Club del Sole, oltre 4 milioni di presenze e accelerazione sullâ??evoluzione open air

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â??
Club del Sole supera nel 2026 la soglia dei 4 milioni di presenze e chiude lâ??anno con un fatturato in crescita dellâ??8% rispetto al 2025, consolidando la propria leadership nellâ??Open Air italiano e accelerando il percorso di sviluppo sui mercati internazionali. Un percorso guidato dalle Full Life Holidays, la promessa di Brand con cui Club del Sole propone una vacanza unica nel suo genere, dove comfort e natura si incontrano, superando i confini tradizionali tra camping e hotellerie. Tra i risultati piÃ¹ significativi della stagione câ??Ã¨ la crescita della componente internazionale, che nel 2026 raggiunge il 50% delle presenze turistiche, rispetto al 45% del 2025. Lâ??area Dach si conferma il primo mercato estero con circa un milione di presenze, in crescita del 20%, mentre avanzano Polonia (+28%) e Paesi Bassi (+10%). Il prossimo obiettivo Ã¨ consolidare i mercati core del Nord e Centro Europa e sviluppare nuovi target country attraverso attivitÃ commerciali, di marketing e comunicazione dedicate.

Crescono anche durata e valore del soggiorno, rispettivamente del 10% e dellâ??11%. Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lago di Garda e Trentino-Alto Adige si confermano tra i territori piÃ¹ performanti della stagione, con una forte componente internazionale in particolare nelle destinazioni del Nord-Est. â??I risultati del 2026 confermano la forza di un modello capace di intercettare un cambiamento profondo nel modo di vivere la vacanza. Lâ??Open Air conquista nuovi pubblici e nuovi mercati perchÃ© risponde alla ricerca di libertÃ , natura e autenticitÃ senza rinunciare al comfort e alla qualitÃ dei servizi. La nostra ambizione Ã¨ continuare ad anticipare questi bisogni e portare le Full Life Holidays verso una dimensione sempre piÃ¹ internazionaleâ?•, spiega Angelo E. Cartelli, direttore generale di Club del Sole.

Dopo lâ??ingresso in Trentino e lâ??apertura alla stagione invernale con Val di Fiemme, Club del Sole sviluppa oggi la propria offerta attraverso tre habitat â?? mare, lago e montagna â??, ampliando destinazioni, stagioni e occasioni di soggiorno. Nel 2026 sono entrati nel Gruppo Le Palme Lazise Family Collection, sul Lago di Garda, e Le Gorette Easy Camping Village, a Marina di Cecina, portando il portfolio a 29 Villaggi in 8 regioni italiane.

Il prossimo passaggio sarÃ Club del Sole World Riccione, il progetto flagship che segnerÃ una nuova fase nellâ??evoluzione dellâ??offerta del Gruppo. Il progetto metterÃ a sistema due Villaggi giÃ presenti nel portfolio â?? uno dei quali oggetto di una profonda trasformazione â?? e una nuova struttura, dando vita a un unico polo composto da tre Villaggi, di cui due a 5 stelle, con identitÃ ed esperienze complementari, dal mondo Family al Boutique. Con lâ??ingresso della nuova struttura, il portfolio complessivo di Club del Sole salirÃ a 30 Villaggi. Club del Sole World Riccione rappresenterÃ un nuovo modello di destinazione. Un ecosistema capace di integrare differenti livelli di ospitalitÃ , servizi ed esperienze allâ??interno di un unico mondo Club del Sole e una delle espressioni piÃ¹ complete delle Full Life Holidays.

Lâ??evoluzione del prodotto passa anche dalla segmentazione dellâ??offerta nei quattro cluster Boutique Resort, Family Resort, Family Collection ed Easy Camping Village, pensati per rispondere a esigenze e stili di vacanza differenti. Alla personalizzazione dellâ??esperienza si affianca una crescente flessibilitÃ anche nella fase di acquisto: grazie allâ??accordo con HeyLight, gli ospiti possono suddividere il pagamento della vacanza fino a 12 rate, per importi fino a 5.000 euro. Nel 2026 Club del Sole ha rafforzato gli investimenti in Crm, loyalty, analytics e Intelligenza Artificiale, con lâ??obiettivo di sviluppare una conoscenza sempre piÃ¹ approfondita dellâ??ospite e costruire una relazione continuativa lungo lâ??intero customer journey.

default watermark

Un ruolo centrale Ã¨ affidato alla loyalty, con il lancio del programma Club del Sole Rewards, pensato per riconoscere e valorizzare la relazione con gli ospiti nel tempo, premiarne la fedeltÃ e creare nuove opportunitÃ di engagement prima, durante e dopo il soggiorno. Il programma sarÃ progressivamente arricchito con nuovi benefit e meccaniche dedicate, sempre piÃ¹ integrate con le preferenze e i comportamenti dei clienti. Lâ??evoluzione del Crm consentirÃ di mettere a sistema dati e interazioni, creando le basi per una comunicazione sempre piÃ¹ rilevante e personalizzata. In questo ecosistema avrÃ un ruolo crescente anche lâ??Intelligenza Artificiale, a supporto della capacitÃ di interpretare i bisogni degli ospiti, personalizzare offerte e comunicazioni ed evolvere lâ??assistenza attraverso nuovi strumenti, inclusi chatbot e soluzioni conversazionali.

Lâ??obiettivo Ã¨ costruire una relazione con Club del Sole sempre piÃ¹ personale, continuativa e capace di evolvere nel tempo, accompagnando lâ??ospite in tutte le fasi dellâ??esperienza delle Full Life Holidays. Nel 2026 gli ospiti con cani al seguito nei Villaggi Club del Sole sono cresciuti del 22% rispetto al 2025, confermando la crescente rilevanza del Dog Tourism nelle scelte di vacanza. Il programma Family Dog Friendly, esteso allâ??intero network, traduce questa evoluzione in un modello di accoglienza dedicato, con servizi, spazi e attivitÃ pensati per chi sceglie di vivere la vacanza insieme al proprio cane. Un impegno recentemente riconosciuto anche con il premio ricevuto dal GistI Animal Travel Award. Da questa esperienza nasce lâ??Osservatorio Italiano Dog Tourism, creato in partnership con Jfc. Lâ??Osservatorio creerÃ un punto di osservazione continuativo sul fenomeno in Italia, analizzandone dimensioni e valore economico, comportamenti e propensione al viaggio, bisogni, servizi richiesti e attrattivitÃ delle destinazioni.

Attraverso survey periodiche e il coinvolgimento dei diversi attori della filiera, il progetto metterÃ a disposizione del sistema turistico dati e insight utili a comprendere e anticipare lâ??evoluzione di un segmento sempre piÃ¹ rilevante. Per Club del Sole rappresenta un ulteriore passo nel proprio ruolo di

osservatore e interprete dei nuovi comportamenti di vacanza, trasformando lâ??esperienza maturata nei Villaggi in conoscenza a beneficio dellâ??intero comparto. La crescita di Club del Sole procede insieme a una sempre maggiore integrazione dei criteri Esg nelle scelte strategiche e operative del Gruppo. Ambiente e gestione responsabile delle risorse, formazione e valorizzazione delle persone, qualitÃ del servizio e relazione con le comunitÃ locali sono parte di un modello di sviluppo che Club del Sole rendiconta annualmente attraverso il proprio Bilancio di SostenibilitÃ .

Per un Gruppo che ha nella natura uno degli elementi fondanti della propria proposta di ospitalitÃ , la sostenibilitÃ Ã¨ parte integrante della strategia di crescita: sviluppare le Full Life Holidays significa creare valore per gli ospiti e, allo stesso tempo, valorizzare i territori nei quali lâ??esperienza prende vita. I risultati del 2026 aprono una nuova fase nel percorso di Club del Sole. Nel 2027 il Gruppo punta ad accelerare ulteriormente lo sviluppo internazionale e lâ??evoluzione dellâ??offerta, facendo leva sulla crescita del portfolio, sul progetto flagship Club del Sole World Riccione e su una conoscenza sempre piÃ¹ profonda dei propri ospiti. Lâ??obiettivo Ã¨ rafforzare la leadership costruita in Italia e portare progressivamente Club del Sole verso una dimensione sempre piÃ¹ europea, contribuendo allâ??evoluzione dellâ??Open Air e ampliando i pubblici, le destinazioni e le occasioni in cui vivere una vacanza Club del Sole.

default watermark

Club del Sole sarÃ presente a Ttg Travel Experience, a Rimini dal 14 al 16 ottobre, con uno stand dedicato e la partecipazione dei propri manager a diversi appuntamenti dedicati allâ??evoluzione dellâ??hospitality. MercoledÃ¬ 14 ottobre alle 10.30, presso la Sala Tiglio, Rosella Giondi, Learning & Training Manager, e Michela Marzoli, Direttore Marketing & Comunicazione di Club del Sole, presenteranno, in collaborazione con Jfc, lâ??anteprima dellâ??Osservatorio Italiano Dog Tourism. GiovedÃ¬ 15 ottobre alle 12.30, presso la Sala Abete, Luigi Caselle, Direttore Acquisti, interverrÃ nel panel â??La mobilitÃ elettrica nellâ??hospitality â?? Dalla colonnina al servizio: regole e gestioneâ?? Alle 14.00, presso la Sala Tiglio 2, Angelo E. Cartelli, direttore generale di Club del Sole, parteciperÃ al panel di SiViaggia â??La Formula dellâ??eccellenza. Cosa conta davvero (e cosa resta) nel cuore di chi viaggiaâ??.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Ottobre 16, 2026
Autore
redazione