

L'azienda di Pordenone investe nei mercati esteri

Hotel, Vda leader nella tv interattiva

DI FABIO DONFRANCESCO

Il gruppo Vda multimedia, leader nel settore della fornitura di tecnologie e servizi interattivi tv per il mondo dell'ospitalità, lancia il nuovo sistema Active-3, che va ulteriormente a migliorare la piattaforma Power tv. Quest'azienda, nata a Pordenone nel 1996, nel giro di pochi anni ha triplicato il fatturato, portandolo ai 20 milioni di euro previsti a fine 2003. Con i suoi 75 dipendenti, tra cui ingegneri e tecnici informatici provenienti anche dall'India e dal Cile, ha perfezionato i sistemi tv intelligenti on-demand all'interno delle stanze d'albergo.

Attualmente sono 750 gli hotel che hanno adottato tale sistema, per circa 15 mila camere di cui 8.500 in Italia, paese che copre il 75% del mercato. Questo sistema è capace di trasformare il semplice televisore in terminale remoto con funzioni di computer, data base di informazioni, videoteca satellitare, banner per la ricerca di frequenze radio in tutto il mondo, console per videogiochi e interfaccia per l'e-shopping.

«Solo nell'ultimo anno abbiamo sottoscritto contratti nel Regno Unito, Ungheria, Tunisia, Medio Oriente, Francia, Germania e Benelux», spiega Alberto Vuan, amministratore unico di Vda. «Abbiamo stretto importan-

ti collaborazioni con alcune prestigiose catene alberghiere, come Hilton, Sheraton, Le Meridien, Four Seasons, Jolly hotels e Novotel. Ci apprestiamo a concludere nuove joint-venture in Canada e America, per esportare l'attuale modello Active 2 e successivamente la sua evoluzione. In termini di volume di business, il piano di sviluppo del gruppo», annuncia Vuan, «prevede un incremento, rispetto alle 50 mila unità già installate, di oltre 18 mila unità entro la fine dell'anno e di oltre 28 mila nel corso del 2004, con un bacino di utenti che supererà i 15 milioni di ospiti.

«Al di là degli aspetti commerciali», sottolinea Vuan, «il nostro successo è legato ai progetti di sviluppo del prodotto, sia in termini tecnologici sia di contenuti. Solo per il 2004, investiremo 8 milioni di euro in nuove tecnologie; contiamo partner del livello di Ibm e b-ticino e intendiamo diversificare i mercati di sbocco. Questo ci spinge a una strategia finanziaria che prevede la possibilità di stringere accordi con forti partner finanziari, che possano supportare la crescita internazionale. E il gruppo ha sempre mantenuto i livelli di redditività programmati. Siamo inoltre valutando», dice l'amministratore unico, «la possibilità di entrare in borsa». (riproduzione riservata)