/ Last Minute Tour, di operare nella vendita di prodotti turistici. Ai possibili interessati, in possesso degli skills richiesti, è richiesto di compilare e inviare l'apposita scheda presente sul sito www.consulentiuvet.com, al quale seguirà l'eventuale invito ad uno dei diversi "Recruiting Day" pianificati a partire da fine Gennaio.

L'OCCASIONE D'ORO IN LOMBARDIA



AL TIMONE Luca Patanè è presidente del gruppo Uvet, che sviluppa un giro d'affari di 2,2 miliardi all'anno

Pacchetti viaggio su misura Uvet arruola cento specialisti



Il contratto prevede un'autonomia da parte dell'agente turistico nella gestione dei propri turni di lavoro e nel portafoglio di clienti. Il piano fa parte di un programma triennale

Cosimo Firenzani
MILANO

PROFESSIONISTI provenienti dal mondo delle agenzie di viaggi disposti a diventare consulenti per lavorare in modo indipendente, senza agenzia e con gli strumenti tecnici forniti da Uvet. Il gruppo sta cercando 100 personal travel specialist a Milano e in tutta Italia. In altre parole: consulenti e venditori di prodotti turistici tagliati su misura del cliente. La nuova figura professionale è stata lanciata nell'ottobre 2014 con un piano che prevede accordi con 250 professionisti in 3 anni e di recente è stata inserita nel

Quadro regionale degli standard professionali. Fino alla fine di febbraio sono aperte le candidature: agli interessati è richiesto di compilare e inviare l'apposita scheda presente sul sito www.consulentiuvet.com. Solo dopo i candidati verranno invitati ad uno dei Recruiting day in programma nelle prossime settimane per i colloqui. Uvet Viaggi Turismo fu fondata a Milano nel 1950 da Francesco Patanè, padre dell'attuale presidente Luca Patanè. In quegli anni, inizia la propria crescita che la farà diventare uno dei principali player nel settore dei viaggi d'affari, degli eventi, dei servizi e delle vacanze in Italia e in Europa con circa 900 dipen-

denti. Il giro di affari si aggira intorno ai 2,2 miliardi di euro ogni anno. Sul fronte del turismo d'affari nel 2002 Uvet ha portato a termine un accordo con American Express, colosso delle carte di credito e il più grande fornitore mondiale di servizi per la gestione dei viaggi per le aziende (presente in 140 Paesi). Ma quali sono i requisiti richiesti da Uvet per diventare personal travel specialist? L'unico requisito è aver già fatto un'esperienza nel mondo delle agenzie di viaggi. «L'inquadramento - spiegano dal gruppo Uvet - è una soluzione di lavoro indipendente, con un contratto di collaborazione tra le parti che permette alla singola persona, attraverso gli strumenti tecnici e operativi forniti da Uvet/Last Minute Tour, di operare nella vendita di prodotti turistici. Il contratto non prevede nessun minimo garantito e si sviluppa secondo le normative ufficiali del procuratore».

Più viaggi d'affari, ma sono cambiate le destinazioni

PREMIATIGLI SCALI DEL NORD AMERICA IN CRESCITA DAL 33 AL 35,9 PER CENTO. AUMENTANO VERSO L'ESTREMO E IL MEDIO ORIENTE MENTRE PERDONO QUOTA LE METE SUDAMERICANE E SUD EST ASIATICHE

Irene Scalise

Roma

Nelle lounge degli aeroporti si riconoscono immediatamente. Giacca, cravatta, computer sotto il braccio ed aria stressata. Sono quelli che viaggiano per affari: manager, consulenti, avvocati. Spesso passano più tempo in aereo che in ufficio e sbarcano in città di cui conoscono solo gli alberghi e qualche sala riunione. Per anni la crisi ha rallentato i loro ritmi ma sembra essere arrivata la ripresa. Secondo la *Business Travel Survey*, indagine eseguita da Uvet e American Express, nei primi nove mesi del 2015 il numero dei viaggi d'affari è cresciuto del 6 per cento rispetto allo stesso periodo del 2014. Anche se l'andamento non è uguale per tutte le destinazioni: sono soprattutto le mete intercontinentali ad essere battute (+3 per cento). E' ottimista Luca Patané, presidente del gruppo Uvet: «Più volte abbiamo detto che esiste una rela-

zione tra l'andamento dei viaggi d'affari e il Pil e i dati che emergono dall'Uvet Travel Index per il 2016 sono incoraggianti».

Attenzione però. Si viaggia di più ma si spende di meno. Le tariffe ferroviarie sono diminuite dell'8,5 per cento e quelle aeree del 4 per cento. Ma dove va chi si muove per lavoro? Per Patan «de trasferite premiano gli scali del nord America in crescita dal 33% al 35,9%. Aumentano verso l'Estremo e il Medio Oriente mentre perdono quota le destinazioni sud americane e asiatiche. Sono aumentati i viaggiatori che atterrano a Dubai e New York. Shanghai è la prima meta cinese e sono meno appetibili San Paolo e Singapore». E in Europa? «I movimenti verso la Germania si sono ridotti a vantaggio di Regno Unito e Francia mentre la crisi ucraina ha fatto diminuire i voli verso la Russia». Emirates risente in positivo dei nuovi trend e delinea la top 5 delle prenotazioni in business class: prima meta Dubai seguita da New York, Male, Hong Kong e Shanghai.

Anche gli alberghi vivono una sorta di second life grazie a questa fascia di viaggiatori. I gruppi di lusso, come il Four Season, si organizzano per accogliere gli ospiti con servizi personalizzati: accesso a internet più conveniente e accessi a servizi in grado di personalizzare e gestire le

prenotazioni in più sedi contemporaneamente. Ed è proprio l'elemento tecnologico che sarà indispensabile nel futuro tra wi-fi gratuiti, clouding e smart device.

Cosa vogliono i capricciosi travel manager? Lo spiega la ricerca "Trendsetting 4.0 le frontiere dell'hotellerie per il business travel". Il 96% chiede l'introduzione di sistemi automatizzati per velocizzare i check in e check out e l'accesso alle camere. Ma soprattutto i viaggiatori sognano un'interfaccia che permetta, tramite smartphone, la registrazione e la gestione dei pagamenti. Non solo velocità però. Anche alcuni servizi di qualità sono considerati irrinunciabili: il wi-fi gratuito, l'affaccio su strade facilmente raggiungibili e anche la vicinanza degli hotel ai principali luoghi di lavoro. Si scopre, a sorpresa, come le donne sono le più esigenti viaggiatrici d'affari. «Le manager sono quasi la metà tra chi si muove per lavoro» dichiara Crolyn Paerson, fondatrice di Maiden-Voyage. I progettisti Crea International hanno ideato una combinazione di uffici e strutture alberghiere per il Medio Oriente: «L'hotel diventa una sorta di ufficio pienamente operativo e l'ufficio offre i servizi di un hotel a 5 stelle. L'idea è creare un'oasi dove i viaggiatori possono riposare, e recuperare la fatica del viaggio, ma anche trovare una postazione attrezzata».

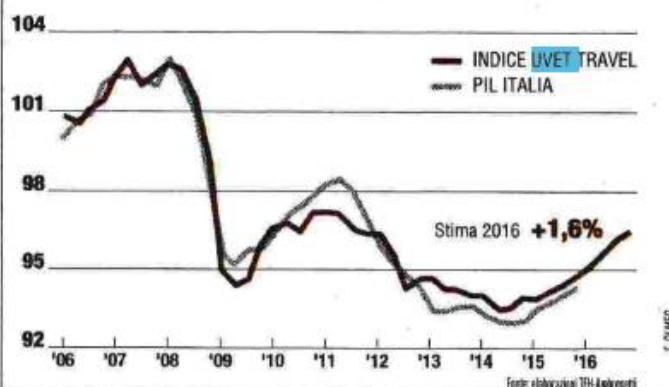
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ahmed bin Saeed Al Maktoum (1), pres. e ceo di Emirates Airline ed Emirates Group
Luca Patané (2), pres. Uvet



LA RIPRESA DEI VIAGGI D'AFFARI



Luca Patanè e Uvet premiati al Summit dei Numeri Uno d'Italia

[0] 10 febbraio 2016 12:43



Luca Patanè, presidente Gruppo Uvet, è stato riconosciuto imprenditore numero uno a capo di un gruppo che si conferma leader nel proprio comparto. L'8 febbraio si è tenuto, presso l'Hangar Bicocca di Milano, il primo Summit dei Numeri Uno d'Italia, con la partecipazione di 100 imprenditori che con le loro attività qualificano il Made in Italy e sostengono il prestigio del sistema imprenditoriale italiano

nel mondo. All'evento, organizzato da Class Editori, hanno partecipato i leader delle grandi imprese, ma anche di quelle di piccole e medie dimensioni che sono numeri uno nel loro settore, tra cui il Gruppo Uvet. Il Summit, alla sua prima edizione, è nato con l'intenzione di creare tra i leader italiani uno scambio d'idee, conoscenze e progetti al fine di rispondere alle domande più pressanti di questo momento storico. Si è discusso in merito al futuro dell'economia italiana ma anche di innovazione, big data e intelligenza artificiale. «Sono molto orgoglioso di essere stato selezionato come uno dei 100 imprenditori italiani più importanti – ha dichiarato Luca Patanè – e ringrazio Class Editori per aver riconosciuto il rilievo che la nostra azienda riveste da sempre nel turismo, un settore particolarmente significativo per il nostro Paese. La partecipazione a questo importante Summit è per me l'ennesimo stimolo a fare sempre meglio, l'eccellenza delle nostre imprese e del Made in Italy va salvaguardato e continuamente incentivato». Al presidente del Gruppo Uvet, la rivista Capital del gruppo Class Editori dedicherà quattro pagine all'interno di un numero speciale di 560 pagine che verrà distribuito nelle edicole delle principali capitali finanziarie europee, sul sito internazionale del magazine Global Finance e anche sul sito cinese del magazine Eccellenza Italia. Sono state inoltre organizzate, a sostegno dell'iniziativa, due mostre interattive a Pechino e New York.

VIA ALLA JOINT VENTURE CON ZHONG XIN INVESTMENT DEL GRUPPO YONG CHENG

Uvet si allea con un fondo cinese

L'obiettivo è portare 500 mila turisti del Dragone in Italia nel 2018. Il gruppo turistico, forte di un fatturato di 850 milioni nel 2015, per ora dice no a Tamburi e Fondo Strategico

DI ANDREA MONTANARI

I cinesi possono essere una risorsa, per l'Italia, anche in chiave turistica. E se è un dato di fatto che la massa più rilevante di viaggiatori del Paese della Grande Muraglia, soprattutto quelli di fascia media, arrivano a Milano, Roma, Venezia e Firenze principalmente per fare shopping (cultura ed enogastronomia restano un optional), è altrettanto vero che c'è un flusso enorme di persone interessate al sistema Paese-Italia. Per questa ragione, Uvet, il polo turistico controllato dalla famiglia Patanè, ha deciso di costituire una joint venture (la società italiana avrà il 51% del capitale) con un fondo cinese, Zhong Xin Investment del gruppo Yong Cheng, per sviluppare l'incoming. La newco si chiamerà Made in Uvet e conta di far



Luca Patanè

viaggiare nel Belpaese per questo primo anno almeno 50 mila persone provenienti dalla Cina. Flusso che salirà a 300 mila nel 2017 e a 500 mila nel 2018. Questo almeno nei piani di Luca Patanè, presidente di Uvet, che oltre ad aver avviato la procedura per lo sbarco diretto della sua società a Pechino ha stimato in 40 milioni il fatturato della

joint venture per quest'anno. Dato che, secondo le stime, salirà a 200 milioni per il 2017 e a 500 milioni per il 2018. Primo banco di prova sarà la finale di Champions League che si disputerà a Milano il prossimo 28 maggio alla quale Uvet potrebbe agganciare anche il Gran Premio di Formula1 di Montecarlo in calendario nello stesso week-

Lente della PboC sul Groupon cinese

di Andrea Pira

Il Groupon cinese rischia grosso. Secondo quanto riporta la stampa cinese il colosso Meituan, partecipato da Alibaba, è sotto la lente della People's Bank of China per aver gestito un servizio di pagamenti per i propri clienti, senza avere la licenza. La denuncia, scrive il settimanale *Caixin*, è partita da un avvocato di Shanghai, Xiong Wanli, che sulla piattaforma di microblog Weibo segnalava il fatto che Meituan permettesse ai propri clienti di collegare l'applicazione a carte di pagamento. Un'opzione che la stessa società ha confermato essere possibile da circa un anno, mentre di recente ha iniziato una collaborazione con Apple Pay e prima ancora con Alipay. In Cina tuttavia il servizio di pagamento conto terzi richiede un'apposita licenza della banca centrale e tra le 267 segnalate dalla PboC, non c'è quella per Meituan, che di recente si è fusa con Dianping di Tencent. (riproduzione riservata)

end. «È la prima joint venture italo-cinese nel settore del turismo italiano e rappresenta un'operazione strategica non solo per il nostro gruppo ma anche per l'intera economia nazionale», tiene a sottolineare Patanè. Il link è nato durante Expo 2015. Complessivamente la società ha chiuso il 2015 con un fatturato vicino agli 850 mi-

lioni, «L'obiettivo per il 2016 è arrivare a un margine operativo di 21-25 milioni. Un traguardo importante per noi raggiungibile con il buon esito dell'avvio della joint venture in Cina», specifica il numero uno del gruppo che l'anno scorso ha detto no all'ingresso nel capitale della Tip del banchiere Gianni Tamburi e, in alternativa, del Fondo Strategico



Italiano guidato da Maurizio Tamagnini. «Per ora non ci sentiamo pronti ad accogliere un socio. Ma in futuro mai dire mai, magari già quest'anno o nel 2017 cambio idea», ammette Patanè concentrato anche sullo sviluppo di altri business. Dall'online, dove il fatturato della controllata svedese è salito da 75 a 210 milioni, con l'obiettivo fissato per quest'anno di arrivare a 260 milioni di ricavi, al business travel che sta crescendo in maniera significativa dopo la sigla degli accordi con Fca e Finmeccanica, ossia i due big spender italiani del settore dei cosiddetti viaggi incentivi per i dipendenti.

Il gruppo, poi, si sta dedicando all'attività dell'organizzazione eventi e dopo l'Italia aprirà uffici a Londra e successivamente a Chicago. Infine, c'è il business della gestione dei resort: dopo il villaggio in Sardegna e quello in Kenya (entrambi ex Valtur), in estate verrà inaugurato quello di Pantelleria e in autunno una struttura in montagna. Target possibili sono strutture in Sardegna e a Zanzibar. «Stiamo trattando anche un resort a Taormina e uno a Venezia», anticipa Patanè che, infine, vuole definire tre acquisizioni nel settore delle agenzie viaggio arrivando entro l'anno dagli attuali 1.500 uffici ai 2.200 di fine anno. (riproduzione riservata)

Turismo. La nuova società si occuperà di promuovere gli arrivi in Italia dalla Cina: attesi 900mila visitatori nei prossimi tre anni

Joint venture cinese per Uvet

Francesco Prisco
MILANO

«Dopo l'esperienza di Expo 2015 Uvet debutta nel segmento incoming: pronta una joint venture con i cinesi che porterà qui in Italia qualcosa come 900mila turisti della Repubblica popolare in tre anni, per ricavi destinati a crescere progressivamente fino a quota 500 milioni del 2018.

L'annuncio arriva da Luca Patanè, presidente del gruppo che qui da noi è leader nella fornitura di servizi e soluzioni per viaggi, mobility, turismo ed eventi. Se il 2015 è stato un anno ricco di soddisfazioni, con il giro d'affari chiuso a 2,5 miliardi per una crescita del 13% sull'anno precedente, il 2016 promette altrettanto bene. Soprattutto sul versante dell'inter-

nazionalizzazione: Uvet ha infatti siglato con Zhong Xin Investment, costola del gruppo cinese Yong Cheng, un accordo che sancisce la nascita di una joint venture italiana al 51% che si occuperà di incoming dalla Cina all'Italia.

L'obiettivo è portare già quest'anno 500mila persone per 40 milioni di ricavi, passare il prossimo a 300mila turisti e 200 milioni di ricavi e arrivare al 2018 con 500mila visitatori e un fatturato di 500 milioni. Il debutto del progetto coinciderà con la finale di Champions 2016 a Milano, mentre altri "attrattori" saranno rappresentati dal Gran Premio di Montecarlo e da quello di Monza.

«Grazie a Expo - spiega Patanè - abbiamo imparato che in Cina esiste una clientela interes-

sata all'offerta italiana di eccellenza. È quella la fascia di mercato che puntiamo ad aggredire, con ritorni importanti». L'esperienza dell'esposizione universale per il gruppo è stata «a luci e ombre: bene - spiega il presidente - per quanto riguarda le relazioni, meno per i conti», se consideriamo che Uvet (13 padiglioni gestiti e 575mila biglietti venduti) nell'esperienza ha «perso qualcosa come 4 milioni. Se riusciremo a incassare i crediti che ventiamo, arriveremo a circa 1,8 milioni di perdite».

Il gruppo che conta mille addetti, in ogni caso, continua a crescere: quest'anno investirà complessivamente 15 milioni che, oltre ad alimentare la partita cinese, serviranno a effettuare tre nuove

acquisizioni che dovrebbero portare il network complessivo a quota 2.200 agenzie. Sul segmento villaggi vacanze che vale il 2% del giro d'affari di Uvet, il gruppo già proprietario di villaggi in Sardegna, Kenya e Pantelleria, si appresta ad aprire attività a Taormina e Venezia.

«Il core business - spiega Patanè - resta comunque quello della gestione viaggi per le aziende, segmento che ci ha visto acquisire clienti importanti come Fca e Finmeccanica». Quanto alle voci sul possibile accesso di fondi di private equity nel capitale sociale, il presidente chiude il discorso: «Se n'è parlato più volte e anche con soggetti autorevoli. La verità è che faccio fatica a immaginarmi con un socio».

 @MrPrisco

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Incoming

GLI EVENTI

Il debutto del progetto coinciderà con la finale di Champions 2016 a Milano; si punta anche sul Gran Premio di Formula Uno di Monza

Con il termine anglosassone «incoming» vengono identificati i flussi turistici in entrata da Paesi terzi. In pratica si stimano quanti turisti stranieri visitano un Paese in un dato periodo di tempo. Si tratta di un complesso di indicatori molto importante perché consente di stimare anche la quantità di valuta (o di ricchezza, nel caso di flussi interni all'area euro) che entra in un paese per effetto del turismo dall'estero

Uvet, prima joint venture con la Cina Mezzo milione di turisti dal Dragone

La sfida della nuova società italo-orientale. Patanè: «Ricadute positive»

Luca Zortoni
MILANO

L'OBIETTIVO è far atterrare in Italia entro il 2018 mezzo milione di cinesi, moltiplicando per dieci il risultato del 2016. Nasce su queste basi Made in Uvet, joint-venture italo-cinese tra il gruppo Uvet e gli orientali di Zhong Xin Investment. «È la prima società del genere nel settore del turismo italiano», spiega Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet. La nuova joint venture è partecipata al 51% dagli italiani e al 49% dai cinesi. Vanno definite le operazioni strategiche, a cominciare dal nome del marchio con cui Made in Uvet si presenterà sul mercato del colosso asiatico. I due partner si sono dati tempo fino all'estate.

L'ITALIA è una meta che piace al Dragone, tuttavia Roma detiene ancora una quota di turismo cinese inferiore alle potenzialità (due milioni ogni anno). Nei prossimi dodici mesi il gruppo guidato dalla famiglia Patanè mira ad arrivare a 50mila visitatori, da raddoppiare nel 2017 e decuplicare, a 500mila entro il 2018. Il numero uno di Uvet promette «ricadute positive per l'indotto» del sistema turistico nazionale, specie per l'industria della moda e del lusso. La joint-venture rientra in un piano di investimenti da 15 milioni di euro per il 2016. «Una stima prudente per quest'anno è di arrivare a 21 milioni di euro di margine operativo lordo - spiega il presi-



VERTICE
Luca Patanè
presidente Uvet

dente Patanè - fino a un massimo di 25 milioni». I primi passi di Made in Uvet, ad esempio, potrebbero orientare verso la parte alta di questa forbice i risultati del gruppo, così come l'esito dei viaggi in Brasile per le Olimpiadi. «Siamo partner del Coni - ricorda il numero uno -. Siamo facendo un'operazione di vendita di pacchetti con biglietti e appartamenti. Abbiamo richieste per 1.500 persone». Le Olimpiadi sono il primo appuntamento mondiale che Uvet gestisce dopo l'Expo di

Milano. Prossime destinazioni sono Astana 2017 («stiamo cercando di fare qualcosa su padiglione Italia», spiega Patanè) e Dubai 2020. Mentre si chiudono i conti delle controllate, Uvet stima di incassare nel 2015 «18 milioni di margine operativo lordo - precisa il presidente -, con un fatturato complessivo di circa 850 milioni di euro e un giro d'affari di 2,5 miliardi di euro, in crescita del 13% sul 2014». Sarebbe potuto essere l'anno record, ma pesa il rosso da 4 milioni di euro dell'operazione



La scheda

Il matrimonio

Made in Uvet, joint-venture italo-cinese tra il gruppo Uvet e gli orientali di Zhong Xin Investment, è la prima società simile nel settore del turismo in Italia

L'obiettivo

Nei prossimi dodici mesi il gruppo mira ad arrivare a 50mila visitatori un risultato da raddoppiare nel 2017 e decuplicare entro il 2018

Expo 2015, di cui 1,8 milioni sono crediti vantati verso il padiglione degli Stati Uniti. Un investimento che per Patanè è stato utile per gettare i ponti con partner stranieri e per rivendere, tra i servizi offerti, l'organizzazione e la gestione di eventi. A breve aprirà a Londra la filiale inglese di Uvents. E completa la strategia l'avvio di nuovi villaggi: il resort Mursia a Pantelleria quest'estate, in autunno il primo Alps Resort, mentre nel 2017 strutture in Sardegna e a Zanzibar.

Intanto, proseguono su più fronti le trattative per l'acquisizione di nuove reti di distribuzione in Italia

Uvet tra inbound e network Il grande Risiko di Patané

Il gruppo annuncia la creazione di una joint venture per portare i turisti cinesi nella Penisola

Di questi tempi, nel turismo c'è chi si concentra sull'incoming, chi invece tenta di ampliare la presenza sul territorio, chi esplora le potenzialità delle nuove tecnologie, chi scommette sugli eventi, chi gioca la carta dei resort.

Poi, c'è chi fa tutto questo insieme. Ed è il caso del gruppo **Uvet**, ormai diventato una vera e propria galassia attiva in tutto ciò che può essere definito 'turismo'. Una galassia, appunto, all'interno della quale orbitano 2,5 miliardi di euro di giro d'affari, pronti a diventare 2,6 nel 2016.

Come in una partita a Risiko, esistono due possibili strategie: concentrare le proprie armate su un solo territorio e da lì partire alla conquista del mondo, sferrando il maggior numero possibile di attacchi per volta, oppure distribuire le proprie forze su più territori e procedere un passo dopo l'altro, in contemporanea, su più fronti.

Uvet ha già dimostrato negli anni scorsi di prediligere il secondo approccio. E lo conferma anche in questo 2016.

Tra le principali novità, la joint venture con Zhong Xin Investment, parte del Gruppo Yong Cheng (attivo in diversi settori, dalle televisioni al tour operating), di cui **Uvet** detiene il 51 per cento.

L'obiettivo è di portare in Italia 50mila turisti del Dragone entro la fine dell'anno per salire a 100mila nel 2017 e arrivare a 500mila nel 2018.

Sul piatto, 40 milioni di euro di fatturato da qui a dicembre per arrivare a 500 milioni nel 2018 "con un ebitda del 12 per cento circa", precisa Patané, che aggiunge: "Il

debutto sarà la finale di Champions, quando porteremo in Italia 2mila cinesi con un piccolo tour".

Tra inbound e Mice

Una mossa che affonda le radici nell'esperienza Expo. Che, se non ha arricchito le casse di **Uvet**, sicuramente ha contribuito a creare una rete di relazioni dalla quale è nata anche la joint venture cinese.

Anche se "le relazioni non sono monetizzabili", come sottolinea lo stesso Patané. Il presidente di **Uvet** ammette di essere stato un "expo-ottimista della prima ora". Ora, guardando unicamente i conti, l'esperienza è in perdita "di circa 4 milioni - afferma senza giri di parole Patané -. Di questi, 1,8 milioni sono mancati versamenti da parte del padiglione Usa". Senza contare i 'dollari' ancora da ricevere, dunque, il negativo sarebbe quasi dimezzato.

Ma, al di là dei numeri, c'è stata l'occasione di stringere mani e fare nuove conoscenze. Il presidente sottolinea "la qualità degli interlocutori".

Tra le cose che potevano funzionare meglio, Patané sottolinea anche "gli eventi in città: gli espositori hanno speso molto per gli allestimenti ed è rimasto poco per il resto".

Ma le new entry per l'anno non si concludono qui. Se da un lato Patané attacca sul fronte incoming, procede l'offensiva anche su quello degli eventi. "Confido molto nell'apertura del nostro nuovo ufficio a Londra", prosegue il presidente del gruppo. Aprirà infatti i battenti Uevents Uk, con quartier generale a Londra, dedicato proprio al seg-

mento Mice. Perché c'è ancora spazio per il business degli eventi, "ma per gli italiani che li organizzano all'estero", sottolinea.

Acquisizioni in vista

E le agenzie di viaggi? Neanche in questo segmento **Uvet** vuole restare fermo. E Patané non nega di avere progetti anche su questo fronte. "Siamo in trattative per 2-3 acquisizioni. E la mia speranza è che vadano in porto tutte". Il che porterebbe la rete di punti vendita a passare da 1.500 a 2.200 entro la fine dell'anno.

Contemporaneamente, **Uvet** Resorts non vuole restare al palo. E, dopo il Santo Stefano in Sardegna e il Twiga Resort in Kenya, si prepara ad accogliere il Resort Mursia a Pantelleria (per la prossima estate) e il primo Alps Resort. E per il futuro il mirino è puntato su nuove gestioni in Sardegna e a Zanzibar.

Tutto da soli? Sostanzialmente sì. "Alcuni si sono fatti avanti, ma faccio fatica a vedermi con un socio" afferma Patané. E nemmeno la Borsa è una tentazione per **Uvet**.

Online in crescita

Gli investimenti spaziano dai resort alle agenzie di viaggi fino all'incoming, ma anche l'online travel agency sta regalando soddisfazioni al gruppo **Uvet**. "Abbiamo ottenuto buone performance - spiega Luca Patané, presidente del gruppo -, con volumi d'affari nelle vendite che hanno raggiunto i 170 milioni di euro". Il che significa un incremento di tutto rispetto, dal momento che rappresenta un +58 per cento rispetto all'anno precedente, il 2014.

“Oltre all’espansione sui Nordics (Svezia, Norvegia, Danimarca e Finlandia) nel corso dell’anno abbiamo aperto anche a nuovi mercati: Italia, Francia, Spagna, Austria, Germania, Polonia, Russia, Uk” aggiun-

ge il presidente. Che preannuncia l’intenzione si espandersi in Europa, Asia e Nord America.

Intanto, le prime stime di chiusura per il 2015 indicano “un giro

di affari a quota 2,5 miliardi di euro - dichiara il presidente -. Per il 2016 contiamo di arrivare a 2,6 miliardi e migliorare l’ebitda raggiungendo i 20 milioni di euro”.

Francesco Zucco

Il target 2018
è di 500mila pax
dal Dragone

Aprirà i battenti
Uevents Uk,
con sede a Londra



Per quanto riguarda il network, “siamo in trattative per 2/3 acquisizioni - spiega il presidente [Uevent](#) Luca Patané -. E la mia speranza è che vadano in porto tutte”



Bilancio Expo in negativo, per quanto riguarda i costi. Ma dalle relazioni intessute durante l’evento stanno nascendo diverse iniziative

L'azienda. **Uvet** punta forte sugli arrivi dei cinesi: obiettivo mezzo milione di visitatori nel 2018

GIUSEPPE MATARAZZO
MILANO

Il debutto sarà per la finale di Champions League in programma il 28 maggio allo stadio Meazza di Milano: 2000 cinesi faranno un tour in Italia stimolati dal mito del calcio. L'obiettivo è portare nel nostro Paese 50mila viaggiatori da Pechino nel 2016, 300mila nel 2017 e 500mila nel 2018. Numeri ambiziosi quelli lanciati da Luca Patanè, presidente del gruppo **Uvet**, annunciando la sigla di un accordo con un partner cinese, la società Zhong Xin Investment, parte del gruppo Yong Cheng. «È la prima joint venture italo-cinese nel settore del turismo italiano finalizzata alla gestione incoming di viaggiatori cinesi di alto livello», ha detto l'imprenditore-manager che negli anni alla guida del polo leader di forniture di servizi per il turismo con 900 dipendenti ha dimostrato di saper guardare lontano. Il mercato mondiale dei viaggiatori cresce (1,18 miliardi nel 2015), grazie soprattutto all'aumento dei flussi dall'estremo oriente. «Flussi che intercettiamo poco in Italia, e spesso sono solo la coda di viaggiatori che approdano prima in altri Paesi, Francia in primis», aggiunge Patanè. «Abbiamo studiato il mercato, le richieste, i desideri dei viaggiatori cinesi. E ai top spender non interessa tanto la cultura, quando i nostri brand, i miti della moda, i nostri eventi. Toccheremo queste corde per proporre loro la destinazione Italia». Una intesa con il Dragone che nasce in Expo, di cui **U**

vet è stata fra i protagonisti rivendendo 575mila biglietti e gestendo 13 padiglioni, anche se il bilancio economico della partecipazione all'esposizione universale si chiude per il gruppo con una perdita di circa 4 milioni (ma deve ancora ottenere crediti per 1,8 milioni dal padiglione Usa).

«La considero in ogni caso un'esperienza positiva in termini relazionali e di strategie future – precisa Patanè –. E per questo saremo alle prossime esposizioni di Astana e Dubai». Andando ai conti 2015, grazie all'impulso di **Uvet** Network e Last Minute Tour il giro d'affari del gruppo ha raggiunto a fine anno quota 2,5 miliardi di euro (di cui 1,1 diretti e 1,4 indiretti), in crescita del 13% rispetto al 2014. «Nell'ultimo anno il Gruppo ha acquisito clienti importanti quali Fiat Chrysler Automobiles e Finmeccanica e ottenuto buone performance. Ora puntiamo a una crescita ancora più decisa, rafforzando la leadership nella capacità distributiva in ambito leisure: contiamo di raggiungere le 2000 agenzie partner sul territorio nazionale, incrementando così la nostra quota di mercato fino al 25%. Grazie all'importante accordo con i partner cinesi e a un attento programma di acquisizioni contiamo nel 2016 di incrementare i volumi d'affari portandoli a 2,6 miliardi di euro e di migliorare decisamente l'Ebitda superando i 20 milioni di euro». Nel settore della gestione dei ClubViaggi Resort, **Uvet** affiancherà al Santo Stefano Resort (in Sardegna) e al Twiga (in Kenya) la nuova struttura del Resort Mursia di Pantelleria e assumerà la gestione di un grande hotel a Taormina. Così **Uvet** chiude la filiera pronto a offrire al viaggiatore un pacchetto completo.

**Joint venture con Zhong Xin
Il presidente Patanè: i loro
vacanzieri più che la cultura cercano
i brand, la moda e gli eventi**

LA TESLA METTE UN PIEDE NEL MONDO DEL NOLEGGIO CON TRIPITALY DRIVE

Un'auto rivoluzionaria che, nelle intenzioni della società del gruppo **Uvet**, dovrà essere la punta di diamante del suo servizio di transfer. Con un futuro, probabile, anche nel Noleggio a lungo termine. A grande richiesta




di **Alberto Vita**



Partito! Il servizio di Ncc a bordo della **Tesla di Tripitaly Drive**, gestito da **Tkt**, società del gruppo **Uvet**, arriva finalmente sulle strade italiane. Prima a Milano e poi a Roma. Presentato durante lo scorso **BizTravel Forum**, la fiera del mondo business travel organizzata

proprio da **Uvet**, il servizio, dopo un'attesa sembrata infinita per la grande curiosità suscitata, è finalmente disponibile "per le aziende, per le quali organizziamo servizi di Ncc per i loro dipendenti, e per il mondo degli eventi" ci spiega a noi di **Missionfleet** l'Amministratore delegato di **Tkt Luca Lucchini** che, visto anche l'azienda che guida, prospetta un interessante futuro anche nel mondo del Noleggio a Lungo Termine e nel Leasing con questa tipologia di autovettura: "Ci stiamo pensando. Perché Tesla nasce per spargliare le carte sul mercato, una visione veramente

Ocean Blu" sottolinea Lucchini, che prosegue: "ha una grande immagine e c'è molto entusiasmo da parte dei clienti per utilizzarla. Tanto che molti di loro la vogliono guidare il prima possibile. Perciò, grazie anche alla nostra partnership con il costruttore americano, pensiamo di organizzare test drive nelle aziende". Anche perché oltre alle specificità veramente uniche del prodotto, ovvero "emissioni zero, perfetta per il *Corporate Social Responsibility*, sicurezza, silenziosità, grande comfort, connessione con un grande schermo a bordo e tracciabilità della vettura" sottolinea

Lucchini, quest'auto ha dalla sua parte anche una manutenzione al minimo, se non sulla componentistica, e quasi nulla da punta di vista motoristico, grazie a aggiornamenti online, "riducendo così al minimo i fermi macchina, momenti questi visti negativamente da driver e aziende".

Due le prime **Tesla Model S D70** in flotta per poter far partire il servizio, con l'obiettivo "di arrivare a una flotta di 10 autovetture di questo tipo" dice Lucchini, che specifica come questo mezzo si va a posizionare tra la Classe E e la Classe S dal punto di vista delle specifiche

MISSIONFLEET TRIPITALY DRIVE

ma con un livello di servizio se possibile ancora maggiore. Infatti il *pricing* sarà appena più alto rispetto alla Classe E, perché vogliamo abituare i nostri clienti a utilizzarla. Anche se, visto l'entusiasmo, prima ancora del lancio avremmo potuto tranquillamente proporre tariffe più alte". Perché grazie anche alle molte aziende del gruppo e al fatto che Tripitaly Drive è il partner per l'Italia della società statunitense **Carey**, presente in oltre 150 paesi nel mondo, questo servizio avrà una clientela molto internazionale, oltre che fashion: "abbiamo già molte richieste da parte di settori specifici quali quello della moda, quello del cinema e degli eventi speciali, anche se ci tengo a sottolineare che questa vettura non è e non sarà una moda passeggera, bensì un modo nuovo di intendere la mobilità cittadina e a medio raggio" commenta il manager, che puntualizza come "l'auto ragionevolmente raggiunge una autonomia di 400 chilometri circa, ovvero l'autonomia per una giornata di servizio, soprattutto nelle città, dove può

accedere nelle Zone a traffico limitato e nei centri urbani. E noi, grazie alla partnership in essere con loro, avremo ovviamente a disposizione anche un *charger* per la ricarica in tre ore". Con, non dimentichiamo, tantissimo spazio per le valigie, visto i ben due bagagliai. La flotta di Tripitaly Drive sarà composta da Tesla tutte blu, senza alcun altro segno distintivo... se non la Tesla in quanto tale. E saranno condotte da driver selezionati, che non solo dovranno conoscere le modalità di guida e tutte le diavolerie di bordo della Tesla, ma dovranno essere estremamente gentili, conoscere almeno l'inglese, nonché il territorio dove opera ed essere un *conciierge/butler* capace di soddisfare qualsiasi esigenza da parte del cliente. "Tutti standard di qualità che richiediamo a ciascuno dei nostri driver, anche se, naturalmente, saremo ancora più selettivi per questo servizio" argomenta Lucchini, che spiega cos'è Tripitaly Drive: "siamo un'azienda specializzata nella gestione dei transfer, un tipico *btob* che lavora su due aeree;

DATI TECNICI MODEL S D70

- 5 Stelle valutazione EuroNCAP
- Pilota automatico con sterzo anch'esso automatico
- Da 0 a 100 km/h in 1,54 secondi
- Autonomia di 442 km (valutazione NEDC)
- Velocità massima 225 km/h
- Coppia 525 Nm
- Potenza 262CV
- Possibilità di averla con quattro ruote motrici

quella Ncc e un'area legata al mondo degli eventi, più una serie di servizi accessori che ci richiedono le società. È un business che cuba 6,5 milioni di euro all'anno, con oltre 5 mila servizi, grazie a due sedi principali, Milano e Venezia e alla nostra capillarità sul territorio, forse l'unica società in Italia ad averla così ampia. Con accordi locali con aziende di qualità e ben referenziate, che ci permettono però anche di poter, in caso, soddisfare anche transfer numericamente importanti". Le richieste solitamente sono molto standard, visto anche il livello del servizio, anche se a volte capitano, per esigenze di sicurezza "che ci richiedano driver con porto d'armi o altre richieste. Noi cerchiamo di dare ai nostri clienti un servizio il più personalizzato possibile. Ad esempio a Venezia forniamo anche il servizio motoscafi e... ora a Milano e Roma ecco anche la Tesla" afferma con entusiasmo Lucchini, che gestisce una realtà di Fleet management, Tkt appunto, da una trentina di clienti, per 10 mila autovetture gestite, con aziende "che vanno dalle 100 auto in flotta alle 2000" chiosa il manager.



Le aziende del turismo si sfidano a calcio nel torneo della Fondazione Atlante di Uvet e Amadeus

È partito lo scorso 13 aprile il torneo serale di calcio a 5 organizzato a Milano dalla Fondazione Atlante, "istituita sui valori condivisi di Amadeus e Gruppo Uvet", come si legge nella nota inviata dallo stesso ente no profit.

Sono in totale 12 le squadre coinvolte, con la partecipazione di una serie di nomi noti dell'industria turistica: Accor, Alitalia, Amadeus, Best Tours, eDreams, Emirates, Etihad, Europ Assistance, Qatar Airways, Tdr On Air Multimedia, Volagratis e Uvet.

Il testimonial che presta il volto per l'iniziativa è invece un nome noto dello sport: Franco Baresi, ex capitano del Milan e della Nazionale.

"È ormai il quarto anno consecutivo che portiamo avanti l'organizzazione di questo torneo e siamo molto onorati nel vedere come nomi così

importanti nel settore del turismo mostrino ampio entusiasmo nel condividere i valori e gli scopi della Fondazione - afferma Luca Patanè, presidente Fondazione Atlante -. Si tratta infatti di un'iniziativa che ha saputo nel corso degli anni affermarsi e farsi conoscere e grazie alla quale sono state realizzate importanti opere di restauro artistico".



Clubviaggi, a giugno inaugura il nuovo resort Mursia Cossyra a Pantelleria



Aprè il 4 giugno il Clubviaggi Resort Mursia Cossyra & Spa di Pantelleria. Clubviaggi World Resort, brand delle strutture gestite e commercializzate dal Gruppo ha infatti acquisito la gestione della struttura siciliana.

Il Resort sorge direttamente sul mare e si distingue in due strutture complementari nei servizi, l'Hotel Mursia, con 64 camere affacciate direttamente sul mare e l'Hotel Cossyra

dotato di 87 camere in posizione panoramica rispetto alla costa. Il Clubviaggi Resort Mursia Cossyra & Spa è dotato di centro benessere, due ristoranti, un lounge bar, campi da tennis, 3 piscine, terrazze solarium panoramiche, diving, boutique e centro escursioni. Inoltre, Pantelleria è servita da un aeroporto che consente comodi collegamenti diretti con le principali città italiane ed europee.

Il format consolidato dei Clubviaggi World Resort sarà protagonista anche per questa struttura siciliana: attenzione minuziosa per i dettagli, ottimo cibo a kilometro zero, sport e intrattenimento top. Non mancheranno infatti ospiti d'eccellenza tra artisti che si esibiranno al fianco dei clienti e chef stellati.

Patanè, Uvet: "Non numeri, ma progetti"

L'analisi: dall'economia nazionale al ruolo associativo, fino alle mosse da imprenditore

"Non è solo questione di numeri. La crescita del gruppo risponde ad un progetto concreto". Così Luca Patanè, presidente del Gruppo Uvet, quando gli si chiede se non è complicato governare un numero di agenzie che - secondo i suoi piani - dovrebbe arrivare a contare entro l'anno duemila punti vendita. Allo stesso tempo, però, riconosce che un eventuale ingresso in Borsa "fa paura, perché non abbiamo le dimensioni giuste. Dovrei fare il triplo in Ebitda e ci vogliono più volumi. Un percorso che impiegherà almeno 5 anni".

In un'intervista esclusiva a Guida Viaggi, il presidentissimo (è anche alla guida di Confurismo) non teme le domande scomode e motiva le sue mosse.

Gv: Presidente, all'assemblea Federalberghi, Bocca ha dichiarato che il progetto Confurismo, nonostante la riforma statutaria, marcia a una velocità che non lo soddisfa.

"Bocca ha un po' ragione, anche io non sono pienamente soddisfatto, ma l'associazione non è un'azienda. Tu puoi anche decidere, ma prima che ci si muova deve esserci consenso, non sono io a dare il ritmo e la mia autonomia è limitata".

Gv: Quali sono state le azioni del biennio?

"Per due anni di fila abbiamo organizzato Cernobbio mettendo al centro il turismo e da un anno produciamo ricerche, analisi di settore. Questo è un lavoro che va avanti. Sono capo-progetto nel programma di Pietrarsa, do un contributo fattivo al piano nazionale e abbiamo riallacciato le relazioni inter-

nazionali con Bruxelles. Non dimentichiamoci però i laciuoli di una associazione, a Roma, impastata da burocrazia. Ci sono poi i miei mandati in Pto, un lavoro lungo, ma che sta portando ad una mediazione con la Fiavet. Tenga presente che è tempo che sottraggo alla mia azienda e, umilmente, mi sento di fare il massimo".

Gv: A fine 2015 analizzava un trend di ripresa dell'estate. Quale è la visione aggiornata?

"Per il business travel gennaio e febbraio si sono rivelati mesi difficili, frutto di quanto accaduto nelle capitali europee, ma marzo ha segnato una ripresa, così come aprile, con una discesa dei prezzi sul lungo raggio, in particolare per la Cina, dove le compagnie cinesi potenziano i collegamenti con frequenze giornaliere.

Nonostante questo, come gruppo registriamo nei primi tre mesi dell'anno una crescita tra il 10 e il 12%. Il leisure cresce del 3%, anche considerando il calo di Egitto, Turchia e Grecia. Per il mare Italia sarà un anno così straordinario che a luglio ci sarà carenza di posti".

Gv: Ha parlato di recente di assenza di leader in Italia. Problema risolto con l'arrivo di Investindustrial?

"Mi sembra un progetto serio ed importante che porterà al recupero del brand, grazie alla robustezza del partner. Quando però parlo di mancanza di leadership mi riferisco alla mancanza di cooperazione e di unità d'intenti. Si gioca su tavoli divisi. Poi ci vorrebbe più coraggio. Noi lo abbiamo dimostrato con Lufthansa: a fine anno abbiamo registrato un -30% e quest'anno avremo un -20%. E' importante dimo-

strare ai partner che puoi controllare le loro vendite, altrimenti sei solo una commodity".

Gv: Venendo alla sua azienda, si è dichiarato soddisfatto del 2015 e conta di portare i volumi a 2,6 miliardi.

Sarà una crescita organica? "Il 2016 è partito bene, stiamo beneficiando di una buona coda del 2015".

Gv: Non è arrivato il momento di pensare ad un riassetto societario, ed eventualmente farebbe un passo indietro?

"Sono sempre aperto ai contatti. Non ho avuto timori ad ammettere che sono stato contattato da fondi, ma a dicembre i discorsi si sono esauriti. Comunque sono consapevole che se dovessi comprare Alpitour dovrei rivolgermi ad un fondo.

Per quanto riguarda la Borsa, è un passo che fa paura, perché non abbiamo le dimensioni giuste. Dovrei fare il triplo in Ebitda e ci vorrebbero più volumi. Un percorso che potrebbe durare cinque anni".

Gv: Cento milioni per il Fondo del turismo di Cdp: saranno sufficienti per elevare la nostra offerta ricettiva o è un amo per far abboccare investimenti dall'estero?

"Bella domanda! E' un passo avanti positivo, perché nelle strutture alberghiere ci sono tanti fallimenti".

Gv: Conquistare il 25% del mercato agenziale, obiettivo ambizioso, ma non ha già abbastanza difficoltà a governare i network integrati negli ultimi anni? Sono uscite diverse agenzie...

"Quando si verifica un'integrazione ci sono sempre difficoltà. Penso che a fine anno potremmo raggiungere 1.850-2000 agenzie e tra entrate e

uscite di punti vendita il saldo è comunque uguale a zero. Poi non è solo una questione di numeri, c'è dietro un progetto".

Gv: Sono state mosse delle accuse, di recente, che parlavano di "diverse anime leisure, all'interno del suo gruppo, che presentano interessi divergenti". Cosa replica?

"Abbiamo rilevato Last Minute Tour che in un anno perdeva 9 milioni di euro e rischiava di saltare, posti di lavoro compresi.

Labbiamo presa, integrata e oggi chiude il primo bilancio in positivo con 1,2 milioni di Ebitda. Ci siamo tirati su le maniche, abbiamo fatto un salvataggio industriale. Ho fatto un'operazione di sistema e la massima concentrazione è stata focalizzata su questo. Ritengo che sia stata la più bella operazione fatta da Uvet".

Gv: Che tipo di sviluppo sta conoscendo l'accordo con i partner cinesi?

"I cinesi hanno una partecipazione del 49% in Made in Uvet. Apriremo a Pechino a luglio e l'obiettivo è conquistare una buona quota di cinesi".

Gv: La divisione di gestione alberghiera sta crescendo, ma riuscite a fare margini?

"Kenya, Pantelleria sono i nuovi ingressi, mentre a Taormina non abbiamo ancora chiuso e nel Sud Sardegna avremo un'altra struttura oltre al Cala Caterina. Abbiamo iniziato a vendere anche all'estero. A Santo Stefano la stagione sta andando bene (+50%) e siamo passati da 2 a 2,5 milioni di euro di ricavi". La chiusura dell'intervista lascia trasparire il livello di ambizione imprenditoriale: "Sto valutando anche l'apertura di gestioni alberghiere nelle città". Ci pensi bene, presidente! ■

Joint venture Uvet-Otn Travel Network

Uvet ha siglato un'operazione di joint venture attraverso la quale il gruppo guidato da Luca Patanè (con un giro d'affari nel 2015 di 2,5 miliardi) ha acquisito Open Travel Network, la rete composta da oltre 500 agenzie di viaggio, presenti su tutto il territorio italiano (in particolare al centro sud) e attiva dal 2001. Altre 500 agenzie entrano dunque nella galassia Uvet. Il gruppo può ora contare su un totale di 2mila agenzie di viaggi: alle 500 Otn si vanno ad aggiungere infatti alle 1.300 ClubViaggi e alle 200 Last Minute Tour. (riproduzione riservata)

Uvet si allea con OTN: l'obiettivo è il sud

Il gruppo **Uvet** Travel Network-Clubviaggi sigla una joint venture strategica con OTN Network, la rete che dal 2001 conta oltre 500 adv su tutto il territorio italiano. La partnership si concentra su formazione, marketing e relazione con i fornitori partner per sviluppare il posizionamento del gruppo al centro-sud Italia.

«**Si tratta di un accordo strategico per il Gruppo** che ci permette di rafforzare ulteriormente la nostra leadership nella distribuzione turistica, con un'ancora più forte e capillare presenza sul territorio nazionale, in particolare al centro sud Italia – sottolinea **Luca Patanè**, presidente del Gruppo **Uvet** – Questa partnership è una straordinaria occasione per esprimere al massimo il grande potenziale dei due network e per rafforzare la competitività di ogni singolo associato attraverso prodotti esclusivi, strumenti all'avanguardia e servizi innovativi».

«**Ed è proprio dal centro sud che ha avuto** inizio la storia del nostro network – conferma **Ivana Di Stasio** (nella foto), fondatrice di Open Travel Network – Negli anni abbiamo ideato e sviluppato progetti e strumenti innovativi, coinvolgendo le agenzie affiliate e mantenendole sempre al centro della nostra filosofia imprenditoriale».

Attraverso la joint venture con OTN, il numero delle agenzie di viaggio collegate al Gruppo **Uvet** raggiunge quasi la quota di 2mila

agenzie. Le 500 agenzie OTN si affiancano alle 1.300 affiliate a Clubviaggi e alle 200 agenzie Last Minute Tour.

delle new entry non si fermerà – «potremo contare su un resort nella Alpi e su almeno uno per il lungo raggio» – l'attenzione è ora puntata sul tris Santo Stefano in Sardegna, Twiga Resort in Kenya e sulla new entry Resort Murcia a Pantelleria.

«Tutte strutture gestite e commercializzate da noi, con servizi, ristorazione, intrattenimento e comfort ripensati da Clubviaggi. Per Santo Stefano, una scommessa vinta dal nostro presidente, la percentuale di repeaters lo scorso anno è stata addirittura del 50%, quest'anno l'apertura ufficiale avverrà in occasione del ponte del 2 giugno con una grande festa, e per tutto il mese abbiamo previsto una serie di promozioni. Con il Twiga, siamo riusciti a ricreare una perfetta atmosfera che permette di vivere appieno anche il contesto in cui il villaggio si trova, mentre Pantelleria rappresenta la novità dell'estate: 150 camere a Pantelleria, direttamente sul mare». E per accontentare chi non troverà più posto in Italia, in quella che si annuncia come un'estate tutta tricolore, «stiamo pensando anche a un prodotto sulle Baleari, in Spagna».

Altro tema caldo affrontato durante la convention, il cambio della normativa Iva sulle vendite dei pacchetti. «Si è voluto scientemente prendere 2 o 3 pun-

ti di marginalità alle agenzie. Solo che alcuni fornitori sono stati trasparenti, altri no. Adesso tocca a noi scegliere chi vendere e chi no. Come nel caso di Lufthansa, abbiamo puntato i piedi, e il loro fatturato con noi è diminuito del 40%, facendo scomparire completamente le tariffe premium», ha aggiunto Carella. **Sul fronte del fondo di garanzia per agenzie di viaggi e tour operator**, l'amministratore delegato ha rassicurato tutti: «Come network e come FederTurismo, abbiamo chiesto al ministero di spostare al prossimo 31 dicembre il termine entro cui costituire il fondo, intanto stiamo lavorando a una soluzione che garantisca tutte le agenzie e che verrà presentata nel giro di poche settimane».

Infine, anche un pensiero ai vettori charter di casa nostra, che gli agenti di mondo **Uvet** «dovrebbero cominciare a snobbare». «Dobbiamo rompere il tabù che il charter sia la cosa più rassicurante e la soluzione migliore per il cliente – conclude Carella – Era vero fino a qualche anno fa, quando le compagnie offrivano veramente rotte point-to-point e prodotti all'altezza. Adesso non è più così, i vettori di linea offrono molto di più, anche se con uno scalo, e prezzi del tutto competitivi».

Uvet, joint venture con Yong Cheng in Italia un milione di cinesi nel 2017

L'ACCORDO DIVENTA GIÀ OPERATIVO NELLA SECONDA PARTE DI QUESTO 2016 CON I PRIMI 230 MILA ARRIVI DA PORTARE NEI GRANDI MALL DELLO SHOPPING E NELLE CITTÀ D'ARTE. GLI ACCORDI PER LE OLIMPIADI DI RIO E PER L'EXPO DI ASTANA IL PROSSIMO ANNO

Giorgio Lonardi

Milano

La grande occasione sono 230 mila turisti cinesi da accudire e coccolare in giro per l'Italia nella seconda parte dell'anno. Di fronte a un business così importante e impegnativo Luca Patanè, a capo di Uvet, uno fra i maggiori gruppi italiani nel settore turistico, dimentica il dispiacere che pure gli ha dato Expo. Precisa: «Certo, grazie all'Expo il nostro gruppo è riuscito ad accelerare il suo processo di internazionalizzazione come dimostra l'apertura di due nuove sedi a Londra e Chicago. E a costruire una serie di rapporti che si stanno rivelando preziosi. Così come è stata positiva la vendita di tutti i 575 mila biglietti acquistati». E allora? «Purtroppo - spiega Patanè - a Milano avevamo prenotato 2mila camere di albergo. Ma Expo non è stata in grado di fare una campagna di comunicazione adeguata nei confronti dei turisti stranieri. Il risultato è che

una parte delle camere è rimasta invenduta. E così, invece dei 17 milioni di ebitda previsti nel budget 2015 ne porteremo a casa 5 o 6. I conti precisi li potremo conoscere solo quando sarà pronto il bilancio consolidato».

Acqua passata. A rallegrare il patron di Uvet è la fresca costituzione di una joint venture con il gruppo Yong Cheng, un colosso cinese interessato alla gestione dello shopping estero dei connazionali. L'obiettivo della società costituita fra Uvet e Yong Cheng è riempire i grandi centri commerciali del Bel Paese di cinesi desiderosi di acquistare i migliori prodotti del made in Italy. E visto che i turisti in questione saranno 230 mila l'operazione si presenta abbastanza complessa. «Noi ci occuperemo dell'intero pacchetto per 30 mila turisti: dal soggiorno allo shopping, agli spostamenti interni - afferma Patanè - Quanto agli altri 200 mila ci limiteremo a gestire solo gli acquisti nei mall».

A luglio, quindi, è previsto il calcio d'inizio di una partita molto interessante. «L'anno prossimo - dice il presidente di Uvet - la nostra joint-venture si occuperà di gestire un milione di turisti cinesi. Si tratta di una scommessa molto ambiziosa che vogliamo vincere. A questo proposito desidero precisare che non ci limiteremo a puntare su destinazioni come Roma, Milano, Firenze o Venezia.

Ma ci stiamo impegnando per portare i cinesi anche nel Sud». La posta in palio è grossa. Secondo stime del ministero del turismo cinese fra cinque anni arriveranno in Italia 6 milioni di turisti provenienti dall'ex celeste impero. E Uvet, tramite la joint venture, vuole assicurarsene una bella fetta.

La Cina, dunque, ma non solo. I contatti acquisiti nel corso di Expo attraverso la gestione di una dozzina di stand, l'organizzazione di eventi, la gestione di biglietti e di flussi di turisti provenienti da tutto il mondo si stanno rivelando eccellenti. Lo conferma il coinvolgimento della controllata Uevents nel business collegato alle Olimpiadi di Rio de Janeiro. A cominciare dall'accordo con il Coni per la biglietteria di cui la stessa Uevents sarà rivenditore autorizzato. Ma non basta. Perché il gruppo guidato da Patanè organizzerà i pacchetti di viaggio degli sponsor della squadra olimpica italiana per conto del Coni.

Da Rio de Janeiro ad Astana, capitale del Kazakistan e sede di Expo 2017. Una città dove il gruppo Uvet sta già capitalizzando l'esperienza acquisita a Milano come conferma il coinvolgimento nella gestione di padiglioni e nell'organizzazione della ristorazione per l'evento; un insieme di iniziative e di commesse che già oggi valgono una decina di milioni di euro. E che

in futuro potrebbero crescere ancora. Sul fronte internazionale va citato sia il coinvolgimento di Uevents nei prossimi campionati di calcio sia l'accordo firmato con il colosso americano Walgreens Boots Alliance (circa 470 mila dipendenti), numero uno mondiale nel business delle farmacie, per la gestione degli eventi del gruppo stesso.

Quanto alla ciliegina sulla torta della crescita è la fresca acquisizione di Open Travel Network, (Otn) la rete composta da oltre 500 agenzie di viaggio, presenti su tutto il territorio italiano e in particolare al centro sud. Il gruppo Uvet può ora contare su un totale di 2 mila agenzie di viaggi: le 500 Otn si vanno ad aggiungere infatti alle 1.300 ClubViaggi e alle 200 Last Minute Tour.

Riguardo ai conti Patanè appare abbastanza soddisfatto. Nonostante i problemi registrati per l'Expo nel 2015 il fatturato è cresciuto passando da 870 milioni a circa 900 milioni stimati. Significativo l'incremento di Flypools, l'agenzia per la vendita online di biglietti aerei che è balzata dai 100 milioni del 2014 a 165 milioni. Mentre per quest'anno oltre che a un incremento dei ricavi diretti si punta alla crescita dell'ebitda che dovrebbe raggiungere 21 milioni. A dare una mano sarà la controllata Uvet Gbt (viaggi d'affari) che quest'anno dovrebbe crescere di ben il 27%.

GRUPPO UVEVITA



Nel disegno il presidente di Uvet Luca Patanè visto da Massimo Jostoli

Dalle matite agli scafi che domani i mari Sei cavalieri del lavoro vanto lombardo

Sono tra i 25 emeriti nominati dal presidente della Repubblica Mattarella

di NICOLETTA PISANU

—MILANO—

SEI LOMBARDI tra i venticinque neo nominati cavalieri del lavoro. Le onorificenze sono state assegnate ieri per decreto del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, su proposta del ministro dello Sviluppo Carlo Calenda, riconoscimenti per personalità che si sono distinte nel mondo dell'industria, dell'agricoltura e degli altri settori dell'economia. I sei lombardi svolgono le loro attività in ambiti diversi, dalla cosmetica alla metalmeccanica. Tra i nuovi cavalieri, il milanese Alberto Armando Candela, presidente onorario di Fila Group (Fabbrica italiana lapis e affini), che produce articoli da cancelleria con marchi come Giotto e Pongo. L'azienda dà lavoro a 2600 persone, fatturando 250 milioni di euro.

Pierluigi Coppo invece è presidente di Sambonet Paderno Industrie spa, storici marchi acquisiti rispettivamente nel 1979 e nel 1997 di oggetti di design per la tavola e la casa.

CARLO MOLTENI È PRESIDENTE di Molteni spa, holding di un gruppo specializzato in arredo di design. Luca Pietro Guido Patané è amministratore delegato e presidente di Gruppo Uvet, che si occupa della fornitura per il settore del turismo e occupa a livello internazionale 915 dipendenti di cui 650 in Italia. Pierino Persico è presidente di Persico Group, che si occupa della progettazione e realizzazione di componenti in carbonio e alluminio per la nautica, l'automotive e i satelliti. Tra le creazioni, anche lo scafo di Luna Rossa per la competizione di vela America's cup. Daniela Villa invece ricopre il ruolo di consigliere delegato dell'azienda di cui è co-fondatore: L'Erborario. L'azienda lodigiana produce cosmetici di origine vegetale, in particolare creme e profumi, e fornisce con i suoi prodotti 5500 erboristerie, riservando nella realizzazione dei cosmetici grande attenzione all'etica e al rispetto dell'ambiente. La ditta lodigiana conta 160 dipendenti.

Pierluigi COPPO
Presidente di Sambonet Paderno Industrie spa che si occupa di oggetti di design



Alberto Armando CANDELA
Presidente onorario di Fila Group che produce matite da disegno dal 1920

Pierino PERSICO
Presidente di Persico Group che vanta tra le sue realizzazioni lo scafo di Luna Rossa



Carlo MOLTENI
Presidente di Molteni spa holding di un gruppo specializzato nell'arredo di design



Luca Pietro Guido PATANÉ
AD di Gruppo Uvet che si occupa della fornitura di servizi per il turismo

Daniela VILLA
Fondatrice de L'Erborario, brand con sede a Lodi di cosmetici di origine vegetale



Mattarella nomina Cavaliere del lavoro Luca Patanè di Uvet

Il Presidente della Repubblica **Sergio Mattarella**, su proposta del Ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda, ha nominato 25 nuovi cavalieri del lavoro. Tra questi Luca Patanè è l'unico imprenditore nell'industria del turismo. Tra le principali motivazioni il merito di aver dato vita a un'azienda sempre in crescita e in evoluzione, in grado di creare continuamente nuovi posti di lavoro.

Luca Patanè, milanese classe 1961 e Laurea in Scienze Politiche ed Economiche, ha iniziato a lavorare nel settore del turismo in Uvet SpA nel 1989. Dopo la morte del padre (fondatore dell'agenzia di viaggi), ha preso il comando dell'azienda, prima come responsabile vendite e poi, dal 1996, come amministratore delegato.

Ad oggi, sotto la sua guida **Uvet Viaggi Turismo** è diventato uno dei principali leader nel settore dei viaggi aziendali ed è tra i più importanti network di servizi turistici in Italia con oltre 2.000 agenzie di viaggio affiliate.

Nel percorso di crescita dell'azienda, un momento di particolare importanza si è avuto nel 2001 con la costituzione della joint venture **Uvet American Express Corporate Travel SpA** di cui Luca Patanè è presidente.

Il Gruppo Uvet è stato anche tra i protagonisti di **Expo 2015** tramite la vendita di biglietti per l'accesso alla manifestazione, la partecipazione come management partner del padiglione americano, partner di "Friends of the U.S. Pavilion" e ha gestito ben 13 padiglioni per i servizi di hospitality, catering, staff e comunicazione.

Nel 2012 Luca Patanè è diventato Presidente di **Federviaggio**, la Federazione di Turismo Organizzato appartenente a Confcommercio. Dal giugno 2013 ricopre anche la carica di Presidente in **Confturismo** – Confcommercio, tra le organizzazioni di livello confederale più rappresentative del comparto turistico.

"Sono più che entusiasta di questo riconoscimento, che mi emoziona e mi rende orgoglioso non solo come imprenditore, ma anche come uomo. – ha dichiarato Luca Patanè – Il processo di crescita del Gruppo Uvet è sempre passato attraverso le figure e le competenze di chi ci lavora, valide persone senza le quali tale successo non sarebbe stato possibile. Per questo motivo credo che un simile riconoscimento sia di particolare importanza: perché premia me in prima persona per aver creato un'azienda florida, ma anche tutti coloro che hanno contribuito a renderla tale".







Luca Patanè è presidente, amministratore delegato e proprietario dell'Uvet. Alle sue spalle, un quadro di Mario Schifano che rappresenta la mappa dei vulcani del mondo (i puntini rossi). Patanè racconta che ha impiegato dieci anni per trovare il quadro giusto da mettere nel suo ufficio.

Guerre e terrorismo hanno rimpicciolito la mappa delle vacanze. Per questo sarà un anno d'oro per il nostro Paese, spiega il re delle agenzie di viaggio **Luca Patanè**. Che crea il portale Tripitaly.

di Alessandra Gerli

Sarà l'estate dell'Italia. L'allettante previsione, non un pronostico ma una prospettiva supportata dai numeri, arriva da un grande regista delle vacanze italiane: il neo cavaliere del lavoro Luca Patanè, 55 anni e due figli, presidente di Confturismo, l'organizzazione di Concommercio che rappresenta 220 mila imprese del settore, e presidente, amministratore delegato della sua Uvet, uno dei maggiori gruppi italiani del turismo, che nel 2015 ha prodotto un giro d'affari di 2,4 miliardi di euro.

«Sì, non ci sono dubbi» conferma con decisione Patanè, «per il nostro Paese si profila una stagione d'oro, con tantissimi stranieri che stanno già arrivando e la gran parte di noi italiani che ha deciso di fare le ferie in patria». La mappa dei viaggi e delle vacanze è cambiata, spiega. Guerre, attentati, ondate di profughi e migranti l'hanno rimpicciolita. Mete fino a ieri da tutto esaurito come il Mar Rosso, la Tunisia, la Turchia, persino le isole greche del Dodecaneso, sono al momento disertate. L'Italia, invece, è tornata in cima alla lista dei Paesi più desiderati.

L'estate andrà «benissimo anche in Spagna, che è già strapiena, e in Grecia,

Rodi e il Dodecaneso esclusi a causa degli sbarchi a Kos». Chi punta lontano diratterà su Thailandia e Paesi limitrofi, Stati Uniti, Messico e soprattutto su Cuba: «Da quando c'è stato il presidente degli Stati Uniti Barack Obama ci vogliono andare tutti», dice Patanè e riferisce che «le crociere per Cuba sono al completo, l'isola è saturata e i prezzi stanno aumentando».

Il nostro mare e le nostre spiagge faranno faville. La Sardegna «tornerà regina delle vacanze», il nodo del caro traghetti «è stato in parte risolto». La Sicilia attirerà tante più persone, pur «restando l'eterna promessa del nostro turismo, sempre troppo lontana dalle Baleari per qualità di prodotto e di servizi, oltre che per i numeri». Pienone nelle città d'arte italiane, «che vanno sempre tantissimo sui mercati stranieri». Cresceranno pure le vacanze di nicchia come i viaggi in bicicletta o i tour culturali nelle città e nei borghi minori.

Il problema? Capitalizzare il boom, organizzando l'offerta turistica nazionale per far tornare tanti turisti stranieri in Italia ogni anno, durante tutto l'anno. Le opportunità del nostro Paese secondo Patanè sono infinite. «Tanto per fare un

VACANZE

solo esempio ci sono cinque milioni di melomani cinesi che non vedrebbero l'ora di venire in Italia per andare all'opera. Se vogliamo portarceli, però, bisogna organizzarsi».

Organizzarsi, per sfruttare le potenzialità del Belpaese, è una magnifica ossessione per Luca Patanè. Con tale intento, quest'uomo imponente dai modi discreti si è buttato in un'impresa ardua, la stessa sulla quale si sono misurati, e incagliati, governi di centrosinistra e di centrodestra: un portale, già battezzato Tripitaly, attraverso il quale gli stranieri possano pianificare e acquistare con pochi click la loro vacanza italiana ideale. Tutta la vacanza, hotel, grand hotel e le stanze nelle case degli host di Airbnb, treni, aerei, bus, ristoranti, ingressi a teatro e nei musei, i passaggi di Uber...

«L'ambizione è creare un ecosistema del turismo italiano» tira le somme lui, che non nega si tratti di un disegno temerario: «Sì, lo è, per un progetto così ci vogliono tanto tempo e tanti soldi, da 20 a 30 milioni di euro a regime, da qui a dieci anni, altrimenti non ce la fai. Io ho sempre fatto le cose da solo e i soldi, guadagnati e persi, sono sempre stati miei. Per Tripitaly ho creato una start-up con la Digital Magics (un incubatore di progetti digitali, ndr) tre anni fa, la cosa non ha del tutto funzionato e ho ripreso le quote. Ora ne ho parlato con dei fondi di investimento, che sono tutti interessati ma spaventati dai costi: entriamo nel capitale di **Uvet** poi i soldi su Tripitaly



Sardegna
Secondo Patanè, la Sardegna «tornerà regina delle vacanze», il nodo del caro traghetti «è stato in parte risolto».

li metti tu, mi hanno risposto. Ma non è questo quello che sto cercando».

Con o senza un partner, comunque, Patanè tira dritto: «A oggi abbiamo realizzato l'80 per cento del software di Tripitaly, che ci è costato 2,5 milioni. Alla fine di quest'anno partiremo con un portale b2b, cioè per le sole imprese, e a ruota lo apriremo ai consumatori. Inizieremo dai mercati vicini, più facili, e ci allargheremo via via».

Le sfide in grande, del resto, non l'hanno mai spaventato. Prese le redini della **Uvet** quando morì suo padre, era il 1988 e aveva 27 anni: Patanè ha trasformato tre solide agenzie di viaggi di Milano e hinterland in un colosso turismo made in Italy. Ha creato il campione nazionale dei viaggi d'affari, con clienti come Fiat Chrysler e Finmeccanica. Ha messo in piedi una rete di 1.900 agenzie di viaggi (170 di proprietà, le altre affiliate) e una società che organizza eventi e congressi, ha sedi anche a Londra e Chicago e si è aggiudicata un contratto con la Walgreens Boots Alliance, il numero uno globale della distribuzione di prodotti farmaceutici.

Nel 2013 voleva comprare la Valtur dall'amministrazione straordinaria. Non ci è riuscito e si è rifatto con un sito di biglietti aerei in Svezia, cui nel giro di tre anni ha triplicato il fatturato, replicandolo in Finlandia, Germania, Repubbliche baltiche, Norvegia, Danimarca. Poi ha lanciato un altro sito, Airfinder, in Francia, Austria, Spagna, Regno Unito e Italia, naturalmente, dove sta per raddoppiare con il nuovo FlyUvet.

Nella galassia Patanè ci sono la numero cinque dei viaggi aziendali in Francia, una società che gestisce le flotte di auto delle grandi imprese, un piccolo tour operator. All'Expo di Milano la **Uvet** ha gestito i servizi o l'allestimento di 13 padiglioni, dagli Usa all'Angola. Chiuso l'Expo, ha siglato una joint venture con una società cinese, che ha già fatto accordi con 198 tour operator locali. Il traguardo: «Portare i cinesi in Italia e produrre 600 milioni di euro di fatturato».

Gli dispiace per la Valtur? «Mah, con la Banca popolare di Vicenza dietro, era scolpito nella pietra che finisse alla Orovacanze» dice. Alla fine di aprile, la storica azienda di villaggi vacanze è passata di nuovo di mano, comprata dall'Investindustrial di Andrea Bonomi. Patanè, però, aveva già fatto i suoi due ex pezzi storici della fu Valtur, il resort di Santo Stefano, nell'arcipelago della Maddalena, e il Twiga Village di Watamu in Kenya. «Per noi la gestione alberghiera è ancora un business piccolo» dice «ma crescerà».

BIO GRA FIA

Con quel cognome così siciliano, Luca Patanè è nato a Milano nel 1961, figlio di un bergamasco, nipote di un ex capitano di navi mercantili di Acireale, provincia di Catania, diventato capostazione a Bergamo nel 1915. Nel 1988 ha preso in mano la **Uvet** fondata dal padre. Lo scorso 1 giugno, il presidente della Repubblica lo ha nominato cavaliere del lavoro, tra le motivazioni: aver realizzato un gruppo sempre in crescita e in evoluzione, in grado di creare continuamente nuovi posti di lavoro. Quando l'ha saputo, Patanè ha preso carta, penna e scritto ai suoi mille dipendenti: «Questa onorificenza è anche vostra. Grazie a tutti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bloccare il biglietto e pagare in seguito Debutta in Italia Airfinder di Uvet

Bloccare gratuitamente la prenotazione del biglietto aereo, per poi completare il processo d'acquisto pagando successivamente entro la mezzanotte.



Approda in Italia Airfinder.it, l'Ota che fa parte di Uvet Nordic, a sua volta controllata dal Gruppo Uvet, già presente su 11 mercati. "Sfruttando le sinergie di gruppo - si legge in una nota -, Airfinder.it ha la possibilità di usufruire dei migliori contratti con tutte le principali compagnie aeree mondiali: Alitalia, Lufthansa, AirFrance, KLM, Swiss, Emirates, SAS, Delta, American Airlines, Iberia e Thai Airways".

Per ricevere un supporto nel suo piano di espansione in Italia il portale ha inoltre siglato una partnership con la società di performance marketing Tradedoubler. Gli affiliati al

programma possono promuovere Airfinder.it attraverso i banner e i widget presenti nella piattaforma di Tradedoubler e a sua volta riceveranno una commissione per ogni biglietto aereo venduto.

UVET TRAVEL INDEX

Mercati incerti: frena la crescita dei viaggi d'affari

È dello 0,27% l'aumento del Pil italiano nel secondo trimestre 2016, su base congiunturale, rispetto al primo trimestre del 2016 (su base tendenziale annua, la crescita si attesta allo 0,95%, nel caso in cui il tasso di crescita rimanesse inalterato anche nei successivi due trimestri). A indicare il dato è l'Uvet Travel Index che, nell'ambito della Business Travel Survey realizzata da Uvet Gbt (indagine che monitora l'andamento del Business Travel in Italia attraverso l'analisi dei trend di spesa e dei comportamenti d'acquisto di un campione selezionato di aziende in determinati periodi), da oltre 4 anni fornisce indicazioni sul ciclo economico in anticipo dai 3 ai 6 mesi rispetto alla pubblicazione dei dati ufficiali.

L'indagine è stata compiuta sui dati relativi a un campione di 700 aziende clienti di Uvet Global Business Travel con spese di viaggio comprese tra 20 mila e 15 milioni di euro all'anno e caratterizzate da una continuità del rapporto nel corso del periodo considerato (primo semestre 2016). L'analisi riguarda tutte le più importanti voci di spesa del Business Travel (biglietteria aerea e ferroviaria, hotel e noleggiate auto).

L'Index segnala dunque che la ripresa continua, ma a ritmi minori rispetto alle previsioni. A rallentare la crescita, secondo l'indagine, sono stati diversi fattori, tra cui l'elevata volatilità sui mercati finanziari di inizio anno, innescata dal tonfo dei mercati asiatici, l'incertezza legata ai problemi del sistema bancario italiano ma anche europeo, il calo della domanda globale alimentato, in particolare, dalla caduta del prezzo del petrolio, prima fonte di reddito per molti Paesi in via di sviluppo.

L'OCCASIONE D'ORO NEL TURISMO

Agenti viaggi su misura Uvet ne cerca cinquanta



VACANZE Turisti in aeroporto: sempre più viaggiatori chiedono ferie con pacchetti personalizzati

Luca Zorloni
MILANO

IN FRANCIA e nel Regno Unito è una professione già diffusa. L'agente di viaggi personalizzati è un professionista che, lasciatisi alle spalle l'esperienza dietro la scrivania di un'agenzia, lavora direttamente a casa del cliente. Per offrire pacchetti di vacanze adattati alle esigenze e alle attitudini di ogni turista. Con taglio sartoriale, come si usa dire oggi per indicare un servizio personalizzato. A reclutare questi nuovi specialisti del turismo, i cosiddetti *personal travel specialist* è Uvet, multinazionale del turismo guidata da Luca Patanè. «È un nuovo modo di vendere i viaggi che si rivolge a ex agenti di viaggi», spiega il responsabile risorse umane del gruppo. Obiettivo della società è assoldare 60-80 persone tra Lombardia, Emilia Romagna e Triveneto. Nello specifico, in Lombardia se ne cercano circa 40-50 con una distribuzione in tutte le province. «Stiamo cercando persone che abbiano già un'esperienza maturata di vendita dei pacchetti dei tour operator – spiega Glauco Autieri, responsabile del progetto –. Il ruolo di queste persone è di vendere, partendo dal proprio network di conoscenze principali, pacchetti vacanze a domicilio. Portare la vacanza a casa del cliente». «Il concetto è quello dello *smart working*. Il ruolo non ha orari, non ci si muove come nei negozi tradizionali, ma con la massima disponibilità verso il cliente – prosegue Autieri –. Chiediamo almeno un anno di esperienza come agente di vendita al

banco di prodotti turistici, con un range di età da 22 anni a 62 anni, predisposizione alle relazioni umane, capacità tecnico-operativa di back office, affidabilità, capacità di gestione della comunicazione social».

C'È TEMPO fino al 30 settembre per inviare il proprio curriculum all'indirizzo mail (sul sito personal-travelspecialist.info o sulla pagina Facebook si trovano tutte le informazioni). Il 7 ottobre a Milano si svolgerà una giornata operativa di recruiting e i profili scelti dall'azienda inizieranno a lavorare da novembre. «Offriamo un contratto di collaborazione, come procacciatori di affari, che guadagnano sulla commissione delle vendite, che è variabile a seconda del tour operator – precisa Autieri –. Si va da un minimo del 10% a un massimo del 15%. Il reddito dipende dalla stagionalità, in media è un reddito di 2.000-2.500 euro al mese. Ognuno parte da un network di relazioni personali, poi si sviluppa via social». Per questo Uvet affianca i lavoratori anche nella creazione di una pagina viva ce sui social network, animata con contenuti aziendali. Oggi la compagnia di viaggi conta già su 40 *personal travel specialist*, che hanno sviluppato con oltre mille clienti un volume d'affari di due milioni di euro. D'altronde, come spiegano da Uvet, «i risultati conseguiti certificano con oggettività che esiste un mercato ampissimo di clienti disposti ad acquistare viaggi e vacanze per tramite di professionisti che operano a domicilio, disponendo delle migliori opportunità fornite dai principali tour operator».

Il gruppo crea una nuova direzione generale per l'area, che viene affidata a Piergiulio Donzelli ed Ezio Birondi

Uvet rivoluziona il leisure

Una nuova direzione generale dedicata al mondo leisure a cui faranno capo le attività di distribuzione, di tour operating e la gestione alberghiera e resort. È questa la novità con cui Uvet affronta la prossima stagione, unificando sotto una sola leadership tutto il segmento leisure, sia per il comparto distributivo (da Uvet Network a Last Minute Tour, da Personal Travel Specialist a Uvet Viaggi, da Pomodoro viaggi a Otn) sia per quello di produzione (con Uvetgo e World Heritage), sia, infine, per quello di gestione alberghiera e resort (con Clubviaggi Resorts).

La strategia

“La crescita di Uvet nel segmento leisure è stata molto significativa in questi ultimi anni e una direzione generale non potrà che garantire maggiore efficienza ai flussi operativi e aumentare la nostra competitività - spiega il presidente di Uvet Luca Patanè -. Si dice sempre che una buona organizzazione è alla base del successo di ogni impre-

sa. Direi che il primo passo è fatto, ora la sfida è quella di essere estremamente pragmatici e conquistare i clienti, che rimangono sempre i principali protagonisti del mercato”.

A capo della nuova direzione saranno Piergiulio Donzelli, amministratore delegato di Uvet Network e Ezio Birondi, presidente di Last Minute Tour, che governeranno questa evoluzione per quanto riguarda distribuzione, prodotto e tour operating.

Piergiulio Donzelli, che assume la carica di direttore generale leisure, presiederà anche le attività di Clubviaggi Resorts, affidate a Enzo Carella, responsabile Clubviaggi Resorts e Beppe Pellegrino, product manager. Le attività di comunicazione e marketing saranno coordinate da Glauco Auteri, già responsabile di Personal Travel Specialist.

Recruiting Pts

Parallelamente, Uvet continua a lavorare sul fronte dei consulenti di viaggio, ovvero i Personal Travel Specialist. Ripartirà

tra pochi giorni, infatti, il recruiting per i nuovi agenti da inserire in organico.

“La ricerca di Uvet/Last Minute Tour, attiva sull'intero territorio nazionale, è rivolta in particolare a risorse qualificate e di buon livello professionale - si legge in una nota dell'azienda - che abbiano già maturato un'esperienza significativa nel mondo delle agenzie di viaggi e che vogliono intraprendere una nuova carriera nel settore turistico tramite un ruolo innovativo e moderno”.

Le prossime giornate dedicate al recruiting sono previste per il 7 ottobre a Milano, il 18 a Bologna e il 21 a Verona. “Vogliamo procedere - sottolinea Glauco Auteri, responsabile del progetto Pts - in modo calibrato e ponderato, mantenendo fede ai nostri valori distintivi che puntano a persone che abbiano già maturato una consolidata esperienza nel settore delle agenzie di viaggi e che, con grinta e determinazione, vogliono intraprendere una collaborazione seria e strutturata con noi”.

GRUPPO UVEI / Nel nuovo brand si uniscono le competenze e i servizi di Tkt e TriptalyDrive

Flotte aziendali più efficienti

Ufleet fornisce una completa gamma di servizi per la mobilità

Il mondo della mobilità e del travel sono da sempre realtà complementari, due facce di una stessa medaglia, e sinora con percorsi paralleli senza contatto. Il gruppo **Uveit**, società guida nel mondo travel, ha superato questo limite, sviluppando servizi di mobilità attraverso due società del gruppo, Tkt, riferimento nella gestione delle flotte aziendali e TriptalyDrive, gestione transfer e grandi eventi.

Per questo il gruppo **Uveit** ha deciso di unificare sotto il brand Ufleet i servizi di mobilità sviluppati da Tkt e da TriptalyDrive.

"L'obiettivo complessivo - spiega Luca Lucchini, amministratore delegato di Tkt - è di fornire una completa gamma di servizi legati alla mobilità tramite un'unica piattaforma, così da permettere alle aziende clienti di sviluppare un vero processo virtuoso di gestione e di ottimizzazione della propria mobilità, integrando il mondo flotte auto aziendali con altre soluzioni innovative legate all'auto".

Il tutto arricchito da una forte dose di innovazione e tecnolo-

gia sotto forma di un'applicazione mobile per iOS e Android e di una dashboard evoluta Web Based, sviluppati per affrontare i temi di interesse della flotta aziendale.

Come spiega Lucchini, "Ufleet-Your Mobility app è il primo strumento che funziona come unico entry point per il driver e che pone al centro i bisogni dei guidatori. Caratteristica dell'app è la capacità di fornire una grande mole di informazioni relativamente al noleggiatore integrando anche tutti i partner con i quali l'azienda ha rapporti come i petrolieri con le fuel card, Telepass per le autostrade e gli enti pubblici per le contravvenzioni".

In più è possibile gestire informazioni e documenti relativi all'automobile come il tagliando dell'assicurazione, policy, moduli per i sinistri, lettere di assegnazione e verbali di consegna, senza trascurare poi l'anagrafica del driver e la gestione dei fringe benefit.

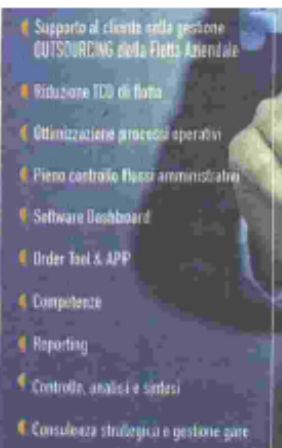
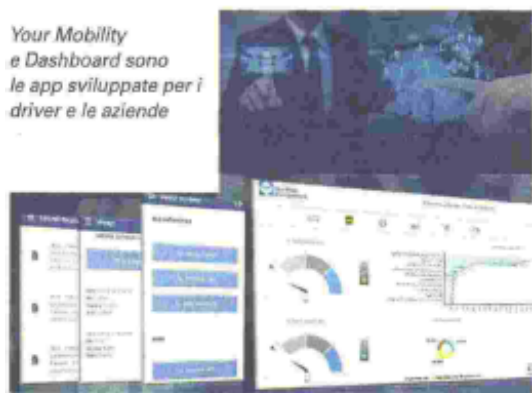
Le funzionalità dell'app prevedono anche la possibilità di ricevere notifiche push con novità e alert, stampare qual-

siasi documento o caricarli tramite una semplice fotografia. "Si tratta di uno strumento operativo che mette il driver al centro del progetto" sintetizza Lucchini che introduce anche la Dashboard, il software che si rivolge invece ai fleet manager e alle aziende. Grazie a quest'ultimo infatti, è possibile gestire e analizzare la flotta dal punto di vista strategico, attraverso un continuo monitoraggio, in termini di volumi, percorrenze, ordini, contravvenzioni, consumi CO₂ e ovviamente i costi che rappresentano una delle voci principali delle spese non core business delle aziende.

"Lo strumento - aggiunge l'amministratore delegato di Tkt - permette di creare scenari futuri partendo dai costi reali aggiornati, consentendo di definire le strategie future nella gestione della flotta, così da intervenire anche nel quotidiano garantendo la gestione ottimale della Cost avoidance". Dashboard è il risultato di analisi e studi effettuati sulle richieste dei clienti e del mercato. Si tratta di un software web based che

garantisce la disponibilità di dati in tempo reale, messi a confronto con quelli dell'anno precedente o di altri periodi, presentando un contenuto dinamico e aggiornato quotidianamente. Tutti i dati prodotti in output per il cliente sono storicizzati attraverso Ufleet e grazie anche alla gestione operativa/amministrativa day by day. Le informazioni vengono riportate sotto forma di grafici, tabelle e cruscotti grazie ad indicatori di performance personalizzabili. Ogni singolo componente della Dashboard potrà quindi essere dettagliato eseguendo dei drill-down, sino al raggiungimento della singola informazione. La Dashboard di Ufleet è in grado di riportare all'interno di un unico sistema tutti i dati che vengono "lavorati", dai dati di flotta, allo stato degli ordini, al Total cost of ownership con dettaglio di costi ed extra costi, contravvenzioni, cruscotti dei chilometraggi e analisi delle percorrenze (utile per controllare l'andamento degli extra km, e ridurre il costo delle eccedenze contrattuali), e monitoraggio CO₂.


Your Mobility e Dashboard sono le app sviluppate per i driver e le aziende



Il nuovo brand Ufleet raccoglierà i servizi di Tkt, gestione di flotte aziendali e TriptalyDrive, Transfer ed eventi


Hackathonbiz, il contest di Uvet e Talent Garden per la Via Francigena

TECNOLOGIA 02/11/2016 12:18

 Mi piace 0

 Tweet

 G+ 0

 Share

Leggi anche: [Uvet](#)

Una **maratona** di brainstorming di 24 ore per trovare soluzioni di viaggio innovative per il rilancio della **Via Francigena**. È **Hackathonbiz**, il contest ideato dal **Gruppo Uvet** in collaborazione con la piattaforma digitale **Talent Garden**.



**Hacka
thonbiz**
TRAVEL MONKEY AWARDS

La competizione, che avrà luogo nell'ambito dell'edizione 2016 del **BizTravelForum**, vedrà professionisti di diversi settori, quali operatori turistici e programmatori, sviluppatori e grafici, designer e studenti, mettere in gioco la propria creatività. Divisi in squadre sotto la guida di 'mentor' dovranno realizzare dei progetti innovativi di riqualificazione dell'itinerario, sviluppo della rete imprenditoriale e dell'offerta turistica della Via Francigena, che saranno poi valutati da una giuria di esperti.

Il progetto, oltre a migliorare l'esperienza dei visitatori, dovrà

comprendere un nuovo network di servizi al turista e fornire una piattaforma digitale che li includa tutti, creare un modello di valorizzazione e di business applicabile anche su altri itinerari italiani e internazionali, nonché dar vita a una grande opportunità per rilanciare le piccole imprese e per promuovere le eccellenze locali dell'artigianato.



BIZTRAVEL FORUM

Sfida per rilanciare la Via Francigena

Dal 15 al 16 novembre si svolgerà a Fiera Milano City la 14^a edizione 2016 del Biz Travel Forum, evento organizzato dal Gruppo Uvet. Tra le novità quella che riguarda l'HackatonBiz, una sfida di 24 ore per innovare l'esperienza del viaggio con il digitale organizzata in collaborazione con Talent Garden. Un Hackathon è una maratona di brainstorming. Nel caso specifico verranno formati dei team con operatori turistici, programmatori, sviluppatori, studenti, grafici e designers. Saranno affiancati da esperti di turismo e innovazione. I progetti – che dovranno riguardare il rilancio e lo sviluppo della Via Francigena – saranno valutati da giurati tra importanti realtà economiche italiane.

Non solo aziende La famiglia Patané ha già avviato una partnership con la Cina

Sì, viaggiare. Sulle rotte del turismo tech

Uvet punta all'online e a nuovi pacchetti all inclusive. E continuerà a gestire alberghi

Il segmento online cresce, con la vendita dei biglietti aerei e di camere d'albergo. Sia pure con margini risicati, dell'1,5%. Il canale delle agenzie di viaggi però batte in ritirata. Compostamente. Nell'ultimo anno hanno chiuso circa 200 agenzie, per effetto del cambio generazionale, e ora la rete di Uvet ne conta 1.200 circa.

Eppure i ricavi crescono: nel 2015 si sono attestati a 2,4 miliardi di euro per una conglomerata con 66 anni di storia che spazia dagli eventi alla gestione di villaggi turistici, dai tour operator alla vendita di biglietti via Internet, dai call center ai viaggi aziendali, in cui Uvet è di gran lunga il principale operatore di mercato in Italia.

La conduzione è affidata al presidente Luca Patané, che proprio oggi verrà ricevuto al Quirinale per la cerimonia di consegna delle insegne di Cavaliere del Lavoro. Domani e dopodomani si terrà invece il BizTravel Forum, organizzato da Uvet a Milano.

«Vogliamo avere una ventina di alberghi in gestione nei prossimi quattro, cinque anni — dice Patané — e proprio in questi giorni stiamo trattando almeno un paio di attività ricettive che ci sembrano interessanti». Uvet, attraverso la controllata Club Viaggi Resorts, ha già in portafoglio quattro resort. Due in Sardegna (uno a Santo Stefano, l'altro a Villasimius), il terzo a Pantelleria, il quarto in Kenya a Watamu (Il Twiga, rilevato da Valtur).

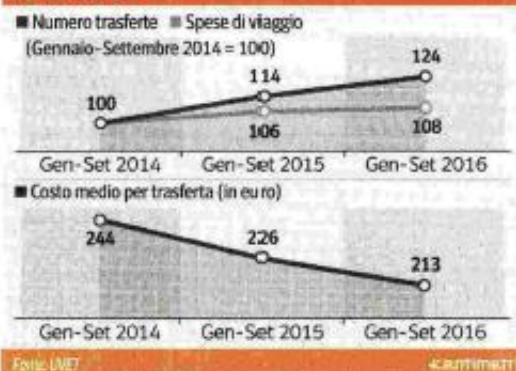
Patané pensa che ci siano enormi margini di manovra anche nel nostro Paese. Perché l'idea è fornire al turista o alla famiglia un pacchetto integrato di soluzioni che passa dal villaggio al volo charter, fino ai trasferimenti nei luoghi di vacanza. Così avviene nel segmento business travel. Uvet ha clienti importanti come Leonardo-Finmeccanica e Fiat-Chrysler. Ma organizza eventi anche per Telecom Italia, Intesa Sanpaolo e Nissan.

Il gruppo è appena reduce da una riorganizzazione societaria. Da settembre è attiva la direzione generale Leisure, cui fanno capo tutte le attività di distribuzione (con i marchi Uvet Travel Network, Last Minute Tour, Personal Travel Specialist, Uvet Viaggi, Pomodoro viaggi e Otn), Tour operating (Uvetgo e World Heritage) e la gestione alberghiera e resort (Clubviaggi Resorts), sotto la guida del neo amministratore delegato di Uvet Travel Network, Piergiulio Donzelli.



Strategie Luca Patané, presidente di Uvet

Le tendenze



Il 50% dei ricavi arriva direttamente dai viaggi aziendali e soltanto per il mercato domestico. Dalle vendite online arriva un altro 20%. Un buon 30% arriva dal segmento turismo inteso come agenzie di viaggi e tour operator. «Investiamo 2 milioni di euro all'anno in tecnologia — spiega Patané — per essere immediatamente raggiungibili sui motori di ricerca nella comparazione di offerte di voli e alberghi».

Uvet compra in anticipo pacchetti di biglietti che poi rivende a privati ed aziende, trattenendo un margine di intermediazione. Il lungo sodalizio con American Express le permette importanti sinergie nei sistemi di pagamento che le consentono di garantire efficienza al cliente finale rispetto alla vendita diretta dei biglietti da parte delle compagnie aeree. A maggio è stata annunciata una joint-venture paritetica con un operatore cinese, la società Zhong

Xin Investment, parte del gruppo Yong Cheng, per portare clientela cinese di alto livello nel nostro Paese. «È prematuro calcolare il ritorno — ammette Patané — ma vogliamo sondare le opportunità di un mercato vastissimo». Sul fronte finanziario il controllo è interamente in mano alla famiglia Patané. Più volte si è parlato di un possibile partner.

L'interlocuzione con la banca d'affari di Giovanni Tamburi è stata fitta per mesi ma poi non si è fatto nulla. Neanche l'ipotesi quotazione in Borsa è stata vagliata. Lazienda non è caccia di capitali sul mercato, Patané vuole andare per la sua strada e al momento i risultati gli danno ragione. «Mai dire mai» è la filosofia di Patané, che oggi dà lavoro a mille persone tra Italia ed estero, con uffici in tutta Europa, compreso un call center in Romania.

FABIO SAVELLI
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Al via il Biz Travel Forum. Patanè: «Serve un sistema comune per i big data»

«Noi siamo un po' il faro del mercato per tecnologia, servizi e comunicazione».

Luca Patanè, presidente del Gruppo Uvet alza il sipario sulla 16° edizione del Biz Travel Forum ribadendo, neanche troppo tra le righe, le ambizioni su larga scala del gruppo da lui presieduto. Ma il forum d'apertura della due giorni milanesi non è



solo la vetrina di Uvet e di Patanè fresco della nomina di Cavaliere del Lavoro. Il tema del forum d'apertura sono infatti gli scenari per il 2017 con lo spettro – o il monito, dipende dai punti di vista – dei big data neanche troppo sullo sfondo. Si parte dai dati, per l'appunto, raccolti nell'Uvet Travel Index, studio realizzato in collaborazione con Ambrosetti Group. «L'Italia non va male, il Paese è su una linea virtuosa e per il 2017 prevediamo una crescita del Pil pari allo 0,8%», osserva l'ad Paolo Borzatta per poi cedere la parola agli altri relatori del panel ma non prima dell'intervento, che suona un po' come provocazione, un po' come invito, di Luca Patanè. «I nostri dati sono sensibilmente legati ai trend economici – rileva il presidente -. Viaggi, soprattutto d'affari ed economia vanno di pari passo, quindi perché non creare una base di dati in comune?»

Una necessità per il sistema Paese che va a scontrarsi contro le logiche della concorrenza, nonostante Patanè ribadisca, «la competizione mi piace tutta, va bene, stimola» che trova il consenso di Damiano Sabatino, Vp and managing director Southern Europe e North Africa di Travelport, «siamo totalmente dentro la 4° rivoluzione industriale e la sua caratteristica è la connettività totale». Più moderato Gianfranco Battisti, direttore divisione passeggeri long haul di Trenitalia, «senza dati un piano industriale non si mette in piedi – ribadisce -, C'è la necessità di avere una banca dati Paese». Apertura, ancor più misurata quella di Nicola Bonacchi, vicepresidente sales Alitalia «i dati sono indispensabili per saper competere e saper rinascere», mentre la chiosa spetta a Michel de Blust, segretario generale Ectaa. «Se gli attori dell'economia turistica non riescono a federare i dati, tra qualche anno a confrontarsi su palchi come questi ci saranno Google, Facebook e Amazon».

ANSA **Economia**

Più viaggi d'affari, ma spendendo meno

La meta estera più gettonata è la Gran Bretagna, segue Francia



(ANSA) - MILANO, 15 NOV - Nei primi nove mesi 2016 il numero dei viaggi d'affari è cresciuto del 10% sul 2015, ma è continuata la discesa delle spese per trasferta, scese in media di 13 euro. Considerando il triennio 2014-2016, il numero di trasferte è aumentato del 24% mentre le spese di viaggio dell'8%. Lo spiega la Business Travel Survey, indagine sui viaggi d'affari di Uvet Global Business Travel. I costi medi di trasferta sono passati dai 244 euro dei primi nove mesi 2014 ai 213 del 2016. E secondo un'altra indagine, il Monitor Allianz Global Assistance, in collaborazione con Nextplora, se si guarda all'estero, la meta preferita dei viaggiatori d'affari italiani è il Regno Unito (41% delle scelte). Seguono Francia (40%), Germania (34%), Spagna (26%) e Svizzera (12%). Fuori dall'Europa, primeggiano America del Nord (22%) e Medio Oriente (12%), mentre tra i paesi emergenti guidano Cina (13%), Russia e Brasile (11%).

LA BUSINESS TRAVEL SURVEY DI UVET

Viaggi d'affari, Parigi non soffre gli attentati: resta leader in Europa. Milano prima in Italia

Anche Londra non ha pagato l'effetto Brexit: continua a essere la seconda città europea più importante per i business travel (e la più cara). In Italia cresce anche Roma. Per pernottare la città più costosa al mondo è New York, seguita da Dubai. La meno cara in Europa è Madrid

1. A Parigi il 12,2% dei viaggi d'affari europei

Anche nel 2016, con il 12,2% del totale dei viaggi effettuati in Europa, Parigi si conferma la principale destinazione dei viaggiatori d'affari. Non si è registrato un crollo ma comunque una lieve discesa rispetto alla Parigi pre-attentati, quando era la meta prescelta dal 12,8%. È quanto emerge dalla Business Travel Survey di Uvet presentata al 14° Biz Travel Forum, l'evento di riferimento in Italia per la mobilità aziendale organizzato da Uvet nei giorni 15 e 16 novembre a Milano



2. Nessun effetto Brexit a Londra: resta seconda solo a Parigi

Londra non ha ancora scontato le conseguenze della Brexit: continua a essere, dopo Parigi, la seconda città più importante per i business travel (da 8,9% a 8,4% del totale viaggi in Europa). Anche Bruxelles regge, passando da un 4,7% del 2015 al 4% del 2016, dopo gli attentati di marzo all'aeroporto e alla stazione metropolitana di Maalbeek



3. Non solo Milano, in Italia cresce anche Roma

In Italia Milano resta la principale destinazione dei viaggiatori d'affari con una quota del 34% e un trend, anche se minimo, di crescita. Anche Roma ha registrato negli ultimi 12 mesi una crescita (da 29 a 30,4%), mentre le altre destinazioni hanno avuto un calo della propria quota di mercato di circa il 2%



4. New York svetta a ovest, Dubai a est

A livello Intercontinentale New York si conferma il principale Hub aeroportuale per i viaggiatori d'affari che si dirigono negli Stati Uniti. Al secondo posto c'è Dubai quale Hub aeroportuale per chi viaggia in Oriente che registra un incremento della propria quota dell'1%. Le altre destinazioni segnano tutte una decrescita negli ultimi 12 mesi.



5. I pernottamenti più cari al mondo nella Grande Mela

La Business Travel Survey prende in esame anche l'andamento dei prezzi medi dei pernottamenti in hotel nelle principali mete dei viaggi d'affari: New York rimane la città più cara al mondo con 311 euro a notte, rispetto però ai precedenti 331 euro. Segue Dubai che può arrivare a costare per notte ben 218 euro (rispetto ai 225 dell'anno scorso) e Hong Kong il cui costo diminuisce di ben 27 euro perdendo il 12% (da 232 a 205 euro)



6. La grande città più economica resta Madrid

In Europa la città più cara si conferma Londra. In città una camera arriva a costare 258 euro a notte, prezzo in calo rispetto ai 272 euro dello scorso anno. Parigi è a 209 euro contro i 213 del 2015. Nei primi 9 mesi del 2016 il costo medio per room night nelle principali destinazioni europee fa registrare un incremento per le città di Amsterdam (da 178 a 180 euro) e Francoforte (da 146 a 158 euro) mentre si rileva una diminuzione del prezzo su tutte le altre destinazioni. La città più economica rimane Madrid con 127 euro



Viaggi d'affari in evoluzione tra big data, mobilità e Jobs Act

FOCUS A Milano l'edizione 2016 del BizTravel Forum organizzato dal Gruppo **Uvet**. Dibattito aperto su gli argomenti-chiave del settore

ANDREA LOVELOCK



Dall'impiego dei big data agli effetti del Jobs Act, passando per la mobilità e l'amplificazione mediatica di eventi come gli atti terroristici: sono questi i temi centrali del BizTravel Forum, in agenda il 15 e 16 novembre a Fieramilanocity-MiCo, quest'anno con la media partnership per il trade turistico del giornale L'Agenzia di Viaggi.

Due forum d'attualità sanciranno l'apertura di ciascuna delle giornate del cosiddetto "Biz", organizzato dal Gruppo **Uvet**.

Il primo confronto, programmato per il 15 novembre, verterà su big data, mobilità e welfare per focalizzare gli orizzonti futuri del turismo d'affari: dopo un excursus sugli scenari economici illustrati dalla European House-Ambrosetti, l'attenzione si sposterà sulla correlazione tra economia e viaggi d'affari. A dibattere sulla capacità dell'industria turistica di dotarsi di efficaci strumenti di ricerca e di analisi dei flussi, inter-

cedendo i trend nei tempi adeguati per investire e pianificare, saranno: Gianfranco Battisti, direttore divisione passeggeri long haul di Trenitalia; Paolo Borzatta, amministratore delegato di Ambrosetti Group Itd; Michel de Blust, segretario generale dell'Ectaa; Luca Patanè, presidente del Gruppo **Uvet** e di Confuturismo-Confcommercio; Damiano Sabatino, vicepresidente e managing director di Travelport Italia per Sud Europa e Nord Africa; e Roberto Tundo, chief information e technology officer di Alitalia. Modererà Sebastiano Barisoni, vicedirettore di Radio24. Verranno anche esaminati i principali indicatori per una *sentiment analysis* in grado di orientare scelte e investimenti da parte degli operatori specializzati in questo segmento. In particolare, si cercherà di valutare il cambiamento delle abitudini dei viaggiatori e a ciascuno dei relatori sarà chiesto, secondo le proprie competenze professionali, di dare una valutazione sullo spazio temporale che

intercorre solitamente tra l'accadimento di un fatto fortemente condizionante e la reazione del mercato. Nello specifico, si prenderanno ad esempio i recenti e tragici atti di terrorismo e i conseguenti shock economici e operativi nel settore turistico. Sarà questa l'occasione per capire come fronteggiare un'amplificazione mediatica di eventi di risonanza internazionale, che crea spesso negative ripercussioni nel comparto.

Dalle dinamiche dell'economia e della cronaca internazionale all'attualità del welfare: sono i temi del forum del 16 novembre, moderato da Andrea Carini, vicedirettore di Milano Finanza. Al centro lo studio di strategie e offerte di vendita di viaggi e servizi da parte di agenzie e operatori, al fine di rendere attuabile il piano di welfare che il Jobs Act ha previsto per le aziende e i loro dipendenti. Sarà illustrato l'impatto che le nuove riforme avranno nel mondo del lavoro, gli eventuali effetti economici nel Paese, le possibilità di portare un innalzamento dell'indice di attrattività dell'Italia, nonché la possibilità di snellire la burocrazia.

Si parlerà, poi, del funzionamento dell'Art Bonus, della donazione defiscalizzata e degli imprenditori mecenati e delle possibilità di sponsorizzazioni a progetti di recupero culturale di luoghi. A questo confronto parteciperanno Valerio De Molli, managing partner della European House-Ambrosetti; l'avvocato Gabriele Fava dello Studio Legale Fava e Associati; Luca Patanè, presidente Gruppo **Uvet** e Confuturismo; e Fabrizio Sala, vicepresidente della Regione Lombardia.

Uvet, in Italia crescono i viaggi d'affari

di Nicola Carosielli

Durante la prima giornata della 14esima edizione di BizTravel Forum organizzata a Milano dal gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,4 miliardi di euro e uffici in tutta Europa, è stata presentata la Business Travel Survey 2016. L'indagine mostra una crescita del 10% su base annua dei viaggi d'affari in Italia ma un calo del costo delle trasferte con una conseguenza sul pil che, stando all'Uvet Travel Index (che prevede l'andamento dell'economia basandosi sui trend di viaggio), a fine 2017 crescerà dello 0,9% rispetto a quest'anno. In Italia il treno è preferito all'aereo e le tariffe sono in calo del 12% rispetto al primo trimestre 2014, mentre i biglietti aerei costano il 14% in meno rispetto i primi nove mesi del 2015. Il traffico europeo è cresciuto del 7% ma è calato quello intercontinentale (-3%). In questo scenario Uvet prevede di chiudere il 2016 in positivo: «Sarà l'anno migliore della storia del gruppo, con un ebitda quasi raddoppiato rispetto al 2015», ha dichiarato il presidente Luca Patanè a *MF-Milano Finanza*. La vendita online di biglietti aerei e di camere d'albergo è cresciuta dell'1,5%. Con 2 milioni investiti ogni anno in tecnologia Seo, Uvet si pone l'obiettivo di arrivare entro cinque anni a gestire una ventina di alberghi attraverso la controllata Club Viaggi Resorts. (riproduzione riservata)

Uvet: non si ferma la voglia di shopping

16/11/2016 10:15

Due o tre acquisizioni previste per quest'anno, con mire in ambito europeo e in Italia



Non si ferma la voglia di shopping del Gruppo Uvet: "Farò due o tre acquisizioni nel turismo quest'anno", afferma il presidente Luca Patanè. "All'estero io compro determinate cose perché hanno dei vantaggi competitivi a livello tecnologico che spostate sull'Italia possano un giorno fare la differenza. Non ci sono operatori online di pacchetti consistenti, Yalla Yalla non c'è più come marchio sul mercato, un vuoto che va riempito". **In ambito europeo** "eravamo in negoziazione con un'azienda online a maggio che poi non è andata a buon fine e adesso lo siamo con una sul mercato dei pacchetti". Si tratta di un mercato importante in Europa e lo sarà anche in Italia, sostiene Patanè. La competizione è molto elevata e le marginalità sono basse, ma è un trend che va crescendo.

In Italia si punta sugli asset strategici: "Siamo intenzionati a crescere sul **business travel**, sulla **parte leisure del tour operator**, **non più nell'area network**", precisa. Sull'hotellerie "sono in fase di valutazione prodotti nella nostra Penisola e all'estero. Speriamo di averne un paio in più per il prossimo anno. **L'obiettivo è 20 alberghi in gestione per il 2021**". Non si esclude la formula della proprietà se convenisse, aggiunge il manager, "ma non è la prima cosa che mi interessa". Anche sull'**area eventi** "stiamo crescendo molto bene", aggiunge. Un ampliamento dei servizi che potrebbe realizzarsi anche con "l'**acquisizione di un'azienda nei prossimi mesi in Italia**".

Intanto, sul tema fondo di garanzia, **sono 850 le agenzie aderenti a oggi alla soluzione Fto:** "Pensiamo di arrivare **l'anno prossimo a duemila**". Nessun particolare problema in termini di requisiti tra quelle che si sono proposte: "Qualcuna non è stata accettata perché aveva un patrimonio netto negativo, le altre avevano tutte le possibilità di aderire".

Dopo il **completamento dell'integrazione di Ainet e Federviaggio in Fto**, il nuovo corso si muoverà su **tre direttrici:** "Dobbiamo ricostruire attraverso Ainet l'offerta per l'agenzie - spiega -. Secondo punto, vogliamo insistere sulla formazione: crediamo che la capacità di interpretare il mercato e di conoscere i consumatori possa permettere agli agenti di sopravvivere in una gara globale in cui credono di essere il punto debole. In realtà devono diventare un punto forte: vanno ricreate capacità di aggiornamento, di competizione, insieme alla fiducia e all'ascolto. Poi le classiche attività delle associazioni, consulenza fiscale e giuslavoristica". E il **nodo Fiavet?** "E' una questione di tempi e di modi, ma a breve si scioglierà". **n.s.**



Pil: Uvet Travel Index, nel 2016 crescerà dello 0,9%, nel 2017 +0,8%

Milano, 15 nov. (AdnKronos) - Nel 2017 il Pil italiano crescerà dello 0,8% rispetto al 2016. E' la previsione dell'Uvet Travel Index, l'indice ideato dal gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,4 miliardi di euro, 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 14esima edizione del BizTravel Forum, l'evento di riferimento in Italia per la mobilità aziendale organizzato da Uvet Global Business Travel. L'Uvet Travel Index rileva, anche che alla fine di quest'anno, la crescita del PIL sarà dello 0,9%.

"La correlazione – spiega Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet – tra andamento dei viaggi d'affari e pil è ormai testimoniata da anni grazie all'Uvet Travel Index".

BizTravel, l'incognita Brexit per le trasferte di lavoro



Incognita **Brexit** per i **viaggi d'affari**. Questa in sintesi l'elaborazione del **Monitor Allianz Global Assistance**, che la compagnia d'assicurazioni ha presentato durante il **BizTravel Forum**.

L'indebolimento della **sterlina** e soprattutto la futura rinegoziazione degli accordi commerciali sono alcuni degli effetti della **Brexit** che potrebbero incidere in futuro sugli indici delle preferenze di **manager e imprenditori** italiani circa le destinazioni dei propri viaggi d'affari. Il **Regno Unito** risulta infatti essere, con il 41% delle scelte, la meta estera più frequentata per le trasferte lavorative sia per commercianti, lavoratori dipendenti (41%) che per liberi professionisti, quadri,

manager e imprenditori (40%), appartenenti ai settori primario e secondario (35%) quanto a quello terziario (42%) e provenienti soprattutto dal **Nord Est** (50%) e dal **Centro** (46%) Italia.

Se per gli effetti legati alla **Brexit** occorre attendere i prossimi risvolti, i recenti **attentati terroristici**, invece, hanno influenzato il **business travel**: il 37% degli intervistati dichiara infatti di aver diminuito la frequenza delle trasferte e il 50% evita di viaggiare in Paesi e zone a rischio più alto.

L'**Europa**, in generale, viene indicata dai professionisti italiani come la destinazione principale tra le grandi aree geografiche, dove il Regno Unito è seguito da **Francia** (40%), **Germania** (34%), **Spagna** (26%) e **Svizzera** (12%). Fuori dal continente europeo, primeggiano **America del Nord** (22%) e **Medio Oriente** (12%). A seguire **Africa settentrionale** (9%), **America centrale**, **America del Sud** ed **Estremo Oriente** (7%). Tra i paesi emergenti, invece spiccano la **Cina** (13%), **Russia** e **Brasile** (11%).

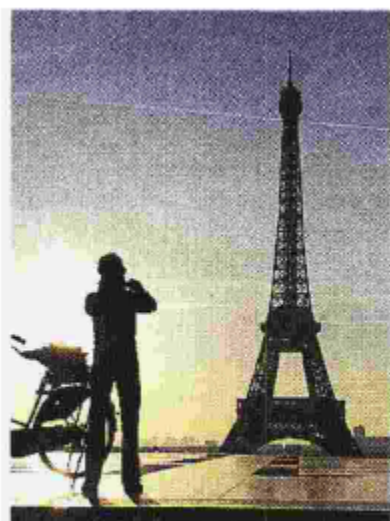
L'**aereo** è, come previsto, il mezzo più utilizzato, con il 95% delle preferenze, a seguire il treno e l'auto personale al 2%, chiudono l'auto aziendale o a noleggio all'1%.

Una volta raggiunta la destinazione, il 52% **noleggia un'auto** per potersi muovere in autonomia, il 22% si muove in taxi, il 17% si affida ai mezzi pubblici (metro, bus, tram), un 5% si avvale del servizio di **car sharing** e, infine, un 4% ricorre all'auto personale.

Inoltre, è sempre più diffusa tra i viaggiatori d'affari la pratica di prevenire imprevisti e le relative conseguenze. Secondo dei dati **Allianz Global Assistance**, solo il 22% degli italiani si assicura prima di partire per una vacanza mentre, in base a quest'ultima indagine, ben l'89% dei professionisti è dotato di una copertura nel corso delle trasferte di lavoro. In particolare, il 55% si avvale di una **polizza aziendale**, il 20% acquista un prodotto assicurativo in **agenzia viaggi** (20%), su piattaforme online (10%) oppure presso un agente assicurativo (4%).

In questo contesto, **Allianz Global Assistance** è presente al **BizTravel Forum** con l'offerta dedicata al settore business. Ai viaggiatori d'affari la compagnia propone **Globy Business**, l'assicurazione che comprende specifiche coperture dedicate ai liberi professionisti o a chiunque effettui viaggi d'affari anche saltuariamente, e **Easy Biz**, il prodotto concepito appositamente per le aziende, pensato per coprire le esigenze di trasferte e missioni di lavoro dei dipendenti.

Inoltre, dai primi mesi del 2016, è disponibile la polizza sviluppata in partnership con il **Gruppo Uvet** che assicura assistenza 24 ore su 24, 365 giorni l'anno e in qualunque parte del mondo, sia in caso di problemi medici sia per numerosi altri tipi di inconveniente.



Parigi è una città d'affari AFP

LA CAPITALE E PERÒ IN CALO DOPO GLI ATTENTATI

Parigi è prima per i viaggi d'affari In Italia la città preferita resta Milano

● Parigi si conferma la principale destinazione dei viaggiatori d'affari anche nel 2016, con il 12,2% del totale dei viaggi effettuati in Europa. Non c'è stato nessun crollo, ma solo una lieve discesa rispetto alla situazione pre-attentati, quando era la meta prescelta dal 12,8%. Lo rileva la Business Travel Survey di Uvet. Anche Bruxelles passa da un 4,7% del 2015 al 4% del 2016 dopo gli attacchi di marzo all'aeroporto e alla stazione metropolitana di Maelbeek. Londra, città che per ora non ha ancora scontato le conseguenze della Brexit, continua a essere, dopo la capitale francese, la seconda città più importante per i business travel (da 8,9% a 8,4%). In Italia Milano resta la principale destinazione dei viaggiatori d'affari con una quota del 34% e un trend, anche se minimo, di crescita. Segue Roma, che passa dal 29 al 30%.

Pts modello LinkedIn: quando il geometra sponsorizza l'agente

DI ADRIANO PALAZZOLO

Si chiama referral marketing la novità che **Uvet** ha presentato in anteprima al **BizTravel Forum** ai propri **personal travel specialist**. "È un sistema statunitense di scambio di referenze e contatti che abbiamo elaborato insieme con Bni, azienda leader al mondo in questo campo", spiega **Glauco Auteri**, responsabile progetto Uvet Pts.



Ma in cosa consiste? In questo modo si dà al pts la possibilità di sviluppare sul territorio relazioni professionali attive, come una sorta di **LinkedIn** applicato al mondo reale, che non si limita però a costruire solo una rete di contatti.

"Ogni nostro personal travel specialist farà parte di un gruppo territoriale composto da operatori di diversi settori merceologici, dal geometra all'avvocato e così via, e il nostro pts sarà l'unico rappresentante del mondo del turismo", rivela Auteri.

L'intenzione di Uvet è quella di dare agli specialist la possibilità di **corsie preferenziali** per rapidità nella risposta e standard elevati di qualità nel caso in cui i clienti avessero bisogno di servizi che esulano dal campo del business travel e allo stesso modo di **attrarre nuova clientela**, con il supporto dei membri del proprio gruppo territoriale di referral marketing, che suggeriranno il pts qualora i propri clienti avessero necessità di viaggiare.

Aziende. I risultati dell'Uvet travel index

Più viaggi d'affari ma la spesa media è in contrazione

Francesco Prisco

MILANO

■ Aumentano i viaggi d'affari, ma la spesa media per le trasferte si contrae, con una conseguenza immediata sul Pil che, a fine 2017, dovrebbe crescere dello 0,9% rispetto al 2016. Dato inferiore alla stima che, l'anno scorso, indicava per il 2016 un incremento compreso tra gli 1,2 e gli 1,6 punti percentuali.

Lo rivela l'Uvet Travel Index, l'indice creato dal gruppo Uvet, polo distributivo del turismo con un giro d'affari di 2,4 miliardi. Un indicatore, quello curato per la parte scientifica da The European House Ambrosetti, che consente di prevedere l'andamento dell'economia italiana sulla base dei trend dei viaggi d'affari. Tanto per cominciare le trasferte nei primi nove mesi di quest'anno sono aumentate del 10% rispetto all'analogo periodo del 2015, ma con una spesa media per trasferta che si è ridotta di 13 euro. Si moltiplicano le trasferte in treno rispetto all'aereo, mentre per effetto della concorrenza tra i due vettori dell'alta velocità su ferro diminuiscono le tariffe ferroviarie che, dal primo trimestre 2014, sono scese del 12% circa. In frenata anche i prezzi dei biglietti aerei, a meno 14% negli ultimi nove mesi rispetto allo stesso periodo del 2015. «La correlazione tra andamento dei viaggi d'affari e Pil fa sapere il presidente del gruppo Uvet, Luca Patanè - è ormai testimoniata da anni grazie all'Uvet Travel Index». Ma cosa ha determinato il rallentamento imprevisto del Prodotto interno lordo? «Nei primi mesi del 2016 - spiega Patanè - abbiamo assistito a un crollo genera-

lizzato dei mercati, a una instabilità legata al rallentamento cinese e all'inaspettato peggioramento delle economie dei Paesi emergenti. In Europa si è registrata un'inflazione ancora troppo bassa con settori in decisa deflazione». Non sono mancati effetti a sorpresa non prevedibili: «Il terrorismo, la Brexit, il colpo di Stato turco e le rinnovate tensioni con la Russia». Quanto a Uvet, gruppo che annovera nel proprio portafoglio clienti come Fiat Chrysler e Leonardo-Finmeccanica, si appresta a chiudere il 2016 in modo positivo: secondo Patanè sarà l'anno migliore della storia, con un Ebitda che dovrebbe essere doppio rispetto all'anno precedente. Obiettivo per il futuro prossimo: arrivare a una ventina di alberghi in gestione nei prossimi quattro, cinque anni.

 @MrPrisco

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE DINAMICHE

+10%

Il numero delle trasferte

Balzo in avanti per i viaggi d'affari nei primi nove mesi del 2016 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Ma la spesa media per trasferta si è ridotta di 13 euro

-14%

Le tariffe aeree

I prezzi dei biglietti aerei si sono ridotti del 14% negli ultimi nove mesi sullo stesso periodo 2015. Già anche i biglietti del treno, -12% dal primo trimestre 2014

Luca Patanè: nuove acquisizioni in vista per Uvet

DI ADRIANO PALAZZOLO

AGENZIE VIAGGI 18/11/2016 08:03





"Il Fondo sta andando molto bene. Qualcuno doveva prendersi questo cerino e noi ci siamo fatti avanti, correndo dei rischi. È stato per il bene delle agenzie, che al momento sono circa 850, ma penso che nel 2017 arriveremo a 2mila", spiega Patanè nel corso di BizTravel Forum.

Il confronto con il Governo

Patanè, che è anche presidente in Confturismo–Confcommercio, non guarda solo ai progetti personali, ma anche il futuro dell'intero settore turismo. Anche partecipando al Piano per il turismo, in via di definizione al Mibact.

"Il ministro Dario Franceschini ha coinvolto tutte le componenti sociali. Si è trattato di un tavolo parecchio affollato, situazione in cui non mi piace molto lavorare; ma è stata un'opportunità per dire la nostra. Abbiamo cercato di trasferire al Governo l'idea su ciò che potrebbe essere il turismo oggi, cioè un asse tra pubblico e privato. E speriamo in un riscontro di questo tipo".

L'incoming per far ripartire l'Italia

Allo stesso modo si potrebbe ripensare il **turismo incoming** per rilanciare zone dell'Italia in difficoltà, come quelle terremotate. "Bisognerebbe fare comunicazione al contrario: far andare i turisti lì, non nascondere quelle aree. Non bisogna far finta che quei luoghi non esistano più perché sono distrutti, ma anzi usare il **valore aggiunto dei turisti**, rendendoli parte attiva della ricostruzione".

Acquisizioni in vista

Infine, l'espansione di Uvet. Patanè sta tenendo d'occhio in maniera molto ravvicinata "un player online europeo che fa **dynamic packaging**" rivela, misurando le parole.

"Compro all'estero perché ci sono aziende con vantaggi tecnologici avanzati che possono fruttare in Italia. Il mercato dei pacchetti è importante: siamo intenzionati a crescere, oltre che nel business travel, anche nel leisure, nell'hotellerie e nel settore eventi".

Occhi puntati però anche sul mercato interno: "Sto pensando di acquisire un'azienda in Italia per integrare la filiera di servizi che offriamo".

Biz, la quarta rivoluzione industriale

Il futuro delle aziende sarà sempre più influenzato dalle banche dati: i trend all'evento firmato Uvet

Creare un Osservatorio dei viaggi utilizzando i big data. È la proposta che Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet, ha lanciato agli invitati della tavola rotonda inaugurale dell'edizione 2016 del Biztravel Forum.

L'occasione è quella per parlare degli scenari per il 2017 tra big data e viaggi d'affari e ai grandi player invitati per l'evento (Alitalia, Trenitalia, American Express, Travelport) Patanè ha spiegato la necessità di capire di più e ampliare la base dei dati a disposizione. "La porta è aperta per tutti coloro che vogliono entrare. Ognuno deve dare il proprio contributo per capire il comportamento dei viaggiatori".

Un invito raccolto da Gianfranco Battisti, direttore divisione passeggeri long haul di **Trenitalia**: "Senza una banca dati non si fa azienda. Se non ne capiamo l'importanza, è difficile fare piani industriali e strategici". Più cauto, però, con la disponibilità di mettersi in gioco: "Si potrebbero fornire solo dati elementari; i dati sensibili, che servono per la concorrenza, non

si possono dare ai competitor". Pensiero condiviso anche dagli altri ospiti sul palco. Se dunque ancora i tempi sembrano poco maturi per una sinergia in tale senso, bisogna pensare a cosa ci riserverà il 2017.

Le previsioni dell'Uvet Travel Index

L'Uvet Travel Index, ideato dal gruppo Uvet e curato per la parte scientifica da The European House - Ambrosetti stima sulla base dei trend dei viaggi d'affari un andamento positivo per l'economia italiana che nel 2017 vedrà il proprio Pil crescere dello 0,8 per cento. A dare poi le previsioni su come andranno le cose per il settore è Paolo Borzatta, a.d. di **Ambrosetti Group**, che ha elencato una serie di variabili che influenzeranno il mercato l'anno prossimo, dalla crisi dei migranti in Europa alla minaccia del terrorismo internazionale fino alla recessione in Brasile.

Per tutti coloro che viaggiano per affari però, la cosa fondamentale è avere sempre maggiori opportunità per spostarsi.

Trenitalia conferma di lavorare

in tal senso, con la prossima apertura del tratto Milano-Treviglio, un piccolo passo verso l'alta velocità su tutta la direttrice Torino-Venezia e annuncia un progetto di respiro internazionale: "Insieme a Virgin parteciperemo a un bando per presidiare la Londra-Edimburgo".

Nicola Bonacchi, vicepresidente sales **Alitalia** parla invece del nuovo corso della compagnia, che ha deciso di puntare sul long haul e di trasformare la Roma-Milano da tratta point to point a tratta per il feederaggio del lungo raggio. Investimenti poi sulle nuove destinazioni, come Teheran e L'Avana, viste come una grande opportunità.

Insomma, ognuno cerca la propria strada in un mondo reale che si evolve quasi seguendo i cambiamenti del mondo digitale. Per questo motivo, come ha spiegato Damiano Sabatino, vicepresidente e managing director per il Sud Europa e il Nord Africa di **Travelport**, avere strumenti di analisi del mercato aiuta a pianificare e a dare benefici a tutti. I big data diventano così il fondamento della quarta rivoluzione industriale.

Adriano Palazzolo



Dibattito acceso sulle nuove linee di sviluppo dei trasporti: ai viaggiatori d'affari servono più collegamenti veloci in treno e più voli long haul, mentre Luca Patanè (foto a destra), presidente Uvet, rilancia con la proposta di una collaborazione fra le aziende sull'utilizzo dei big data

LAVORO

Il Personal Travel Specialist, lavorando in piena autonomia, vende la vacanza su misura direttamente a domicilio

lo organizzo

IL VIAGGIO

Avete mai sentito parlare del Personal Travel Specialist? Se la risposta è no, siete giustificate: si tratta di una **professione nuovissima, già diffusa (e molto amata) in Inghilterra, ma approdata in Italia da un paio d'anni.** Cosa fa un PTS? Vende pacchetti viaggio e vacanza costruiti ad hoc, con un servizio di assistenza a domicilio. Come un sarto che prende le misure per un abito che cada a penello, il PTS va a casa del cliente, lo conosce, cerca di capire qual è la vacanza dei suoi sogni e poi gli propone le migliori soluzioni, fornendo un servizio dalla A alla Z, dai voli all'albergo, dalle escursioni alle assicurazioni.

flessibile ma sicuro

Il lavoro è in totale autonomia, senza la rigidità di una struttura fissa d'agenzia, vincoli di obiettivi o di presenza. **Ma alle spalle c'è comunque un apparato solido che si fa garante dell'offerta.** «È un lavoro senza contratto di assunzione ma con un contratto di collaborazione tra le parti che permette alla singola persona, attraverso gli strumenti tecnici e operativi forniti dal gruppo di riferimento, di vendere prodotti turistici», spiega Glauco Auteri, responsabile del progetto Personal Travel Specialist di **Uksol**, polo distributivo del turismo che sta diffondendo questa figura in Italia. «Il progetto nasce nell'ottobre del 2014 sull'esempio di altri mercati europei dove la modalità di vendita vacanze "a domicilio" è già rodata».

SMART WORKING

Quanto si guadagna? «Il range va dai 2.000 euro al mese fino a 4.000 o anche 5.000 euro nei periodi di alta stagione» spiega Auteri. Uno stipendio sostanzioso, che trae profitto anche da competenze specifiche. «C'è chi si specializza in viaggi leisure oppure in viaggi di gruppo o in mete esotiche... Inutile

dire, poi, che sono molte le donne a scegliere questa professione, poiché possono organizzarsi la giornata in base agli impegni familiari e personali. Un grande vantaggio che si traduce in un concetto: quello di smart working, un lavoro flessibile e plasmabile sulle esigenze della propria vita» sottolinea Auteri.

LAVORO



Deborah Rainis

Per cominciare serve esperienza nel mondo del turismo. Accompagnata da creatività e fantasia per soddisfare tante richieste diverse: dalla fuga romantica al pellegrinaggio.



«le mete che consiglio sono *testate personalmente!*»

Deborah Rainis, 37 anni, dopo avere vissuto gran parte della sua vita a Tolmezzo, si è trasferita a Udine dove ha aperto la sua prima agenzia di viaggi. Da un anno è entrata nel mondo dei Personal Travel Specialist.

● Quando sei diventata PTS?

«Nel febbraio 2016, il giorno di San Valentino, quando è scoppiato l'amore a prima vista per questo progetto».

● Prima cosa facevi?

«La mia carriera nel turismo inizia nel 2002 quando, a 22 anni, mentre ancora studio lingue all'Università, apro la mia prima agenzia viaggi. Le cose vanno così bene che nel giro di tre anni apro una seconda filiale. Fino a quando, nel 2010, il nostro settore inizia ad accusare i colpi inflitti dal web: ma non mi perdo d'animo e mi trasferisco in Australia per arricchire la mia formazione e studiare meglio l'inglese».

● E poi, hai deciso di cambiare...

«E che cambiamento! Prima di tutto, lavoro a domicilio su appuntamento, azzerando le perdite di tempo. Nessuno invita un professionista a casa sua solo per fare due chiacchiere, come invece avviene spesso in agenzia. Chi mi cerca è fortemente motivato. Inoltre, la mia soddisfazione personale è decuplicata, poiché stringendo un rapporto così stretto con i clienti, riesco a creare il "viaggio perfetto" per loro, dalla fuga romantica nel resort di lusso fino al pellegrinaggio sulla Via Francigena per 50 persone».

● Come gestisci il tuo tempo?

«In totale autonomia: fisso gli appuntamenti utilizzando quegli strumenti che all'inizio avevo vissuto come un problema, il web e i social, che ora sono i miei alleati più preziosi. Ho anche una pagina personale, Deborah Rainis Personal Travel Specialist, da cui i clienti possono prendere spunti! Naturalmente il lavoro va ben strutturato: ogni settimana costruisco l'agenda dedicando tempo ai social e alle mail, ai contatti con chi è rientrato dal viaggio per avere i feedback, ai nuovi preventivi, alla mia formazione, agli appuntamenti con i clienti...».

● Dove trovi le offerte?

«Noi PTS, grazie al gruppo **Uvet** abbiamo accordi con tutti i migliori tour operator. Usiamo molto i webinar, seminari via web che consentono di entrare in contatto con chi crea gli itinerari. Ma la formazione migliore è quella sul campo: grazie ai viaggi educacional e alle tariffe agevolate che ci sono concesse spesso andiamo a "testare" i posti da proporre, tant'è che sulla mia pagina, ogni mio viaggio diventa giocosamente "sto lavorando per voi"!».

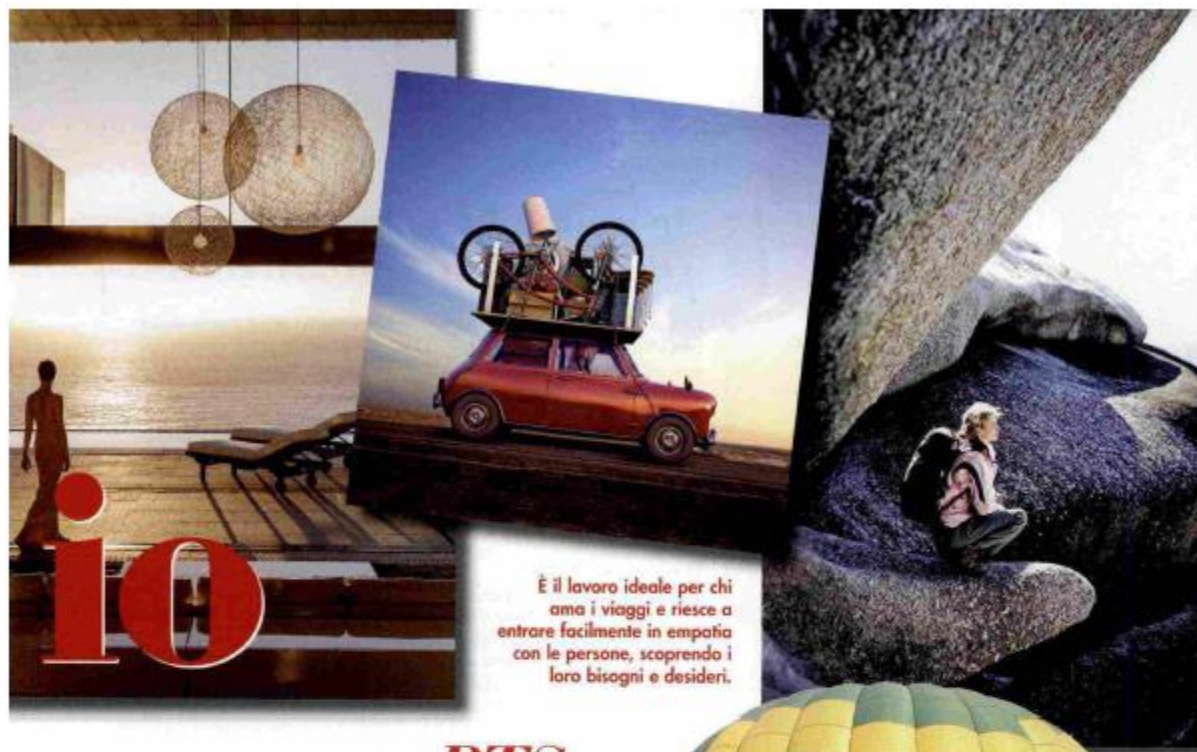
● Come ti fai conoscere?

«Anche se ormai tutto è a portata di click il mio primo canale è il passaparola di chi si è trovato bene. Poi ci sono il sito www.personaltravelspecialist.info, le mie pagine Facebook e... l'autopromozione: amo parlare del mio lavoro, persino quando sono in coda al supermercato».

● A chi consigli questo lavoro?

«A chi ha idee creative e voglia di metterle in pratica».

Serena Roberti



È il lavoro ideale per chi ama i viaggi e riesce a entrare facilmente in empatia con le persone, scoprendo i loro bisogni e desideri.

come si diventa **PTS**

L'ideale è aver già lavorato in un'agenzia di viaggi o avere comunque una formazione di tipo turistico. «Questo perché bisogna essere in grado di cogliere l'evoluzione e le dinamiche del mercato e possedere un know how che permetta di gestire tutta l'organizzazione di un viaggio. Il PTS, poi, viene formato su tutto ciò che c'è da sapere a livello tecnico e operativo, gestionale, contrattuale e assicurativo. Inoltre, Uvet si fa carico di tutti gli oneri amministrativi e offre l'utilizzo delle infrastrutture tecnologiche e l'assistenza che un gruppo con oltre 50 anni di attività alle spalle può assicurare. **Tutti i PTS aderiscono a un fondo garanzia che tutela ad esempio nel caso di fallimento di un operatore**» spiega Auteri. Per il resto, l'attività viene svolta in piena autonomia. «Il PTS si autopromuove da solo - spesso apre anche una pagina Facebook dedicata oppure approfitta di quella ufficiale fornita da Uvet - segue i clienti in totale libertà sul proprio territorio, non ha vincoli di orario e può gestirsi come meglio crede. Una volta definito l'accordo con il cliente, infine, tramite Uvet conclude la prenotazione».

MANDA IL TUO CURRICULUM

Uvet ha appena concluso una campagna di recruiting, ma ci sono posizioni sempre aperte e una nuova tornata di selezioni è prevista a breve. Per proporvi come Personal Travel Specialist, potete inviare il vostro curriculum all'indirizzo www.personaltravelspecialist.info. Posizioni simili sono offerte anche da CartOrange, che opera attraverso un portale viaggi e una rete di Consulenti per viaggiare. Per candidarsi basta visitare il sito: www.consulentediviaggio.it e poi accedere alla sezione "invia il curriculum".

Molte donne scelgono questa professione perché si concilia agevolmente con gli impegni familiari

ECONOMIA // di Serena Bernardi

BUSINESS TRAVEL TREND E NUOVE FRONTIERE

IL 15 E 16 NOVEMBRE A MILANO 14ESIMA
EDIZIONE DI BIZTRAVEL FORUM



FS VA IN BORSA

L'amministratore delegato di FS Italiane, Renato Mazzoncin, durante la presentazione del piano industriale 2017-2026 ha annunciato una quotazione non inferiore al 30% della divisione Freccie e Intercity di Trenitalia. Quest'ultima ha un fatturato di 2,4 miliardi, che punta a crescere nell'ambito del piano fino a 3 miliardi, un Ebitda di 700 milioni, che possono diventare un miliardo, e un Ebitda margin del 33%.

TRENITALIA E SAP

Trenitalia ha presentato al Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa (NA) soluzioni tecnologiche capaci di ridisegnare il futuro dei trasporti. La società del Gruppo FS ha implementato un sistema di manutenzione dinamica dei treni che utilizza la tecnologia IoT di SAP®. Grazie all'analisi di una grande quantità di dati, ricavati attraverso sensori posizionati su componenti sensibili del treno, la manutenzione diventa preventiva e mirata, con un notevole risparmio sui costi.

Viaggiare per affari e fare affari con i viaggi. Questo il concept dietro BizTravel Forum, l'evento annuale che riunisce gli operatori interessati ai temi della mobilità e del turismo, in programma il 15 e 16 novembre al MiCo di Milano. «Quest'anno al forum d'apertura si parla di big data e sentiment analysis, strumenti per aiutare gli addetti ai lavori a carpire i trend e sfruttarli», spiega Luca Patanè, ideatore di BizTravel Forum e presidente del gruppo Uvel. «Il secondo giorno focus su welfare, cultura e turismo, riflettendo sull'impatto del Jobs Act, sul Pil e sulla possibilità di innalzare l'indice d'attrattività del Paese. Inoltre sarà annunciata l'adozione della via Francigena da parte di Confcommercio – prosegue Patanè – essendo il 2016 l'anno nazionale dei cammini. Si tratta di valorizzare un asset attraverso la sinergia tra privato e pubblico, di rivitalizzare attività economiche intorno a qualcosa di antico. Un po' come è stato fatto

per Santiago di Compostela». La sicurezza è un altro aspetto che tutto il settore è chiamato a considerare. «Alla luce di accadimenti eccezionali, quali disastri naturali o atti terroristici, le aziende stanno investendo in una nuova funzione, il corporate security management: attraverso sistemi di monitoraggio evoluti si riescono a bloccare preventivamente le trasferte nei luoghi a rischio o a individuare la localizzazione dei dipendenti. Facilitando anche le azioni di assistenza in caso di pericolo», assicura Patanè. Ulteriore fronte di sviluppo è la mobilità integrata: «Servono piattaforme che possano fornire al passeggero tutti gli elementi che compongono il suo percorso. Oltre a trasporti, hotel e car rental, bisogna provvedere a tutti quei micro servizi come l'acquisto prepagato di una corsa taxi, l'utilizzo di un car sharing, la prenotazione di un parcheggio in stazione o in aeroporto. Gestendo tutto questo si prevede una crescita del mercato tra il 10 e il 20%». 

Un database unico: il sogno di Patanè

Un osservatorio per analizzare i comportamenti d'acquisto di viaggiatori e aziende. Con dentro i dati relativi alle prenotazioni, e relative loro modalità, dei più importanti player dell'industria italiana del travel. Fedele alla sua fama di visionario capace di realizzare i suoi sogni – «quello che annuncio qui un anno, l'anno dopo viene presentato» – il neo Cavaliere del Lavoro, nonché presidente del gruppo Uvet, Luca Patanè, sceglie la platea del BizTravel Forum per parlare del suo nuovo progetto. «Un'idea che ho voluto lanciare proprio qui per vedere le reazioni degli altri operatori presenti (da Alitalia a Travelport e Trenitalia, ndr). L'obiettivo – dice – è creare una base dati a cui gli attori coinvolti possano poi accedere per avere un suggerimento su come impostare le proprie politiche».

In attesa di capire quali saranno le reazioni – «di quali dati si parla?», la domanda più gettonata – Patanè dà un primo esempio di cosa potrebbe produrre un simile osservatorio quando parla di sentiment analysis applicata a una delle destinazioni su cui puntare nei prossimi mesi.

«È vero, a livello di prenotazioni ancora non registriamo un aumento della domanda, ma lo vediamo dai social e da quanto avviene nei nostri negozi, l'Egitto incomincia di nuovo a essere una meta ricercata, a differenza di quanto avveniva lo scorso anno», aggiunge.

Intanto, mentre presto il gruppo potrebbe vedere l'ingresso di un

paio di nuove realtà, «stiamo analizzando l'acquisizione di una realtà europea che si occupa di pacchetti e di un'altra italiana per allargare lo spettro di servizi che offriamo». Il forum di apertura di BizTravel è stata l'occasione per presentare il consueto appuntamento con l'Uvet Travel Index, l'indice creato dal gruppo Uvet che consente di prevedere l'andamento dell'economia italiana sulla base dei trend dei viaggi d'affari.

«**La correlazione tra andamento dei viaggi d'affari e Pil** è ormai testimoniata da anni». Risultato: le previsioni per il 2017 parlano di un Prodotto Interno Lordo italiano che crescerà dello 0,8% rispetto al 2016, dopo che proprio quest'anno le prospettive di crescita si sono attestate tra lo 0,9% e l'1%, in ribasso rispetto alle stime di dodici mesi fa.

«Ciò che più conta però, è che le trasferte costano molto meno rispetto a qualche anno fa, è un momento ideale per le aziende per viaggiare», ha concluso Patanè aggiungendo come sul fronte del leisure Cuba continuerà l'exploit iniziato la scorsa estate.



PROGETTO L'invito del presidente Uvet creare una base dati sui comportamenti d'acquisto dei clienti

«Agli indigenti le camere d'albergo che restano vuote»

L'idea del manager Patané: un mese di ospitalità a sfrattati, parenti di malati, persone in difficoltà

«Restano sempre vuote alcune camere, negli alberghi. Economicamente è fisiologico. Ma dal punto di vista sociale, con il bisogno di ospitalità che c'è in questo momento a Milano, non si può accettare. Ho deciso di metterne a disposizione cento al giorno per un mese, gratis, in varie strutture, e di destinarle a chi ha necessità. Spero serva da esempio anche per altri, in futuro». La mossa è di quelle innovative. A farla è Luca Patané, presidente di Uvet, uno dei maggiori gruppi turistici con 2,4 miliardi di giro d'affari e mille dipendenti.

Il manager, che pochi giorni fa ha ricevuto il riconoscimento dell'Ambrogino d'oro e il mese scorso anche il titolo di Cavaliere del Lavoro, ha appena preso contatto con varie onlus e con l'assessorato alle Politiche sociali del Comune: «Ho pensato in particolare a parenti delle persone che arrivano a Milano per cure mediche, a famiglie sfrattate, ragazzi disabili o ancora ai tantissimi padri separati in situazioni di indigenza — spiega —. Ho chiamato personalmente Ca-

100

Stanze sono state messe a disposizione a fini sociali negli alberghi da Luca Patané, presidente Uvet

200

Mila euro è il valore cumulativo delle cento camere d'albergo messe a disposizione nel mese di dicembre

sAmica, A Casa Lontani da casa, Comitato Maria Letizia Verga e Casa Prometeo, sono aperto a tutte le segnalazioni. Offro gli spazi negli hotel già pagati».

Per conto delle agenzie di viaggio, Uvet prenota circa settecento stanze di albergo al giorno, in ogni quartiere e per ogni fascia di prezzo. Di queste, ad esempio per dicembre, cento sono risultate in eccesso, per un valore superiore ai 200 mila euro. «Avremmo potuto rivenderle facilmente con affitti brevi sui portali o prendere accordi e commutarle con altri periodi, come facciamo di solito. Questa volta ho scelto invece di devolverle — dice semplicemente —. Milano è sempre stata la città dei mecenati, a me non sposta i conti dell'azienda. Dò il mio piccolo contributo e non escludo di rifarlo per mesi a venire».

Il discorso non è banale. Ci sarebbero i profughi, per cui l'assessorato cerca ricovero. Le prime famiglie, per loro, si sono fatte avanti, aprendo le porte delle case private dopo il bando di Palazzo Marino. E gli



La cerimonia Luca Patané (a destra) premiato dal sindaco Giuseppe Sala agli Ambrogini 2016

alberghi? «Tantissime persone hanno bisogno, anche italiani — precisa l'assessore Pierfrancesco Majorino —. Questa è un'ipotesi bellissima su cui lavorare, siamo molto interessati». Finora nessuno a Milano aveva offerto camere d'hotel in questa quantità: «L'idea è da raccogliere e replicare senz'altro, purché non svaluti il servizio di ricettività in una fase economica già difficile per il settore — riflette Maurizio Naro, presidente di Apam, Associazione degli albergatori di Concommercio —. Oggi le stanze rimangono sempre disponibili, anche sul web, pronte per essere vendu-

te fino all'ultimo minuto». Togliere dal mercato in anticipo per destinarle a bisognosi è un segnale forte.

«Se nascesse un coordinamento per azioni di solidarietà volontarie, sull'esempio di Patané, davvero faremmo qualcosa di importante — continua Naro —. In effetti le camere d'albergo vuote sono uno spreco non degno di Milano, capitale italiana del turismo. Potremmo cogliere l'occasione per lanciare un'iniziativa più generale», è l'ipotesi. Qualcosa, ultimamente, si è visto, ma gli esempi sono isolati e si contano sulle dita di una mano. L'hotel Spadari ha ospitato gratis, ad esempio, due famiglie della zona di Amatrice colpita dal terremoto, invitate dal Sindaco per la prima della Scala. Il The Hub ha accolto gratis per una settimana una delega-

L'offerta gratuita
Chieste segnalazioni alle associazioni di solidarietà. Majorino: «Idea da replicare»

Premio dai francesi

Legione d'onore a Sala

Il sindaco Giuseppe Sala ha ricevuto ieri a Roma la «Légion d'Honneur», la massima onorificenza di Francia. Gli è stata consegnata a Palazzo Farnese dal sindaco di Parigi Anne Hidalgo e dall'ambasciatrice generale di Francia Catherine Colonna. Hidalgo ha ricordato che «Parigi e Milano sono al fianco l'una dell'altra nell'affrontare molte battaglie, dalla lotta al cambiamento climatico al tema dei rifugiati, mettendo in campo doti comuni: la creatività e il dinamismo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

zione di disabili australiani, con l'hotel Cavour e il Four Point Sheraton ad offrire la cena.

Il primo passo, a volte, capita quasi per caso ed è capace di smuovere le acque. «Ho avuto l'idea sentendo un conoscente che raccontava di una famiglia siciliana costretta a dormire in macchina, perché il figlio doveva sostenere cure a Milano», conclude Patané. Nel 1988, quando lui ereditò l'azienda, Uvet contava 42 collaboratori e il corrispettivo di 25 milioni di euro di fatturato. Oggi i ricavi sono moltiplicati per cento.

Elisabetta Andreis

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Uvet lancia servizio online

Si chiama FlyUvet la nuova online travel agency di Uvet specializzata nella vendita di biglietteria aerea. La missione del sito è trovare e commercializzare i voli, sia di linea sia low cost, ai prezzi più convenienti del mercato. Il sito utilizza una tecnologia di proprietà della stessa Uvet che permette di scandagliare velocemente tutti i sistemi di booking delle compagnie aeree. Il sito FlyUvet ha nell'Italia il suo primo mercato ma in linea con le strategie aziendali nel corso del 2017 seguirà l'apertura in altri mercati Europei (Regno Unito, Francia, Spagna, Germania e Russia). Non solo, nel corso del 2017 saranno lanciati anche altri servizi sempre rivolti al consumer, come hotel, voli+hotel, treni e pacchetti vacanza. La società stima un investimento di 2 milioni l'anno per l'innovazione.

PRESIDENTE UVET

Patanè dona un Natale in hotel ai padri separati

Trecento posti letto. In alberghi 4 stelle di Milano e provincia. Destinatari padri separati, senza tetto, parenti di persone ricoverate negli ospedali. Sono i destinatari del regalo di Natale che Luca Patanè, presidente di **Uvet**, operatore leader nel turismo, ha voluto fare ai milanesi e ai loro parenti. Fresco di Ambrogino d'Oro e della nomina di Cavaliere del lavoro, l'imprenditore ha deciso di destinare a chi è rimasto senza casa o ha bisogno di un alloggio per alcuni giorni, le stanze rimaste vuote nelle grandi catene internazionali per tutto il mese di dicembre. L'iniziativa, a cui il gruppo sta lavorando da un mese, cerca addirittura di fare incontrare domanda e offerta, grazie anche alla collaborazione del capogruppo di Forza Italia in Comune Gianluca Comazzi. I casi sono stati segnalati dalle associazioni milanesi.

Il resort Le Picchiaie gestito da Clubviaggi

La società si occuperà della struttura ricettiva comprata dalla multinazionale Petroholding



Il resort Le Picchiaie a Portoferraio

PORTOFERRAIO

Si è conclusa la trattativa che vede **Clubviaggi**, società del gruppo **Uvet**, aggiudicarsi la gestione del **Resort Le Picchiaie**, boutique hotel di 50 camere nel Golfo di Portoferraio.

Il resort si colloca all'interno del nuovo piano di sviluppo del gruppo che punta a una maggiore presenza diretta nella gestione delle strutture leisure. «L'obiettivo - afferma **Luca Patanè**, presidente Gruppo Uvet - è quello di raggiungere le 20 strutture gestite entro 4 o 5 anni. Contiamo di investire nel ramo alberghiero in modo da arrivare a un pie-

no controllo di tutta la filiera turistica, permettendoci di offrire pacchetti ad hoc per i nostri clienti, dal viaggio fino alla struttura».

Il portfolio di ClubViaggi Resort va così a crescere, aggiungendo le Picchiaie alle strutture di Santo Stefano, Villasimius, Pantelleria e Watamu in Kenya.

Il Resort Le Picchiaie è stata venduta a fine ottobre 2016 alla **Petroholding Italia**, costola italiana della Petroholding Group, multinazionale russa specializzata in investimenti nel campo dell'Oil&Gas e dell'immobiliare, facente capo al magnate russo **Vladimir N. Bulavin** e presente in Italia dal

2015 sotto la guida di **Stefano B. Casarelli**.

«Ideale punto di partenza per scoprire gli splendidi itinerari dell'Isola d'Elba, il Resort Le Picchiaie si trova su una collina con vista sul mare, ricca di percorsi per trekking e sentieri per escursioni, a pochi minuti dalla spiaggia e dalle suggestive Capoliveri e Porto Azzurro - raccontano da Club Viaggi - La struttura sarà operativa dal primo aprile e rimarrà aperta fino al 31 ottobre, offrendo numerosi comfort ai propri ospiti: dal ristorante al moderno centro wellness, dall'idromassaggio alla possibilità di godere di un light lunch a bordo piscina».

In breve



STRUTTURE LEISURE

Uvet si aggiudica Le Picchiaie

Clubviaggi, società del Gruppo Uvet, si è aggiudicata la gestione del Resort Le Picchiaie, boutique hotel di 50 camere nel Golfo di Portoferraio, all'Isola d'Elba. Il resort si colloca all'interno del nuovo piano di sviluppo del Gruppo che punta a una maggiore presenza diretta nella gestione delle strutture leisure.

L'obiettivo è quello di raggiungere le 20 strutture gestite entro 4 o 5 anni. Il Resort Le Picchiaie è stato venduto a fine ottobre 2016 alla Petroholding Italia, costola italiana della Petroholding Group, multinazionale russa specializzata in investimenti nel campo dell'Oil&Gas e dell'immobiliare. Sempre Uvet ha inoltre messo online FlyUvet, la nuova OTA del Gruppo specializzata nella vendita di biglietteria aerea. La missione del sito è trovare e commercializzare i voli, sia di linea sia low cost, ai prezzi più convenienti del mercato. Attraverso una moderna tecnologia di proprietà stessa del gruppo Uvet, il potente motore di ricerca permette di scandagliare velocemente tutti i sistemi di booking delle compagnie aeree, trovando immediatamente le tariffe aeree più economiche e le soluzioni migliori disponibili in quel momento. Un'interfaccia utente semplice e intuitiva combina i risultati in base a orari e prezzi, rendendo la ricerca e la prenotazione dei voli facile e immediata anche per gli utenti meno esperti.

BUSINESS TRAVEL SURVEY 2016



I DATI PIÙ
SIGNIFICATIVI
AL 30.09.2016





UNICITÀ **V**OCAZIONE





eMOZIONE **t**ALENTO



uvet®

BUSINESS TRAVEL & MOBILITY | LEISURE TRAVEL | SERVICES | EVENTS



biztravel **FORUM 2016**

MOBILITY, EVENTI, TURISMO E INCOMING



WHAT NEXT?



15-16 NOVEMBRE 2016 FIERA MILANO CITY | MICO

registrati su: www.biztravelforum.it

Global Sponsor



GLOBAL
CORPORATE PAYMENTS



UVET American Express Global Business Travel

uvetgbt.com



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