Veratour, da 25 anni sempre in utile. Grazie a una ricetta...

La ricetta della nonna funziona e la torta viene bene se si **utilizzano gli stessi ingredienti, quelli buoni. La pensa così il presidente di Veratour S.p.A. Carlo Pompili che con questo (in apparenza) facile segreto, da 25 anni chiude "l'esercizio in utile".** Compreso l'ultimo anno, che vede la società romana in controtendenza sul mercato con indicatori economici più che positivi: **200 milioni di euro di volume della produzione alla chiusura dell'anno 2014, in crescita del 7% rispetto allo stesso periodo del 2013**. "Abbiamo scelto fin dalle origini, ormai 5 lustri fa, di puntare più sulla marginalità che sul fatturato" aggiunge ancora Carlo Pompili. E, nonostante il perdurare di uno scenario macro economico complesso, di un mercato in contrazione e della chiusura per 5 mesi di una destinazione strategica e profittevole come quella del Sharm El Sheikh, l'incremento del volume della produzione non è stato intaccato. Anzi l'operatore, grazie a un efficace lavoro operativo e commerciale, è riuscito a ridistribuire le vendite su tutte le altre destinazioni, recuperando quasi totalmente l'importante perdita. L'apertura del prodotto Sharm El Sheikh avrebbe garantito a Veratour un ulteriore incremento del volume d'affari di circa il 3/4%.
Solidità finanziaria, valori condivisi, scelte oculate, chiarezza e un team di professionisti attenti e allineati sono gli ingredienti del successo, ai quali – ovviamente – si deve aggiungere il prodotto. Un prodotto collaudato e che piace, rappresentato dai villaggi Veraclub, dai VeraResort International e da voli di linea e viaggi. Ma è sul fronte dei villaggi che si concentrano le principali novità del prossimo futuro: "**Per l'estate avremo 34 villaggi Veraclub** e 7 VeraResort International" racconta Daniele Pompili, direttore divisione villaggi. "**Le nuove aperture sono cinque: in Turchia, in Giamaica – per noi una nuova destinazione ai Caraibi – e poi Thailandia, Rodi e Creta**. I nostri villaggi piacciono, e molto, sia per la qualità che siamo in grado di garantire in tutti i momenti della vacanza sia per l'inconfondibile stile italiano. E il mercato ci premia con un 38% di repeater". Ottime performance anche per il prodotto **VeraResort International**, lanciato ad inizio 2014 e basato su strutture attentamente selezionate, con controllo diretto della qualità e un tocco di italianità in un contesto internazionale, e per il prodotto con voli di linea, +20% (+ 40% negli ultimi tre anni) rispetto al 2013. Crescita a due cifre anche per la divisione Gruppi, che ha registrato + 25%.

Il merito dei risultati è da attribuire anche al lavoro svolto **dalle agenzie di viaggi, unico canale di vendita di Veratour. Nel 2014, il 67% del volume d'affari è stato realizzato dall'area nord Italia, il 33% dal centro e sud Italia.**

Il Piano triennale 2015-2017 prevede una crescita annuale del valore della produzione pari a circa l'8%, sempre riconfermando alti valori di redditività, per **arrivare ai 250 milioni di euro di volume di produzione alla fine del triennio.** Per raggiungere tali risultati il tour operator intende incrementare ogni anno l'offerta di villaggi Veraclub, sviluppare ulteriormente la linea di prodotto VeraResort, attuare strette sinergie con le compagnie aeree e ampliare la gamma del prodotto di linea. Sarà inoltre riconfermata la politica distributiva attuata fino ad oggi con le agenzie di viaggio protagoniste.

"Il 2014 è stato un anno di grande lavoro, pianificazione, organizzazione, controllo dei costi e investimenti mirati di comunicazione e marketing. Siamo molto orgogliosi di queste performance che dimostrano l'apprezzamento da parte del cliente finale e delle agenzie di viaggio del nostro format, della nostra strategia e dei nostri valori. **Nei prossimi tre anni l'obiettivo è quello di incrementare i nostri volumi dell'8% all'anno ma di mantenere ed aumentare la marginalità** diventando, grazie ad un prodotto sempre più di livello, la marca di riferimento per le vacanze villaggi in Italia anche per la clientela più alta del mercato. Supporteremo il nostro piano triennale con un piano di comunicazione e marketing importante" conclude **Stefano Pompili** direttore generale Veratour.