



Club del Sole, oltre 4 milioni di presenze e accelerazione sull'evoluzione open air

Descrizione

(Adnkronos) -

Club del Sole supera nel 2026 la soglia dei 4 milioni di presenze e chiude l'anno con un fatturato in crescita dell'8% rispetto al 2025, consolidando la propria leadership nell'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 più significativi della stagione c'è la crescita della componente internazionale, che nel 2026 raggiunge il 50% delle presenze turistiche, rispetto al 45% del 2025. L'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 è consolidare i mercati core del Nord e Centro Europa e sviluppare nuovi target country attraverso attività commerciali, di marketing e comunicazione dedicate.

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

Dopo l'ingresso in Trentino e l'apertura alla stagione invernale con Val di Fiemme, Club del Sole sviluppa oggi la propria offerta attraverso tre habitat: mare, lago e montagna, 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 sarà Club del Sole World Riccione, il progetto flagship che segnerà una nuova fase nell'evoluzione dell'offerta del Gruppo. Il progetto metterà a sistema due Villaggi già presenti nel portfolio - uno dei quali oggetto di una profonda trasformazione - e una nuova struttura, dando vita a un unico polo composto da tre Villaggi, di cui due a 5 stelle, con identità ed esperienze complementari, dal mondo Family al Boutique. Con l'ingresso della nuova struttura, il portfolio complessivo di Club del Sole salirà a 30 Villaggi. Club del Sole World Riccione rappresenterà un nuovo modello di destinazione. Un ecosistema capace di integrare differenti livelli di ospitalità, servizi ed esperienze all'interno di un unico mondo Club del Sole e una delle espressioni più complete delle Full Life Holidays.

L'evoluzione del prodotto passa anche dalla segmentazione dell'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 dell'esperienza si affianca una crescente flessibilità anche nella fase di acquisto: grazie all'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 l'obiettivo di sviluppare una conoscenza sempre più approfondita dell'ospite e costruire una relazione continuativa lungo l'intero customer journey.

Un ruolo centrale è 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 fedeltà e creare nuove opportunità di engagement prima, durante e dopo il soggiorno. Il programma sarà progressivamente arricchito con nuovi benefit e meccaniche dedicate, sempre più integrate con le preferenze e i comportamenti dei clienti. L'evoluzione del Crm consentirà di mettere a sistema dati e interazioni, creando le basi per una comunicazione sempre più rilevante e personalizzata. In questo ecosistema avrà un ruolo crescente anche l'Intelligenza Artificiale, a supporto della capacità di interpretare i bisogni degli ospiti, personalizzare offerte e comunicazioni ed evolvere l'assistenza attraverso nuovi strumenti, inclusi chatbot e soluzioni conversazionali.

L'obiettivo è costruire una relazione con Club del Sole sempre più personale, continuativa e capace di evolvere nel tempo, accompagnando l'ospite in tutte le fasi dell'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 all'intero network, traduce questa evoluzione in un modello di accoglienza dedicato, con servizi, spazi e attività 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 l'Osservatorio Italiano Dog Tourism, creato in partnership con Jfc. L'Osservatorio creerà un punto di osservazione continuativo sul fenomeno in Italia, analizzandone dimensioni e valore economico, comportamenti e propensione al viaggio, bisogni, servizi richiesti e attrattive delle destinazioni.

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

osservatore e interprete dei nuovi comportamenti di vacanza, trasformando l'esperienza maturata nei Villaggi in conoscenza a beneficio dell'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, qualità del servizio e relazione con le comunità locali sono parte di un modello di sviluppo che Club del Sole rendiconta annualmente attraverso il proprio Bilancio di Sostenibilità.

Per un Gruppo che ha nella natura uno degli elementi fondanti della propria proposta di ospitalità, la sostenibilità è 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 l'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 l'evoluzione dell'offerta, facendo leva sulla crescita del portfolio, sul progetto flagship Club del Sole World Riccione e su una conoscenza sempre più profonda dei propri ospiti. L'obiettivo è rafforzare la leadership costruita in Italia e portare progressivamente Club del Sole verso una dimensione sempre più europea, contribuendo all'evoluzione dell'Open Air e ampliando i pubblici, le destinazioni e le occasioni in cui vivere una vacanza Club del Sole.

Club del Sole sarà 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 all'evoluzione dell'hospitality. Mercoledì 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, l'anteprima dell'Osservatorio Italiano Dog Tourism. Giovedì 15 ottobre alle 12.30, presso la Sala Abete, Luigi Caselle, Direttore Acquisti, interverrà nel panel "La mobilità elettrica nell'hospitality". Dalla colonnina al servizio: regole e gestione. Alle 14.00, presso la Sala Tiglio 2, Angelo E. Cartelli, direttore generale di Club del Sole, parteciperà al panel di SiViaggia "La Formula dell'eccellenza. Cosa conta davvero (e cosa resta) nel cuore di chi viaggia".

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 16, 2026

Autore

redazione