Uvet diventa un acronimo nella nuova campagna istituzionale: Unicità, Vocazione, Emozione, Talento

Di pari passo all'annuncio della riorganizzazione in chiave leisure è partita la nuova campagna promozionale di **Uvet**: a firmarla è l'art director **Enrico Mottola**, che ha reinterpretato l'acronimo di Uvet declinandolo secondo alcuni messaggi chiave identificativi dell'azienda: Unicità, Vocazione, Emozione e Talento.

Unicità perché Uvet vuole trasmettere il messaggio di essere un operatore 'unico' nel leisure e nel mobility management che fonde insieme diverse attività e che ha la sua forza nel considerare il cliente sempre un nuovo cliente.

Vocazione perché la passione verso il turismo e la mobility è ben marcata nel DNA del gruppo guidato da Luca Patanè. Uvet è un'azienda familiare sul mercato da 65 anni che ha superato con successo i passaggi generazionali, consolidando il proprio business.

Emozione perché per avere successo occorre trasmettere 'emozioni' ai potenziali clienti, proponendo soluzioni uniche e sorprendenti.

Talento perché è la qualità di chi sa fare fronte a tutte le situazioni e superare brillantemente difficoltà e ostacoli.

In questo segmento di business Uvet punta a generare nel 2015 un fatturato di 1,3 miliardi di euro grazie al contributo di Uvet Network e Last Minute Tour, le reti di agenzie di viaggio partner e di proprietà.