

Club Esse chiude la stagione 2018 con un fatturato a +12% e 570.000 presenze

notizia pubblicata **05 Ottobre 2018** alle ore **12:10** nella categoria **Tour operator**



Due nuove gestioni di prestigio a Cala Gonone e Villasimius, in Sardegna, che rimane il cuore pulsante della sua offerta, un fatturato di 28 milioni di euro contro i 25 del 2017 (a loro volta il 25% in più dell'anno precedente), 570.000 presenze contro 480.000. Sono in crescita i dati a consuntivo della stagione appena trascorsa con cui Club Esse mostra al settore le sue novità di prodotto 2019, le sue persone e la sua "visione" di vacanza, oltre a prendere contatti con fornitori, partner e utenti.

Club Esse è una società italiana di gestione alberghiera che ha creato in pochi anni una realtà decisamente competitiva nel mercato dell'ospitalità: 16 tra villaggi e hotel (erano appena 6 nel 2014), vale a dire oltre 2.000 camere e oltre 6.000 posti letto, nelle più belle località di Sardegna, Sicilia, Calabria, Abruzzo, Lazio e Valle d'Aosta, con una prevalenza nella Sardegna del Nord. Tramite la partecipata Atos Re ha acquisito il noto complesso alberghiero di Roccaruja, a Stintino (Sassari), costruito negli anni Sessanta dall'allora presidente dell'Inter Angelo Moratti accanto alla spiaggia de La Pelosa e già sottoposto quest'anno a un primo importante intervento di riqualificazione.

Il Gruppo si avvia a chiudere anche l'estate 2018 con segno positivo, con un tasso di occupazione che ha superato il 90% della capienza. "Siamo molto soddisfatti – commenta Marco Baldisseri, CMO del Gruppo Club Esse – perché tra i nostri ospiti c'è un coefficiente elevatissimo di repeaters, cioè persone soddisfatte che tornano nella stessa struttura o continuano a scegliere proposte Club Esse, e perché l'aumento delle

presenze è dovuto anche alla crescita delle famiglie straniere. Per la stagione 2019, apriremo alcune strutture in Sardegna già da fine aprile e in Calabria, regione spesso penalizzata da stagioni 'corte', saremo invece già operativi a partire dal 3 maggio. Il futuro andrà gestito con attenzione – conclude Baldisseri – perché certi fenomeni che hanno aiutato l'Italia a essere la meta regina delle vacanze negli ultimi due anni si stanno attenuando: le persone dimenticano in fretta e non si avverte quasi più la paura di attentati che ha favorito il nostro Paese, penalizzando altre destinazioni turistiche importanti. Lo si capisce dalla crescita del numero dei collegamenti aerei per l'Egitto, la Tunisia e la Turchia, previsti in ulteriore grande aumento per il 2019. La competizione dunque si sta alzando, sta a noi rispondere con strategie distributive adeguate e con l'offerta di un prodotto che possa contare su grandi valori aggiunti rispetto all'offerta dei competitor”.