

IL MERCATO DELL'OSPITALITÀ LO SCENARIO IN EUROPA E NEL MONDO E I PUNTI DI FORZA DI VDA

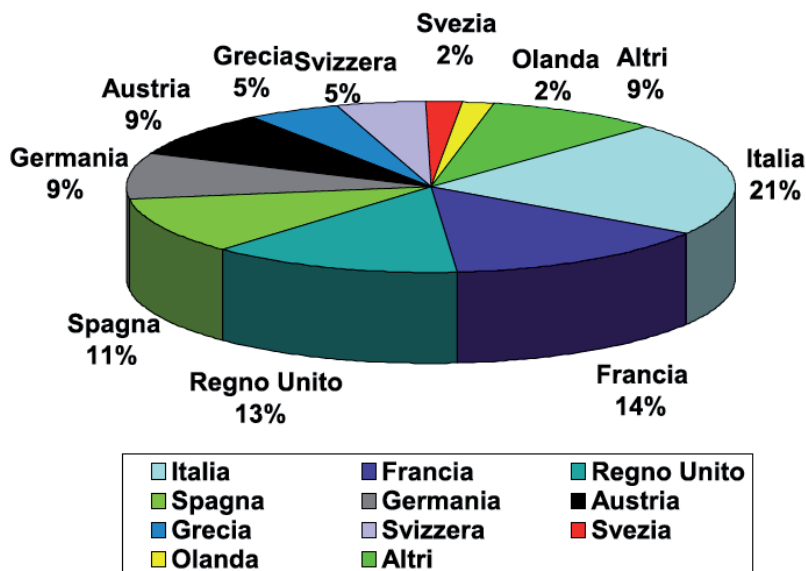
1. Il Mercato dell'Ospitalità in Europa e nel Mondo

Di seguito la tabella riportante le dimensioni del mercato dell'ospitalità a livello mondiale:

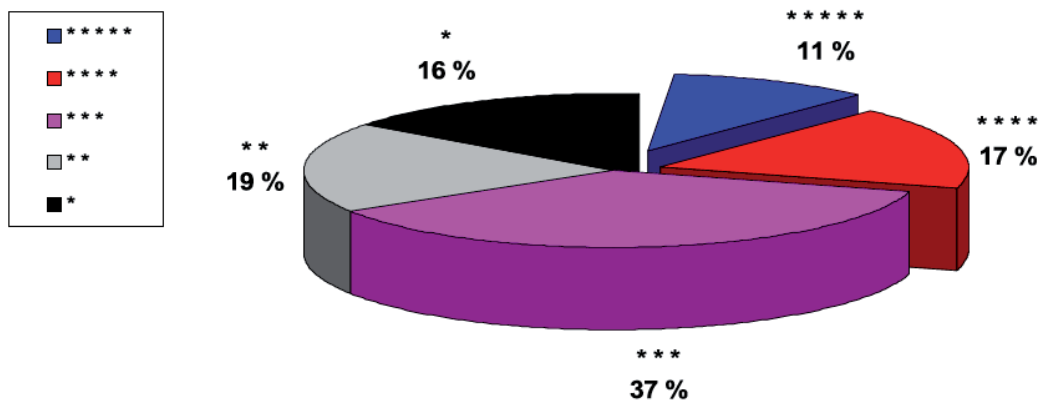
Continente	Millioni di camere nel 2003	Cambiamento 1997 – 2003	Quota Mercato
Europa	5,5	25%	44%
Americhe	4,6	31%	37%
Asia/Pacifico	1,8	100%	14%
Africa	0,4	48%	3%
Medio Oriente	0,2	46%	2%
Totale	12,5	36%	100%

Fonte: World Tourism Organisation

In Europa:



Dal punto di vista della Categoria di Hotel il mercato in Europa è così strutturato:



La tecnologia di VDA nel mercato dell'ospitalità

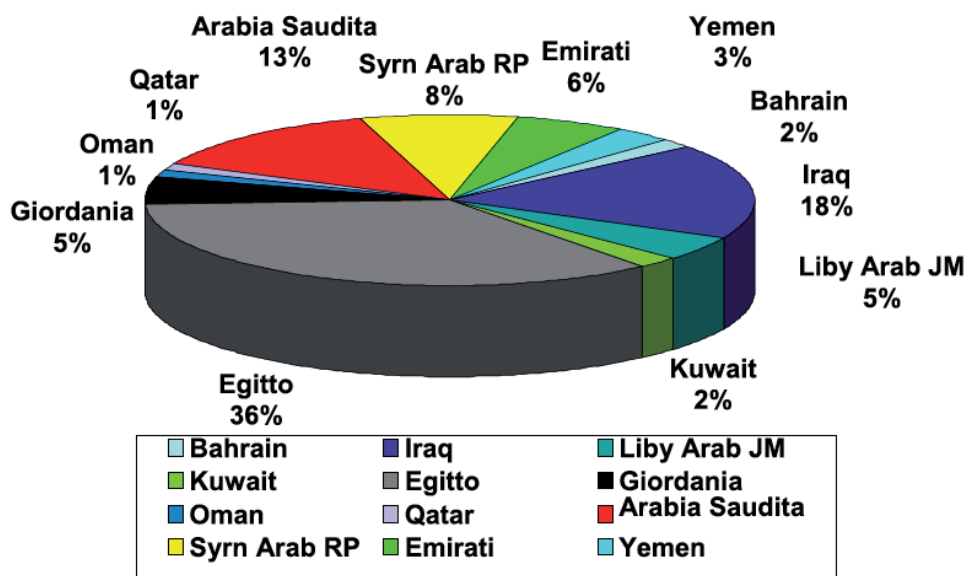
Il Sistema PowerTV nei suoi modelli Active-2 e Active-3 ha come mercato di riferimento quello relativo agli **alberghi a 4 e 5 stelle** ma, i processi industriali e la naturale evoluzione tecnologica ed i business model proposti da VDA, rendono possibile l'estensione dell'offerta anche agli hotel a tre stelle di alta qualità.

Il mercato riferito alle applicazioni di TV Interattiva ha registrato negli ultimi due anni una forte richiesta di servizi e contenuti multimediali che vanno oltre la semplice offerta di film. Tale domanda, più sofisticata, ha spinto la ricerca tecnologica verso una nuova generazione di Interactive Hotel TV system. Gli attuali sistemi come Active 3, infatti, non solo sono semplici ed affidabili ma rispondono perfettamente a queste nuove esigenze.

Non è un caso che **VDA sia stato il primo attore a livello mondiale ad avere lanciato sul mercato un sistema di TV Interattiva con architettura basata su un Network Computer** integrato in ogni TV di camera. Un vero e proprio salto generazionale rispetto alle soluzioni di "channel allocation" dove i network computer sono al massimo 12 per hotel perché installati nella centrale di supervisione.

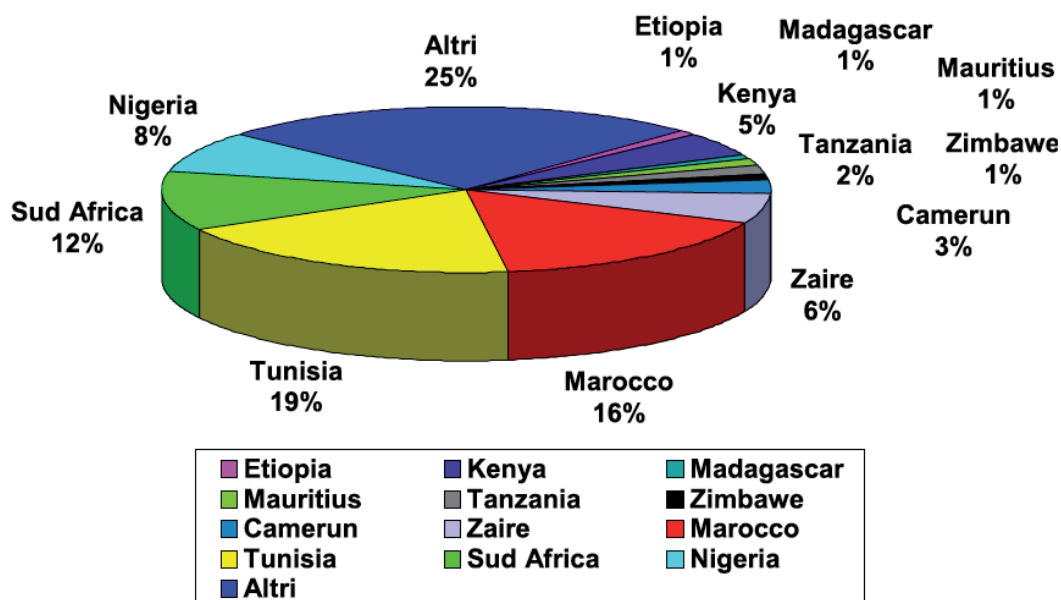
Il mercato estero di VDA

Nel Mercato Mediorientale VDA ha già conquistato una posizione di rilievo importante grazie all'acquisizione di contratti e clienti prestigiosi in vari paesi quali UAE (Dubai, Abu Dhabi), Oman, Giordania, Arabia Saudita, Yemen, Qatar ed Egitto.



Anche il mercato del **continente Africano** vede la presenza di VDA attraverso VDA Tunisia. Quest'ultima ha dato luogo ad importanti accordi con Gruppi quali la catena El Mouradi, che già da tempo utilizza sistemi PowerTV nelle camere e Micromaster (building automation) negli hotel.





I punti di forza e il posizionamento di VDA

Il successo di VDA rispetto al mercato e, perché no, alla concorrenza, è dovuto a molti fattori:

- 1. politica di sviluppo tecnologico:** ingenti investimenti nello sviluppo di soluzioni avanzate;
- 2. presidio commerciale:** con forti investimenti effettuati per la creazione di una rete commerciale costituita da VDA sales companies e distributori selezionati;
- 3. modello di business:** che attraverso formule che vanno dal revenue sharing al rental sono in grado di adattarsi perfettamente alle differenti caratteristiche di mercato, struttura e clientela;
- 4. la gestione end-to-end del processo:** che consente un'offerta chiavi in mano dal setup ai servizi post-sale;
- 5. l'impostazione marketing oriented:** che registra e trasforma in soluzioni l'esigenza del mercato;
- 6. la flessibilità operativa:** che si traduce in rapidità ed economicità del servizio;
- 7. la proposta di servizi e contenuti:** con particolare attenzione verso la qualità dei film, dei palinsesti musicali, dei giochi interattivi e delle informazioni utili all'ospite dell'Hotel;
- 8. il partner ring:** costituito da aziende leader nel proprio settore.

