Emozione e grandi progetti, è nata la Valtur di Liuljdjuraj

L’emozione prima di tutto, quella di **Franjo**, come lo chiamano tutti per evitare di pronunciare il complicatissimo cognome. E quella di **Domenico Pellegrino** che ritorna là dove aveva cominciato 25 anni fa prima di intraprendere l’avventura che lo avrebbe portato ai piani alti di **MSC Crociere**. L’emozione quindi, che fa da padrona di casa nel giorno del ritorno ufficiale di **Valtur** nell’arena del mercato, in attesa di celebrarne ad ottobre i suoi 50 anni. Emozionato ma determinato, **Liuljdjuraj** annuncia subito quello che in fin dei conti interessa sapere a clienti ed agenzie di viaggio, e soprattutto a chi Valtur l’ha conosciuta attraverso la qualità del suo prodotto: “Le strutture ricettive seguiranno il modello tradizionale del brand che ho fortemente voluto conservare – spiega il Presidente del **Gruppo Orovacanze** – Ho invece applicato il nostro business model che si concentra sulla gestione delle strutture senza proprietà immobiliare, in linea con il mercato internazionale”. Esauriti però i primi tre foglietti di intervento sui quali, oltre all’emozione, Franjo aveva appuntato anche parole di orgoglio e di fiducia per la sfida appena intrapresa, definita anche 'una missione favorita da una piccola pazzia', è toccato al suo direttore generale Pellegrino, togliere i veli a quello che è il piano per il brand appena rilevato, da qui al 2019.

Dieci nuovi villaggi nel triennio 16-19

Le nuove aperture a marchio Valtur saranno dieci tra il 2016 e il 2019 appunto, tutte su destinazioni estere e consentiranno al Gruppo Orovacanze di incrementare in maniera significativa la capacità in termini di camere, posti letto e presenze annuali. “Attualmente il Gruppo gestisce 4.000 camere, suddivise su 23 strutture per un totale di 13.000 posti letto e 1,7 milioni di presenze – sottolinea Pellegrino – Nel 2019 raggiungeremo la considerevole cifra di circa 7.000 camere per un totale di 20.000 posti letto e 2,6 milioni di presenze annuali”. Parallelamente crescerà il giro d’affari del Gruppo, che nel 2014 si stima intorno agli 86 milioni di euro, con un + 12% rispetto all’anno precedente. Nel 2019, quando le nuove strutture saranno tutte operative, si prevede che il giro d’affari raggiungerà complessivamente i 167 milioni di euro. Il trend positivo trova conferma nei buoni risultati in termini di vendite già nella stagione invernale 2013/2014, nonché nell’andamento delle prenotazioni per la prossima stagione estiva, che fanno registrare un + 15% in linea con le attese espresse nel budget 2014 sia in termini di giro d’affari che in termini di marginalità.

Attenzione all’incoming

Oggi Valtur dispone di tredici strutture ricettive, di cui nove nelle località più suggestive della costa italiana: Capo Rizzuto e Itaca Nausicaa sulla costa ionica della Calabria, Garden nella Maremma toscana, Ostuni in Puglia, Marinella, Capo Boi e Colonna Beach in Sardegna, Capo Calavà e Favignana in Sicilia e il Twiga Beach nel Parco Marino di Watamu in Kenia. Tre invece le strutture sciistiche a Sestriere, Pila e Marilleva. La portata del patrimonio ricettivo e la sua collocazione fanno convergere il piano della nuova proprietà verso un processo di internazionalizzazione del brand che dovrà favorire gli arrivi dall’estero, in particolare da quei mercati tradizionalmente attenti all’Italia per raggiungere l'obiettivo di 200mila arrivi dall'estero.

Academy e testimonial d’eccezione

Fra i segni di continuità con la sua vecchia storia Valtur c’è l’**Academy** che servirà a formare chi, in azienda ma anche fuori, cercherà occasioni per mettersi alla prova nel mondo del lavoro. Dal cuoco all’animatore quindi, tutti avranno la possibilità per sognare di essere il bravo chef o il **Fiorello** di domani che hanno cominciato a ‘correre’ sotto il sole che batteva nei villaggi turistici. Villaggi dove questa estate sarà possibile incontrare testimonial d’eccezione, come **Massimiliano Rosolino** che coordinerà la scelta degli istruttori di nuoto, o **Carlton Meyers** che dirigerà il campus di basket per ragazzi fino a 18 anni, che si terrà a Capo Rizzuto. O la bella **Natalia Titova** che magari proverà a tirare fuori la passione per il ballo a qualche ospite Valtur. Rosolino e la Titova, insieme a Meyers, sono anche i protagonisti degli spot in onda in questi giorni sulle reti **Mediaset** e poi anche su quelle **Rai**.