

Hotel Domani intervista VDA Multimedia “PowerTV: generatore di centri di profitto”

Con PowerTv, VDA Multimedia propone un sistema tecnologico di ultima generazione che integra e potenzia tutti i servizi gestibili tramite la Tv interattiva trasformandola in un vero e proprio Portale televisivo che offre una scelta di oltre 150 contenuti e servizi per realizzare la Tv su misura dell'hotel che sia di catena, di cluster o indipendente.

Sono 100.000 le camere installate da VDA Multimedia tra Europa, Africa e Medio Oriente. Un fatturato, quello di VDA Multimedia, che nel 2007 raggiungerà quota 24 milioni di euro. Diventano oltre 32 includendo anche VDA Elettronica

VDA è un'azienda di Pordenone, nel Nord Est italiano, che rappresenta per molti versi un caso unico nel panorama tecnologico italiano: a partire dagli anni Ottanta Illario Vuan ha realizzato e proposto come VDA Elettronica (di cui è presidente) una delle prime soluzioni tecnologiche avanzate per la gestione della camera intelligente, il figlio Alberto dopo averlo affiancato in questo settore, dalla fine degli anni Novanta ha sviluppato VDA Multimedia, azienda che propone le più avanzate soluzioni multimediali per l'entertainment e la comunicazione attraverso la Tv Interattiva in camera.

A partire dal 2004 VDA Multimedia ha effettuato un ulteriore salto di qualità proponendo soluzioni di editoria elettronica ed accelerando la crescita verso i mercati internazionali in Europa, Medio Oriente ed Africa. I numeri confermano il successo di VDA Multimedia che nel 2007 raggiungerà un fatturato complessivo di 24 milioni di euro (erano meno di 13 milioni di euro nel 2004) con la sede centrale a Pordenone e società controllate in Francia, Gran Bretagna e Benelux, Ungheria, Spagna, Germania e Dubai per il Medio Oriente. Includendo anche il fatturato di VDA Elettronica, il turnover complessivo del Gruppo arriva a quota 32 milioni di euro.

“Dal 2004 VDA propone con decisione il televisore in camera come un vero e proprio media integrato e non più come un insieme di tecnologie funzionali alla sola offerta di film a pagamento” introduce Alberto Vuan, Presidente di VDA Multimedia. “Proponiamo un format multimediale che rappresenta un vero e proprio centro di profitto oltre che un valore aggiunto per alberghi e catene alberghiere sensibili allo standard del servizio anche per quanto concerne la tecnologia, l'intrattenimento e l'informazione a disposizione dell'ospite. Ciò spiega perché grandi catene alberghiere nazionali e internazionali caratterizzate da un'offerta di elevata qualità abbiano scelto VDA come partner, parliamo della Cogeta Palace, della Rocco Forte Collection, dell'Hotel Ritz di Parigi, dei Four Seasons di Ginevra e Firenze o di alcuni hotel, della catena alberghiera dei Jumeirah Hotels di Dubai ed altri ancora. Sono circa 100.000 le camere che hanno adottato le nostre soluzioni multimediali nel Mondo. Offriamo bouquet di film e una libreria musicale di assoluta qualità sia per la superiore qualità del digitale sia per la freschezza dei contenuti. I film per esempio appartengono agli ultimi cinque mesi di uscita sugli schermi e sono multilingua”.

“La tecnologia legata all'intrattenimento e alla comunicazione interattiva in camera è in continuo sviluppo” interviene Lorenzo Baroni, Amministratore Delegato di VDA Multimedia, esperto di comunicazione con un passato ai vertici di case editrici internazionali. “I grandi operatori alberghieri se ne sono accorti e si sono resi conto che devono affrontare un fenomeno in continua mutazione, caratterizzato da una rapida obsolescenza tecnologica, che richiede un approccio assolutamente originale e assai più dinamico rispetto ai processi di ristrutturazione e adeguamento degli edifici e degli arredi. È ciò che propone VDA Multimedia. È cambiato l'approccio al modello di business sia da parte nostra che da parte dei nostri interlocutori del mondo alberghiero. Siamo stati i primi ad offrire soluzioni full digital avanzate e soprattutto scalabili, in grado quindi di contrastare meglio il rischio obsolescenza. Oggi, questo approccio, ci consente di disporre di un network in grado di essere monitorato ed aggiornato da remoto e come tale sempre allineato alle configurazioni di ultima generazione. Abbiamo consolidato il nostro portafoglio clienti e ci siamo proiettati decisamente sui mercati internazionali sempre focalizzati su top di gamma al fine di poter sviluppare il volume del nostro business senza scendere a compromessi ed intaccarne il valore aggiunto”.



Un primo bilancio?

“È oltremodo positivo” spiega Alberto Vuan. “PowerTv è un prodotto maturo, stabile quanto duttile ed eclettico e si è dimostrato soprattutto un generatore di centri di profitto per gli alberghi, oltre che uno strumento essenziale per la fidelizzazione della clientela grazie all’elevato indice di soddisfazione che genera nei confronti del cliente finale. Questa affermazione è supportata dai nostri stessi clienti che hanno aderito alle implementazioni del sistema Active 3 che sono avvenute in questi anni. Uno per tutti: l’Hotel Negresco di Nizza. La stessa Rocco Forte Collection dopo aver sperimentato PowerTv nei suoi alberghi italiani ha esteso il sistema anche a quelli europei”. “Una catena alberghiera che si dota in esclusiva di PowerTv si ritrova con un sistema multimediale interno che, ben utilizzato, è in grado di innescare, per così dire, un vero e proprio fenomeno di marketing virale” spiega a sua volta Lorenzo Baroni.

“Catene alberghiere che gestiscono decine di migliaia di camere con tassi di occupazione attorno al 70 per cento hanno un potenziale di comunicazione interno eccezionale. Parliamo di milioni di contatti su base annua che possono produrre ulteriori business oltre a quelli tradizionali legati alla camera, al ristorante, al centro benessere, ai congressi. PowerTv può sviluppare un ricco quanto interessante fenomeno di marketing e comunicazione sia all’interno della catena sia nei confronti delle rispettive location. L’idea di Tv interattiva proposta da VDA è diversa da quella di tutti gli altri produttori. Il nostro lavoro mira a rendere ogni albergatore un piccolo broadcaster di se stesso: un “editore televisivo” che, sfruttando le possibilità di interazione tra Tv e utente, migliora il servizio e incrementa il profitto dell’hotel. A Pordenone disponiamo di un Publishing Department specializzato nell’editing di contenuti “tailor made” e collegato ad una piattaforma di “Media Asset Management” in grado di intervenire su ogni singola pagina televisiva di ogni singola camera, ma anche di modificare tutto il network con un solo click e contemporaneamente. L’attività di publishing viene anche effettuata dalle sedi di Amsterdam, Parigi, Londra e Dubai”.

Che cosa è diventato PowerTV?

“PowerTV Magazine è un sistema di Tv interattiva di ultima generazione, la cui affidabilità è garantita dalla piattaforma tecnologica Active 3” spiega Alberto Vuan. “Di fatto PowerTV è diventato un vero e proprio portale televisivo. Ciò significa che l’ospite beneficia di un’offerta vastissima di informazione e intrattenimento accessibile attraverso un’interfaccia utente facile, intuitiva e in 5 lingue. Insomma tutto organizzato secondo temi, interessi, necessità esattamente come in un portale web ma con un “look” televisivo e soprattutto pensato per la “navigazione” con il telecomando. PowerTV propone contenuti propri e nello stesso tempo è anche un grande collettore di contenuti proposti da altri, dalle televisioni generaliste a quelle tematiche” aggiunge Lorenzo Baroni. Tv e Radio analogiche, satellitari o over IP che convivono in uno stesso ambiente senza che il fruitore percepisca la diversità della fonte ma in maniera che ne apprezzi solo l’abbondanza nella scelta. “PowerTV è in grado di gestire centinaia di canali garantendo la stessa qualità digitale in tutte le camere attraverso l’infrastruttura di rete dell’albergo ma se ci fossero problemi di cablaggio, come all’Hotel Ritz di Parigi, lo stesso risultato lo si ottiene anche attraverso il doppio telefonico. Ciò significa offrire canali televisivi, film e musica on demand, navigazione Internet, informazione sull’albergo e la location senza l’obbligo del cablaggio di rete in Cat5 o 6. Quantità e qualità di contenuti rappresentano il binomio fondamentale. Il tutto studiato e tagliato su misura per la clientela esigente e cosmopolita dell’albergo 4-5 stelle. L’Hotel Magazine inoltre illustra e promuove i servizi della struttura, un vero e proprio media rappresentativo dell’hotel. Ciò facilita l’acquisizione di maggiori ricavi dal l’utilizzo delle facilities alberghiere, dal rafforzamento dei rapporti di partnership con i fornitori di servizi accessori (tennis, golf, equitazione) e da un generale miglioramento dell’efficienza grazie all’ottimizzazione dei flussi informativi tra cliente e front office”.

“La flessibilità della piattaforma PowerTV è praticamente illimitata” aggiunge Alberto Vuan. “Ciò significa anche integrazione con altre periferiche; un esempio per tutti la possibilità di collegare il proprio iPod al Tv e provvedere alla selezione attraverso il telecomando. I nostri Network Computer studiati per interfacciarsi con i famosi Tv ad architettura aperta si integrano, se necessario, anche con televisori consumer. L’architettura di sistema si sviluppa su una piattaforma server-client collegata via rete IP standard e servita inoltre da un collegamento satellitare IP su DVB per la distribuzione mensile dei film.”

Il vostro ruolo come è cambiato in questi anni?

“Siamo sempre più partner tecnologici per l’albergo e nello stesso tempo dei consulenti di Marketing e Comunicazione Multimediale tesi a sviluppare prodotti e contenuti che aiutino l’albergo a fidelizzare l’ospite e a creare nuovi centri di profitto o a migliorare il valore aggiunto di quelli esistenti” spiega Alberto Vuan. “Un altro valore aggiunto è rappresentato dai servizi finanziari e di post sales legati al solo prodotto Tv. Interface è nostro partner commerciale nella distribuzione di televisori attraverso formule in linea con le attuali esigenze di mercato che richiedono: vasta gamma di scelta, possibilità di



dilazione finanziaria e piani che garantiscano all'hotel il rinnovo del parco tecnologico attraverso un calendario prestabilito e chiavi in mano". "Il successo di queste formule ci porta a valutare la creazione di Joint Venture in Europa per estendere lo stesso modello in tutti i Paesi presidiati da VDA" conclude Lorenzo Baroni. "Per il cliente l'indubbio vantaggio di poter beneficiare di una matrice di soluzioni tecnologiche, di servizi e contenuti praticamente infinita, adatta ad ogni albergo che ha smesso di considerare il televisore un elettrodomestico alla stregua di un asciugacapelli riconoscendone le potenzialità di business. In sintesi: tanti contenuti attraverso una piattaforma amichevole, divertente, capace di generare valore aggiunto verso l'ospite e maggiori ricavi per la struttura alberghiera resta la nostra missione strategica".

Intervista realizzata da HOTEL DOMANI © ottobre 2007



VDA EUROPE ITALY (*Head Office*) Pordenone | Milan | UK London | FRANCE Paris | BENELUX Amsterdam | GERMANY Berlin
HUNGARY Budapest | SPAIN Madrid | **VDA MIDDLE EAST** UNITED ARAB EMIRATES Dubai | **VDA ASIA PACIFIC** THAILAND
Bangkok | CHINA Hong-Kong | Suzhou | SINGAPORE | **VDA AFRICA** SOUTH AFRICA Johannesburg www.vdavda.com