

ULTIME NOTIZIE LEGGI GLI ARTICOLI DI: FINANCIAL TREND ANALYSIS SFOGLIA IL PROSSIMO ARTICOLO

Caleido: Cristiano Uva, "il nostro business non teme internet"

LEGGI ALTRI ARTICOLI SU

CALEIDO GROUP

FINANCIAL TREND ANALYSIS, PUBBLICATO: 4 ORE FA [Segui @trendonlin](#)



"La scarsa liquidità del mercato Aim in generale e la limitata capitalizzazione di Caleido Group ci hanno fatto inevitabilmente scontare un numero ridotto di scambi dalla quotazione a oggi".



Trend-online regala ai primi 1.000 lettori il nuovissimo ebook **10 TITOLI DA COMPRARE** che comprende anche una collana di **10 video**. [Clicca qui per scaricare la tua copia in omaggio.](#)

"La scarsa liquidità del mercato Aim in generale e la limitata capitalizzazione di *Caleido Group* ci hanno fatto inevitabilmente scontare un numero ridotto di scambi dalla quotazione a oggi". *Cristiano Uva*, presidente e amministratore delegato della società dei viaggi di alta gamma *Caleido Group*, non si scompone di fronte agli scarsi volumi che hanno visto il

titolo aggiornare ieri i minimi storici a 2,06 euro a seguito dello scambio di appena 500 pezzi in Borsa dopo sei giornate consecutive senza il passaggio di un solo titolo sul mercato. Non si tratta in effetti di una situazione unica nell'Aim che per sua natura è rivolto a investitori istituzionali e ospita società anche molto piccole.

L'analisi del bilancio 2015 di *Caleido Group*, nata da uno scorporo della "Oltremare Tour Operator Srl" che ne controlla ancora circa l'80% e fa riferimento alla famiglia Uva, non è in effetti agevole, anche per via del peso di voci straordinarie collegate alla quotazione.

Una rapida analisi del conto economico indica un *valore della produzione* in crescita dell'1,38% a 8,28 milioni di euro circa, un *ebitda* "in calo del 52,16% a 454.918 euro e un *utile netto di pertinenza della capogruppo* in contrazione del 72,31 per cento. Il confronto è però effettuato con dati pro-forma ricostruiti e non si può non tenere conto del fatto che nel 2014 la società in sé non era operativa.

Risale infatti al novembre di quell'anno il conferimento da parte di Oltremare dei rami d'azienda che fanno riferimento ai marchi *Caleidoscopio* (viaggi d'alta gamma), *Dreambox* (cofanetti viaggio) e *Travelab*. Il valore aggiunto del gruppo flette tra i dati pro-forma 2014 e il 2015 del 38,17% portandosi a 771.222 euro e scontando, tra l'altro un incremento dei "costi per servizi" da 224 mila a 608 mila euro circa.



ULTIM'ORA PIU' LETTI TOP NEWS

- FINANCIAL TREND ANALYSIS
BCE: fixing euro contro dollaro, yen, sterlina e franco svizzero
24 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
USA: rallenta il Pil 1T +0,5% t/t (stima preliminare)
25 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
Future sull'azionario Usa in calo
32 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
USA: richieste sussidi disoccupazione 257 mila
33 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
Il Punto sui Mercati
40 MINUTI FA

Tutti gli articoli

Leggi la nostra informativa sui rischi alle informazioni contenute nel no

VIDEO

GLI ARGOMENTI DELL'ULTIM'ORA TENARIS ACSM-AGAM FACEBOOK FORD AMAZON.COM BUZZI UNICEM SAIPEM SALINI IMPREGILO

ULTIME NOTIZIE LEGGI GLI ARTICOLI DI: FINANCIAL TREND ANALYSIS SFOGLIA IL PROSSIMO ARTICOLO ▶

Caleido: Cristiano Uva, "il nostro business non teme internet" LEGGI ALTRI ARTICOLI SU CALEIDO GROUP

FINANCIAL TREND ANALYSIS, PUBBLICATO: 4 ORE FA SEGUI @TRENDONLINE

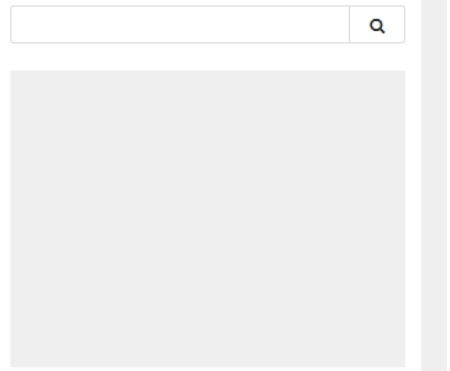


"La scarsa liquidità del mercato Aim in generale e la limitata capitalizzazione di Caleido Group ci hanno fatto inevitabilmente scontare un numero ridotto di scambi dalla quotazione a oggi".

(Pagina 2)

Enzo Saggiomo, direttore finanziario del gruppo sottolinea che queste voci scontano un riassetto contabile dovuto alla quotazione e a varie voci straordinarie, ricordando che appunto nel 2014 la società non era attiva e quindi il confronto con i dati pro-forma calcolati per quell'esercizio può in alcuni punti essere fuorviante. "Alcuni costi non erano inclusi perché la società non era quotata e altri non erano inclusi nei piani di investimento, fra questi una parte senza dubbio è straordinaria", sottolinea Saggiomo che spiega che circa 100-150 mila euro sono da ascrivere a consulenze straordinarie e a oneri correlati alla stessa permanenza nel mercato Aim. Vanno inoltre considerati, aggiunge il direttore finanziario, anche costi per 80 mila euro o più collegati agli investimenti nella rete di vendita e anche in eventi (di settore e non) finalizzati alla promozione dell'immagine del gruppo. Fra questi anche costi straordinari per gli spostamenti del management e per strategie di marketing. Una parte dei margini della società, per ben 200 mila euro circa, a causa di caratteristiche dell'industria del turismo abbinate al ricalcolo di diverse voci avvenute con la quotazione ricade inoltre, dal punto di vista contabile, nel 2016.

Il settore del turismo richiede comunque un'attenzione continua e il ceo Uva sottolinea l'importanza degli investimenti nella piattaforma tecnologica Travelab, che consente in pratica di collegare in tempo reale il gruppo Caleido con le agenzie e con i propri fornitori nel mondo montando con un'operazione di "dynamic packaging" pacchetti viaggio anche complessi in tempo reale. "Ormai costruiamo un preventivo complesso in pochi click", sottolinea orgoglioso l'ad Cristiano Uva.



ULTIM'ORA PIU' LETTI TOP NEWS

- FINANCIAL TREND ANALYSIS
BCE: fixing euro contro dollaro, yen, sterlina e franco svizzero
29 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
USA: rallenta il Pil 1T +0,5% t/t (stima preliminare)
30 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
Future sull'azionario Usa in calo
37 MINUTI FA

ULTIME NOTIZIE LEGGI GLI ARTICOLI DI: FINANCIAL TREND ANALYSIS SFOGLIA IL PROSSIMO ARTICOLO ▶

Caleido: Cristiano Uva, "il nostro business non teme internet" LEGGI ALTRI ARTICOLI SU CALEIDO GROUP

FINANCIAL TREND ANALYSIS, PUBBLICATO: 4 ORE FA Segui @trendonline



"La scarsa liquidità del mercato Aim in generale e la limitata capitalizzazione di Caleido Group ci hanno fatto inevitabilmente scontare un numero ridotto di scambi dalla quotazione a oggi".

(Pagina 3)

Fino a poco tempo fa infatti bisognava collegarsi con il backoffice dei fornitori sparsi per il mondo con un'inevitabile dispersione di tempo ed energie, molti tour operator sono ancora costretti ad operare in questo modo.

- Viene spontaneo chiedere se Caleido non sconti la paura del terrorismo e della concorrenza di internet con le agenzie. "Le turbative geopolitiche - risponde Uva - non caratterizzano i nostri mercati forti, che sono gli Stati Uniti, il Sudamerica, i Caraibi e l'Oceano Indiano, anzi in qualche caso queste destinazioni si avvantaggiano della preferenza accordata dai clienti che temono le tensioni in Medio Oriente. Internet? Noi proponiamo viaggi di alta gamma, la media è di 6 mila euro a pacchetto e chi spende questa cifra non teme i costi di agenzia. Inoltre almeno il 50-60% sono viaggi di nozze e quindi anche la sicurezza ha un suo peso e spesso i clienti preferiscono affidarsi a dei professionisti per evitare brutte sorprese".

ULTIM'ORA PIU' LETTI TOP NEWS

- FINANCIAL TREND ANALYSIS
BCE: fixing euro contro dollaro, yen, sterlina e franco svizzero
29 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
USA: rallenta il Pil 1T +0,5% t/t (stima preliminare)
30 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
Future sull'azionario Usa in calo
37 MINUTI FA
- FINANCIAL TREND ANALYSIS
USA: richieste sussidi disoccupazione 257 mila
38 MINUTI FA

Il Punto sui Mercati