





**DATA 14 maggio 2015**

MF DOW JONES

## L'INTERVISTA: Uva; per Caleido puntiamo a 2 acquisizioni entro 3\* trim


MILANO (MF-DJ)--[Caleido](#)  , società quotata sul segmento Aim e attiva nel settore del turismo di fascia alta e lungo raggio, specializzata nell'offerta di soluzioni di viaggio su misura, punta a concludere due acquisizioni entro il terzo trimestre del 2015, e ad investire nel B2C in Francia e in Germania tra il 2015-2016.


E' quanto sottolineato da Cristiano Uva, presidente e a.d. di [Caleido](#)   Group, interpellato da MF-Dowjones nel giorno della forte performance del titolo, che ha chiuso la seduta con un progresso del 9,5% a 3,87 euro, grazie all'avvio di copertura di Integrae Sim. Gli analisti stimano che nel 2017 il fatturato della società possa raggiungere 11,5 mln di euro e un Ebitda di 2,0 mln di euro.

"Io credo che la ricerca fatta da Integrae Sim rispecchi il piano di sviluppo della società, e i trend che stiamo registrando, anche in termini di prenotazione, ci fanno ritenere di poter essere in linea con quanto prefissato", spiega il presidente del gruppo.

"Siamo ottimisti, abbiamo segnali positivi e per il 2015 ci sarà una crescita a doppia cifra nella parte alta. Stiamo raccogliendo i frutti dei nostri investimenti e stiamo acquisendo quote di mercato grazie anche al nostro sistema avanzato del dynamic packaging. Il trend è positivo", continua Cristiano Uva.

Ci saranno due acquisizioni entro il 2015, spiega il presidente del gruppo, "con i soldi raccolti dalla quotazione incrementeremo la crescita per linee esterne, attraverso due acquisizioni nei settori del tour operator e dei cofanetti, che si concluderanno entro il terzo trimestre del 2015".

"Sicuramente uno dei pilastri della nostra crescita e' il B2C. Vogliamo investire in questo settore, ma non in Italia", dichiara Cristiano Uva, spiegando che [Caleido](#)  agisce in Italia con un modello di business B2B che opera tramite le agenzie di viaggio e quindi inserire il B2C che ha come "interlocutore l'utente finale" porterebbe ad una cannibalizzazione del sistema.

"Per il B2C puntiamo a Paesi simili all'Italia, come Francia e Germania" dove invece non e' presente il B2B. "Abbiamo gia' contatti dove faremo investimenti che si concluderanno tra il 2015-2016. Come ulteriore obiettivo contiamo di entrare nel settore del turismo ingoing", che caratterizza i mercati emergenti, quali Paesi del continente Asiatico e del Pacifico, "ma non prima di un triennio", conclude il presidente di [Caleido Group](#) .