

Turismo, nuovo record di bilancio per Veratour: fatturato +10,2%, utili a +48%

Il tour operator italiano chiude il 2018 a 224 milioni di euro come volume d'affari, net income per 12 milioni di euro. Per il 2019 punta a una crescita del 7-10%

La ricetta è semplice: attenzione al cliente, cura del prodotto, rispetto per i partner, Made in Italy e tanto impegno. Eppure si fa fatica a credere che questi pochi ingredienti bastino a Veratour per chiudere il bilancio record della sua storia con 224 milioni di euro di fatturato, +10,2% rispetto all'esercizio 2017, numeri che sono stati presentati ufficialmente in conferenza stampa a Milano. Per il tour operator italiano che dalla fondazione non ha mai chiuso in rosso, si tratta del 29° anno consecutivo in attivo, credenziali che hanno portato Veratour ad essere oggi il secondo player nazionale, leader nel settore villaggi e capace di raccogliere la sfida di un mercato non facile, quello turistico, caratterizzato da forte concorrenza e da alte aspettative da parte dei clienti.

"Nel tempo ci siamo evoluti ma non abbiamo mai messo in discussione i nostri valori e il nostro modo di fare impresa, - spiega Carlo Pompili amministratore delegato Veratour, - alle logiche del low cost e dei grandi numeri abbiamo preferito mantenere un approccio umano, una cura sartoriale verso i clienti e un rapporto onesto con i nostri partner. Su tutto lo dimostra la nostra politica commerciale: noi vendiamo il 100% del nostro prodotto tramite

agenzie di viaggio". Seppure la presenza sul web del tour operator sia incisiva e supportata da forti investimenti, la fase di acquisto di un qualsiasi prodotto Veratour può essere completata solo in agenzia di viaggio, partner che l'azienda non ha mai abbandonato in tempi dove la vendita diretta online ha rivoluzionato il nostro modo di viaggiare. Più che una scelta in controtendenza si tratta di un modello di business collaudato per Veratour, convinta che un cliente correttamente consigliato da un professionista sia un cliente soddisfatto. Un parametro misurabile attraverso l'enorme numero di cosiddetti *repeaters*: clienti che prenotano una seconda vacanza a meno di 12 mesi dalla precedente. In Veratour sono circa il 42%.

Quali che siano gli elementi di successo di questa azienda, i numeri parlano chiaro. Guida-



Famiglia Pompili

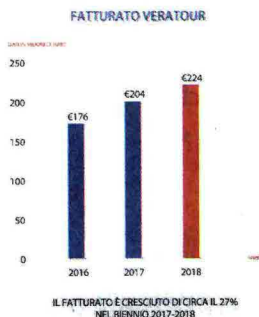


Grafico andamento bilanci Veratour

ta ancora dal fondatore Carlo Pompili, amministratore delegato, dai suoi due figli Stefano direttore generale e Daniele general manager divisione villaggi e dal direttore commerciale Massimo Broccoli, Veratour oltre al fatturato vede crescere l'Ebt del 2017 ai 14,7 milioni del 2018, e l'utile netto del 48,7% passando da poco più di 8 milioni a 12 milioni. Pur avvalendosi di alcune sopravvenienze determinate dalla Patent box, tassazione agevolata dei redditi derivati dall'utilizzazione di beni immateriali quali know-how,

marchi, brevetti, ecc. la crescita dell'Ebit del 13,95% (dai quasi 12 milioni ai 13,6 milioni di quest'anno) è dirimente: al di là delle contingenze fiscali si tratta di una solida crescita organica, ottenuta in un periodo storico non certo tra i più felici per l'economia italiana.

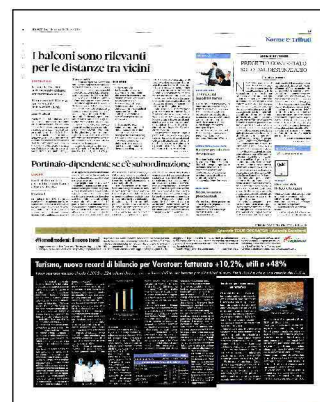
"La vacanza è ormai considerata essenziale per il benessere delle famiglie, la giusta ricompensa dopo un anno di lavoro, - continua Stefano Pompili - la prima cosa che una famiglia cerca è che la vacanza sia davvero un momento di comfort e relax: un bel resort e una spiaggia paradisiaca sono necessari ma non basta, oggi viene richiesta molta attenzione e cura da parte della struttura. Veratour si impegna per portare la qualità del Made in Italy nei settori chiave di assistenza, cucina e animazione: al personale residente nei villaggi

Veracub affianchiamo ogni anno oltre 800 collaboratori italiani".

Gli standard qualitativi non sono facili da mantenere date le profonde differenze geografiche e una distribuzione degli oltre 40 villaggi Veracub in tutto il mondo: Caraibi, Nord Africa, Oceano Indiano, Estremo Oriente e Mediterraneo per circa 4mila camere. Una diversificazione che permette una copertura della stagionalità per tutto l'anno. Gli investimenti fatti negli ultimi anni hanno permesso a Veratour di ampliare il numero di strutture offerte soprattutto nel Nord Africa, la ritrovata frontiera del turismo italiano (vedi approfondimento). Con la crescita degli ultimi anni sono state incrementate le partnership con le compagnie aeree, in particolare Neos. Alitalia e Blue Panorama che collegano gli aeroporti italiani con le principali destinazioni internazionali attraverso voli charter e di linea.

La ricetta del successo non sembra essere in discussione. Veratour punta a una crescita del 7-10% annuo nel medio periodo, a mantenere la leadership nel segmento villaggi e a incrementare l'offerta con nuove destinazioni e nuovi Villaggi Veracub.

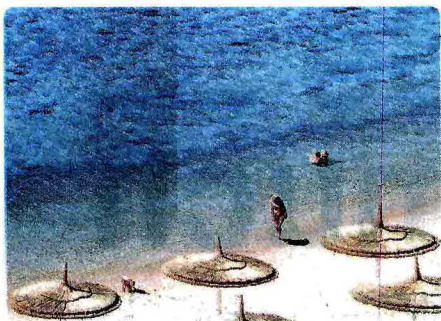
	2016	2017	2018
Fatturato totale Veratour	176 MIL	204 MIL	224 MIL
Incidenza destinazioni sul totale del fatturato			
Caraibi & Usa	32%	26%	23%
Egitto & Tunisia	3,5%	8%	15%
Italia	13%	15%	15%
Mediterraneo (Grecia/Baleari)	26%	23%	22%
Isole Canarie	11%	10%	8%
Oceano Indiano	14%	18%	17%



Veratour e quella scommessa sul Nordafrica

Gli esperti del settore turistico non hanno dubbi: oggi il protagonista è l'Egitto. Il Mar Rosso, come altre aree del Nord Africa, ha conosciuto grandi oscillazioni da quando è diventata meta ambita dai viaggiatori italiani: le fasi di crescita smodata dei primi anni 2000 sembravano inarrestabili, così come i crolli della domanda dopo il 2010. Da due anni la destinazione è nuovamente in crescita e permette agli analisti di fare previsioni al netto rialzo.

Un'idea di quale siano le preferenze dei viaggiatori italiani arriva guardando la distribuzione geografica del fatturato **Veratour** 2018. Alcune mete restano intramontabili come le Maldive o Zanzibar e fanno rimanere stabile già da diversi anni l'area dell'Oceano Indiano con un'incidenza del 17% sul fatturato. Costante anche l'Italia che aveva conosciuto un periodo di forte crescita negli anni scorsi perché percepita come più sicura, nel 2018 si aggiudica il 15% del totale. Calano invece i Caraibi -3% e il resto del Mediterraneo, -1%. Ribassi non eccezionali ma indicativi di una tendenza precisa: i viaggiatori tornano in Nord Africa, Egitto e Tunisia per **Veratour** raddoppiano l'incidenza sul fatturato per il secondo anno consecutivo. Da un valore



Veraclub Reef Oasis in Egitto

del 3,5% nel 2016, si è passati all'8% nel 2017 e al 15% del 2018.

“Per l'Italia non esiste un equivalente strategico del Nord Africa – spiega Daniele Pompili general manager del settore villaggi **Veratour** – alla vicinanza geografica si uniscono un'alta qualità del servizio e prezzi competitivi. Un mare meraviglioso e un clima che praticamente non conosce stagionalità, garantiscono temperature ottimali tutto l'anno. Per questo abbiamo deciso di investire nell'area, nel 2018 abbiamo aperto tre nuovi villaggi Veraclub: Sharm el Sheik e Marsa Alam per l'Egitto, dove oggi in totale abbiamo sei resort e Kelibia in Tunisia che si affianca a quelle già presenti di Djerba e Mahdia”.

Le passate festività natalizie testimoniano il grande ritorno di queste mete che hanno consentito a **Veratour** di prevedere per il 2019 una crescita dell'area di circa il 50%.