

Va al gruppo pugliese Nicolaus l'asta per il marchio Valtur

Sbaragliata la concorrenza di Alpitour e Bluserena, è il gruppo pugliese Nicolaus ad aggiudicarsi l'asta per l'acquisto del marchio Valtur. Si chiude così la prima parte della crisi dello storico marchio italiano del turismo organizzato, anche se per i lavoratori non è ancora chiaro quali potranno essere le scelte della nuova proprietà per il mantenimento dei livelli occupazionali. Anche ieri (3 luglio) i lavoratori si sono presentati nella sede del commissario a Milano per chiedere che non vengano disperse le professionalità e le competenze di chi lavora nel gruppo da molto tempo. Ai ministeri del lavoro e dello sviluppo economico chiedono che si possa aprire un tavolo di confronto per tutelare diritti e occupazione perché questi sono gli ingredienti segreti; si legge in un volantino distribuito ai passanti; di questa ricetta della felicità iniziata nel 1964 e fatta di passione, spirito di squadra, orientamento al cliente, energia, senso di appartenenza. Valori che da cinquant'anni; hanno spiegato i lavoratori; si tramandano attraverso una generazione di ospiti, dipendenti, collaboratori, fornitori, amici e che non sono in vendita. Il marchio Valtur vale molto di più del prezzo di un bando di gara, nel mercato è ancora riconosciuto come simbolo di qualità, innovazione, divertimento, sicurezza, accoglienza, in una parola, di Made in Italy;. Nicolaus opera nell'ambito turistico nazionale con 25 villaggi e a livello internazionale con 5 strutture in Grecia e una in Spagna. Il gruppo ha chiuso il 2017 con 80 milioni di euro di fatturato, segnando una crescita del 20% rispetto al 2016.