

Oasi punta sui servizi accessori

Il fatturato della società è composto al 50% da ParkingGo e il 40% dei risultati spetta a Vip Assistance

di Alessandra Tesan

Servizi personalizzati e integrati a privati e aziende. E' quanto Oasi Servizi Aeroportuali offre dal 1995 quando, ispirandosi ad un servizio già in atto negli Stati Uniti, ha realizzato il primo parking satellitare a Milano Malpensa. Oggi con una sede in Italia e due all'estero, precisamente a Miami e a Barcellona, Oasi persegue obiettivi importanti di ampliamento.

Al 50% del suo fatturato contribuiscono i servizi ParkingGo e il segmento Vip Assistance realizza il 40% dei risultati, mentre il charter nautico Barcheavela.com circa un 10%.

"L'attività principale della nostra realtà nel turismo - spiega **Laura Deiana, marketing manager** - consiste nel mettere a disposizione degli operatori quella gamma di servizi accessori che sarebbe altrimenti troppo

frammentata, fornendo loro un unico interlocutore come una sorta di estensione dell'azienda cliente. Nel corso del 2007 andremo a consolidare una serie di servizi e di progetti dedicati all'internazionalizzazione dei vari marchi, soffermandoci in particolar modo sulle potenzialità dei mercati spagnolo ed americano".

Crescita a due cifre

La crescita dell'azienda è ancora a due cifre, come negli ultimi 4 anni: nel 2006 Oasi Servizi Aeroportuali ha superato la quota di 6 milioni di euro di fatturato, con un +35% sul 2005.

Cinque sono attualmente i punti ParkingGo in Italia, a Malpensa, Linate, Verona, Torino e Roma Fiumicino, ma entro l'anno due nuovi parcheggi vedranno la luce, negli aeroporti di Bergamo e di Venezia: "Ad oggi lavo-



Laura Deiana

riamo con 130 operatori turistici e circa 3000 adv convenzionate, oltre a 1200 aziende in Italia e all'estero alle quali forniamo soprattutto servizi di Vip Assistance, dai parcheggi al no-logging auto con conducente, dalle hostess multilingue ai rappresentanti che assistono

all'arrivo. Nel 2007 andremo a consolidare quei mercati che sono fondamentali per le nostre aziende, in particolar modo il settore crocieristico, un mercato sul quale forniamo oggi assistenza imbarco/sbarco, turnaround, servizi di prenotazione alberghiera ed escursioni guidate a terra nonché trasporto dei passeggeri negli hotel".

Gestione documenti in conto terzi

Due le novità più importanti di questo nuovo anno, annuncia Deiana: "Implementeremo una sala operativa 24 ore su 24 all'aeroporto di Milano Malpensa, in grado di fornire soluzioni a tutte quelle esigenze che possono presentarsi ai passeggeri delle nostre aziende, che avranno perciò un numero telefonico a cui rivolgersi per qualsiasi imprevisto o

necessità. Stiamo poi ultimando il progetto di emissione documenti per le nostre aziende clienti, una voce di spesa che sappiamo essere particolarmente onerosa per i t.o. e prenderemo in conto terzi anche tutta la parte di gestione documenti, con una sala dedicata all'emissione e alla stampa di tutta la biglietteria di viaggio". Una risposta pronta e veloce ad una domanda sempre più insistente di servizi personalizzati da parte degli operatori turistici, alla ricerca di soggetti esterni che facciano le loro veci in alcune situazioni, in un settore in cui i margini di guadagno sono già decisamente bassi. Anche gli investimenti tecnologici dell'azienda sono ingenti: al Seatrade di Miami Oasi Handling ha da poco presentato il nuovo software realizzato in casa, un prodotto tailor made che, oltre a coordinare tutti i par-

cheggi, le strutture e il traffico pax, permetterà di ubicare la posizione dei singoli passeggeri e dei rispettivi bagagli.

"Sono tutti servizi che sappiamo molti tour operator vorrebbero poter dare ai propri clienti", ha puntualizzato Laura Deiana.

"Essere partner dell'azienda cliente in tutto il mondo", questo sarà il claim su cui sarà incentrata la campagna di comunicazione 2007 rivolta agli operatori italiani ed esteri: è stato effettuato un restyling dei loghi ParkingGo, Vip Assistance, Bestwrappers.com e Barcheavela.com al fine di mantenere comunque per ciascuno una continuità con il passato e una propria riconoscibilità, ma la nuova campagna non presenterà più i brand distinti, saranno tutti riuniti sotto un unico marchio, quello di Oasi Handling.