La distribuzione (e Alitalia) secondo Patané

Dopo **Itn Travel Network e Last Minute Tour**, **Luca Patané,** il vulcanico presidente del gruppo Uvet, vuole rivoluzionare il mondo della distribuzione con il progetto **Upts, ovvero Uvet Personal Travel Specialist (leggi qui la presentazione alla stampa).** Una rivoluzione che probabilmente non si ferma qui. "Last Minute Tour lo possiamo considerare un contenitore per mosse future" dice Patané, intanto cresce con le sue gambe. E Bene: "Apriremo tre nuovi punti vendita questo mese - dice **Ezio Birondi**, presidente di LMT -. Continuando a fare associazione. Siamo oltre 160 agenzia adesso, e chiudiamo un anno difficile con un più 7,6% di giro d'affari e ben un più 22% di margine". Anche la Rete "tradizionale" Uvet, forte di quasi 1500 agenzie, è cresciuta, di circa il 10% nell'ultimo biennio, e ora con la sfida dell'Upts, il gruppo crescerà ulteriormente.
Distribuzione che dovrà fare i conti anche con la **nuova Alitalia**, dopo tre anni "di politiche disastrose nei confronti dei dettaglianti" spiega Patané, che di Alitalia è da anni il primo distributore, con vendite per circa 55 milioni di fatturato ad oggi, arrivando anche alla settantina di milioni nel passato: "ma come numero di biglietti venduti continuiamo a crescere, peccato per prezzi" aggiunge il presidente Uvet, lanciando la sfida ai vertici Alitalia: "Ora sono curioso di vedere cosa accadrà con l'arrivo di Etihad. Già durante il nostro appuntamento annuale, il **BizTravel** (il 25 e il 26 novembre al Mico di Milano, ndr) incontrerò i due amministratori delegati del vettore (l'uscente, **Gabriele Del Torchio**, e l'entrante, **Silvano Cassano**, ndr). Ma non è facile risalire nelle simpatie di un partner o di un'intera categoria quando li hai delusi nel passato". Perché, dopo un necessario cambio di strategia sulle rotte, "da un piano demenziale che si basava sulla Milano-Roma quando stava arrivando l'Alta Velocità", bisogna "riaccattivarsi la distribuzione", perché, come ci tiene a sottolineare lo stesso Patané, "che non è una questione di prodotto, perché, ad esempio, la Magnifica è certamente migliore della Classe Affaire dell'Air France".