

Uvet vuole triplicare i volumi

Orizzonte a lungo termine per il gruppo che mira ad un posizionamento internazionale; la spinta su tecnologia, villaggi e incoming

di Laura Dominici

Villaggi, incoming e tanta tecnologia. Sono le aree di attività sulle quali insiste il **Gruppo Uvet** per diventare un gruppo sempre più internazionale. L'azienda presieduta da **Luca Patanè** esplora nuovi ambiti di sviluppo e se nel 2013 ha realizzato un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro (il bilancio di **Uvet** sprigiona un fatturato di oltre 100 milioni di euro per commissioni percepite), per il 2014 stima una crescita del +3/4%, trainata prevalentemente dal leisure. Il presidente crede nelle sfide, "ma accompagnate da intuizione e oculatezza".

E nei giorni scorsi al Santo Stefano Resort in Sardegna ha incontrato giornalisti e trade per illustrare i prossimi passi che lo vedranno sempre più posizionato in ambito internazionale. Dopo l'acquisizione di **Alexia** in Francia, l'anno scorso lo shopping ha riguardato una società online svedese che in

un anno, con 18 persone di organico, ha visto passare il fatturato da 100 a 200 milioni di euro e ora l'obiettivo è espandere il format ad altri Paesi nel mondo. I villaggi e l'incoming sono le due aree che, insieme al core business, potrebbero portare il gruppo "in un orizzonte di 10 anni - ha dichiarato Patanè - a triplicare i volumi attuali". Dopo il test dell'estate scorsa, a maggio è stato firmato il contratto di gestione di 18 anni per il Santo Stefano Resort (commercializzato in collaborazione con Best Tours). L'impegno ha previsto importanti interventi di riqualificazione già nella stagione in corso.

Il prototipo di gestione alberghiera che ha in mente **Uvet** è stato già applicato all'Abu Dabbab di Marsa Alam e "a breve contiamo di rilevare in gestione una struttura sempre in Sardegna (probabilmente vicino alla Maddalena, ndr) e un'altra in Tunisia. Cerchiamo luoghi che trasmettano

emozioni. Valutiamo anche gli alberghi di città". Il restringimento del mercato porta il gruppo a pensare in termini internazionali. Un'apertura all'estero che riguarderà gli ospiti delle strutture in gestione, ma che porta con sé anche l'ambizione di presidiare l'incoming. A questo settore sono collegati diversi progetti. Il gruppo è infatti partner e rivenditore ufficiale nel progetto "Made of Italians", che ha l'obiettivo di portare un milione di italiani emigrati all'estero a visitare l'Expo. Per gestire questa attività e offrire servizi integrati è stata costituita **Made in Uvet**. **UvetLab** è stata invece creata per l'organizzazione di grandi eventi aziendali e sportivi e si occuperà di progettare e allestire i padiglioni e fornire servizi correlati. Proprio in tema di padiglioni, la nuova società **Uvet Inc**, con sede a Chicago, ha firmato un accordo per la gestione in esclusiva di servizi ed eventi nel padiglione Usa di

Expo 2015. "E' uno dei padiglioni più importanti - spiega il manager - per il quale sono attesi un milione di americani nel corso dell'evento. Abbiamo acquistato 500mila biglietti per un esborso di 9 milioni di euro".

Sempre legato all'incoming, ma in area digitale, c'è poi il grande progetto **Tripitaly** con **Digital Magics**. "Una piattaforma per l'incoming che includerà un centinaio di servizi. Un sistema e-commerce per stimolare i consumi. L'idea è di poter transare qualsiasi servizio legato all'accoglienza. L'obiettivo è generare un miliardo di euro di fatturato nei prossimi anni". Il software dovrebbe essere pronto a settembre e il primo step potrebbe partire da gennaio 2015. "Expo sarà un'occasione importante per farlo conoscere - ha concluso Patanè -. Il costo per far funzionare Tripitaly si aggira intorno ai 10 mln". ■



Santo Stefano Resort

