

Uva (Caleido): "Crescita double digit entro il 2017 e acquisizione entro l'anno"

Hai domande o commenti? Scrivi a info@finanzaoperativa.com



Il settore delle agenzie viaggi e dei viaggi organizzati sta vivendo anni di crisi: da una parte sotto pressione per la concorrenza del fai da te e di internet e dall'altra per la crisi economica che porta in genere a tagliare le spese superflue. Infine, lo scenario geopolitico non aiuta certo, con molte destinazioni a breve e medio raggio ormai off limit per i turisti europei, dall'Egitto all'Africa settentrionale. Non è il caso di **Caleido Group**, che anche nel 2015 ha visto crescere il proprio fatturato a 8,3 milioni, l'1,7% in più rispetto al proforma 2014. Ne abbiamo parlato con **Cristiano Uva**, ad della società quotata all'Aim Italia.

Come mai risentite molto meno della crisi rispetto ad altri competitor?

A livello di settore vi sono segnali di ripresa, questo potrebbe essere il secondo anno di timida crescita, con un ritorno alla spesa per il turismo da parte degli italiani. Detto questo, il nostro business è diverso e non ha risentito della crisi tanto che registriamo tassi di crescita costanti, dato che siamo orientati a destinazioni di lungo raggio con un target di clientela di fascia alta.

E quindi?

Le destinazioni impegnative e i prezzi elevati ci tengono fuori dalla concorrenza di internet e dal fai da te. Inoltre lavoriamo molto con i viaggi di nozze, che vengono acquistati come pacchetti studiati su misura.

E la stagionalità?

Ovviamente tocca anche noi, ma anche in questo caso ne siamo meno colpiti. Chi vende un pacchetto vacanze per una clientela di fascia bassa concentra il proprio business in pochi mesi. noi invece, tra viaggi di nozze e mete lontane allarghiamo il periodo di business da aprile fino a ottobre. A questo poi si aggiungono, proprio per il tipo di clientela che abbiamo, anche viaggi impegnativi nelle vacanze di Natale o di Pasqua e questo amplia ancora di più la nostra offerta.

Quali le mete più gettonate?

Ovviamente gli Stati Uniti che restano in cima alle preferenze. Poi Maldive, Caraibi con le crociere e il Messico, ma ora se ne stanno aggiungendo di nuove, ad esempio il Sudafrica e l'Australia.

Come è iniziato il 2016?

Sta andando bene, manteniamo i tassi di crescita e non risentiamo del rischio Paese per le nostre mete.

E i vostri target?

Puntiamo a una crescita double digit tra quest'anno e il prossimo. E ci stiamo anche guardando intorno per un'acquisizione.

A che tipo di azienda target guardate?

Cerchiamo società che come noi operino sul lungo raggio e che quindi risentano poco della concorrenza. Non vogliamo entrare in business diversi da quelli che già abbiamo, ma puntiamo a rafforzarci nel nostro, incrementando l'offerta e le destinazioni. Insomma, cerchiamo un'altra Caleido, più piccola ma neanche troppo.

E avete già pensato come portare avanti l'acquisizione?

Non ancora, dipenderà dalle trattative. Abbiamo le risorse dell'Ipo, ma sfruttando la nostra quotazione all'Aim possiamo anche pensare a un'operazione parte cash e parte azioni, oppure ancora tramite convertibili. In realtà è ancora presto per una decisione.

