

25 ottobre 2006

Oasi: quarto anno consecutivo di crescita a 2 cifre

di SEBASTIANO GIORDANI

MILANO - «Per il quarto anno consecutivo, nonostante le numerose turbolenze che hanno fatto traballare il settore turistico, registreremo una crescita a due cifre del nostro fatturato». C'è tutta la serenità e la sicurezza di chi ha tra le mani un giocattolo che funziona, nelle parole di Laura Deiana, marketing manager di Oasi Srl servizi aeroportuali, società milanese di servizi integrati specializzata nell'assistenza aeroportuale e portuale per operatori turistici, loro passeggeri e aziende dei più diversi settori. E come potrebbe essere diversamente: le ultime statistiche dell'azienda guidata da Giuliano Rovelli, che controlla i marchi ParkinGO, Vip Assistance, Best Wrappers e Barcheavela.com, parlano di una crescita del 34% rispetto al 2005 e di un fatturato che ha recentemente superato di slancio quota cinque milioni di euro (era di 4 milioni e 200 mila euro lo scorso anno). Merito principalmente di tre fattori: l'ampliamento quantitativo e qualitativo dell'offerta, l'informatizzazione dei servizi e la crescita (anche in terra straniera) dei servizi di crociera. Andiamo con ordine: «Lo scorso febbraio abbiamo aperto un nuovo ParkinGO - spiega Deiana - in prossimità dell'aeroporto Caselle di Torino. E' il quinto dopo Milano

il loro lancio fuori dai confini nazionali: «Stiamo puntando sempre più sull'assistenza crocieristica

di Torino. E' il quinto dopo Milano Linate, Milano Malpensa, Roma Fiumicino e Verona. Abbiamo utilizzato la formula del franchising, con la quale lavoreremo sicuramente anche in futuro». Ulteriori aperture in vista, dunque? «Certo, abbiamo avviato trattative in altri aeroporti nazionali. Dove? Sicuramente nel nord Italia, ma anche qualcosa al sud».

Ampliamento

Oltre alla new entry Torino, il 2006 ha portato in casa Oasi anche l'ampliamento della capienza della struttura di Roma, realizzata appena prima dell'estate: «Un intervento necessario per rispondere alle esigenze dei tour operator con cui lavoriamo» spiega la marketing manager, che poi chiarisce perché gli investimenti maggiori si sono concentrati (e lo saranno anche in futuro) principalmente sul brand ParkinGO: «L'attività di parcheggio copre il 50% del fatturato, completato poi dal 25% dei servizi di assistenza di terra, dal 20% di quelli di autonoleggio e dal restante 5% di

Il risultato complessivo ha registrato un + 34% rispetto al 2005. Fatturato a 5 milioni di euro

– conclude Deiana – come conferma la recente creazione di due società, entrambe sotto il marchio Oasi Handling, che gestiscono servizi specializzati nei porti di Miami e di Barcellona. In Italia, invece, proseguiremo con l'attività nel porto di Venezia».



Giuliano Rovelli



Laura Deiana

Deiana:

“Abbiamo utilizzato la formula del franchising e continueremo ad usarla”