



SPECIALE

Forum Open Air 2025





Bella e unica come la tua vacanza



I particolari fanno la differenza

Siamo artigiani del lusso che lavorano con tecnologie ad alta precisione e applicando processi completamente ingegnerizzati. Tutte le nostre verande sono mobili, appoggiate a terra. **LAM** è specializzata nella costruzione e ristrutturazione di bungalow, reception, palestre, ristoranti, stabilimenti balneari e bar. Quindi strutture in legno costruite secondo i criteri della bioedilizia. Bella e unica, come la tua vacanza, è la nostra filosofia di costruzione ad alta personalizzazione, di cui le verande con solarium e idromassaggio sul tetto, ne rappresentano l'esempio più significativo.

LAM AMBIENTE srl

via Nazionale 55
52010 Corsalone
Arezzo | Italia
T +39 0575 527065
info@lamambiente.it
www.lamambiente.it



SCARICA I NOSTRI
CATALOGHI



69 / SOMMARIO

Editoriale

03. Editoriale *Alberto Granzotto*

FAITA Informa

- 4. Rinnovato l'accordo SIAE per l'utilizzazione dei Diritti d'Autore
- 5. Here and now: le direttrici del turismo Open Air *Alberto Granzotto*
- 8. Un comparto in trasformazione: crescere senza perdere il proprio DNA *Marco Sperapani*
- 11. Sostenibilità protagonista: assegnati i riconoscimenti ESG Open Air 2030 *Assia Aceto*
- 14. Grab&Go entra nei campeggi: la mobilità diventa parte dell'offerta *Francesco Maria Cenci*

Forum Open Air 2025

Istituzioni

17. Gli interventi delle Istituzioni al FORUM 2025

Overview & Data Analysis: Dalla panoramica agli insight

- 21. L'estate 2025 per le imprese Open Air: come i dati aiutano ad accrescere la consapevolezza del settore *Valeria Minghetti*
- 25. Il valore dei Data Lake per il monitoraggio delle performance delle imprese *Francesco Traverso*
- 28. L'AI non sostituisce l'umano, lo amplifica, anche nel turismo: la via di Oracle *Carlota Alvarez Pedreira*
- 31. Agent AI e hospitality: dal CRM al CRA *Orlando Di Pippo*

La destinazione turistica e i suoi principali attrattori

- 34. Turismo di comunità tra buone pratiche e outdoor *Simone Bozzato*
- 37. Dalle idee al territorio: come le DMO creano, trasformano e gestiscono le destinazioni *Flavia Coccia*
- 40. Il Tourism Digital Hub *Ludovica Criscitiello*
- 43. Turismo e rilancio dei territori: una solida visione per l'Italia *Dina Ravera*
- 47. Accessibilità come valore: un nuovo paradigma per il turismo italiano *Roberto Vitali*
- 50. Camping & Natura Villages: una rete di accoglienza per una Romagna sostenibile e connessa al territorio *Carlo Ravaoli*

- 52. Viaggio nei territori: strategie per valorizzare le destinazioni *Mattia Enzo*
- 55. Destination Verona & Garda: una nuova governance per il turismo del futuro *Luca Caputo*
- 57. Scienza, cittadini e turismo: il valore delle Sentinelle del Mare *Stefano Goffredo*
- 60. La trasformazione di ZOOM Torino: quando un'idea ridisegna il territorio *Maurizio Baldini*

La centralità dell'offerta Open Air

- 63. Il turismo come fatto culturale: la visione antropologica per comprendere la contemporaneità *Ernesto Di Renzo*
- 65. Bike tourism e ospitalità: infrastrutture e servizi per il viaggiatore sostenibile *Ilaria Fiorillo*
- 67. Oltre il glamping: la nuova grammatica dell'ospitalità *Visen Slamar*
- 69. Mobile Home: l'accoglienza tra innovazione, comfort e sostenibilità *Luca Trabattoni*
- 72. L'importanza del fattore umano e della preparazione degli addetti all'accoglienza *Barbara Ronchi della Rocca*

Dal tool alla strategia

- 74. Ecosistemi digitali, cultura e sicurezza del dato: integrazione e innovazione per il settore
- 76. Sostenibilità per le PMI: un investimento strategico per il futuro *Paola Rusconi*
- 78. La nuova era di sostenibilità: FAITA Open Air 2030 *Federica Vazzola e Assia Aceto*

Human Resources & Artificial Intelligence

- 81. La filiera del lavoro: focus su Veneto, Friuli Venezia Giulia, Toscana e Lazio *Valeria Minghetti*
- 83. AI e turismo: da resistenza culturale a necessità strategica *Marco Brogna*
- 85. L'intelligenza artificiale a supporto della formazione *Fabrizio Zezza*
- 88. Intelligenza artificiale come abilitatore di nuove competenze e nuove opportunità *Luca Vescovi*

New Opportunities, New Markets, New Horizons: I territori, la promozione, le opportunità

- 91. La ricchezza dei comuni turistici in Italia *Antonio Preiti*
- 93. Il treno come strumento di valorizzazione del territorio e del turismo slow *Alessandro Vannini Scatoli*
- 95. L'accordo tra Telepass e FAITA Federcamping inaugura una nuova stagione di viaggi più fluidi, sostenibili e digitali *Michela Michini*
- 98. La Giornata Mondiale dei Bambini 2026 *Padre Enzo Fortunato*

New Opportunities, New Markets, New Horizons: Infrastrutture Olimpiche, ospitalità e territori in evoluzione

- 100. Cantieri Olimpici e Paralimpici come leva di trasformazione territoriale e culturale *Fabio Saldini*
- 102. Dal cantiere al turismo: modelli abitativi per territori che cambiano *Sergio Redaelli*



CAMPING MANAGEMENT 69

In Copertina:
Momenti dell'edizione del
Forum Open Air 2025

SAVE THE DATE

Prossimi Eventi in partnership con FAITA Federcamping



**HOSPITALITY IL SALONE
DELL'ACCOGLIENZA**
2-3-4-5 Febbraio 2026
Quartiere Fieristico Riva del Garda

**in
out**

THE HOSPITALITY
COMMUNITY.

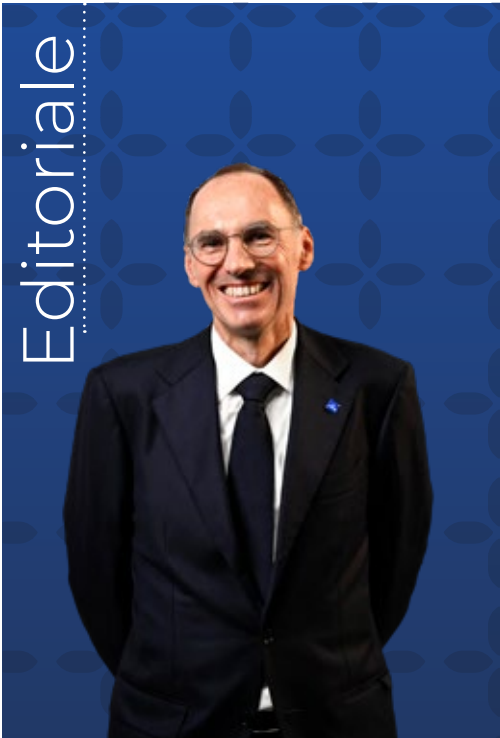
**INOUT | THE HOSPITALITY
COMMUNITY**
14-15-16 Ottobre 2026
Rimini Expo Center



ALBERGATORE DAY
21 gennaio 2026
Palazzo dei Congressi - Roma

FORUMPISCINE
International Pool & Spa
Expo and Congress

FORUMPISCINE
11-12-13 febbraio 2026
BolognaFiere - Pad. 21-22



FAITA Federcamping

Via Toscana, 1 - 00187 Roma
 Tel. +39 06 32.11.10.43
 fax +39 06 32.00.830
 www.FAITA.it - nazionale@FAITA.it
 Autorizzazione del Tribunale di
 Roma n. 363/2006 del 29/09/2006

Direttore responsabile:

Nicolcarlo Genovese

Coordinatrice redazionale:

Sara Alvaro

Redazione:

Nicolcarlo Genovese, Filippo Gentile,
 Michela Bagatella, Laura Ferretto, Sara
 Alvaro, Erika Fameli

Produzione e pubblicità:

2Kind S.r.l. - Filippo Gentile
 Via Arnaldo Cantani, 14 - 00166 Roma
 Tel. 335 5774176
 filippogentile@2kind.it

Progetto grafico e impaginazione:

Francesco Gentile
 info@2kind.it

Stampa:

D'Auria Printing S.p.A.
 Finito di stampare Dicembre 2025

La premessa è doverosa: lo sforzo organizzativo, contenutistico e di comunicazione che ha accompagnato e caratterizzato il Forum Open Air 2025 di Roma è stato notevole e adeguatamente premiato dall'interesse e dal coinvolgimento delle imprese di punta del nostro settore. Questo ci incoraggia a proseguire intensificando il nostro impegno per migliorare ancora e restare al passo con le istanze di un mercato ormai evoluto e maturo.

Questo numero di Camping Management rappresenta la summa dei contenuti del Forum '25, direttamente realizzata da quanti vi hanno partecipato e contribuito con la loro esperienza e professionalità. Approfitto di questa sede per ringraziarli ancora una volta insieme alle Istituzioni che intervenendo ai massimi livelli hanno testimoniato interesse ed attenzione per il comparto.

Ma non è tutto.

Proprio in occasione del Forum è stata presentata FAITA ACADEMY, uno strumento formativo specifico e specializzato che ha offerto un saggio della propria capacità con l'organizzazione dell'intera giornata di lavoro del 21, molto partecipata ed apprezzata, i cui esiti formeranno oggetto di una specifica pubblicazione come di consueto resa disponibile dalla Federazione sia online che stampata. I risultati conseguiti si devono al lungo lavoro di squadra che ha impegnato lo staff federale insieme a collaboratori e sponsor per il raggiungimento di un risultato unanimemente apprezzato. La percezione del nostro impegno di imprenditori muta ed evolve anche grazie a strumenti come il Forum; tuttavia, sono le imprese ed i loro manager a fare la differenza quando offrono un prodotto adeguato ed all'altezza della domanda più evoluta.

Così facendo anticipano trend che sono destinati ad essere adottati da tutti se si vuole restare competitivi.

Gli strumenti restano quelli già individuati e proposti da tempo: qualità, servizio, digitalizzazione e sostenibilità. Dobbiamo trasformare questi elementi in altrettanti asset non di alcuni ma di molti. Questo a mio avviso dovrà essere l'impegno federale del futuro prossimo. L'onda del mercato ci dà ragione, la stagione 2025 ha segnato un'ulteriore crescita di arrivi e presenze, segno che la modalità è in perfetta sintonia con la voglia di natura e libertà che da sempre ci sforziamo di soddisfare per i nostri ospiti. Se ci miglioreremo e se eleveremo lo standard della nostra offerta potremo conservare il primato che in Europa ci è riconosciuto ed aggiungere valore e specificità al nostro impegno ed al prodotto/servizio che offriamo ai nostri ospiti. *

*Alberto Granzotto
 Presidente FAITA Federcamping*

Rinnovato l'accordo SIAE per l'utilizzazione dei Diritti d'Autore

SIAE e Faita Federcamping hanno rinnovato l'accordo di convenzione per l'utilizzazione dei Diritti d'Autore in un'ottica di aggiornamento e a fronte delle modifiche normative intervenute.

Il **nuovo accordo** semplificherà i criteri di determinazione del Diritto d'Autore e di rilascio delle Licenze agli utilizzatori, attraverso **modalità di calcolo chiare e di facile applicazione**. La convenzione si è posta l'obiettivo di avviare un processo di **revisione delle tariffe di pubblica esecuzione** che, nel rispetto della normativa vigente, possa soddisfare anche le esigenze di semplificazione manifestate dalle imprese utilizzatrici.

SIAE e Faita Federcamping, hanno lavorato nella condivisione della necessità di **contrastare in modo efficace le utilizzazioni abusive** di opere dell'ingegno, che provocano un grave danno all'intera filiera dello spettacolo ed alterano le regole della corretta concorrenza fra le imprese del settore. *

SIAE DALLA PARTE DI CHI CREA

FAITA
FEDERCAMPING

Elemento importante dei termini del nuovo accordo, sarà **l'individuazione specifica del comparto turistico ricettivo all'aria aperta** (campeggi e villaggi turistici Open Air), al fine di un corretto inquadramento della tipologia di attività ricettiva per l'applicazione delle agevolazioni previste.

Le nuove condizioni dell'accordo riguarderanno sia i Diritti d'Autore per la musica diffusa, che i Diritti per le attività di intrattenimento e spettacolo.

Leggi online

Le imprese Associate potranno consultare le modalità di adesione ai termini dell'accordo nella pagina dedicata al seguente indirizzo:
www.faita.it/siae





Here and now

Le direttrici del turismo Open Air

Dal Forum nazionale emergono le coordinate strategiche che guideranno il turismo del comparto: un modello che cresce integrando ambiente, comunità, digitalizzazione, esperienza e formazione

Alberto Granzotto

Presidente FAITA Federcamping e FAITA Nordest

Il Forum Open Air 2025 si è concluso con un bilancio che conferma la solidità e la vitalità del comparto: oltre cinquecento gli imprenditori che hanno partecipato alle due giornate di confronto.

Dai dati presentati durante i lavori emerge una stagione positiva, in continuità con i risultati record ot-

tenuti dall'Open Air negli ultimi tre anni. I numeri parlano chiaro: da un'elaborazione effettuata dalla Federazione su dati ISTAT, nel 2025 i campeggi italiani registrano una crescita dell'occupazione del +3,3% rispetto all'anno precedente, mentre le presenze stimate raggiungono quota 74 milioni, un milione in più rispetto al 2024. La stima comples-

siva del fatturato – tra diretto e indotto – raggiunge 8,5 miliardi di euro, con un incremento annuo di 0,5 miliardi.

Un comparto che oggi conta 2.600 strutture, oltre 100mila addetti e una capacità ricettiva di 1,3 milioni di posti letto al giorno, confermandosi come uno dei pilastri dell'economia turistica italiana.

È in questo scenario di crescita strutturale e trasformazione profonda che si inseriscono i temi centrali affrontati al Forum: sostenibilità, comunicazione, digitalizzazione, esperienza e formazione. Le direttrici che stanno ridisegnando l'identità del turismo Open Air e che guideranno le scelte delle imprese nei prossimi anni.

Il nostro obiettivo è quello di innalzare sempre più il livello delle nostre strutture investendo in qualità, ma non dimenticando da dove veniamo, qual è lo spirito della vacanza all'aria aperta, ovvero il nostro DNA fatto di paesaggi, ambienti rispettati, libertà, che sono i nostri punti di forza.

Dunque, quando progettiamo, organizziamo, innoviamo, dobbiamo tener conto di uno dei pilastri fondamentali del nostro imprendere: la sostenibilità. Il campeggio, lo sappiamo, è da sempre sinonimo di contatto con la natura, ha il dovere di essere all'avanguardia in questo patto stretto con l'ambiente, questo legame con i territori e con la loro gestione. Dobbiamo garantire il nostro sviluppo economico e sociale proteggendo al contempo le risorse naturali per le generazioni future, in linea con i principi dell'Agenda 2030.

Per raggiungere questo obiettivo, FAITA Federcamping si impegna a promuovere un modello di campeggio basato su quattro punti fondamentali:

RIGENERAZIONE DEI SAPERI

Incoraggiare la formazione e la diffusione di conoscenze sulle pratiche sostenibili. Dobbiamo essere preparati a implementare nuove tecnologie, come quelle per il risparmio energetico e idrico, e a educare i nostri ospiti all'importanza di comportamenti responsabili.

Rigenerazione dei comportamenti: Promuovere attivamente un "turi-

simo a impatto zero" attraverso iniziative come la gestione dei rifiuti (riduzione, riutilizzo, riciclo), l'uso di mobilità dolce e la sensibilizzazione verso il consumo consapevole di risorse.

RIGENERAZIONE DELLE INFRASTRUTTURE

Investire in strutture ecocompatibili, minimizzandone l'impatto ambientale. Questo include la scelta di materiali sostenibili, l'installazione ad esempio di pannelli solari, sistemi di recupero dell'acqua piovana e la creazione di aree verdi che favoriscano la biodiversità locale.

Il turismo Open Air evolve e definisce una nuova identità fondata su sostenibilità, qualità e relazione con i territori. Una visione che unisce imprese, comunità e persone in un percorso comune di crescita responsabile.

RIGENERAZIONE DELLE OPPORTUNITÀ

Creare sinergie con le comunità locali, promuovendo l'economia circolare, valorizzando i prodotti tipici e contribuendo attivamente allo sviluppo sociale ed economico del territorio.

Il campeggio sostenibile non è solo una scelta etica, ma anche un'opportunità di mercato. Un campeggio che si impegna per la sostenibilità attrae un pubblico sempre più consapevole e responsabile, che cerca esperienze autentiche e rispettose dell'ambiente. Lavoriamo insieme per trasformare ogni campeggio italiano in un modello di eccellenza, dove il piacere di essere all'aria aperta non sia a discapito del

nostro pianeta, ma rappresenti un esempio di come l'uomo e la natura possano convivere in armonia.

Negli ultimi anni, anche il concetto di turismo sostenibile è passato da una nicchia a un imperativo per il settore, e ora si inserisce in un quadro ancora più ampio, quello degli investimenti ESG (Environmental, Social and Governance).

Vale la pena ricordare allora gli accordi che FAITA Federcamping ha stretto e consolidato soprattutto negli ultimi anni con aziende e associazioni leader nel campo della sostenibilità: penso a quello con

eambiente per creare un marchio di garanzia da diffondere agli associati sulla base di un protocollo ESG, progetto pilota nato con il supporto di Banca Intesa Sanpaolo per dare un supporto finanziario alle imprese che investono in questa direzione. Penso alla collaborazione con Legambiente e con Village for all - V4A®, per quanto riguarda l'accessibilità. Con quest'ultima, diciassette anni fa abbiamo inaugurato il sodalizio con Roberto Vitali, perché lo abbiamo ritenuto indispensabile: l'inclusione è un aspetto sul quale le imprese

Open Air stanno puntando, con soluzioni di alloggio e vacanza sempre più inclusive all'interno delle nostre strutture. La sfida dell'ospitalità accessibile è più attuale che mai, rappresenta una straordinaria opportunità per migliorare non solo la qualità dell'offerta turistica, ma anche l'esperienza di viaggio di ogni singola persona. Abbiamo una responsabilità etica che impone di adempiere a un diritto umano nei confronti di un gruppo che erroneamente consideriamo minoritario e che, dal punto di vista imprenditoriale, rappresenta un bacino di utenza molto interessante: 12,6 milioni di italiani hanno esigenze di accessibilità, oltre il 33% della popolazione. Intercettarli potrebbe portare ad aumenti di fatturato

Dalla governance ESG alla comunicazione, dall'IA alla formazione: il comparto traccia le parole chiave che orienteranno le scelte dei prossimi anni. Un'agenda condivisa che mette al centro valore umano, innovazione e competitività.

anche del 20%. In linea con i criteri ESG, la sostenibilità è il cuore stesso dell'essere impresa: significa visione, responsabilità, investimento nelle persone, nel territorio, nei processi. Significa, in una parola, futuro. Essere impresa nel nostro settore significa, prima di tutto, fare i conti con l'ambiente: un elemento centrale per le strutture ricettive all'aria aperta. Ma una visione autenticamente sostenibile non può esaurirsi nei temi ambientali: deve includere governance e impatto sociale. Il rapporto con il territorio è decisivo, perché l'esperienza turistica si costruisce solo insieme a chi abita e valorizza quei luoghi. Allo stesso modo, è imprescindibile l'attenzione al capitale umano, alla formazione, al lavoro. Da qui nasce il progetto di un indicatore con oltre 100 KPI che misura realmente l'impegno delle strutture sui temi della sostenibilità e che ha dato origine a un premio pensato per valorizzare il contributo concreto delle imprese.

L'evoluzione della domanda e il valore della comunicazione

Il turismo sostenibile non è più una nicchia. I turisti italiani stanno dimostrando crescente attenzione verso strutture che uniscono qualità, contatto con la natura e servizi esperienziali. Il problema, semmai, è la comunicazione: occorre raccontare meglio l'evoluzione che il comparto ha vissuto negli ultimi anni. Le strutture Open Air sono oggi spazi multifunzionali, capaci

di offrire vacanze attive, sicure, inclusive e a stretto contatto con la natura. Dopo la pandemia, questi valori hanno acquisito ancora più centralità e rappresentano un'opportunità per dialogare con una domanda sempre più consapevole e trasversale.

Digitalizzazione e intelligenza artificiale: una sfida culturale

La digitalizzazione è ormai parte integrante dell'esperienza turistica. Dalla fase di ispirazione al racconto post-vacanza, ogni passaggio del guest journey è attraversato da tecnologie digitali. La sfida ora è l'integrazione consapevole di questi strumenti, anche alla luce dello sviluppo dell'intelligenza artificiale. Questo richiede una profonda riorganizzazione dei processi interni e un ripensamento delle modalità con cui la vacanza viene progettata e comunicata. Occorre sviluppare un'identità chiara, autentica e riconoscibile, capace di emergere anche nei contesti digitali più automatizzati. Solo così sarà possibile competere con motori di ricerca e piattaforme generaliste, restituendo unicità all'offerta e valore alle relazioni.

L'ospitalità come esperienza trasformativa

Le immagini mostrate durante il Forum hanno restituito la ricchezza di un'offerta che non si limita più alla vacanza balneare, ma abbraccia

il benessere psicofisico, le attività sportive, l'accoglienza degli animali domestici, la scoperta del territorio. Il turismo Open Air oggi è capace di coinvolgere tutta la famiglia, offrendo esperienze differenziate per ogni fascia d'età. Ma oltre ai servizi, resta fondamentale il capitale umano. La relazione, l'accoglienza, la passione e la simpatia sono elementi insostituibili che rendono l'ospitalità all'aria aperta un'esperienza realmente trasformativa. E in un contesto sempre più competitivo, la competenza del personale si affianca all'empatia come fattore distintivo.

Formazione e qualità: le fondamenta per crescere

La formazione è uno degli assi strategici su cui FAITA Federcamping intende continuare a investire. Da un lato, coinvolgendo gli imprenditori in un confronto costruttivo basato sulle best practice; dall'altro, rafforzando la professionalità dei collaboratori per attrarre nuovi talenti e qualificare sempre più il settore.

Il futuro del comparto passa da qui: dalla capacità di migliorare la qualità in ogni suo aspetto. Qualità dell'accoglienza, dei servizi, della comunicazione. Se vogliamo continuare il trend positivo che ha caratterizzato gli ultimi anni, dobbiamo renderci all'altezza delle aspettative di una clientela sempre più diversificata e informata. Ed è un impegno che coinvolge tutti. *



Un comparto in trasformazione: crescere senza perdere il proprio DNA

Dalla sfida del debutto alla conferma del 2025: il Forum Open Air diventa l'appuntamento centrale per analisi, formazione e visione del comparto

Marco Sperapani

Direttore Generale FAITA Federcamping

come il turismo Open Air sia divenuto oggi una nuova modalità di vacanza in grado di apportare un importante valore aggiunto all'intera filiera turistica nazionale.

L'esperienza dello scorso anno ha certamente disegnato una traccia. Progettare, pianificare ed organizzare la prima edizione non è stato facile, ma grazie all'impegno di tutti, e forti e carichi dell'entusiasmo infuso dalle buone performance delle aziende e della nuova visibilità e percezione assunta dal comparto dell'Open Air, abbiamo intrapreso insieme questa sfida, ma soprattutto questo nuovo modo di comunicare che ci ha resi orgogliosi di esprimere quello che oggi siamo divenuti: una nuova filosofia di vacanza.

Nel 2025 abbiamo voluto replicare, ma non solo, abbiamo intrapreso un percorso per fare del FORUM Open Air l'Evento di riferimento annuale del turismo all'aria aperta.

L'edizione 2025 ha proseguito quanto già avviato nello scorso anno: l'accompagnamento agli imprenditori in un percorso di analisi della

propria impresa nel quale inquadra il posizionamento nel mercato, e la corrispondenza tra il processo evolutivo della domanda ed il relativo adeguamento dell'offerta. Tutto questo attraverso la realizzazione di una fotografia dello status quo e l'analisi dei dati, nella cornice di una visione predittiva utile ad analizzare gli eventi significativi, individuandone le modalità correttive, le relative competenze e gli strumenti applicativi da utili a correggere, come è consueto dire, "il tiro".

Il "mood" HERE AND NOW, ha cercato di caratterizzare le tre giornate del FORUM. Nella prima, propedeutica al FORUM, con la presentazione di FAITA ACADEMY abbiamo cercato di individuare tematiche di sicuro interesse per gli operatori, concentrandoci sugli aspetti pratici attraverso un approccio diretto e concreto. FAITA ACADEMY proseguirà le sue attività formative/informative nei prossimi mesi, individuando strumenti e percorsi in linea con le esigenze degli imprenditori e dei loro collaboratori.

Le successive giornate sono sta-

"Buona la prima" espressione gergale nel mondo del cinema per affermare la buona riuscita di un ciak o di una scena...

Certamente ad ottobre 2024 forse lo abbiamo pensato un po' tutti. Con orgoglio e soddisfazione siamo riusciti ad organizzare a Roma il primo Forum Open Air: un momento per rappresentare il comparto turistico ricettivo all'aria aperta attraverso un nuovo modello di comunicazione, dove la presenza di operatori, stakeholders ed Istituzioni, ha permesso alla Federazione di affermare

te caratterizzate da panel tematici verticali su argomenti attuali, cogenti e molto "sentiti" dagli operatori. Relatori qualificati, accademici, manager con riconosciute capacità direzionali, hanno intrattenuto ed "incollato" alle poltrone i partecipanti. Gli ospiti e istituzionali, tra i quali lo stesso Ministro del Turismo e il vicePresidente del Senato, hanno testimoniato interesse del decisore pubblico per il settore del turismo e in particolare per il nostro comparto.

La presenza di numerosi Partner Company ha apportato un valore aggiunto all'evento, perché non si sono limitati ad intervenire quali meri sponsor, bensì hanno contribuito attivamente ad arricchire l'evento supportando gli operatori nel percorso di evoluzione aziendale scegliendo di essere e parte integrante del loro networking e del loro percorso di aggiornamento professionale.

Ma quello che in questi tre giorni di FORUM personalmente forse mi ha maggiormente colpito, è stata la presenza di numerosi stakeholder ed imprenditori di altri comparti produttivi, anche non turistico ricettivi, che hanno manifestato interesse e curiosità verso il mondo dell'Open Air.

Uno sguardo attento che rivela come il settore dell'Open Air, stia divenendo attrattivo non solo per gli addetti ai lavori, ma anche per un mondo imprenditoriale che vede in questa modalità grandi prospettive di crescita, ma soprattutto ne percepisce l'insieme e la declinazione pratica di tematiche attuali quali la sostenibilità, l'innovazione e la qualità dei servizi erogati.

Tocca a noi adesso proseguire in questo percorso virtuoso, sapendo che nulla sarà dato per scontato e che solo l'attenzione ad elementi quali la qualità, la sostenibilità e l'innovazione, ci consentirà di crescere

ulteriormente, grazie alla nostra capacità di intercettare quel modello di turismo consapevole, attento e particolarmente orientato alla cultura della sostenibilità.

Concludo però anche con un'altra osservazione sull'evoluzione delle strutture ricettive Open Air. Lo sviluppo, sempre più orientato a modelli di qualità, dove l'elemento del comfort, del servizio ricercato, della trasformazione delle strutture "da più semplici a più evolute" è ormai tracciato, non dovrà mai farci abbandonare il nostro DNA. La connessione con l'ambiente e con la natura, l'integrazione con i territori circostanti e l'offerta di esperienze emozionali e "vere" dovranno continuare ad essere elemento sostanziale della nostra modalità perché iscritte nel nostro codice genetico quali elementi distintivi della nostra identità che ci hanno consentito di conseguire i risultati di questi ultimi anni. *



PUPPYBOX®
Il kit di benvenuto per bambini

Un piccolo gesto che fa grande la tua accoglienza

➔ Scopri cosa contengono su: www.puppybox.it

DETAS® D·HUB

SOLUZIONI TECNOLOGICHE PER CAMPEGGI E AREE ESTERNE

TORRETTE DI ALIMENTAZIONE

ILLUMINAZIONE LED

RICARICA VEICOLI ELETTRICI

COPERTURE FOTOVOLTAICHE



Detas D-Hub è una divisione di Detas SpA
Via Tre Ponti, 29 - 25086 Rezzato (BS) - Italia
T. +39 366 381 9900 (Benedetto)
T. +39 333 26 19382 (Lorenzo)
d-hub@detas.com - www.detashub.com





Sostenibilità protagonista: assegnati i riconoscimenti ESG Open Air 2030

*Le best practice valorizzano il ruolo crescente della sostenibilità
nel turismo all'aria aperta*

Assia Aceto

Auditing & Sustainability Specialist eambiente

Cinque eccellenze del turismo all'aria aperta sono state premiate lo scorso 22 ottobre a Roma in occasione del Forum Nazionale FAITA Open Air 2025, con il Premio ESG Open Air 2030, riconoscimento che valorizza l'impegno delle strutture verso la sostenibilità ambientale, sociale e di governance.

L'idea del riconoscimento nasce

all'interno del progetto Open Air 2030, promosso da FAITA Feder-camping insieme a eambiente srl, società di ingegneria e consulenza ambientale che cura gli aspetti tecnici, e a Crippa Concept, che ha realizzato il trofeo utilizzando materiali di recupero provenienti dalla produzione di mobile home. Collaboratori dell'omonimo progetto anche Banca Intesa Sanpaolo, Legambiente e Vil-

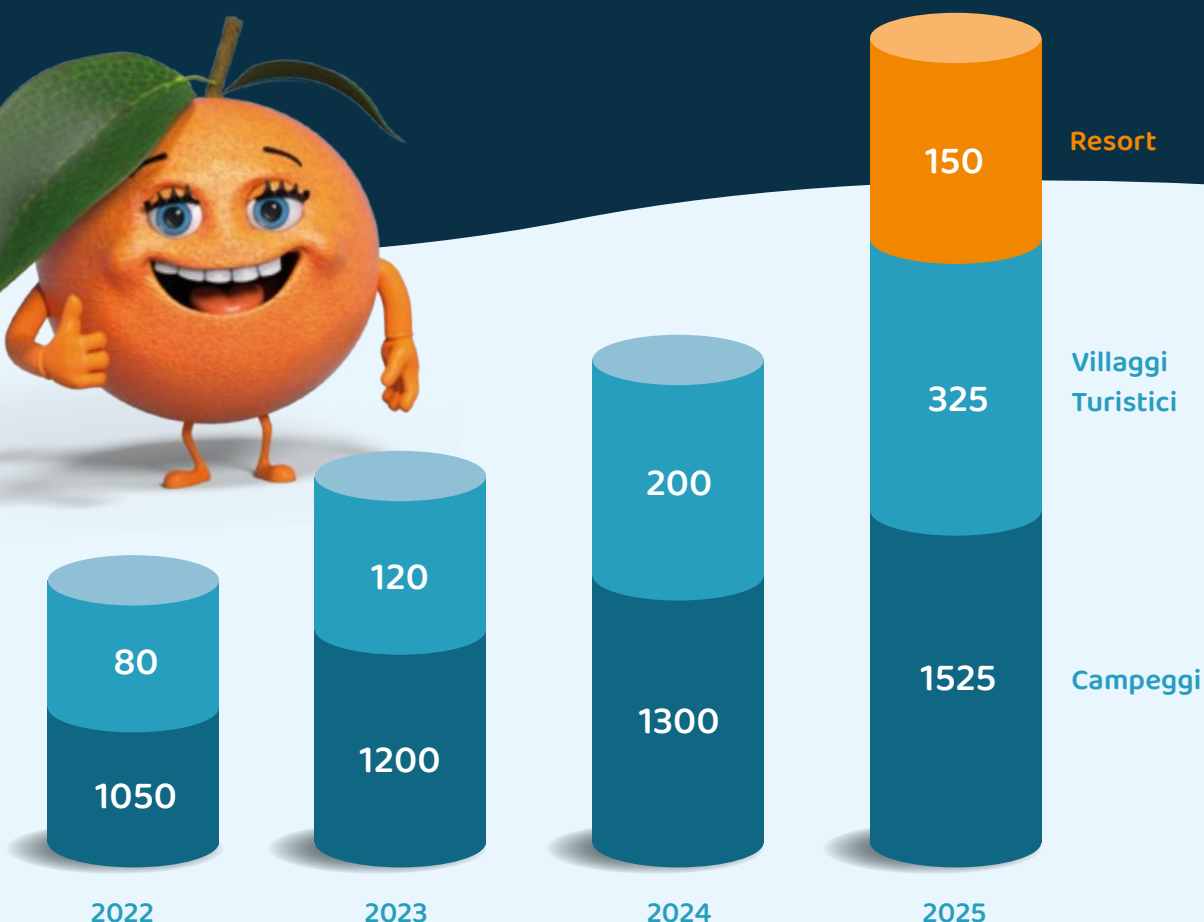
lage for All - V4A®. L'obiettivo primario dell'iniziativa è diffondere la cultura della sostenibilità e favorire trasparenza nella rendicontazione non finanziaria tra le imprese del turismo all'aria aperta.

Attraverso un innovativo processo di rating ESG dedicato al settore, il progetto ha analizzato le performance di numerose strutture italia-

Strategic Partnerships With a Smile

A partire dal 1 Ottobre 2025 camping vision ha adottato il nome di **VacanceSelect Travel**.

Questo cambio di nome rappresenta un passo importante nella strategia dell'azienda, con l'obiettivo di operare sotto un marchio unico, più forte e riconoscibile. VacanceSelect Travel continuerà a riunire al suo interno i marchi già noti e apprezzati: **VacanceSelect, Allcamps, LuxCamp, Danskbilferie e Friferie**.



Per partner e clienti, nulla cambierà:

La struttura aziendale, le collaborazioni esistenti e il nostro modo di lavorare resteranno esattamente gli stessi. Continueremo a offrire la qualità, la professionalità e l'affidabilità di sempre - semplicemente con un nuovo nome.

VacanceSelect | **Travel**

ne, individuando quelle più virtuose nei tre pilastri della sostenibilità – Ambientale, Sociale e di Governance – sulla base dei risultati del questionario Open Air 2030 e di un audit tecnico condotto da eambiente.

Tutti i riconoscimenti di questa prima edizione sono stati assegnati a strutture del Nord Est, un dato che riflette una particolare attenzione del territorio nell'applicazione dei criteri ESG. Una maturità che si traduce in investimenti continui, gestione responsabile delle risorse e una forte relazione con le comunità locali.

Un percorso di crescita condiviso e orientato al futuro

Il Premio ESG Open Air 2030 rappresenta un punto di arrivo ma anche di partenza per un percorso di miglioramento continuo: attraverso la compilazione del questionario ESG, le strutture partecipanti hanno contribuito a delineare una fotografia reale e misurabile del livello di sostenibilità del comparto Open Air italiano. Come emerso durante il Forum, l'obiettivo del progetto è favorire una crescita sostenibile e responsabile del turismo all'aria aperta, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030, promuovendo trasparenza, innovazione e inclusione.

Il riconoscimento rappresenta l'ultimo passaggio di un processo strutturato. La valutazione finale nasce infatti dall'unione tra il BEST FINAL SCORE Open Air 2030, ottenuto attraverso il test di autovalutazione ESG, e l'audit tecnico di eambiente, che verifica in modo indipendente la coerenza delle pratiche adottate. Solo combinando autovalutazione e audit è possibile misurare in maniera affidabile l'impegno delle strutture sui tre pilastri della sostenibilità

La sostenibilità diventa motore competitivo del turismo Open Air, tra innovazione, responsabilità e crescita condivisa.

Il Premio ESG Open Air 2030 valorizza le strutture che interpretano il futuro con visione, qualità e trasparenza..

e valorizzare chi ha implementato soluzioni realmente innovative per ridurre l'impatto ambientale, migliorare la gestione ecologica e rafforzare la dimensione sociale e di governance.

Il riconoscimento alle cinque strutture premiate testimonia come la sostenibilità possa diventare un fattore competitivo, capace di coniugare tutela ambientale, benessere delle persone e qualità della gestione aziendale.

FAITA Federcamping proseguirà, il percorso di confronto e innovazione intrapreso conferendo nel prossimo evento il riconoscimento ad altre virtuose strutture ricettive con una seconda edizione del Premio ESG Open Air 2030.

Per questo, sarà possibile aderire gratuitamente al progetto anche nei primi mesi del 2026.

Le strutture interessate potranno partecipare al processo di valutazione ESG, candidandosi per concorrere al prossimo premio attraverso la compilazione del questionario online sulla piattaforma di eambiente relativo alle performance ESG per l'anno fiscale 2025: un'opportunità da cogliere per misurare e valorizzare il livello acquisito verso un turismo più sostenibile e responsabile. *

Le strutture premiate nelle categorie Ambiente, Sociale e Governance

Per la **categoria Ambiente (E)**, che riconosce le realtà capaci di ridurre l'impatto ambientale, ottimizzare l'uso delle risorse e migliorare la gestione ecologica, il premio è stato assegnato a:

- **Camping Bergamini**
(Peschiera del Garda, VR)
- **Camping La Quercia**
(Lazise, VR)

Nella **categoria Sociale (S)**, dedicata a inclusività, benessere dei dipendenti e responsabilità verso la comunità, sono stati premiati:

- **Camping Marina di Venezia**
(Cavallino-Treporti, VE)
- **Camping Union Lido**
(Cavallino-Treporti, VE)

Per la **categoria Governance (G)**, che valuta trasparenza, etica aziendale e rispetto delle normative, il riconoscimento è andato a:

- **Camping Bergamini**
(Peschiera del Garda, VR)
- **Villaggio Turistico Internazionale** (Bibione, VE)



Grab&Go entra nei campeggi: la mobilità diventa parte dell'offerta

Le best practice valorizzano il ruolo crescente della sostenibilità nel turismo all'aria aperta

Francesco Maria Cenci

Chief of International Tolling and Institutional Affairs di Telepass

Telepass Grab&Go sta cambiando il modo in cui i viaggiatori si muovono sulle nostre strade: un dispositivo "on demand", acquistabile a scaffale, pensato per chi si sposta in camper, roulotte o auto solo in alcuni momenti dell'anno, ma non vuole rinunciare alla fluidità che il telepedaggio comporta. La possibilità di attivarlo in pochi

minuti e utilizzarlo subito per autostrade, parcheggi convenzionati e vignette elettroniche ha aperto un nuovo spazio di servizio anche per il turismo all'aria aperta. Ed è proprio da questa evoluzione del viaggio che nasce l'accordo tra Telepass e FAITA Federcamping: portare Grab&Go dentro i campeggi e i villaggi, affinché l'esperienza "senza interruzioni" inizi già alla reception.

Un servizio pensato per chi viaggia in modo occasionale

Lanciato nel luglio 2024, Telepass Grab&Go è un dispositivo "on demand", acquistabile a scaffale, pensato per chi viaggia in modo occasionale e per i turisti che visitano l'Italia, senza costi fissi di abbonamento. Si paga 1 euro al giorno



Alberto Granzotto, Presidente di FAITA Federcamping e Francesco Maria Cenci, Chief of International Tolling and Institutional Affairs di Telepass firmano l'accordo nazionale tra FAITA Federcamping e Telepass.

solo nei giorni di effettivo utilizzo del telepedaggio e 1 euro al giorno nel caso di utilizzo degli altri servizi; nessun costo viene addebitato quando il dispositivo non è utilizzato. La tecnologia NFC consente di attivare il dispositivo in pochi minuti e di accedere ai servizi Telepass base: autostrada italiana, parcheggi convenzionati, strisce blu, traghetti per lo Stretto di Messina, vignette per Austria, Svizzera, Repubblica Ceca e Slovacchia. Tramite app è possibile gestire digitalmente gli spostamenti, attivare coperture assicurative, ricevere notifiche di transito, promemoria e alert e abilitare fino a due targhe contemporaneamente. Nella prima metà del 2026 il dispositivo sarà disponibile anche in versione europea, permettendo di viaggiare non solo in Italia ma anche sulle autostrade di Francia, Spagna, Portogallo e Croazia.

Un'opportunità per elevare l'accoglienza del turismo Open Air

Il turismo Open Air è oggi uno dei segmenti più dinamici: in Italia conta circa 74 milioni di presenze an-

nue ed è la seconda forma di accoglienza dopo gli alberghi. In un mercato competitivo, le strutture cercano di distinguersi con servizi che rispondano alle nuove abitudini di viaggio, puntando su mobilità, digitalizzazione e sostenibilità. In questo contesto nasce l'accordo Telepass-FAITA: una soluzione concreta per semplificare gli spostamenti degli ospiti, elevare la qualità del servizio e ridurre l'impatto ambientale limitando code e attese. Per le strutture, Grab&Go è un'occasione concreta per rafforzare la qualità dell'accoglienza: mettere a disposizione un dispositivo già pronto all'uso consente di offrire un servizio aggiuntivo immediatamente percepito come utile. Per il comparto diventa un servizio di cortesia che eleva lo standard dell'esperienza, differenzia l'offerta e valorizza l'immagine della struttura, comunicando attenzione, innovazione e cura del dettaglio. I benefici riguardano anche il territorio: meno stop-and-go ai caselli significa minori emissioni e consumi, oltre a spostamenti più ordinati che favoriscono una fruizione armonica delle destinazioni. Una mobilità più fluida con-

tribuisce così a un turismo più sostenibile e rispettoso dell'ambiente.

Una partnership che guarda alla crescita del settore

La partnership siglata in occasione del Forum Open Air 2025 segna l'intenzione di rendere capillare la collaborazione sul territorio nazionale. Dal punto di vista della sostenibilità, gli impatti sono già misurabili: lo studio dell'Università Ca' Foscari Venezia ha stimato che nel 2024 la tecnologia Telepass ha evitato 71 mila tonnellate di CO₂, oltre 59 mila giorni di attese al casello e più di 8 milioni di euro di carburante. Per una struttura che opera in contesti naturali o seminaturali, favorire l'efficienza degli spostamenti significa parlare agli ospiti con un linguaggio valoriale: sostenibilità, responsabilità, esperienza fluida. Nel medio termine, questa collaborazione potrebbe rappresentare un modello replicabile. Per il turista in camper o roulotte, trovare al check-in anche un dispositivo di mobilità pronto all'uso diventa un segnale di ospitalità 2.0. Per le imprese FAITA, adottare strumenti tecnologici e digitali come Grab&Go significa rafforzare immagine, competitività e posizionamento.

Qui il viaggio non si interrompe mai

La mobilità diventa parte integrante dell'esperienza open-air e non più un dettaglio lasciato al singolo viaggiatore. Con l'arrivo di Grab&Go nelle strutture FAITA, il settore può compiere un passo avanti verso un'idea di ospitalità che accompagna l'ospite lungo tutto il percorso, dall'ingresso in autostrada al rientro in piazzola. Un servizio semplice, immediato e già pronto all'uso, che parla la lingua della sostenibilità e dell'innovazione e che può diventare, per molte strutture, un nuovo segno distintivo. Un modo concreto per dire ai campeggiatori: qui il viaggio non si interrompe mai. *

La **Suite CRM** potenziata dall'AI per il turismo Open Air

UNA SOLUZIONE, TANTE OPPORTUNITA'

**Semplifica la
Customer Experience**

Digital Concierge
& Smart Wifi

Marketing
Automation

Brand
Reputation

**Migliora
l'operatività**

AI Automation
e Guest Journey

Integrazioni
PMS e Channel
Manager

**Aumenta le
performance**

Preventivatore
personalizzato
potenziato dall'AI

Chat
Multicanale

Loyalty &
Reward Program

**Scopri la Suite CRM modulare pensata
per chi lavora a cielo aperto.**





Gli interventi delle Istituzioni al FORUM 2025

Una visione condivisa come presupposto della crescita e dello sviluppo

Il turismo Open Air italiano è un elemento centrale nel panorama europeo ed assume sempre più rilievo a livello nazionale. La visione condivisa, la sintonia ed il confronto frequente e qualificato giovano al settore, alle imprese ed agli ospiti perchè generano strumenti normativi, amministrativi e promozionali ben orientati e calibrati su esigenze reali.

Di seguito sono riportati in sintesi i contenuti espressi dai rappresentanti delle istituzioni intervenute ai massimi livelli ai lavori di Roma ➡ [pagina seguente](#)

DANIELA SANTANCHÈ - *Ministro del Turismo*

Un'Italia che guida il cambiamento dell'Open Air



Il Ministro del Turismo Daniela Santanchè ha tracciato una linea netta: il turismo all'aria aperta non è più un segmento di nicchia, ma un motore di sviluppo nazionale. Con 74 milioni di presenze e 8,5 miliardi di fatturato complessivo, il comparto si impone come uno degli ambiti più dinamici dell'offerta italiana, capace di abbinare sostenibilità, qualità e un nuovo modello di accoglienza diffusa.

Tra gli interventi concreti già attuati, il bando da 25 milioni per la realizzazione e riqualificazione delle aree camper rappresenta un cambio di passo atteso da anni. Parallelamente, l'avvio dell'iter normativo/amministrativo per giungere all'eliminazione del parere della Soprintendenza per l'installazione delle mobile home segna una svolta sul fronte della semplificazione.

Il futuro passa attraverso due direttrici: destagionalizzazione e innalzamento della qualità. Sfide che richiedono investimenti, comunicazione coerente e capacità di differenziare l'offerta italiana allineandola agli standard più elevati per posizionarla ai vertici di un mercato sempre più selettivo e competitivo.

GIAN MARCO CENTINAIO - *Vicepresidente del Senato*

Oltre gli stereotipi: una narrazione corretta per il settore



Il Vicepresidente del Senato Gian Marco Centinaio ha riportato l'attenzione sul tema, spesso sottovalutato, della percezione pubblica. Troppi stereotipi legati al campeggio del passato continuano a influenzare il racconto mediatico, nonostante l'evoluzione delle strutture Open Air verso qualità, comfort e sostenibilità.

Centinaio ha ricordato come il principio del permesso unico per gli interventi nelle strutture ricettive sia finalmente entrato nel quadro normativo, ma manchino ancora i decreti attuativi e una linea politica in grado di garantire tempi certi.

Di fronte alla "Via Crucis mediatica" dell'estate, fatta di titoli sensazionalistici e dati decontestualizzati, serve una comunicazione più seria e una politica più pragmatica. L'Open Air – ha sottolineato – è il modello ideale per rigenerare territori e comunità, redistribuire i flussi e valorizzare le identità locali.

Il nodo da sciogliere resta la burocrazia: «Il turismo non può più attendere. Serve una stagione legislativa che semplifichi davvero, che alleggerisca e renda competitivo il sistema.»

GIANLUCA CARAMANNA - *Consigliere del Ministro del Turismo*

Governance, sostenibilità e nuove regole per un comparto che evolve



Il Consigliere del Ministro del Turismo, Onorevole Gianluca Caramanna, ha evidenziato come il turismo Open Air sia uno dei segmenti più capaci di interpretare la domanda contemporanea: esperienza, contatto con la natura, qualità dei servizi e autenticità.

I numeri – circa 74 milioni di presenze e 11 milioni di arrivi – confermano un'evoluzione che coinvolge anche fasce ad alta capacità di spesa, superando definitivamente l'immagine di un turismo "low profile".



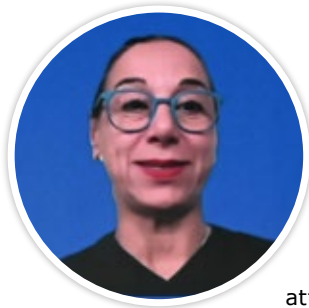
Caramanna ha portato un esempio emblematico: le 370 mobile home installate a Cortina per le Olimpiadi, realizzate in parte significativa con materiali riciclati. Un progetto che dimostra la maturità del comparto e la sua adattabilità a contesti di rilevanza internazionale.

Sul fronte delle politiche pubbliche, ha ribadito tre priorità:

- semplificazione normativa,
- rafforzamento della governance locale,
- digitalizzazione dei servizi.

Una visione che punta a consolidare l'identità dell'Open Air come modello di turismo sostenibile, innovativo e ben integrato con i territori.

ALESSANDRA PRIANTE - *Presidente ENIT*



Raccontare le motivazioni del viaggio: lo storytelling della nuova ospitalità all'aria aperta

La Presidente ENIT, Alessandra Priante, ha restituito una visione ampia e strategica del turismo all'aria aperta, definendolo uno dei motori della crescita italiana, particolarmente attrattivo per le nuove generazioni.

La narrazione dell'Open Air non può più limitarsi alla promozione delle destinazioni: deve concentrarsi sulle motivazioni del viaggio. Pedalare nella natura, vivere borghi autentici, respirare aria pulita, scoprire luoghi fuori dai flussi.

In questa logica, parlare di overtourism – ha spiegato Priante – è spesso fuorviante: il problema non è il numero di turisti, ma la capacità di distribuirli. L'Open Air, con la sua struttura diffusa, è già una risposta efficace.

ENIT sta lavorando su una narrazione coordinata e motivazionale, capace di valorizzare anche le destinazioni meno note attraverso la collaborazione tra pubblico e privato e progetti internazionali che guardano ai mercati emergenti. L'obiettivo: consolidare il primato dell'Italia come destinazione europea dell'Open Air, offrendo un modello sostenibile, replicabile e culturalmente riconoscibile.

ROBERTA NESTO - *Sindaco di Cavallino Treporti*



Non voglio che i flussi gestiscano la mia città: voglio essere io a gestire i flussi

L'intervento del sindaco di Cavallino Treporti Roberta Nesto è stato tra i più concreti e territoriali. Cavallino Treporti, destinazione leader del turismo Open Air, è una città "fisarmonica" che passa da 13.000 residenti a oltre 130.000 presenze estive.

Questa pressione stagionale richiede strumenti amministrativi adeguati. Da qui la battaglia, portata avanti nel G20 Spiagge, per il riconoscimento giuridico delle città balneari e per l'attribuzione ai sindaci di poteri speciali utili a gestire traffico, mobilità, accessi e tutela degli ecosistemi fragili.

Nesto ha portato esempi molto concreti: dalla necessità di limitare l'accesso in aree naturali sensibili, all'urgenza di regolamentare i flussi nei weekend. «Per fare sostenibilità, non bastano gli slogan: serve consenso sociale. Una comunità che comprende il turismo, lo accoglie. Ma una comunità che lo subisce, prima o poi lo respinge.»

Il suo racconto ha offerto la dimensione più umana del fenomeno: il turismo come equilibrio delicato tra economia, qualità della vita e tutela dei territori.



ELLEHOUSE



STRUTTURE IN LEGNO

VERANDE PER MOBILE HOME
PRODOTTI SU MISURA
ACCESSORI UNICI

POSIZIONAMENTI
MANUTENZIONI
RICAMBI

SERVICE CASE MOBILI

0577 905141
www.ellehouse.eu
info@ellehouse.eu



L'estate 2025 per le imprese Open Air: come i dati aiutano ad accrescere la consapevolezza del settore



Per affrontare scenari complessi, imprese e destinazioni devono adottare un approccio data-driven.

Le analisi FAITA evidenziano i vantaggi della misurazione, della consapevolezza e del confronto continuo

Valeria Minghetti

Responsabile dell'area ricerca Ciset - Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica

Per affrontare l'evoluzione rapida e complessa dei mercati turistici, **disporre di dati tempestivi, affidabili e contestualizzati** è oggi essenziale. Lo sottolinea Valeria Minghetti, che ha aperto il confronto con un invito a leggere le trasformazioni del settore Open Air con gli strumenti della

misurazione, dell'analisi e della consapevolezza.

"Non puoi gestire ciò che non puoi misurare", ha ricordato citando una massima ormai centrale in ogni organizzazione: il dato non è più un'opzione, ma la **base per ogni decisione strategica**. Non solo per capire l'andamento del merca-

to, ma anche per monitorare le proprie performance e **valutare se si stanno raggiungendo gli obiettivi prefissati**.

In questo senso, l'impresa davvero "smart" è quella che non si limita a utilizzare la tecnologia, ma impiega la conoscenza estratta dai dati per migliorare prodotti, servizi e pro-

VUOI APRIRE LA TUA
PIZZERIA AUTOMATICA APERTA 24/24 ?

CON **PIZZAMAT24** ORA PUOI !

SFORNATA CALDA IN SOLI **5 MINUTI** E DISPONIBILE
ANCHE NEL FUORI ORARIO.

BASSISSIMI CONSUMI E COSTI DI GESTIONE,
NON NECESSITA DI PERMESSI.

BASTA ATTACCARE LA CORRENTE E APRI
LA TUA PIZZERIA !



TUA CON 650 EURO/MESE

**IDEALE PER CAMPEGGI,
VILLAGGI TURISTICI, AREE CAMPER**

FACILE, UTILE, AUTOMATICA...E BUONA !





cessi. Serve dunque una cultura del dato, che non riguarda solo gli strumenti, ma anche la capacità di **leggere, interpretare e contestualizzare** le informazioni disponibili.

Tra le principali sfide da superare, Minghetti ha indicato:

- la frammentazione dei dati, spesso dispersi in silos separati;
- la carenza di competenze interne per analizzarli e utilizzarli efficacemente;
- la lentezza nella raccolta e nella restituzione dei risultati, che limita la possibilità di agire tempestivamente.

L'osservatorio congiunturale: un esempio concreto

Dal 2022 FAITA Federcamping, in collaborazione con Ciset, ha avviato un'indagine congiunturale per monitorare in tempo reale le tendenze della stagione turistica Open Air. L'indagine si articola in due fasi: Maggio, per raccogliere aspettative a inizio stagione; settembre, per analizzare i risultati a consuntivo.

Nel 2025 l'indagine ha coinvolto oltre 300 imprese, distribuite su tutto il territorio nazionale, con un campione rappresentativo per tipologia

di destinazione e collocazione geografica.

I dati di settembre raccontano una stagione in chiaroscuro:

- leggera flessione della domanda straniera e un calo degli italiani, meno marcato rispetto al 2024;
- fatturato stagnante, nonostante un aumento medio delle tariffe;
- risultati medi complessivamente in linea con quelli dell'anno precedente, ma con significative differenze per area geografica e destinazione.

Aspettative vs risultati: un divario da comprendere

Uno degli elementi più interessanti dell'indagine riguarda il confronto tra le aspettative espresse a maggio e i risultati rilevati a settembre. Sebbene oltre il 60% degli operatori abbia dichiarato che i risultati sono stati "in linea con le previsioni", il dato medio nazionale mostra un'inversione di segno:

- gli arrivi sono calati dell'1,1% a fronte di un +1,3% previsto;
- le presenze sono scese dell'1,3% contro un atteso +1,4%;
- solo il fatturato ha registrato un modesto +0,5% rispetto a un atteso +2,2%.

Va però ricordato che le previsioni

di maggio non potevano tener conto delle condizioni meteo avverse della seconda metà di luglio, né dell'incertezza economica di fine stagione. Interessante anche il divario geografico.

Il Nordest ha mostrato performance più solide e in linea con le aspettative, specialmente sul mercato internazionale.

Il Centro Italia, invece, ha registrato un netto scostamento tra ottimismo iniziale e risultati effettivi negativi – una tendenza ormai ricorrente da tre stagioni consecutive.

Conoscersi, confrontarsi, decidere meglio

L'indagine dimostra quanto sia utile, per ogni singola impresa, partecipare attivamente a questo tipo di rilevazioni. Non solo per fornire dati preziosi al sistema, ma anche per confrontare le proprie performance con quelle del contesto territoriale.

In conclusione, ha sottolineato Minghetti, "più che di imprese smart, è tempo di parlare di imprese data-driven". Perché solo con il monitoraggio continuo è possibile governare il cambiamento, anticipare le criticità e costruire un futuro solido anche in un settore in continua trasformazione come l'Open Air. *

Open Air Vistan – Una nuova Filosofia di Capitalità


L'indagine sulla stagione estiva 2025: campione e organizzazione

→ **311 imprese intervistate in tutta Italia** sulle 1.996 censite da THRENDS (16% del totale), di cui 74% campeggi e 25% camping village

→ **Imprese rappresentative della distribuzione per tipo di destinazione** (mare 54%, lago 18,5%, montagna 18%, campagna 6,4%, città arte 2,8%, ecc.) **e per regione**, secondo le quote del censimento

→ Rilevazione condotta nella prima metà di settembre 2025 con riferimento al periodo maggio-ottobre 2025

→ Sistema misto CATI-CAWI-Fax, per agevolare le imprese e massimizzare tasso di risposta



**Akai Smart PMS è il software che
semplifica e migliora la gestione
della tua struttura ricettiva Open Air.**

**Grazie a funzionalità
avanzate come reportistica
dettagliata, analisi di
mercato e Business
Intelligence, ti aiuta a
organizzare al meglio le
attività e offrire esperienze
uniche agli ospiti.**

Cosa offre Akai:

- ✓ Gestione di preventivi, prenotazioni e alloggi
- ✓ Integrazione con un motore di prenotazione (Book Engine) e sistemi di pagamento
- ✓ Strumenti per il revenue management e reportistica avanzata
- ✚ Moduli aggiuntivi come Big Data Visualization, chatbot con intelligenza artificiale, sistemi di gestione energetica e integrazione con dispositivi IoT.

Akai Smart PMS è un prodotto di Interlogica.
Dal 1995 disegniamo soluzioni software studiate
intorno ai bisogni delle persone.

Interlogica

Contattaci per saperne di più:
INTERLOGICA SRL SOCIETÀ BENEFIT
+39 041 5354800
support@akai.travel
www.akai.travel



Il valore dei Data Lake per il monitoraggio delle performance delle imprese



Dalla raccolta real-time alla previsione con modelli intelligenti: come trasformare il dato in valore nel turismo all'aria aperta

Francesco Traverso

CEO & Co-Founder at HBenchmark

Il settore dell'Open Air ha oggi la possibilità concreta di compiere un salto evolutivo grazie a un uso intelligente dei dati. L'esperienza maturata negli ultimi dieci anni con un ampio progetto di business intelligence dimostra quanto la raccolta strutturata e l'analisi dei flussi di prenotazione possano generare valore, orientare le decisioni strategiche e supportare la competitività delle strutture ri-

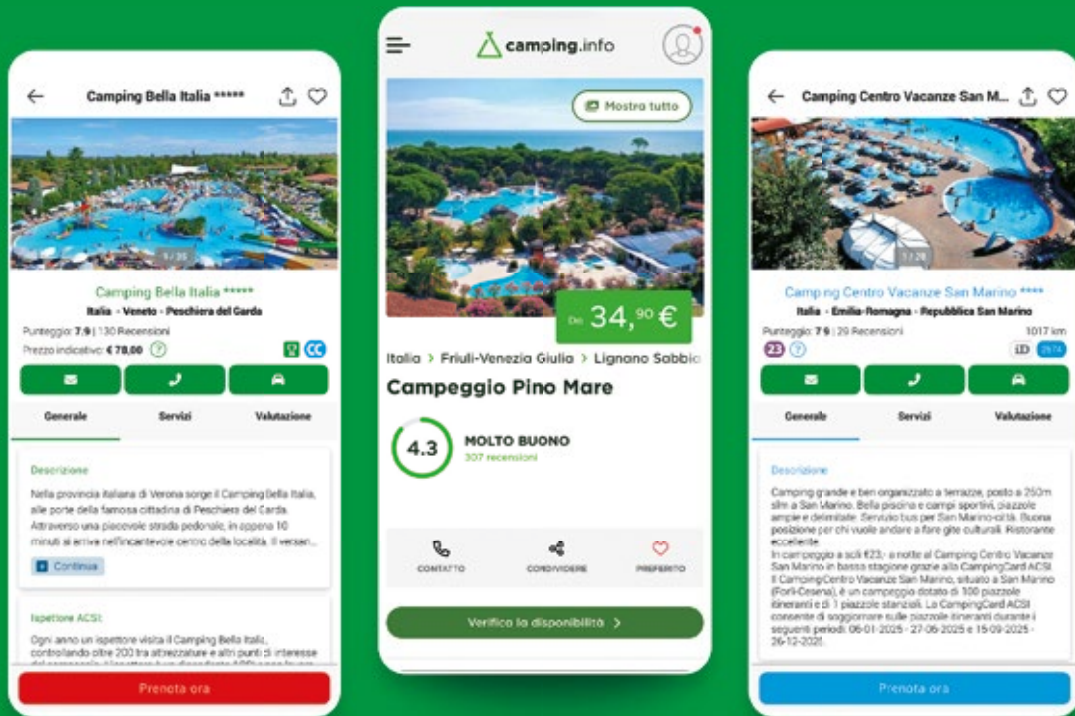
cettive. Il progetto, attivo da tempo, coinvolge oltre 100 strutture di grandi dimensioni in prevalenza nel Nordest, per un totale che rappresenta circa l'11% delle unità disponibili del settore. Grazie al collegamento diretto con i software gestionali, ogni prenotazione viene raccolta in tempo reale, trasformandosi in indicatori di performance quantitativa costantemente aggiornati.

Questa metodologia consente di monitorare l'andamento stagionale giorno per giorno e di analizzare le tendenze attraverso serie storiche solide e granulari. Per esempio, i dati della scorsa stagione mostrano:

- maggio in calo del 10% rispetto all'anno precedente;
- giugno molto positivo (+11%) grazie a fattori scolastici e festività estere;
- luglio stabile (+1%) nonostante



La piattaforma europea di prenotazione con **milioni** di visite



Con ACSI raggiungi più campeggiatori, in tutta Europa!

Più visibilità, più prenotazioni, più risultati: cogli tutte le opportunità!

+31(0)488452055

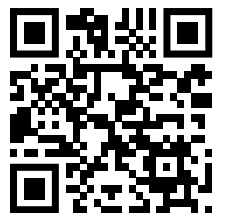
sales@acsi.eu

www.acsicamping.info

Il tuo campeggio visibile e prenotabile sui seguenti canali:



FREEONTOUR  camping.info



ISCRIVITI
FACILMENTE



le difficili condizioni meteo;

- settembre in crescita (+3%) e ottobre sorprendentemente forte (+5%).

A questo si aggiunge un cambio nel mix di prodotto: le mobile home e i bungalow, pur rappresentando il 40% delle unità vendute, generano il 70% del fatturato totale, mentre le piazzole, pur coprendo il 60% del venduto, contribuiscono solo per il 30%. È quindi chiaro che la redditività per tipologia di unità va monitorata con attenzione.

L'analisi delle nazionalità mostra comportamenti molto diversi: ad esempio, i turisti tedeschi, che rappresentano il 45% del campione, preferiscono le piazzole, prenotano con largo anticipo, e concentrano le loro vacanze in momenti diversi rispetto agli italiani, i cui picchi si concentrano nei ponti e in agosto.

Oltre al monitoraggio dell'occupazione e del prezzo medio, il sistema permette di leggere la stagionalità in anticipo. Per esempio, già a gennaio si raggiunge il 40% di occupazione per le settimane centrali di luglio, mentre altri periodi – come i ponti primaverili – registrano prenotazioni sotto data, spesso influenzate dal meteo o da altri fattori esterni.

Tutti questi dati – prenotazioni, flussi, prezzi, durata media, canali di

vendita – formano una base solida per lo sviluppo di modelli previsionali. Ed è qui che entra in gioco l'intelligenza artificiale.

Attraverso l'analisi avanzata e l'apprendimento automatico, è possibile costruire modelli dinamici di gestione del pricing, che aiutano a rispondere a due criticità molto comuni:

- vendite troppo anticipate a tariffa fissa, che rischiano di erodere margini in caso di aumento dei costi;
- resistenza al prezzo da parte del mercato in alta stagione, che impone aggiustamenti in corso d'opera.

I modelli basati su AI permettono di monitorare il comportamento delle prenotazioni in relazione a:

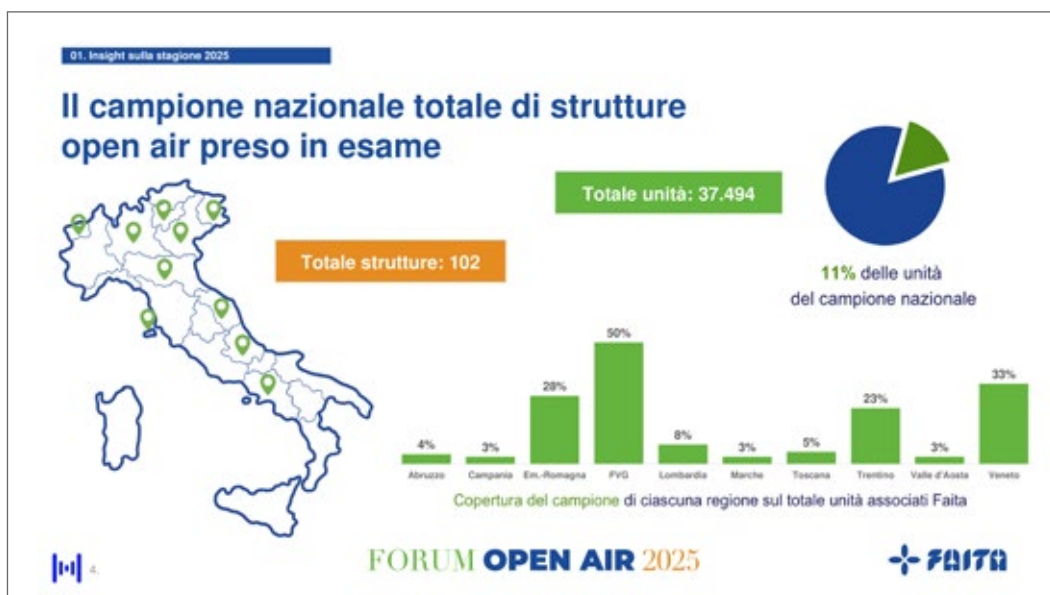
- differenziali di prezzo rispetto ai competitor;
- andamento dei preventivi e del traffico web;
- risposte alle campagne di advertising e mailing;
- livelli di visibilità e conversione.

Questo consente di decidere in modo razionale quando alzare o abbassare la tariffa, valutare se il problema è di prezzo o di visibilità, e intervenire tempestivamente sulla strategia commerciale.

L'intelligenza artificiale può diventare un alleato per ottimizzare i ricavi, governare la stagionalità e anticipare i trend del mercato.

La nuova frontiera è l'interrogazione del dato tramite linguaggio naturale: un'interfaccia intuitiva e moderna permette agli operatori di accedere agli indicatori chiave ponendo domande dirette alla piattaforma, senza bisogno di competenze tecniche avanzate.

In conclusione, la combinazione tra business intelligence, monitoraggio real-time e intelligenza artificiale rappresenta una leva fondamentale per la gestione efficiente e proattiva delle strutture ricettive. È un cambio di paradigma che consente di trasformare la complessità in vantaggio competitivo, con una visione sempre più data-driven e orientata al futuro. ✧



L'AI non sostituisce l'umano, lo amplifica, anche nel turismo: la via di Oracle



Oracle propone un modello di innovazione accessibile e scalabile, pensato per le strutture ricettive di ogni dimensione

Carlota Alvarez Pedreira

Amministratore Delegato Oracle Italia e Vice-President Legal South Europe Oracle

Il turismo all'aria aperta è oggi uno dei settori più vivaci e strategici del panorama italiano. Le aspettative dei clienti crescono, la concorrenza si fa sempre più agguerrita e il bisogno di distinguersi passa anche attraverso la capacità di innovare. In questo scenario, Oracle si propone come **partner tecnologico** per aiutare le imprese del turismo a evolvere, crescere e **rendere più efficienti le proprie attività attraverso l'in-**

telligenza artificiale.

Una piattaforma costruita sui dati

Oracle nasce come data company, fondata sulla gestione del dato. Il nostro database è da sempre uno dei più potenti e sicuri al mondo. Oggi però non siamo più soltanto una società di gestione dati: siamo diventati una **piattaforma integrata** di intelligenza artificiale, co-

struita su anni di ricerca e investimenti. La nostra tecnologia si basa su **un'infrastruttura cloud – Oracle Cloud Infrastructure** – pensata per supportare l'elaborazione massiva di dati. Questo è un passaggio necessario per chi vuole davvero utilizzare l'intelligenza artificiale in modo funzionale e concreto. Solo piattaforme robuste, scalabili e sicure possono gestire il volume e la complessità dei dati richiesti da queste tecnologie.

Nel turismo, questo si traduce in soluzioni che supportano ogni area della gestione aziendale: dalla pianificazione finanziaria alla logistica, dalle risorse umane alla personalizzazione dell'offerta. La nostra suite NetSuite, progettata specificamente per le piccole e medie imprese, insieme alla nostra divisione Hospitality – che da anni lavora a stretto contatto con il settore – rappresentano strumenti potenti, flessibili e integrati

Un supporto concreto all'attività quotidiana

L'intelligenza artificiale non sostituisce l'uomo: lo affianca. Automatizza le attività ripetitive, riduce gli errori e ottimizza l'uso delle risorse. Può aiutare, ad esempio, nella gestione dei turni di lavoro, nell'analisi delle previsioni meteo, nella valutazione degli eventi locali, nella costruzione di modelli predittivi per stimare l'af-

fluenza e organizzare di conseguenza l'offerta turistica.

In ambito commerciale, è uno strumento essenziale **per il dynamic pricing e per personalizzare l'esperienza dell'ospite in tempo reale**, incrociando dati storici interni con informazioni esterne. Non serve essere una grande azienda per accedere a queste tecnologie: Oracle mette a disposizione soluzioni complete, con intelligenza artificiale integrata, accessibili e facilmente adottabili anche da realtà più piccole.

Sicurezza, privacy e governance

Uno degli aspetti più importanti rimane **la qualità e la sicurezza dei dati**. L'intelligenza artificiale ha bisogno di dati accurati, aggiornati e ben organizzati. Ma ha anche bisogno di fiducia. Oracle è un punto di riferimento riconosciuto per

Il dato non è solo analisi: è conoscenza, consapevolezza e capacità di decidere.

la protezione della **privacy e la governance dei dati**: ogni scelta tecnologica è pensata per garantire affidabilità, trasparenza e rispetto delle normative europee.

In sintesi, l'obiettivo è aiutare le imprese del turismo a diventare più efficienti, più reattive e meglio organizzate, lasciando agli operatori il tempo e lo spazio per dedicarsi a ciò che conta davvero: l'attenzione all'ospite e la qualità dell'esperienza.

Come spesso si dice, l'intelligenza artificiale non sostituirà l'uomo, ma l'uomo che saprà usarla sostituirà chi non lo farà. *

A
Adomus

Il futuro dell'ospitalità
all'aria aperta è già qui.

www.a-domus.com



PACCHIANI HOLZ SRL
VERANDE PER CASE MOBILI E STRUTTURE IN LEGNO



Un nome,
un'azienda,
UN CUORE

**Origini solide e un
know-how unico e
inconfondibile**

*sono le fondamenta che
costituiscono la nostra brand
identity*

SINCE 1890



www.pacchiani.it - info@pacchiani.it - Azzano San Paolo
BERGAMO - 035.530474

Agent AI e hospitality: dal CRM al CRA



Come l'intelligenza artificiale ridefinisce le interazioni, semplifica i processi e migliora l'esperienza del cliente

Orlando Di Pippo

Chief Corporate Business Development Officer @Mashfrog Group

L'intelligenza artificiale non è una promessa per il futuro: è già parte integrante della quotidianità. Il motore di ricerca, l'assistente vocale domestico, le app di navigazione – tutti strumenti ormai imprescindibili – funzionano grazie a sistemi intelligenti capaci di apprendere e rispondere alle esigenze umane. Tuttavia, la sfida non è solo nell'adozione, ma nella specializzazione e verticalizzazione dell'AI nei processi aziendali, in particolare in settori complessi

come l'hospitality. Il gruppo **Mashfrog**, system integrator focalizzato sulla trasformazione digitale, ha scelto un approccio operativo e pragmatico: **mettere le mani nel motore** dei sistemi, comprendere i dati, sperimentare direttamente l'uso delle tecnologie emergenti.

La convinzione di fondo è che solo **utilizzando l'AI si possa davvero comprenderne il valore**, portando benefici concreti e misurabili ai processi aziendali.

L'elemento di discontinuità introdotto dall'AI rispetto ai software tradizionali è duplice: da un lato, semplifica l'interazione tra persone e sistemi; dall'altro, **interpreta in modo dinamico e adattivo le esigenze dell'utente**. Non si tratta più di strumenti statici, ma di **agenti intelligenti** capaci di rispondere, apprendere, suggerire e persino automatizzare. Ne sono un esempio le attuali piattaforme generative, come ChatGPT o Gemini, ormai usate quotidianamente per supportare

acqua fresca, sostenibile plastic free nel tuo campeggio

Siamo i primi a portare un servizio esclusivo
pensato per i campeggi:
distributori di acqua potabile refrigerata,
progettati per soddisfare le esigenze dei tuoi ospiti.

ACQUA FRESCA SEMPRE DISPONIBILE: i tuoi ospiti potranno accedere ad acqua sempre fresca e di qualità, liscia o gasata, senza limiti, disponibile 24 ore su 24.

ZERO PLASTICA, ZERO SPRECHI: riduci drasticamente l'uso delle bottiglie monouso. Con i nostri distributori, risparmierai quintali di plastica ogni stagione. Un vantaggio per il campeggio e per il pianeta.

SOSTENIBILITA' AL PRIMO POSTO: grazie al nostro servizio ogni campeggio contribuisce a risparmiare tonnellate di emissioni di CO2 nell'atmosfera. Una scelta responsabile per l'ambiente e per il futuro.

ZERO INVESTIMENTO PER IL CAMPEGGIO: non dovrai fare nessun investimento: il sistema è completamente privo di costi, garantendo un servizio innovativo e conveniente senza alcun onere economico.




AQUAMAT
FONTANE
l'acqua alla tua portata

AQUAMAT FONTANE
è un marchio di ECOMAT srls

www.aquamatfontane.it - info@aquamatfontane.it
Cell. 389 | 9499232 - Cell. 348 | 8804672





Dall'assistente vocale al CRM conversazionale, l'agente digitale ridisegna l'interazione umana.

decisioni, sintesi di informazioni e persino creazione di contenuti.

Mashfrog ha scelto di integrare l'intelligenza artificiale all'interno del settore hospitality, costruendo strumenti capaci di semplificare l'accesso e la comprensione del dato, rendere immediata la lettura di analisi complesse e abilitare esperienze più personalizzate. Uno dei punti chiave di questa evoluzione è il passaggio **da un'impresa data-driven a una impresa agent-centrica**: strutture in cui agenti digitali intelligenti elaborano, aggregano e restituiscono dati in forma comprensibile e utilizzabile anche da chi non ha competenze tecniche specifiche.

L'obiettivo non è solo rappresentare meglio l'informazione, ma metterla al servizio delle decisioni. In questo contesto, l'AI può suggerire dinamicamente strategie tariffarie, proporre attività in base al comportamento dell'ospite, inviare offerte

mirate e persino gestire automaticamente la relazione con il cliente tramite interfacce conversazionali. Il CRM del futuro, secondo questa visione, non sarà più composto da interfacce complesse e stratificate, ma da una **semplice barra conversazionale**: un punto di dialogo tra l'utente e il sistema, capace di rispondere in tempo reale a richieste formulate in linguaggio naturale, migliorando l'accesso, la velocità e la precisione dell'informazione.

Per tradurre questa visione in realtà, Mashfrog ha sviluppato **IATO**, una piattaforma verticale progettata per il mondo dell'hospitality, capace di coniugare la potenza dell'AI con la creazione di pacchetti esperienziali in tempo reale. Uno strumento pensato per offrire **un'esperienza turistico-ricettiva a 360 gradi**, semplificata, personalizzata e potenziata dall'intelligenza artificiale. ✱

Agent AI e hospitality: dal CRM al CRA

La grande opportunità per il turismo del CRA

- Costruire **portafogli di Agenti AI** che favoriscano la scelta più consapevole possibile del cliente
- **Recuperare % della catena** del valore oggi "sequestrate" da intermediari digitali e comparatori
- **Anticipare le tendenze** di acquisto dei turisti offrendo pacchetti sempre più integrati a livello di servizi
- Aggiornare l'**esperienza di consumo** mentre si è nella struttura ricettiva.



FORUM OPEN AIR 2025



Turismo di comunità tra buone pratiche e outdoor



La sfida di un modello turistico capace di colmare le disuguaglianze territoriali, rigenerare le aree marginali e valorizzare il potenziale del settore

Simone Bozzato

*Professore Ordinario del Dipartimento di Storia, Patrimonio Culturale, Formazione e Società
Università degli Studi di Roma Tor Vergata*

Ogni riflessione sul futuro del turismo italiano dovrebbe partire da un presupposto imprescindibile: la centralità del dato, inteso non solo come elemento quantitativo, ma anche come strumento di lettura qualitativa dei territori. In un contesto ancora troppo spesso frammentato, dove la narrazione estiva si polarizza tra toni entusiastici e dichiarazioni allarmistiche,

manca ancora un sistema condiviso e certificato di osservazione capace di restituire una fotografia reale e complessa dei fenomeni in atto.

Non possiamo più permetterci di ragionare su strategie turistiche senza basarci su fonti ufficiali, condivise e attendibili. La credibilità di un settore che ha ambizioni economiche, sociali e culturali così forti dipende dalla costruzione di un **sistema or-**

ganico di raccolta e analisi dei dati, capace di integrare indicatori numerici e interpretazioni territoriali. In questo senso, iniziative come quelle promosse da FAITA – che ha la forza della rappresentanza e le relazioni per attivare connessioni con il mondo universitario – possono svolgere un ruolo chiave. Ma è necessario ampliare lo sguardo. Se da un lato è importante consolidare l'efficienza dei territori già

attivi, dall'altro occorre intervenire con urgenza sulle aree marginali, oggi escluse dai principali flussi di sviluppo. I dati SNAI sulle aree interne ci raccontano un'Italia che rischia di essere abbandonata, con territori che vanno incontro a un declino demografico e infrastrutturale apparentemente irreversibile.

È qui che si gioca una delle sfide decisive del turismo: riattivare i territori fragili, ricostruendo reti di servizi, coinvolgendo le comunità locali e generando valore attraverso modelli fondati sull'Open Air, l'outdoor e l'accoglienza diffusa.

È un paradosso insostenibile quello di avere aree montane e appenniniche, che costituiscono oltre il 70% del territorio nazionale, destinate a perdere popolazione e servizi, mentre si ragiona su una crescita turistica che rischia di essere concentrata, diseguale e parziale.

L'errore più grave sarebbe ignorare le lezioni del passato. La crisi pandemica ha messo in luce la fragilità sistemica di un modello turistico eccessivamente sbilanciato su poche destinazioni forti. Eppure, nella fase post-Covid, non si è ancora costruita una visione alternativa strutturata, in grado di valorizzare **la biodiversità territoriale italiana** e ridurre le distanze tra comunità ospitanti e opportunità di sviluppo.

Oggi, serve un modello che superi la retorica della sostenibilità come etichetta formale e sia capace di **intervenire concretamente sui territori a rischio di abbandono**, attivando politiche territoriali integrate, capaci di generare lavoro, trattenere residenti e costruire relazioni durature tra abitanti e ospiti. Il turismo Open Air può essere un veicolo formidabile in questa direzione, se collocato dentro una visione più ampia di sviluppo umano e coesione sociale.

Il mondo accademico – e in particolare l'università pubblica – può fare la sua parte, contribuendo con ricerca, progettualità e formazione.

È necessario però riconoscere che spesso l'approccio è stato troppo settoriale. Per questo, esperienze come quelle attivate con FAITA possono essere fondamentali per avviare percorsi pilota che disegnino nuovi modelli territoriali di accoglienza, più resilienti, inclusivi e sostenibili.

La vera sfida è creare un sistema turistico capace di trasformare la marginalità in valore e ridurre le distanze, non solo geografiche ma sociali ed economiche.

La crescita del turismo di comunità, se accompagnata da strumenti e risorse adeguati, può rappresentare un asse strategico per un **nuovo patto tra territori, imprese e istituzioni**. *

 **BOB**
il robot cameriere

L'innovativo delivery robot governato da intelligenza artificiale.

La perfetta "spalla" per i camerieri e non solo

- ✓ VELOCIZZA ED AUTOMATIZZA IL SERVIZIO
- ✓ PORTA I PIATTI DALLA SALA AL LAVAGGIO
- ✓ INTERAGISCE CON I CLIENTI
- ✓ VALORIZZA IL LAVORO DEL PERSONALE

Per informazioni chiama al **800973189**

www.bobrobotics.com

CLIMAKEY

Il termostato con la gestione dei crediti climatici

Abbatti del
50%
i consumi
energetici!

CLIMAKEY è una serie di prodotti ideati per il risparmio energetico delle strutture open-air.

Frutto dei nostri 25 anni di esperienza, la gamma CLIMAKEY offre meccanismi di risparmio unici, come il budget orario, il timer di funzionamento, la limitazione della regolazione climatica entro un range programmabile e le fasce orarie. A questo si aggiunge la memorizzazione dell'uso del condizionatore, per poter effettuare una analisi statistica a fine stagione. Contattateci per maggiori informazioni.

Rilevazione della presenza dell'ospite

Rilevazione di porta / finestre aperte

Non serve più il telecomando del condizionatore

Display grafico multifunzione

Limitazione della regolazione climatica entro un range programmabile.

CLIMAKEY EASY

- Limitazione giornaliera del tempo di utilizzo del condizionatore
- Blocco del funzionamento con alloggio libero

CLIMAKEY PLUS

- Limitazione delle ore totali di funzionamento
- Statistiche di utilizzo



Inquadra il QR code e calcola online il tuo risparmio!



VOLETE PROVARELO?

Saremo lieti di darvelo in comodato d'uso per 30 giorni.

Chiama il numero verde:

Numero Verde

800 14 55 06

Dalle idee al territorio: come le DMO creano, trasformano e gestiscono le destinazioni



Dalla spontaneità alla pianificazione: il ruolo decisivo degli operatori nella costruzione di destinazioni turistiche sostenibili e competitive

Flavia Coccia

Vicepresidente di Assidema - Associazione Italiana Destination Manager

Nel turismo italiano, per lungo tempo si è proceduto in modo spontaneo: territori attrattivi, operatori volenterosi, istituzioni distribuite tra Comuni, Province e Regioni, e un sistema che, pur con fatica, ha funzionato.

Ma oggi non è più sufficiente. Serve un cambio di paradigma. Serve una regia condivisa, una governance di destinazione capace di integrare ri-

sorse, attori, prodotti e strategie. Il primo passo è dare una definizione operativa di destinazione turistica. Una destinazione non coincide con i confini amministrativi, ma con unità geografiche omogenee, riconosciute dai turisti, capaci di offrire accoglienza e attività. Dove non ci sono turisti, servizi, strutture ricettive e possibilità di permanenza, non si può ancora parlare di destinazione turistica.

Un territorio può diventare destinazione quando:

- è **accessibile e fruibile** da parte di diversi tipi di visitatori, comprese le persone con disabilità;
- offre un **prodotto turistico strutturato**, frutto del lavoro coordinato di una filiera di operatori;
- è in grado di **intercettare nicchie e micro-target**, attraverso offerte personalizzate, sostenibili e stagionalmente diversificate;



TITANKA![®] SPACE

Tutto connesso, tutto sotto controllo.

Tutto in un unico spazio che cresce e si trasforma
con la tua struttura.

TITANKA![®]
Nati per il turismo.

Scopri gli strumenti
e le soluzioni per
il tuo camping village.





La Destination Management Organization non può esistere senza il coinvolgimento attivo degli operatori.

promuove **modelli di collaborazione** tra pubblico e privato, tra imprese e comunità locali.

Il turismo non può più essere pensato come una semplice occasione di svago. È un sistema complesso, che coinvolge economia, cultura, ambiente, società e identità. In questo scenario, il Destination Management non può limitarsi alla promozione: deve partire dalla pianificazione strategica, costruita con obiettivi chiari su un orizzonte di medio-lungo periodo.

Per farlo servono:

- un'analisi del contesto territoriale: risorse, criticità, potenzialità;
- un coinvolgimento reale di tutti gli stakeholder, a partire dagli operatori economici e dalle comunità residenti;

- una strategia di destinazione condivisa, con obiettivi misurabili, servizi coerenti e prodotti adatti ai target individuati;
- un osservatorio di destinazione basato sulla raccolta e condivisione dei dati, per monitorare, correggere e orientare le decisioni;
- una mappatura delle esperienze e dei servizi, capaci di generare valore e connessioni reali sul territorio.

È fondamentale comprendere che gli operatori sono i principali fornitori di dati, anche se spesso non ne sono consapevoli. La creazione di una data governance turistica deve partire da loro: la condivisione delle informazioni, in forma aggregata e anonima, permette di restituire una fotografia utile all'intero sistema. Una DMO che non coinvolge gli ope-

operatori è destinata a fallire.

Una Destination Management Organization (DMO) funziona solo se si trasforma in un ecosistema collaborativo, in cui imprese, enti pubblici, cittadini e altri attori condividono visioni e obiettivi. Questo approccio consente di proporre prodotti più mirati, aumentare il profitto per gli operatori e costruire una destinazione solida, accessibile, sostenibile e resiliente.

Il compito non è semplice, ma è necessario. Costruire una destinazione turistica competitiva significa passare dalla spontaneità alla strategia, dalla frammentazione alla connessione. È un percorso che richiede fiducia, metodo e visione. Ma soprattutto, richiede la partecipazione attiva e strutturata degli operatori, veri protagonisti del turismo contemporaneo. *



Il Tourism Digital Hub



Italia.it evolve come piattaforma di servizio e promozione: nuova usabilità, nuove funzioni e uno spazio dedicato a startup e operatori

Ludovica Criscitiello

Ministero del Turismo

Il Turismo Digital Hub (TDH) si configura come l'infrastruttura digitale pensata per integrare promozione, servizio e sviluppo delle competenze nella filiera turistica italiana. Il suo strumento principale è la **piattaforma Italia.it**, recentemente oggetto di un profondo restyling volto a migliorarne l'usabilità e la rilevanza informativa, sia per i turisti sia per gli operatori.

Nel nuovo impianto grafico e contenutistico, l'homepage mette in evidenza quattro aree tematiche centrali: **borghi, turismo lento,**

eventi e itinerari legati al Giubileo, con una particolare attenzione alle proposte legate al turismo esperienziale e outdoor. Ogni destinazione ricercabile restituisce contenuti geolocalizzati - articoli, percorsi, strutture ricettive, ristoranti, eventi - relativi non solo all'area selezionata, ma anche ai territori limitrofi. La piattaforma è alimentata da un sistema interoperabile che consente la condivisione dei contenuti da parte di enti locali, comuni, regioni e associazioni. Questo garantisce l'affidabilità e la pertinenza delle informazioni pubblicate. Tra i pro-

getti recenti sviluppati con le amministrazioni territoriali si segnalano le sezioni dedicate ai **cammini religiosi e spirituali**, realizzate in collaborazione con Umbria, Marche, Toscana, Lazio ed Emilia-Romagna, e culminate nell'evento "Cammini Aperti", che ha registrato una grande partecipazione nel 2025 con 27 escursioni gratuite su tutto il territorio.

Ulteriori sezioni sono dedicate alle **vie cicloturistiche**, all'**archeologia subacquea** e ad altre forme di turismo lento ed esperienziale, in linea con le nuove tendenze della



domanda internazionale.

Accanto all'offerta per il pubblico, Italia.it ha recentemente inaugurato il **Portale Operatori**, pensato per supportare le imprese turistiche nell'ampliamento delle competenze e nell'accesso a servizi utili per la competitività. Gli operatori, previa registrazione e validazione dei requisiti tramite Infocamere, possono pubblicare la propria offerta sulla piattaforma e accedere a un'area riservata ricca di strumenti.

Tra i servizi già disponibili vi è l'assistenza dedicata (telefono e mail), un archivio bandi con opportunità di finanziamento a livello nazionale ed europeo corredato da guide operative, e un Kit Social contenente grafiche personalizzabili. È in fase di rilascio anche l'**Experience Planner**, una piattaforma destinata alle guide turistiche e ambientali per la progettazione di itinerari personalizzati, completi di mappe, altimetrie e cronoprogrammi.

Un'ulteriore sezione, dedicata all'innovazione digitale, ospita una vetrina di startup che mettono a disposizione delle imprese strumenti gratuiti per la valorizzazione dell'offerta turistica. Si tratta di un'iniziativa che punta a rafforzare il legame tra tecnologia e ospitalità, favorendo l'adozione di soluzioni agili, intuitive e ad alto impatto. *

ALOE la startup del Ministero del Turismo che introduce un nuovo modello per l'offerta Open Air

Julia Zheng
 Ceo e CoFounder Aloe



Tra le realtà già attive all'interno di questo ecosistema spicca **Aloe**, startup focalizzata sull'**ottimizzazione dell'offerta esperienziale** nel comparto Open Air. Il suo modello propone una soluzione integrata per digitalizzare la gestione delle attività, semplificare i flussi interni ed esterni e trasformare le esperienze in una leva concreta di valore.

Secondo l'Osservatorio del Politecnico di Milano, l'80% dei viaggiatori partecipa ad attività organizzate, con un tasso di soddisfazione superiore del 70%. Eppure, in molte strutture ricettive l'offerta esperienziale resta frammentata, gestita manualmente e poco tracciabile. Aloe affronta questo limite partendo da tre fattori chiave: la connessione tra staff, struttura e partner esterni, l'integrazione dei sistemi (CRM, PMS, canali di prenotazione) e la governance centralizzata dei dati.

Il risultato è un catalogo unico, prenotabile direttamente online, sincronizzato e coerente su tutta la filiera. Le attività entrano così nel percorso di prenotazione dell'ospite fin dai primi contatti digitali.

Questo consente di orchestrare in modo efficiente le disponibilità, gestire soglie di capienza, calibrare l'offerta e definire strategie di prezzo per periodo o per profilo di cliente. L'imprenditore può infine disporre di un quadro chiaro dei comportamenti: chi sono gli ospiti, cosa preferiscono, come contribuiscono al valore complessivo del soggiorno.

Un approccio che non crea nuove esperienze, ma le rende accessibili, tracciabili e misurabili.

E dimostra come il digitale – se ben progettato – possa essere una leva concreta per migliorare l'organizzazione interna, la soddisfazione dell'ospite e, di conseguenza, la redditività complessiva della struttura. *



hoxell

Ottimizza ogni operazione con Hoxell e riceveri un messaggio quando la camera è pronta

VELOCITÀ, PRECISIONE E RISULTATI GARANTITI ★★★★★

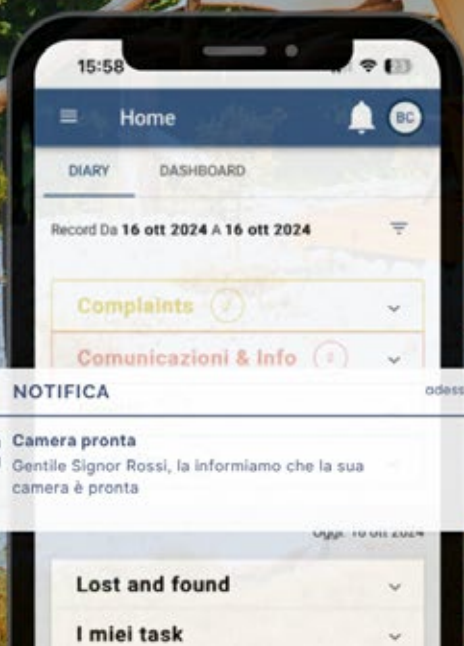
"Hoxell ha semplificato il lavoro rendendolo più veloce e fluido. Inoltre Hoxell ha permesso una comunicazione tra i reparti e migliore organizzazione del lavoro e delle tempistiche di lavorazione pulizie e guasti."



Continental Camping Village

Cosa puoi fare con Hoxell:

- ✔ Gestione centralizzata dei task
- ✔ Checklist e turni su misura per ogni reparto
- ✔ Comunicazioni rapida tra team
- ✔ Richieste ospiti gestite con un clic
- ✔ Archivio digitale e tracciabilità



Richiedi una demo gratuita senza impegno

Turismo e rilancio dei territori: una solida visione per l'Italia



Dalla valorizzazione del turismo incoming alla rigenerazione dei borghi, Destination Italia propone un modello di sviluppo fondato su visione strategica, digitalizzazione e inclusione nella filiera

Dina Ravera

Presidente Destination Italia

Nel quadro di una strategia di rilancio economico, il turismo si impone come uno dei settori più promettenti per il futuro del Paese. In questa prospettiva si inserisce il progetto promosso da Destination Italia, con il sostegno di un importante partner bancario, che punta a strutturare una politica industriale del turismo fondata sulla collaborazione pubblico-privato, sull'innovazione digitale e sulla valorizzazione del capitale umano e territoriale. L'obiettivo principale è far sì che il turismo diventi davvero un volano

di sviluppo per l'Italia, soprattutto nelle aree oggi marginalizzate, a cominciare dai borghi e dalle regioni del Sud. Come evidenziato, infatti, l'attuale mappa della capacità attrattiva nei confronti del turismo internazionale mostra una forte concentrazione in poche aree: Veneto, Trentino-Alto Adige, Lombardia, Toscana e Lazio dominano il panorama, mentre gran parte del Sud appare ancora sottodimensionato. Anche regioni come il Piemonte, nonostante le potenzialità, risultano indietro rispetto ad altri territori del Nord.

Ad oggi il turismo contribuisce per circa l'11% al PIL nazionale, generando un valore di oltre 200 miliardi di euro e un 13% di occupazione, pari a circa 3 milioni di posti di lavoro.

Tuttavia, per liberare il pieno potenziale del settore è necessario superare alcune criticità strutturali, a partire dalla frammentazione degli operatori.

È fondamentale creare reti d'impresa più solide, capaci di aggregare le realtà minori in una filiera turistica coerente, ben integrata e competitiva a livello internazionale.

SERVIZI DIGITALI PER CAMPEGGI

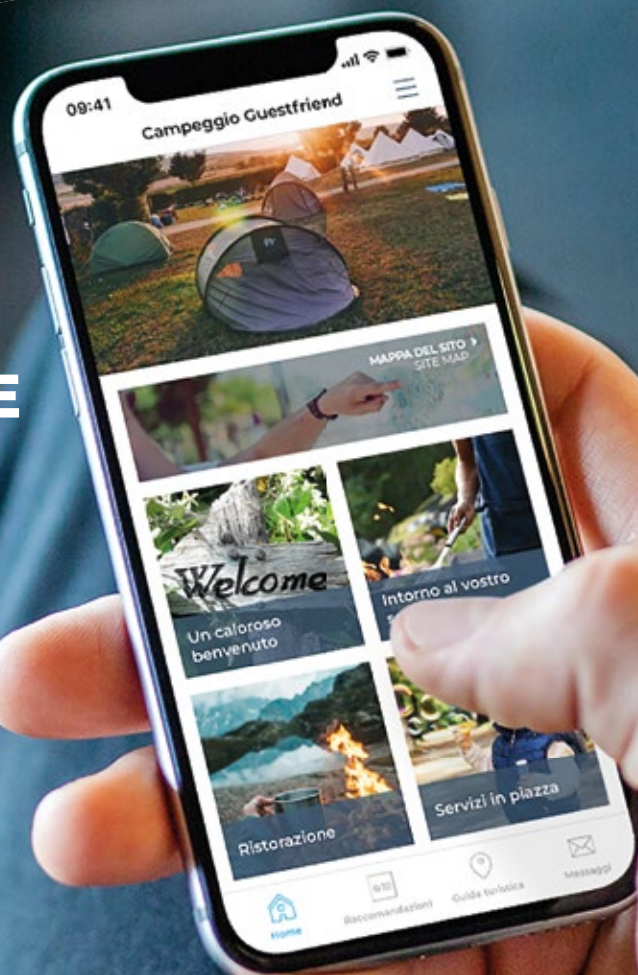
BASTA CON LE SOLITE DOMANDE, LE LUNGHE RICERCHE E I FOGLI VOLANTI.

Guida digitale per gli ospiti – I vostri ospiti l'adoreranno:

- Accesso rapido alle informazioni sul campeggio e sulla guida turistica digitale
- Prenotazione diretta di servizi e offerte
- Comunicazione veloce tramite chat e notifiche push

E voi adorerete questo:

- Clienti felici e soddisfatti
- Più fatturato con le prenotazioni digitali
- Processi semplici e dipendenti con meno carico di lavoro



**Scoprite
di più**





Tra le priorità individuate:

- Digitalizzazione e intelligenza artificiale al servizio del turismo,
- Sostenibilità ambientale, economica e sociale,
- Formazione di personale qualificato,
- Contrasto allo spopolamento delle aree interne e delle isole minori,
- Destagionalizzazione e delocalizzazione dei flussi.

Un dato emblematico è che il **75% dei flussi turistici si concentra sul 4% del territorio nazionale**, mentre il restante 96% ha ancora ampi margini di crescita. La promozione di destinazioni meno note, ma ad alto potenziale, rappresenta dunque una leva imprescindibile per un riequilibrio territoriale efficace. L'intervento ha sottolineato anche il ruolo strategico di alcune realtà locali. È il caso, ad esempio, di Cavallino Treporti, inserita al quinto posto nella classifica nazionale per attrattività turistica, dopo Roma, Venezia, Milano e Firenze. Un risultato che dimostra come la qualità dei servizi e una strategia territoriale coerente possano fare la differenza.

Sul fronte delle destinazioni, **il 52% dei turisti si concentra ancora sulle città d'arte e sulle isole**,

mentre il restante 48% è suddiviso tra laghi, aree collinari, marine, borghi storici e destinazioni emergenti. La montagna, non ancora visibile nei dati principali, è tuttavia in forte ascesa e rappresenta un'ulteriore frontiera di sviluppo.

Un focus particolare è stato dedicato al tema dello **spopolamento**: in Italia, i comuni con meno di 5.000 abitanti rappresentano il 70% del totale, e oltre 4.000 di questi registrano un saldo demografico negativo. Negli ultimi cinque anni, si sono persi circa 700.000 abitanti, con un calo superiore al 5% in 2.800 comuni. Le cause principali sono da ricondurre allo spostamento verso i centri urbani e alla denatalità, con casi simbolici come Morterone (LC), con soli 31 abitanti.

In questo scenario, l'accessibilità digitale diventa un fattore determinante: senza connettività wi-fi adeguata, oggi è impossibile intercettare il turismo internazionale. È per questo che il progetto prevede anche l'integrazione di infrastrutture digitali, in sinergia con partner come Infratel, per garantire copertura anche alle zone più remote.

Dal punto di vista della domanda, l'incoming internazionale resta l'as-

set da potenziare. Oltre il 50% dei turisti proviene ancora dall'Europa, ma crescono sensibilmente i flussi da Nord America (18%), Asia e Medio Oriente (15%), America Latina (10%) e Oceania e Africa. Questi viaggiatori cercano esperienze trasformative, glamping, turismo su ruote e soluzioni flessibili: l'offerta italiana deve sapersi adattare rapidamente a queste nuove esigenze. La proposta lanciata è chiara: **un incremento del 10% nel numero di turisti internazionali** (circa 15 milioni in più) permetterebbe di raddoppiare il valore economico generato dal turismo, creando fino a 3 milioni di nuovi posti di lavoro. Per raggiungere questo traguardo, serve un grande operatore privato che possa fungere da traino per l'intera filiera, includendo le realtà locali e dialogando con le istituzioni su scala nazionale e internazionale.

Destination Italia si propone come **strumento operativo e alleato strategico** per associazioni di categoria e operatori del comparto, mettendo a disposizione la propria struttura, le competenze maturate e la forza di una grande banca partner. Una sfida ambiziosa che può trasformarsi in un'opportunità concreta di sviluppo e valorizzazione per tutto il Paese. ✨

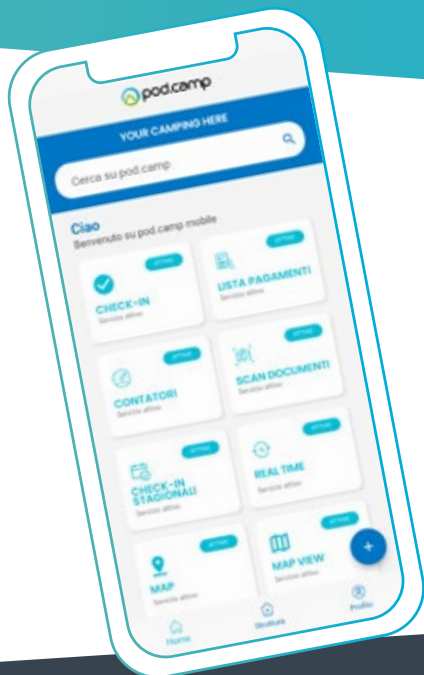
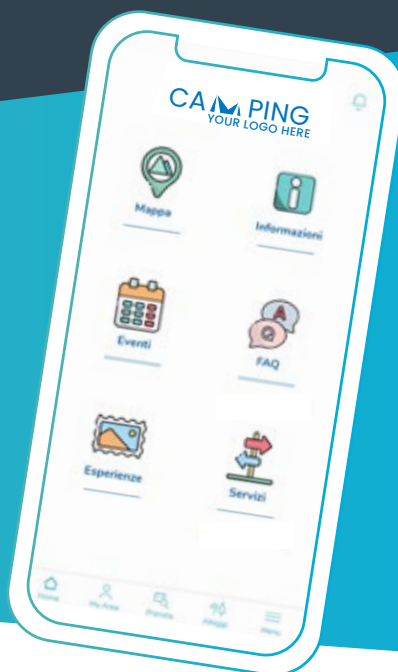


Liberi tutti.

www.pod.camp

App clienti

Trasforma lo smartphone del tuo ospite in un **Holiday Planner** con cui potrà prenotare gli eventi che tu stesso gestirai in totale autonomia. Addio mappe cartacee, una **Google Camping Map** permetterà al tuo ospite di raggiungere facilmente la sua piazzola e tutti i punti di interesse.



App operatori

Dal check-in al controllo dell'ospite, dai pagamenti alla manutenzione, tutte le **funzioni operative chiave** possono essere gestite dagli operatori abilitati in totale mobilità. Da oggi la app è integrata con WhatsApp e permette di fare **conversazioni multilingua tramite AI**.

pod.camp è il **primo camping management software in cloud** dedicato al turismo all'aria aperta che ti permette di gestire e far vivere la tua struttura ricettiva in totale libertà.

 **pod.camp**
camping in cloud

Accessibilità come valore: un nuovo paradigma per il turismo italiano



Superare la logica della conformità normativa per costruire un'offerta turistica inclusiva, sostenibile e orientata alla qualità dell'esperienza. L'accessibilità diventa leva strategica e opportunità per le aziende

Roberto Vitali

CEO e Co-Founder Village for all V4A®

Ripensare l'accessibilità nel turismo significa, prima di tutto, cambiare prospettiva: non più un adempimento imposto dalla normativa, ma un'opportunità concreta di crescita, innovazione e differenziazione. Si tratta di un passaggio culturale che invita a superare il concetto riduttivo di "barriera architettonica"

per abbracciare un'idea più ampia di inclusione e qualità dell'esperienza. L'accessibilità non può essere ridotta a un'icona o a un simbolo. Non è una questione di "mancanze", né un insieme di requisiti da spuntare. È, piuttosto, un indicatore della capacità di un'impresa turistica di accogliere ogni ospite, senza etichette, in modo naturale e integrato.

Accessibilità come qualità diffusa

Nel sistema turistico italiano – composto da oltre 33.000 alberghi, 2.500 campeggi e più di 7.000 stabilimenti balneari – il problema non è tanto il rispetto delle norme, quanto il fatto che la conformità normativa non garantisce necessariamente

IL TUO INSTAGRAM È COME NETFLIX!

La competizione non è
sul clic ma sull'**attenzione**
dell'utente e per ottenerla
hai solo una strada:
creare intrattenimento.

O vuoi essere scartato?

Strategie di **Marketing Turistico, Content Creation** e
Diritto Legale Digitale per **Camping Village**



Emoticom S.r.l.
Via Fratel Prospero 14
10095 - Grugliasco (TO)
Tel. 011-18838723
mail: info@emoti-com.it
www.emoti-com.it

Digital Marketing
Piani Editoriali
Social Ads
Formazione Professionale
Strategie di Comunicazione e Visibilità
Brand Identity
Diritto Digitale

Inquadra e ascolta
#SocialMente
il nostro **podcast**
gratuito su
marketing e
comunicazione





la qualità dell'esperienza. Spesso le strutture sono formalmente "a norma", ma offrono soluzioni poco funzionali o limitate.

È necessario un cambio di paradigma: non parlare di disabilità, ma di esigenze di accessibilità, mettendo al centro la persona e non la sua condizione. I numeri sono eloquenti: in Italia, oltre ai 7,6 milioni di persone con disabilità certificata, ci sono più di 12 milioni di cittadini che hanno vissuto limitazioni temporanee o permanenti nell'autonomia. Un pubblico ampio e reale, che va considerato nella progettazione e nella comunicazione turistica.

Dalla conformità al valore

La vera competitività, oggi, si misura nella capacità di offrire esperienze autenticamente accessibili, andando **oltre la burocrazia e i requisiti minimi**. La trasparenza dell'informazione, la formazione del personale e la cura dei dettagli diventano elementi distintivi dell'accoglienza.

In questo contesto, l'ospitalità inclusiva è una competenza, non un obbligo. È nel momento dell'accoglienza che si fa la differenza: attraverso l'ascolto, la comprensione e la capacità di orientare l'ospite nel rispetto delle sue esigenze.

Accessibilità e sostenibilità: un binomio inscindibile

La sostenibilità ambientale non può prescindere dalla dimensione sociale. Luoghi bellissimi ma inaccessibili sono spazi svuotati di senso. L'accessibilità è parte integrante della sostenibilità, e non può essere trattata come un tema a sé stante.

Da anni, anche attraverso il lavoro svolto con FAITA-Federcamping, si dimostra che un turismo realmente inclusivo è possibile. Un'idea che nel 2008 sembrava utopica oggi è realtà: il turismo accessibile genera ritorni economici e reputazionali tangibili, ed è riconosciuto a livello europeo come un modello vincente.

Best practice che generano valore

Nel network di imprese aderenti, composto da oltre 95 realtà – in prevalenza campeggi e villaggi turistici – sono emerse best practice di riferimento. Tra queste, Union Lido e Open Air Resort Florence hanno ottenuto riconoscimenti internazionali dall'ADAC per l'eccellenza nell'accessibilità.

Alcuni dati chiave:

- **Union Lido** dispone di 25 unità accessibili e ha registrato 14.000

presenze nel 2025, per un fatturato di circa 400.000 euro generato da questo segmento.

- **Florence** offre 37 unità accessibili, con un fatturato analogo e un tasso di occupazione del 30% nelle soluzioni di fascia alta, che sale al 46% nelle unità di fascia media.

Entrambe le strutture dimostrano che è possibile conciliare estetica, comfort e inclusività, senza connotazioni stigmatizzanti o medicalizzate.

Le unità abitative sono belle, funzionali, utilizzabili da tutti. Perché l'inclusione passa attraverso la normalità.

Quanto costa non farlo?

L'accessibilità riguarda il 15% del mercato turistico. Ignorarla significa rinunciare a clienti, perdere competitività, compromettere il posizionamento del brand. La domanda non è più "quanto costa?", ma "quanto costa non farlo?".

Un'offerta turistica accessibile **non è un favore né un costo**: è una promessa di qualità, un indice di maturità imprenditoriale e di capacità di rispondere ai bisogni della società. È ciò che distingue un'impresa davvero orientata al futuro. ✨



Camping & Natura Villages: una rete di accoglienza per una Romagna sostenibile e connessa al territorio



Dalla costa emiliana una innovativa idea di turismo all'aria aperta: sostenibilità, identità locale, innovazione digitale e lavoro di rete

Carlo Ravaioli

Presidente del Consorzio Camping & Natura Villages

Il Consorzio Camping & Natura Villages nasce nel 2017 dalla volontà condivisa di dieci imprenditori del settore open air in Emilia-Romagna. Oggi conta 25 campeggi e villaggi turistici distribuiti lungo l'intera costa adriatica, da Comacchio a Riccione, attraversan-

do località come Ravenna, Cervia, Cesenatico, Gatteo Mare e Rimini.

Alla base del progetto, una visione comune: valorizzare la natura, le persone e le tradizioni locali attraverso un turismo all'aria aperta sostenibile, accessibile e autentico.

Sostenibilità, identità e promozione integrata

L'offerta del consorzio si fonda sulla sinergia tra ospitalità e territorio. Le esperienze turistiche proposte integrano pinete costiere, parchi naturali, saline, borghi storici ed



eccellenze enogastronomiche locali, restituendo un'immagine coerente e distintiva della Romagna.

Le strutture consorziate, pur mantenendo la propria identità, condividono una strategia di rete per rafforzare il posizionamento complessivo e aumentare la visibilità, anche internazionale. Le attività promozionali seguono le linee guida regionali e si sviluppano in collaborazione con APT Servizi, Visit Romagna, FAITA Federcamping, Assocamping e gli enti locali.

Un portale rinnovato per una domanda digitale

Nel 2025 il sito web del consorzio è stato completamente riprogettato con l'obiettivo di trasformarlo da semplice vetrina informativa a piattaforma evoluta di prenotazione.

Il nuovo portale integra il sistema Secure Holiday, che consente all'utente di consultare disponibilità, generare preventivi in tempo reale e completare la prenotazione in modo autonomo, sicuro e intuitivo.

I risultati sono già significativi: oltre il 70% delle richieste online si convertono in prenotazioni effettive, segno di una domanda sempre più orientata all'efficienza digitale e alla fiducia nel servizio.

Turismo come connessione e comunità

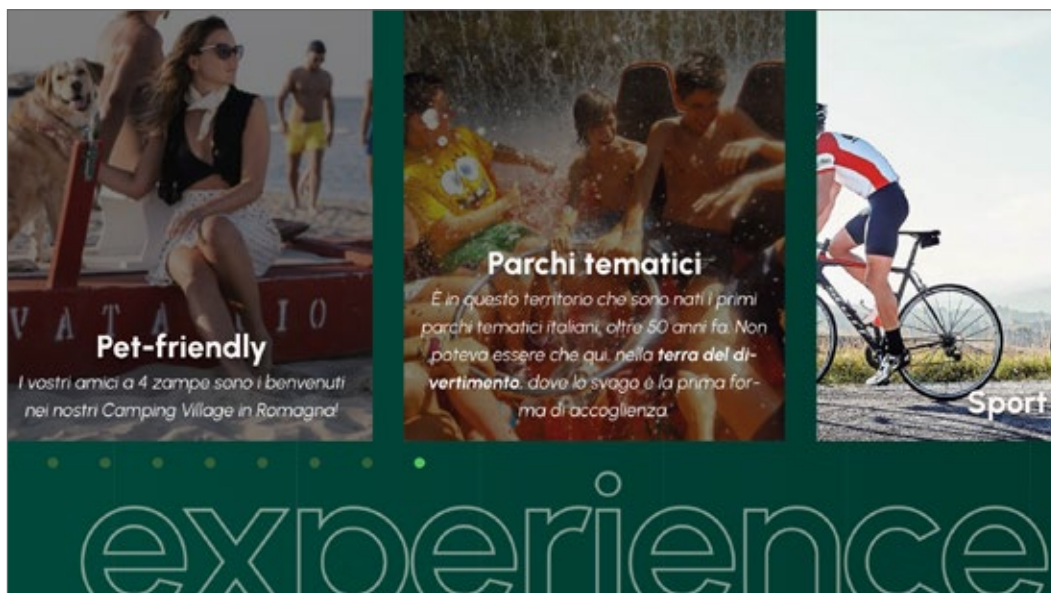
Il consorzio promuove una visione in cui il turismo non è solo ospitalità, ma anche relazione con il territorio e le comunità. Ogni esperienza proposta punta a essere coinvolgente, identitaria e sostenibile, capace di attrarre viaggiatori con esigenze e sensibilità diverse.

La Romagna si conferma terreno fertile per un turismo open air moderno e inclusivo, in grado di offrire una gamma di proposte che spaziano dalla natura all'enogastronomia, dalla cultura all'attività fisica.

Innovazione e lavoro di squadra

Il Consorzio Camping & Natura Villages continua a investire su innovazione digitale, sostenibilità ambientale e formazione condivisa, consapevole che la crescita passa attraverso collaborazione, confronto e diffusione delle buone pratiche. L'obiettivo è contribuire in modo concreto a costruire un turismo più moderno, efficiente e responsabile, fondato sull'autenticità dei luoghi e sulla forza della rete. *

La costa romagnola si fa rete di esperienze, dove l'ospitalità incontra natura, cultura e innovazione.



Viaggio nei territori: strategie per valorizzare le destinazioni



*Identità territoriale e sostenibilità:
la formula di Cavallino Treporti per lo sviluppo integrato di
modelli di turismo responsabile*

Mattia Enzo

Presidente Parco Turistico di Cavallino Treporti

La valorizzazione di una destinazione turistica non può prescindere da una visione sistemica e condivisa. L'esperienza di Cavallino Treporti dimostra come la cooperazione tra imprese, istituzioni e comunità locale sia la chiave per uno sviluppo autentico, sostenibile e duraturo.

Il **Consorzio di Promozione Turistica**, nato nel 2006, si è costituito come risposta collettiva alla neces-

sità di superare la frammentazione nella promozione del territorio. Oggi riunisce circa 70 imprese appartenenti a settori diversi – dalla ricettività all'agricoltura, dal commercio alla ristorazione – che hanno scelto di unirsi per dare vita a **una nuova filosofia dell'ospitalità**.

Fin dall'inizio è emerso con chiarezza che la semplice promo-commercializzazione non era più sufficiente.

Per essere realmente efficaci, occorre valorizzare l'identità territoriale nella sua interezza, coinvolgendo attivamente il tessuto economico e istituzionale, ma anche i cittadini.

L'ospite, infatti, percepisce la destinazione come un ecosistema: ogni dettaglio, ogni interazione, contribuisce alla qualità dell'esperienza vissuta.

Nel tempo, il consorzio è diventato



Cultura, sostenibilità e innovazione: i pilastri per trasformare una destinazione in un sistema coeso e competitivo.

un interlocutore strategico dell'amministrazione comunale, partecipando a tavoli di lavoro, progetti di sviluppo e processi decisionali, anche su tematiche che vanno oltre il turismo in senso stretto, ma che hanno impatto diretto sull'accoglienza e sulla competitività del territorio.

Oggi il consorzio si avvale di un **team composto da 15 a 20 collaboratori**, formati non solo sulle competenze operative e gestionali, ma anche sulla conoscenza storica, culturale e ambientale del territorio. L'attività si estende alla gestione culturale, come nel caso del museo Tor Pisani, e alla comunicazione digitale attraverso un social media team interno che racconta il territorio durante tutto l'anno, contribuendo alla **destagionalizzazione dell'offerta**.

Anche l'evoluzione nel mondo della comunicazione impone un cambio di passo: è importante rimanere

aggiornati e affrontare queste sfide non in modo passivo, ma comprendendo ciò che può essere più importante per un territorio come il nostro e percorrere tutti i canali, compresi quelli tracciati dalle nuove tecnologie, per far conoscere il territorio e le opportunità che offre lungo tutto l'arco dell'anno.

Un altro punto di forza è rappresentato dalla rete imprenditoriale locale, in particolare nel comparto Open Air. Basti pensare che **29 strutture ricettive consorziate generano il 96% delle 7 milioni di presenze annue**, confermando l'importanza strategica di questo modello di ospitalità. La forte identità di brand di alcune strutture, inizialmente più riconosciute della destinazione stessa, è stata messa al servizio di un progetto comune di rafforzamento della brand identity territoriale.

Il percorso di crescita ha incluso investimenti in digitalizzazione, professionalizzazione e creazione di

nuovi servizi, come un'agenzia viaggi dedicata alla vendita di esperienze. Queste ultime, concepite in sinergia con gli operatori locali, sono strumenti fondamentali per raccontare il territorio, valorizzarne le peculiarità e rispondere alle nuove esigenze di un turismo consapevole e immersivo.

La sostenibilità – ambientale, economica, sociale – è diventata un valore guida concreto, e non solo una parola d'ordine.

Il consorzio promuove modelli di turismo responsabile, sostenendo le aziende certificate e lavorando fianco a fianco con le amministrazioni per allineare gli investimenti alle strategie di lungo termine.

In sintesi, la destinazione non è un'entità astratta, ma il risultato del lavoro quotidiano di una comunità coesa e consapevole, che investe nel proprio futuro attraverso cultura, formazione, innovazione e collaborazione. ✨

Open Air Visian – Una nuova Filosofia di Ospitalità

Le funzioni del Consorzio

Coordinamento delle azioni che danno identità e coerenza alla destinazione

- **Governance della destinazione** e attuazione dell'OGD di Cavallino Treporti
- **Promozione unitaria del territorio** nei mercati nazionali e internazionali
- **Sviluppo di prodotti turistici tematici** legati a natura, cultura e accoglienza open air
- **Comunicazione e informazione** attraverso canali digitali e materiali editoriali
- **Collaborazione costante** con operatori, associazioni e istituzioni per la crescita condivisa del sistema turistico locale






FORUM OPEN AIR 2025





VILLAGGI- ITALIA.COM

IL PORTALE RISERVATO ALLE STRUTTURE
TURISTICHE CON UNITA' ABITATIVE IN ITALIA

LASTMINUTE- CAMPEGGI.IT

TUTTE LE OFFERTE PUBBLICATE IN TEMPO
REALE SULL'UNICO PORTALE A TEMA

VACANZE **COMING SOON** GLAMPING.IT

PER LE VACANZE DEL MOMENTO UN PORTALE
INTERAMENTE DEDICATO AL GLAMPING

SCOPRI SUBITO IL MODO MIGLIORE PER AU- MENTARE LA VISIBILITÀ DELLA TUA STRUT- TURA!

- ✓ Scheda in **6 lingue** su un Network di portali specializzati;
- ✓ Gestione autonoma della scheda e delle offerte;
- ✓ Promozione multicanale (web, social, guide, fiere);
- ✓ **Massima visibilità** della tua struttura sui motori di ricerca;
- ✓ Aumento delle prenotazioni direttamente dal web;
- ✓ Statistiche sempre a portata di mano;
- ✓ Assistenza e competenza garantita.

**PIÙ DI 1000 STRUTTURE HANNO GIÀ SCELTO
IL NETWORK CAMPEGGIEVILLAGGI.IT.**

 **+39 02 38001954**
 **info@eurocamp.srl**



Destination Verona & Garda: una nuova governance per il turismo del futuro



Un modello di gestione turistica fondato su dati, collaborazione e progettualità condivisa con gli operatori

Luca Caputo

Direttore Generale Destination Verona & Garda Foundation

Nel contesto post-pandemico, la necessità di ripensare l'organizzazione turistica ha portato alla nascita della **Destination Verona & Garda Foundation**, ente a capitale interamente pubblico, promosso dalla Camera di Commercio di Verona e oggi sostenuto da 71 Comuni della provincia. L'obiettivo è chiaro: dotare il territorio di una governance turistica efficace, orientata a una

gestione intelligente e professionale dell'accoglienza, in linea con i modelli delle destinazioni più competitive a livello europeo.

In un mercato in continua trasformazione, la promozione fine a se stessa non è più sufficiente. È necessario **sviluppare competenze, valorizzare i dati, pianificare strategie di lungo periodo** e, soprattutto, coinvolgere realmente gli attori locali. Il modello organizzati-

vo adottato si ispira a best practice europee come Visit Valencia, dove il personale specializzato rappresenta una componente chiave e il lavoro di intermediazione arriva fino al supporto all'acquisto di esperienze e servizi turistici.

La Fondazione ha strutturato un **meccanismo contributivo proporzionale alle presenze turistiche**, per assicurare risorse stabili e commisurate allo sviluppo del terri-

L'Open Air come asset strategico in una destinazione che punta sulla sostenibilità e l'intelligenza territoriale.

torio. Con il supporto della Regione Veneto e attraverso progetti come Smart Tourism Destination, sono stati attivati investimenti che hanno favorito la crescita di una cultura del dato condivisa, grazie alla collaborazione con partner come HB Benchmark e Mastercard.

Uno degli elementi distintivi di questo approccio è la responsabilizzazione nella gestione e nella comunicazione dei dati. Un protocollo siglato con FAITA e Federalberghi prevede che le informazioni vengano lette, interpretate e condivise in modo trasparente e coerente, evitando strumentalizzazioni e contribuendo a una narrazione corretta delle performance territoriali.

Il settore Open Air, in particolare sul Lago di Garda, rappresenta un segmento strategico: quattro turisti su cinque scelgono il campeggio, confermando la centralità di questo modello di ospitalità.

La Fondazione ha avviato un percorso di co-progettazione con gli operatori del comparto, creando un catalogo di esperienze e attivando

campagne promozionali mirate – anche attraverso partnership con compagnie aeree – orientate a target outdoor.

Tra gli obiettivi, la promozione di un turismo più consapevole, che distribuisca i flussi in modo equilibrato durante l'anno e nei diversi ambiti territoriali. Fondamentale è la collaborazione con le amministrazioni locali per incentivare pratiche green, come la mobilità sostenibile, e la valorizzazione di progetti che tutelino il patrimonio naturale e culturale. Grazie all'uso evoluto della piattaforma DNS e all'integrazione con Italia.it, la destinazione sta lavorando per rendere l'esperienza turistica più prenotabile, visibile e accessibile, valorizzando l'Open Air come forma di turismo sostenibile e identitario.

La sfida è quella di passare definitivamente da una visione frammentata della promozione a una governance turistica integrata, in cui **i dati, la programmazione, la digitalizzazione e il coinvolgimento attivo degli operatori** costituiscano la base di uno sviluppo duraturo e condiviso. *

Destinazione Verona Garda Foundation. Evoluzione della destinazione, dalla promozione alla governance

03. Osservatorio Turistico Verona Garda

Dati e informazioni sono oggi essenziali per la gestione di un sistema territoriale

Occorre però passare dalla cultura del comunicato stampa a quello del prodotto/strategia

BUSINESS INTELLIGENCE
Unire le attività di supporto al cliente.

 Attività mensili Conoscenza di attività mensili per la promozione e la comunicazione.	 Attività annuali per destinazione Conoscenza di attività annuali per la promozione e la comunicazione.	 Attività annuali per paese Conoscenza di attività annuali per la promozione e la comunicazione.	 Presenza per attività Conoscenza di presenza per la promozione e la comunicazione.
 Presenza annuali per destinazione Conoscenza di presenza annuali per la promozione e la comunicazione.	 Presenza annuali per paese Conoscenza di presenza annuali per la promozione e la comunicazione.	 Dati intelligence territoriali Conoscenza di dati territoriali per la promozione e la comunicazione.	 Dati intelligence turistiche Conoscenza di dati turistici per la promozione e la comunicazione.

FORUM OPEN AIR 2025

Scienza, cittadini e turismo: il valore delle Sentinelle del Mare



Un progetto di citizen science che coniuga ricerca, educazione ambientale e coinvolgimento dei turisti nella tutela del patrimonio marino.

Stefano Goffredo

Dipartimento di Scienze Biologiche, Geologiche e Ambientali Alma Mater Studiorum - Università Bologna - Progetto Sentinelle del Mare

Partecipare alla scienza può diventare un'esperienza di valore, non solo per i ricercatori, ma anche per i cittadini e per i turisti. Questo è lo spirito di **Sentinelle del Mare**, un progetto di citizen science sviluppato dall'**Università di Bologna – Dipartimento di Scienze Biologiche, Geologiche e Ambientali** in collaborazione con **Confcommercio** e **FAITA Federcamping**, che

da anni coinvolge migliaia di cittadini nella raccolta di dati ambientali nei contesti marini.

Il progetto, nato grazie anche al contributo fondamentale di Alberto Corti, rappresenta oggi una **metodologia riconosciuta a livello europeo**, tanto che le ultime linee guida della Commissione UE prevedono che almeno il 30% dei dati scientifici raccolti provenga da attività di citi-

zen science. In questo contesto, l'esperienza delle Sentinelle del Mare è pionieristica e all'avanguardia.

L'obiettivo principale è **monitorare lo stato di salute dell'ambiente marino**, attraverso il coinvolgimento attivo di turisti, snorkelisti e subacquei nella compilazione di schede di rilevamento. Queste schede – disponibili in formato cartaceo e digitale – sono progettate per esse-



Sistema segnalazione incendi per campeggi

Conforme alle prescrizioni del DM 28 febbraio 2014 in materia di prevenzione incendi nelle strutture turistico ricettive in aria aperta



re accessibili anche ai non esperti e contengono immagini di specie facilmente riconoscibili, come il cavalluccio marino, il polpo o la murena. L'analisi dei dati consente di sviluppare un indice di qualità ambientale che restituisce una lettura dello stato di biodiversità attraverso una scala cromatica dal nero (critico) al blu (ottimale).

Nel corso degli otto anni di attività, sono stati **raccolti oltre 10.000 questionari**, provenienti da decine di località lungo le coste italiane e del Mediterraneo. Ogni questionario è sottoposto a **validazione scientifica**, secondo protocolli riconosciuti a livello internazionale e pubblicati in riviste peer-reviewed. Ma il valore del progetto non si esaurisce nella raccolta dati.

Sentinelle del Mare è anche un **potente strumento di educazione ambientale**, rivolto in particolare ai più giovani. Oltre 120 sono state le attività didattiche realizzate solo nell'ultimo anno, spesso in collabo-

razione con stabilimenti balneari, villaggi e campeggi affiliati a Confcommercio e FAITA Federcam-ping.

L'entusiasmo dei bambini coinvolti dimostra quanto sia efficace imparare sul campo il valore del mare, proprio nei luoghi della vacanza.

I risultati non si fermano all'estate. Ricerche longitudinali dimostrano che la consapevolezza ambientale acquisita durante la vacanza – in particolare rispetto agli impatti dell'uomo sugli ecosistemi – si mantiene elevata anche a distanza di tre anni dall'esperienza.

Il mare non si protegge solo con le leggi, ma anche con la conoscenza e la partecipazione.

Questo suggerisce un potenziale **effetto duraturo sui comportamenti individuali**, un aspetto centrale per una transizione verso forme di turismo più sostenibili.

In sintesi, Sentinelle del Mare è un esempio concreto di come la ricerca scientifica, l'esperienza turistica e l'impegno civico possano convergere in un **modello virtuoso**.

Un progetto che contribuisce alla conoscenza, arricchisce la vacanza e stimola una **nuova consapevolezza naturalistica**, lasciando un segno anche a lungo termine. *



La trasformazione di ZOOM Torino: quando un'idea ridisegna il territorio



L'evoluzione di un'idea nata nella campagna torinese è diventata un attrattore turistico di livello nazionale

Maurizio Baldini

Hospitality Specialist del bioparco ZOOM Torino

Alle origini di ZOOM c'è una storia che unisce intuizione, resilienza imprenditoriale e capacità di trasformazione del territorio. Nei primi anni Settanta, un contadino piemontese, alle prese con un terreno agricolo poco produttivo ma ricco di argilla, iniziò a scavare per cederla ai produttori di laterizi. Da quell'attività nacque un vaso d'acqua che divenne presto meta per la pesca e

le gite fuori porta dei torinesi. Nel tempo, attorno a questo spazio naturale nacque un piccolo zoo, grazie anche alla presenza di circensi locali. A differenza degli zoo tradizionali, però, gli animali non venivano tenuti in gabbia, ma inseriti in habitat ricostruiti con attenzione. Il figlio del fondatore, dopo una formazione economica negli Stati Uniti, trasformò progressivamente questa realtà, facendola evolvere fino

all'**attuale Bioparco ZOOM**, che oggi ospita **oltre 300 esemplari appartenenti a 80 specie diverse**, tutti nati in cattività e inseriti in ambienti altamente specializzati. Tanto che nel 2025 si è registrato un lieto evento del tutto eccezionale: la nascita di un cucciolo di bradipo di nome Slow, successivamente scelto come testimonial per una campagna sulla sicurezza stradale, associando la lentezza del bradipo al concetto



di 'rallentare' nel traffico. La sua nascita è stata considerata un traguardo per la specie. ZOOM non nasce in una città o in un contesto turistico già affermato, ma si impone come attrattore indipendente e autonomo. Con **650.000 ingressi annui** (dati 2024), supera in numeri altri noti poli culturali del Nord-Ovest come la Reggia di Venaria o il Museo dell'Automobile, posizionandosi subito dopo realtà iconiche come il Museo Egizio e il Museo del Cinema di Torino.

Proprio per rispondere alla crescente domanda turistica e alla carenza ricettiva dell'area, nel 2019 nasce il progetto di un glamping, inizialmente con 20 unità temporanee, pensate per eventi interni al parco.

Quando la visione supera il limite della funzione: un habitat che diventa destinazione.

Una volta completati i necessari iter autorizzativi, il progetto è stato ampliato, raggiungendo oggi 56 unità abitative.

L'iniziativa, completamente privata e autofinanziata, ha generato risultati significativi: un'occupazione costante delle strutture disponibili e un **ADR medio di 258 euro a notte**, al netto della colazione.

I picchi stagionali superano questa media, dimostrando l'alto valore percepito dell'esperienza.

Con un **team di 280 dipendenti**, il progetto ha saputo unire visione imprenditoriale, approccio sostenibile e valorizzazione del territorio, trasformando un'area priva di vocazione turistica in una destinazione esperienziale che combina natura, accoglienza e innovazione. *





EUICALIPTO?

Sì, GRAZIE!

PERCHÈ?

- È un legno molto stabile!
- Ha un'elevatissima resistenza all'usura
- Idoneo alle alte temperature
- Facilmente lavorabile
- Resistente a termiti ed insetti



SCOPRI LA NOSTRA
GAMMA DI VERANDE
E GAZEBI



www.giostemar.it
+ 39 0424 382 821
info@giostemar.it

Il turismo come fatto culturale: la visione antropologica per comprendere la contemporaneità



Comprendere il turismo come fenomeno culturale significa affrontarlo con strumenti multidisciplinari, capaci di rispondere alla complessità del presente.

Ernesto Di Renzo

Docente di Antropologia culturale all'Università di Roma Tor Vergata

In Italia, il ruolo dell'antropologo è spesso sottovalutato, quasi confuso con quello dell'archeologo o dello studioso di ossa antiche.

Al contrario, come antropologo culturale, ritengo fondamentale por-

tare uno sguardo umanistico in un contesto come quello turistico, dove il tema dell'identità, dell'immaginario, delle aspettative e della relazione con il territorio non può essere ridotto a sole logiche di mercato.

Il turismo non è semplicemente

un'attività legata al tempo libero: è un **fenomeno culturale complesso**, e come tale richiede letture e competenze altrettanto complesse.

Ogni progettazione turistica, ogni pianificazione dell'offerta, per esse-

re realmente efficace, deve partire dalla comprensione di ciò che motiva la domanda. E la domanda – ovvero il turista – è sempre condizionata dalla cultura di appartenenza. Nel mio corso di antropologia del turismo all'università di Tor Vergata, lo dico spesso: non basta conoscere il business plan o gli strumenti di marketing. Serve anche capire perché siamo turisti, cosa cerchiamo, cosa ci spinge a viaggiare, cosa rende un'esperienza memorabile. Queste risposte non si trovano nei numeri, ma nella cultura. La cultura definisce il desiderabile, orienta le scelte, stabilisce le priorità.

Il turismo oggi non ha più le stesse funzioni del passato. È cambiato rispetto al Grand Tour rinascimentale, è diverso dal turismo industriale degli anni Sessanta o da quello organizzato delle guide cartacee. Il turista contemporaneo non porta con sé la guida rossa del Touring Club: cerca altro, cerca esperienze non programmate, cerca autenticità, semplicità, immersione.

Per questo, **l'approccio umanistico è necessario**. È solo comprendendo la componente simbolica,

L'Open Air risponde ai bisogni del postmoderno: autenticità, comunità, immersione.

rituale, sociale del viaggio che possiamo costruire offerte realmente significative. Ecco perché il turismo Open Air, per come si configura, è oggi uno degli strumenti più efficaci per rispondere ai bisogni del turista postmoderno: perché offre natura, libertà, contatto umano, senso di comunità.

Questa forma di turismo abbatte le barriere, crea *comunitas*, favorisce il senso di appartenenza e genera memorie condivise. È capace di rispondere a bisogni profondi, che non sono solo legati al consumo, ma alla costruzione della propria immagine pubblica. **Il turismo è ormai anche un fatto sociale totale**, per dirla con Mauss: non è confinato a un solo ambito, ma tocca trasversalmente economia, cultura, relazioni, identità.

Significativo è anche l'aspetto economico e sociale legato alla perce-

zione del turismo come bene essenziale. Secondo dati recenti, milioni di euro vengono investiti ogni anno dai giovani attraverso forme di credito al consumo pur di accedere all'esperienza turistica.

Perché? Perché non si rinuncia a ciò che ci definisce. **La vacanza non è più solo evasione: è parte integrante del nostro progetto identitario.**

L'antropologia del turismo, in questo senso, non è una disciplina accessoria, ma una chiave interpretativa indispensabile. Non possiamo progettare esperienze per il futuro con strumenti del passato.

Occorre conoscere il presente culturale per poter essere competitivi nel mercato turistico contemporaneo. Solo così possiamo costruire destinazioni che parlano davvero alle persone. *

Open Air Vision – Una nuova Filosofia di Ospitalità



Motivazione a vivere situazioni che coinvolgano tutti i piani dell'esperienza sensoriale

FORUM OPEN AIR 2025





LA CENTRALITÀ DELL'OFFERTA OPEN AIR

Bike tourism e ospitalità: infrastrutture e servizi per il viaggiatore sostenibile



Numeri in crescita, tecnologie digitali e nuovi bisogni rendono il turismo in bici un asset strategico per le aziende

Ilaria Fiorillo

Esperta di cicloturismo e bike influencer

Il cicloturismo è oggi una delle espressioni più dinamiche e in crescita del turismo esperienziale.

A confermarlo sono i dati diffusi da Istat e Legambiente: **89 milioni di presenze nel 2024, un impatto economico di 9,8 miliardi di euro e una crescita del 54% rispetto all'anno precedente.**

Numeri che raccontano un fenomeno ormai maturo, che vede l'Italia prima destinazione scelta dai ciclovaghiatori internazionali.

A cambiare è anche il profilo del turista: grazie alla diffusione delle **e-bike**, il cicloturismo è oggi **più accessibile**, e viene supportato da piattaforme digitali come **Komoot**, che permettono la gestione e la condivisione degli itinerari. A questo si aggiunge una crescente domanda di **vacanze sostenibili**, autentiche, immersive: caratteristiche perfettamente allineate con l'offerta Open Air.

Viaggiare in bicicletta significa vivere il territorio in modo attivo e

profondo, e anche l'ospitalità deve saper accompagnare questa esperienza. Per le strutture ricettive Open Air si tratta di un'opportunità naturale: offrire ricoveri sicuri per le bici, servizi di ricarica e manutenzione per e-bike soprattutto, mappe e itinerari accessibili è ormai una condizione indispensabile per essere bike-friendly.

Non basta accogliere, **serve organizzare e comunicare**: affidarsi a un bike manager o entrare in

reti strutturate come **Dynaclub di Repower** consente alle strutture di aumentare visibilità e attrattività, integrando servizi reali – come la ricarica e l’aggancio ordinato delle

biciclette – con strumenti digitali e promozionali dedicati. Il cicloturismo, in sintesi, rappresenta una **leva concreta per de-stagionalizzare, attrarre nuovi**

target e costruire esperienze ad alto valore percepito. Per il mondo dell’Open Air è l’occasione per diventare un vero laboratorio di sostenibilità e innovazione turistica. *

COME STA CAMBIANDO IL CICLOTURISMO

Nuove tecnologie, come le **e-bike**, integrazione di **app e piattaforme digitali** per la gestione degli itinerari e il tracciamento delle attività, e la crescente domanda di esperienze di viaggio sostenibili e culturalmente arricchenti stanno ridefinendo l’esperienza del cicloturismo.



FORUM OPEN AIR 2025



Porta il tuo villaggio o resort al successo

VILLAGGIOSOLDOUT
-COMMISSIONI+PROFITTI

Scopri i **risultati ottenuti** da villaggi e resort che hanno scelto di lavorare con noi. Storie vere, **obiettivi raggiunti**. **Persone, strategie e numeri concreti**. Ecco cosa abbiamo realizzato con i team di direzione:

- Meno intermediari, più prenotazioni dirette
- Crescita di profitti e fatturato
- Riposizionamento del target clienti e del prodotto
- Riduzione dei costi di marketing
- Procedure ottimizzate e scelta di partner strategici
- Apertura a nuovi mercati, anche esteri.



villaggiosoldout.com

LA CENTRALITÀ DELL'OFFERTA OPEN AIR

Oltre il glamping: la nuova grammatica dell'ospitalità



Come cambiano i campeggi: dalla vacanza economica al nuovo linguaggio dell'ospitalità esperienziale

Višen Slamar

Architecture & Interior Studio, Tissa&Partners

Per capire dove sta andando il campeggio Open Air, bisogna guardarsi indietro e osservare cosa è successo negli ultimi dieci anni.

Dieci anni fa il campeggio era ancora visto come una forma economica, funzionale di ospitalità. Oggi, grazie anche al boom del glamping, ha compiuto una trasformazione radicale: non si vende più solo un po-

sto dove dormire, ma un'esperienza emotiva, un modo di vivere il paesaggio e la vacanza.

Questa trasformazione ha richiesto una nuova grammatica progettuale. Slamar e il suo team hanno individuato otto ambiti chiave per progettare i campeggi del futuro:

- Nuove generazioni di utenti
- Design dell'esperienza
- Sostenibilità visibile

- Nuove funzionalità
- Benessere e salute
- Aree acquatiche
- Comunicazione e storytelling
- Intrattenimento e crescita personale

Ognuno di questi ambiti è una checklist progettuale, uno strumento per immaginare e anticipare cosa sarà il campeggio nel 2035.

Chi sono i campeggiatori del futuro?

Nel 2035, il 50% degli ospiti sarà composto da Generazione Z e Generazione Alpha: ragazzi nati dopo il 2000, cresciuti nella cultura digitale, abituati a cercare ispirazione su TikTok, a prenotare esperienze da smartphone, a influenzare le decisioni familiari con competenza e sensibilità.

Per loro, non basta il design: servono esperienze autentiche, raccontabili, local, immersive, sostenibili e — soprattutto — instagrammabili. È la dimensione "software" del campeggio: emozioni, narrazioni, stile di vita.

Dall'alloggio al significato

Le nuove mobile home non si giudicano più solo per come sono fatte, ma per cosa raccontano. La narrazione del territorio e l'identità locale sono elementi fondamentali. Produttori a km0, cultura gastronomica, artigianato, natura: tutto ciò che crea momenti autentici diventa un asset.

Anche il concetto di intrattenimento si evolve: non si tratta più solo di animazione per famiglie, ma di creare spazi per la crescita personale, la salute mentale, l'educazione emo-

zionale e la mindfulness.

Il benessere, in questa visione, non è più un centro spa da catalogo, ma un approccio integrato al vivere bene, immersi nella natura.

Il "wellness" non si misura solo in saune e piscine, ma nella qualità del tempo, nella rigenerazione dell'individuo.

La sostenibilità non si nasconde più

Un tempo la sostenibilità era un vincolo tecnico; oggi è un valore da esporre con orgoglio. In Croazia, Slamar segnala che pannelli solari, sistemi di raccolta idrica, parcheggi verdi e garden farmhouse sono diventati elementi progettuali visibili, veri e propri simboli del cambiamento.

Le nuove funzionalità puntano all'autonomia delle piazzole: docce e cucine private, piccoli servizi condivisi, spazi ibridi tra pubblico e privato. Il campeggio si trasforma in un villaggio diffuso, capace di offrire comfort, riservatezza e senso di comunità.

Comunicare bene è progettare meglio

Nel campeggio del futuro, la comunicazione è parte integrante del

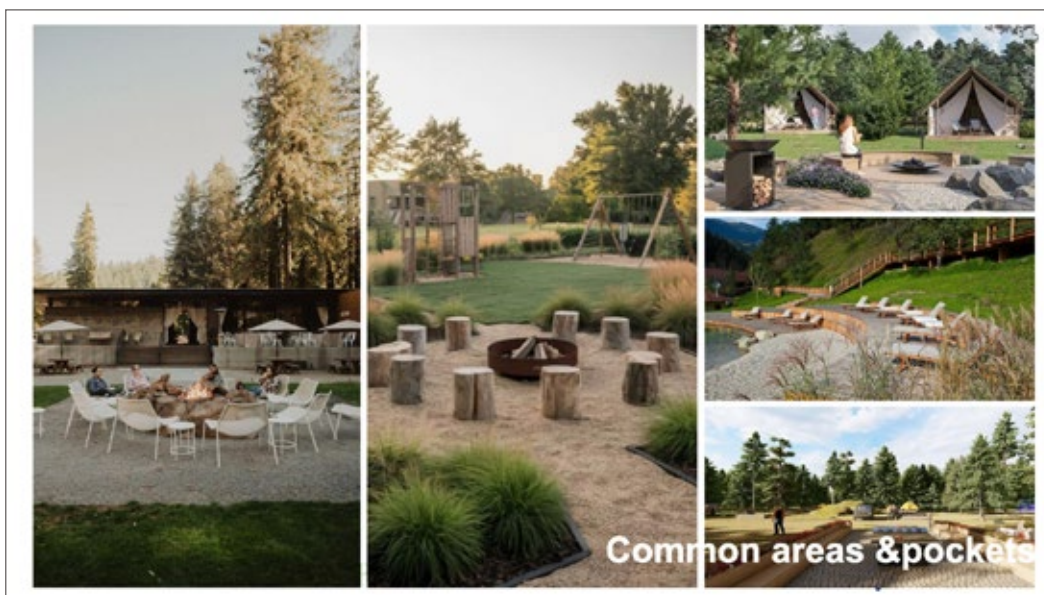
progetto. Ogni spazio può raccontare una micro-storia: dal concept architettonico al naming degli alloggi, dalla narrazione del paesaggio fino alla costruzione di "micro-brand" all'interno del campeggio stesso.

E questo non vale solo per i piccoli operatori. Oggi i grandi player dell'hôtellerie internazionale stanno entrando nel mondo Open Air: Marriott ha acquisito Postcard, Hilton collabora con Autocamp, e l'interesse per il glamping è in forte crescita in tutto il settore extra-alberghiero.

L'ospitalità ibrida è già realtà

"Hybrid camping diventa hybrid hospitality": con queste parole, Slamar sintetizza la tendenza in atto. I confini tra campeggio, glamping e hotellerie stanno scomparendo. Il turismo Open Air diventa una forma di ospitalità a sé, con un'identità sempre più forte e riconoscibile.

Il futuro del campeggio non è un ritorno alla semplicità, ma un'evoluzione verso esperienze ricche di significato, che mettono insieme comfort, natura, comunità e racconto. Una grammatica nuova per un turismo che vuole parlare il linguaggio delle emozioni. *



Mobile Home: l'accoglienza tra innovazione, comfort e sostenibilità



Dalla ricerca al design, un viaggio tra comfort, natura e visione: il futuro delle mobile home come rifugio, gioco, finestra e sogno

Luca Trabattoni

PhD in Architecture, Associate Professor – University of Technology of Opole (Poland)

Le mobile home non sono semplicemente alloggi prefabbricati: sono spazi di desiderio, luoghi temporanei che danno forma al sogno di evasione tipico del turismo all'aria aperta. È questa la visione che ha guidato un recente lavoro di ricerca, l'indagine tra architettura, antropologia e design per interrogare un'idea semplice ma profonda: cosa vogliono diventare le mobile home?

Con le **Università di Pavia e Opole**, in collaborazione con **Crippaconcept**, e in occasione di una **Summer School internazionale** presso il **Chianti Glamping Resort di Vacanze col Cuore**, sono stati coinvolti studenti da tutta Europa in un esercizio creativo radicale: **immaginare le mobile home come sogni abitabili**.

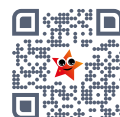
Ogni progetto sviluppato parte da una premessa concreta – una pianta

standard di 8x4 metri per famiglie – ma vola oltre il tecnico, trasformando esigenze funzionali in visioni poetiche. Ecco allora alcune delle idee guida che sono state esplorate:

- **La casa che guarda il cielo:** ispirata al desiderio di osservare le stelle, questa mobile home è chiusa lateralmente ma aperta verso l'alto, con lucernari orientati al cielo e pannelli perforati retroillu-



GIOCHI PER PARCHI
PAVIMENTAZIONI ANTITRAUMA
AREE FITNESS
IMPIANTI SPORTIVI



EVOPLAY S.r.l.
Grassobbio (BG) Italy
www.evolplay.it





*Se il turismo è sogno,
la casa che lo ospita
deve essere desiderio
fatto forma.*

minati che evocano l'immagine del firmamento. È una casa introvertita, che invita a guardare in alto, dove la meraviglia è verticale.

- **La casa-pergola:** un sogno d'estate che diventa rifugio dal caldo, dove ombra e vegetazione costruiscono l'architettura. La pergola non è solo una copertura, ma un sistema spaziale modulare che unisce interno ed esterno, rendendo il vivere all'aria aperta un gesto naturale e continuo.

- **La casa-albero:** non sull'albero, ma come un albero. Una mimetizzazione razionale dove la struttura in pannelli verticali ricrea un filtro naturale, richiamando la vita vegetale senza nascondersi nel verde. Un sistema che offre ombra, privacy e una fusione visiva con il paesaggio boschivo.

- **La casa-finestra:** il paesaggio come protagonista. Qui la veranda scompare e viene inglobata, mentre un grande pannello apribile in legno – una sorta di gelosia mobile – consente di vivere la natura con intimità, filtrando luce, vista e aria.

- **La casa-gioco:** dove l'abitare è ludico. Gli interni sono flessibili,

con pareti che si spostano, tende come divisori, spazi fluidi e colori accesi che trasformano l'esperienza dell'ospitalità in una continua sorpresa. Perché il gioco è l'antitesi del lavoro – e quindi il cuore della vacanza.

Ogni proposta ha rispettato i vincoli di progettazione reale, ma rilanciandoli con coraggio. Il layout è sempre riconoscibile, ma ogni casa si trasforma in immagine, simbolo, sogno. Dalla stella alla pergola, dall'albero alla finestra, fino al gioco, ogni progetto ha mostrato che **le mobile home non sono solo moduli abitativi, ma veicoli di narrazione ed emozione.**

Le abbiamo fatte sognare, come si sognano le pecore elettriche di Philip K. Dick: invenzioni artificiali, ma capaci di emozioni vere.

Perché anche un oggetto tecnico come una mobile home può superare la sua funzione e diventare un ritratto dell'esperienza che offre.

È il compito del design responsabile, oggi, dare forma al desiderio – e farlo con sostenibilità, immaginazione e rispetto per il paesaggio. Le mobile home ci sono, ma il loro potenziale è tutto da esplorare. ✱

Cosa sogna di diventare la casa mobile...



L'importanza del fattore umano e della preparazione degli addetti all'accoglienza



Accogliere significa creare relazione e trasmettere valore: la qualità percepita passa attraverso il fattore umano

Barbara Ronchi della Rocca

Esperta di Galateo, già cerimonialista del Quirinale

Nel turismo il fattore umano rappresenta la leva più potente per costruire valore. Ogni struttura, ogni villaggio, ogni proposta – per quanto efficace e ben progettata – ha bisogno di essere sostenuta da un'accoglienza capace di lasciare il segno. Ed è qui che entra in gioco la filosofia dell'accoglienza, un approccio che mette la persona al centro e riconosce l'importanza di relazioni

autentiche, empatiche, ma soprattutto consapevoli.

Non si tratta solo di offrire un servizio efficiente, ma di agire sulla percezione della qualità. L'ospite non valuta solo ciò che riceve, ma come lo riceve. La coda all'arrivo, l'attesa non gestita, la mancanza di attenzione nei dettagli possono compromettere l'intera esperienza. Al contrario, un sorriso, un gesto premuroso, una spiegazione chiara

fanno la differenza. Per questo, la formazione del personale deve fondarsi su un doppio binario: **competenze tecniche e soft skills**.

Sapersi muovere, parlare, vestire, ma anche accogliere, accompagnare, gestire imprevisti: ogni gesto contribuisce a costruire l'identità della struttura.

Il concetto di brand si applica anche all'accoglienza. Ogni realtà turistica

*Formazione,
consapevolezza,
educazione:
l'accoglienza è una
competenza che si
costruisce con cura e si
esprime attraverso la
relazione.*

deve imparare a valorizzare la propria unicità, distinguersi, raccontarsi. Ciò vale sia per i grandi villaggi sia per le piccole realtà Open Air. Una fruizione naturale più libera, una vocazione familiare, una risposta a esigenze specifiche: tutto può diventare parte di una narrazione coerente e credibile.

Inclusività, ascolto, attenzione ai dettagli sono elementi centrali.

Le esigenze non si esauriscono nei bisogni delle persone con disabilità: pensiamo alle famiglie numerose, agli anziani, a chi ha difficoltà motorie temporanee. La qualità dell'accoglienza si misura nella capacità di adattarsi, prevedere, accompagnare. Anche un piccolo gesto – come offrire un bicchiere d'acqua o far accomodare un ospite in attesa – può

incidere profondamente sulla percezione del servizio. L'empatia è spesso citata come qualità essenziale, ma va accompagnata da lucidità. Comprendere l'altro non significa confondersi con lui. L'accoglienza deve mantenere equilibrio: partecipare emotivamente, ma restare professionale. Solo così si costruisce una relazione di fiducia solida e autentica.

Educazione, intesa come rispetto di sé e degli altri, è il fondamento invisibile ma essenziale dell'accoglienza. Un comportamento corretto, una comunicazione chiara, una postura accogliente valgono più di mille parole. Perché il turista di oggi non cerca solo un luogo dove dormire, ma un luogo dove sentirsi accolto. *

STS
HOTEL

pensato per il tuo Ospite,
progettato per Te

- Supervisione struttura
- Controllo accessi
- Controllo climatizzazione
- Risparmio energetico
- Gestione personale servizio
- Domotica e scenari
- Comandi vocali
- Fast check-in
- Controllo remoto
- Integrazione sistemi
- Sistemi cardless
- Controllo smart mobile

HPOD.ONE
pannello touch 5"
termostato
multifunzione
interattivo

automazione domotica alberghiera STS Hotel, gestione totale.

www.stshotel.it | in | /stshotel | sts_hotel

ECO Friendly

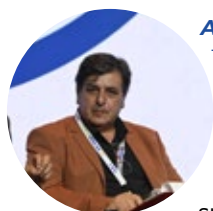
Ecosistemi digitali, cultura e sicurezza del dato: integrazione e innovazione per il settore



Intelligenza artificiale, blockchain, sostenibilità: Oracle costruisce il futuro del turismo insieme ai suoi partner.

Nel panorama dell'hospitality Open Air, l'innovazione non è più solo una sfida tecnologica, ma una vera e propria trasformazione culturale. A guidare questo cambiamento è Oracle, che insieme a partner qualificati ha messo in campo un ecosistema digitale in grado di ridefinire l'esperienza turistica, integrando processi, dati e strumenti in un'ottica fluida e sicura.

Antonio Festa, Senior Sales Director Hospitality & Tech Industry @Oracle



ha aperto i lavori illustrando la visione dell'azienda: un futuro costruito su tre pilastri fondamentali - ecosistema di-

gitale, sicurezza, cultura del dato. "La digitalizzazione non può più essere intesa come una fase sperimentale, ma come una scelta strategica. L'integrazione dei sistemi è ciò che

rende la trasformazione realmente efficace", ha sottolineato Festa, evidenziando il ruolo delle piattaforme Oracle NetSuite, Opera Cloud e Symphony nel creare interoperabilità tra operation, finance e F&B.



Duilio Paliferro, Oracle NetSuite & EPM BU Director @RTT

Diventa necessario poter disporre di un modello dati unificato. Come system integrator, RTT

configura e connette le tecnologie Oracle per digitalizzare i processi in modo coerente e scalabile. "Il nostro compito è tradurre la complessità in efficienza: il dato deve fluire

senza soluzione di continuità tra chi gestisce una fattura, un magazzino o un punto vendita. Solo così si può costruire un approccio davvero data-driven".



Enrico Giancaterina, Chief Operating Officer di Yato, società del gruppo @Mashfrog

Alla base di questa trasformazione c'è l'esperienza dell'ospite e con questa premessa un sistema informativo evoluto deve

essere di supporto durante l'intero guest journey. L'integrazione tra le soluzioni Oracle e le app mobili di IATO consente il pre-check-in, i pagamenti digitali e persino l'utilizzo di criptovalute.

In alcune strutture, ha rivelato, oltre il 30% dei clienti ha scelto la destinazione proprio per la possibilità di pagare in criptovaluta, generando un carrello medio più alto del 40%.



Francesco Traverso, CEO & Co-Founder @HBenchmark

Al centro della strategia Oracle c'è anche la cultura del dato. L'intelligenza artificiale e la business intelligence

stanno abilitando nuovi modelli di analisi predittiva, fondamentali per pianificare i flussi turistici e ottimizzare le risorse. "La proprietà del dato, la sua protezione e la sua trasformazione in

insight strategici richiedono infrastrutture adeguate e una visione condivisa. In collaborazione con le associazioni di categoria, stiamo costruendo un sistema di data intelligence scalabile e sicuro".



Marco Di Giampietro, CEO & Founder @ NP Technology

Il tema della sostenibilità digitale è un punto cruciale per un ecosistema digitale.

Soluzioni "zero carta" offrono benefici e permettono al progetto di mantenere la sostenibilità nel tempo.

La piattaforma NP Cloud, integra-

ta con Opera Cloud, garantisce la gestione documentale conforme al GDPR e senza memorizzazione permanente dei dati sensibili.

"Ogni processo digitalizzato è anche un risparmio di carta, acqua, energia: in un settore sempre più attento alla responsabilità ambientale, anche il digitale deve essere green".

L'ecosistema Oracle dimostra così di essere più di una semplice infrastruttura tecnologica: è un modello operativo orientato al futuro, che coniuga performance, inclusività, sicurezza e sostenibilità.

E che guarda al turismo non come a un comparto da digitalizzare, ma come a un volano strategico per la crescita del Paese.

Sostenibilità per le PMI: un investimento strategico per il futuro



La visione di Intesa Sanpaolo: strumenti finanziari, analisi ESG e partnership concrete per accompagnare la transizione sostenibile delle imprese

Paola Rusconi

*Responsabile Coordinamento Marketing e Business Development Imprese Divisione Banca dei Territori
Intesa Sanpaolo*

Intesa Sanpaolo guarda con grande attenzione al tema della sostenibilità applicata alle piccole e medie imprese. Non si tratta solo di una scelta etica o ambientale, ma di una reale necessità strategica. Le PMI, infatti, stanno entrando progressivamente in un sistema normativo che impone

obblighi crescenti in termini di **reporting ESG e riduzione dell'impatto ambientale**.

Anche le aziende più grandi, già soggette a tali vincoli, iniziano a trasferire queste responsabilità lungo le proprie catene di fornitura, coinvolgendo direttamente le PMI.

Ma oltre al quadro normativo, esiste

una dinamica di mercato che rende la sostenibilità una leva di differenziazione. I consumatori – in particolare i più giovani – **richiedono prodotti e servizi sostenibili**, pur rimanendo attenti ai prezzi. La percezione della qualità, anche nel turismo, diventa quindi fondamentale per giustificare il valore offerto.



Per le banche, e per Intesa Sanpaolo in particolare, la sostenibilità è oggi anche un parametro di **valutazione del merito creditizio**. L'obiettivo non è limitarsi a misurare, ma accompagnare le imprese con strumenti, soluzioni e consulenza, per aiutarle a integrare i principi ESG nel proprio modello di business.

Questo significa proporre soluzioni concrete, come la **domotica**, che da un lato migliora l'esperienza dell'ospite, dall'altro consente un controllo più efficiente dei consumi energetici e idrici. Oppure promuovere **modelli alternativi all'acquisto tradizionale**, come il noleggio operativo di arredi e attrezzature: una scelta che migliora l'impatto ambientale, aggiorna più facilmente l'offerta e ottimizza la gestione finanziaria.

Le analisi realizzate dal gruppo su un campione rappresentativo di PMI italiane dimostrano chiaramente i vantaggi dell'approccio sostenibile. Tra il 2019 e il 2023, le imprese che

hanno investito in green e innovazione hanno registrato una **crescita media del fatturato del 33%**, contro il 26% delle imprese con investimenti tradizionali. Ma è sul **valore aggiunto per addetto** che si osserva il dato più significativo: da 76.000 a 86.000 euro, un incremento che testimonia una maggiore efficienza e redditività del capitale umano.

Non solo: un'azienda sostenibile è anche un ambiente di lavoro più attrattivo. Sempre più lavoratori, soprattutto tra i profili più qualificati, valutano le politiche ESG dei datori di lavoro. La sostenibilità diventa quindi anche uno strumento di **retention e valorizzazione del capitale umano**.

Per supportare le imprese in questo percorso, Intesa Sanpaolo ha messo a disposizione una **piattaforma ESG gratuita**, utile per analizzare il posizionamento dell'azienda rispetto al mercato, identificare le aree di miglioramento e accedere a pro-

poste di finanziamento dedicate. Le imprese che dimostrano di investire realmente in sostenibilità possono accedere a **condizioni finanziarie più vantaggiose**, con tassi e commissioni ridotte.

Oltre al credito, il gruppo offre strumenti per il **welfare aziendale**, il **monitoraggio delle agevolazioni** disponibili e il supporto alla gestione delle **pratiche amministrative** per accedere a incentivi locali, nazionali ed europei.

Intesa Sanpaolo promuove anche **laboratori territoriali ESG**, occasioni di confronto e co-progettazione tra imprese, esperti e stakeholder per individuare nuove traiettorie di sviluppo sostenibile. La logica non è solo bancaria, ma di vera e propria **partnership per la crescita**.

L'invito, dunque, è a immaginare insieme la **trasformazione sostenibile** delle imprese e a costruire percorsi condivisi, solidi e prospettici. La banca c'è, pronta a fare la sua parte. *

Investire nel green e nell'innovazione conviene: aumenta il valore, fidelizza clienti e trattiene talenti.



La nuova era di sostenibilità: FAITA Open Air 2030



Un questionario digitale sviluppato in collaborazione con FAITA Federcamping aiuta le strutture ricettive a valutare, comunicare e rafforzare le proprie performance ambientali, sociali e di governance.

Federica Vazzola e Assia Aceto

Auditing & EMS - Service Line Lead - eambiente | Auditing & Sustainability - Specialist- eambiente

Negli ultimi tre anni, insieme a FAITA Federcamping, abbiamo progettato e sviluppato un **questionario ESG dedicato alle strutture ricettive all'aria aperta**.

L'obiettivo è fornire uno strumento gratuito, semplice ed efficace per misurare le proprie performance ambientali, sociali e di governan-

ce, facilitare l'accesso a strumenti finanziari e promuovere la sostenibilità nel settore.

Il progetto è nato con una fase pilota che ha coinvolto 10 strutture. Oggi è cresciuto fino a diventare una **piattaforma digitale**, accessibile a tutte le realtà che desiderano valutare in autonomia il proprio stato di sostenibilità. Il sistema, **costruito su**

sette criteri ESG, è stato pensato su misura per il comparto Open Air, tenendo conto delle sue specificità e delle nuove richieste normative e di mercato. Abbiamo progettato il questionario come un self-assessment: **ogni struttura può compilarlo direttamente online** e ottenere una fotografia dettagliata delle proprie performance. **I risul-**



*Sette criteri ESG, misurabili e concreti,
per un turismo sempre più responsabile
e competitivo.*

tati sono accompagnati da indicatori aggregati che consentono anche alle rappresentanze regionali e a FAITA nazionale di disporre di una visione d'insieme, utile a fini di pianificazione e reportistica. Uno dei punti di forza dello strumento è la sua **interoperabilità** con altre iniziative e standard di sostenibilità. In particolare, è stato aggiornato in collaborazione con **Village for All V4A®** per includere **criteri di accessibilità universale** e si è dimostrato allineato ai requisiti del **GSTC (Global Sustainable Tourism Council)**. In questo senso, il questionario ha supportato tre strutture del Nordest nel conseguimento della certificazione GSTC, rivelandosi uno strumento propeudeutico anche per altri percorsi di validazione esterna.

Il questionario rappresenta un **linguaggio comune** tra strutture, istituzioni e stakeholder, coerente con i principali riferimenti della sostenibilità: bilanci non finanziari, studi di carbon footprint, sistemi di rating e certificazioni.

Inoltre, è adattabile a diversi codici ATECO, rendendolo flessibile anche per realtà eterogenee.

Partecipare al progetto consente di ottenere:

- un rating ESG interno della propria struttura,
- una base per future certificazioni,
- un supporto nell'accesso a finanziamenti e bandi,
- una narrazione coerente delle proprie azioni sostenibili, evitando rischi di greenwashing.

Obiettivi 2026

Per il 2026, gli obiettivi sono chiari:

- aggiornare il questionario secondo le nuove linee guida GSTC,
- estendere la partecipazione ad altre regioni italiane,
- supportare la validazione ufficiale del protocollo Open Air in chiave ESG.

Come società di consulenza ambientale con oltre vent'anni di esperienza, siamo a disposizione per supportare ogni struttura in questo percorso. Riteniamo che la sostenibilità, se misurata con rigore e raccontata con trasparenza, sia oggi uno dei principali asset competitivi per il turismo Open Air. *

Open Air Vision - Una nuova Filosofia di Ospitalità

Esiti progetto pilota 2025

Allineamento standard GSTC al protocollo OPEN AIR 2030

1. Miglioramento della **sostenibilità ambientale**
2. Riconoscimento **ufficiale** e internazionale
3. Vantaggio **competitivo** e marketing
4. Accesso a **bandi, finanziamenti e incentivi**
5. Migliore **gestione interna** e controllo
6. Reputazione e fiducia da parte degli **stakeholder**
7. Flessibilità e **adattabilità** modello anche a strutture non tradizionali



eambiente

FORUM OPEN AIR 2025

FAITA

SIMPLY
HAVE FUN



CARIBE BAY
THEMED WATERPARK VENICE

WWW.DIERESIN.COM



new
Dieresin
CONTRACT
WATERPARK SOLUTIONS

La filiera del lavoro: focus su Veneto, Friuli Venezia Giulia, Toscana e Lazio



Occupazione e professionalità nel turismo Open Air: un primo quadro d'insieme

Valeria Minghetti

Responsabile dell'area ricerca Ciset - Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica

Questa ricerca nasce da una sollecitazione diretta del Presidente Granzotto, che ha espresso il desiderio di comprendere più a fondo quale sia l'effettiva occupazione generata dalle strutture del turismo Open Air.

A partire da questa richiesta, abbiamo avviato un'indagine pilota su quattro regioni significative: Veneto, Friuli Venezia Giulia, Toscana e Lazio. L'obiettivo: offrire una prima, concreta fotografia dell'occupazione – diretta e indiretta – nel nostro comparto.

Abbiamo adottato un approccio arti-

colato su tre livelli:

- **Analisi delle strutture imprenditoriali**, con l'utilizzo dei dati delle Camere di Commercio per risalire ai codici ATECO e determinare l'ampiezza e la complessità dell'offerta di servizi;
- **Indagini dirette** presso le imprese del settore e presso i fornitori di servizi indicati dalle stesse imprese;
- **Analisi dei dati amministrativi**, in particolare le comunicazioni obbligatorie sui rapporti di lavoro (assunzioni, cessazioni, proroghe) nella regione Veneto, fornite da Veneto Lavoro.

Un'offerta complessa, un dato finora inesplorato

La prima difficoltà riscontrata è stata metodologica: il nostro settore offre servizi diversificati e non sempre codificabili secondo i criteri tradizionali. Abbiamo quindi intervistato direttamente quasi 200 imprese su oltre 500 presenti nelle quattro regioni, e circa 50 fornitori di servizi, su un totale di 115 indicati dalle imprese stesse. Va sottolineato che il dato emerso è comunque sottostimato, poiché non sempre le imprese hanno indicato l'intero ecosistema di fornitori con cui collaborano.

Diverse regioni, modelli differenti

I dati ci restituiscono scenari territoriali diversi:

- **Veneto e Friuli** sono caratterizzati da imprese meno numerose ma di dimensioni maggiori, sia in termini di posti letto che di fatturato;
- **Toscana e Lazio** presentano un tessuto imprenditoriale più frammentato, con imprese mediamente più piccole ma numericamente più numerose.

In Friuli Venezia Giulia, in particolare, molte realtà imprenditoriali operano all'interno di gruppi strutturati, in cui campeggio, ristorazione e altri servizi sono gestiti in forma integrata e interna: il 78% delle imprese gestisce tutto direttamente. In Veneto, al contrario, si registra una maggiore esternalizzazione.

Occupazione diretta e indiretta: oltre 18.000 addetti

L'analisi sulle imprese intervistate indica circa **4.500 addetti diretti nel 2023**, un numero che, riportato all'universo delle imprese, supera i **12.000 addetti diretti** nelle quattro regioni analizzate.

A questi si aggiungono gli addetti

dei fornitori, per un totale complessivo di oltre **18.000 addetti**, tra diretti e indiretti. Non avevamo mai avuto un'indicazione quantitativa su questa scala.

Per fare un confronto con l'alberghiero: nel segmento delle PMI, campeggi e alberghi mostrano dati simili in termini di addetti medi. La differenza emerge nelle grandi imprese: **36 addetti medi per campeggi e villaggi**, contro **56 per le strutture alberghiere** superiori ai 25 dipendenti.

Stagionalità, continuità e mobilità

Il **contratto stagionale resta predominante**, ma c'è un'evidente tendenza da parte delle imprese a dare continuità ai rapporti di lavoro. Il 50% dei lavoratori assunti nel 2022 operava nello stesso luogo da almeno due anni; un terzo di essi da almeno quattro anni.

Questi dati parlano di fidelizzazione, di creazione di una cultura aziendale che premia la stabilità, pur nel contesto tipicamente stagionale del nostro settore.

Abbiamo inoltre analizzato la mobilità dei lavoratori, sia in termini di cambiamento di comune di lavoro, sia in termini di distanza tra luogo

di domicilio e luogo di impiego. Le dinamiche sono interessanti:

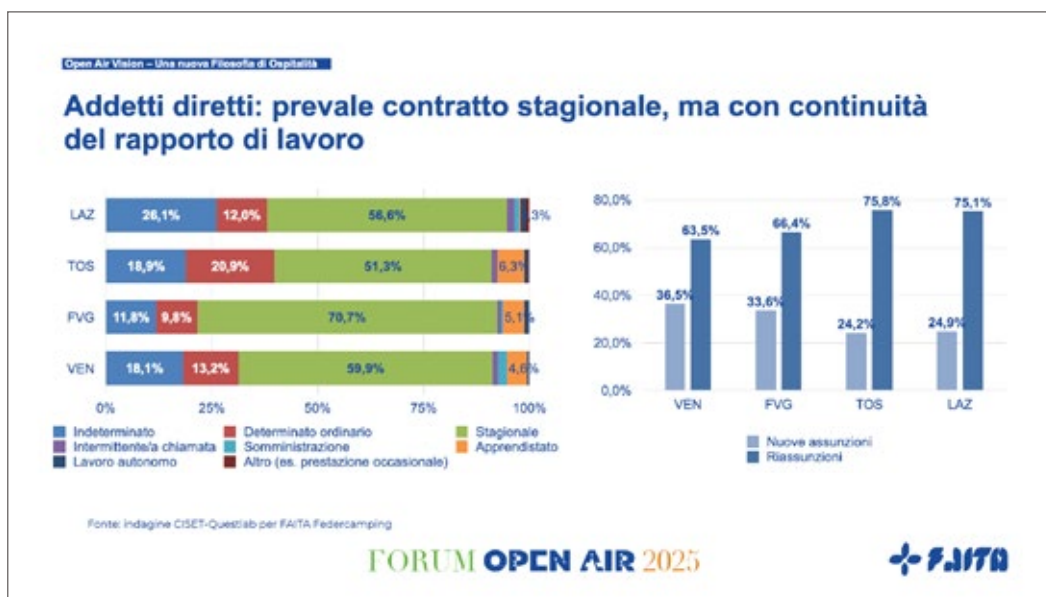
- A Cavallino Treponti, emerge un forte flusso in entrata dal Veneto interno e dall'alto Veneto;
- A Bibione, oltre il 60% dei lavoratori domiciliati proviene dal Friuli Venezia Giulia;
- Nelle aree del lago, la forza lavoro è molto più locale, con una netta prevalenza di lavoratori domiciliati nei comuni limitrofi.

Un aspetto critico è che i dati disponibili riportano solo la domiciliazione e non la residenza, limitando l'analisi strutturale della provenienza dei lavoratori.

Una prima mappa da cui partire

Questa ricerca rappresenta una **prima mappatura sistemica** sull'occupazione generata dal turismo all'aria aperta. L'intento è proseguire con ulteriori indagini, ampliando l'analisi ad altre regioni e consolidando i confronti con altri comparti del settore turistico.

L'auspicio è che, da questa base, si possano sviluppare strumenti di lettura sempre più raffinati, utili tanto alla rappresentanza quanto alle politiche pubbliche e al dialogo con il mondo della formazione. *



AI e turismo: da resistenza culturale a necessità strategica



*Cosa cambia davvero con l'AI?
Numeri, vantaggi, ostacoli e prospettive:
un invito al settore a non restare indietro*

Marco Brogna

Docente di Pianificazione Turistica Università La Sapienza Roma e Presidente dell'ITS Turismo Academy

L'intelligenza artificiale non è una moda passeggera né un pericolo. È una trasformazione strutturale, già in corso. Eppure, nel settore turistico italiano conviviamo ancora con essa poco e male. I dati sono chiari: secondo una ricerca Insight Analytics, il mercato dell'AI applicata al turismo passerà da 3 a 36 miliardi di dollari entro il 2033, con una crescita annua del 29%. Nel mondo, il

35% delle aziende turistiche ha già iniziato a investire. In Italia? Solo il 14%. Siamo molto lontani dagli Stati Uniti (63%) e dall'India (43%).

Vantaggi misurabili, risultati concreti

Le imprese che hanno già adottato l'intelligenza artificiale riportano benefici consistenti:

-26% nei costi operativi,

+59% di produttività, +33% nella personalizzazione dell'offerta e un +6% nei ricavi annui medi nei tre anni successivi all'adozione. Eppure, il 58% degli operatori turistici italiani non sa ancora cosa significhi davvero "intelligenza artificiale". È lo stesso schema visto con i social: prima la diffidenza, poi l'adozione. Con l'AI succederà lo stesso. Ma chi resta fermo oggi, rischia di restare indietro per sempre.

L'AI sta già rivoluzionando il turismo nel mondo, mentre l'Italia resta indietro.

L'AI è già parte del turismo quotidiano

Nel turismo, l'AI è ovunque: dai **chatbot intelligenti** alle **prenotazioni automatizzate**, dal **monitoraggio del sentiment online** al **dynamic pricing**, fino alla **gestione intelligente dei turni** e delle scorte di cucina. Ma si va oltre: l'intelligenza artificiale non è più solo uno strumento orizzontale. Sta diventando olistica e anticipatrice. Presto sarà lei a proporre soluzioni prima ancora che ci accorgiamo del problema.

I veri ostacoli: cultura, dati, competenze

Tre i principali blocchi all'adozione:

- **Frammentazione dei dati:** senza sistemi interoperabili, l'AI non può funzionare.
- **Resistenza culturale:** preferiamo la persona alla macchina, ma alcune funzioni – ripetitive e tecniche – l'AI le svolge meglio.
- **Carenza di competenze:** se non rendiamo il turismo attrattivo per i giovani tecnologici, andranno altrove.

Lavori che spariscono, lavori che nascono

La domanda "quanti posti perderemo?" è legittima. La speranza è di sostituire un lavoro con un altro. Ma la realtà sarà più selettiva. Alcuni ruoli scompariranno – come già accaduto in banca, nelle assicurazioni, nella PA. Altri nasceranno, ma solo per chi sarà pronto. L'AI non ruba il lavoro: **automatizza ciò che può essere automatizzato**, lasciando alle persone il tempo per ciò che nessuna macchina potrà sostituire: **relazioni, creatività, visione.**

Una sfida per il futuro del settore

Il turismo vale il 13% del PIL italiano. Se vogliamo portarlo al 15 o al 20%, serve **visione strategica**. L'intelligenza artificiale non è un nemico. È uno strumento. Anzi, un **alleato formidabile**, se impariamo a usarlo davvero. *

Open Air Vision – Una nuova Filosofia di Ospitalità

Vantaggi economici e operativi

Vantaggi dichiarati dagli imprenditori:

- 26% riduzioni dei costi operativi
- 30% decisioni più rapide
- 33% maggiore personalizzazione dell'offerta ai clienti
- 36% risultati di qualità superiore
- 59% incremento della produttività dei dipendenti
- oltre il 6% di crescita annua dei ricavi
- oltre il 6% di risparmi annui sui costi.

FORUM OPEN AIR 2025

✦ FIJTA

L'intelligenza artificiale a supporto della formazione



*ITS AI Lab, il Laboratorio smart che insegna ad analizzare
il mercato turistico attraverso l'AI*

Fabrizio Zezza

CEO e Socio Fondatore di EasyConsulting

Nel settore turistico si parla spesso di innovazione, ma il vero nodo oggi non è la disponibilità di strumenti: è la **competenza nel saperli usare**. L'intelligenza artificiale non è un'astrazione tecnologica, né una minaccia per il lavoro: è una **presenza quotidiana**, spesso inconsapevole, nei software che utilizziamo ogni giorno – da Gmail agli antivirus, dai CRM ai sistemi gestionali. Il punto è che **senza consapevolezza, non c'è valore aggiunto**.

Chi non sa di usare l'IA, non può guidarla, né sfruttarne appieno il potenziale.

Da un'esigenza reale a un progetto concreto

La nostra azienda opera nel campo dell'AI da oltre dieci anni e collabora con circa 600 strutture ricettive. Abbiamo osservato da vicino un fenomeno diffuso: **l'intelligenza artificiale è già presente nelle imprese turistiche**, ma spesso in

modo inconsapevole e passivo. Da qui nasce il **Laboratorio Smart**, sviluppato in collaborazione con gli **ITS del turismo**.

Si tratta di una **piattaforma formativa cloud**, accessibile da studenti e docenti, in cui si lavora su casi reali, dati veri, scenari concreti. Si analizzano prezzi e disponibilità, si raccolgono dati dalle OTA, si utilizzano strumenti di benchmarking e si costruiscono strategie basate sull'analisi predittiva.



ELEVA: La qualità professionale - ATTIVA: Interventi di sostegno al reddito

FAVORISCE: L'incontro tra domanda e offerta - ANALIZZA: Il mondo del turismo e formula proposte



Soci EBNT:





I giovani che escono da questo percorso sono tecnici del dato, esperti di strategia e posizionamento, in grado di portare un contributo tangibile a ogni livello della filiera turistica.

Educazione attiva, non uso passivo

Il laboratorio non insegna a "premere un bottone". **Forma professionisti capaci di interpretare dati, progettare strategie, prendere decisioni consapevoli.** L'intelligenza artificiale è un supporto, non una scorciatoia. I ragazzi imparano a **prevedere il comportamento del mercato, adattare pricing e comunicazione in tempo reale**, valutare scenari di investimento e crescita, ma anche creare contenuti e campagne con strumenti di AI generativa. Il valore nasce dall'uso attivo e consapevole, non dall'automatismo cieco.

Nuove figure per un nuovo mercato

I giovani che escono da questo percorso non sono semplici digital marketer. Sono tecnici del dato, esperti di strategia e posizionamento, in grado di portare un contributo tangibile a ogni livello della filiera turistica: dalla singola struttura Open Air alle destinazioni, fino alle grandi catene.

Possono aiutare le imprese a leggere il mercato, ottimizzare la comu-

nicaione, migliorare l'efficacia degli investimenti e rendere più reattiva l'offerta turistica.

L'AI non sostituisce: potenza

Il dibattito non è tra uomo e macchina, ma tra chi saprà **affiancare l'AI al proprio lavoro** e chi resterà fermo. I professionisti che conoscono e sanno gestire l'intelligenza artificiale avranno vantaggi competitivi immediati: saranno più veloci, più precisi, più capaci di adattarsi. L'AI non rimpiazza, ma amplifica. Chi non la integra nella propria attività, è già in ritardo.

Una risposta attesa dal settore

Con ITS e il Laboratorio Smart, stiamo costruendo una **filiera della formazione realmente utile per il turismo**.

Una formazione che non si limita alla teoria, ma parte dalla pratica quotidiana. E posso dirlo con certezza, da imprenditore prima ancora che da formatore: questa è la generazione che il settore ricettivo italiano stava aspettando. *



ITS tourism LAB

Primo laboratorio che insegna ai ragazzi ad utilizzare la **I.A.** per fare **analisi e previsioni** di mercato **in tempo reale** creando scenari comparativi basati su dati reali.



Intelligenza artificiale come abilitatore di nuove competenze e nuove opportunità



L'intelligenza artificiale sta ridisegnando tutti i punti di contatto tra strutture ricettive e ospiti. Per questo le imprese non possono limitarsi a osservare

Luca Vescovi

Ricerca e sviluppo ambito Neuromarketing e AI - Jampaa.it

Nel 2024 si parlava ancora di intelligenza artificiale come tecnologia emergente. Alla fine del 2025, lo scenario è cambiato: l'AI ha già rivoluzionato il modo in cui il turista scopre, seleziona e vive la propria esperienza ricettiva. Non si tratta più di scegliere se utilizzare o meno

strumenti come ChatGPT, ma di comprendere che ogni struttura è già parte – attiva o passiva – di un nuovo ecosistema decisionale.

Una crescita senza precedenti

Nel giro di dodici mesi, gli utenti di

ChatGPT sono passati da 240 a 800 milioni. Le ricerche legate all'intelligenza artificiale nel settore travel hanno registrato un aumento del 124%. Anche Google ha mutato pelle: oggi le risposte vengono sintetizzate da AI Overview, domani si sposteranno interamente su Gemini, un assistente intelligente capace di dia-



logare, selezionare, raccomandare. I turisti si stanno già relazionando con queste intelligenze, e lo faranno sempre di più.

Il dialogo tra viaggiatore e AI non passa più per un sito web. Passa da dati ben strutturati, aggiornati e coerenti. Se una struttura non fornisce queste informazioni in modo corretto, saranno altri – o peggio, nessuno – a raccontarla al posto suo. Le recensioni, lette e valutate dalle intelligenze artificiali, incidono più della homepage. Ogni dettaglio condiviso online diventa un punto di accesso decisivo.

Open Air Hub: la risposta del sistema FAITA

In questo scenario, FAITA ha sviluppato Open Air Hub, un’iniziativa promossa dal presidente Granzotto per rispondere al nuovo contesto digitale.

Il sistema aggrega contenuti, regolamenti, cartografie, FAQ e materiali informativi, rendendoli leggibili e accessibili per agenti conversazionali e sistemi intelligenti. Una sola fonte aggiornata, utile per chatbot, e-mail, portali di prenotazione e motori di ricerca.

Lavori che l'AI ha già superato

Alcune competenze del passato stanno rapidamente scomparendo. La costruzione di landing page, i video turistici generati manualmente, le risposte alle domande frequenti: tutte attività che oggi possono essere automatizzate con strumenti di intelligenza artificiale. Le strutture che sapranno delegare questi compiti otterranno un vantaggio in efficienza e visibilità.

Il futuro è già competizione

Non si tratta di scegliere tra uomo o macchina. La competizione è tra imprese che si evolvono e imprese che restano ferme. I turisti con maggiore capacità di spesa – target naturale del turismo Open Air – sono anche i primi ad adottare strumenti basati su AI. Chi non è presente nei loro percorsi decisionali rischia di scomparire.

FAITA sta mettendo a disposizione strumenti che da soli sarebbero difficilmente accessibili. Il momento per agire è adesso. Perché la sfida non è contro l'intelligenza artificiale. È contro il tempo. *

Open Air Hub aggrega contenuti, regolamenti, cartografie, FAQ e materiali informativi, rendendoli leggibili e accessibili per agenti conversazionali e sistemi intelligenti.





FAST

FONDO ASSISTENZA
SANITARIA TURISMO

*Alla tua assistenza sanitaria
ci pensiamo noi!*

PRESTAZIONI DIRETTE FONDO FAST

Consulta il piano sanitario diretto FAST

✉ prestazioni@fondofast.it

PRESTAZIONI IN CONVENZIONE UNISALUTE

Consulta il piano sanitario FAST

☎ numero verde unisalute 800.01.66.39

Via Toscana, 1 - 00187 Roma



Tel. 06 42034670

Fax 06 42034675



info@fondofast.it



www.fondofast.it



NEW OPPORTUNITIES, NEW MARKETS, NEW HORIZONS
I territori, la promozione, le opportunità

La ricchezza dei comuni turistici in Italia



Una forma di ospitalità un tempo marginale diventa oggi uno dei segmenti più dinamici e strategici del turismo italiano

Antonio Preiti

Docente Università di Firenze di Destination Management

Per decenni, il turismo Open Air è stato considerato una "forma minore" dell'ospitalità italiana.

Oggi, invece, si afferma come componente centrale del comparto turistico, capace di attrarre pubblici differenti per età, interessi e capacità di spesa.

Un cambiamento che non riguarda solo l'offerta, ma la percezione stessa del campeggio come espe-

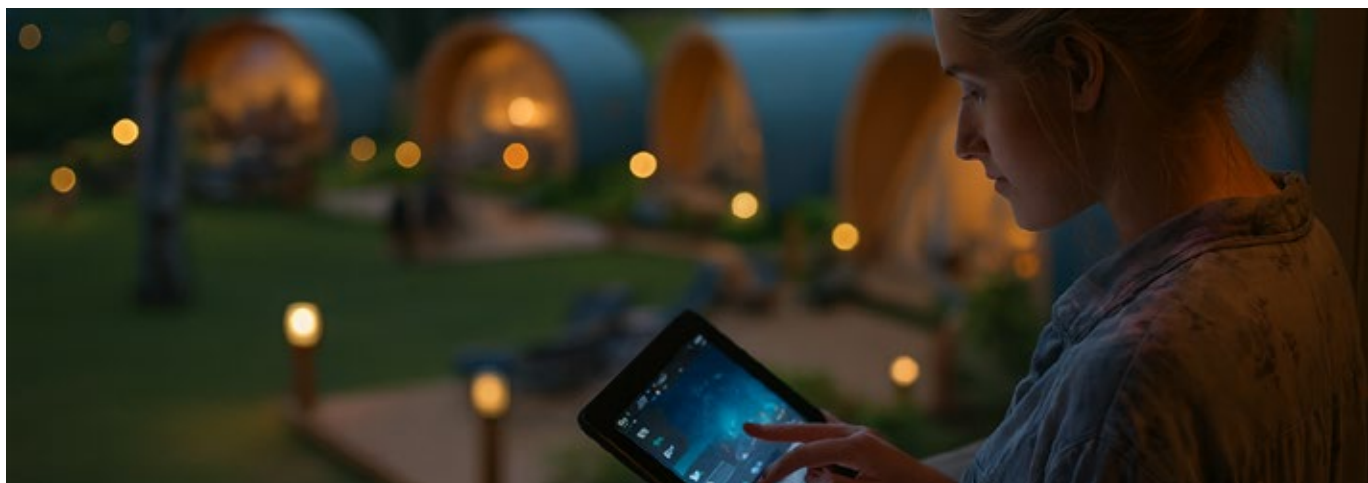
rienza completa, confortevole, ricca di servizi.

Lo dimostra anche il linguaggio: il termine "glamping", fusione di glamour e camping, racconta una trasformazione profonda.

Il campeggio non è più sinonimo di spartano, ma di essenziale benessere, esperienze multiple e contatto con la natura. Non è più periferia, ma protagonista.

I numeri parlano chiaro

Uno studio condotto con Socialmetrica, focalizzato non su regioni o province, ma su singole località turistiche, restituisce dati sorprendenti. Se le prime posizioni per valore aggiunto restano occupate da città iconiche come Roma, Milano, Venezia e Firenze, al settimo e ottavo posto emergono due realtà dell'Open Air: Cavallino Treponti e San Michele



I dati dimostrano una crescita che non è solo quantitativa, ma culturale e simbolica.

al Tagliamento. Entrambe hanno generato 1,4 miliardi di euro di valore aggiunto ciascuna, superando destinazioni rinomate come Ravello, Positano, Arzachena e Pompei. Nel 2024, Cavallino ha registrato 5,8 milioni di presenze turistiche, San Michele 5,5 milioni. Numeri che parlano di un'eccellenza silenziosa, ancora sottovalutata dai media nazionali.

Da località ad attività: la rivoluzione in corso

La vera svolta è culturale. Oggi non si va più "in un posto", ma "a fare qualcosa".

Il viaggio è diventato esperienza, e in questo l'Open Air è imbattibile: permette di vivere la natura senza rinunciare al comfort, di scegliere attività personalizzate, di muoversi in modo sostenibile e fluido.

Il campeggio si configura così come:

- **un hotel senza mura**, ma con più servizi;
- **un ambiente essenziale**, ma completo;
- **un'esperienza attiva e dinamica**, mai statica.

Un'identità da raccontare e sostenere

L'evoluzione è ormai sotto gli occhi di tutti. Il turismo all'aria aperta ha superato la logica della vacanza economica, posizionandosi come scelta qualitativa, consapevole e trasversale. Il settore necessita ora di un racconto adeguato, che ne valorizzi i numeri, la visione e la portata culturale.

Oggi l'Open Air non è più l'alternativa: è il punto di riferimento per chi cerca esperienze autentiche, rigeneranti e accessibili. *

Open Air Vision - Una nuova Filosofia di Ospitalità

Occhi nuovi sull'open air

Come cambia la percezione dei turisti

MIND MAP

FORUM OPEN AIR 2025

NEW OPPORTUNITIES, NEW MARKETS, NEW HORIZONS
I territori, la promozione, le opportunità

Il treno come strumento di valorizzazione del territorio e del turismo slow



FS Treni Turistici Italiani: il viaggio come esperienza per costruire nuove connessioni con l'ospitalità all'aria aperta

Alessandro Vannini Scatoli

Presidente FS Treni Turistici Italiani

Il progetto di FS Treni Turistici Italiani nasce con l'obiettivo di riportare il viaggio al centro dell'esperienza turistica, trasformandolo in un'occasione di scoperta, emozione e valore. La nuova realtà del Gruppo FS, nata nel 2023, punta a recuperare e rinnovare treni storici italiani – dai convogli degli anni Settanta realizzati da marchi come Ansaldo e Breda – reinterpretando

in chiave contemporanea: sostenibili, confortevoli, ma capaci di mantenere il fascino dell'autenticità.

Accoglienza a bordo, non semplice trasporto

In poco più di un anno, FS Treni Turistici Italiani ha già effettuato oltre 600 corse, accogliendo più di

40.000 ospiti. Non passeggeri, ma veri e propri ospiti: il modello di riferimento è quello dell'**accoglienza turistica**, non del trasporto tradizionale. L'esperienza ferroviaria diventa **lenta, immersiva e coinvolgente**, capace di trasformare ogni tragitto in un racconto.

I treni turistici, diurni e notturni, attraversano territori iconici e

Dalla creazione di itinerari personalizzati alla valorizzazione delle stagioni turistiche, le possibilità di collaborazione con FS Treni Turistici Italiani sono ampie.

sono già stati integrati in eventi e manifestazioni. Tra le linee più significative: **Trieste-Lecce, Milano-Marsiglia, Espresso Assisi, Roma-Marsiglia.**

Alcuni itinerari, come l'Espresso Assisi, hanno ospitato celebrazioni e degustazioni a bordo, dimostrando la capacità del treno di farsi veicolo culturale e strumento di promozione territoriale.

Una sinergia naturale con l'Open Air

L'idea di collegare i treni turistici alle strutture Open Air nasce dalla condivisione di valori comuni: **lentezza, sostenibilità, autenticità, esperienza.** La tecnologia oggi permette di immaginare soluzioni su misura, come **charter tematici o territoriali**, co-progettati con gli operatori del turismo all'aria aperta. Un modello già sperimentato con successo in Sicilia e pronto ad essere ampliato.

Nuove rotte per nuove esperienze

Nuove linee sono già operative o in fase di lancio: **Iconic**, da Roma alle Cinque Terre, e **Gemme del Sud**, da Napoli a Lecce. Ogni tratta rappresenta un'opportunità per esplorare l'Italia con una prospettiva diversa, offrendo ai turisti l'occasione di vivere l'esperienza del viaggio come parte integrante del soggiorno.

Una rete da costruire insieme

Il turismo all'aria aperta può trovare nei treni turistici un alleato prezioso, capace di costruire **una rete integrata, intermodale e sostenibile.** Dalla creazione di itinerari personalizzati alla valorizzazione delle stagioni turistiche, le possibilità di collaborazione sono ampie. L'auspicio è chiaro: **mettersi in viaggio insieme**, per progettare un'offerta turistica ancora più ricca, accessibile e innovativa. ✱



NEW OPPORTUNITIES, NEW MARKETS, NEW HORIZONS
I territori, la promozione, le opportunità

L'accordo tra Telepass e FAITA Federcamping inaugura una nuova stagione di viaggi più fluidi, sostenibili e digitali



Tecnologia e servizi integrati al servizio dell'esperienza turistica all'aria aperta

Michela Michini

Visitors Management Sales Channel - TELEPASS

In un tempo in cui sostenibilità, digitalizzazione e gestione intelligente dei flussi turistici sono al centro delle strategie di sviluppo, la mobilità rappresenta un elemento cruciale dell'esperienza di viaggio.

Per questo, è stato siglato un accordo strategico tra Telepass e FAITA

Federcamping, che mira a semplificare gli spostamenti di milioni di turisti diretti ogni anno verso le strutture Open Air italiane.

Un'intesa che non riguarda solo l'efficienza operativa, ma apre a una visione condivisa di turismo più fluido, sostenibile e connesso.

Tecnologia, sostenibilità e accessibilità

Telepass evolve. Da semplice strumento di telepedaggio, l'azienda è oggi una piattaforma integrata di mobilità, pensata per offrire soluzioni smart a un pubblico sempre più eterogeneo e attento all'impat-



cm | **camping
management**
IL MAGAZINE DELL'OPEN AIR



**Il punto di riferimento degli imprenditori
del turismo all'aria aperta**

Distribuito a tutti gli operatori del comparto e online all'indirizzo
campingmanagement.online

19
anni di
informazione

70
professionisti del settore
scrivono per noi

+100
aziende ci hanno scelto
per la loro comunicazione

commerciale@campingmanagement.online



to ambientale. Tre sono le parole chiave che guidano questa trasformazione: tecnologia, sostenibilità e mobilità smart.

Tutti i nostri progetti si muovono su queste direttrici, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale, migliorare l'accessibilità e generare valore per il territorio.

Un servizio su misura per i viaggiatori

Proprio in quest'ottica nasce Grab&Go, un servizio Telepass dedicato ai turisti occasionali, italiani e stranieri, che desiderano muoversi sul territorio senza stress, in modo semplice e pay-per-use. L'obiettivo è duplice: agevolare il turista e decongestionare i flussi, soprattutto nei periodi di alta stagione e nelle località balneari. Grab&Go consente l'accesso rapido a caselli autostradali, parcheggi, traghetti e altri servizi integrati, senza code né attese. Una soluzione pensata non solo per gli utenti, ma anche per le destinazioni che vogliono offrire un'accoglienza più moderna e funzionale.

Un'alleanza fondata su valori comuni

L'intesa con FAITA Federcamping non nasce per caso. È il risultato

di una visione condivisa, centrata sul miglioramento dell'esperienza dell'utente finale: l'ospitalità da un lato, la mobilità dall'altro.

Entrambe le realtà credono che l'innovazione tecnologica debba essere al servizio della crescita, non fine a sé stessa.

Una crescita che sia insieme economica, sociale e ambientale, e che rafforzi il posizionamento dell'Italia come destinazione turistica d'eccellenza.

Mobilità sostenibile, impatto misurabile

L'efficienza è solo una parte della storia. L'altra, forse più importante, è l'impatto ambientale. Secondo uno studio dell'Università Ca' Foscari, l'uso del sistema Telepass ha

evitato l'emissione di 71.000 tonnellate di CO₂ in un solo anno. Una cifra impressionante, che equivale a oltre 1.100 viaggi andata e ritorno dalla Terra alla Luna. Anche le innovazioni più piccole, come eliminare una coda al casello, possono produrre benefici ambientali significativi.

Il viaggio verso il futuro è iniziato

Con questo accordo, Telepass si affianca al mondo dell'Open Air per accompagnarne l'evoluzione verso modelli più sostenibili, accessibili e digitali. Il protocollo con FAITA è solo il primo passo. L'ambizione è costruire soluzioni concrete, intelligenti e su misura per le esigenze di un settore in continua crescita. Il futuro della mobilità è già tra noi. E viaggia accanto al turismo all'aria aperta. ✱

Open Air Vision - Una nuova Filosofia di Ospitalità

Due Strade... Un Unico Obiettivo!



Impegnata nel favorire la **crescita** e lo **sviluppo** delle imprese attraverso strumenti formativi e di comunicazione utili per lo **scopo sociale**



Liberare il tempo e rendere **più semplice** la vita delle persone in movimento.
Per questo continuiamo a **innovare** dal 1990.

FORUM OPEN AIR 2025



NEW OPPORTUNITIES, NEW MARKETS, NEW HORIZONS
I territori, la promozione, le opportunità

La Giornata Mondiale dei Bambini 2026



Unire ospitalità e spiritualità in un progetto educativo globale che rimette i bambini al centro del mondo

Padre Enzo Fortunato

Presidente GMB – Giornata Mondiale dei Bambini

Il vostro impegno quotidiano, il lavoro che svolgete all'interno della natura, mi richiama fortemente alla spiritualità di San Francesco. Per trent'anni sono stato portavoce della Basilica di Assisi, e oggi sono qui con emozione per raccontarvi un progetto che ci coinvolge tutti: la **Giornata Mondiale dei Bambini**, voluta da Papa Francesco e ora proseguita con il sostegno di Papa Leone XIV.

Un evento globale, ma anche profondamente intimo, che parte da

una domanda nuova e potente: e se fossero i bambini a dover educare noi?

Un cambio di paradigma: farsi educare dai più piccoli

Siamo sempre stati abituati a pensare che tocca a noi adulti insegnare qualcosa ai più giovani. Ma Papa Francesco ci invita a rovesciare lo sguardo. I bambini, con i loro gesti semplici e autentici, ci mostrano una via alternativa. Quando giocano alla guerra e uno si fa male, si

fermano. Quando porgono la mano, non conoscono pregiudizi.

Quando osservano il mondo, lo fanno con occhi puri, liberi da interessi, potere o denaro. In un tempo segnato da conflitti e divisioni, **sono loro a indicarci la strada da seguire**: fermarsi, fidarsi, guardare con cuore limpido.

Camping e bambini: un'alleanza naturale

Proprio per questo considero **il turismo all'aria aperta un alleato**



La natura non è solo sfondo: è maestra.

L'infanzia non è solo da proteggere: è da ascoltare.

naturale della Giornata Mondiale dei Bambini. I camping non sono solo luoghi di vacanza, ma spazi dove si respira la natura, dove le famiglie si ritrovano, dove i bambini possono crescere in armonia, sicurezza e libertà.

Già nell'edizione del maggio 2024 avete offerto un contributo importante. Lo ricordo con gratitudine. Ora vi invito a essere ancora al nostro fianco per la prossima edizione, che si terrà a settembre 2026, con un obiettivo ambizioso: **ospitare 200.000 bambini da tutto il mondo**, insieme alle loro famiglie. Con il sostegno di Ferrovie dello Stato, compagnie aeree, organizzazioni sociali e, da oggi, anche con il vostro.

Insieme, per un'educazione che parte dal cuore

L'infanzia ha bisogno di luoghi belli e giusti dove crescere. E i camping possono essere davvero tra questi: **ambienti educativi, inclusivi, accessibili**, in cui il tempo si dilata, il contatto con la natura si rinnova e il valore della relazione si riscopre. A chi, come voi, ogni giorno lavora per accogliere, costruire, migliorare queste strutture, rivolgo un appello sincero: continuate ad aiutarci.

Non è solo una questione logistica o organizzativa. È un progetto di speranza, **un gesto collettivo di responsabilità e visione**, che rimette finalmente i bambini al centro del mondo. *



Cantieri Olimpici e Paralimpici come leva di trasformazione territoriale e culturale



Il settore delle mobile home ha dimostrato di saper rispondere in tempi record a una sfida globale

Fabio Saldini

Commissario di Governo e Amministratore Delegato di SIMICO

Quando è stata avviata la fase operativa per l'organizzazione delle Olimpiadi e Paralimpiadi invernali, non esistevano ancora le condizioni tecniche per realizzare le opere necessarie. La situazione appariva complessa, con vincoli di tempo stringenti e un orizzonte progettuale da costruire ex novo. Oggi, è possibile affermare con chiarezza

che tutte le opere indifferibili saranno completate nel pieno rispetto dei tempi, dei costi e degli standard qualitativi previsti.

Il quadro generale previsto dalla legge olimpica comprende un investimento complessivo di 3,4 miliardi di euro, destinato a 98 interventi: 47 sportivi (di cui 31 essenziali per i Giochi) e 51 infrastrutturali, pensati come eredità durevole per i territori

ospitanti. È proprio questo l'aspetto più significativo del programma: circa l'80% della spesa è finalizzata a ciò che resterà dopo le Olimpiadi. In merito ai tempi di consegna, è importante chiarire che le opere previste in conclusione al 2033 non riguardano l'evento sportivo, ma rappresentano investimenti strategici per il futuro delle comunità locali.



Cortina: un progetto innovativo e sostenibile

All'interno di questo scenario, il Villaggio Olimpico e Paralimpico — affidato da SIMICO tramite bando pubblico all'ATI composta da Crippacampeggio S.r.l. (mandataria), Losberger De Boer International B.V. e F.Ili De Pra S.p.A. — si è rivelato una delle realizzazioni più sorprendenti.

La realizzazione del Villaggio, condotta dall'ATI e con il contributo determinante delle competenze di Crippacampeggio nella produzione delle mobile home, ha rappresentato una risposta concreta a una necessità complessa: garantire ospitalità a oltre 1.400 atleti in un'area precedentemente inutilizzata.

L'intervento ha visto la posa di 377 abitative mobili dei moduli serviti in tempi strettissimi, con standard elevati in termini di qualità, funzionalità e sostenibilità. Il sito è stato allestito con attenzione meticolosa dall'organizzazione del cantiere, all'ordine e alla sicurezza. Le finiture interne dei moduli, curate nei det-

tagli, testimoniano una qualità che supera ampiamente le aspettative tradizionali legate al settore delle strutture temporanee.

Particolare rilievo assume il principio della reversibilità: ogni elemento del villaggio è progettato per essere rimosso senza lasciare traccia permanente sul territorio, rendendo l'intervento non solo efficiente ma anche rispettoso dell'ambiente e del contesto naturale.

Un nuovo ruolo per l'Open Air nel panorama delle grandi opere

L'esperienza di Cortina d'Ampezzo dimostra che il settore delle mobile home e delle costruzioni modulari, spesso associato esclusivamente al comparto turistico, può assumere un ruolo strategico anche nei grandi eventi pubblici. Le potenzialità emerse vanno ben oltre l'ospitalità stagionale: si tratta di un'offerta strutturale, logistica e sostenibile, capace di rispondere con efficacia a esigenze complesse, temporanee o permanenti.

Questo nuovo posizionamento apre prospettive importanti non solo per le imprese coinvolte, ma anche per le politiche pubbliche. Il settore del turismo Open Air si presenta oggi come un partner affidabile e innovativo, in grado di contribuire in maniera significativa alla realizzazione di infrastrutture versatili, accessibili e a basso impatto.

Un modello da replicare

Il Villaggio Olimpico e Paralimpico di Cortina d'Ampezzo non è soltanto un'opera completata nei tempi previsti: rappresenta un modello virtuoso di collaborazione tra pubblico e privato, un esempio replicabile per altri eventi e contesti, sia in Italia che all'estero. L'idea che ne scaturisce è chiara: l'ospitalità Open Air, con le sue soluzioni mobili, modulari e sostenibili, può offrire risposte concrete alle sfide dell'abitare, dell'accoglienza e della rigenerazione urbana. Un settore che si evolve, che innova e che dimostra, con i fatti, di saper stare all'altezza delle sfide più ambiziose. *



Dal cantiere al turismo: modelli abitativi per territori che cambiano



*Il Villaggio Olimpico e Paralimpico di Cortina d'Ampezzo:
un progetto sostenibile, temporaneo e replicabile*

Sergio Redaelli
CEO Crippaconcept

Durante il Forum Open Air 2024 era stato annunciato l'affidamento del progetto da parte di SIMICO - Società Infrastrutture Milano Cortina 2026 - attraverso bando pubblico per la realizzazione del Villaggio Olimpico e Paralimpico di Cortina d'Ampezzo. Oggi, il Villaggio Olimpico e Paralimpico è pronto per essere allestito da Fondazione

Milano Cortina 2026 in vista dell'accoglienza degli atleti. Realizzato in otto mesi e nel pieno rispetto del bando pubblico, l'intervento ha trasformato un'ex area aeroportuale in una struttura d'accoglienza all'avanguardia, progettata per ospitare oltre 1.400 atleti.

Un lavoro intenso e preciso, che dimostra come anche un'opera temporanea possa incarnare valori di

durata, qualità e rispetto del territorio.

Mobile home al servizio di un evento globale

Alla base del progetto, una visione chiara: utilizzare l'efficienza delle mobile home per creare una struttura leggera, funzionale e reversibile, pensata non solo per offrire comfort



Cortina d'Ampezzo ha il suo villaggio olimpico e paralimpico: temporaneo, sostenibile, accessibile, destinato a lasciare il segno.

e riposo, ma anche per favorire la vita comunitaria, la condivisione dei valori olimpici e un naturale interscambio culturale tra gli atleti dei XXV Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano Cortina 2026.

Le mobile home e i moduli dei servizi rispettano le norme olimpiche e sono stati progettati con attenzione al comfort, all'accessibilità e alla sostenibilità ambientale.

L'area che ospita il Villaggio — un ex aeroporto — è stata scelta proprio perché il bando richiedeva un intervento completamente temporaneo, da smontare e rimuovere integralmente al termine dei Giochi, con ripristino del suolo nelle condizioni precedenti.

Il villaggio, completamente smontabile, non lascerà tracce permanenti. È il primo nella storia recente dei villaggi olimpici e paralimpici a essere realizzato secondo una logica di impatto zero.

Un possibile riferimento per altri contesti: dalle emergenze abitative all'housing temporaneo per studenti e lavoratori stagionali, fino agli eventi.

Un debutto nel mondo delle grandi opere pubbliche

Crippaconcept ha affrontato il suo primo incarico nel mondo delle grandi opere pubbliche con impegno e attenzione ai tempi.

Il termine per la consegna era il 30 ottobre. E il 30 ottobre la struttura è stata consegnata, come da termini contrattuali.

Un'Olimpiade si vive una volta nella vita. Ma l'insegnamento che lascia è duraturo: guardare avanti, innovare, mettersi in discussione.

La passione è la vera chiave. E vale per ogni progetto, grande o piccolo che sia. ✱





Intesa Sanpaolo

L'istituto bancario offre nuove risorse e nuovi strumenti per le aziende del settore turistico

Intesa Sanpaolo offre il suo supporto al settore turistico, riconoscendone il ruolo distintivo nell'economia di un Paese, a forte attrattività culturale, paesaggistica e ricettiva.

Un supporto che vuole dare nuovo impulso allo sviluppo di un modello turistico sempre più sostenibile e di qualità e che si traduce in 10 miliardi di nuovo credito messi lo scorso anno a disposizione delle imprese del settore per nuovi investimenti in chiave Transizione 5.0, competitività sostenibile ed efficientamento energetico lungo tre assi:

riqualificazione e aumento degli standard qualitativi delle strutture, sostenibilità ambientale dell'offerta e digitalizzazione del modello di servizio.

AL FIANCO DEL COMPARTO OPEN AIR

Il rapporto tra il Gruppo bancario e FAITA Federcamping è lungo e articolato, con iniziative dedicate allo sviluppo del comparto turistico Open Air e strumenti finanziari pensati per favorire investimenti in innovazione, sostenibilità, efficientamento energetico e valorizzazione delle competenze.

La lunga esperienza e relazione con le imprese del settore turistico-ricettivo ha inoltre permesso di individuare nuovi ambiti operativi come il noleggio operativo di beni strumentali grazie alla partnership con l'azienda tedesca Grenke AG che ha consentito a giugno 2025 la nascita di Grenke Italia. La nuova società metterà a disposizione delle pmi italiane risorse per 2 miliardi nei prossimi tre anni per realizzare progetti di noleggio operativo strumentale di beni e servizi. Intesa Sanpaolo grazie al rapporto di collaborazione

commerciale con Grenke Italia garantirà l'accesso a oltre 1 milione di clienti (grandi, medie e piccole imprese) della Banca e a un'ampia rete di filiali dedicate a supporto delle scelte ed esigenze dei propri clienti. Un altro ambito operativo riguarda la copertura dai rischi catastrofali. In un contesto economico in continua evoluzione e caratterizzato da incertezze, proteggere il proprio business non è solo una necessità, ma una scelta strategica fondamentale per garantirne stabilità, resilienza e crescita.

Questo principio diventa ancora più evidente quando consideriamo i rischi sempre più tangibili delle calamità naturali.

Nell'ultimo decennio, i danni causati da eventi climatici eccezionali sono quadruplicati e l'Italia si colloca tra i Paesi europei più vulnerabili. Questo impatta direttamente su circa 4,5 milioni di aziende operanti nelle aree più a rischio.



Le conseguenze economiche sono importanti: tra il 30 e il 40% delle piccole e medie imprese potrebbe essere costretto a interrompere la propria attività proprio a causa di questi eventi improvvisi e subire perdite fino al 10% del fatturato entro il 2040. Per rispondere a questo crescente rischio la legislazione italiana ha introdotto nella Legge di Bilancio 2024 l'obbligo di assicurazione contro le calamità naturali, stabilendo un termine preciso entro il quale tutte le aziende dovranno adeguarsi, dando vita a una vera e propria rivoluzione nella cultura della protezione delle imprese.

Per preservare la continuità delle attività delle imprese Intesa Sanpaolo ha creato Proteggi Business, un ecosistema di protezione degli asset aziendali per garantire la serenità assicurativa contro una vasta gamma di rischi tra cui incendio, calamità naturali, danni ambientali, attacchi informatici, furti, danni

materiali, ma anche assistenza e sostegno per favorire la business continuity.

LA SOSTENIBILITÀ AL CENTRO DELLA STRATEGIA DEL GRUPPO

Sempre di grande rilevanza e attualità resta il tema della sostenibilità e quindi la promozione di una finanza sostenibile; ossia una finanza che indirizza gli investimenti verso scelte sostenibili di lungo termine sia in ambito ambientale che sociale e di governance. Il gruppo Intesa Sanpaolo, da sempre attento agli aspetti ESG accompagna le imprese offrendo formazione e la possibilità di partecipare a laboratori dedicati su tutto il territorio.

Attraverso workshop, convegni e il supporto di partner esperti i Laboratori ESG offrono supporto alle imprese che fanno della sostenibilità il fulcro delle azioni e delle strategie per il miglioramento del proprio profilo ESG.



Sito web

group.intesasanpaolo.com/it





CRIPPACONCEPT

CRIPPACONCEPT

Ospitalità mobile, design integrato e innovazione sostenibile

Crippaconcept è il brand di Crippacampeggio S.r.l., azienda italiana tra i maggiori player europei nel settore mobile home, soluzioni abitative removibili e prodotti per il turismo all'aria aperta.

Fondata nel 1975 come produttrice di tende da campeggio, dal 2010 Crippaconcept guida lo sviluppo architettonico e paesaggistico del glamping in Italia e all'estero con una gamma di proposte che coniugano design, sostenibilità e qualità dell'esperienza.

Le mobile home Crippaconcept si distinguono per estetica, funzionalità e personalizzazione: sono distribuite nei migliori campeggi e villaggi Open Air europei, con una rete commerciale che dal 2021 si è ampliata in Olanda e Francia per supportare operatori e professionisti della ricettività. L'azienda fa dell'innovazione e dell'integrazione paesaggistica i valori fondanti di ogni nuova soluzione abitativa, offrendo comfort e modularità con materiali ad alta ef-

ficienza energetica e basso impatto ambientale.

OFFERTA INTEGRATA

Crippaconcept sviluppa, produce e commercializza mobile home e tent lodge removibili, personalizzabili e ideate per adattarsi ad ogni contesto: dai campeggi tradizionali ai resort glamping, dalle staff house alle installazioni temporanee per eventi strategici. Ogni unità abitativa è pensata per garantire durata, versatilità e sostenibilità, offrendo modularità e comfort ai gestori e agli ospiti. La divisione Crippaconcept Camping Design (CCD) è la unit consulenziale che supporta campeggi e investitori nelle fasi dedicate alla definizione di: masterplan, studi di fattibilità, analisi dei flussi, progettazione paesaggistica. Questo approccio integrato permette di valorizzare l'esperienza degli ospiti, migliorando la competitività e il posizionamento turistico delle strutture.

COLLABORAZIONI ACCADEMICHE

Crippaconcept sostiene la crescita

del settore con progetti di ricerca in collaborazione con atenei italiani e internazionali, tra cui Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Università degli Studi di Pavia. Un esempio significativo è la prossima pubblicazione **"Architetture mobili per il turismo all'aria aperta"**, realizzata con il laboratorio AUDe dell'Università di Pavia e team universitari europei. Il volume presenta gli esiti della International Design Summer School, affrontando temi di linguaggio architettonico, sostenibilità, ricerca progettuale e innovazione delle mobile home. Il lavoro esplora l'impatto della progettazione su paesaggi naturali, l'integrazione tra prodotto e ambiente, la qualità spaziale e il ruolo delle mobile home nel turismo mediterraneo contemporaneo.

NOVITÀ 2025: COCOON A ROMA

Al Forum Open Air 2025, Crippaconcept presenta Cocoon: una mobile home suite di nuova generazione, nata dall'incontro tra il glamour camping contemporaneo e una nuo-



va idea di rapporto tra comfort, paesaggio e soggiorno open-air.

Inspirata da una ricerca progettuale condivisa con Tissa&Partners, Cocoon si distingue per la sua **veranda circolare**: un elemento avvolgente e scenografico che trasforma lo spazio esterno in un'esperienza immersiva e contemplativa.

È proprio il dialogo tra la struttura abitativa e la veranda a dare forma a Cocoon: uno spazio protetto, fluido, dove comfort, estetica e natura si fondono in un'unica esperienza. Un invito a riscoprire l'essenza della vacanza open-air, con la cura e la visione che da sempre caratterizzano il design Crippaconcept.

NUOVI SOGNI E PROMOZIONE DEL GLAMPING

Attraverso la piattaforma **Nuovisogni.it**, Crippaconcept promuove la cultura del glamping, il dialogo tra turisti e operatori e la diffusione di best practice nell'ospitalità open-air. Il progetto offre uno spazio di condivisione per esperienze, tendenze e proposte legate al turismo open-air e alle nuove forme di accoglienza.

SOSTENIBILITÀ, ESG E INNOVAZIONE PRODUTTIVA

Nel 2025 Crippaconcept ha pubblicato il secondo **Bilancio di Sostenibilità**, rafforzando il percorso ESG e promuovendo l'adozione del

Codice Etico aziendale. In questo contesto, il Bilancio di Sostenibilità 2024 consolida l'identità, i valori e la visione dell'azienda, confermando la posizione di realtà solida e innovativa, attenta all'equilibrio tra sviluppo economico, tutela ambientale e benessere sociale. Rimane valida la **certificazione Made in Italy**, a conferma della qualità e della tracciabilità delle soluzioni abitative mobili. L'azienda ha concluso con successo la **certificazione EPD** (Environmental Product Declaration) e contribuito alla stesura della **PCR EPD Italy 039**: oggi è in grado di offrire mobile home certificate secondo i criteri EPD, requisito indispensabile per accedere a strumenti incentivanti come la Nuova Sabatini Green e altri bonus indirizzati alla sostenibilità e all'innovazione ambientale.

Nel primo semestre del 2025 è stata inaugurata una nuova sede di 6.600mq dedicata alla lavorazione del legno, basata su un modello a controllo numerico che assicura elevati standard di qualità e sostenibilità. Questi sforzi si inseriscono in un quadro più ampio di investimenti per ridurre l'impatto ambientale e migliorare la sostenibilità di una parte della catena produttiva. L'impegno aziendale per un turismo

open-air consapevole si traduce in investimenti continui in materiali riciclabili, tecnologie a basso impatto, soluzioni integrate ed esperienza personalizzata, con una visione orientata a ridefinire lo spazio del tempo condiviso, la centralità del paesaggio e la relazione persona-ambiente.

Crippaconcept

Telefono

+39 0362 901988

E-Mail

info@crippaconcept.com



Sito web

www.crippaconcept.com





backspace

A Company of

HENOTO

BACKSPACE

Backspace, società del Gruppo Henoto, è un'azienda leader nel settore del noleggio di arredi e strutture temporanee, e nella manutenzione e progettazione di aree sportive. Attiva a livello nazionale e internazionale, si contraddistingue per la qualità dei servizi, l'attenzione ai dettagli e un approccio altamente qualificato. Offre soluzioni su misura per eventi, fiere, convention aziendali e strutture ricettive, con servizi completi di logistica, trasporto e montaggio.

Con sedi a **Bologna, Milano, Rimini e Padova**, e oltre **20.000 m² di magazzini attrezzati**, l'azienda si avvale di una **logistica rapida e capillare**, che le consente di offrire **soluzioni efficaci e tempestive** per ogni tipo di esigenza, dal noleggio arredi alla realizzazione e manutenzione di impianti sportivi, fino alla gestione di strutture temporanee.

L'approccio di Backspace si distingue per la capacità di seguire ogni progetto con precisione, dalla

pianificazione iniziale fino alla consegna finale, garantendo la **massima efficienza e qualità**.

UN SERVIZIO COMPLETO E INTEGRATO PER IL SETTORE TURISTICO E SPORTIVO

Le tre principali aree di competenza di Backspace – **noleggio arredi, montaggio e logistica, e manutenzione di impianti sportivi** – si intrecciano per soddisfare in modo completo e sinergico le esigenze del mercato. Grazie alla propria esperienza consolidata e a un **team di esperti altamente qualificati**, l'azienda è in grado di offrire soluzioni personalizzate per ogni tipologia di cliente. Le nostre **strutture temporanee** sono una risposta concreta e immediata alle necessità di flessibilità di questo tipo di mercato. Grazie alla loro **modularità**, queste soluzioni possono essere montate e smontate rapidamente, rispondendo così a **eventi stagionali e attività sportive** e/o ludico-ricreative. Backspace propone anche strutture temporanee altamente versatili per campeggi, hotel, resort e altre strutture ricettive, rispondendo alle

esigenze di ampliamento o rinnovo degli spazi senza interventi permanenti. La gamma di prodotti comprende tende, gazebo e strutture modulari, tutte pensate per offrire comfort, praticità e un design accattivante.

NOLEGGIO ARREDI: ELEGANZA E FUNZIONALITÀ PER OGNI EVENTO

Backspace è specializzata nel fornire **soluzioni d'arredo personalizzate**. L'azienda offre una selezione esclusiva di arredi di design e complementi d'arredo, curati nei minimi dettagli e costantemente aggiornati per andare incontro alle più moderne esigenze estetiche e funzionali. Ogni soluzione è pensata per offrire **comfort, praticità** e un **design accattivante**, al fine di creare un **ambiente accogliente e funzionale**.

MONTAGGIO E LOGISTICA: PRECISIONE E AFFIDABILITÀ IN OGNI FASE

Backspace offre **servizi qualificati di trasporto, logistica e montaggio** per ogni tipo di intervento, dalla **consegna** alla **gestione dei vuoti**.



ti, fino al **montaggio** e **disallestimento**. Ogni progetto è seguito da un team di specialisti, che assicura la corretta esecuzione di ogni fase, minimizzando i tempi e i disagi per il cliente.

L'azienda fornisce **soluzioni logistiche su misura**, che includono il **trasporto internazionale**, la gestione delle spedizioni e lo **stoccaggio sicuro** delle strutture e dei materiali. Grazie all'esperienza consolidata e alla presenza capillare sul territorio, Backspace è in grado di offrire un **supporto logistico rapido ed efficiente**, garantendo il massimo della professionalità in ogni fase del processo.

MANUTENZIONE IMPIANTI SPORTIVI: QUALITÀ E INNOVAZIONE PER IL SETTORE TURISTICO

Backspace si distingue, inoltre, anche per la sua expertise nella **realizzazione e manutenzione di impianti sportivi** per strutture turistiche, quali **villaggi turistici, campeggi e resort**. L'azienda progetta e realizza **impianti sportivi su misura**, utilizzando materiali di alta qualità e **tecnologie all'avanguardia** per garantire la funzionalità e la sicurezza degli impianti. Le soluzioni proposte comprendono

una vasta gamma di impianti sportivi, tra cui **campi da tennis, padel, calcio a 5/7/8, basket, pallavolo, golf** (Pitch & Putt, Driving Range, Putting Green), e **pavimentazioni polivalenti**. Ogni impianto è progettato per rispondere alle esigenze specifiche del cliente, assicurando un elevato standard di prestazioni e resistenza.

Inoltre, Backspace offre **servizi di manutenzione programmata e straordinaria**, garantendo la costante funzionalità degli impianti sportivi e il rispetto degli elevati standard di sicurezza. La possibilità di **rinnovare** e ammodernare **impianti esistenti**, senza interferire con l'operatività delle strutture ricettive, consente di preservare l'efficienza degli spazi e prolungarne la durata nel tempo.

OGNI SPAZIO, UNA NUOVA ESPERIENZA

Backspace è il partner di fiducia di aziende e professionisti per il noleggio di arredi e strutture temporanee, servizi di logistica integrata, e la realizzazione di impianti sportivi. Con un approccio completo e una forte **attenzione alla personalizzazione**, Backspace è in grado di trasformare ogni spazio in un'esperienza unica, rappresentando un

punto di riferimento per il **settore turistico Open Air** e il settore degli allestimenti per fiere ed eventi.

BACKSPACE S.r.l.

Telefono

+39 349 6771391

E-Mail

sales@backspace.it

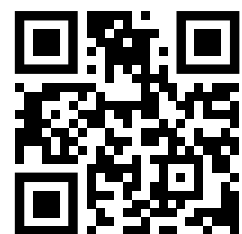
Responsabile

Alessandro Prati
General Manager



Sito web

www.backspace.it




 The logo for Mashfrog Group features the word "mashfrog" in a large, lowercase, blue sans-serif font. Above the "frog" part, the word "GROUP" is written in a smaller, uppercase, blue sans-serif font. The background of the logo area is a blurred image of colorful, glowing rectangular shapes in shades of blue, purple, and pink, suggesting a digital or data environment.

Mashfrog Group

TRASFORMAZIONE DIGITALE "TECH HUMAN TOUCH"

Mashfrog Group è una multinazionale italiana con oltre 10 anni di esperienza nel business digitale che offre l'intero ecosistema di soluzioni per la trasformazione tecnologica di PMI, imprese e multinazionali di diversi settori, oltre che di PA, enti e società di servizio. Il motto del Gruppo "Tech Human Touch" ne sintetizza l'approccio e lo stile. Digitale e innovazione in Mashfrog hanno un "tocco umano" perché sono fatti dalle persone per le persone: soluzioni tecnologiche avanzate e su misura, ideate e realizzate secondo un life-centric approach che supera la tradizionale customer centricity per anticipare le necessità del cliente e creare valore oltre il prodotto o il servizio.

COMPETENZA ED ESPERIENZA A TUTTO TONDO

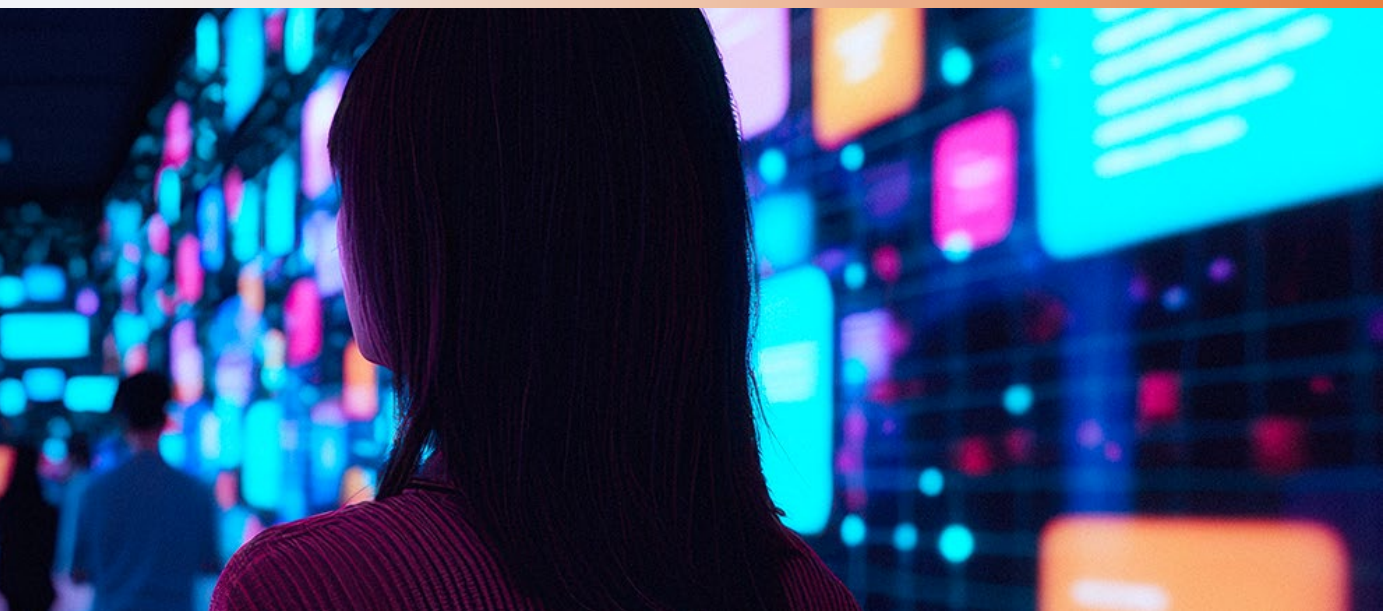
Grazie a team di professionisti esperti e certificati, il Gruppo offre ai suoi clienti e partner servizi di system integration attraverso le

principali soluzioni ERP e CRM quali SAP, Salesforce, Oracle, Infor e CCH Tagetik; servizi ITC grazie a competenze ed expertise consolidate di software engineering, Data Science, sviluppo Front End e Back End, UX/UI; servizi di comunicazione omnichannel e marketing digitale in ambito commercial e corporate, sino a soluzioni di cyber security con l'approccio Tech&Law. Il tutto con il supporto dell'Intelligenza Artificiale, ormai collega stabile di tutti i professionisti del Gruppo ed elemento abilitante per semplificare ed efficientare i processi di ogni azienda e settore.

Da questa esperienza ad ampio raggio nasce la capacità di Mashfrog di superare la dimensione del fornitore di servizi tecnologici o di consulenza, per essere un partner capace di individuare le migliori soluzioni alle diverse esigenze del cliente, seguendo una logica di servizio End-To-End, individuano le innovazioni più adatte alle sue specificità e accompagnandolo nell'implementazione.

YATO, IL DIGITALE PER L'HOSPITALITY

Dal mix di competenza tecnologica, esperienza e innovazione di Mashfrog Group sono nate soluzioni e prodotti, dedicati a particolari ambiti - dalla fintech al ticketing - e per specifici settori di business e commerciali. Tra questi c'è YATO, azienda specializzata nei servizi digitali per l'hospitality che ha realizzato una piattaforma all-in-one per hotel, ristoranti e strutture Open Air. Integrata con Oracle Opera e Symphony, automatizza e rende sicuri check-in, pagamenti, compliance e gestione documentale. Comprende moduli per registrazioni smart, gestione mobile del personale, ordinazioni e pagamenti digitali, anche in criptovalute. Con compliance automatica verso Polizia e ISTAT e infrastruttura blockchain, YATO assicura trasparenza, continuità operativa e personalizzazione, accompagnando la transizione digitale del settore e creando valore sia per i clienti sia per i gestori. Flessibile, modulare



e cloud-ready, ottimizza processi e riduce costi e tempi, con risultati verificati sul campo: -42% ore lavorate, -50% attesa al tavolo, +20% mance, +40% conversioni crypto.

TRASFORMAZIONE DIGITALE: INTEGRATA E SU MISURA

Oltre a YATO, Mashfrog Group conta una lunga esperienza di progetti e soluzioni ideate e realizzate per gli operatori nel settore del benessere e del turismo termale, come dell'Hotela o dell'intrattenimento.

Che si tratti della realizzazione di un sito web commerciale o di una mobile app di booking, dell'implementazione di soluzioni CRM, POS in cloud e gestionali, o di software di Business Intelligence per monitorare consumi, ricavi e offerta, i professional di Mashfrog seguono un metodo consolidato, per mettere la tecnologia al servizio delle esigenze specifiche del partner guidandolo nella sua trasformazione digitale con un approccio sartoriale.

Comprendere a fondo le esigenze e lo stato dell'arte in cui si trova il cliente; analizzarne gli asset tecnologici per offrire un servizio integrato e semplice; individuare le soluzioni innovative più efficaci e sostenibili; disegnare un percorso

di implementazione ottimale ed efficiente; monitorare le performance e l'efficienza delle soluzioni per garantire il miglioramento in un'ottica di continuous improvement. Sono questi i tratti del "tech human touch" che fanno di Mashfrog un partner ideale per la trasformazione digitale.

ITALIANA DI NASCITA, GLOBALE PER VOCAZIONE

Grazie a una rete integrata operativa con 5 sedi in Italia: Roma, Milano, Palermo, Cagliari e Napoli, e 7 nel mondo: USA, Canada, UK, Spagna, Serbia, Emirati Arabi Uniti e Arabia Saudita, Mashfrog Group è oggi presente e operativa ben oltre i confini del Bel Paese con una proiezione internazionale che offre una grande opportunità di scouting delle applicazioni più efficaci nei più diversi ambiti, e richiede una indispensabile capacità di confrontarsi con una ampia diversità tecnologica, legislativa ed anche culturale.

Confrontarsi quotidianamente con il mercato, le soluzioni e i servizi degli Stati Uniti o degli Emirati Arabi Uniti rappresenta infatti la possibilità di una continua esposizione alle innovazioni più avanzate come la necessità di una costante evoluzio-

ne basata sulle specificità dei contesti, dei clienti e dei consumatori. Tutto questo patrimonio si traduce nella capacità di offrire ad ogni singolo partner soluzioni certificate e performanti, innovative e sostenibili che incontrano le sue reali esigenze, supportano le sue strategie e lo spingono con efficacia misurabile.

Mashfrog Group

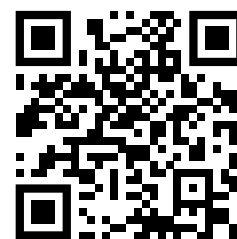
E-Mail

corporate.communication@mashfrog.com



Sito web

www.mashfrog.com



ORACLE

Oracle Italia

*Infrastrutture, cloud e intelligenza artificiale
per un mondo connesso*

Oracle nasce nella Silicon Valley nel 1977 da un'intuizione di Larry Ellison, cofondatore e oggi CTO e Chairman della società, che ha sede a Austin (Texas) e conta oltre 160.000 dipendenti nel mondo, con un fatturato di oltre 57 miliardi di dollari (dato dello scorso maggio 2025, fine anno fiscale). Pioniera e poi leader nelle tecnologie database, Oracle si posiziona oggi come una AI Company all'avanguardia, con una suite tecnologica completamente integrata e ottimizzata con l'Intelligenza Artificiale, per guidare la trasformazione digitale delle organizzazioni pubbliche e private. Grazie a costanti investimenti in Ricerca&Sviluppo (oltre 90 miliardi di dollari negli ultimi 12 anni) e numerose acquisizioni (oltre 110

miliardi per 150 acquisizioni), Oracle fornisce infatti tutti gli strumenti necessari per ottenere un vantaggio competitivo, facendo leva sul cloud computing e sull'uso sapiente dei dati. Tra le varie acquisizioni nel 2016 anche quella di NetSuite, una delle prime soluzioni aziendali cloud-native, nata per dotare le piccole e medie imprese e le start-up di un sistema di pianificazione delle risorse aziendali (ERP) integrato con funzionalità di CRM, e-commerce ecc, che ne favorisce la rapida crescita, scalando con continuità e semplicità.

Il cuore dell'offerta è Oracle Cloud Infrastructure (OCI), un'infrastruttura cloud di ultima generazione, progettata con la sicurezza come principio fondativo. Su OCI, i clienti

possono sfruttare l'enorme potenza di calcolo per l'addestramento di LLM in sicurezza e accedere a servizi PaaS, IaaS e SaaS.

Le applicazioni cloud-native di Oracle, in particolare, per i processi aziendali dalla gestione finanziaria (ERP) alla supply chain (SCM) e alle risorse umane/HR (HCM), fino a quelle verticali per i vari settori - dalla Sanità al Retail fino alle Telecomunicazioni, dai Servizi Finanziari a Utilities, Food&Beverage e Hospitality - sono già infuse di AI generativa e agentica, che le rendono intelligenti e predittive, senza costi aggiuntivi per i clienti (che beneficiano di aggiornamenti continui trimestrali compresi nelle proprie subscription) Oggi l'offerta applicativa in cloud di Oracle copre l'intero



spettro di necessità di un'organizzazione, quali che siano le sue dimensioni e il suo settore di mercato.

Con un network capillare di cloud region, tra cui una a Milano (alimentata, come tutte quelle europee, al 100% da energie rinnovabili), e un'offerta quanto mai variegata di cloud distribuito e ibrido, Oracle sa rispondere alle esigenze di sovranità digitale e conformità normativa di realtà che devono conservare i dati all'interno dei confini nazionali (anche con servizi di BYOK, Bring Your Own Key, nei quali le chiavi crittografiche sono interamente gestite dai clienti, gli unici in grado di accedere ai dati). Oracle dispone infatti di un'infrastruttura cloud in continua espansione basata su oltre 40 regioni di cloud pubblico, 8 gover-

native (per US, UK e Australia), 2 di cloud sovrano per l'Unione Europea (attive da luglio 2023, con hub a Madrid e Francoforte) e di un'innovativa offerta multicloud attraverso la quale permette ai clienti di gestire i propri dati con tecnologie Oracle all'interno delle cloud region di AWS, Azure e Google Cloud, grazie ad accordi in vigore da tempo con gli altri principali hyperscaler.

In Italia è presente dal 1993 con sedi a Milano e Roma, e con oltre 1000 dipendenti opera al fianco di circa 700 Business Partner che conoscono a fondo le esigenze di varie aree geografiche o merceologiche e che sono in grado di aggiungere valore all'offerta Oracle.

E' guidata nel nostro Paese dalla VP Carlota Alvarez, Country Manager e A.D.

Oracle Italia S.r.l. a socio unico

Telefono

+39 02 24959355

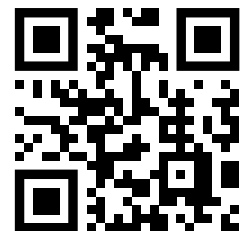
Responsabile

Antonio Festa



Sito web

www.oracle.com/it





Telepass

Telepass Grab&Go, un servizio di cortesia di nuova generazione

Telepass è un'azienda italiana che opera nel settore dei servizi di pagamento per la mobilità in ambito urbano ed extraurbano per creare un ecosistema di servizi che offra a privati e aziende un numero sempre maggiore di opzioni per una mobilità integrata e sostenibile.

Il brand è storicamente legato al pedaggio autostradale: il dispositivo Telepass, introdotto in occasione di Italia '90, permise per la prima volta di pagare senza fermarsi al casello, con addebito su conto o carta. Pioniera del telepedaggio dal 1990, con 35 anni di esperienza, la fiducia di oltre 7 milioni di clienti e più di 9 miliardi di transato annuo in Europa (e circa il 75% del valore italiano), oggi Telepass interconnette oltre 240.000 km di strade e autostrade in 18 Paesi europei.

All'offerta legata al telepedaggio, nel tempo l'azienda ha aggiunto oltre 20 servizi aggiuntivi collegati ai nuovi stili di mobilità e oggi è uno degli operatori di riferimento nella mobilità integrata.

Solo in Italia, ci sono 9,6 milioni di dispositivi Telepass che consentono il pagamento automatico del pedaggio e l'accesso ad altri servizi per la mobilità urbana. Si stimano però altri 20 milioni di viaggiatori autostradali non ancora "convertiti" al telepedaggio: viaggiatori occasionali, stranieri in visita, "fuori sede".

A questo pubblico si rivolge Grab&Go, il primo Telepass on demand pensato per chi viaggia in auto occasionalmente, ma non vuole rinunciare alla comodità di Telepass, senza pagare canoni mensili.

Lanciato a luglio, Grab&Go è il dispositivo destinato a innovare la fruizione del telepedaggio e della mobilità per offrire ai turisti italiani e stranieri un'esperienza più semplice, innovativa e sostenibile. Pensato per chi viaggia occasionalmente, con una formula pay-per-use, si può acquistare a scaffale e non ha costi fissi di abbonamento. Oltre al telepedaggio su tutta la rete autostradale italiana, il dispositivo permette di utilizzare i principali servizi Telepass base. Per i viaggiatori significa

un'esperienza senza interruzioni: accesso più semplice alla rete autostradale, minori attese ai caselli, pagamenti certi e integrazione con servizi di mobilità volti a decongestionare il traffico nelle città, come i parcheggi convenzionati e le strisce blu, o le vignette elettroniche.

I benefici sono concreti: l'Università Ca' Foscari Venezia ha stimato che nel 2024 la tecnologia Telepass, grazie alla riduzione degli stop-and-go ai caselli, ha evitato l'emissione di 71 mila tonnellate di CO₂ e ha permesso un risparmio pari a 59 mila giorni di attese al casello e oltre 8 milioni di euro di carburante.

Oggi l'ambizione dell'azienda è dotare la filiera ricettiva di questo strumento che consenta a campeggi e hotel di migliorare la qualità dell'accoglienza offrendo agli ospiti, italiani e stranieri, un'esperienza di mobilità smart e sostenibile, valorizzando il territorio e facilitando ogni spostamento. Nel mondo dell'Open Air, crescono le attese su sostenibilità, innovazione e qualità



Per chi viaggia solo
ogni tanto in Italia, c'è
► **Telepass Grab&Go**)

ZERO
ABBONAMENTI

Paghi solo
quando lo usi



dell'ospitalità. Una visione condivisa da Telepass che dal 1990 innova mettendo a disposizione soluzioni digitali che riducono gli impatti ambientali, semplificano il viaggio e innalzano gli standard di servizio.

La sostenibilità è un terreno di incontro naturale: l'eliminazione degli stop-and-go ai caselli abbatte code e consumi, mentre l'integrazione di pagamenti digitali e servizi connessi favorisce una fruizione più ordinata delle destinazioni. Per le strutture Open Air questo si traduce in arrivi più fluidi e maggiori opportunità di valorizzare il tempo dell'ospite, che può essere dedicato alla scoperta del territorio. La formula pay-per-use abbate le barriere di ingresso per i viaggiatori occasionali e internazionali, consentendo di usufruire del telepedaggio e dei servizi urbani, come i parcheggi convenzionati, senza impegni di lungo periodo. Un vantaggio concreto per le destinazioni che vivono picchi stagionali, dove la rapidità di attivazione e la semplicità di utilizzo fanno la differenza. L'innovazione, infine, è il filo rosso che unisce le eccellenze dell'ospitalità all'aria aperta e le

piattaforme di mobilità: dispositivi e app intuitive per gli ospiti significano percorsi più lineari e servizi affidabili.

In questo quadro, Grab&Go può diventare un "servizio di cortesia di nuova generazione": oltre a semplificare il viaggio, consente alle strutture di raccontare la propria attenzione all'ambiente e alla qualità dell'accoglienza, inserendo la mobilità smart tra i fattori che definiscono lo standard dell'esperienza. Dall'arrivo senza intoppi alla sosta in città, dai pagamenti certi alle vignette elettroniche transfrontaliere, l'ospite percepisce un sistema coerente, continuo, "senza strappi". La dimensione territoriale è rilevante: una mobilità più fluida rende più semplice costruire itinerari multi-destinazione, distribuendo i flussi su aree meno battute e accorciando le distanze percepite tra campeggi, borghi, spiagge e parchi. L'ambizione è diventare capillari permettendo ai turisti di acquistare Grab&Go ovunque si trovino. La collaborazione tra mobilità e ospitalità può fissare nuovi standard di servizio, a beneficio di ospiti, impre-

se e territori: Telepass e Grab&Go rispondono a una visione di turismo Open Air che premia sostenibilità e innovazione, gli stessi capisaldi che guidano la filiera dei campeggi. La sinergia è naturale: un'ospitalità di qualità merita una mobilità altrettanto evoluta.

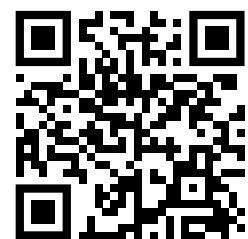
Telepass

Telefono

+39 02 24959355



[www.landing.telepass.com/
grab-and-go](http://www.landing.telepass.com/grab-and-go)





ACSI



ACSI è da 60 anni lo specialista del campeggio in Europa e offre ai proprietari di campeggi una gamma di prodotti e servizi per aumentare la loro visibilità e attirare campeggiatori. Con un pubblico di milioni di campeggiatori attraverso siti web, app e guide ai campeggi, ACSI è un nome di fiducia tra gli amanti del campeggio. Se registri il tuo campeggio su ACSI, questo verrà elencato gratuitamente sulle nostre piattaforme popolari. Questo significa che milioni di campeggiatori europei potranno trovare il tuo campeggio. Inoltre, ci sono opportunità promozionali a pagamento per rafforzare ulteriormente la tua visibilità. Ciò che distingue ACSI è l'affidabilità delle in-

formazioni sui campeggi. Ogni anno, ispettori vengono inviati in tutta Europa per controllare oltre 10.000 campeggi. In questo modo garantiamo che i campeggiatori abbiano sempre accesso a informazioni aggiornate e affidabili.

Oltre all'elenco sulle piattaforme ACSI, puoi usufruire della piattaforma di prenotazione ACSI camping.info Booking, creata in collaborazione con camping.info. Questa piattaforma ti offre l'opportunità di raggiungere campeggiatori in tutta Europa. La partecipazione è gratuita e paghi solo una commissione per prenotazione, il che la rende attraente per campeggi di qualsiasi dimensione. Per rendere la gestione del tuo campeggio ancora più efficiente, ACSI offre l'app Campin-

gComfort. Questa app semplifica i processi quotidiani come gli ordini e la comunicazione con gli ospiti tramite notifiche push. In questo modo, avrai più tempo da dedicare all'ospitalità e i tuoi ospiti potranno contattarti facilmente nella loro lingua. Vuoi che il tuo campeggio si distingua tra i campeggiatori di tutta Europa? Registrati su ACSI e aumenta la tua visibilità.



[visita il sito](#)



ACSI

-  Telefono **+31 488452055**
-  E-Mail **sales@acsi.eu**
-  Sito web **www.acsi.eu/it**
Responsabile **Sandra Huizenga**



SORGENTE
SIBILLA
ITALIAN SPRING WATER

Acqua Sibilla

Nel mondo dell'ospitalità all'aria aperta, dove la qualità dell'esperienza si misura anche nella coerenza dei gesti quotidiani, Acqua Sibilla porta un messaggio chiaro: sostenibilità, autenticità, rispetto del territorio. È con questo spirito che l'azienda partecipa al Forum Open Air 2025 come partner ufficiale di FAITA, condividendo con l'intero comparto l'obiettivo di costruire un turismo sempre più attento alle persone e all'ambiente. Un'acqua che nasce da una sorgente protetta e arriva sulle tavole del Forum come simbolo di valore, equilibrio e responsabilità.

ORIGINE E QUALITÀ

Acqua Sibilla sgorga nel cuore del Parco Nazionale dei Monti Sibillini, da una fonte incontaminata a oltre 800 metri di altitudine. Il suo percorso naturale, lungo chilometri di rocce e falde, le conferisce una composizione equilibrata e un pH di 8,2 che ne esalta la leggerezza e la digeribilità. È un'acqua oligominerale pura, imbottigliata direttamente alla fonte per preservarne ogni pro-

prietà e ridurre l'impatto ambientale. Disponibile naturale e frizzante, è la base anche di bevande biologiche, tè freddi e acque aromatiche, realizzati con ingredienti selezionati e privi di additivi artificiali.

SOSTENIBILITÀ E CRITERI ESG

La strategia di Acqua Sibilla integra con decisione criteri ESG, ambientali, sociali e di governance, in ogni fase del processo produttivo. Lo stabilimento di imbottigliamento, parte del gruppo Tinny, è progettato secondo criteri di efficienza e sostenibilità: utilizza energia da fonti rinnovabili, macchinari a basso consumo e processi ottimizzati per ridurre gli sprechi.

Un passo importante è la collaborazione con O-I Glass per la produzione di bottiglie in vetro 100% riciclate e riciclabili, realizzate con energia elettrica rinnovabile e pensate per coniugare design e rispetto del ciclo vitale dei materiali.

Anche le linee di tè e bevande aromatiche adottano materie prime biologiche e filiere agricole locali, garantendo tracciabilità e impatto ridotto. L'imbottigliamento in situ li-

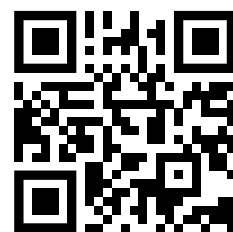
mita i trasporti e le emissioni, mentre l'uso di vetro, alluminio e packaging riciclabile rientra in una logica di economia circolare, favorendo recupero e riduzione degli sprechi.

UN IMPEGNO CONDIVISO

Con la sua presenza al Forum Open Air, Acqua Sibilla non porta solo un prodotto d'eccellenza, ma una filosofia: dimostrare che la sostenibilità può essere la spina dorsale dell'accoglienza outdoor. Perché ogni gesto, anche bere un bicchiere d'acqua, può raccontare una scelta di futuro.



visita il sito



Tynny srl

 Sito web www.sibillawaters.com

Fai crescere
il **tu**
campeggio
con un servizio
innovativo e
sostenibile!

AQUAMAT FONTANE
www.aquamatfontane.it



AQUAMAT Fontane

La rivoluzione plastic-free nei campeggi

AQUAMAT Fontane è il distributore di acqua refrigerata, liscia o gasata, disponibile 24 ore su 24 per tutti i tuoi ospiti.

Non si tratta solo di installare un impianto, ma di adottare un servizio completo, progettato per garantire ai campeggiatori un accesso facile, continuo e sicuro ad acqua fresca e di qualità.

Un servizio molto apprezzato dai clienti, sia per il reale beneficio durante il soggiorno – evitando di dover trasportare ingombranti e pesanti scorte di bottiglie – sia per l'impegno concreto del campeggio verso la sostenibilità ambientale.

Una novità che non passa inosservata:

grazie ai distributori AQUAMAT installati nei campeggi di Cavallino Treporti nelle ultime stagioni, sono state risparmiate oltre 83.000 bottiglie di plastica, con una riduzione di circa 13 tonnellate di CO₂ e 25 quintali di rifiuti plastici.

Un risultato straordinario, che testimonia l'impatto positivo di scelte concrete e innovative.

Tutto questo senza alcun investimento economico da parte del campeggio, al quale viene anche riconosciuta una quota sui profitti generati.

Essere plastic-free oggi non è più un'opzione, ma un requisito fondamentale per chi vuole rimanere

competitivo nel mercato del turismo sostenibile.

AQUAMAT porta nei campeggi soluzioni vere, visibili e misurabili. E i risultati – come dimostrano i numeri – parlano da soli!

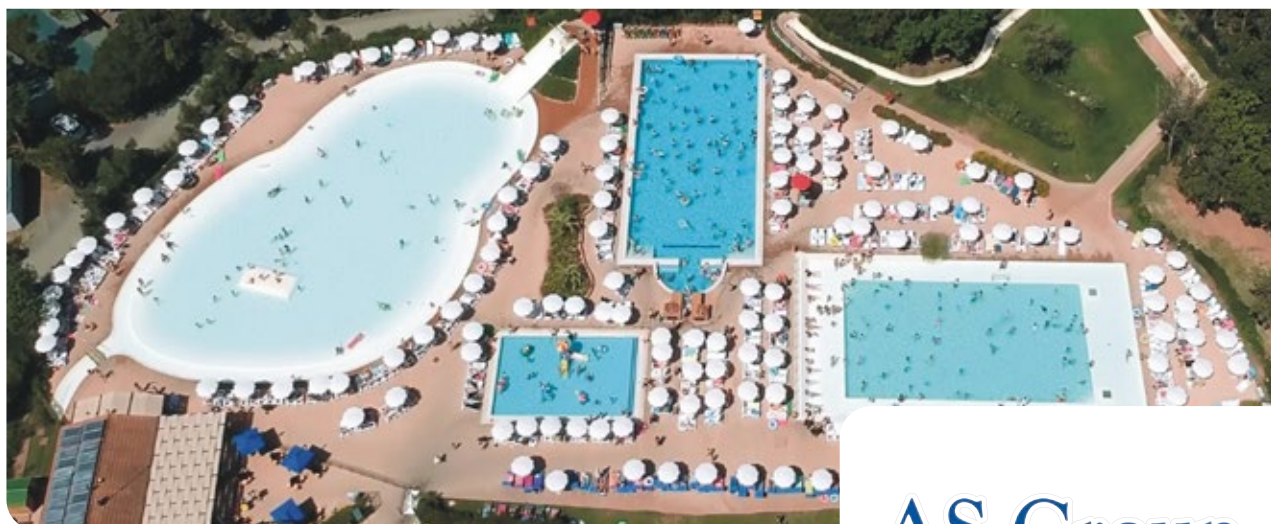


visita il sito



ECOMAT Srls

-  Telefono **+39 389 9499232**
-  E-Mail **info@aquamatfontane.it**
-  Sito web **www.aquamatfontane.it**
Responsabile **Luca Negro**



AS Group

Piscine Acqua Sport e Lagune Spiaggia Bianca

AS GROUP Srl con più di 40 anni di esperienza realizza attraverso il marchio ACQUA SPORT piscine tradizionali di livello qualitativo superiore. ACQUA SPORT è strutturata per seguire l'idea, sviluppare il progetto e consigliare al meglio il Cliente sulla fattibilità delle proposte e sugli aspetti burocratici. Inoltre una squadra di operai e capomastri costruisce la piscina seguiti step by step da tecnici specializzati fino alla consegna chiavi in mano.

AS GROUP da oltre 20 anni progetta e costruisce i meravigliosi parchi acquatici chiamati LAGUNE SPIAGGIA BIANCA. In questi ambienti l'acqua si espande in orizzontale partendo da zero e non superando mai i 40 cm di profondità. Grazie alla morbidezza dell'originale piano di calpestio anche cadere diventa un piace-

re. Oltre a divertirsi molti bambini imparano anche a nuotare con naturalezza ed i genitori percepiscono quella sensazione di sicurezza che solo l'acqua bassa può dare.

A coronamento dello sforzo profuso nel realizzare sempre un ottimo lavoro AS GROUP ha ottenuto la Certificazione ISO 9001 e quella EN 1090 - 1:2009+A1:2011.

Il sereno rapporto con il Cliente è fondamentale, in quanto non finisce con la vendita ma prosegue nel post vendita attraverso gli interventi di AQUACLINIC Srl, partner strategico di AS GROUP, esperta nella manutenzione e nella cura dell'acqua di piscina, così da garantire un perfetto e sicuro funzionamento.

AQUACLINIC con i suoi Centri Assistenza dislocati sul territorio è in grado di intervenire con professionalità in breve tempo. Inoltre con

il sistema di controllo da Remoto POOLHANDLER e la gestione Domotica di POOL MANAGER gli impianti rimangono sotto controllo H24, ma non solo, risultano più sicuri, più sostenibili e più economici grazie anche al CONTRIBUTO INDUSTRIA 4.0. Con AS GROUP e AQUACLINIC la tua piscina sarà bella fuori e sicura dentro.



[visita il sito](#)



AS GROUP SRL



Telefono **+39 055 953606**



E-Mail **acquasport@acquasport.biz**



Sito web **www.acquasport.biz** - Responsabile **Fabio Pianigiani**

The Experience Management System For Hospitality.

ALOE

Coordina, monitora e offri le esperienze con cui interagiscono i tuoi ospiti.



ALOE

ALOE è la piattaforma per villaggi e resort per valorizzare esperienze e servizi collegati al soggiorno.

Il turismo cambia: l'ospite cerca esperienze e ricordi, non solo un letto. Crescono le aspettative, le scelte last-minute via mobile, l'attenzione al territorio e ai servizi "senza attese". Villaggi e resort diventano destinazioni.

ALOE nasce per questo. ALOE permette di raccogliere in un catalogo digitale centralizzato che mette a calendario tutte le attività, i servizi e gli eventi della struttura. Il catalogo digitale mostra ciò che accade davvero: posti disponibili, orari, punti di ritrovo. L'ospite può preno-

tare e pagare online in tempo reale, prima dell'arrivo e durante la vacanza, ovunque si trovi, senza passaggi complicati.

Nel quotidiano prende forma così: la famiglia che prenota la gita in barca la sera dallo smartphone, l'infopoint che aggiorna i turni e invia il biglietto ai partecipanti con un click, la navetta che comunica un lieve ritardo a tutti con un messaggio, la reception che smette di fare da centralino e torna a fare accoglienza. Le attività dei partner locali entrano nello stesso flusso, mantenendo identità e regole contabili, ma con la stessa semplicità per chi prenota.

I dati di preferenza, poi, aiutano a leggere i ritmi della stagione, crea-

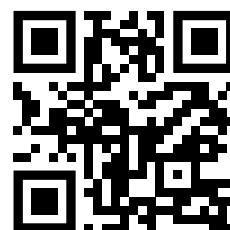
re pacchetti tematici, decidere cosa riproporre. I report mostrano cosa funziona per struttura, periodo e canale, parlando la lingua dell'amministrazione. Così ogni reparto lavora allineato: marketing propone, operations organizza, amministrazione verifica, e l'ospite vive un percorso chiaro e fluido, dal primo interesse al checkout, con più soddisfazione, meno attriti e più ricavi per la struttura.



[visita il sito](#)

OBD SRL

Telefono **+39 366 4302876**
 E-Mail **julia.z@aloesuite.com**
 Sito web **www.aloesuite.com**
 Responsabile **Julia Zheng**





bedding
CONTRACT

Gruppo Hilding Anders Italy

I nostri materassi aiutano a far riposare i clienti delle più prestigiose catene alberghiere al mondo.



Bedding Contract

Gruppo Hilding Anders

Migliorare la vita attraverso il sonno.

La storia di Hilding Anders International, oggi Gruppo leader mondiale nel settore dei sistemi letto e dei materassi inizia a Bjärnum, in Svezia nel 1939. L'azienda si specializza da subito nella progettazione di sistemi letto di alta qualità per aiutare le persone a riposare bene e a migliorare la propria vita. Nel corso degli anni acquisisce oltre 20 nuovi marchi, alcuni dei quali, con oltre 100 anni di esperienza. Il gruppo è presente oggi in oltre 40 Paesi nel mondo ed è riconosciuto un leader di mercato con circa 9.500 collaboratori. I prodotti Hilding e Bedding vengono testati in Svizzera presso l'istituto AEH sulla base di 4 criteri: ergonomia, durata, igiene e clima ottenendo così la certificazione Sleeplab. La filiale italiana opera dal 1986 a Pove, una piccola cittadina ai piedi

del Monte Grappa, in provincia di Vicenza e ha ottenuto nel 1997, come prima del settore, la certificazione UNI EN ISO 9001:2015.

A Pove viene prodotto lo storico marchio italiano Bedding presente da oltre 30 anni nel mercato e rappresentativo del made in Italy. La produzione Bedding, realizzata da personale esperto e di profonda esperienza, seleziona solo tessuti eleganti e realizza imbottiture pregiate, esclusive, ecocompatibili e tracciate.

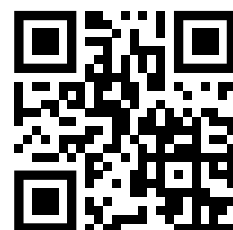
A Pove si producono inoltre alcuni prodotti a marchio privato per importanti catene Retail e la stessa produzione è in grado di soddisfare e creare qualsiasi prodotto personalizzato per il mondo del Camping.

La filiale italiana produce inoltre la linea dedicata al mondo Hotel ed Hospitality in quanto la Hilding lavora con le più prestigiose catene alberghiere quali Holiday Inn, Best

Western, Crowne Plaza, Ibis, Marriott. La collezione Hotel rispetta le rigorose normative del settore in termini di sicurezza. I materassi, i guanciali e sommieri sono dotati dell'Omologazione "CLASSE 1 IM" rilasciata dal Ministero dell'Interno e presentano caratteristiche adeguate di comportamento al fuoco. Bedding Contract, cuore italiano con sguardo internazionale.



visita il sito



Hilding Anders Italy srl

-  Telefono **+39 0424 8008 / +39 338 6126551**
-  E-Mail **fabio.bellere@hildinganders.com**
-  Sito web **www.bedding.it** | Responsabile **Fabio Bellere**



BOB Robotics

L'innovazione al servizio della ristorazione nei campeggi

BOB Robotics è l'azienda leader in Italia nella robotica di servizio, con centinaia di installazioni attive in ristoranti, hotel, supermercati e industrie. Grazie a un'esperienza consolidata e a convenzioni con le principali associazioni di categoria, come Federalberghi e FIPE, BOB è oggi sinonimo di affidabilità, innovazione e assistenza continua.

I nostri robot sono progettati per supportare concretamente il lavoro del personale, semplificando le operazioni di sala e migliorando l'esperienza degli ospiti. Nei ristoranti dei campeggi, dove i flussi di clientela possono essere molto elevati e variabili, BOB diventa un alleato

prezioso: trasporta i piatti in cucina, porta le portate ai tavoli e riduce notevolmente i tempi di attesa. Questo significa camerieri più liberi di concentrarsi sul servizio al cliente, maggiore efficienza organizzativa e un ambiente più piacevole e professionale.

La tecnologia dei nostri robot è sviluppata interamente in Italia per garantire la massima personalizzazione e un'assistenza rapida ed efficace. Ogni installazione viene seguita dal nostro team, che offre formazione al personale e un servizio post-vendita sempre attivo.

Scegliere BOB significa portare nei campeggi non solo un robot, ma un vero e proprio partner per la ristora-

zione: capace di unire innovazione, affidabilità e un tocco di spettacolarità che stupisce e diverte grandi e piccoli.

Con BOB Robotics la vacanza diventa ancora più piacevole: meno attese, più attenzione e un servizio che guarda al futuro.



[visita il sito](#)



BOB Robotics

-  Telefono **800 973189**
 -  E-Mail **info@bobrobotics.com**
 -  Sito web **www.bobrobotics.com**
- Responsabile **Leonardo Fontana**



CASHMATIC
reshaping
the payment
process

Cashmatic

Gestire un campeggio, un glamping o un villaggio vacanze significa coordinare molte attività: dall'accoglienza degli ospiti alla gestione di bar, ristoranti, minimarket e negozi interni. In questo contesto, velocità, precisione e sicurezza nei pagamenti diventano elementi fondamentali per garantire efficienza e un servizio di qualità. Cashmatic S.p.A., azienda italiana leader nella produzione e assistenza di soluzioni hardware e software per l'automazione dei pagamenti e degli ordini, offre strumenti pensati per semplificare la vita di chi lavora nel settore dell'ospitalità all'aria aperta. Con le soluzioni SelfPay e VisualPay, l'intero processo di incasso diventa automatico: si eliminano gli errori nei resti, gli ammanchi di cassa e le operazioni manuali di apertura, chiusura e cambio operatore. Il risultato è

una gestione più fluida, affidabile e sotto controllo. L'automazione porta anche maggiore sicurezza: le macchine Cashmatic rilevano automaticamente le banconote false e sono dotate di una struttura in acciaio con cassetto non accessibile all'operatore, riducendo drasticamente il rischio di furti o rapine. Inoltre, l'assenza di contatto diretto con il denaro garantisce il rispetto delle normative H.A.C.C.P. e una maggiore igiene per clienti e personale. Attraverso l'app MyCashmatic, è possibile monitorare in tempo reale l'andamento delle casse e delle vendite direttamente da smartphone, ovunque ci si trovi. Con i totem e i kiosk VisualPay, infine, si introduce un "cassiere automatico" sempre disponibile: intuitivo, veloce e ideale per ridurre le code, migliorare l'esperienza del cliente e aumentare lo scontrino medio. Tutte le soluzioni

Cashmatic sono già integrate con oltre 500 software di cassa, assicurando compatibilità e semplicità di implementazione. Con Cashmatic, il tuo campeggio diventa più efficiente, organizzato e sicuro: una gestione moderna e completamente automatizzata per affrontare la stagione con la massima tranquillità e dedicarti solo a ciò che conta davvero — la soddisfazione dei tuoi ospiti.

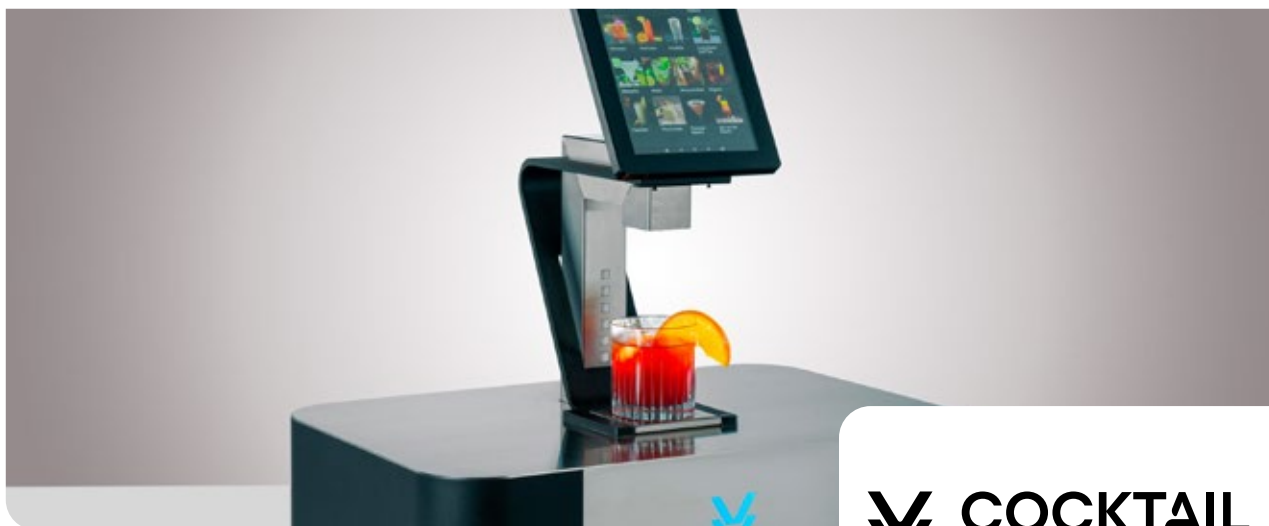


[visita il sito](#)



Cashmatic Spa

-  Telefono **+39 0541 1796791**
 -  E-Mail **info@cashmatic.it**
 -  Sito web **www.cashmatic.it**
- Responsabile **Massimiliano Grasso**



**COCKTAIL
MACHINE**
FORWARD-DRINKING SPECIALISTS

Cocktail Machine

Cocktail Machine porta l'innovazione nei campeggi, trasformando l'area bar in una vera leva di profitto.

La velocità, la semplicità e il controllo nel mondo dell'hospitality stagionale fanno la differenza; le nostre soluzioni Tech Beverage permettono di aumentare i ricavi, ottimizzare i flussi di lavoro e garantire un servizio costante e di qualità, anche con personale non specializzato.

Con Cocktail Machine ogni struttura può offrire un'esperienza bar premium con la massima efficienza: cocktail impeccabili in pochi secondi, senza errori e con un controllo totale su costi e consumi.

La tecnologia diventa così un alleato concreto per migliorare l'organizzazione, ridurre gli sprechi e valorizzare il tempo dello staff, che può concentrarsi sul servizio al cliente,

invece che sulla preparazione manuale.

Più incassi: fino al +30% di vendite grazie a un servizio rapido, costante e sempre disponibile, anche nei momenti di massimo afflusso.

Menù studiati per offrire proposte diverse e accattivanti per ogni target e momento di consumo: carte Spritz, Energy Cocktail, Tiki drinks, bevande analcoliche per bambini o signature cocktail serali.

Più organizzazione: gestione semplificata di scorte, ricette e personale, con processi di lavoro lineari e standardizzati.

Più controllo: dati in tempo reale su volumi, consumi e margini per ogni punto vendita.

Basta free drinks o perdite: l'efficienza del sistema consente riduzioni dei costi fino al 40%.

In un campeggio o villaggio turistico, la vera sfida è garantire efficienza e qualità senza aumentare la complessità operativa.

Cocktail Machine risponde esattamente a questa esigenza: offre autonomia, velocità e precisione in ogni drink, migliorando l'esperienza del cliente e la redditività della struttura.


L'innovazione che semplifica il lavoro e moltiplica i risultati.



[visita il sito](#)



CocktailsMachine Srl

-  Telefono **02 9370567**
 -  E-Mail **r.lion@cocktailsmachine.com**
 -  Sito web **www.cocktailsmachine.com**
- Responsabile **Riccardo Lion e Fabio Ongini**



CR Abitare



CR Abitare è un'azienda leader nella progettazione e produzione di mobile home per il turismo Open Air e il glamping. Fondata in Toscana nel 2013, si distingue per la qualità Made in Italy e per l'attenzione alle esigenze di campeggi, villaggi turistici e resort. Con una sede produttiva all'avanguardia nel cuore del Chianti e una rete consolidata di clienti in Italia e nei mercati europei, l'azienda crea soluzioni abitative innovative, resistenti e sostenibili.

Le mobile home di CR Abitare offrono il massimo comfort grazie a materiali di alta qualità, design personalizzabile e tecnologie costruttive avanzate. La gamma prodotti copre diversi segmenti del mercato Open Air, con unità abitative mobili stu-

diate per durare nel tempo e ridurre l'impatto ambientale. CR Abitare presta grande attenzione all'uso di materiali riciclabili e tecnologie che migliorano l'efficienza energetica e il risparmio delle risorse. Ogni mobile home è pensata per essere funzionale, sicura e confortevole, con dettagli ad alta efficienza termica per migliorare la gestione intelligente dei consumi.

Grazie agli investimenti continui in ricerca e sviluppo, CR Abitare è in grado di anticipare le tendenze del settore, proponendo soluzioni abitative mobili che rispondono alle esigenze più complesse del mercato. Dalle mobile home per famiglie alle strutture glamour per il glamping, l'azienda si impegna a offrire prodotti di alta qualità che milio-

rano l'esperienza di vacanza all'aria aperta.

Il design moderno e funzionale delle mobile home di CR Abitare riflette la continua evoluzione degli stili di vita e delle preferenze dei clienti, mantenendo sempre un occhio attento al comfort, all'estetica, alla sostenibilità e all'innovazione tecnologica che rende ogni prodotto all'avanguardia.



[visita il sito](#)



CR Abitare Srl

-  Telefono **+39 0571 633024**
-  E-Mail **info@crabitare.com**
-  Sito web **www.crabitare.com**
Responsabile **Emili Vallasciani**



Ctoutvert Secureholiday



Da oltre 25 anni, Ctoutvert accompagna le strutture Open Air e i gruppi nella loro evoluzione digitale.

Pionieri nella diffusione della prenotazione online nel mondo del campeggio, continuiamo a innovare e ad anticipare le esigenze del settore Open Air e offrire soluzioni sempre più complete e performanti.

Booking engine, distribuzione e marketing, CRM, Business Intelligence, Revenue Management, Yield Management e AI: proponiamo soluzioni per ognuno di questi ambiti, oltre a collegamenti con i principali gestionali e Channel Manager.

La nostra interfaccia permette di distribuire tramite i principali opera-

tori internazionali del settore come PINCAMP o ACSI e Camping.info.

La nostra tecnologia è basata sul sistema Secureholiday, un database full web e accessibile via Internet in modo sicuro. Una piattaforma unica che centralizza informazioni, tariffe e disponibilità.

A partire dalla nostra piattaforma, un campeggio, un villaggio, un gruppo o consorzio di strutture possono accedere a numerosi servizi interconnessi: sistema di booking engine, sistemi di booking center per consorzi, CRM, RM, Channel Manager e visibilità on line.

Il tutto è gestito a partire da un'unica interfaccia di back office con un'unica configurazione iniziale.



Secureholiday può vantare il maggior numero di collegamenti per il recupero delle disponibilità e delle prenotazioni sul mercato Open Air, grazie ai collegamenti con i gestionali e con i Channel Manager leader in Europa per una sincronizzazione affidabile e in tempo reale.



visita il sito



Ctoutvert

-  Telefono **+33 561472353**
 -  E-Mail **rachel@ctoutvert.com**
 -  Sito web **www.ctoutvert.com/it**
- Responsabile **Rachel Van Hees e Michaela Cornacchia**



DECATHLON



Trasforma la tua struttura in una Destinazione Esperienziale.

Il settore dell'Open Air è in continua evoluzione: oggi, i campeggi e i villaggi turistici sono vere e proprie destinazioni attive. Al Forum Open Air di Roma, Decathlon B2B si presenta come il partner ideale per intercettare questa tendenza, elevando la qualità del soggiorno e l'efficienza della tua struttura. La missione di Decathlon è attivare le persone attraverso le meraviglie dello sport. Questa filosofia si traduce in un'offerta B2B, pensata specificamente per i gestori, che permette di migliorare l'engagement del cliente e l'operatività interna.

1. ATTREZZATURE: L'OSPITALITÀ ATTIVA

Diventa un promotore di esperienze sportive. Decathlon B2B ti offre soluzioni complete per arricchire la tua proposta:

Decathlon Italia Srl

-  Telefono **+39 392 0472160**
 -  E-Mail **marco.ghigliazza@decathlon.com**
 -  Sito web **www.decathlon.it**
- Responsabile **Marco Ghigliazza - business developer companies**

Mobilità Sostenibile: Forniture complete per flotte di biciclette (città, trekking, e-bike), ideali per servizi di noleggio o gratuiti.

Sport & Wellness: Attrezzature per SUP, kayak e sport acquatici, oltre a kit professionali per l'allestimento di aree fitness all'aperto o per animazioni (es. yoga e team building).

Glamping e Soggiorno: Prodotti specifici per tende lussuose e accessori per esterni che elevano il comfort del cliente, riducendo i costi di gestione.

2. SERVIZI: EFFICIENZA E IMMAGINE AZIENDALE

Collaborare con Decathlon B2B significa accedere a un modello efficiente e sostenibile:

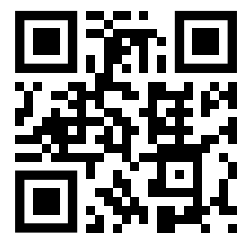
Efficienza Logistica: Grazie alla nostra rete capillare e alla solida catena di fornitura, garantiamo consegne rapide e affidabili in tutta Italia, anche nei periodi di alta stagione.

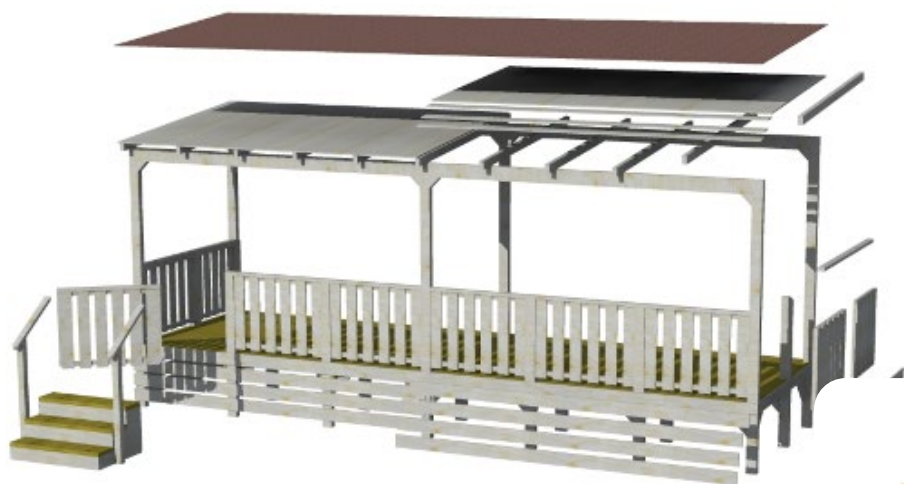
Personalizzazione: Servizio di stampa e ricamo per abbigliamento dello staff (dall'animazione alla manutenzione), rafforzando il branding del tuo villaggio.

Economia Circolare: Utilizza il nostro servizio di Noleggio B2B short term, per avere un parco attrezzature sempre aggiornato senza investimenti iniziali eccessivi. Inoltre, promuoviamo l'uso di prodotti eco-design, un valore sempre più apprezzato dai turisti sensibili all'ambiente.



visita il sito





E.G. CAMP srl



La Nostra Azienda si occupa della Realizzazione-Vendita e Montaggio di arredi in legno con trattamento in Autoclave per Campeggi e Strutture Turistiche. Siamo specializzati nel realizzare Verande-Terrazze per Mobile Home con caratteristiche di robustezza-funzionalità-estetica e durata nel tempo, esse infatti rappresentano non solo un elemento di arredo che incrementa l'impatto estetico delle Strutture Turistiche, ma creano anche uno spazio aggiuntivo atto a dare una comodità superiore agli ospiti della Mobile Home.

VANTAGGI PER IL CAMPEGGIO: l'aggiunta di una terrazza in legno è un forte elemento di differenziazione. Aumento del Valore dell'Alloggio: Le Mobile Home dotate di ampie e belle terrazze garantiscono un rapido ritorno sull'investimento. At-

trattiva Turistica: L'offerta di alloggi con spazi esterni curati è un fattore chiave nella scelta della struttura da parte dei turisti, migliorando le recensioni. In sintesi, la terrazza in legno è il ponte che congiunge il comfort della Mobile Home con la bellezza dell'ambiente esterno, rendendo il soggiorno in campeggio un'esperienza di vita all'aria aperta completa e di alta qualità. Progettiamo e realizziamo anche prodotti su misura e personalizzati per dare un servizio completo ai Nostri Clienti e cercare di soddisfarli in tutte le loro esigenze.

Come Funziona il Trattamento in Autoclave del Legno che utilizziamo: Il processo si articola in fasi ben precise: Vuoto Iniziale: Si crea il vuoto nell'autoclave che serve a togliere l'aria e l'umidità presenti all'interno delle fibre e delle cellule del legno. Iniezione della Soluzione Protettiva: Mentre

il legno è ancora sotto vuoto, viene immessa una soluzione liquida a base di sali protettivi Pressione: Si applica una forte pressione che "spinge" i sali protettivi in profondità nel legno, ben oltre la superficie. Vuoto Finale: Si elimina la pressione e si crea un nuovo vuoto per rimuovere l'eccesso di soluzione, lasciando i sali fissati all'interno. Vantaggi: Legno protetto da Agenti Atmosferici, Funghi, Muffe e insetti Xilofagi.



[visita il sito](#)



E.G. CAMP srl

-  Telefono **+39 339 6614343**
 -  E-Mail **ufficiotecnico@egcamp.it**
 -  Sito web **www.egcamp.it**
- Responsabile **Fabio Castagnacci**



Eureco Italia

Eureco Italia Srl è distributore ufficiale in Italia di golf car e utility car a marchio Club Car® (USA) e Garia® (Danimarca), due brand leader per efficienza, affidabilità e sostenibilità. Questi veicoli sono ideali per la mobilità all'interno di villaggi turistici e campeggi, dove comfort e rispetto dell'ambiente sono essenziali.

La gamma offerta include veicoli omologati e non omologati.

I modelli non omologati sono perfetti per l'uso in aree private, come campeggi e resort, garantendo praticità e basso impatto ambientale.

I modelli omologati sono ideali per collegamenti esterni e spostamenti all'interno delle strutture. Le golf car e utility car variano in dimensioni e potenza, equipaggiate con tecnologie avanzate per garantire prestazioni, comfort e sicurezza. Sono personalizzabili con diverse opzioni di allestimento e colori, adattabili alle esigenze di ogni struttura.

ASSISTENZA

Il servizio di assistenza tecnica è garantito da personale qualificato, con interventi rapidi ed efficienti per mantenere i veicoli sempre operativi, essenziale per le strutture ricettive.

NOLEGGIO

Eureco Italia offre soluzioni di noleggio flessibili, fino a 60 mesi, con formule adatte a picchi stagionali o esigenze specifiche.

La locazione operativa è un'alternativa all'acquisto, permettendo di avere sempre veicoli aggiornati e funzionali senza impegno di acquisto.



visita il sito



Eureco Italia srl

-  Telefono **+39 0434 365710**
-  E-Mail **info@eurecoitalia.it**
-  Sito web **www.eurecoitalia.it**
Responsabile **Andrea Cenati**



Genial



Genial è un'azienda attiva dal 1995 nel settore del networking, dei servizi web e delle tecnologie al servizio della promozione turistica in Italia e all'estero. Attività principale è la gestione del portale di proprietà camping.it, punto di riferimento per il mondo del Turismo Open Air. Ad oggi vantiamo circa 600 inserimenti di strutture dislocate su tutto il territorio nazionale, oltre Croazia e Slovenia. Questo è possibile sia grazie alla presenza

nelle prime posizioni sui motori di ricerca con le chiavi di ricerca a noi più congeniali e sia a nostri servizi in costante aggiornamento: andare incontro alle tecnologie che si evolvono, stare al passo con mode che cambiano ed essere attenti alle esigenze dei nostri clienti e degli utenti del portale è una prerogativa imprescindibile per essere leader di settore. L'azienda si avvale di un reparto dedicato alla produzione video-fotografica web-oriented che si è venuta via via arricchendo anche con

l'ausilio di strumenti di riprese aeree via drone e tecnologie di realtà virtuale o realtà aumentata tramite sviluppo di piattaforme 3D immersive. L'azienda partecipa con mezzi, attrezzature e personale propri alle principali fiere dedicate al turismo in Italia ed Europa.

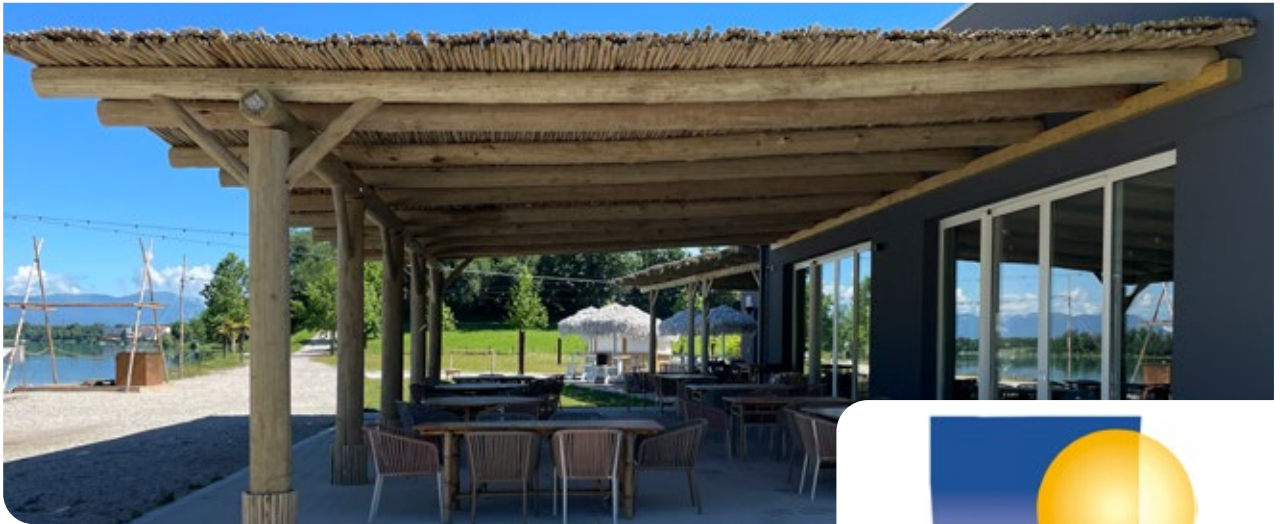


visita il sito



Genial srl

-  Telefono **+39 0861 762201**
 -  E-Mail **commerciale@camping.it**
 -  Sito web **www.camping.it**
- Persona di riferimento **Ferdinando Iustini**



Giò Stemar

Per i proprietari e i gestori di campeggi, ogni stagione è una sfida: allungare l'apertura, differenziare l'offerta, trasformare gli spazi in margine. Giò Stemar risponde con arredi e strutture outdoor ad alto valore d'uso: gazebo, pergole, verande, chioschi modulari e ombrelloni progettati per lavorare tutto l'anno. Le soluzioni permettono di allestire aree bar, reception all'aperto, lounge ombreggiate e spazi kids, aumentando permanenza, consumo medio e soddisfazione dell'ospite.

L'estetica dialoga con villaggi, glamping e aree piscina: canne di bamboo, legni selezionati di eucalipto, pavimentazioni con legno esotico e finiture materiche integrano il paesaggio. La progettazione su misura

ottimizza flussi, ombreggiamento e manutenzione. Ne risulta un insieme coerente con il brand del campeggio, adatto a colazioni, aperitivi ed eventi serali, coniugando resistenza, comfort e durabilità.

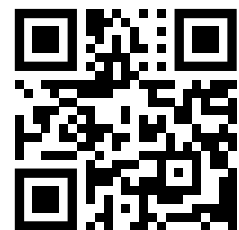
Giò Stemar opera come unico interlocutore dal concept al montaggio: consulenza materiali, layout, studio dell'illuminazione e coordinamento in cantiere. Le strutture modulari consentono interventi progressivi: si può partire da una veranda o da un chiosco e ampliare nel tempo con elementi coordinati. La gestione è semplificata da superfici lavabili, ricambi disponibili e assistenza post-vendita.

Per chi sta ripensando l'offerta in vista della prossima stagione, l'azienda propone spazi che generano

valore anche fuori dall'alta stagione: zone relax riparate dal vento, corner esperienziali e micro-eventi che invogliano a fermarsi di più. L'obiettivo è misurabile: maggiore reputazione, più occupazione, migliore marginalità dell'intera struttura. Giò Stemar traduce l'idea in un progetto concreto, piacevole da vivere e sostenibile da gestire, con tempi e budget sotto controllo.



[visita il sito](#)



Giò Stemar

-  Telefono **+39 0424 382821**
-  E-Mail **info@giostemar.it**
-  Sito web **www.giostemar.it**
Responsabile **Flavio Settini**

Supportiamo il settore open air nell'affrontare le sfide del mercato, trasformando numeri e tendenze in crescita reale e sostenibile.



HBenchmark
Hospitality Data Intelligence

HBenchmark

HBenchmark è la piattaforma di Data Intelligence per il settore Open Air che aiuta campeggi e villaggi turistici a trasformare i dati in strumenti utili per migliorare performance e competitività. Attraverso un sistema avanzato di raccolta, analisi e visualizzazione, permette di monitorare domanda, prenotazioni, ricavi e KPI fondamentali, supportando decisioni rapide e mirate in un comparto segnato da forte stagionalità e preferenze dei viaggiatori in continua evoluzione. Uno dei principali punti di forza è l'accesso a benchmark competitivi aggiornati, basati su dati anonimizzati provenienti da un ampio network di strutture. Ciò consente di confrontare i propri risultati con il mercato, individuare aree di miglioramento e definire strategie commerciali e di investimento più efficaci. I KPI analizzati includono

occupazione, ADR, RevPAR e pick-up, con possibilità di approfondimenti per periodo, tipologia di sistemazione, provenienza geografica e canale di vendita.

HBenchmark non è solo analisi storica, ma anche supporto operativo per il futuro: report dinamici e dashboard personalizzabili consentono di leggere trend emergenti, valutare la domanda in tempo reale e anticipare i comportamenti dei clienti. La piattaforma è progettata sulle specificità del settore Open Air, con strumenti dedicati alla segmentazione della clientela, alla durata media dei soggiorni e al monitoraggio dei canali di distribuzione.

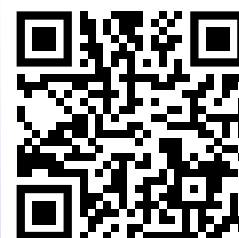
Anche destinazioni turistiche e associazioni di categoria possono trarre vantaggio da HBenchmark, ottenendo una visione aggiornata e dettagliata dell'andamento del comparto, monitorando flussi e performance e valutando l'efficacia delle

politiche di promozione. Questo approccio collaborativo crea un circolo virtuoso tra strutture, territori e istituzioni, favorendo la crescita dell'intero settore.




In un mercato sempre più competitivo e data-driven, HBenchmark è l'alleato strategico per campeggi e villaggi che vogliono innovare, crescere e affrontare con consapevolezza le sfide presenti e future.



[visita il sito](#)



HBenchmark s.r.l.

-  Telefono **+39 0444 276202**
-  E-Mail **francesco.traverso@hbenchmark.it**
-  Sito web **www.hbenchmark.com**
Responsabile **Francesco Traverso**



Ottimizza ogni operazione con Hoxell e ricevi un messaggio quando la camera è pronta

Hoxell

hoxell
excellence in hospitality

Hoxell è nato da un'esigenza concreta di albergatori che, nel loro lavoro quotidiano, cercavano uno strumento in grado di digitalizzare e ottimizzare i processi operativi, eliminando completamente la carta.

L'idea è emersa durante la gestione dei nostri stessi hotel, dove i flussi di lavoro complessi e la necessità di migliorare l'efficienza ci hanno spinto a sviluppare una piattaforma che rispondesse a queste sfide in modo innovativo, in grado di semplificare e velocizzare le operazioni quotidiane, riducendo gli errori legati alla gestione manuale dei dati e al flusso di informazioni tra i reparti.

Inizialmente, Hoxell è stato sviluppato internamente nei nostri hotel per risolvere le problematiche specifiche che affrontavamo ogni giorno. Tuttavia, nel corso del tempo,

altri albergatori hanno riconosciuto il potenziale della piattaforma e hanno manifestato il desiderio di adottarla nelle loro strutture. Da qui è nata l'idea di trasformare Hoxell in una soluzione software più versatile e accessibile, pensata per tutta l'industria dell'hospitality, con l'obiettivo di rispondere alle esigenze di strutture di tutte le dimensioni.

Ciò che distingue Hoxell è che è stato creato da albergatori per albergatori. Ogni funzionalità è stata pensata con l'obiettivo di semplificare la gestione operativa e migliorare la comunicazione tra i vari reparti delle strutture ricettive. Il nostro software non solo ottimizza i processi operativi, ma permette anche di ridurre al minimo gli errori umani e di garantire un flusso di lavoro più fluido e meno soggetto a imprevisti.

La nostra missione è quella di "offrire un software innovativo, all'avanguardia, intuitivo e perfettamente adattabile alle necessità del settore alberghiero". Con Hoxell, puntiamo ad aiutare gli hotel, campeggi e altre strutture ricettive a migliorare l'efficienza operativa, ottimizzare i flussi di lavoro quotidiani e favorire una comunicazione rapida e fluida tra i vari reparti, dal front office alla manutenzione.



visita il sito



Hoxell SA

-  Telefono **+41 91 9600840**
-  E-Mail **info@hoxell.com**
-  Sito web **www.hoxell.com**
- Responsabile **Giuseppe Di Gennaro**



Italtpol

Italpol Vigilanza, con 50 anni di esperienza e oltre 4.000 dipendenti, è sinonimo di sicurezza e affidabilità in Italia. Leader nazionale nei servizi di vigilanza, oggi si propone come partner strategico per le strutture dell'ospitalità che vogliono offrire ai propri ospiti un soggiorno sicuro, protetto e tecnologicamente avanzato.

Il settore turistico evolve rapidamente e richiede soluzioni di sicurezza sempre più integrate. Hotel, resort, campeggi e villaggi non cercano solo protezione fisica, ma anche tutela digitale e gestione intelligente degli spazi. Italtpol Vigilanza risponde con un'offerta completa che affianca personale qualificato a tecnologie di ultima generazione.

Oltre ai classici servizi di vigilanza, guardiania e portierato, Italtpol progetta e installa sistemi evoluti di videosorveglianza con videocamere intelligenti, allarmi per aree sensibili, pattugliamenti dinamici, controlli ispettivi e monitoraggio costante da centrali operative attive 24/7.

Per strutture complesse, propone soluzioni avanzate con droni, sensori e persino unità robotiche.

Fondamentale è anche la cyber vigilanza: protezione di reti e sistemi IT per garantire sicurezza dei dati, delle transazioni digitali e della privacy degli ospiti.

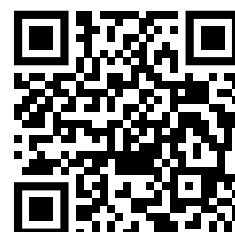
La forza di Italtpol Vigilanza risiede nell'integrazione tra esperienza, risorse umane e innovazione tecnologica.

Il risultato è un servizio personalizzato, scalabile e capace di adattarsi a ogni realtà ricettiva.

Al Forum Open Air 2025, Italtpol ribadisce la sua missione: offrire sorveglianza e sicurezza ovunque, accompagnando il mondo dell'ospitalità verso un futuro in cui protezione e innovazione procedono insieme.



visita il sito



Italtpol Vigilanza

-  Telefono **+39 375 7818619**
 -  E-Mail **alessandra.bognanni@italpolvigilanza.it**
 -  Sito web **www.italpolvigilanza.it**
- Responsabile **Alessandra Bognanni**



KOMPAN®

KOMPAN ITALIA S.R.L

KOMPAN ITALIA è un punto di riferimento nel settore delle soluzioni per spazi e aree di aggregazione, specializzata nella progettazione e realizzazione di aree gioco e fitness all'aperto, pensate per migliorare la qualità della vita delle persone e valorizzare gli ambienti in cui vivono e si ritrovano. Con oltre 50 anni di esperienza a livello internazionale, KOMPAN ha rivoluzionato il concetto di spazi ricreativi, creando ambienti inclusivi, sicuri e coinvolgenti, capaci di stimolare il benessere fisico, sociale e mentale di utenti di tutte le età e abilità.

L'elemento distintivo di KOMPAN è l'approccio basato su ricerca e innovazione: ogni prodotto è sviluppato in collaborazione con esperti di sviluppo infantile, fisioterapisti e desi-

gnier, per garantire un'esperienza di gioco e allenamento che vada oltre il semplice divertimento, promuovendo lo sviluppo motorio, cognitivo e sociale.

La sostenibilità è un altro pilastro fondamentale della nostra filosofia: i materiali utilizzati sono riciclati e riciclabili, con un impatto ambientale ridotto senza compromessi su durata e sicurezza. La combinazione di design accattivante, alta qualità costruttiva e resistenza agli agenti atmosferici rende le soluzioni KOMPAN perfette per ogni contesto, da piccoli centri urbani a villaggi ed aree ricreative di qualsiasi dimensione.

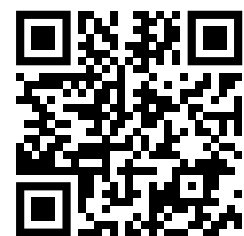
Le nostre aree ludiche e fitness sono progettate per essere completamente accessibili ed inclusive, permettendo a persone di tutte le abilità di usufruire degli spazi in modo autonomo e sicuro.

Questo approccio si traduce in parchi giochi senza barriere, attrezzature fitness utilizzabili anche da persone con mobilità ridotta e spazi pensati per favorire la socializzazione tra generazioni.

Oggi, grazie a KOMPAN, giardini, campeggi, villaggi e spazi privati si trasformano in luoghi di aggregazione, crescita e benessere, dimostrando che il gioco e l'attività fisica sono diritti di tutti.

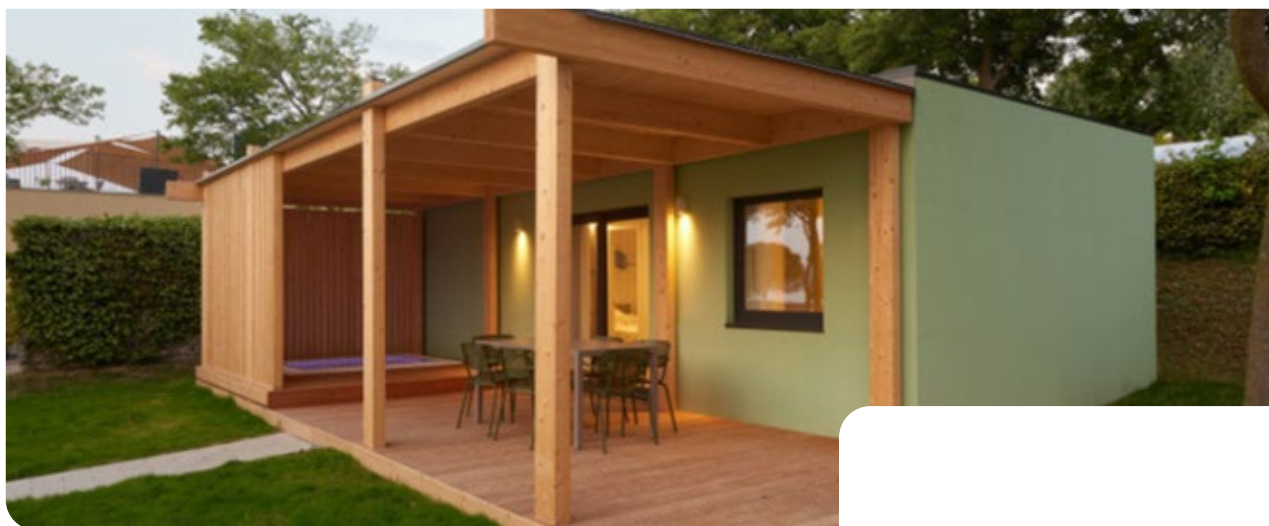


[visita il sito](#)



KOMPAN ITALIA S.R.L

☎ Telefono **+39 02 8976 0861**
 ✉ E-Mail **italia@kompan.com**
 🌐 Sito web **www.kompan.it**
 Responsabile **Gino Sartor**


 LAM AMBIENTE

Lam Ambiente

Da 30 anni la vacanza So-Chic, sostenibile e chic di LAM AMBIENTE. Quello che noi realizziamo non sono solo strutture in legno per l'abitare turistico o a complemento delle stesse, ma un nuovo modo di recepire la necessità della vacanza come spazio di autenticità, bellezza, comodità e libertà. La vacanza è il luogo del possibile, quello dove si cercano emozioni, ma anche odori che possano fungere da briciole di memoria autobiografica. Ciò che riporta ognuno di noi in questa dimensione di possibilità e emozionalità, non può che essere un materiale simbolico come il legno, in cui a parlare è la natura e la nostra volontà di vivere in equilibrio con ciò che la rispetta e non la oltraggia. Il legno è un materiale ecologico e naturale che si auto rinnova in simbiosi con la natura. Questa filosofia

di viaggio, più "lenta" comprende anche una nicchia non certamente nuova ma che ultimamente sta rifiorendo, complice probabilmente una maggiore sensibilità del turista nei confronti dell'ambiente e della sostenibilità: il cosiddetto turismo rurale. Primo tra tutti il glamping, formula che mescola la vacanza all'aria aperta con una giusta dose di lusso e glamour. Un turismo chic ma attento all'ambiente dove LAM ha trovato la sua dimensione più vera, portando nei glamping la tecnologia e l'esperienza maturate nella costruzione delle case in bio-edilizia. La forza di LAM è un servizio su misura, altamente personalizzabile, che garantisce, oltre alla rapidità di realizzazione, una grande competenza nelle particolarità costruttive e nell'innovazione. LAM ha una squadra di manutenzione interna attraverso la quale è in grado di

attivare contratti di manutenzione ordinaria e straordinaria e di pronto intervento con risoluzione veloce delle problematiche. Questo servizio nasce dalla volontà dei vertici di LAM di stare accanto a coloro che investono sul turismo sostenibile. Le regole auree che condividiamo con questi imprenditori sono: responsabilità nei confronti dell'ambiente, attenzione per la bellezza e conoscenza del settore e delle esigenze dei clienti.

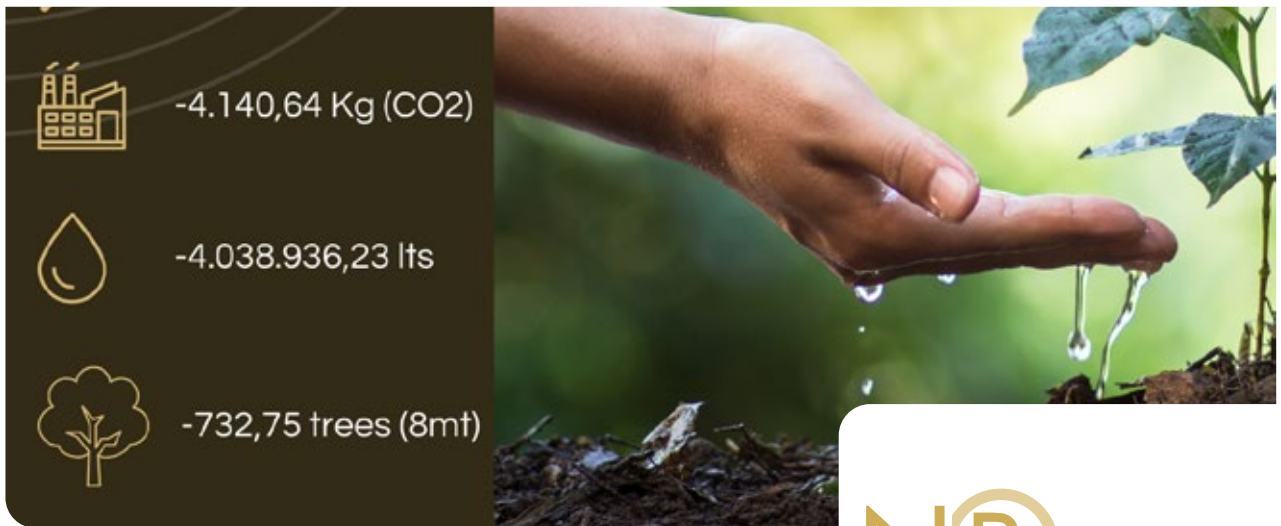


[visita il sito](#)



Lam Ambiente srl - Società Benefit

-  Telefono **+39 0575 527065**
-  E-Mail **info@lamambiente.it**
-  Sito web **www.lamambiente.it**
Responsabile **Gino Cellai**



NP Technology



NP Technology ha come mission aziendale lo studiare, analizzare ed impiegare le nuove tecnologie, affinché si possano realizzare soluzioni di alto contenuto tecnologico in grado di rendere più efficienti e moderni, i processi di gestione. Lo scopo fondamentale di tutti i nostri prodotti è:

- Ridurre al minimo i tempi di attesa degli ospiti durante i processi di check-in e check-out;
- Ridurre o eliminare lo spreco di carta che viene normalmente utilizzato durante i vari processi;
- Ridurre l'ingombro della carta;
- Aiutare le aziende a risparmiare denaro nell'acquisto dei moduli prestampati.

Abbiamo installato circa 1600 postazioni e oltre 600 strutture ricettive utilizzano NoPaperSolution. Abbiamo una completa conoscenza dei servizi di accoglienza nell'ospitalità.

NP Technology

- ☎ Telefono **+39 3274681100**
- ✉ E-Mail **digiampietro.m@nopapersolution.com**
- 🌐 Sito web **www.nopapersolution.com/en**
Responsabile **Marco Di Giampietro**

Conosciamo i requisiti di legge per la gestione dati Ps, Istat, City tax di ogni regione. Siamo flessibili. La sicurezza del dato con NP è totalmente assicurata. Nessun dato e documento scansionato vengono salvati in chiaro su nessun dispositivo; gli stessi vengono gestiti e viaggiano in binario cifrato in maniera effimera. Nel caso di salvataggio dei dati per un periodo limitato (secondo proprie policy e comunque sempre -GDPR compliance-), la ricerca successiva di un documento scansionato e l'accesso alla visualizzazione del suo contenuto, può essere eseguita solo dall'hotel (nemmeno NP può accedere), in quanto solo la struttura può decifrare il recupero del contenuto del documento che è cifrato in binario nel cloud end to end.

Le nostre applicazioni possono essere integrate senza problemi in qualsiasi ambiente (virtuale o

meno) e con qualsiasi PMS. Siamo presenti in oltre 20 paesi EMEA. I nostri clienti hanno evitato la stampa di oltre 35 milioni di fogli e hanno contribuito nel corrente anno per la salvaguardia dell'ambiente ad un risparmio in termini di energia, acqua, Co2 e alberi abbattuti.

L'impatto ambientale ha generato i seguenti valori di risparmio:

- **1.133.227,71 KW;**
- **4.140,64 KG (CO2);**
- **4.038.936,23 LTS.**



visita il sito



NUOVI SOGNI

Il lusso di un soggiorno da favola

nuovisogni.it

NUOVI SOGNI

Nuovi Sogni

Da 30 anni la vacanza So-Chic, sostenibile e chic di LAM AMBIENTE. Quello che noi realizziamo non sono solo strutture in legno per l'abitare turistico o a complemento delle stesse, ma un nuovo modo di recepire la necessità della vacanza come spazio di autenticità, bellezza, comodità e libertà. La vacanza è il luogo del possibile, quello dove si cercano emozioni, ma anche odori che possano fungere da briciole di memoria autobiografica. Ciò che riporta ognuno di noi in questa dimensione di possibilità e emozionalità, non può che essere un materiale simbolico come il legno, in cui a parlare è la natura e la nostra volontà di vivere in equilibrio con ciò che la rispetta e non la oltraggia. Il legno è un materiale ecologico e naturale che si auto rinnova in simbiosi con la natura. Questa filosofia di viaggio, più "lenta" comprende

anche una nicchia non certamente nuova ma che ultimamente sta rifiorendo, complice probabilmente una maggiore sensibilità del turista nei confronti dell'ambiente e della sostenibilità: il cosiddetto turismo rurale. Primo tra tutti il glamping, formula che mescola la vacanza all'aria aperta con una giusta dose di lusso e glamour. Un turismo chic ma attento all'ambiente dove LAM ha trovato la sua dimensione più vera, portando nei glamping la tecnologia e l'esperienza maturate nella costruzione delle case in bio-edilizia. La forza di LAM è un servizio su misura, altamente personalizzabile, che garantisce, oltre alla rapidità di realizzazione, una grande competenza nelle particolarità costruttive e nell'innovazione. LAM ha una squadra di manutenzione interna attraverso la quale è in grado di attivare contratti di manutenzione ordinaria e straordinaria e di pron-

to intervento con risoluzione veloce delle problematiche. Questo servizio nasce dalla volontà dei vertici di LAM di stare accanto a coloro che investono sul turismo sostenibile. Le regole auree che condividiamo con questi imprenditori sono: responsabilità nei confronti dell'ambiente, attenzione per la bellezza e conoscenza del settore e delle esigenze dei clienti.



visita il sito



Nuovi Sogni

-  Telefono **+39 0382 930675**
-  E-Mail **info@crippacampeggio.it**
-  Sito web **www.nuovisogni.it**



ORA e-Cars

Con una flotta di 6.000 veicoli elettrici, Ora e-Cars è il leader europeo nel noleggio di golf cart.

Realizziamo veicoli come nuovi partendo da telai di marchi come Club Car o Ez Go, utilizzando un mix di componenti nuovi e rigenerati, ottenendo così una soluzione economica e rispettosa dell'ambiente.

Ora e-Cars è un'azienda francese, fondata nel 2017, che ha sviluppato la propria batteria al litio (48V-100 A), progettata internamente e specificamente adattata alla gamma di veicoli elettrici Neo-basic.

Il progetto Neo è stato avviato e sono state sviluppate varie batterie

per diversi tipi di veicoli e settori di attività.

La missione dell'azienda è produrre veicoli innovativi con il minore impatto ambientale possibile, guidata dalla convinzione che ogni individuo abbia un ruolo nel preservare l'ambiente.

L'approccio di Ora e-Cars si fonda su due pilastri fondamentali:

- la tutela dell'ambiente
- il contributo delle nuove tecnologie

I clienti possono noleggiare veicoli personalizzati, con colori speciali o loghi aziendali.

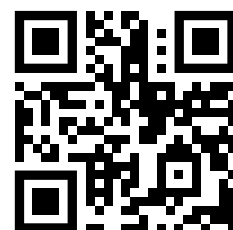
Offriamo il costo di noleggio più basso sul mercato: 85 €/mese per

un golf cart Neo Lithium, con contratto a lungo termine (60 mesi). Possiamo includere manutenzione e assistenza, con garanzia completa su componenti e batteria, senza alcun limite di utilizzo, per tutta la durata del contratto.

Per ulteriori informazioni, contattaci: contact@ora-e-cars.com

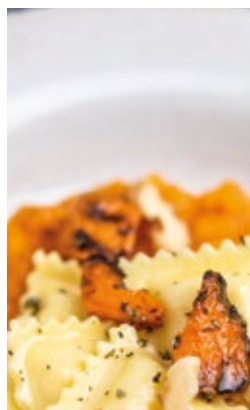


visita il sito



ORA e-Cars

- ☎ Telefono **0033 6 10 80 03 81**
- ✉ E-Mail **contact@ora-e-cars.com**
- 🌐 Sito web **www.ora-e-cars.com**
Responsabile **Pauline Monbergé**

Pizzeria e
Arte BiancaRistorazione
Veloce e BarRistorazione
TradizionaleRistorazione
CommercialeBanqueting
ed Eventi

OROGEL

Orogel Food Service Progetto 'Su Misura Per Te'

Orogel Food Service è la divisione di Orogel nata per essere al fianco dei professionisti della ristorazione nelle sfide di ogni giorno con prodotti buoni, freschi e sempre pronti. Ogni ricetta è ideata con cura dal Team Chef Orogel, un gruppo di chef professionisti che, insieme alla divisione Ricerca e Sviluppo, studia le proposte più innovative per metterle al servizio di chi si occupa di ristorazione.

OROGEL SU MISURA PER TE

Orogel Food Service ha lanciato un progetto di consulenza mirato, pensato per ogni canale della ristorazione: Orogel su misura per te. Grazie a questo servizio tailor-made, il nostro Team Chef è a disposizione dei professionisti della ristorazione per:

- creare il menù perfetto in base alle diverse esigenze del cliente, in funzione delle attrezzature e della tipologia di locale;
- calcolare in anticipo il costo por-

zione, sfruttando la standardizzazione dei processi e delle lavorazioni;

- proporre soluzioni personalizzate tenendo sempre sotto controllo il food cost, il costo porzione in anticipo;
- essere sempre aggiornati rispetto ai trend della ristorazione, con idee di ricettazione replicabili, gustose e innovative.

I VANTAGGI DEL PRODOTTO SURGELATO

I prodotti surgelati sono grandi alleati del mondo Open Air e anche un vero e proprio aiuto nel contenimento dello spreco:

- consentono di ridurre i tempi di cottura - durante il processo di surgelazione, infatti, le verdure sono scottate con acqua o vapore;
- ottimizzano il lavoro in cucina, soprattutto in momenti in cui c'è carenza di manodopera - i prodotti surgelati sono già puliti, lavati e tagliati, pronti per essere usati in

tante preparazioni;

- grazie alla surgelazione in IQF si può usare ogni volta solo il quantitativo di prodotto desiderato;
- prodotti di stagione tutto l'anno - per rispondere alla richiesta di ricette della tradizione, spesso stagionali, anche in momenti in cui il fresco non è disponibile (ad esempio: friarielli, carciofi o cime di rapa).



visita il sito



OROGEL SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA

Telefono **+39 0547 3771** E-Mail **info@orogel.it**

Sito web **www.orogelfoodservice.it**

Responsabile **Alessandro Gollinucci**



Pacchiani Holz S.R.L.

VERANDE PER CASE MOBILI

Fondata nel cuore della tradizione artigiana nel 1890, Pacchiani Holz rappresenta l'eccellenza nel settore della lavorazione del legno per edilizia, con un'attenzione particolare alle verande per mobile home. Con decenni di esperienza alle spalle, siamo orgogliosi di avere costruito una reputazione solida sulla qualità dei materiali, sulla maestria artigianale e sull'innovazione che guarda al futuro.

LA NOSTRA MISSIONE È OFFRIRE SOLUZIONI SU MISURA CHE UNISCANO:

durabilità, attraverso l'uso di legnami selezionati e trattati con tecniche certificate, estetica e armonia con l'ambiente circostante;

COSA FACCIAMO:

Progettazione personalizzata: verande su misura di ogni forma e dimensione, stile, adatte alle condizioni climatiche locali, integrate con cura nei modelli di mobile home esistenti o nuovi.

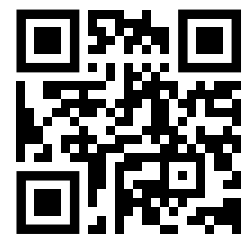
Lavorazione del legno: scelta dei legni migliori per resistenza, stabilità, estetica; trattamenti protettivi per resistenza agli agenti atmosferici .

Installazione professionale: squadre specializzate garantiscono un montaggio preciso e puntuale. Grazie a un design studiato per semplificare il montaggio, possono essere installate rapidamente, senza compromettere la qualità e la resistenza della struttura.

Le verande per case mobili rappresentano quindi la soluzione ideale per ampliare e valorizzare lo spazio esterno garantendo un ambiente funzionale e perfettamente integrato con l'estetica della mobile home.



visita il sito



Pacchiani Holz S.R.L.

-  Telefono **+39 035 530474**
-  E-Mail **info@pacchiani.it**
-  Sito web **www.pacchiani.it**
Responsabile **Tecla Pacchiani**



IGIENE
INNOVAZIONE
SOSTENIBILITÀ



Papernet

Il Gruppo Sofidel, con sede a Porcari (Lucca), è uno dei leader mondiali nella produzione di carta per uso igienico e domestico. Fondato nel 1966, è presente in 13 Paesi, 12 in Europa e Stati Uniti (11 Stati), con oltre 9.000 dipendenti e una capacità produttiva di 1.860.000 tonnellate all'anno. Nel 2024, il fatturato consolidato netto è stato di 3,225 miliardi di euro. "Regina" è il suo brand più noto, presente nella maggior parte dei mercati di riferimento.

Il Gruppo si è impegnato all'azzeramento delle proprie emissioni di carbonio nette (Net-Zero) entro il 2050.

Papernet è il marchio AFH del Gruppo Sofidel, da sempre impegnato nell'offrire prodotti altamente innovativi per soddisfare le esigenze di igiene e sicurezza dei clienti. Papernet promuove comportamenti volti a diffondere il principio dell'igiene circolare: un modello che mira a trasmettere agli utenti le corrette abitudini igieniche. Innovazione, Igiene e Sostenibilità sono i valori che caratterizzano il Marchio: il risultato è una gamma di prodotti che si distinguono sul mercato per l'alta qualità e le prestazioni ambientali.

Nell'offerta di Papernet spicca FullOne, il dispenser di carta igienica a dispensazione controllata, sviluppato per garantire il massimo livello di

igiene nelle aree bagno e ottimizzare i consumi. Le sue caratteristiche consentono di ospitare oltre 200 mt di carta, riducendo la frequenza di ricarica. Un dispenser compatto e igienico, realizzato interamente in plastica antibatterica, il cui esclusivo design si adatta perfettamente a qualsiasi ambiente, legando l'estetica alla funzionalità.



[visita il sito](#)



Sofidel S.p.A.

-  Telefono **+39 0583 2681**
-  E-Mail **luca.campagnano@sofidel.com**
-  Sito web **www.papernet.com/it**
Responsabile **Luca Campagnano**



PHOBS

PHOBS

PHOBS è un punto di riferimento nelle soluzioni di prenotazione online dedicate al settore dell'ospitalità, con un know-how consolidato nel mondo del campeggio e del glamping. Fin dalla sua nascita, PHOBS supporta campeggi e resort nell'aumentare le prenotazioni dirette, migliorare la visibilità online e semplificare la gestione delle prenotazioni.

Grazie a PHOBS, gli operatori possono centralizzare tutte le prenotazioni, gestire in tempo reale la disponibilità e collegarsi ai principali canali OTA, promuovendo al contempo le prenotazioni dirette attraverso il proprio sito web.

Il settore del campeggio presenta esigenze uniche — dalle piazzole e case mobili ai bungalow e alle tende glamping di lusso. PHOBS risponde a queste necessità con strumenti avanzati per la gestione dinamica delle tariffe, campagne promozio-

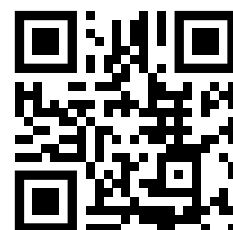
nali e offerte personalizzate, garantendo la massima flessibilità per ogni tipo di struttura all'aria aperta. PHOBS offre un'ampia gamma di moduli e strumenti innovativi, come l'integrazione con Google Ads, l'applicazione Rezzap per le prenotazioni online e — in arrivo entro la fine dell'anno — il nuovo PHOBS AI Concierge! Il nostro nuovo assistente virtuale basato sull'intelligenza artificiale permette agli hotel di offrire un servizio di comunicazione personalizzata con gli ospiti attivo 24 ore su 24, 7 giorni su 7, supportando al tempo stesso i team commerciali nella condivisione di informazioni e nella promozione dei servizi. Con questa soluzione innovativa, il nostro obiettivo è elevare l'esperienza degli ospiti e rendere ancora più semplice e immediata l'interazione tra le strutture ricettive e i loro clienti. Oltre alla tecnologia, PHOBS si distingue per l'assistenza clienti

dedicata e un approccio consulenziale mirato. Il nostro team lavora fianco a fianco con i partner per individuare nuove opportunità di crescita e ottimizzare le strategie di revenue. Questo approccio collaborativo ha reso PHOBS un alleato affidabile per i campeggi di tutta Europa.

Innovazione, affidabilità e una profonda conoscenza del mercato sono i pilastri del nostro lavoro.



[visita il sito](#)



PHOBS

-  Telefono **+38520641879**
-  E-Mail **sales@phobs.net**
-  Sito web **www.phobs.net**
Responsabile **Tea Nožica**

PHORMA MENTIS FINANZA AGEVOLATA SPECIALIZZATA NEL SETTORE TURISTICO

Affianchiamo le strutture ricettive nella pianificazione degli investimenti e nell'individuazione dei canali di finanziamento più efficaci.

I NOSTRI SERVIZI

- Monitoraggio personalizzato dei bandi in ambito turistico
- Due diligence periodiche e studio di fattibilità
- Presentazione domande di contributo

Via Nino Bixio 13 Cento (FE) 44042 turismo@phormamentis.it



PHORMA MENTIS

Phorma Mentis SRL

Phorma Mentis Srl: il partner strategico per la finanza agevolata nel turismo.

Phorma Mentis Srl si afferma come una delle principali società di consulenza direzionale specializzate nella finanza agevolata dedicata al settore turistico. Con oltre 100 clienti attivi in questo settore, tra cui numerosi camping e strutture ricettive, l'azienda ha dimostrato una competenza consolidata nell'accompagnare le imprese turistiche nell'ottenere finanziamenti e contributi fondamentali per la loro crescita e competitività.

Negli ultimi tre anni, Phorma Mentis ha gestito la presentazione di domande di contributo per un ammontare complessivo di oltre 100 milioni di euro di investimenti, raggiungendo un tasso di successo del 98%. Questo straordinario risultato nasce da una metodologia di lavoro riao-

rosa e da una profonda conoscenza delle normative e delle opportunità disponibili, che permettono ai clienti di orientarsi con sicurezza nel complesso panorama della finanza agevolata.

La filosofia dell'azienda si fonda sull'empowerment dei clienti: non solo ottenere contributi a fondo perduto o finanziamenti agevolati, ma anche strutturare e integrare all'interno delle organizzazioni una funzione dedicata alla gestione strategica della finanza agevolata.

Attenta all'evoluzione del mercato e ai temi legati all'innovazione sociale, ambientale e tecnologica, Phorma Mentis propone soluzioni sempre aggiornate e in linea con le tendenze più attuali, garantendo ai propri clienti l'accesso alle migliori opportunità di contribuzione pubblica.

Grazie a un'assistenza completa e personalizzata, che copre ogni

fase - dalla progettazione alla presentazione della domanda, fino alla rendicontazione - l'azienda solleva i clienti dal peso burocratico e li accompagna con un supporto costante ed efficace.

Phorma Mentis si conferma così un partner affidabile e competente per le imprese turistiche italiane, contribuendo concretamente allo sviluppo di un turismo sostenibile, innovativo e competitivo.



[visita il sito](#)



Phorma Mentis SRL

- Telefono **+39 051 903876**
- E-Mail **mariam.faris@phormamentis.it**
- Sito web **www.phormamentis.it**
Responsabile **Mariam Faris**


 PiNCAMP

FAITA: OFFERTE SPECIALI PER I SOCI

EXPLORE.

EXPAND.

CONNECT.

business.pincamp.com



PiNCAMP

*The camping company of ADAC,
ANWB and TCS*

PiNCAMP è un portale europeo dedicato al campeggio, creato congiuntamente da ADAC (Germania), ANWB (Paesi Bassi) e TCS (Svizzera). I tre club automobilistici rappresentano insieme oltre 27 milioni di soci. Dal 2017 PiNCAMP mette in contatto viaggiatori e strutture ricettive, con l'obiettivo di facilitare la scelta e la prenotazione di vacanze all'aria aperta.

Il portale offre una combinazione di funzioni utili: un motore di ricerca semplice da utilizzare, recensioni degli utenti e un sistema di prenotazione online in continua crescita. La piattaforma è disponibile in più lingue e consente ai campeggi di presentarsi a un pubblico internazionale. con particolare rilevanza per i

mercati di Germania, Paesi Bassi e Svizzera.

Per il settore B2B, PiNCAMP agisce come partner di riferimento per i campeggi. Le strutture possono beneficiare di strumenti per aumentare le prenotazioni, migliorare la visibilità digitale e gestire in modo più efficace i contatti con i clienti. Oltre all'integrazione del sistema di prenotazione, PiNCAMP propone attività di marketing mirate, analisi di mercato e dati sul comportamento dei campeggiatori.

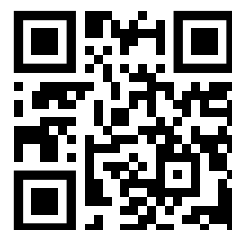
La collaborazione con ADAC, ANWB e TCS unisce l'esperienza maturata dai club nel turismo a soluzioni digitali orientate alle esigenze attuali. Questo approccio aiuta i campeggi a posizionarsi in un contesto competitivo e a rafforzare i rapporti con

i clienti provenienti da diversi paesi europei.

Con oltre 9.000 campeggi presenti e un numero crescente di prenotazioni online, PiNCAMP si propone come uno strumento concreto per le strutture che desiderano ampliare la propria presenza e intercettare nuovi ospiti nel mercato europeo.



visita il sito



PiNCAMP GmbH

-  Telefono **+49 3021782408**
-  E-Mail **partner@adac-camping.de**
-  Sito web **www.business.pincamp.com/it**
Responsabile **Matteo Petrucci**



REPOWER
L'energia che ti serve.

Repower

In ambito mobilità sostenibile, saranno protagonisti i due servizi sviluppati da Repower rispettivamente nel ciclismo e nella ricarica per i veicoli elettrici, stiamo parlando di DINAclub e Repower.

CHARGING NET

Tutti gli Associati FAITA Federcamping possono accedere a entrambi con condizioni di favore.

1. Il circuito DINAclub con annessa rastrelliera DINA è il progetto di Repower per elettrificare le ciclovie italiane. Ad oggi sono oltre 350 le strutture ricettive aderenti. Questa iniziativa si distingue da qualsiasi altro progetto presente sul mercato, grazie a 3 capisaldi intorno ai quali è stato disegnato:

- visibilità alle strutture ricettive:

grazie alla partnership esclusiva con l'app komoot, le strutture aderenti hanno un accesso privilegiato agli oltre 40 milioni di utenti registrati, di cui 3 in Italia e 17 nei Paesi germanofoni

- gamification: un processo grazie al quale, in ogni punto DINAclub, i cicloturisti possono scaricare gratuitamente le mappe offline di komoot, altrimenti a pagamento;
- DINA, la rastrelliera di design, firmata dallo studio del Compasso d'Oro alla carriera Makio Hasuike, capace di ospitare 5 bici e di ricaricare 3 e-bike.

2. I due strumenti di ricarica Repower, l'hub modulare SYMBIOSIS e la wallbox di design GIOTTO, sono alla base di Repower Charging Net, il network di Repower che sta sviluppando una grande rete di ricarica

diffusa in tutta Italia con oltre 1000 punti attualmente attivi. Per farne parte basta avere uno spazio privato accessibile al pubblico dove offrire il servizio di ricarica, come per esempio un parcheggio.

Aderendo a Repower Charging Net, l'Associato, sia esso già cliente Repower o meno, diventa un vero e proprio partner del circuito, partecipando ai ricavi del servizio offerto agli e-driver.



[visita il sito](#)



Repower S.r.l

- Telefono **+39 02 5814211**
- E-Mail **info.it@repower.com**
- Sito web **www.repower.com/it**
Responsabile **Matteo Sapienza**



RTT srl

RTT è una società di consulenza informatica dal respiro internazionale, che guida le aziende nel percorso di Digital Transformation e di Innovazione. Da più di trent'anni affianchiamo i nostri clienti nello sviluppo del business attraverso l'implementazione e la gestione dei sistemi informativi.

Offriamo una suite completa di servizi per rispondere alle diverse esigenze dei nostri clienti, con un focus particolare su ERP, soluzioni EPM, servizi di Application Management e integrazioni. Siamo esperti nell'implementazione e gestione di ERP leader di mercato di Oracle, strumenti fondamentali per migliorare l'efficienza operativa e la governance aziendale.

Per il mondo Hospitality, la nostra specializzazione si concentra su Oracle NetSuite, la soluzione cloud ERP che consente di gestire tutti gli

aspetti operativi in un'unica piattaforma integrata, perfettamente connessa con Oracle Opera e Symphony. Grazie a questa integrazione, aiutiamo le aziende a ottimizzare i processi, migliorare la customer experience e aumentare la competitività.

RTT, inoltre, ha sviluppato Runbill, un'applicazione proprietaria che semplifica e automatizza il processo di fatturazione nel mondo Hospitality. Runbill integra Oracle Symphony e NetSuite, gestendo automaticamente la creazione delle fatture, la registrazione degli incassi e lo scarico magazzino, riducendo gli errori manuali e velocizzando i pagamenti. Alla chiusura del conto su Symphony, Runbill richiede l'inserimento della Partita IVA o del Codice Fiscale, recuperando automaticamente i dati da NetSuite o creando nuovi profili cliente in pochi secondi. Inoltre, permette di definire modalità e

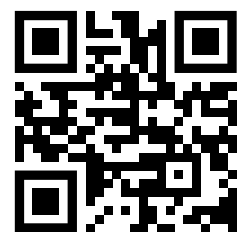
termini di pagamento direttamente nel gestionale, garantendo flessibilità e precisione.

Il nostro team, giovane e certificato, segue progetti end-to-end, dall'implementazione al supporto post-go live, assicurando qualità e successo ai clienti.

Nel 2023 e 2025, RTT è stata premiata Oracle NetSuite Partner of the Year per l'Italia, riconoscimento del continuo impegno nel fornire servizi di alto livello.



[visita il sito](#)



RTT srl

-  Telefono **+39 02 84219045**
-  E-Mail **info.marketing@rtt.it**
-  Sito web **www.rtt.it/chi-siamo**
Responsabile **Elisa Evangelio**



Dove la professionalità incontra il risparmio

Service 2000

Service 2000 S.a.s. è un'azienda tra le più all'avanguardia nel settore delle soluzioni professionali per il lavaggio e l'asciugatura dedicate alle strutture ricettive.

Da oltre vent'anni operiamo con passione e competenza, offrendo prodotti e servizi pensati per semplificare la gestione quotidiana di campeggi, villaggi turistici, hotel, agriturismi e comunità.

Ci occupiamo di installare, all'interno di strutture turistiche e ricettive, lavatrici e asciugatrici professionali in comodato d'uso, noleggio e vendita, offrendo un servizio chiavi in mano che libera il cliente da ogni pensiero operativo e gestionale.

Dall'installazione alla manutenzione, ogni fase è seguita con attenzione per garantire affidabilità, continuità di funzionamento e la massima soddisfazione dell'utilizzatore finale. La nostra proposta si distingue per:

TECNOLOGIA AVANZATA

apparecchi in grado di accettare pagamenti sia in contanti che con carte di credito, anche tramite app dedicata, per offrire un'esperienza moderna e intuitiva.

* Monitoraggio e trasparenza – invio automatico dei dati di incasso (monete e carte) per una gestione chiara, immediata e sempre sotto controllo.

ASSISTENZA CAPILLARE

una rete tecnica qualificata che garantisce interventi rapidi e risolutivi in caso di guasto, assicurando continuità di servizio anche nei periodi di maggiore affluenza.

I nostri macchinari, con capacità di carico a partire da 12 kg, permettono agli ospiti di lavare e asciugare in un unico ciclo tutta la biancheria utilizzata, rappresentando una soluzione ideale per chi trascorre la giornata al mare o in vacanza e desidera praticità, autonomia e risultati impeccabili.

Oltre a lavatrici e asciugatrici, proponiamo anche – sempre in formula

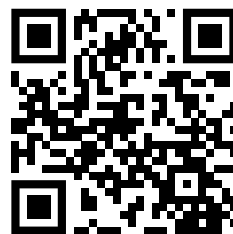


noleggio – attrezzature per la stiratura della biancheria piana, offrendo così una soluzione completa e integrata per ogni esigenza del settore laundry professionale.

Con un approccio fondato su innovazione, serietà e vicinanza al cliente, Service 2000 S.a.s. si conferma un punto di riferimento affidabile per chi desidera qualità, tecnologia e serenità nella gestione dei propri servizi di lavanderia.

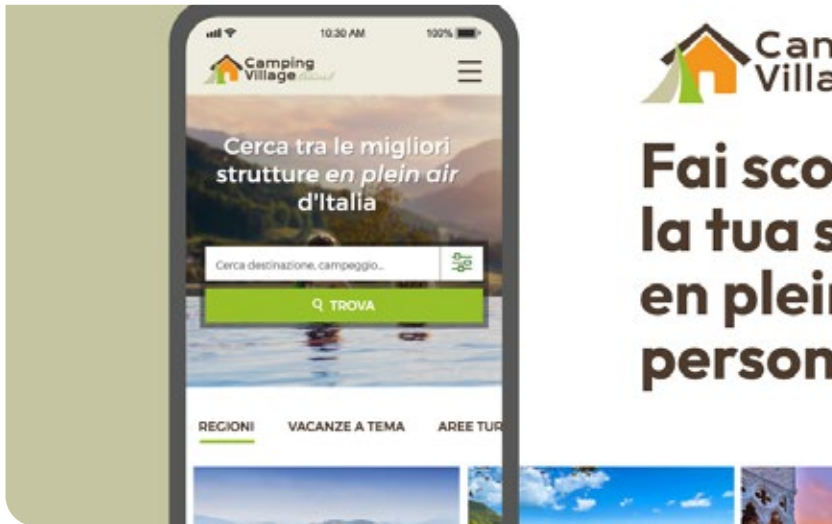


visita il sito



Service 2000 S.a.s. di Tamburini David & C.

-  Telefono **+39 0571 500185**
-  E-Mail **info@service2000italia.it**
-  Sito web **www.service2000.italia.it**



**Fai scoprire
la tua struttura
en plein air alle
persone giuste.**

TITANKA!
Nati per il turismo.

Titanka!

Azienda web e software con oltre 25 anni nel settore turistico, studia e progetta strumenti, tecniche e strategie di digital marketing su misura per i Camping Village in tutta Italia.

Fa parte del Gruppo TITANKA! il portale Campingvillage.travel nato nel 2012 e diventato negli anni il punto di riferimento per il settore del turismo Open Air.

Nati per il turismo è l'espressione perfetta che racchiude i valori di TITANKA!, i più significativi, quelli che

contraddistinguono l'azienda, che raccontano la sua storia e determinano la più profonda specializzazione ed esperienza.

Sono i valori che permettono gli oltre 120 professionisti di accompagnare ogni giorno tantissimi Camping Village di tutta Italia nel cambiamento e nel processo di evoluzione necessario per non perdere mai di vista il vero obiettivo. TITANKA! non è solo una azienda web e software ma è a capo di un Gruppo di aziende insieme a Social Più (Social Media Marketing per il turismo) e Simplify (servizi IT).

Prodotto di punta di TITANKA! è Mr PRENO – il CRM più diffuso in Italia studiato e progettato migliorare il lavoro delle strutture ricettive e aumentare le prenotazioni dirette di ogni struttura ricettiva.

Facciamo solo questo, nel migliore dei modi, dal lontano 2000.



visita il sito



TITANKA!

-  Telefono **+39 0549 905302**
-  E-Mail **info@titanka.com**
-  Sito web **www.titanka.com**
- Responsabile **Riccardo Violi**



Vannucci Piante



Vannucci Piante, fondata nel 1938 da Vannino Vannucci senior, ha iniziato la sua attività su una superficie di 8.000 m², coltivando quattro specie: lecci, pini, bossi e magnolie. Oggi i vivai si estendono su 590 ettari, con oltre 3000 specie che arricchiscono parchi, giardini e spazi urbani in 60 paesi. Questa vasta gamma di piante è perfetta per arricchire gli spazi naturali di camping village e glamping, offrendo un'esperienza unica di contatto con la natura.

La nostra produzione continua tutto l'anno grazie alla coltivazione in contenitore, garantendo piante pronte per la vendita e il trapianto, ideali per creare ambienti verdi di qualità in campeggi e strutture glamping. Le piante crescono nella pianura di Pistoia, dove il clima è favorevole e le piante sviluppano robustez-

za e capacità di adattamento a diverse condizioni climatiche. L'attenzione alla qualità è un punto di forza di Vannucci Piante. Ogni esemplare viene curato manualmente da esperti, seguendo le migliori pratiche vivaistiche e le tecnologie più avanzate. I nostri esemplari pronti in vaso sono perfetti per essere utilizzati come elementi decorativi in campeggi e glamping, trasformando ogni spazio in un'oasi naturale.

L'impegno di Vannucci Piante per la sostenibilità si riflette nei vivai a basso impatto ambientale, con sistemi di irrigazione innovativi che recuperano fino al 95% dell'acqua. Inoltre, utilizziamo materiali riciclati e tecniche di pacciamatura ecologica. La nostra logistica avanzata ci permette di fornire piante in tempi rapidi in tutto il mondo.

anche durante i periodi di alta stagione, garantendo un servizio impeccabile per i progetti turistici.


Infine, il Pistoia Nursery Campus rappresenta un punto di riferimento per la formazione e l'accoglienza, un luogo dove la natura incontra l'innovazione, perfetto per eventi legati al mondo del camping e del glamping, in un contesto immerso nel verde.



[visita il sito](#)



Vannucci Piante

-  Telefono **+39 057379701**
 -  E-Mail **giacomo@vannuccipiante.it**
 -  Sito web **www.vannuccipiante.it**
- Persona di riferimento **Giacomo Capecci**



TAGLIA I COSTI

e migliora l'efficienza del tuo campeggio

SCOPRI I TERMOSTATI INTELLIGENTI



VDA · telkonet

VDA Telkonet

Il Gruppo VDA Telkonet si presenta come il più grande player globale attivo nello sviluppo di soluzioni di Energy Management System e Guest Room Management System destinate al mercato dell'Ospitalità. Il Gruppo definisce il futuro del settore ponendo la Persona al centro dello sviluppo di tecnologie smart e assicurando il giusto equilibrio tra massimizzazione del comfort e risparmio energetico. Il Gruppo è leader mondiale nello sviluppo di tecnologie IoT e si pone come solution provider in grado di supportare i clienti in ogni fase di sviluppo del progetto, dalla consulenza all'ingegnerizzazione fino alla fase di consegna e di assistenza. Con oltre 1 milione di camere d'albergo gestite in 60 Paesi e più di 80 anni di esperienza combinata, il Gruppo si dedica esclusivamente al settore dell'ospitalità, con una co-

noscenza verticale del mercato e la capacità di sviluppare soluzioni su misura, in armonia con l'identità architettonica e operativa di ogni struttura.

Il Gruppo ha ottenuto la certificazione 'ISO 9001' come riconoscimento internazionale per la qualità dei prodotti e dei servizi offerti, adottando un sistema di gestione conforme alla norma UNI EN ISO 9001:2015 al fine di migliorare e definire i propri processi.

L'adozione di comportamenti etici è un valore fondamentale perché VDA e Telkonet considerano la conformità normativa uno standard minimo da cui partire per sviluppare comportamenti responsabili.

Il valore del nostro approccio ha ricevuto diversi riconoscimenti internazionali: il Design Intelligence Award della China Academy of Art, il Premio Imprese per l'Innovazio-

ne di Confindustria e la Certificazione per la Parità di Genere. Inoltre, le nostre soluzioni EMS e GRMS sono state incluse nel Green Book del WIPO per Osaka 2025, selezionate come modelli di innovazione sostenibile.

Questi riconoscimenti riflettono la solidità, l'affidabilità e la visione tecnologica che ci rendono un partner di fiducia per i principali gruppi alberghieri del mondo.



visita il sito



VDA GROUP SPA

-  Telefono **+39 0434 516111**
-  E-Mail **marketing@vdagroup.com**
-  Sito web **www.vda-telkonet.com**
Responsabile **Barbara Alvino**


WOLF

In perfetta sintonia con te.

WOLF

Riscaldamento e ventilazione

Nel settore dell'ospitalità ogni dettaglio contribuisce all'esperienza dell'ospite. Per le strutture ricettive, questo significa garantire un clima impeccabile in ogni stagione e in ogni tipo di struttura.

WOLF, brand del Gruppo Ariston, è il partner ideale per raggiungere questo obiettivo. Siamo specializzati in soluzioni di riscaldamento e ventilazione ad altissimi standard di qualità e performance.

Il nostro obiettivo primario non è solo riscaldare o ventilare, ma creare negli spazi un ambiente costantemente salubre, confortevole ed energeticamente efficiente per il benessere dei vostri ospiti.

Sappiamo che le strutture ricettive hanno esigenze complesse: dalla piccola potenza richiesta per le singole unità alla grande potenza per aree comuni, piscine o SPA. La nostra gamma copre l'intero spettro,

garantendo affidabilità e durabilità nel tempo.

WOLF fornisce soluzioni come: pompe di calore ad alta efficienza, ideali per ridurre i costi operativi ed energetici; caldaie a condensazione (gas o gasolio) flessibili e potenti; sistemi di ventilazione residenziale per il costante ricambio dell'aria e infine scaldacqua in pompa di calore, per garantire acqua calda abbondante e immediata, sia per le docce che per il riscaldamento di piscine e aree benessere.

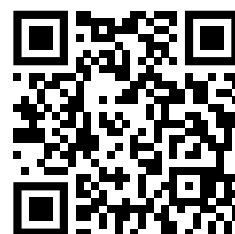
L'affidabilità diventa cruciale: un guasto può compromettere l'esperienza offerta. Per questo, la nostra scelta di produrre quasi esclusivamente in Germania e in Europa non è casuale: garantisce la massima qualità manifatturiera, una superiore competenza tecnologica e un lavoro sostenibile e qualificato.

Inoltre, semplifichiamo il lavoro dei tecnici manutentori. Tutte le nostre

soluzioni dispongono di una regolazione integrata e intuitiva. Attraverso il portale remoto Smartset, i professionisti possono monitorare e gestire l'intero impianto a distanza, semplificando notevolmente la manutenzione preventiva e la reazione a eventuali anomalie. Questo si traduce in meno interruzioni e in una maggiore tranquillità per la proprietà. Maggiori informazioni su www.wolf.eu.



visita il sito



Wolf

☎ Telefono **+39 340 7409493**

✉ E-Mail **marketing-it@wolf.eu**

🌐 Sito web **www.wolf.eu** - Responsabile **Chiara Marini**



Wolf Small Paradise

5 0 anni di esperienza nella tecnologia costruttiva degli edifici in legno ci hanno consentito di perfezionare il Know-how specifico per poter realizzare soluzioni prefabbricate per il turismo "Open Air", Bungalow e Case Mobili, con il massimo del comfort di vivibilità oggi ottenibile e del tutto ecosostenibili.

La Natura ci ha offerto il LEGNO, uno dei materiali più flessibili e performanti in ambito costruttivo. Abbinando la scelta del legno al corretto uso della tecnologia moderna, siamo in grado di fornire a voi Imprenditori innovative soluzioni ecosostenibili di grande pregio, dal design ricercato ed energeticamente performanti; ai vostri clienti, una

nuova idea di turismo all'aria aperta, fatta di grande comfort abitativo, soluzioni ricche di praticità ed estremo relax. Quello che tutti noi ricerchiamo in una vacanza, quello che voi volete offrire nel vostro business ai turisti.

La grande flessibilità di Wolf Small Paradise vi consentirà di configurare un progetto su misura al 100%: Strutture Alberghiere, Bungalow, Case Mobili, Ampliamenti, sopraelevazioni, personalizzabili non solo per ciò che concerne il layout interno, le dimensioni, le finiture o l'arredo, ma anche per quello che riguarda lo stile architettonico esterno, per creare una perfetta armonia tra il contesto paesaggistico ed il design della struttura ideata.

L'obiettivo è quello di creare sempre il perfetto equilibrio con l'ambiente naturale e paesaggistico del luogo, integrandosi in modo armonico e suggestivo, senza creare contrasto.

Velocità d'esecuzione, comfort, ecosostenibilità e risparmio energetico al servizio del turismo.

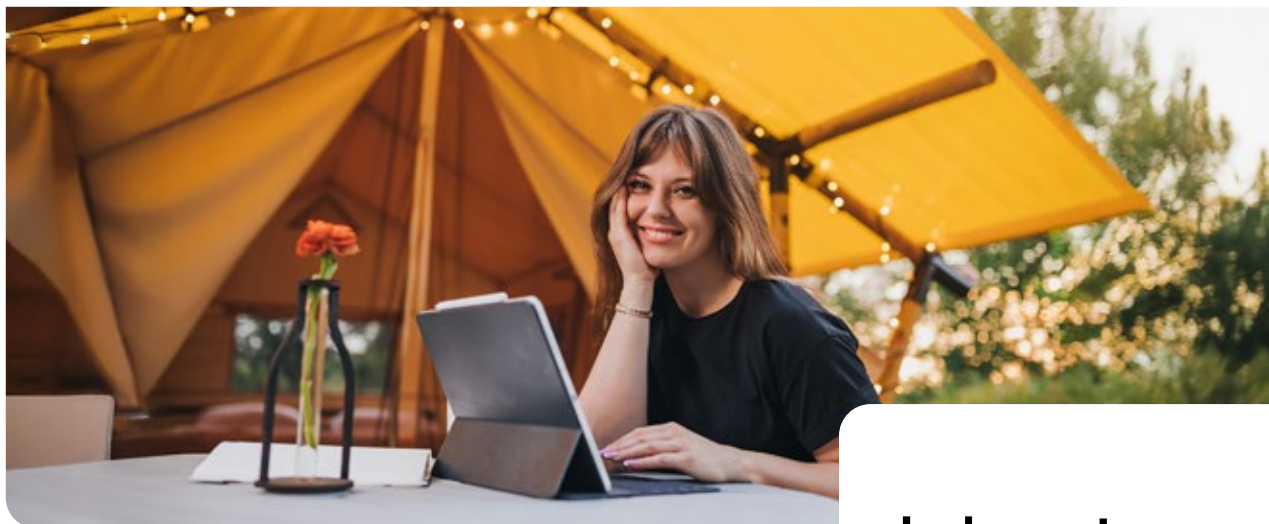


[visita il sito](#)



Wolf System srl

-  Telefono **+39 0472 064000**
-  E-Mail **info@wolfhaus.it**
-  Sito web **www.wolfsmallparadise.it**
Responsabile **Michael Prohn**



Yato

Nell'ospitalità Open Air la tecnologia è efficace quando scompare. YATO nasce in Mashfrog Group con questa idea: un'unica piattaforma che mette in sinergia gestionale, ricettivo, ristorazione, pagamenti e relazione con l'ospite, così che il tempo torni sull'accoglienza.

Il cuore PMS dialoga con i vari moduli operativi e lo staff lavora "mobile-first": pre-check-in con upload documenti, arrivo fluido e servizi aggiuntivi gestiti da un'unica interfaccia, integrazione dei flussi di check-in e check-out. Il digitale è tutto al servizio dell'esperienza cliente.

L'area F&B è un banco di prova. Con Pay-at-Table il conto si chiude al ta-

volo: l'ospite sceglie la mancia in modo trasparente e riceve lo scontrino digitale. Dove serve, l'addebito in camera avviene via QR o app con regole di plafond e riconciliazione automatica. Caparre e saldi sono gestiti tramite PayByLink e pre-autorizzazioni; le comande scorrono su KDS, riducendo carta ed errori.

I risultati? Tangibili. Meno code, quadrature rapide tra cassa, POS e camera, mance tracciate con report utili al payroll, controllo live di ricavi e marginalità. E accanto al prodotto, il metodo Mashfrog: analisi dei processi, onboarding e formazione stagionale, API aperte per integrare accessi, domotica, attività sportive e principali circuiti di pagamento. Il tutto con uno sguardo al futuro, perché YATO può anche accettare

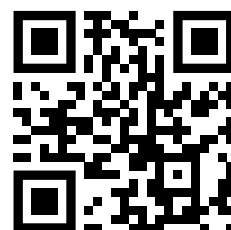
(Yato)

crypto in sicurezza: integra wallet non-custodial o partner regolamentati, con conversione immediata in FIAT e rendicontazione allineata ai canali tradizionali, per un incremento di revenue e recurring guest.

YATO semplifica la complessità digitale. E il risultato si vede negli occhi degli ospiti e nei numeri d'impresa.



[visita il sito](#)



Yato

-  Telefono **+39 06 95060000**
-  E-Mail **sales@yato.group**
-  Sito web **www.yato.group**
- Responsabile **Matteo Colucci**



Yelloh! Village

Fin dalla sua creazione nel 2000, il marchio Yelloh! Village si fa un punto d'onore nel rispondere alle aspettative dei turisti europei sviluppando una proposta di sistemazioni e prestazioni d'alta gamma, garanzia dei migliori standard qualitativi.

Al di là d'un accompagnamento giorno dopo giorno, la rete Yelloh! Village soddisfa al tempo stesso i tuoi obiettivi di commercializzazione, come imprenditore e lavoratore indipendente, difendendo un marchio premium attraverso il quale puoi esprimere la tua cultura e la tua filosofia. Ogni anno, il nostro gruppo s'impegna ed investe circa 17,2 milioni di euro nel marchio europeo dei migliori hotel all'aria aperta per

difendere la tua visibilità e la tua immagine, la tua distribuzione e il tuo valore aggiunto.

Fieri della nostra rete composta da 103 campeggi in franchising situati in Francia, Spagna e Portogallo, il nostro sviluppo è continuo. Aderire a Yelloh! Village significa impegnarsi in un progetto che guarda al domani e rivendicare la propria indipendenza e difendere una struttura ricettiva all'aria aperta rispettosa e innovativa.

Yelloh! Village garantisce la tua indipendenza e ti assicura la stabilità e il successo della tua attività. Continui a prendere le decisioni in seno alla tua azienda e trai vantaggio da un potente canale di distribuzione da

un panel di esperti. Grazie ad una base di dati di 4,6 milioni di clienti e ad una strategia di marketing digitale performante, Yelloh! Village ti porta una clientela europea, alla ricerca di confort e prestazioni di qualità e con un notevole potere d'acquisto.



visita il sito



Yelloh! Village

-  Telefono **+31 488452055**
 -  E-Mail **w.wijngaert@yellohvillage.com**
 -  Sito web **www.yellohvillagepro.com**
- Responsabile **Ward Wijngaert**



Confcommercio Confturismo



Confcommercio – Imprese per l'Italia è la principale organizzazione di rappresentanza, tutela e promozione delle imprese del commercio, del turismo, dei servizi e delle professioni. Con oltre 700.000 imprese associate, rappresenta uno dei pilastri dell'economia italiana, punto di incontro tra mondo produttivo, istituzioni e territorio.

La sua missione è sostenere la competitività delle imprese, promuovere l'innovazione e contribuire allo sviluppo sostenibile dei settori che costituiscono l'ossatura del sistema economico nazionale.

All'interno di questo universo, Confturismo–Confcommercio è l'e-

spressione unitaria delle Organizzazioni nazionali del comparto turistico: ospitalità, agenzie di viaggio, stabilimenti balneari, campeggi e villaggi turistici, ristorazione, guide, e servizi connessi, per il coordinamento nazionale e la rappresentanza unitaria della filiera del turismo come sistema integrato, interlocutore autorevole del Governo e delle Regioni nelle politiche di settore.

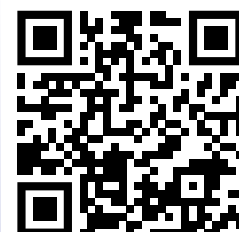
Confturismo promuove un modello di turismo sostenibile, competitivo e diffuso, capace di valorizzare l'identità dei territori e di favorire la collaborazione tra pubblico e privato. In questo contesto, il turismo Open Air rientra a pieno titolo nella visione confederale: un segmento

in crescita che esprime al meglio i valori dell'accoglienza italiana, del contatto con la natura coniugata ad alti livelli qualitativi di servizio.

FAITA Federcamping aderisce a Confcommercio ed è tra le Organizzazioni fondatrici di Confturismo.



visita il sito



Confcommercio - Confturismo

-  Telefono **+3906 5866330**
-  E-Mail **turismo@confcommercio.it**
-  Sito web **www.confcommercio.it**



EBNT



L'ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO (EBNT), è un organismo paritetico costituito nel 1991 dalle organizzazioni sindacali nazionali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative nel settore Turismo: Federalberghi, Fipe, Fiavet, FAITA, Federreti, Filcams - CGIL, Fisascat - CISL, Uiltucs - UIL.

EBNT, è un ente senza fini di lucro e costituisce uno strumento per lo svolgimento delle attività individuate dalle parti stipulanti il CCNL Turismo in materia di occupazione, mercato del lavoro, formazione e qualificazione professionali.

EBNT svolge e promuove attività di studio e ricerca, sperimentazione, documentazione, informazione e valutazione. Fornisce un supporto tecnico-scientifico e alla rete degli Enti Bilaterali Territoriali sulle politiche e sui sistemi della formazione e dell'apprendimento continuo, del mercato del lavoro e dell'inclusione sociale, ne coordina il lavoro e ne definisce le linee operative di indirizzo.


EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

L'impegno di EBNT, inoltre, è quello di offrire risposte alle situazioni di crisi congiunturali che si manifestano sul territorio nazionale, intervenendo con forme di sostegno al reddito a favore dei lavoratori dipendenti, salvaguardando l'occupazione e la professionalità degli addetti.



[visita il sito](#)

ENTE BILATERALE NAZIONALE TURISMO

-  Telefono **+39 06 42012372**
-  E-Mail **info@ebnt.it**
-  Sito web **www.ebnt.it**
- Responsabile **Laura Morando**





Fondo FAST

Il Fondo FAST (Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i dipendenti del settore Turismo) è uno strumento volto a garantire una tutela sanitaria aggiuntiva rispetto a quella fornita dal Servizio Sanitario Nazionale (SSN). Rientra nel secondo pilastro del welfare, quello dedicato all'assistenza sanitaria integrativa, e nasce senza scopo di lucro per fornire servizi ai lavoratori delle aziende operanti nel settore turistico.

Il fondo FAST è stato costituito su base paritetica, grazie alla collaborazione tra i sindacati nazionali dei datori di lavoro e dei lavoratori, quali Federalberghi, FAITA Federcamping, Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil. Questi attori hanno deciso di istituire un fondo di origine contrattuale, il cui ac-

cesso è obbligatorio per i dipendenti delle aziende che applicano il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) del turismo, incluse le strutture alberghiere, campeggi, residence, porti turistici, ostelli e altre strutture ricettive complementari.

Dal 2014, il fondo è finanziato sia dai contributi dei datori di lavoro sia da una quota a carico dei lavoratori. L'obbligo di adesione al fondo si estende non solo ai lavoratori dipendenti delle strutture ricettive tradizionali, come alberghi e residence, ma anche a quelli impiegati nelle strutture "Open Air", ovvero campeggi e villaggi turistici, rappresentati principalmente da FAITA Federcamping, Federazione delle Associazioni Italiane dei Complessi Turistici all'Aria Aperta.

Il fondo FAST consente ai lavoratori di accedere a una serie di prestazioni medico-sanitarie integrative, garantendo così un supporto aggiuntivo per la tutela della loro salute. Le aziende, inoltre, sono responsabili per il versamento dei contributi al fondo e hanno l'obbligo di garantire l'erogazione delle prestazioni ai lavoratori aventi diritto, tutelando anche quelli non iscritti.



[visita il sito](#)



Fondo Fast

☎ Telefono **+39 06 42034670**

✉ E-Mail **info@fondofast.it**

🌐 Sito web **www.fondofast.it** - Responsabile **Daniele Tittoni**



ITS Turismo Academy Roma

Da oltre dieci anni siamo il punto di riferimento nella formazione di professionisti qualificati per il settore del turismo e dei beni culturali. La nostra missione è chiara: ridurre il divario tra domanda e offerta di lavoro, formando figure capaci di rispondere alle reali esigenze delle imprese turistiche, con competenze tecniche, digitali e manageriali sempre aggiornate.

L'ITS Turismo Academy di Roma rappresenta oggi un modello formativo all'avanguardia, capace di unire teoria e pratica in un percorso di studi che mette al centro l'esperienza concreta. Ogni anno, i nostri studenti intraprendono un percorso altamente specializzato nei settori chiave del turismo: marketing, ho-

stingue per l'integrazione di competenze trasversali e per una forte attenzione all'innovazione e alla sostenibilità, elementi sempre più richiesti in un mercato globale in continua evoluzione. I corsi prevedono una didattica esperienziale, con laboratori, project work e tirocini in aziende leader del settore, che permettono agli studenti di confrontarsi con situazioni reali e acquisire un know-how immediatamente spendibile nel mondo del lavoro.

Attualmente, la nostra Academy conta circa 25 studenti per corso, distribuiti tra otto corsi in tutto il Lazio. A garantire la qualità della formazione è un team di circa 20 professionisti tra coordinatori, tutor e personale amministrativo. affianca-

Grazie a un metodo formativo che coniuga conoscenze teoriche e competenze pratiche, oltre il 90% dei nostri diplomati trova occupazione nel settore turistico, sia in Italia che all'estero. Con passione, innovazione e impegno, continuiamo a formare i futuri leader del turismo, contribuendo allo sviluppo di un comparto strategico per il turismo e per la valorizzazione del territorio.



[visita il sito](#)

Fondazione ITS Turismo Academy Roma

Telefono **+39 06 40414436**

E-Mail academy@itsturismoroma.it

Sito web www.itsturismoroma.it - Responsabile **Giulia Delle Fratte**



**IMPARA,
VIAGGIA,
LAVORA.**

Corso Ministeriale biennale
POST DIPLOMA



web

photo

video

events

Scegli il tuo Villaggio o Campeggio... la tua vacanza con un click!

Camping.it: Campeggi d'Italia

- Riprese e montaggio video 4K
- Fotografo Google certificato
- Realizzazioni Virtual Tour HDR
- Realizzazioni siti Web e Portali Turistici
- Prenotazioni on-line
- Social Network
- Studio e Analisi SEO



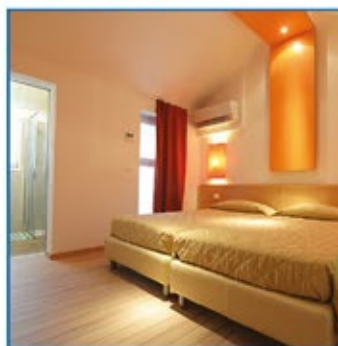
WWW.CAMPING.IT

In Vacanza
con 1 Click

Scopri di più

IN FIERA CON CAMPING.IT

SERVIZI FOTOGRAFICI



VIDEO PROFESSIONALI 4K



Google Street View
trusted



Genial s.r.l.
Via Roma 318 - 64014 Martinsicuro (TE)
Tel. 0861.762201 Fax 2861 762340
commerciale@camping.it

..... richiedi un preventivo personalizzato

VPF

Since 1999

vivi

easy

vivi al massimo



A partire da € 27.500* + IVA

*PREZZI ESCLUSO: trasporto, posizionamento, clima, bordo perimetrale, eventuali fioriere e scale di accesso.

SOLUZIONI STANDARD, QUINDI NON MODIFICABILI

Passione Italiana

+39 0831 952270

✉ info@vpfcase.com

🌐 www.vpfcase.com

Viale Paesi Bassi, Zona Industriale 72019 San Vito dei Normanni (Br)