"Piccolo è bello, favola finita"

Le linee di crescita del gruppo Tivigest

di Laura Dominici

Graziano Debellini

"*Piccolo è bello è una favola finita. Bisogna superare la frammentazione*". Di questo avviso **Graziano Debellini**, **presidente Tivigest**, che in un'intervista, insieme al **ceo Giorgio Palmucci**, ha indicato le linee di business della sua azienda.
Un gruppo che ha scelto di crescere sia sul prodotto montagna che sul balneare, espandendosi anche all'estero per avere prodotto tutto l'anno con cui soddisfare una clientela fidelizzata, che annovera un 30% di repeater. Il fatturato 2011 si è chiuso a 39 milioni di euro. Nel triennio 2012-2014 punta a raggiungere un fatturato di 44 milioni nel 2012 per arrivare a 60 nel 2014 (+26%).

Gv: Presidente, negli ultimi due anni in quali aree avete investito?
"Sono essenzialmente tre le linee di un percorso che sta portando la nostra azienda turistica al rilancio sul mercato italiano. Abbiamo ricomposto la squadra di lavoro, il settore commerciale e stiamo acquisendo nuove strutture. Abbiamo anche creato un nuovo logo istituzionale: THresorts by Tivigest. Il business plan triennale prevede anche l'esame di possibili aggregazioni".

Gv: Su questo punto che cosa ci può dire di più?
"Stiamo incontrando banche e fondi italiani e stranieri. L'obiettivo è recuperare un'equity di 10-15 milioni di euro. Potremmo crescere rapidamente attraverso aggregazioni o scegliere una strada più lenta, che è quella dell'acquisizione di prodotto. Prevediamo aperture in Toscana, Liguria, Sicilia, Puglia e Sardegna e nei prossimi due anni ci espanderemo anche all'estero su Brasile, Nord e Sud Africa, Kenya, Stati Uniti e Messico".

Gv: Che progetti avete sull'incoming?
"Su questo fronte stiamo predisponendo un progetto di accoglienza per flussi russi e cinesi. Attualmente il 20% del milione di presenze annue è di provenienza straniera".

Gv: Dottor Palmucci, quali le novità di prodotto più imminenti?
"Quest'anno l'offerta sarda raddoppia, grazie all'acquisizione del luxury resort 5 stelle Golf Hotel Is Arenas: 58 camere in hotel e 78 golf suite con un percorso da 18 buche nei 700 ettari di pineta. Si tratta di un contratto 9+9 con un canone che prevede il pagamento di una percentuale sulle vendite. Siamo in fase di negoziazione nel Nord Sardegna per un ulteriore complesso e in dirittura d'arrivo a Celle Ligure per un 4 stelle che aprirà nel 2014 e sul quale investiremo 30 milioni per una concessione di 40 anni. In Toscana stiamo firmando per un hotel sul mare in provincia di Pisa, che sarà inaugurato nel 2014. La gamma si amplierà, come già detto, sull'estero con impegni diretti sul volato".

Gv: Che ruolo giocherà il reparto commerciale?
Nel processo di crescita del gruppo, non abbiamo trascurato la forza vendite. La squadra è coordinata da Mario Malerba, fondatore Itn, ha come responsabile vendite Stefano Maria Simei, che coadiuva 10 promotori, di cui 5 monomandatari. Sono duemila attualmente le agenzie che collaborano con l'azienda e la politica commerciale prevede due linee. Novecento agenzie denominate Friends e alle quali viene riconosciuta una commissione tra il 14 e il 18%, con un picco del 20. Le Specials, 1.600 agenzie circa, percepiscono un regime tra il 13 e il 15% di commissione. Il 70% delle vendite è intermediato, contro un 30% venduto direttamente. Abbiamo virato su un discorso di multicanalità, nel tempo si è ridotto il coinvolgimento dei tour operator nella vendita del prodotto e si è potenziata la collaborazione con le adv".