

GIRO D'AFFARI DIRETTO GRUPPO UVET A + 28% NEL 2015

Il gruppo Uvet, polo distributivo del turismo presente in 13 Paesi del Mondo, prevede di chiudere l'anno con un giro d'affari totale in crescita del 13% a 2,5 miliardi di euro. A comunicarlo è stato il presidente Luca Patanè, incontrando i giornalisti nel villaggio turistico dell'isola di Santo Stefano nell'arcipelago de La Maddalena (Sardegna) gestito dal suo gruppo. E' soprattutto il giro d'affari diretto a fare da traino (+28%): dagli 867 milioni del 2014 si prevede di chiudere il 2015 a 1,1 miliardi di euro.

“Il contributo più consistente – ha spiegato Patanè – è arrivato da eventi, incoming e Expo. Ha performato bene (+52%) anche l'online grazie all'apertura di nuovi siti per la vendita di biglietti aerei e pacchetti viaggio in diversi Paesi europei e non solo. La progressione è stata comunque a doppia cifra anche per gli altri comparti: servizi (+15%), mobility e travel management (+12%) e network Uvet (10%). Il giro d'affari indiretto - ha aggiunto il presidente di Uvet Patanè – si incrementerà del 3% a sfiorare gli 1,4 miliardi di euro”.

Uvet si configura come una realtà da circa **1000** dipendenti e presente in 140 Paesi del mondo grazie alla partnership con American Express, 1500 agenzie di viaggio e 65 anni di storia. Oltre all'Italia Uvet è presente con proprie società negli Stati Uniti, in Francia, Svizzera, Svezia, Romania, Lettonia ma anche in Norvegia, Danimarca, Finlandia, Germania, Austria e Russia **attraverso i propri portali**.

EXPO: VENDUTI 500 MILA BIGLIETTI E OPZIONE D'ACQUISTO FINO A 800 MILA

Il Gruppo Uvet ha già acquistato 600 mila biglietti, di cui quasi 500 mila già venduti. E' in corso anche un'opzione per estendere l'acquisto a un totale di 800 mila biglietti, che ne fanno il terzo rivenditore ufficiale di Expo Milano 2015. Il target di riferimento per la vendita dei biglietti è costituito prevalentemente da tour operator europei; associazioni imprenditoriali e di categoria attive sul territorio nazionale; grandi aziende italiane e multinazionali europee e americane. Molti biglietti sono stati trasferiti internamente alle loro sedi estere, per la distribuzione a dipendenti, dealer, collaboratori e partner aziendali.

Tramite Uvet Lab il gruppo sta gestendo i servizi di 13 padiglioni di Paesi partecipanti a Expo (un quinto del totale), compreso il padiglione Americano di cui è Official Event Partner. Dopo l'acquisizione dell'incarico per la gestione degli eventi e dei servizi del **Padiglione USA**, il gruppo guidato da Luca Patanè ha sottoscritto, tramite la propria società Uevents, altri 12 accordi per gestire i servizi dei padiglioni di **Argentina** (allestimento, dotazione tecnologica, gestione staff), **Brasile** (staff), **Uruguay** (servizi logistici, gestione eventi e staff), **Ecuador** (staff e catering), **Colombia** (logistica, staff e sistemazione alberghiera), **Messico** (logistica e eventi), **Israele** (servizi logistici, gestione eventi e staff), **Barhain** (staff), **Angola** (logistica, staff e sistemazione alberghiera), **Thailandia** (logistica e sistemazione alberghiera), **Montecarlo** (staff, eventi e sistemazione alberghiera), **Spagna** (logistica e sistemazione alberghiera). In questo contesto le società del gruppo hanno dato lavoro direttamente a 100 persone e tramite agenzie specializzate ad altre 220, **in totale circa 650 persone**.

“Abbiamo puntato fin dall'inizio sull'Expo – afferma Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet – perché pensiamo che contribuirà, certamente quest'anno, a stimolare l'economia italiana. Alla manifestazione sono previsti 21 milioni di visitatori, di cui 7/8 milioni di stranieri. Da alcune simulazioni effettuate, stimiamo che se quei visitatori stranieri diventassero abituali si potrebbero generare per l'Italia circa 8 miliardi di Euro di valore aggiunto ogni anno. Occorre che tutti facciano la loro parte

per mostrare il meglio del nostro Paese. Utilizzando le giuste leve di comunicazione e marketing territoriale, metteremo le basi per creare un turismo di ritorno, che contribuirà anche alla crescita del nostro PIL”.

Sono state costituite società ad hoc per ottimizzare l’offerta di servizi e pacchetti turistici da associare alla vendita dei biglietti per l’Esposizione Universale. Per il mercato statunitense **Uvet Usa**, tramite il suo portale Uvetusa.com, fornisce ai cittadini americani la possibilità di acquistare non solo i biglietti d’ingresso a Expo 2015 ma anche voli, stanze d’albergo, pacchetti culturali e turistici per visitare l’Italia.

Per prenotare i servizi legati a Expo è stato creato il sito Italy.uvat.com, rivolto sia alla clientela consumer sia a quella business, che consente di perfezionare gli acquisti dei pacchetti Expo in euro o dollari, con informazioni in italiano e inglese.

Made in Uvet è la società costituita per proporre ai visitatori, insieme ai biglietti per l’Expo, pacchetti (“packages experience”) dedicati al design, alla moda, al lusso, al lifestyle, all’enogastronomia, all’arte e alla cultura. Organizza anche eventi per le aziende e le associazioni all’interno dei padiglioni e visite guidate. All’Expo il visitatore può associare una crociera attorno all’isola di Capri, un giro in Ferrari, la visita, senza fare code, del Colosseo, del Duomo di Milano, della Basilica di San Marco di Venezia o di altri musei. Si possono scegliere anche percorsi enogastronomici nelle Langhe, nell’Oltrepò pavese o in altre regioni italiane.

UVET TRAVEL INDEX: PIL CRESCE DELLO 0,36% NEL PRIMO SEMESTRE 2015

Alla fine del secondo trimestre 2015, il Prodotto Interno Lordo (PIL) dell’Italia cresce dello 0,19% rispetto allo stesso periodo del 2014 mentre su base semestrale l’incremento è dello 0,36%. E’ quanto si ricava dall’Uvet Travel Index* ideato dal gruppo Uvet, e curato per la parte scientifica da The European House - Ambrosetti.

L’Uvet Travel Index è stato realizzato confrontando una serie storica di dati dei viaggi d’affari e del PIL dal 2006 a oggi. Da qui si è verificato che il trend dei viaggi d’affari rispecchia al 94% l’andamento del prodotto interno lordo (PIL) del Paese. Le stime previsionali di Uvet sull’andamento del Pil vengono rilasciate da Uvet con un anticipo compreso fra 30 e 45 giorni rispetto all’Istat.

Su base tendenziale annua, la crescita acquisita nei primi due trimestri, qualora i successivi due si rivelassero piatti, cioè a crescita nulla, è dello 0,36%. Questo dato risulta in linea con la stima di +0,7% del PIL 2015 già fornita a novembre del 2014 in occasione del BizTravel Forum, l’appuntamento annuale di Uvet Amex dedicato alla mobilità aziendale, agli eventi e al turismo.

“Più volte – spiega Luca Patanè, presidente del gruppo Uvet – avevamo detto che c’è una correlazione tra andamento dei viaggi d’affari e PIL, ora abbiamo dato una veste scientifica a questa nostra intuizione. I livelli dell’Uvet Travel Index testimoniano una lieve ripresa in corso. Comunque le fluttuazioni modeste sopra o sotto crescita zero non condizionano le molte grandi aziende che in questo 2015 hanno puntato su viaggi e trasferte nei mercati internazionali per superare le difficoltà del mercato interno”.

Un tour operator diverso perché innovativo, mai banale, subito riconoscibile. La nuova scommessa del presidente Luca Patanè si chiama World Heritage. L'obiettivo è creare viaggi per "viaggiatori" e far sì che Uvet diventi punto di riferimento anche nel turismo organizzato.

World Heritage proporrà **viaggi culturali e naturalistici** per piccoli gruppi, itinerari ideati e accompagnati da **esperti** con documentata conoscenza dei luoghi. Particolare attenzione su **distanze percorse** e **mezzi di trasporto** utilizzati e **cura nella scelta** delle strutture selezionate per i pernottamenti saranno altre caratteristiche distintive di questo nuovo tour operator.

SANTO STEFANO RESORT: UN NUOVO FORMAT DI VILLAGGIO TURISTICO

Da due anni il gruppo Uvet sta sperimentando con successo la gestione diretta di un resort nella splendida isola di Santo Stefano nella riserva dell'arcipelago de La Maddalena. Clubviaggi Resort Santo Stefano rappresenta un nuovo concetto di vacanza presso un resort. Le parole d'ordine sono relax, natura incontaminata, sport, musica live e esperienze culinarie e divertimento affidato ai "Friends", professionisti residenti che si esibiscono in live show, musical e cabaret integrandosi quotidianamente con gli ospiti. Il Clubviaggi Resort Santo Stefano è l'unica struttura ricettiva presente sull'isola omonima. L'obiettivo è coccolare in un'atmosfera familiare, far vivere diverse esperienze culinarie, giocose, sportive, far conoscere il territorio con escursioni, osservazioni, eventi culturali.

Un approccio eco-friendly, una particolare attenzione al cibo che va dalla scelta di materie prime genuine a km zero, alla preparazione di pasta, pane e dolci freschi anche della tradizione locale. I ristoranti hanno viste panoramiche suggestive, menù dedicati e soprattutto ospitano chef stellati e food designer con le loro proposte culinarie e veri cooking shows. I "friends" cercano di non essere sempre disponibili, professionali e mai invasivi. E settimanalmente arrivano gli "special guest", personaggi famosi che arricchiscono il fitto programma artistico e di intrattenimento. La social community è animata da blogger e video maker per raccontare in tempo reale la vita del Resort e altri momenti della giornata attraverso i canali Facebook, Youtube, Wechat e Twitter.

L'isola della musica. Con dodici ore di musica tra live performance, jam session acustiche, deejay set, radio beach oltre alla possibilità per gli ospiti di sperimentare le proprie performance al fianco di professionisti della musica. La Santo Stefano Arena ospiterà anche quest'anno le performance degli artisti residenti per tutta la stagione, insieme a comici della tv, attori, cantanti, personalità dello sport e dello spettacolo che daranno vita a live shows, cabaret e pieces teatrali. Il palco si trasforma in uno studio televisivo con le riprese video di talent show coinvolgenti, di momenti di spettacolo, interviste e di altri momenti della giornata. Gli ospiti, grandi e piccini, hanno l'opportunità di sperimentare le loro doti artistiche e sportive attraverso laboratori d'arte, d'improvvisazione teatrale, di musica e corsi professionali sportivi. I bambini e i ragazzi hanno un palinsesto di attività in spazi creati a misura delle loro esigenze. L'Orange Club ospita bambini dai 5 ai 12 anni e dai 13 ai 17. A loro sono riservati menù specifici, party a tema 3 volte la settimana, laboratori creativi e musicali, discoteca, trekking ed un esclusivo explorer camp, un vero e proprio campo tendato per l'osservazione degli astri, la tutela del territorio, e l'esplorazione dei luoghi.

Sul fronte dell'intrattenimento sportivo oltre alle discipline più o meno comuni (tennis, calcetto, basket, beach volley, canoa, diving, vela) ci si può cimentare anche in corsi di arrampicata, autodifesa, kite surf o triathlon con testimonial professionisti.