



CALEIDO
GROUP

“ UN NUOVO MODO
DI VIAGGIARE ”



Small Cap Conference

19 novembre 2015

Caleido Group è una società attiva nel settore del **turismo** specializzata nell'offerta di soluzione di **viaggio su misura** per tour operator, agenzie di viaggio e clienti finali.

Fa parte del **Gruppo Oltremare**, attivo da più di quarant'anni nel settore del turismo di fascia alta e lungo raggio, offrendo servizi di qualità rivolti ai mercati consumer e business

Fatturato 2014: €8,2 mln

Ebitda 2014: €0,95 mln

Dati pro-forma al 31/12/2014

I brand di Caleido Group sono riconosciuti tra i migliori nelle rispettive aree di business:

CALEIDOSCOPIO

brand leader in Italia tra i **tour operator per i viaggi su misura**

TRAVELAB

brand di **turismo e-commerce** fondato nel 2012; è il nuovo rivoluzionario sistema di «**web-booking**» destinato a semplificare, velocizzare e rendere sempre più efficiente e "customizzata" la costruzione dei pacchetti turistici da parte delle agenzie di viaggio

DREAMBOX

modalità innovativa di concepire la realtà dei **cofanetti regalo esperienziali** grazie alle "esperienze" multitematiche, brandizzate ed esclusive

TIMELINE

MILESTONES

1992

Oltremare Tour Operator nasce nel 1992, a seguito della dismissione dell'attività di vendita di pacchetti turistici sul mercato retail (network di agenzie di viaggi a marchio Airontour – I Viaggi dell'Airone) in seguito alla liberalizzazione del mercato turistico retail

Anni '90

I fondatori di Oltremare si dedicano con il nuovo brand all'attività di tour operating, consistente nell'assemblaggio di pacchetti turistici da vendere alle agenzie di viaggio

2000

Oltremare Tour Operator si specializza da subito nel segmento del turismo su misura (operato cioè con soli voli di linea, evitando vettori charter) e di lungo raggio, intercettando così da subito la domanda del ricco mercato dei viaggi di nozze e diventando leader di questo segmento nel centro-sud Italia. Nel 2000 Oltremare apre una filiale a Palermo per rafforzare la propria presenza sul mercato insulare

2009

Nel 2009 Oltremare rileva lo storico brand Caleidoscopio, de I Viaggi del Ventaglio, dal gruppo della famiglia Colombo. Nato negli anni '80, Caleidoscopio è, per il mercato agenziale del centro-Nord Italia, la realtà di riferimento per viaggi su misura di lungo raggio

2010

Nel 2010 nasce Dreambox, marchio di cofanetti "esperienziali" che acquisisce le licenze da Milan, Inter, Roma, Lazio, Lamborghini e Giro d'Italia (e successivamente i marchi delle testate del gruppo editoriale Conde Nast, come Vogue, GQ, Traveller, etc). Tale linea di business verrà successivamente affidata a Overseas Srl fino al successivo conferimento in Caleido Group.

2012

Nel 2012 parte l'esperimento Travelab, usato dapprima come sistema gestionale e di teleprenotazione interno e poi esteso al mercato agenziale come Travelab Easy, piattaforma e-commerce per la vendita di voli ed altri servizi turistici (hotels, trasferimenti, escursioni, tours, etc)

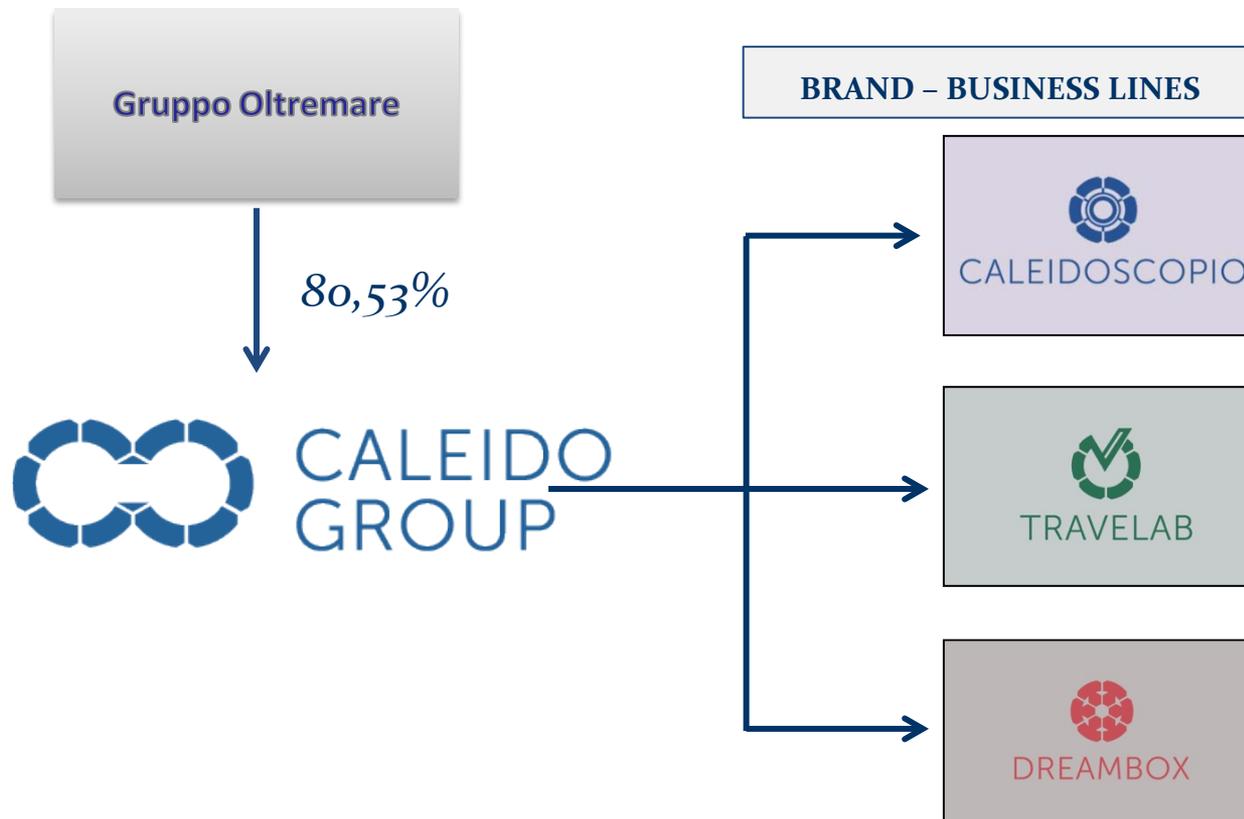
2014

Oltremare e Overseas conferiscono nella neocostituita Caleido Group SpA le linee di business Caleidoscopio, Travelab e Dreambox e i rispettivi brand

2015

Il giorno 24 marzo 2015 Caleido Group SpA, si colloca sul mercato azionario AIM Italia.

- Nel 2014 il Gruppo Oltremare ha conferito nella neocostituita Caleido Group le *business lines* sotto rappresentate.



- management giovane e fortemente «skillato»;
- crescita dinamica e opportunità di sviluppo in tutte e tre le linee di business, caratterizzate da una forte componente tecnologica e di innovazione;
- marginalità migliori rispetto a quelli del business tradizionali



- ✓ **Caleidoscopio** è un brand storico, di successo, con un posizionamento consolidato all'interno del segmento di riferimento, con un mercato di sbocco focalizzato sul centro-nord, maggiormente dinamico rispetto al mercato tradizionale di Oltremare



- ✓ **Travelab** si caratterizza per una posizione consolidata sul B2B, con una piattaforma di web-booking tramite la quale è possibile acquistare singoli servizi, e per la capacità di intercettare, con l'evoluzione futura del B2C, la crescente esigenza di mercato in termini di ottimizzazione ed economicità del «fai da te» attraverso un software «user friendly» ed un'offerta di servizi di alta qualità



- ✓ **Dreambox** si posiziona in un mercato in espansione e si caratterizza per l'offerta di esperienze multitematiche, brandizzate grazie a licenze di marchi esclusivi (Milan ed Inter, Vogue, Traveller, etc.)

Caleidoscopio

- Operazione di acquisizione di uno o più piccoli operatori specializzati
- Crescita del numero di agenzie attive anche grazie agli investimenti in incentivazioni, marketing/comunicazione e rafforzamento della struttura commerciale/rete di vendita

Travelab

- Allargamento delle linee di prodotto offerte, stabilizzazione dei rapporti con le agenzie storiche ed incremento del numero di agenzie totali servite grazie, anche, alla maggiore capillarità della rete di vendita distribuita sul territorio e all'incremento degli investimenti in comunicazione e marketing.
- Acquisizione e sviluppo di una piattaforma B2C

Dreambox

- Aumento del numero di referenze
- Contratto di esclusiva con un nuovo network di agenzie
- Sviluppo di sinergie con altri Players

Nel corso del 2015 Caleido Group sta rafforzando la business unit Caleidoscopio tour operator con il lancio di una nuova versione della piattaforma di *dynamic packaging* denominata *Genius Lab*. Genius Lab è la più evoluta piattaforma B2B del mercato turistico specializzata in sistemi di prenotazione di hotel e servizi e rivoluzionerà il modo di fare tour operating rafforzando la connotazione tecnologica di Caleido Group

Elevata «brand awareness»
su tutti e 3 i business

Management preparato, giovane e «committed» (impresa familiare senza problemi di passaggio generazionale)

Settore «in tenuta» e con
buone prospettive di sviluppo

Approccio sartoriale: costruzione su misura del viaggio,
servizi esclusivi, massima comodità e velocità di risposta

Personale altamente
qualificato, formato e «skillato»

Migliaia di strutture alberghiere convenzionate in tutto il mondo, su oltre 70 destinazioni di lungo raggio ed un'ampia varietà di tour con accompagnatore

Focus sul settore sposi, Centro-Nord e altre
nicchie «high-spending» ad elevata marginalità

Elevato standard qualitativo garantito da un'attenta selezione di «travel partners»,
strutture ricettive, voli di linea delle migliori compagnie aeree mondiali

Focus sull'IT e sviluppo tecnologico continuo del «dynamic packaging»: «booking engine» in grado di ottenere in tempo reale quote e tariffe speciali provenienti dai numerosi fornitori in tutto il mondo collegati in host-to-host grazie ad avanzati «web services»

Vantaggio di sviluppo tecnologico di almeno 12 mesi con
i competitors che si avvalgono di piattaforme IT simili

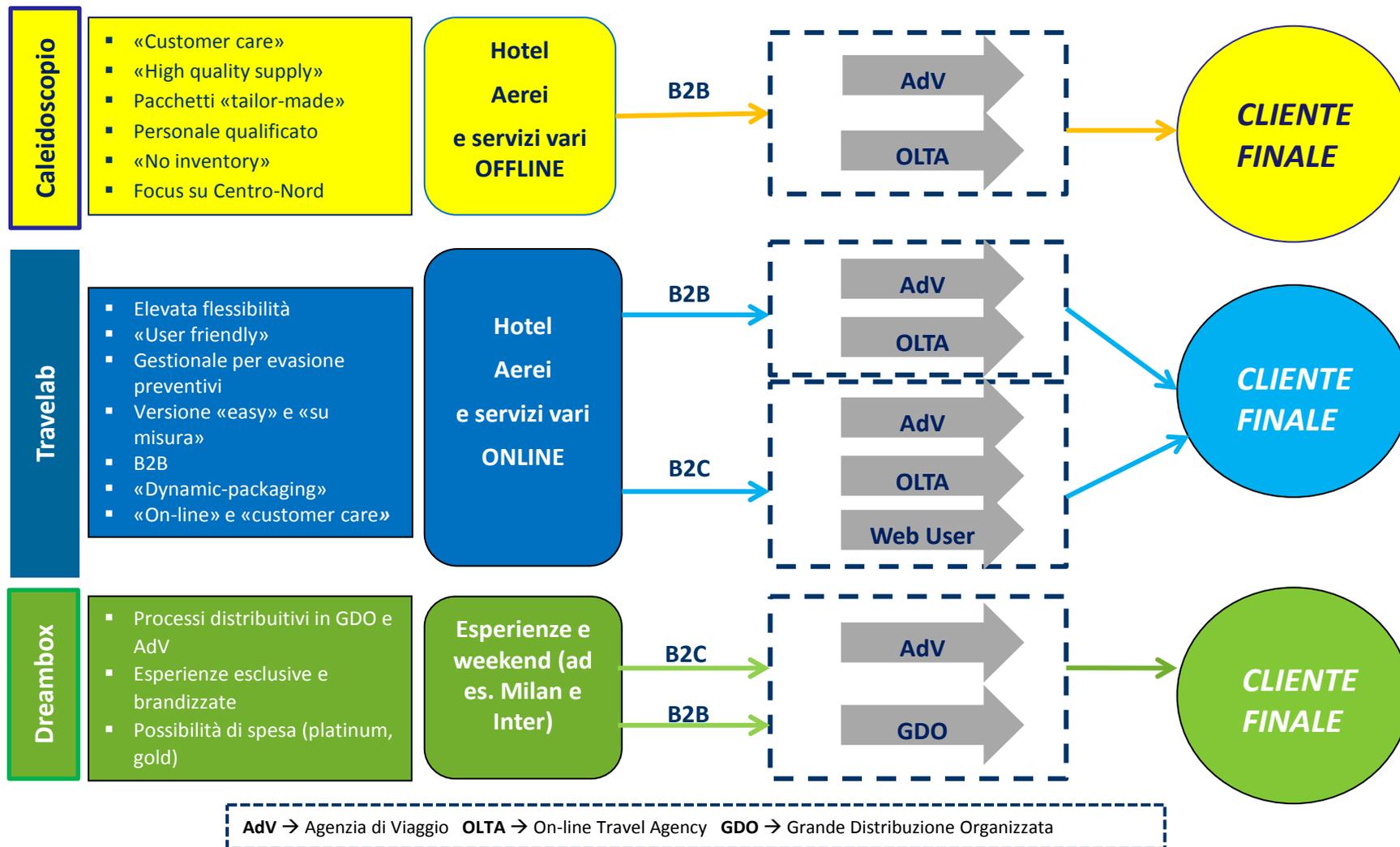
Proventi della quotazione destinati ad investimenti
che aumenteranno volumi e redditività

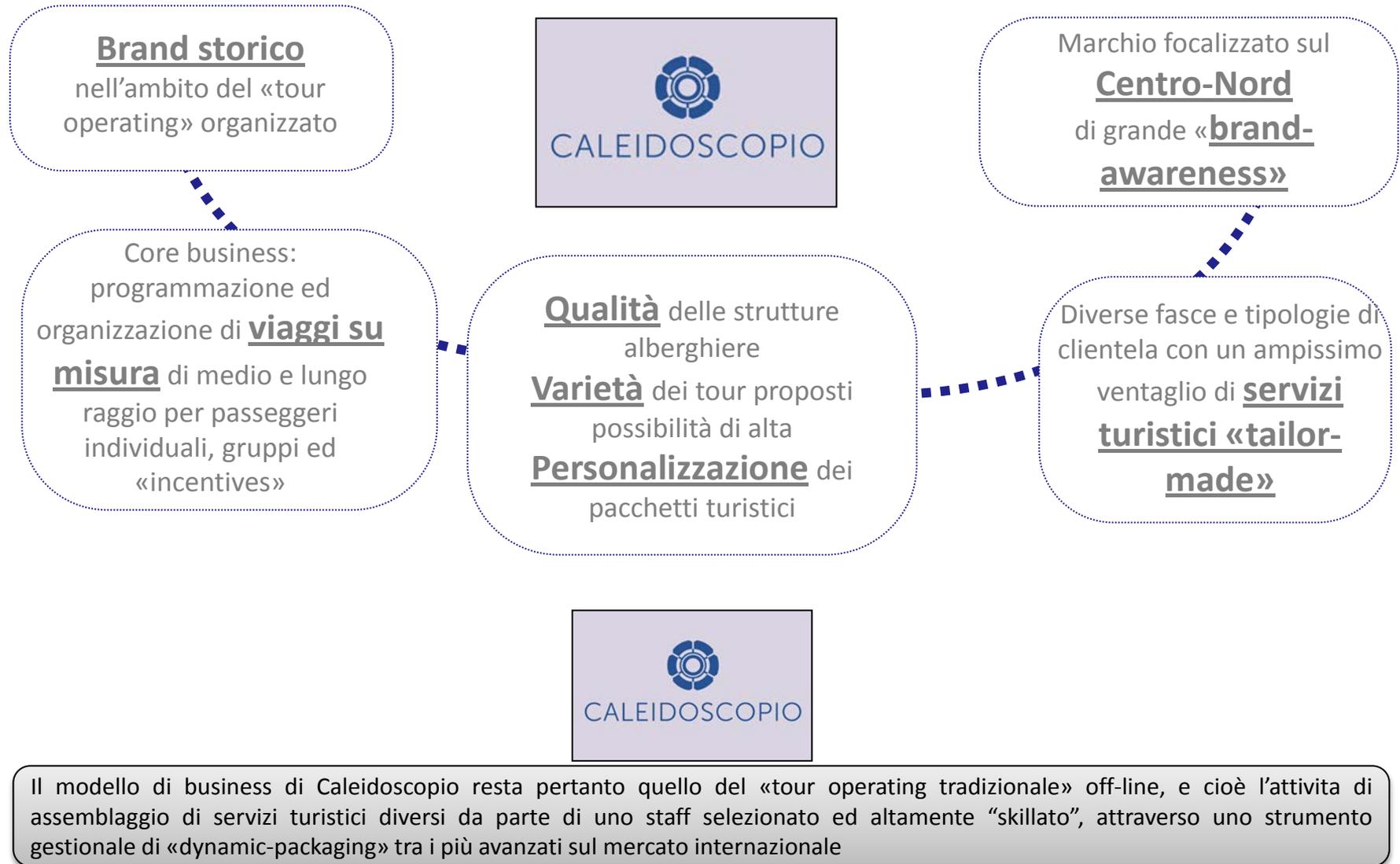


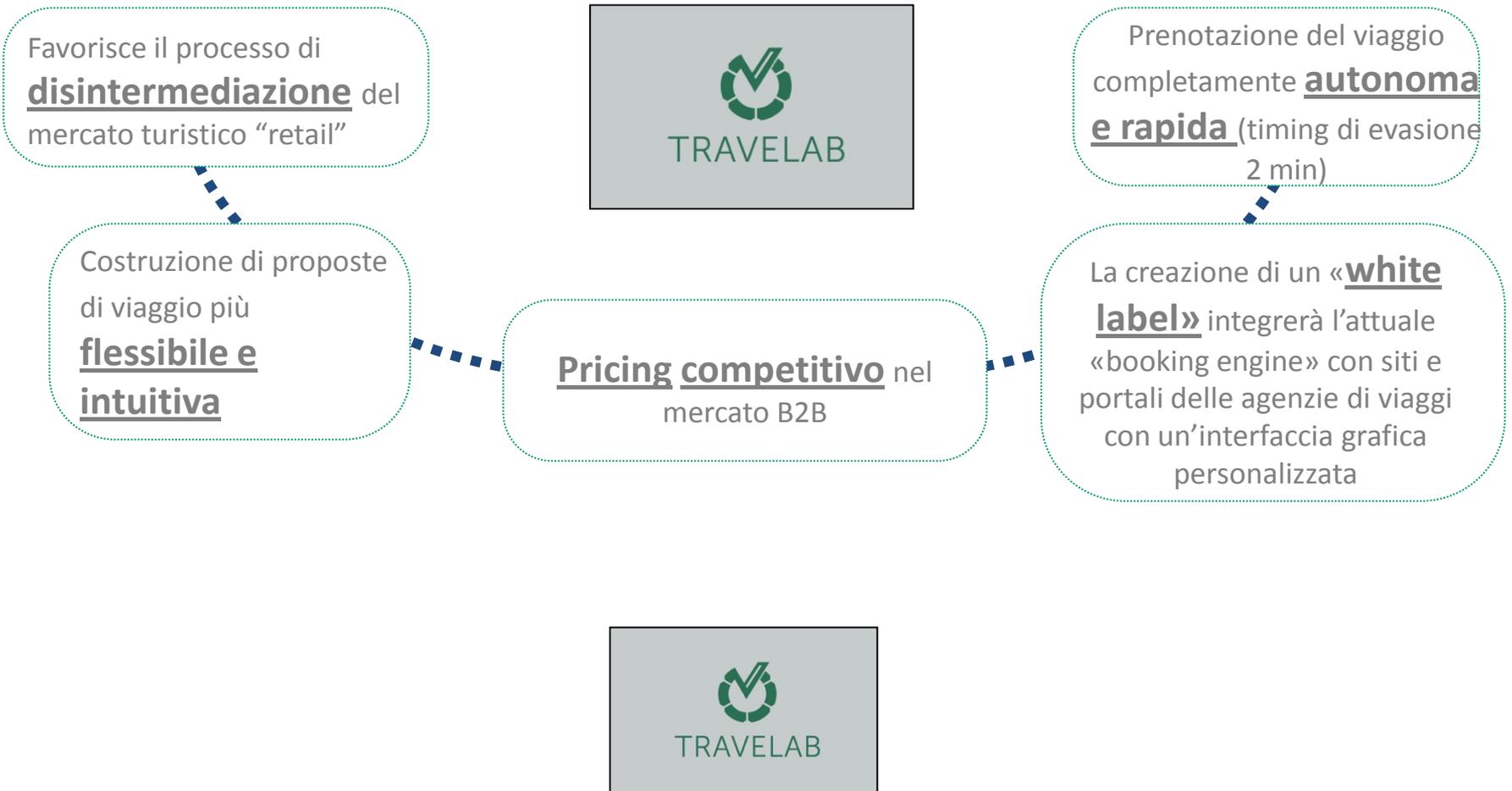
BUSINESS MODEL

Business model - Caleido Group

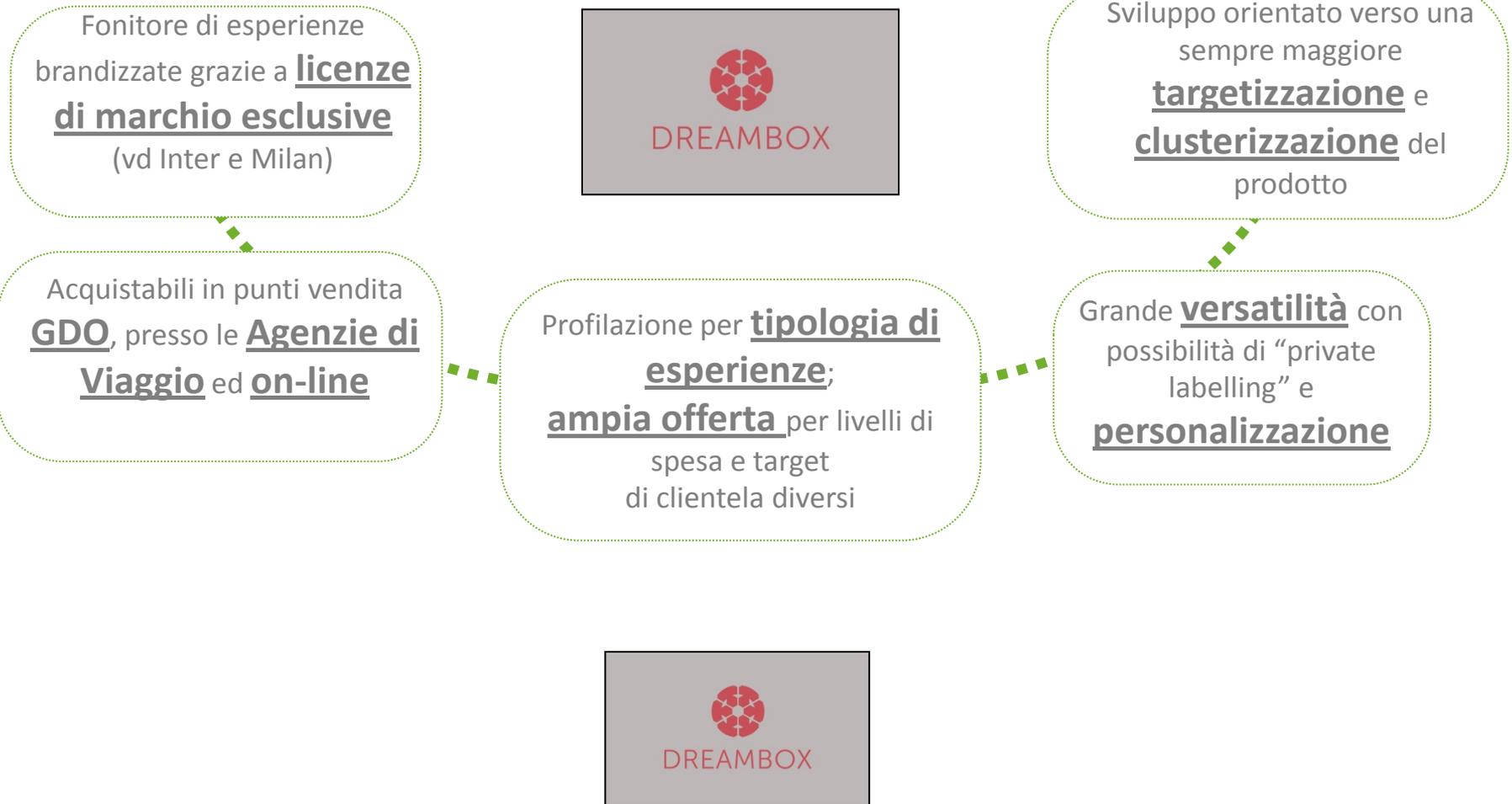
La società, attraverso le sue tre linee di business, si interfaccia con le agenzie di viaggio classiche e online per poter fornire servizi turistici al cliente finale, intermediandoli attraverso tali canali
E' prevista l'estensione al segmento B2C del business Travelab



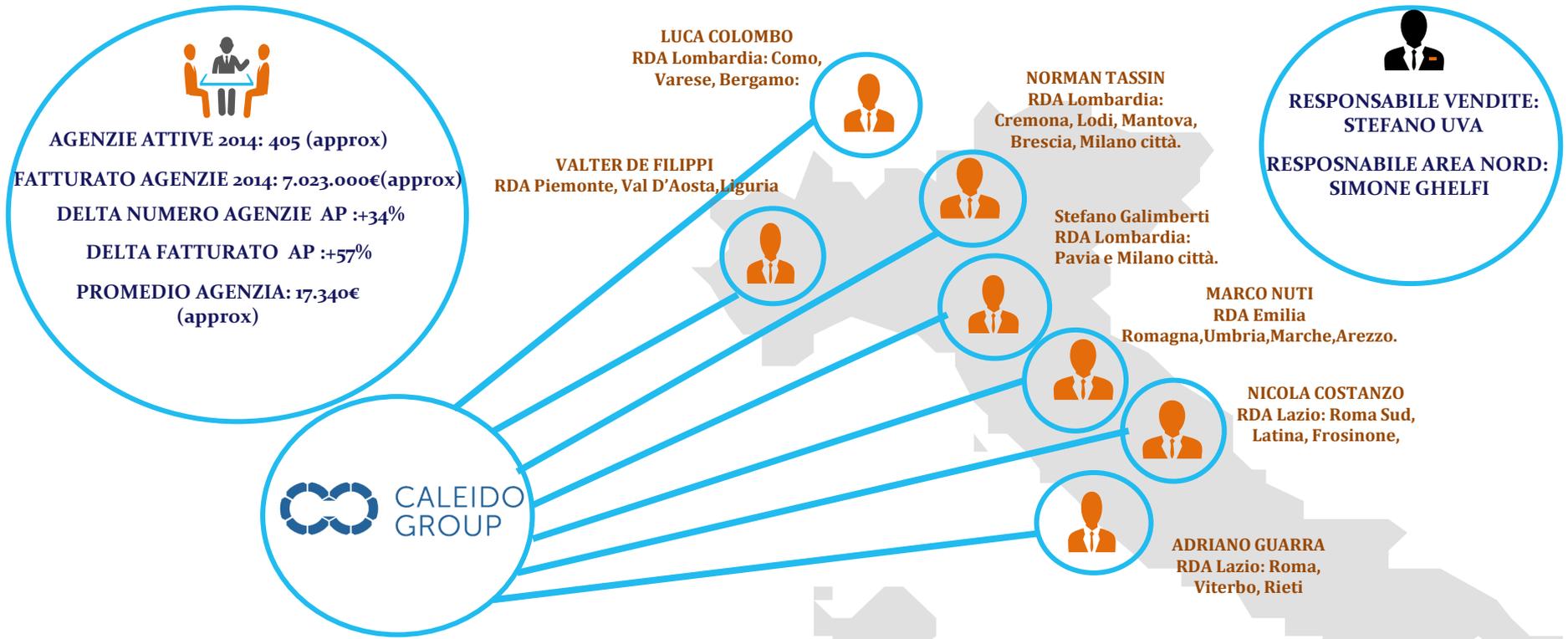




Travelab ha una duplice declinazione: "Easy" (per l'acquisto di singoli servizi turistici) e "Su misura" (versione più sofisticata e con maggiori funzionalità, con un elevato range di servizi e con «features» tecnologicamente più avanzate)



Dreambox rappresenta un'innovativa modalità di interpretare la realtà dei cofanetti esperienziali: esso è l'unico prodotto sul mercato a fornire esclusive esperienze “brandizzate” e cofanetti multitematici



CONTROLLO DI GESTIONE SALES FORCE

PIANIFICAZIONE
AZIONI COMMERCIALI

- I. STRATEGIA
- II. CANALI
- III. STRUTTURA

PROGRAMMAZIONE
AZIONI COMMERCIALI

- I. ORGANIZZAZIONE RETE
- II. DEFINIZIONE DEI PROCESSI DI VENDITA
- III. AZIONI PROMOZIONALI

PROGRAMMAZIONE
AZIONI OPERATIVE

- I. DEFINIZIONE DEL BUDGET DI VENDITE
- II. ASSEGNAZIONE DEL BUDGET DI VENDITA
- III. CLUSTERIZZAZIONE AGENZIE

PROGRAMMAZIONE
REPORTISTICA E FOLLOW UP

- I. REPORTISTICA ATTIVITA'
- II. REPORTISTICA RISULTATI
- III. FOLLOW UP

MONITORAGGIO
PERFORMANCE

- I. ANALISI GENERALI
- II. APPROFONDIMENTI
- III. KPI



Asia Travel and Estate Co. Ltd.



ALLIED T PRO

Principali Partners Strategici

Partner Istituzionali



Partner Commerciali



CONDÉ NAST

Enti di Promozione



Compagnie Aeree





MERCATO DI RIFERIMENTO



- I. Cambiamento nei valori di consumo che hanno determinato la formazione e lo sviluppo dei due principali segmenti di mercato: **«low-cost»** e **«luxury»**
- II. Cambiamento ed evoluzione costante nel comportamento dei consumatori, nei diversi canali di distribuzione e comunicazione, nella tecnologia e nei nuovi operatori

- III. Grazie ad **internet** viene garantito l'accesso ad un'offerta più ampia e ad una maggiore trasparenza di prezzo
- IV. Le **nuove tecnologie** di comunicazione la possibilità di ottenere informazioni prima e durante la propria vacanza, soddisfacendo la crescente esigenza in termini di **ottimizzazione ed economicità**

DINAMICHE DI MERCATO

Dimensioni degli operatori: progressiva scomparsa del grande gruppo turistico con servizi di booking tradizionali

Dinamiche commerciali: i grandi operatori, non appaiono più allineati con le esigenze di rapidità, flessibilità, tecnologia, pricing, professionalità e puntualità che il mercato richiede

Profilo strategico: tendenza verso il ridimensionamento dei grandi gruppi del settore finalizzato al recupero di flessibilità ed efficienza

Dinamiche acquisitive: si riscontra un tendenza da parte di realtà di medie dimensioni ad implementare processi di acquisizione di piccoli tour operator specializzati



VANTAGGI DI CALEIDO GROUP

Dimensione **medio/piccola** coniugata a **flessibilità** e **approccio aggressivo** al mercato

Staff professionale e altamente **skillato**

Elevato contenuto **innovativo** e **tecnologico** dei servizi offerti in grado di garantire **tempestività** e **convenienza**





RISULTATI FINANZIARI

Conto economico

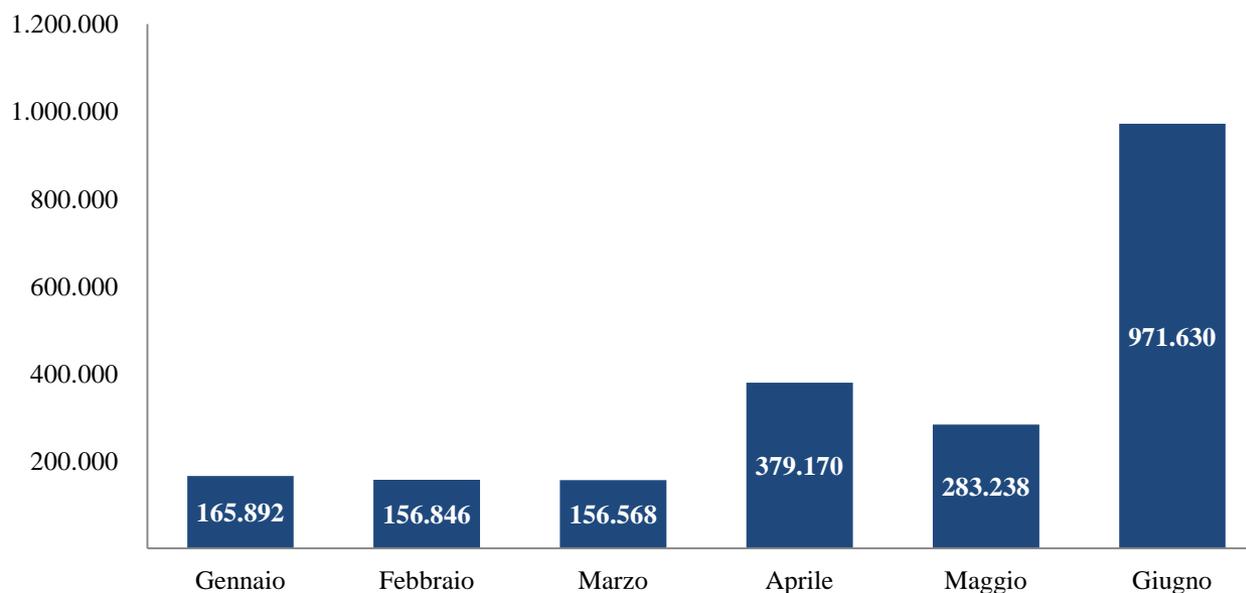
€000

Conto Economico	31-dic-13	31-dic-14	30-giu-14	30-giu-15
	Pro Forma	Pro Forma	Pro Forma	
Ricavi delle vendite e servizi	4.837	7.917	1.817	1.952
Altri ricavi	27	254	120	161
Valore della Produzione	4.864	8.171	1.937	2.113
Costi diretti	(3.759)	(6.653)	(1.451)	(1.651)
Margine Industriale	1.105	1.518	485	463
<i>Margine Industriale %</i>	22,7%	18,6%	25,1%	21,9%
Costi per servizi	(161)	(225)	(172)	(219)
Costi per godimento beni di terzi	(57)	(26)	(25)	(30)
Altri proventi ed (oneri) diversi di gestione	(29)	(21)	(11)	(23)
Valore Aggiunto	858	1.247	278	191
<i>Valore Aggiunto %</i>	17,6%	15,3%	14,4%	9,0%
Costo del personale	(242)	(296)	(171)	(177)
EBITDA	616	951	107	13
<i>EBITDA %</i>	12,7%	11,6%	5,5%	0,6%
Ammortamento imm.ni immateriali	-120	-225	(60)	(110)
Ammortamenti imm.ni materiali	-6	-6	(4)	(4)
Reddito Operativo	490	720	44	(100)
<i>Reddito Operativo %</i>	10,1%	8,8%	2,3%	-4,7%
Proventi/(oneri) finanziari				
Proventi/(oneri) straordinari	15		(12)	(1)
Utile ante imposte	505	720	32	(101)
<i>Utile ante imposte %</i>	10,4%	8,8%	1,6%	-4,8%
Imposte	-201	-226	(31)	24
Utile/(perdita) d'esercizio	305	494		(77)
<i>Utile(perdita) %</i>	6,3%	6,0%	0,0%	-3,6%

Dati pro-forma relativi ai marchi Caleidoscopio, Travelab e Dreambox estrapolati dai bilanci storici 2013, 2014 di Oltremare TO Srl e dati 2015 di Caleido Group Spa

La Società presenta storicamente un andamento del fatturato fortemente stagionale, generandone quasi l'80% nel II semestre, con un picco nei mesi di luglio (20%) e agosto (25%) in concomitanza con le partenze dei viaggi estivi.

Stagionalità del fatturato del 1° semestre 2015



Si evidenzia inoltre, che, considerando i ricavi del primo semestre 2015 (€ 2.113k) e gli ordini già confermati in portafoglio (al 30/09 circa € 6 mln) Caleido Group si avvia a superare i livelli di fatturato registrati nel 2014.



ALLEGATI

Cristiano Uva – CEO



Laureato in giurisprudenza all'Università Federico II di Napoli, Master in Diritto Internazionale Privato presso l'Università Parigi II Pantheon-Assas ed in Diritto Comunitario presso il Collegio d'Europa di Bruges. Dopo un periodo di due anni presso l'ufficio di Bruxelles dello studio legale internazionale Coudert Brothers, Cristiano entra nell'ufficio legale della sede londinese di Goldman Sachs. Nel 2002 ottiene un dottorato di ricerca in Diritto Comunitario. Dopo un'ulteriore esperienza professionale di un anno presso la società d'investimenti Axa Investment Managers, entra nell'azienda di famiglia nel 2004 ricoprendo diversi ruoli

Stefano Uva - COO



Laureato in Economia e Commercio, entra nell'azienda di famiglia da subito. Nel corso degli anni svolge diverse mansioni per passare, poi, alla gestione del comparto commerciale di cui è oggi Direttore. Nel 2009 si occupa dell'operazione di acquisizione del Brand Caleidoscopio dedicandosi, successivamente, alla fase di rilancio del brand stesso. Attualmente, oltre a definire le politiche commerciali, coordina i reparti di Vendite, Prodotto e Marketing

Vincenzo Saggiomo - CFO

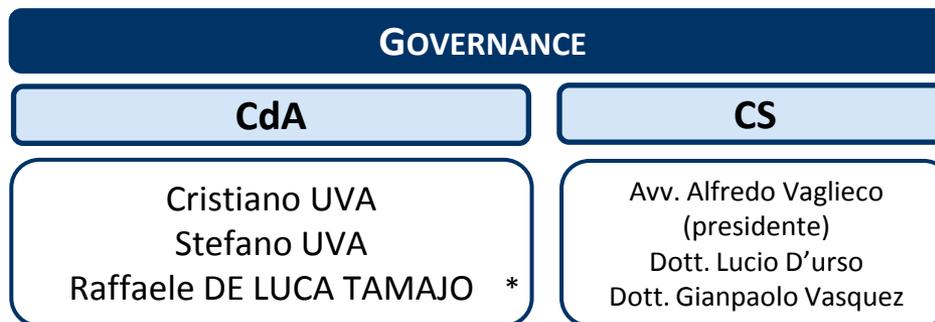
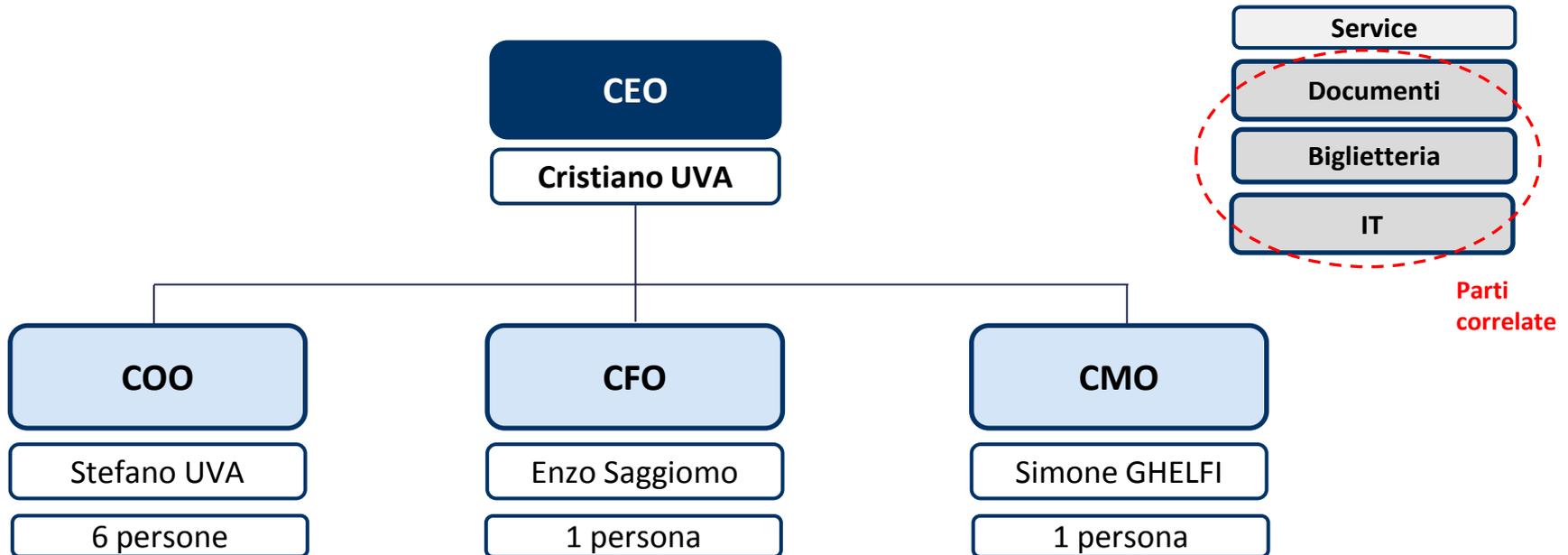


Laureato in Economia e Commercio, entra in Oltremare dal settembre 2001, diventando prima capocontabile e poi responsabile del settore amministrativo. Oggi è Responsabile del reparto Amministrazione, Contabilità, Controllo e del Personale

Simone Ghelfi – CMO



Laureato in filosofia, proviene da esperienze manageriali prima nel mondo dei beni culturali per l'Università di Pavia e della distribuzione poi, settore in cui ha ricoperto il ruolo di responsabile marketing e commerciale del network Nuove Vacanze di Milano. Da giugno 2014 è responsabile del reparto di Marketing del Gruppo Oltremare. Si occupa di tutti gli aspetti legati alla comunicazione (web e non), relazioni con la stampa, rapporti con i fornitori (DMC, catene alberghiere, compagnie aeree etc.) e creazione e gestione dei marketing plans, nonché del coordinamento dei Sales sull'area Nord Italia per il marchio Caleidoscopio

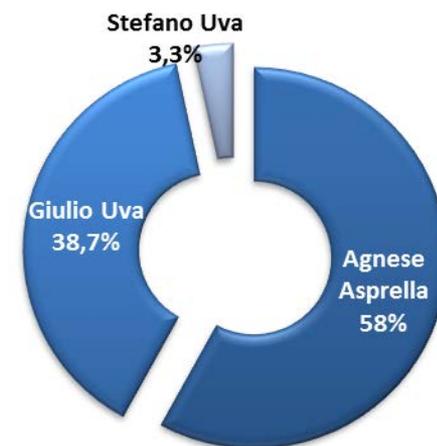


* consigliere indipendente



- OLTREMARE TO Srl (azionista di maggioranza di Caleido Group Spa) è attiva da più di quarant'anni nel settore del **turismo di fascia alta e lungo raggio**;
- Leader nel **centro-sud Italia** per il segmento dei viaggi di medio-lungo raggio e per i **viaggi di nozze**, offre servizi di assoluta **qualità** rivolti sia al **mercato consumer** che a quello **business**;

- I marchi e i prodotti di proprietà della Società sono riconosciuti dagli operatori di settore tra i migliori nelle rispettive aree merceologiche;
- Il modello di business è quello del tour operating tradizionale, con la fornitura di **servizi wholesale al mercato delle agenzie di viaggio** distribuite su tutto il territorio del centro-sud Italia. Tali agenzie operano in collaborazione con le principali compagnie aeree di linea e con migliaia di strutture alberghiere in tutto il mondo anche grazie alla piattaforma **Travelab** (successivamente conferita in Caleido Group) dedicata alla teleprenotazione e all'e-commerce;
- Oltremare TO Srl controlla **Overseas Srl (85%)** alla quale viene affidata da gennaio 2013 la **gestione del business "Dreambox"** (successivamente conferito in Caleido Group);
- Da gennaio 2014, Overseas acquisisce da Oltremare TO la **licenza di utilizzo del marchio "Caleidoscopio"** (successivamente conferito in Caleido Group), in virtù della quale si occupa in autonomia delle relative prenotazioni e della gestione del fatturato di prodotto.



Fatturato 2014
€ 19,9 mln

EBITDA 2014
€ 0,69 mln

Patrimonio Netto
€ 3,6 mln

PFN
€ 5,65 mln

Dati al 31/12/2014