Veratour, nel 2018 parte il piano di consolidamento. Obiettivo: 250 milioni di fatturato entro tre anni

Quello del 2017 è il bilancio record della storia di **Veratour,** tour operator romano che lo scorso anno ha raggiunto la soglia dei 204 milioni di euro di produzione, in crescita del 15% rispetto al 2016. La crescita è confermata anche a livello di marginalità con una EBT (utile prima delle imposte) che si attesta a 11,5 milioni di euro (+15%), con una stima di utile netto di circa 8 milioni di euro.
Si tratta del 28mo bilancio consecutivo in utile per Veratour in 28 anni.
“È un risultato straordinario – commenta **Carlo Pompili,** Amministratore Delegato Veratour – che premia il nostro impegno da quasi trent'anni. Il primo ringraziamento va a tutta la grande famiglia Veratour: agli oltre 150 dipendenti in sede, ai circa 800 collaboratori che operano nei nostri villaggi in alcuni degli angoli più belli del mondo; alle aziende partner che ci accompagnano nel nostro cammino e ovviamente alle agenzie di viaggio che sono il nostro unico canale di vendita e che ogni giorno rinnovano la fiducia nel nostro prodotto”.
Forte di questi risultati, frutto di una politica espansiva che ha visto l'apertura di 3 nuovi villaggi nel 2017, il tour operator si prepara a un piano triennale di consolidamento di questi risultati che prevedono migliorie alle strutture, aumento del numero di villaggi in gestione (con investimenti di 30 milioni di euro in 3 anni), nuove campagne di promozione (circa 2 milioni di euro solo nel 2018) e una rinnovata piattaforma web per gli agenti di viaggio che sarà online il 4 aprile con la nuova area riservata Veragenzia con motore di ricerca potenziato e diversi servizi aggiuntivi dalla compilazione del preventivo alla stampa in pdf delle offerte.
Il piano triennale 2018-2020 prevede anche una crescita del valore della produzione pari a circa il 7% annuo con l'obbiettivo di arrivare a 250 milioni di Euro di fatturato alla fine del triennio.
Confermato inoltre il modello di business che vede le agenzie come unico canale distributivo, come conferma il direttore commerciale **Massimo Broccoli**: "La nostra politica commerciale prevede un pricing coerente con le possibilità di spesa del cliente, tariffe fisse per poter dare certezze al cliente e prenotazioni in early booking con obiettivo di arrivare al 75% del venduto in questa modalità, evitando di svendere sotto data".

Se il settore villaggi turistici si conferma il core business Veratour, si fa sempre più incisiva l'influenza degli altri rami dell'azienda. Il settore “linea”, ovvero i viaggi tailor made che offrono vacanze personalizzate con l'ausilio di voli non charter, cresce del 20% circa, grazie anche all’investimento per la realizzazione del nuovo software “Piter” attraverso il quale operano gli agenti di viaggio per costruire i preventivi al cliente. Bene anche il settore gruppi e incentive (dedicato alle aziende che intendano organizzare convegni e meeting privati) che hanno maturato un buon incremento.
“I nostri clienti oggi sono sempre più attenti ed esigenti – aggiunge **Stefano Pompili** Direttore Generale Veratour – per questo miglioriamo costantemente la nostra offerta e ci impegniamo per garantire la massima cura. Un prodotto come la vacanza è un investimento importante, anche in termini emotivi: ci impegniamo perché ogni persona che scelga di viaggiare con Veratour torni a casa soddisfatta e i risultati ci dicono che stiamo andando nella direzione giusta. Ci siamo imposti sul mercato grazie alla nostra offerta e stiamo consolidando la nostra posizione anche grazie a investimenti importanti: per tutta la stagione 2017-2018 siamo sponsor di maglia di Atalanta BC, una grande squadra della Serie A di calcio. Tuttavia la nostra crescita resta prudente e controllata, per non perdere mai il contatto con i valori di rispetto e trasparenza che da sempre ci accompagnano”.