



# Gruppo Nicolaus con Valtur punta al raddoppio del fatturato MICE

L'ad Giuseppe Pagliara ci spiega la nuova strategia aziendale che lo vedrà insieme al fratello e socio Roberto, impegnato in una nuova e importante sfida: rilanciare il brand Valtur a cura Tiziana Conte



Sopra, ufficio sede Nicolaus. A destra, Giuseppe Pagliara



U n'estate bollente quella di Nicolaus che - dopo aver vinto l'asta per l'aggiudicazione del brand Valtur e relativi domini web con un'offerta da 5,2 milioni di euro, e la successiva stipula del contratto - si appresta ad affrontare la nuova stagione con alcune importanti novità. Nel suo ufficio all'ultimo piano di una palazzina del centro artigianale di Ostuni, sede operativa del Gruppo, l'amministratore delegato, Giuseppe Pagliara, ci riceve entusiasta e pronto ad affrontare col fratello e presidente, Roberto, una nuova sfida: rilanciare il brand Valtur. «Richiederà investimenti ma sarà un acceleratore di crescita. L'operazione si inserisce all'interno del processo di sviluppo "previsto dal

## Redditività al top

Nicolaus, che quest'anno festeggia quindici anni di attività, commercializza trenta strutture in esclusiva (24 in Italia, 5 in Grecia e 1 in Spagna), dando lavoro a 120 persone. Il Gruppo ha chiuso il 2017 con 80 milioni di euro di fatturato, segnando una crescita del 20% rispetto al 2016 e un EBTDA del 5,5%. I conti economici mostrano una redditività ai livelli top del settore, con una situazione finanziaria caratterizzata da una grande stabilità che ha costituito la base della messa a punto di un piano industriale di forte sviluppo per il triennio 2019-2021. L'acquisizione di Valtur fa seguito all'ingresso in Elite, il programma internazionale del London Stock Exchange, nato in Borsa Italiana in collaborazione con Confindustria e dedicato alle imprese ad alto potenziale di crescita.

piano industriale che, per i prossimi tre-cinque anni, prevede una crescita costante double digit. Rispetto alle ultime gestioni Valtur «noi non siamo stressati dal conto economico».

Nicolaus è un'azienda che genera cash flow, con importanti riserve di capitale. «Nel 2018 prevediamo di superare i 90 milioni di euro di fatturato, pertanto cercheremo di avere come obiettivo primario il prodotto che sarà di eccellenza nel panorama della villaggistica. I brand Nicolaus e Valtur conviveranno nell'ottica di una segmentazione strategica che mira all'interazione con i differenti target di mercato su cui abbiamo deciso di puntare». Entrambi i brand, quindi, si affiancheranno mantenendo, però, un profilo ben distinto. E Pagliara rassicura: «Non svuoteremo Nicolaus, anche se non escludiamo che qualche villaggio possa diventare Valtur qualora rispondesse a determinati requisiti». Sì, perché i due brand identificheranno due «prodotti» completamente differenti: «Per Valtur stiamo delineando alcune caratteristiche e per la scelta dei villaggi ci stiamo orientando verso destinazioni italiane ed estere, nuove, non contemplate nella programmazione Nicolaus, perché l'intento è soprattutto diversificare. Il prodotto Nicolaus Club rimane la cassaforte dell'azienda, va salvaguardato e continuerà il suo percorso».



## L'obiettivo

Ci sono state tante Valtur negli ultimi anni ma noi cercheremo di prendere il meglio della prima, contestualizzandolo in chiave moderna con l'ausilio delle nuove tecnologie e assecondando le esigenze dei turisti di oggi. «Proporre l'eccellenza nel panorama dell'offerta villaggistica: questo l'obiettivo che vogliamo raggiungere offrendo il meglio delle attività per i bambini, con cibo di prima qualità, personale qualificato, intrattenimento, sport». Tutto questo farà parte delle nuove linee guida Valtur in un'ottica contestuale, moderna. Intanto, Pagliara aggiunge che «stiamo lavorando alla selezione del personale ad iniziare ovviamente dal gruppo dirigenziale».

## L'offerta MICE

Un settore importante, per il Gruppo Nicolaus, quello dell'incentive e congressi che «rappresenta il 5% del fatturato, grazie soprattutto all'offerta delle nostre strutture in esclusiva in Sardegna e in Puglia. Una percentuale destinata al raddoppio con l'ausilio del brand Valtur che porterà nuova linfa con villaggi la cui scelta sarà, infatti, «orientata assecondando la richiesta del mercato incentive».



Roberto Pagliara