

Vendita e gestione di case vacanza per i clienti

# *Iperclub accelera sull'immobiliare*

**DI MASSIMO GALLI**

Iperclub si rafforza nel business immobiliare. La società, che vende pacchetti multivacanza al consumatore finale e alle aziende, ha creato una formula con l'obiettivo di ottimizzare la gestione dei villaggi di proprietà. Che attualmente sono tre, di cui uno in montagna e due al mare: in Sardegna, a Badesi, e l'altro a Sant'Andrea dello Ionio in Calabria. A questi se ne affiancano altri due in costruzione, entrambi in Sardegna: uno a Santa Teresa di Gallura, con 500 appartamenti, e l'altro ad Arbatax che prevede 600 unità abitative.

Il cliente può acquistare l'appartamento anche attraverso un mutuo ma, come sottolinea il presidente di Iperclub, Gianfranco Conte, «siamo pronti a riprenderlo in affitto per il periodo in cui non viene utilizzato, garantendo un reddito minimo del 4%. Proponiamo un investimento nel mattone, magari anche a chi vuole acquistare più di un appartamento. Per noi», prosegue Conte, «è una grande occasione: ampliamo il nostro catalogo e, al tempo stesso, offriamo una formula interessante al risparmiatore. I guadagni saranno reinvestiti in nuove strutture turistiche». La società

sta partendo ora con le vendite, in vista della stagione estiva.

Intanto, nel 2006, Iperclub ha conseguito un fatturato di circa 60 milioni di euro, in crescita del 12% rispetto all'anno precedente. Il giro d'affari proviene per il 70% dalla vendita di soggiorni ai clienti finali e per il restante 30% dal segmento aziendale. Nel primo caso viene utilizzata la formula dei buoni vacanza, che permette di acquistare un pacchetto di cui usufruire nell'arco di più anni. Sul fronte delle aziende, queste comprano in anticipo vacanze da offrire poi, a scopo promozionale o di incentivazione, ai consumatori o alla forza vendita. Non si tratta soltanto di grossi gruppi industriali, ma anche di piccole e medie imprese che scelgono di investire per fidelizzare clienti e dipendenti.

Il catalogo Iperclub comprende 220 strutture, per un totale di circa 45 mila posti letto in Italia; il 60% è gestito direttamente, mentre il resto attraverso la formula del vuoto per pieno, che permette di abbattere i costi. Dal punto di vista commerciale, inoltre, la società non si appoggia alle agenzie di viaggio, ma si avvale di un gruppo di promotori che opera in tutta Italia. (riproduzione riservata)