

osservatorio outdoor

previsioni 2025



THRENDS
TOURISM & HOSPITALITY ANALYTICS





MEDIA PARTNER

CORRIERE DELLA SERA
©

IMPORTANTE ESCLUSIONE DI RESPONSABILITÀ E LIMITAZIONE DI RESPONSABILITÀ

Questo rapporto è stato distribuito gratuitamente. Non intendiamo fornire un servizio di consulenza o alcun altro tipo di consulenza attraverso questo rapporto. Non garantiamo che i dati forniti nel

rapporto siano completamente affidabili. Consigliamo vivamente di non utilizzare i dati qui forniti come base per valutare qualsiasi decisione di investimento o finanziaria.

Non abbiamo alcun obbligo di aggiornare i nostri risultati e le nostre conclusioni in caso di cambiamenti nelle condizioni di mercato.

COPYRIGHT

Qualsiasi ristampa, utilizzo o ripubblicazione di tutto o parte di questo rapporto senza il preventivo consenso scritto di **HUMAN COMPANY** e **THRENDS** è severamente vietato.

Qualsiasi riproduzione di questo tipo deve specificatamente accreditare **THRENDS** come fonte, **HUMAN COMPANY** come committente.

HUMAN COMPANY® THRENDS® sono marchi registrati.

indice dei contenuti

1

Introduzione 4

1.1 Introduzione all'Osservatorio 2025 5

1.2 Osservatorio 2025. Obiettivi e metodologia 9

2

Overview turismo Italia 15

2.1 Il turismo in Italia nel 2024 16

2.2 Italy vs UE. Un confronto 23

3

Outdoor: andamento e previsioni 28

3.1 Il turismo outdoor in Italia: come è andato il 2024 29

3.2 Outdoor 2025: previsioni 43

4

Mercati, leggi e trend 49

4.1 Mercati incoming: overview 50

4.2 Temi legislativi: novità per il comparto 54

4.3 Evoluzione dei gruppi outdoor in Italia 58

4.4 Impatto economico 61

4.5 Trend 64

1

Introduzione



1.1

Introduzione
all'Osservatorio
2025

Il senso della 5° edizione dell'Osservatorio

La 5° edizione dell'Osservatorio del turismo outdoor segna un traguardo importante per questo report nato al fine di dare uno strumento di lettura dell'andamento del mercato in un momento difficile (2021 - 2022) e diventato uno strumento fondamentale per la comprensione dei flussi e delle dinamiche che caratterizzano il settore outdoor. I dati e le informazioni contenute nell'Osservatorio rappresentano un valore aggiunto per gli operatori sia per capire come si è concluso l'anno passato (2024) in anteprima sia per capire cosa possiamo aspettarci dalla stagione che stiamo programmando (2025). Il confronto con le stime dello scorso anno confermano la bontà del modello previsionale e indicano un settore che dopo il periodo di crescita si trova di fronte ad una nuova fase. Una fase di stabilizzazione della domanda, a livello nazionale, con situazioni differenti a seconda dell'area geografica e del mercato prevalente.

Questa situazione apre a diversi interrogativi per gli operatori su come affrontare le diverse sfide che il mercato propone: per questo abbiamo pensato di aggiungere dei focus nell'edizione di quest'anno volti ad analizzare i trend, i mercati e i temi legislativi volendo dare una panoramica ampia da cui trarre informazioni utili di valutazione.

Il settore del turismo open air ha già mostrato durante la pandemia una innata capacità di reagire e adeguarsi alle rinnovate necessità dei clienti e del contesto in continuo mutamento, contesto che - a livello geopolitico globale - continua a presentare rilevanti elementi di tensione e incertezza legati sia ai conflitti internazionali in corso, che alle tensioni commerciali tra Stati Uniti e resto del mondo.

Seppur non si preveda un impatto diretto di questi fattori di disequilibrio esogeno sulla domanda di turismo all'aria aperta nel breve termine, nel medio lungo periodo questi potrebbero influenzare i flussi, ridurre la fiducia dei viaggiatori e comportare conseguenze sulla capacità di spesa dei consumatori, oltre che rischiare di scoraggiare gli investimenti nel settore da parte di operatori nazionali o internazionali.

Pur considerando che l'evoluzione delle numerose variabili sopra citate dipendono in gran parte da equilibri sovranazionali, il nostro settore può cercare di mitigarne gli impatti cercando di valorizzarne maggiormente ed in modo più compatto le potenzialità, i ritmi di crescita e le prospettive e gli impatti sul sistema Paese.

Semplificando: dobbiamo fare rete e mostrarci agli interlocutori all'interno delle istituzioni chiave e nel contesto pubblico in modo più compatto, così da fornire una chiara identità di settore e un posizionamento riconoscibile. Una simile evoluzione è propedeutica a sollecitare un grado di attenzione sempre crescente da parte degli stakeholders istituzionali a beneficio del settore e indispensabile a poter perseguire con successo le future sfide che si prospettano.

Domenico Montano

Direttore Generale Human Company



Cosa ci attende in questo 2025?

Nel caso auspicato in cui non si verifichi una ulteriore complicazione della situazione geopolitica che implichi un maggiore coinvolgimento europeo, ci attende un 2025 in linea con i volumi outdoor dell'anno precedente, forse un leggerissimo calo. Un calo modesto che potrebbe interessare la domanda nazionale, adesso maggiormente concentrata sull'esplorazione di formule in villa, appartamento, alternative e magari in Albania o altre destinazioni mediterranee ritenute ancora «tranquille».

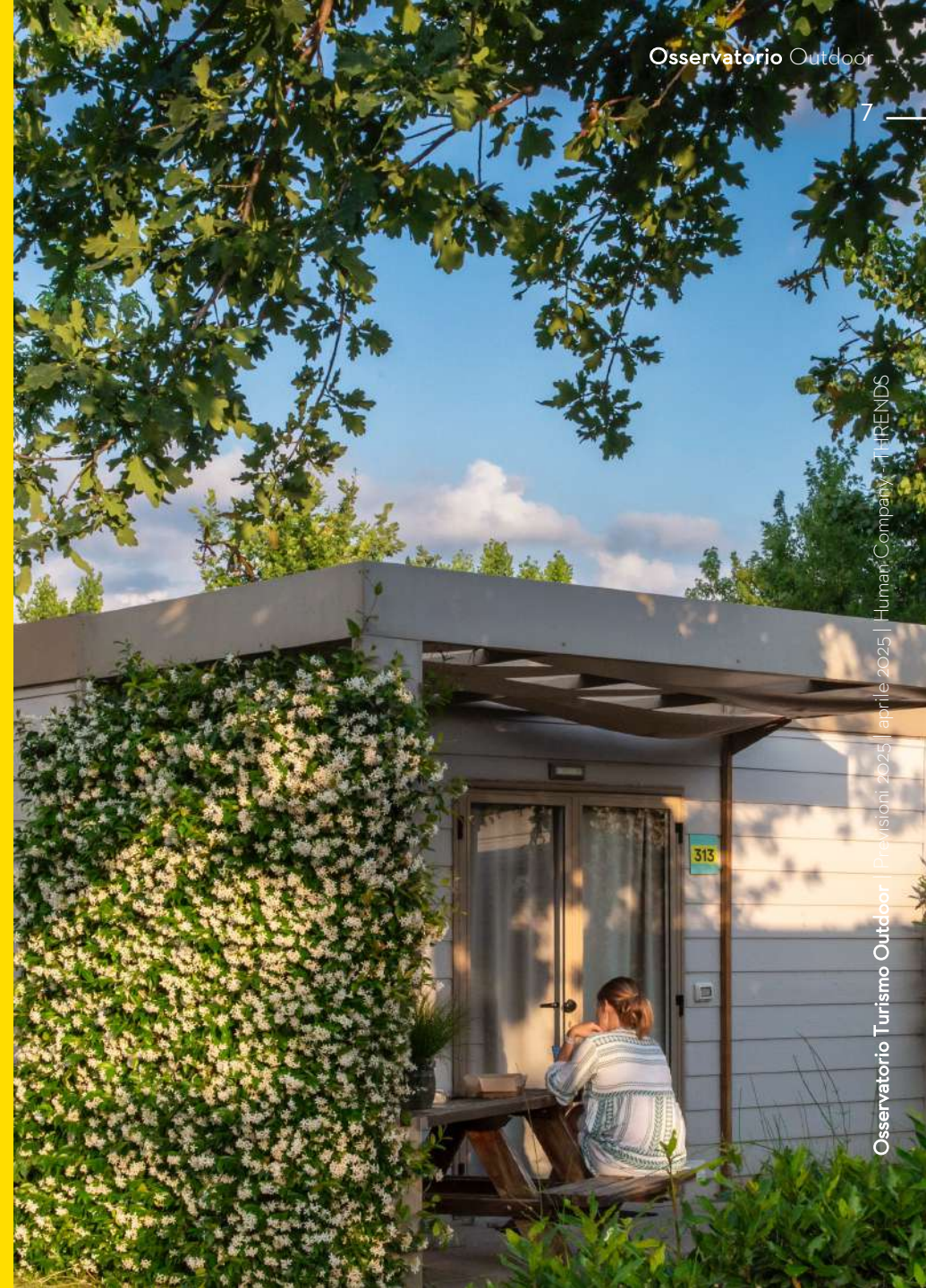
Resta però generalmente alta l'attenzione verso l'offerta outdoor, rinnovata sia nel prodotto ricettivo (mobile home sempre più attrattive, meglio concepite, più accoglienti, con migliore tecnologia e comfort), sia nella visibilità e distribuzione, grazie al dinamismo di gruppi internazionali e nazionali sempre più competitivi e vocati all'espansione.

Le nostre analisi dicono che, per il 2025, l'outdoor resterà una alternativa di vacanza molto attenzionata da tutti i segmenti di mercato, non solo quelli a minore potere di spesa: l'imporsi su vasta scala dei concetti di vacanza *in glamping*, *vacanza nella natura*, *vacanza dinamica/attiva*, vacanza di distacco dalla routine, porteranno i volumi internazionali a crescere.

Sebbene il termometro della «sicurezza associata a viaggi internazionali» non stia certo segnando i suoi massimi in questo momento, per i paesi di prossimità, quali Germania, Austria, Svizzera, Francia, Polonia, Repubblica Ceca, ed altri, l'Italia resta una meta raggiungibile, ancora onesta nelle quotazioni, attrattiva per tanti ovvi motivi.

Nonostante tutto, quindi, potremmo attenderci un 2025 di stabilità.

Giorgio Ribaudo
Managing director THRENDIS



Numeri chiave dell'Osservatorio 2025

67,72 mln

Stima delle presenze outdoor per il 2025.

**Previsione
2025**

67,81 mln

Presenze outdoor nell'anno 2024.
Differenza con il 2019: +1,4%; con il 2023: -0,6%.

**Anteprima
2024**

+13%

Aumento delle presenze estere outdoor tra 2024
(37,6 mln - 55% del totale) e 2019 (33,1 mln - 50%).
Contro il -10% delle presenze italiane 2024 - 2019.

60%

La quota di presenze assorbita dalle regioni del
Nord Italia nel 2024 (+10% sul 2019).

72%

Quota di domanda estera outdoor delle prime 5
destinazioni nel 2024 (era il 69% nel 2022):
Veneto, Toscana, Lombardia, Alto Adige e
Piemonte

40%

Quota di domanda outdoor assorbita dalle
regioni dell'Alto Adriatico (Friuli, Veneto e Emilia-
Romagna) nel 2024



1.2

Osservatorio 2025.
Obiettivi
e metodologia

Perimetro di questa pubblicazione

OSSERVATORIO 2025: LA 5° EDIZIONE

Giunto alla sua 5° edizione, l'Osservatorio del turismo outdoor è il punto di riferimento per conoscere l'andamento del comparto e per avere insights sui trend e le evoluzioni in corso.

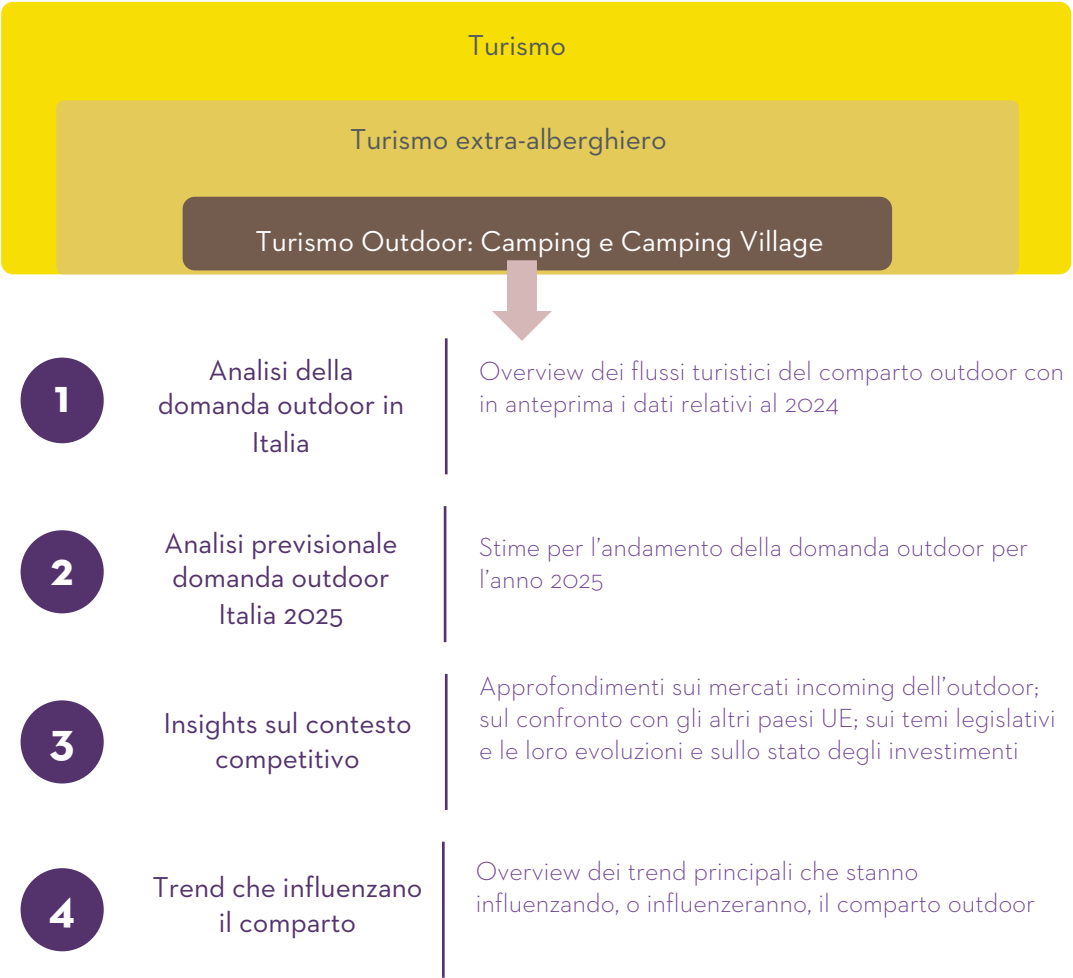
L'Osservatorio si concentra sul segmento outdoor che, in questa pubblicazione, fa riferimento alle categorie dei camping e dei camping-village.

Il perimetro di analisi dell'Osservatorio 2025 verte, in primo luogo, su un'analisi storica del settore offrendo in anteprima un'overview delle performance (in termini di presenze) del 2024.

Successivamente, l'Osservatorio fornisce la stima dell'andamento dei flussi turistici per l'anno 2025, novità di questa edizione, in quanto precedentemente le stime erano riferite ai soli mesi estivi.

Inoltre l'Osservatorio 2025 offre dei focus su diversi fattori chiave per la comprensione delle dinamiche del settore: dal confronto con gli altri paesi europei, fino alle dinamiche di investimento che hanno caratterizzato gli ultimi anni. Ma anche un approfondimento sui temi legislativi che sono al centro del dibattito settoriale e sui trend che stanno influenzando la domanda globale e la competizione.

Perimetro di analisi



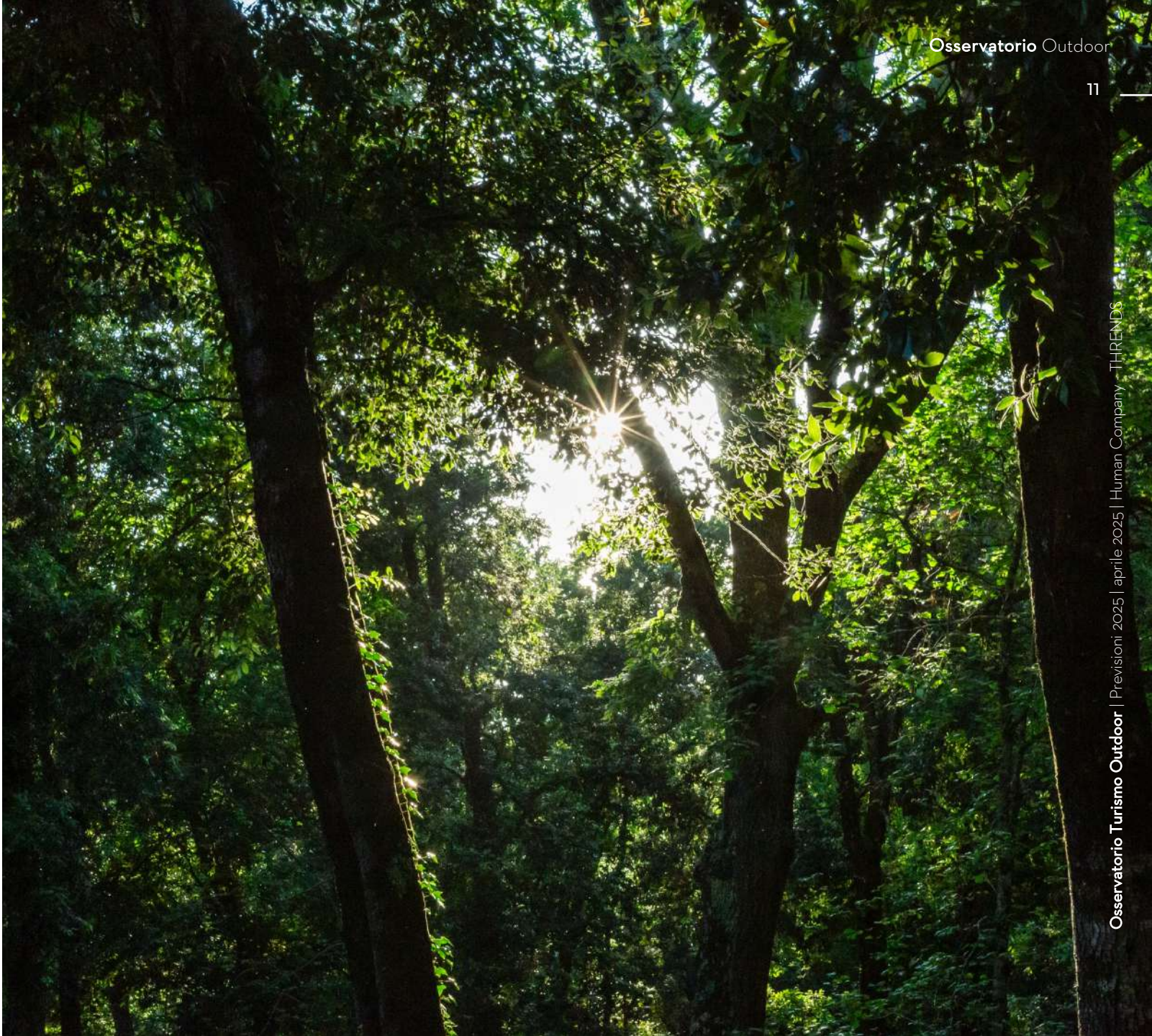
Obiettivi del rapporto

ALL'ORIGINE DEI DRIVER PIU' RILEVANTI PER L'OUTDOOR IN ITALIA

Gli obiettivi di questa edizione dell'Osservatorio sono riassumibili in:

- Dare in anteprima i risultati del 2024, offrendo un quadro di analisi completo di come è andato l'anno
- Fornire una stima per l'anno 2025 al fine di dare uno strumento di valutazione per comprendere cosa aspettarsi
- Fornire insights e approfondimenti sui principali driver di offerta e domanda per il segmento outdoor

L'Osservatorio ha dunque l'obiettivo, nel suo complesso, di fornire le chiavi di lettura per interpretare i segnali di un nuovo ciclo per il settore, così da interpretarli per effettuare le giuste scelte strategiche.



Metodologia

METODOLOGIA DI ANALISI E ORIGINE DEI DATI

I dati utilizzati in questo Osservatorio provengono da diverse fonti. La raccolta dei dati ha coinvolto Istat, Eurostat e gli Uffici competenti di tutte le Regioni italiane. In questo modo si sono potuti raccogliere dati con dettagli diversi riuscendo così ad avere una visione complessiva.

L'utilizzo di fonti diverse è stato necessario per condurre i diversi livelli di analisi e in particolare:

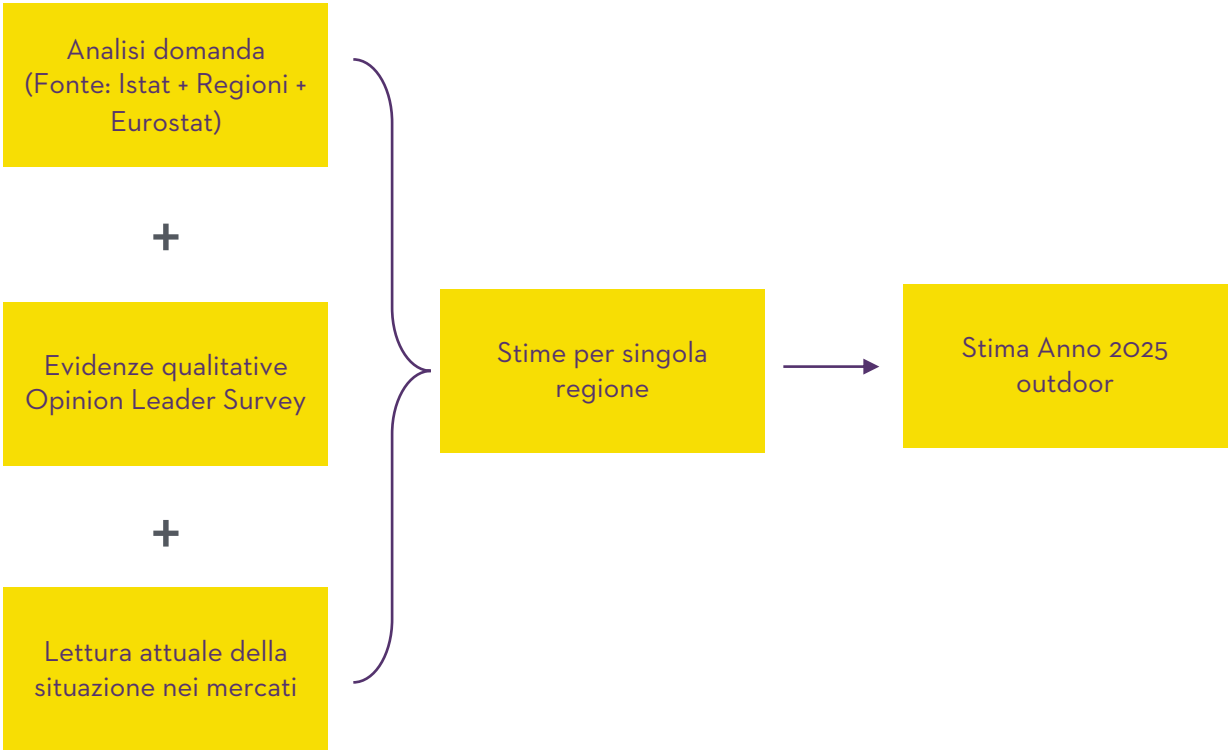
- Al fine dell'analisi comparativa tra i paesi europei si sono utilizzati dati Eurostat (il quale contempla per la categoria camping solo la classificazione NACE 55.3).
- Per l'analisi dei dati sul turismo italiano, dei dati storici del segmento camping e camping-village e dell'analisi dei mercati incoming, si sono utilizzati dati Istat (il quale, nella categoria camping e villaggi turistici, include le classi NACE 55.3 e 55.2.1).
- Per la parte di analisi dei dati del segmento outdoor del 2024 si sono utilizzati i dati forniti dai centri statistica delle Regioni italiane. Dunque il dato sui flussi turistici outdoor 2024 è unico in quanto alla data di redazione di questo report, Istat ancora non rende disponibile questa informazione.

Al fine di sviluppare il modello di stima delle presenze si è confermato il modello elaborato per le precedenti edizioni.

Data anche la lettura del contesto macro economico, alla data di redazione del presente report, si è costruito un modello previsionale basato su ogni singola regione.

Le assunzioni su cui si è sviluppato il modello tengono conto del trend storico (2017-2019), del trend durante gli anni pandemici (2020 e 2021) e del trend 2022-2024, distinguendo tra mercato nazionale ed estero.

Schema per la definizione delle stime 2025



I dati del segmento outdoor: un'anteprima dei risultati 2024

UN'ANTEPRIMA DEI RISULTATI DI PRE-CONSUNTIVO DEL 2024

La 5ª edizione dell'Osservatorio si è basata su una lunga attività di raccolta dati (con fonti: Istat, Eurostat e gli Uffici Regionali di Statistica) a cui è seguita una fase di lettura e analisi, al fine di valutarne la correttezza e la comparabilità, trattandosi di fonti diverse.

L'elaborazione di previsioni ha reso necessario ricostruire il dato storico 2024 per ogni regione d'Italia: grazie al supporto degli Uffici Regionali di Statistica, il report presenta in anteprima i risultati (definibili «provvisori») della stagione 2024, ancora non disponibili e ufficializzati a livello ISTAT.

Per la prima volta, quindi, sono rappresentati i volumi di presenze del segmento per il 2024 per singolo mese e per mercato di provenienza.

Le fonti dati utilizzate sono indicate a fianco.

Fonti dei dati <i>quali fonti si sono consultate e messe a sistema</i>	
ISTAT	Tutti dati storici del mondo outdoor. I dati del mondo outdoor si riferiscono ai codici ATECO 55.2.1 e 55.3
EUROSTAT	I dati delle presenze outdoor dei paesi europei. In questo caso i dati del mondo outdoor si riferiscono al solo codice NACE 55.3
UFFICI STATISTICA REGIONI	I dati provvisori delle presenze outdoor 2024 relativi alle regioni che li hanno condivisi

Unicità dei dati <i>quali informazioni offre in esclusiva l'Osservatorio</i>	
La 1ª visione dei risultati 2024	
In anteprima l'Osservatorio fornisce i risultati delle performance del segmento outdoor per l'anno 2024. Un dato non ancora fornito da nessuna fonte istituzionale a livello italiano.	
La 1ª stima dei flussi dell'anno 2025	
In anteprima l'Osservatorio presenta, per la prima volta, le stime per l'anno 2025, proponendo in esclusiva per gli operatori del settore il trend dei flussi per pianificare le strategie.	
Confronti europei	
In esclusiva l'Osservatorio presenta il confronto tra l'Italia e gli altri paesi europei oltre ad un focus sui principali mercati esteri.	

Previsioni Estate 2024 vs consuntivo

ANDAMENTO IN LINEA CON LE PREVISIONI:
MARGINE DI ERRORE DELL'1%

I primi risultati dell'andamento della stagione estiva 2024 del comparto outdoor confermano la bontà del modello di stima adottato.

Così come per la scorsa edizione, anche quest'anno il margine di errore si attesta attorno al 1%: la stima prevedeva per l'estate 2024 56,49 milioni di presenze mentre i primi dati della stagione si fermano a 55,89 milioni (l'1,1% in meno).

Il consuntivo dell'estate 2024 è stato ricostruito grazie ai dati condivisici dagli Uffici Statistica delle Regioni, dati che sono ancora provvisori e non definitivi.

Previsioni vs Consuntivo ESTATE 2024			
	Previsionale Thrends	Consuntivo*	Differenziale
Italia	26,58 mln	26,01 mln	-2,2%
Estero	29,91 mln	29,89 mln	-0,1%
Totale	56,49 mln	55,89 mln	-1,1%

*il consuntivo è frutto dei dati provvisori raccolti dagli Uffici Statistica delle Regioni, non essendo il consuntivo Istat ancora disponibile.

2

Overview turismo Italia



2.1

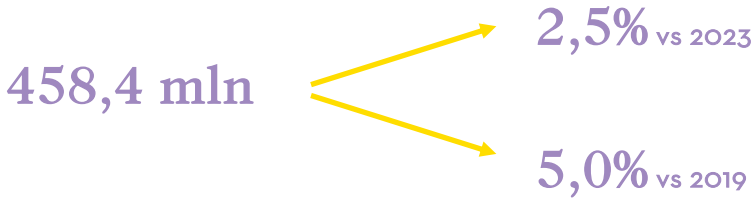
Il turismo in Italia
nel 2024

Il turismo in Italia nel 2024

HIGHLIGHTS
DOMANDA NEL 2024
DAL PRE-CONSUNTIVO

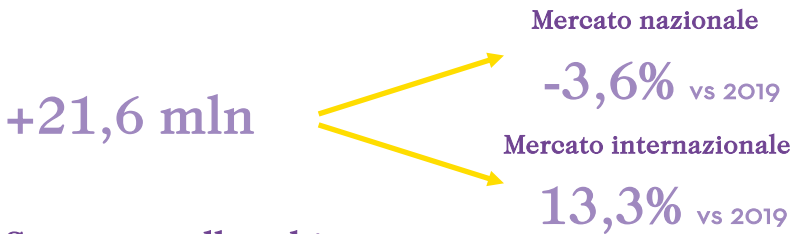
Fonte dati: Istat

Presenze 2024



+2,5% le presenze del 2024 sul 2023. In valori assoluti parliamo di circa 11,2 milioni di presenze in più nel 2024.

Confronto 2024 vs 2019



Nel 2024 le presenze totali si fermano a 458,4 milioni contro le 436,7 del 2019 (+5,0%), o in termini assoluti +21,6 milioni di presenze

Segmento alberghiero



+3,0% le presenze del 2024 sul 2023 nel segmento alberghiero, (+8,2 milioni in termini assoluti).

Segmento extra-alberghiero



+1,7% le presenze del 2024 sul 2023 nel segmento extra-alberghiero, (+3,0 milioni in termini assoluti).

La domanda turistica in Italia: evoluzione 2018-2024

2024: SUPERATI I FLUSSI PRE-PANDEMIA

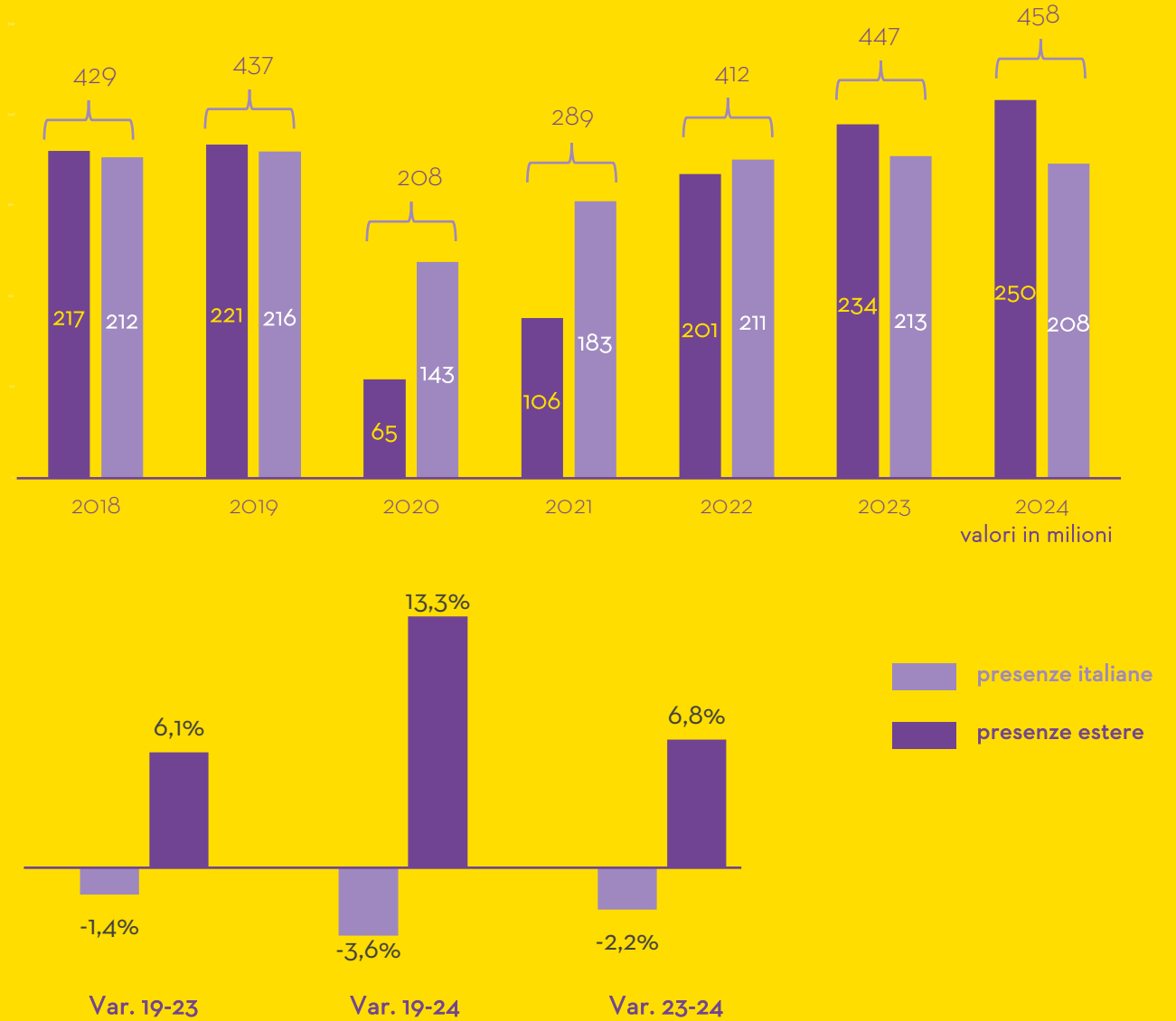
Il 2024 indica in generale una tendenza alla stabilizzazione, in contrasto con l'accelerazione del 2023, anno in cui si è notata la ripresa e il superamento dopo il periodo pandemico: i valori della domanda turistica in Italia sono superiori a quelli del 2019 del 5,0% (458 milioni di presenze nel 2024 contro 437 milioni di cinque anni prima), nonché superiori a quelli del 2023 ma solo del +2,5%.

Osservando i numeri notiamo una **crescita in particolare della domanda internazionale** che ha registrato un +6,8% nel 2024 rispetto al 2023, e un +13,3% rispetto al 2019, superando notevolmente i numeri pre-Covid.

Il **mercato italiano invece è ancora sotto ai livelli 2019** del 3,6%, con una differenza in termini di presenze italiane di circa 7,8 milioni, e denota un ulteriore calo nell'ultimo anno del 2,2%.

I due mercati di provenienza, nazionale ed internazionale, continuano a registrare tendenze invertite, con un peso del secondo nettamente maggiore del primo (55% estero vs 45% italiano).

Fonte dati: Istat



Andamento mensile delle presenze

CRESCONO I MESI DI SPALLA DELLA STAGIONE ESTIVA

Il confronto delle presenze mensili mostra alcune tendenze della domanda: si sono presi a confronto il 2024 e il 2023 (per un trend recente fuori dal periodo influenzato dalle restrizioni pandemiche) e il 2019 (come ultimo anno pre-Covid)

Il trend accenna un lieve processo di distribuzione della domanda verso una stagionalità diversa.

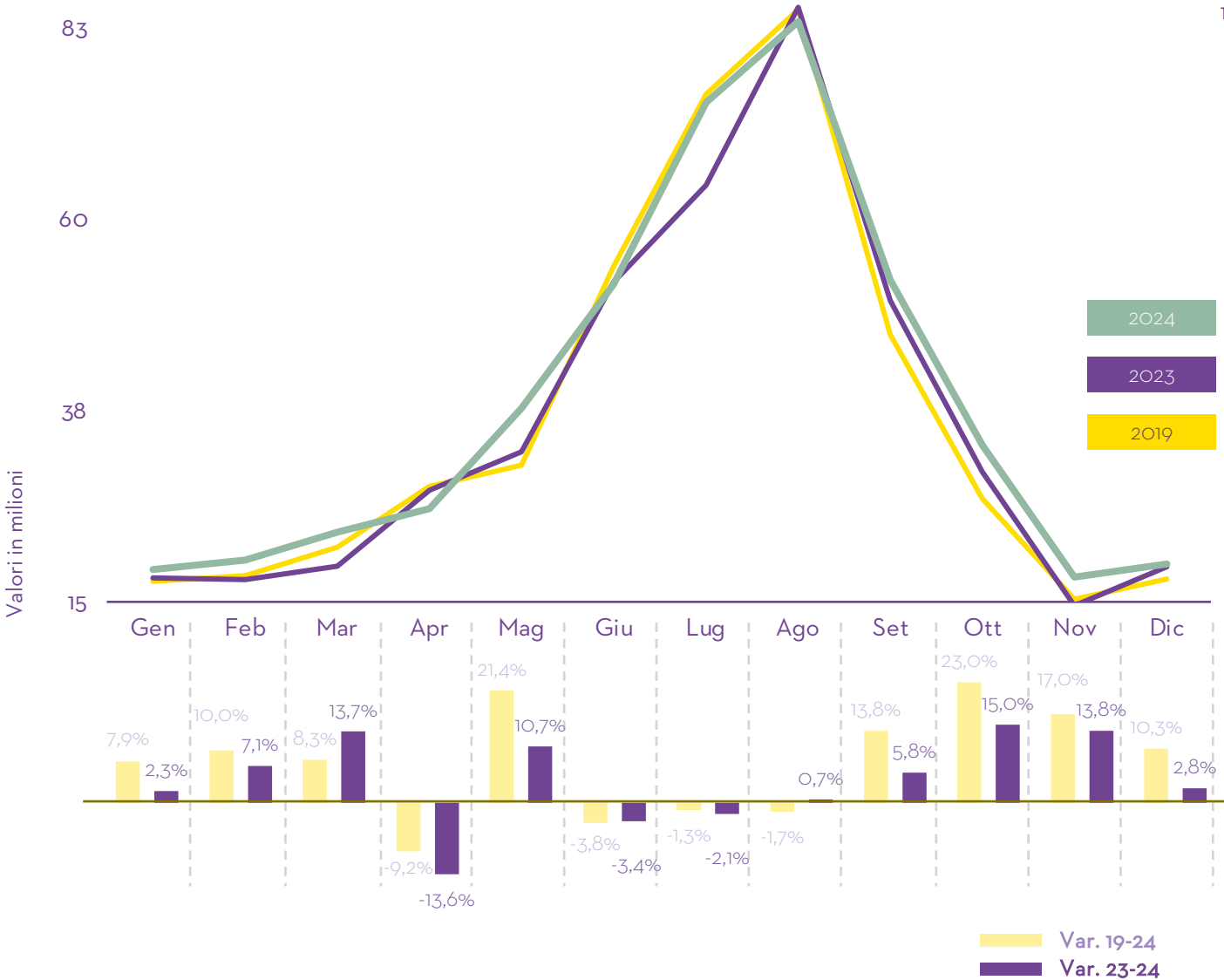
Si assiste, infatti, ad un prolungamento della domanda con incrementi nei mesi definiti di media stagione:

- **Maggio (+10,7% sul 2023 e +21,4% sul 2019)**
- **Settembre (+5,8% sul 2023 e +13,8% sul 2019)**
- **Ottobre (+15% sul 2023 e +23,0% sul 2019)**

Ed un incremento nei mesi definiti di bassa stagione:

- **Gennaio (+2,3% sul 2023 e +7,9% sul 2019)**
- **Febbraio (+7,1% sul 2023 e +10,0% sul 2019)**
- **Marzo (+13,7% sul 2023 e +8,3% sul 2019)**

Fonte dati: Istat



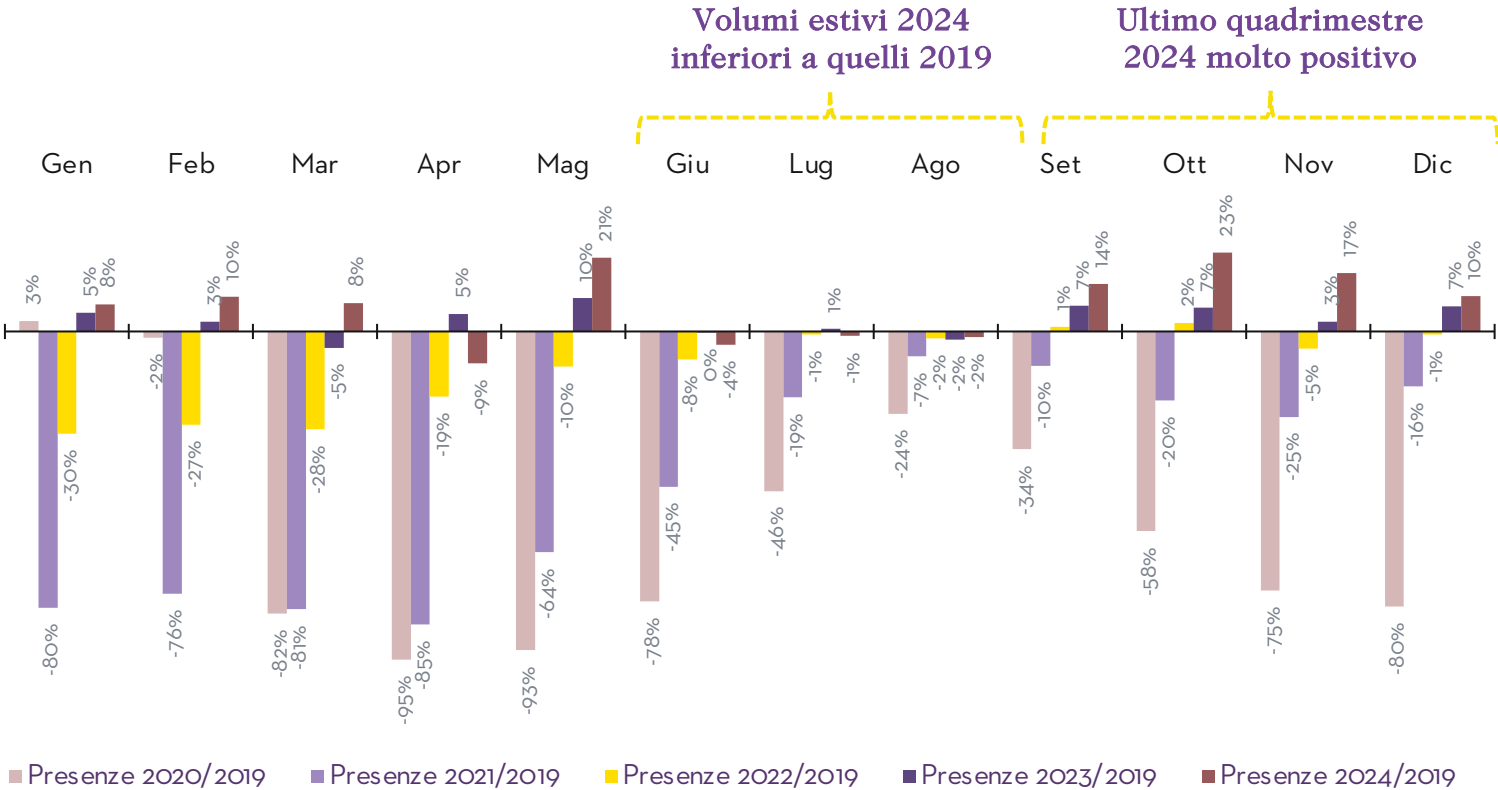
Confronto mensile dei volumi di domanda

L'ULTIMO QUADRIMESTRE TRAINA IL DATO POSITIVO DEL 2024

Il confronto delle presenze mensili negli ultimi 6 anni mostra una forte crescita sul 2019 ed un lieve processo di distribuzione della domanda verso una stagionalità diversa; i valori estivi infatti mostrano un rallentamento ed una stabilizzazione sotto ai valori del 2019.

Il grafico confronta le variazioni mensili dal 2020 al 2024 con il 2019. Appare evidente come a partire dal 2023 le presenze abbiano cominciato a superare i volumi del 2019 e in particolare gli aumenti sono stati consistenti nel 2024.

Emerge un forte incremento della domanda nell'ultimo quadrimestre 2024 a trainare il dato positivo finale dell'anno in confronto al 2019.



Alberghiero vs extra-alberghiero

6 PRESENZE SU 10 NEL 2024 SONO IN STRUTTURE ALBERGHIERE

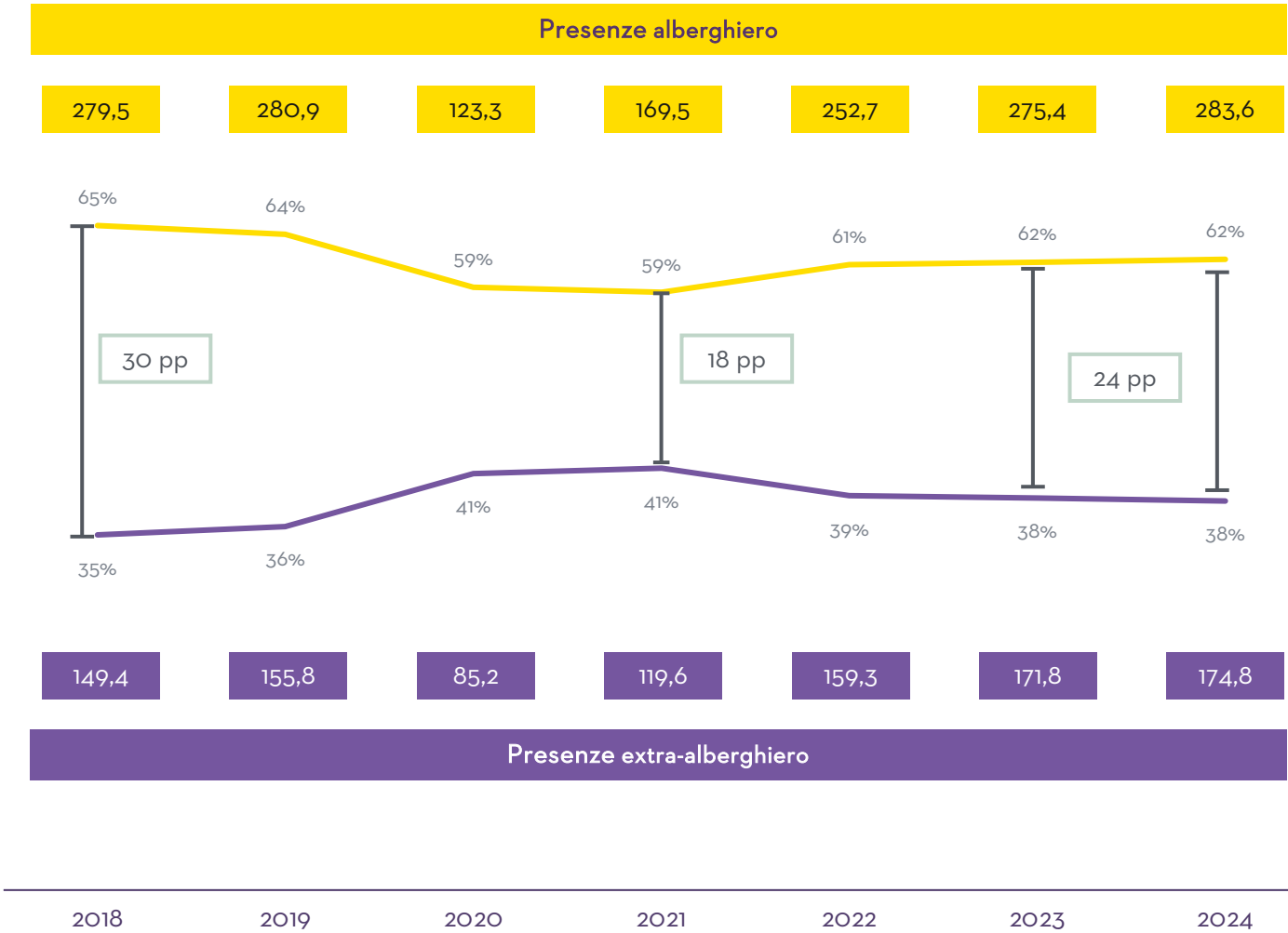
Nel 2024 il mercato alberghiero ha visto una crescita sull'anno precedente superiore al mercato extra-alberghiero (+3% contro +1,7% rispettivamente), arrivando così a superare i valori 2019. Questo fattore è rilevante alla luce del percorso più lungo fatto dall'alberghiero per recuperare i volumi e rispetto alla crescita che l'extra-alberghiero ha avuto negli ultimi anni, anche prima del 2019, sempre superiore all'alberghiero.

Il segmento alberghiero supera nel 2024 i livelli 2019 (283,6 mln nel 2024 contro i 280,9 del 2019, +1%; mentre +3% 2024 su 2023) grazie alla notevole crescita dei flussi esteri (+8,5 mln in termini assoluti). I flussi italiani dell'alberghiero, invece sono ancora sotto il 2019 di 5,9 milioni, evidenziando un calo ulteriore nel 2024 rispetto al 2023 di 1,7 milioni (-1,2%)

Il segmento extra-alberghiero, che aveva già superato nel 2022 e nel 2023 i livelli del 2019 (159,3 mln nel 2022 e 171,8 mln nel 2023 contro i 155,8 del 2019), si assesta nel 2024 a 174,8 milioni di presenze (+1,7% sul 2023 e +12,2% sul 2019).

In generale è il peso dell'extra-alberghiero sul totale delle presenze a stabilizzarsi negli ultimi due anni (38-39% sul totale). Il gap totale tra i due segmenti sembra assestarsi su 23-24 punti percentuali.

Fonte dati: Istat



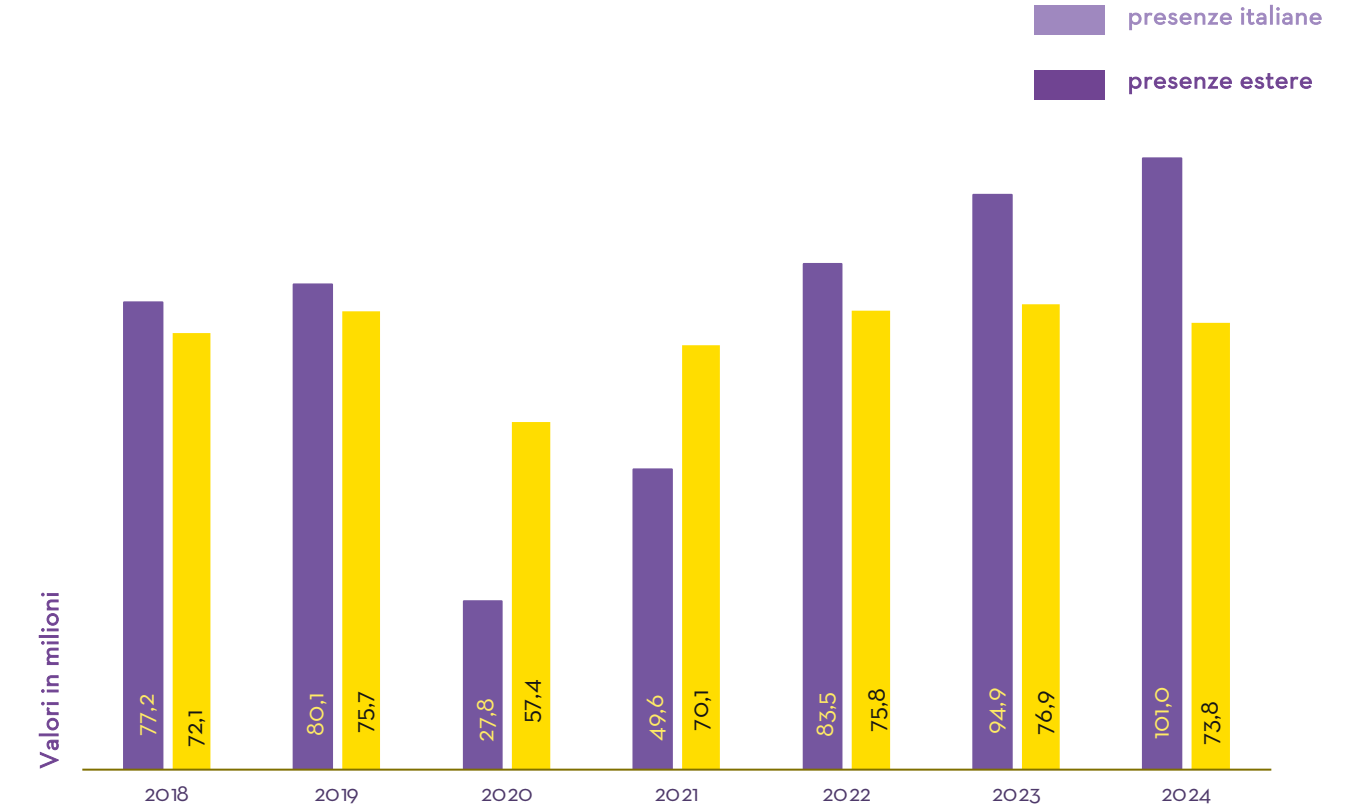
Extra-alberghiero mercati a confronto

2024: L'ESTERO TRAINA IL SEGMENTO. CRESCITA DELLE SPANLE DELLA STAGIONE

Il comparto extra-alberghiero fa segnare una crescita del 2% tra 2024 e 2023 e del 12% tra 2024 e 2019. I flussi esteri, notevolmente superiori ai flussi italiani, denotano una crescita del 26,1% sul 2019 (+20,9 mln in termini assoluti), mentre i secondi si fermano a 73,8 milioni (-2,5% sul 2019), mostrando un leggero calo sul 2023 del -4,0% (-3,0 mln di presenze in termine assoluto).

Assistiamo a un aumento del divario tra i due mercati ben rappresentato dalla distanza tra le due colonne nel grafico. Mentre per la domanda italiana la curva dal 2020 ha raggiunto il suo picco nel 2023, e si è stabilizzata nel 2024, per il mercato estero si tratta di una tendenza crescente con un picco che si sposta di anno in anno.

Fonte dati: Istat



VAR% 2024-2023

Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
3,7	12,6	4,7	-14,7	20,7	-6,6	-3,1	-1,7	3,1	12,8	20,8	4,2

2.2

Italy vs UE.
Un confronto

Confronto Italia - UE

2024: STABILIZZAZIONE DELLE PRESENZE OUTDOOR

405,8 mln

Presenze nei campeggi nel 2024

Il turismo open-air fa registrare in Europa nel 2024 un valore di 405,8 milioni di presenze (dati Eurostat), valore leggermente in calo (-2,4% rispetto al 2023 o in termini assoluti - 10,0 mln di presenze)

-2,4%

Il calo delle presenze nei campeggi nel 2024 rispetto al 2023

Nel 2024 si registrano presenze leggermente in calo rispetto al 2023 (-2,4%) con 10,0 milioni di presenze in meno, tali dati tuttavia non comprendono i dati della Svizzera 2024.

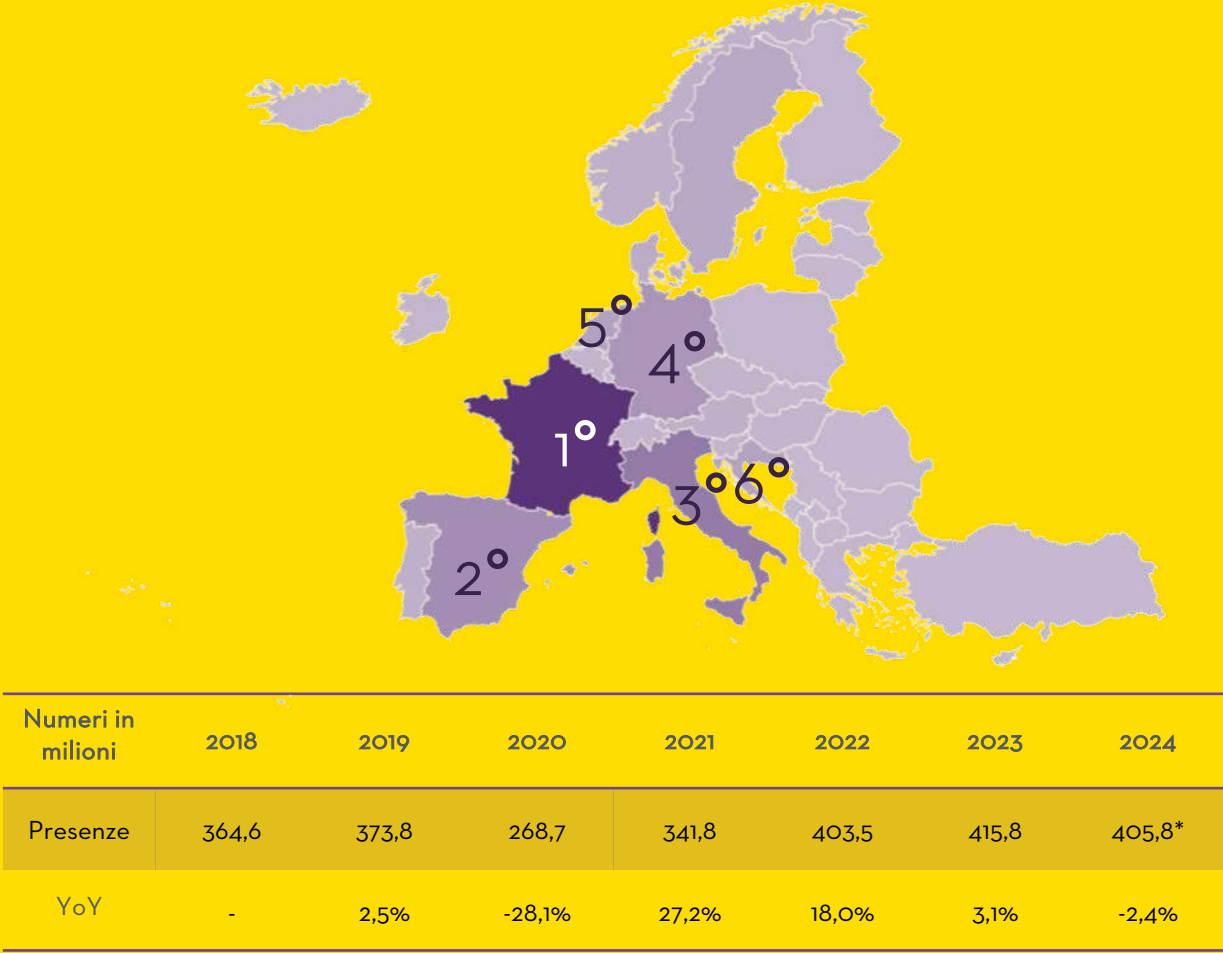
+8,6%

L'aumento di presenze Nei campeggi nel 2024 rispetto al 2019

Tale risultato proviene maggiormente dalla crescita di alcuni dei principali paesi leader di questo segmento in Europa (Francia, Spagna, Italia, Germania, Olanda e Croazia) .

Fonte dati: Eurostat (Eurostat considera solo NACE 55.3).
UK esclusa; dati mancanti della Svizzera 2024

Presenze outdoor Europa:



Italia a confronto: principali competitor europei

PRIMI 6 MERCATI NEI CAMPEGGI DEI PAESI EUROPEI, SOLO ITALIANI IN CALO

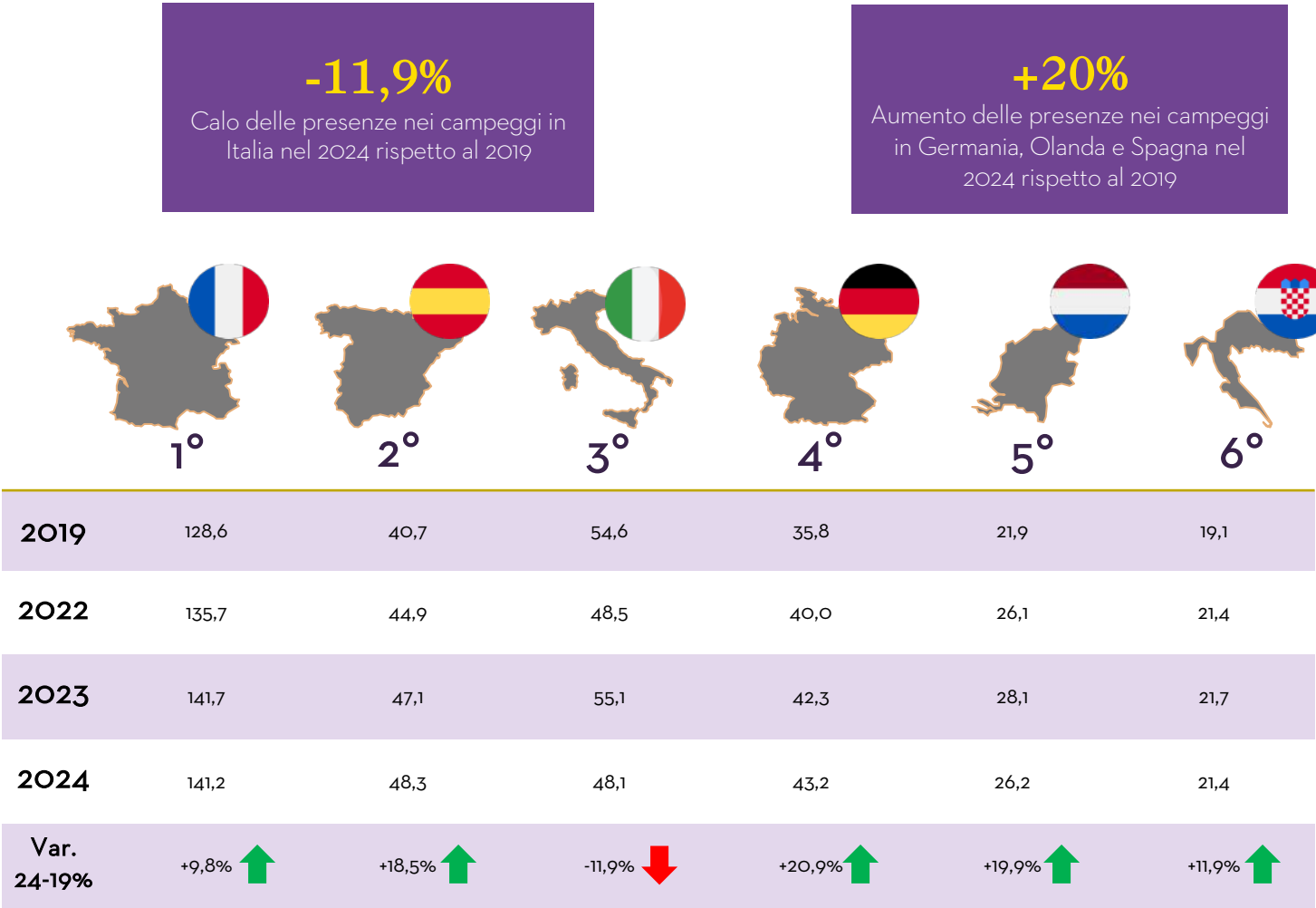
Considerati i dati Eurostat sulle presenze nei campeggi europei, Francia, Spagna, Italia, Germania, Paesi Bassi e Croazia si riconfermano alle prime posizioni. La Francia mantiene il su primato all'interno del continente europeo con oltre 141 mln di presenze (circa 1/3 delle presenze europee).

Tra i top 6 mercati, quello con la crescita più alta rispetto al 2019 è la Germania (+20,9%), seguito dall'Olanda (+19,9%).

La maggior parte delle presenze, più di 2/3, (escludendo la Gran Bretagna per la quale non sono disponibili dati del 2019), è spartita dai primi 4 paesi: Francia, Spagna, Italia e Germania, gli unici a raggiungere e superare la quota di 40 mln di presenze.

Va evidenziato come i dati per l'Italia differiscano da quelli Istat (campeggi e villaggi) in quanto la fonte Eurostat considera sotto la categoria camping solamente le strutture con codice NACE 55.3, escludendo i 55.2 (villaggi turistici).

Fonte dati: Eurostat (Eurostat considera solo NACE 55.3).
UK esclusa; dati mancanti della Svizzera 2024



Spesa totale nei campeggi: un’overview

TOP 6 PAESI EUROPEI PER SPESA

Considerati i dati Eurostat sulle spese nei campeggi europei, Francia, Germania, Paesi Bassi, Spagna, Norvegia e Austria si posizionano come top 6 mercati, rappresentando più dell’80% della spesa totale.
Tra i top 6 mercati, quello con la crescita più alta della spesa totale rispetto al 2019 è l’Olanda (+195,4%), seguita dall’Austria (+195,2%).

						
	1°	2°	3°	4°	5°	6°
2019	2.287,2	1.985,9	257,7	373,0	153,9*	115,0
2021	2.360,4	1.663,1	594,7	388,1	155,0	131,5
2022	2.629,7	2.448,1	726,4	490,3	318,2	231,9
2023	2.334,9	2.237,6	761,3	583,9	340,8	339,5
Var. 23-19%	+2,1% 	+12,7% 	+195,4% 	+56,5% 	121,5% 	+195,2% 

valori in milioni

Fonte dati: Eurostat (Eurostat considera solo NACE 55.3). UK esclusa.
*dati 2019 = 2018

Offerta outdoor Europa

PAESI CON LA MAGGIORE OFFERTA DI STRUTTURE OUTDOOR IN EUROPA

Il mercato dei campeggi europei conta circa 13 mila strutture ricettive (codice NACE 55.3 registrato da dati Eurostat).

La Francia ha l'offerta maggiore con circa 8 mila strutture open air, oltre 2 volte l'offerta della Germania seconda. L'Italia risulta il 4° paese europeo con oltre 2 mila strutture. La concentrazione delle strutture open air ogni 100 km² presenta una visione diversa dell'offerta europea. L'Olanda ha un'altissima concentrazione di strutture sul suo territorio (circa 64 ogni 100 km²) non paragonabile con nessun'altra in Europa. Su valori simili Francia e Croazia con circa 15 strutture ogni 100 km². Germania, Italia e Austria registrano una concentrazione tra 7 e 9 strutture ogni km².



Paese	N° campeggi 2019 (in migliaia)	N° campeggi 2023 (in migliaia)	Campeggi per 100 km ²
Francia	8,0	8,1	14,6
Germania	3,1	3,2	8,9
Paesi Bassi	2,7	2,7	64,2
Italia	2,3	2,3	7,6
Spagna	1,3	1,4	2,8
Svezia	1,0	1,0	2,3
Romania	0,7	0,9	4,1
Norvegia	0,7	0,9	2,4
Croazia	0,9	0,9	15,1
Austria	0,6	0,7	8,3

Fonte dati: Eurostat, UK esclusa

3

Outdoor: andamento e previsioni



3.1

Il turismo outdoor
in Italia: come è
andato il 2024

Il turismo outdoor

HIGHLIGHTS DEL TURISMO OUTDOOR IN ITALIA NEL 2024

Fonte: dati Istat fino al 2023. Uffici
Statistica Regioni: dati 2024
provvisori (ove disponibili).

Presenze 2024



Nel triennio 2022-2024, il segmento outdoor ha dimostrato di aver superato la crisi dovuta alle restrizioni pandemiche, raggiungendo livelli record. -0,6% le presenze outdoor del 2024 sul 2023. In valori assoluti parliamo di circa 0,4 milioni di presenze in meno nel 2024.

Presenze 2024 nelle regioni nord



La maggior parte delle presenze nei campeggi e villaggi sono catalizzate nelle regioni del nord Italia (60%). Veneto, Lombardia ed Emilia-Romagna si confermano come principali regioni del nord.

Presenze estate 2024



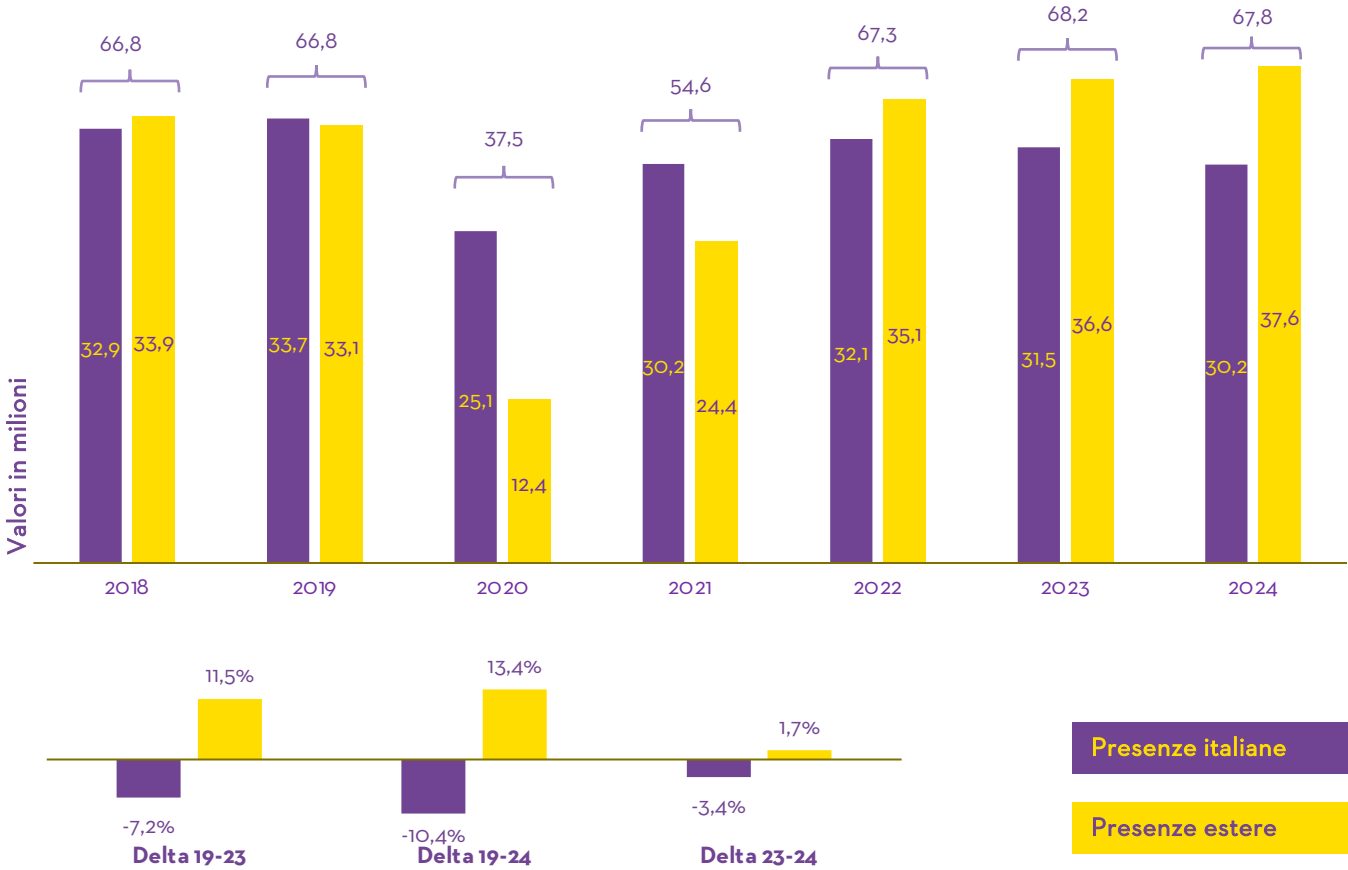
L'estate 2024 si conferma sui livelli 2023 con un leggero calo del -0,4%. In valori assoluti parliamo di 0,2 milioni di presenze in meno nel 2024.

Outdoor 2024

SETTORE OUTDOOR 2019-2024, RECORD DI PRESENZE: TORNANO GLI STRANIERI

Grazie ai dati forniti da Istat e dagli uffici statistica regionali* (2024) è stato possibile ricostruire l'andamento dal 2018 al 2024 del settore, così da verificare la situazione pre e post crollo del 2020.

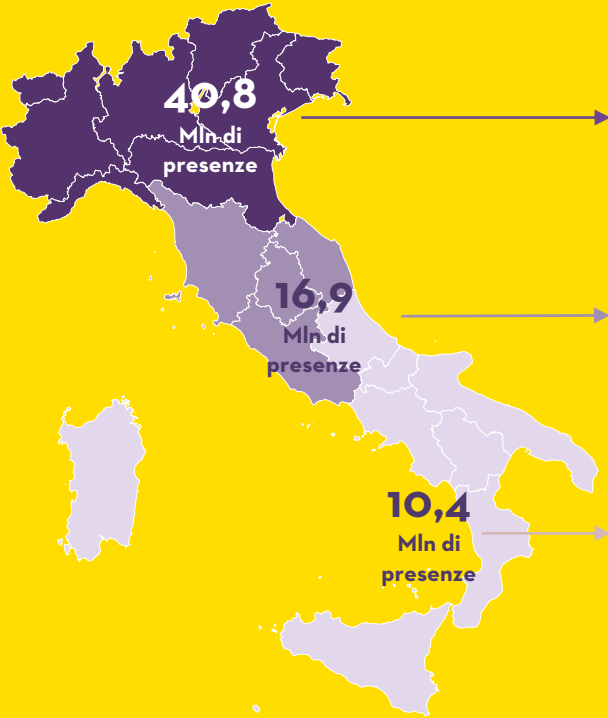
Nel triennio 2022-2024 il settore ha dimostrato di essere in forte crescita e di aver superato la crisi successiva al Covid-19. Già nel 2022, infatti, le presenze nei campeggi e villaggi d'Italia risultano maggiori rispetto al 2019, con il rientro dei turisti internazionali (sebbene alcune restrizioni relative alla pandemia fossero ancora in vigore per i primi mesi). Nel 2024, invece, si assiste ad un forte aumento dei turisti stranieri (+1,7% rispetto al 2023) i quali raggiungono la quota record di 37,6 mln di presenze. Tuttavia a calare leggermente è il mercato domestico (-3,4% rispetto al 2023) andando ad aumentare il gap tra i due mercati (ita-estero). Il risultato totale è comunque quello di 67,8 mln di presenze, sopra al valore 2019, ma in calo dello 0,6% rispetto al 2023 (-0,4 milioni di presenze in meno in termini assoluti).



Fonte dati: dati Istat fino al 2023. *Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

Flussi nelle aree italiane

CENTRO E SUD IN LEGGERO CALO, TIENE IL NORD ITALIA



Presenze in milioni	2019	2023	2024	2024 vs 2023	2024 vs 2019
Nord*					
Italia	36,8	40,3	40,5	0,5%	10,0%
Esteri	24,3	28,3	28,7	1,5%	18,2%
Centro*					
Italia	18,2	17,5	16,9	-3,3%	-7,2%
Esteri	12,1	11,5	10,8	-6,1%	-11,3%
Sud e Isole*					
Italia	6,1	6,0	6,2	2,0%	1,1%
Esteri	11,8	10,4	10,4	-0,5%	-12,1%
Italia	9,0	7,7	7,6	-1,8%	-15,4%
Esteri	2,8	2,6	2,7	3,5%	-1,1%

+10,0%
Presenze nei campeggi nel nord Italia 2024 rispetto al 2019

Il nord Italia si dimostra trainante nel segmento outdoor, il quale da solo vale il 60% del mercato. Crescono soprattutto i turisti internazionali (+18,2% rispetto al 2019).

-7,2 %
Presenze nei campeggi nel centro Italia 2024 rispetto al 2019

Il centro Italia denota presenze in calo in tutte le regioni tranne le Marche (+7,7% rispetto al 2019). A pesare nel confronto con il 2019 sono le presenze del Lazio (-28,8%, -1,4 milioni in termini assoluti).

-12,1 %
Presenze nei campeggi nel sud e isole 2024 rispetto al 2019

Sud e isole si attestano su valori simili al 2023 ma ancora sotto i valori 2019 (-12,1%). In particolare le presenze outdoor sono in calo rispetto al 2019 nelle regioni di Campania (-36,4%) e Calabria (-25,8%). Cresce invece la Puglia (+1,0%).

Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

Estate 2024: trend calante

MERCATO ESTERO TRAINANTE MENTRE CALA IL MERCATO ITALIANO

Il confronto delle presenze outdoor nei mesi estivi negli ultimi 6 anni mostra un ritorno ai valori del 2019. Le presenze denotano, tuttavia, tendenze inverse nei mercati internazionale e nazionale.

La domanda internazionale mostra una forte crescita registrando un +9,8% rispetto al 2019 (+2,7 mln di presenze in termini assoluti), superando notevolmente i numeri pre-Covid, e un +2,0% nell'ultimo anno (+0,6 mln di presenze in termini assoluti).

Il mercato italiano invece è ancora sotto ai livelli 2019 del 9,4%, con una differenza in termini di presenze assolute di -2,7 milioni, e con un leggero calo anche rispetto ai valori 2023 (-3,0% o 0,8 mln di presenze in termini assoluti).



+9,8%
Presenze internazionali in Italia nell'estate 2024 rispetto al 2019

-9,4%
Presenze nazionali in Italia nell'estate 2024 rispetto al 2019

Presenze italiane
Presenze estere

Fonte: dati Istat fino al 2023. Dati Uffici Statistica Regioni per il 2024 provvisori (ove disponibili).

Top 5 destinazioni per mercato italiano

PRESENZE ITALIANE ANCORA SOTTO I LIVELLI 2019

Nel 2024 le presenze nazionali nei campeggi in Italia si assestano a 30,2 milioni, ancora sotto i livelli 2019 del 10,4% (-3,5 milioni di presenze in termini assoluti). Più della metà delle presenze (il 58,6%) è spartita dalle prime 5 regioni. Tra queste la Toscana registra il valore più alto con 5,6 mln di presenze (il 18,6% sul totale), seguita dal Veneto con 3,7 mln di presenze (il 12,2% sul totale). Tra le top 5 regioni, le uniche che registrano presenze outdoor nazionali 2024 superiori al 2019 sono Emilia-Romagna (+6,0% o +0,2 mln in termini assoluti) e Marche (+6,5% o +0,2 mln in termini assoluti); Toscana, Veneto e Puglia infatti registrano presenze sotto i livelli 2019 dell' 8,8%, 6,8% e 3,9% rispettivamente (o in termini assoluti -0,5 mln di presenze 2024 in Toscana rispetto al 2019, - 0,3 mln di presenze in Veneto e -0,1 mln di presenze in Puglia).

Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

Top 5 destinazioni 2024 - mercato italiano				
	Presenze	Quota su 24	Var. 19-24	Var. 23-24
 Toscana	5,6 mln	18,6%	-8,8%	-8,6%
 Veneto	3,7 mln	12,2%	-6,8%	-7,2%
 Emilia-Romagna	3,3 mln	10,9%	+6,0%	+3,7%
 Marche*	2,6 mln	8,7%	+6,5%	-0,5%
 Puglia	2,5 mln	8,4%	-3,9%	-1,4%
Totale Italia	30,2 mln		-10,4%	-3,4%

*Dati Marche 2024 stimati

Top 5 destinazioni per mercato estero

FORTE AUMENTO DEI TURISTI STRANIERI, MOLTO MEGLIO DEL 2019

Nel 2024 le presenze internazionali nei campeggi in Italia raggiungono il valore record di 37,6 milioni, sopra i livelli 2019 del 13,4% (+4,5 milioni di presenze in termini assoluti). La maggior parte delle presenze, più di 2/3, è spartita dalle prime 4 regioni. Tra queste il Veneto registra il valore più alto con 16,4 mln di presenze (il 43,7% sul totale), seguito dalla Toscana con 4,5 mln di presenze (l'11,8% sul totale). Tra le top 5 regioni, il Piemonte registra la crescita massima sul 2019 con +33,1% di presenze internazionali outdoor (o +0,4 mln di presenze in termini assoluti), seguito dall'Alto Adige con +23,0% (o +0,3 mln di presenze in termini assoluti)

Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

Top 5 destinazioni 2024 - mercato estero				
	Presenze	Quota su 24	Var. 19-24	Var. 23-24
 Veneto	16,4 mln	43,7%	+13,4%	+1,0%
 Toscana	4,5 mln	11,8%	+11,7%	+1,2%
 Lombardia*	3,0 mln	7,9%	+18,7%	+0,8%
 Alto Adige	1,8 mln	4,7%	+23,0%	+0,7%
 Piemonte*	1,7 mln	4,4%	+33,1%	+8,0%
Totale Estero	37,6 mln		+13,4%	+1,7%

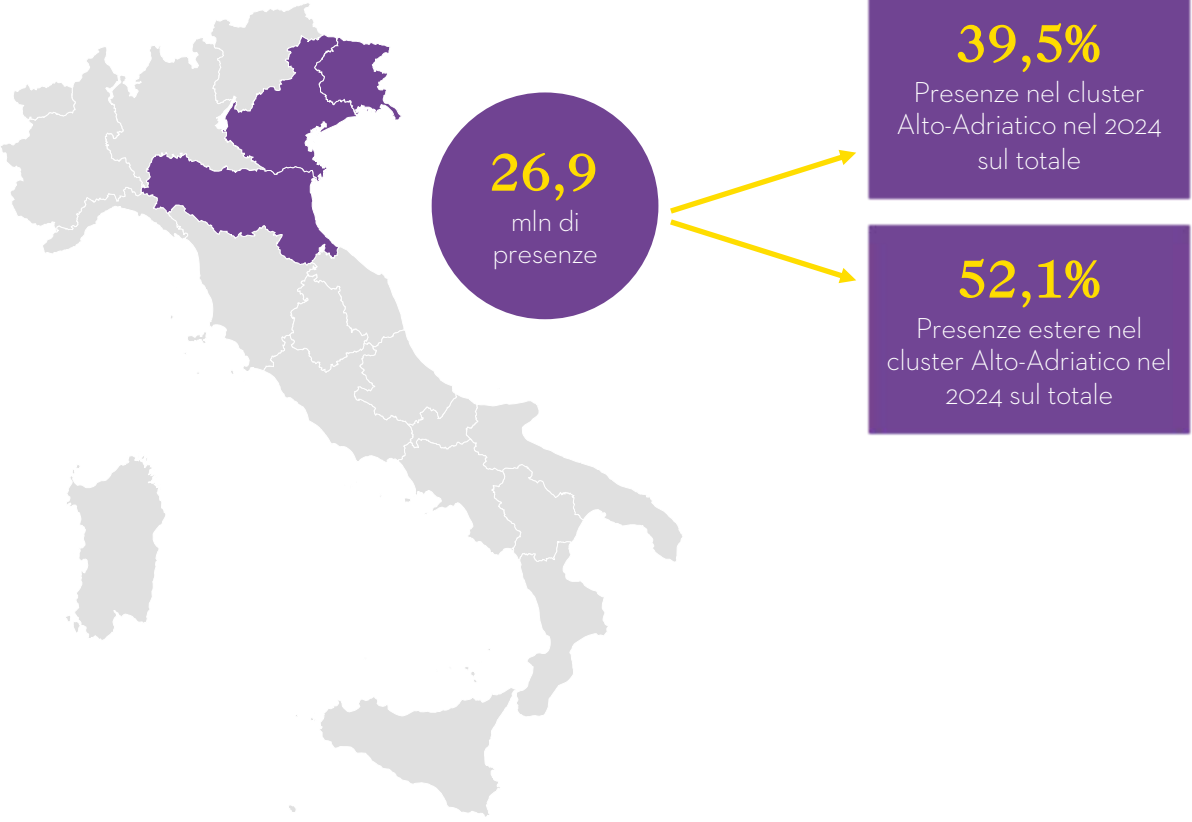
*Dati Lombardia e Piemonte 2024 stimati

Focus Alto-Adriatico 2024

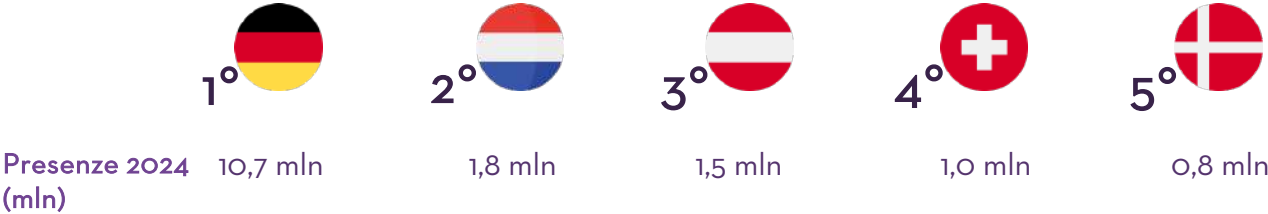
**FOCUS ALTO-ADRIATICO: FRIULI, VENETO,
EMILIA-ROMAGNA.**

Nel 2024 le presenze nei campeggi in Friuli Venezia Giulia, Veneto ed Emilia Romagna, raggiungono il valore di 26,9 milioni, aumentando di +0,9% rispetto all'anno precedente (o +0,2 milioni di presenze in termini assoluti) e di +10,2% rispetto al 2019 (o +2,5 milioni di presenze in termini assoluti).

Il cluster considerato registra il 39,5% delle presenze outdoor 2024 in Italia e il 52,1% delle presenze estere 2024, attestandosi così come il primo bacino di attrazione della domanda.



Distribuzione presenze top 5 mercati esteri nel cluster alto-adriatico



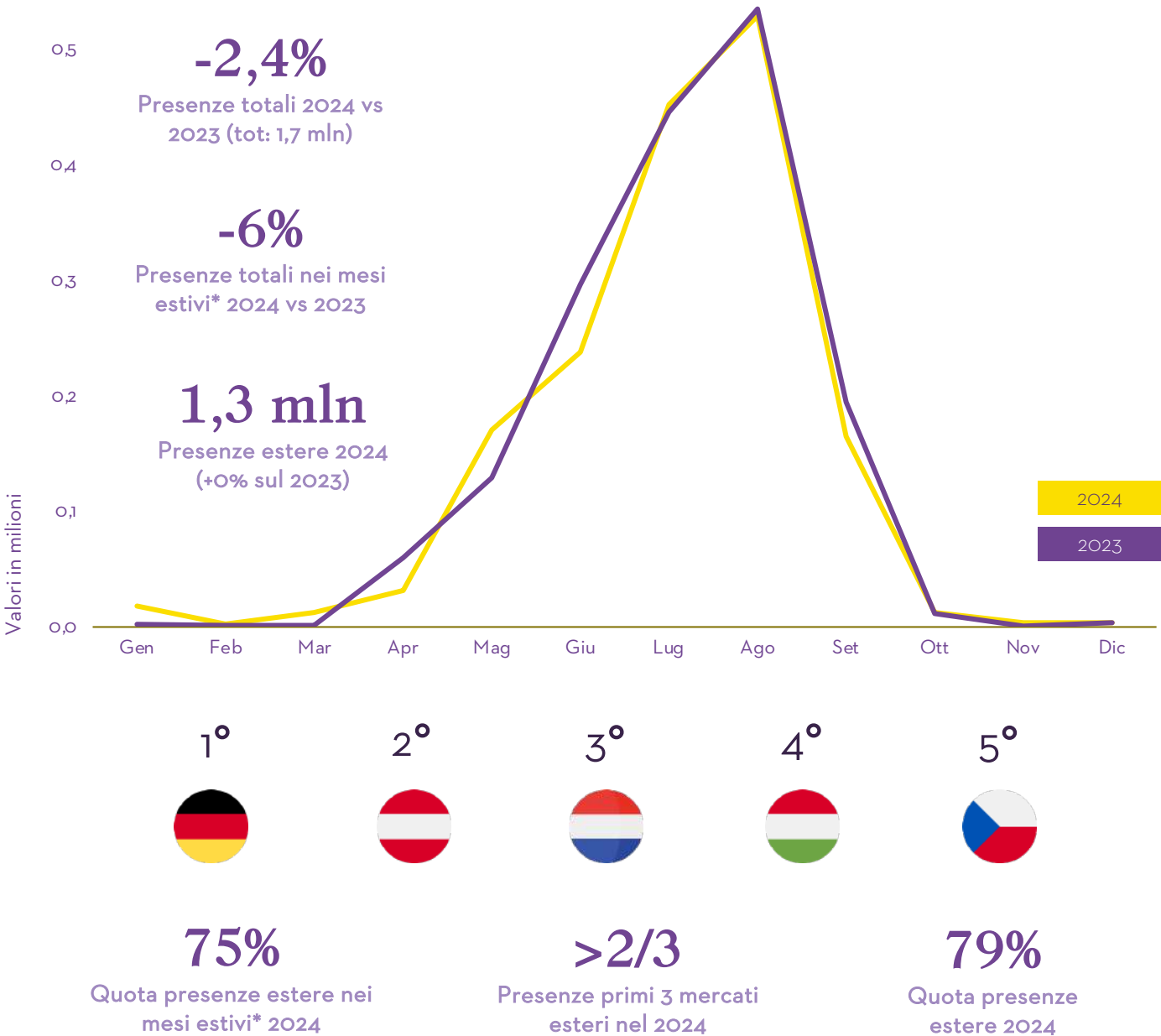
Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

Focus Friuli Venezia Giulia

ANDAMENTO MENSILE PRESENZE OUTDOOR 2024-2023 E TOP 5 MERCATI DI PROVENIENZA ESTERI 2024

Nel 2024 le presenze nei campeggi in Friuli Venezia Giulia raggiungono il valore di 1,7 milioni, diminuendo del 2,4% rispetto all'anno precedente (o -0,4 milioni di presenze in termini assoluti).
Le presenze estere outdoor corrispondono al 79,4% del totale, di queste, la maggior parte, più di 2/3, è spartita dai primi 3 mercati di provenienza. Tra i top 5 mercati di provenienza la Germania registra 0,6 mln di presenze, seguita dall'Austria con 0,3 milioni e dai Paesi Bassi con 90 mila presenze.

Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni:
dati 2024 provvisori (ove disponibili).

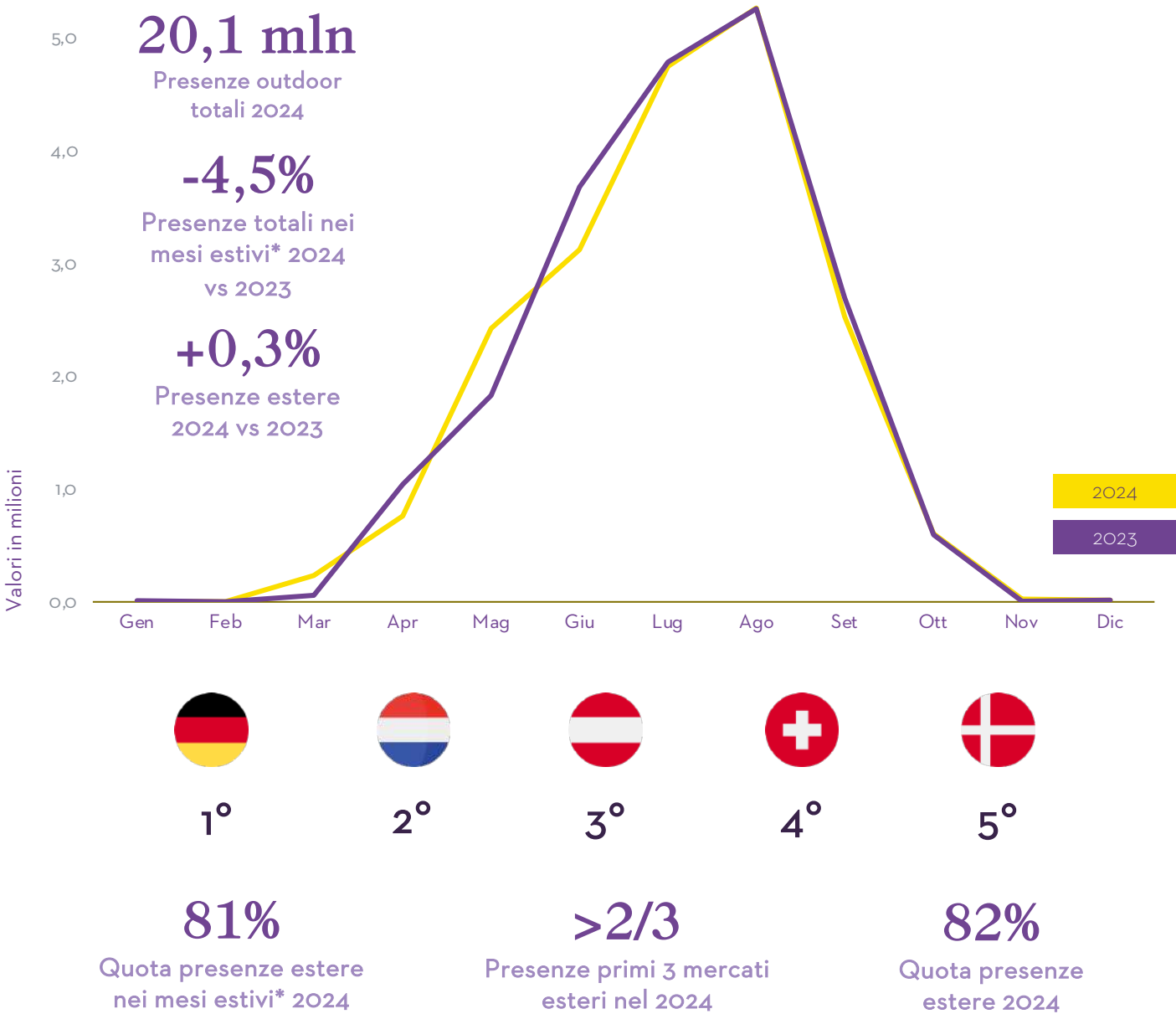


*per mesi estivi si intende giugno, luglio, agosto e settembre (che da soli registrano l'83,6% delle presenze totali outdoor 2024)

Focus Veneto

ANDAMENTO MENSILE PRESENZE OUTDOOR 2024-2023 E TOP 5 MERCATI DI PROVENIENZA ESTERI 2024

Nel 2024 le presenze nei campeggi in Veneto raggiungono il valore di 20,1 milioni, diminuendo del -1,2% rispetto all'anno precedente (o 0,2 milioni di presenze in meno in termini assoluti). Le presenze estere outdoor corrispondono all' 81,6% del totale, di queste, la maggior parte, più di 2/3, è spartita dai primi 3 mercati di provenienza. Tra i top 5 mercati di provenienza notiamo la Germania, che registra 9,4 mln di presenze, seguita dai Paesi Bassi con 1,5 milioni di presenze e dall'Austria con 1,1 milioni di presenze.



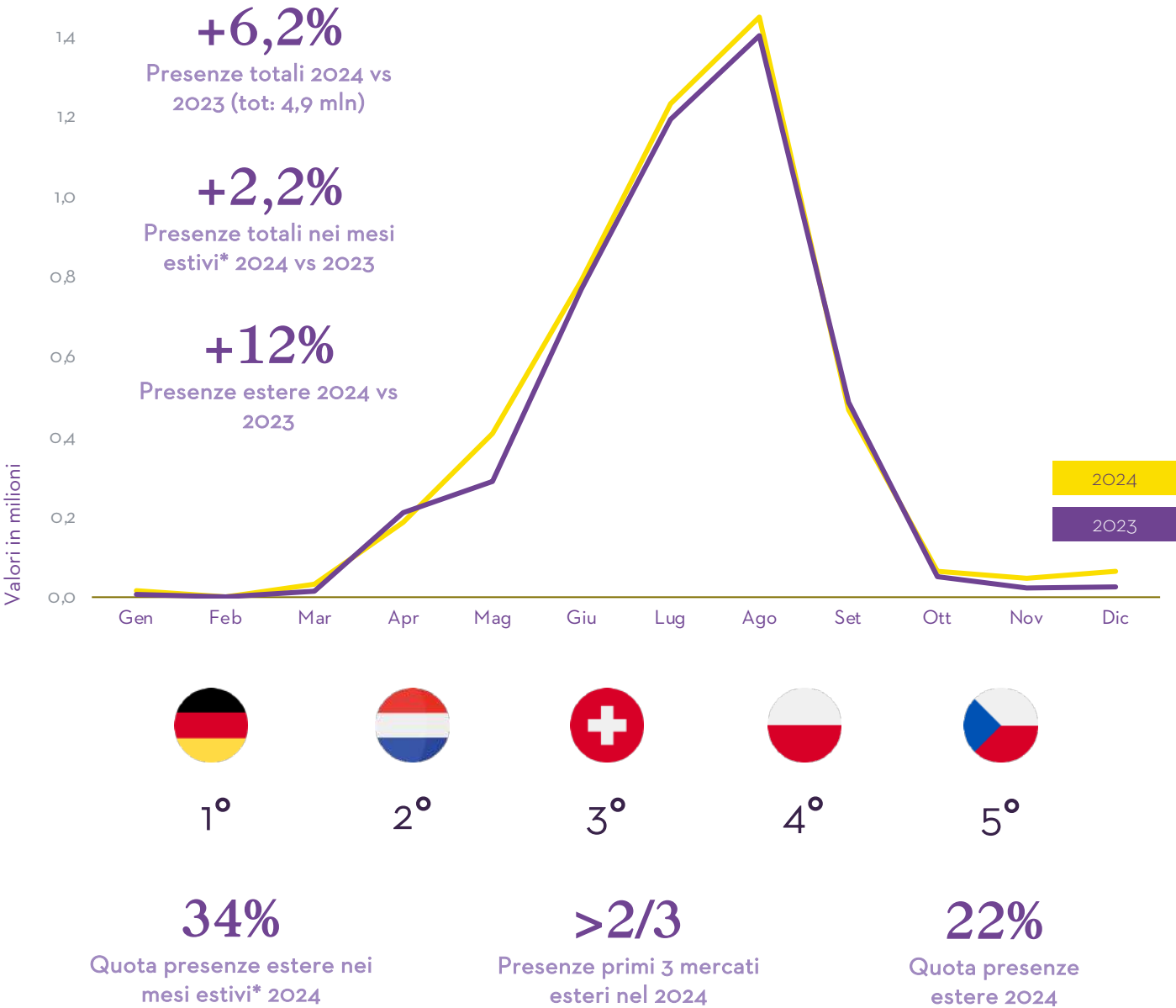
Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

*per mesi estivi si intende giugno, luglio, agosto e settembre (che da soli registrano il 78,6% delle presenze totali outdoor 2024)

Focus Emilia Romagna

ANDAMENTO MENSILE PRESENZE OUTDOOR 2024-2023 E TOP 5 MERCATI DI PROVENIENZA ESTERI 2024

Nel 2024 le presenze nei campeggi in Emilia Romagna raggiungono il valore di 4,9 milioni, aumentando del 6,2% rispetto al 2023 (o +0,3 milioni di presenze in termini assoluti).
Le presenze estere corrispondono al 22,2% del totale, di queste, la maggior parte, più di 2/3, è spartita dai primi 3 mercati di provenienza. Tra i top 5 mercati di provenienza la Germania, registra 0,8 mln di presenze, seguita dai Paesi Bassi con 0,2 milioni di presenze, Svizzera e Polonia con circa 100 mila presenze.



Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

*per mesi estivi si intende giugno, luglio, agosto e settembre (che da soli registrano l'81,5% delle presenze totali outdoor 2024)

Focus Toscana e Lazio

PRESENZE OUTDOOR 2017-2024 A CONFRONTO

Nel 2024 le presenze nei campeggi in Toscana ed in Lazio risultano ancora sotto i valori 2019 del -0,8% e -28,8% rispettivamente.

In Toscana le presenze outdoor 2024 raggiungono il valore di 10,1 milioni, diminuendo del 4,5% rispetto all'anno precedente (o -0,5 milioni di presenze in termini assoluti).

Le presenze estere outdoor, invece, mostrano un andamento opposto, aumentando dell' 1,2% rispetto all'anno precedente (o +0,05 in termini assoluti) e corrispondono al 44,2% del totale.

Le presenze nei campeggi nel Lazio raggiungono nel 2024 il valore di 3,5 milioni, diminuendo del 3,7% rispetto all'anno precedente (o -0,1 milioni di presenze in termini assoluti).

Le presenze estere outdoor, invece, mostrano un andamento opposto, aumentando del 3,2% rispetto all'anno precedente (o +0,04 in termini assoluti) e corrispondono al 34,1% del totale.

Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

Valori in milioni

Presenze italiane

Presenze estere

10,1 mln
Presenze totali 2024

-4,5%
Presenze totali 2024
vs 2023

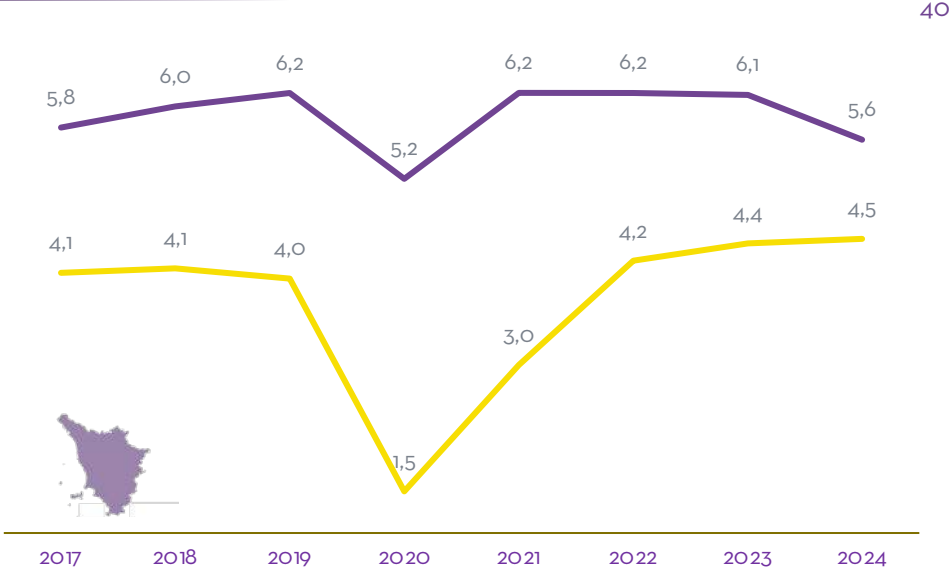
44,2%
Quota presenze
estere 2024

3,5 mln
Presenze totali 2024

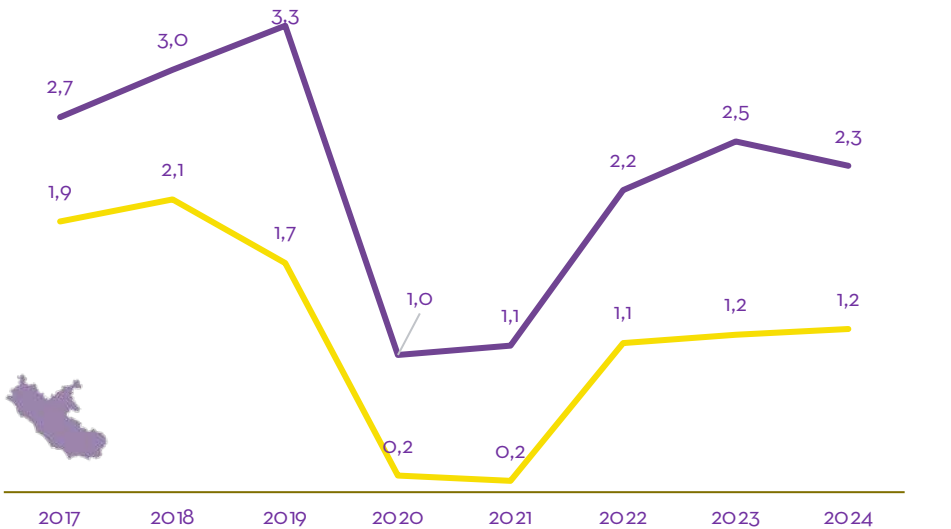
-3,7%
Presenze totali 2024
vs 2023

34,1%
Quota presenze
estere 2024

Toscana

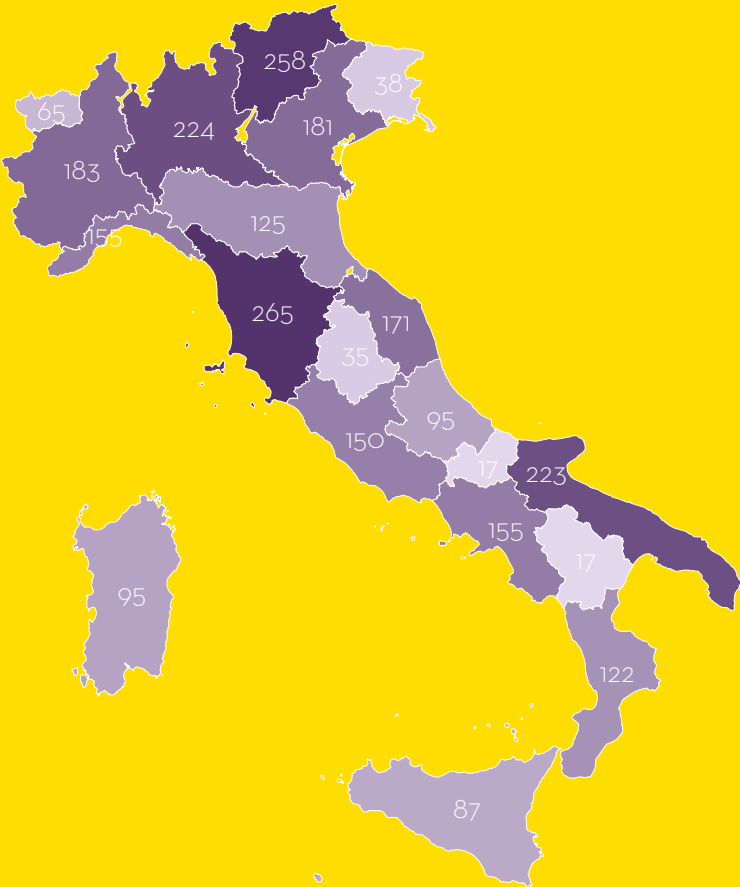


Lazio



Offerta ricettiva outdoor 2023

IL QUADRO DELLE STRUTTURE OUTDOOR



Fonte dati: dati Istat fino al 2023.

2.661

I campeggi e villaggi nel 2023

462

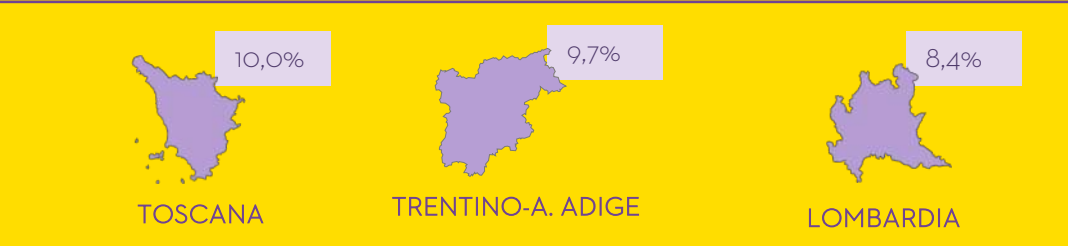
Dimensionamento medio camping italiani (posti letto)

1,3 mln

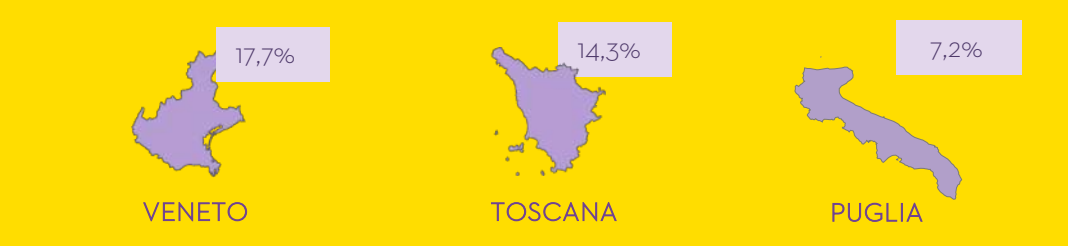
Posti letto in campeggi e villaggi nel 2023

L'offerta ricettiva outdoor italiana nel 2023 vede oltre 2.600 strutture con un dimensionamento medio di 462 posti letti. Sono 4 le regioni con più di 200 strutture outdoor: Toscana, Trentino-Alto Adige, Lombardia e Puglia (dati Istat disponibili al 2023). Considerando la capacità ricettiva, il Veneto registra il 17,7% dei posti letto e una media di 1.262 posti letto per struttura. La seconda regione, invece, per numero di posti letto è l'Emilia Romagna, con 711 posti letto medi per struttura.

Top 3 regioni 2023 per strutture outdoor – peso sul totale



Top 3 regioni 2023 per posti letto – peso sul totale



Evoluzione dell’offerta nelle regioni leader

CONFRONTO 2019-2023

Nel confronto degli anni 2019, 2022 e 2023, il numero di campeggi e villaggi in Italia è aumentato, in particolare nel 2023, con circa 45 strutture in più rispetto al 2019 (+1,7%).
Tra le prime 6 regioni per numero di campeggi e villaggi, rimane in testa la Toscana con 265 strutture attive nel 2023 mentre emerge una grande crescita nel Piemonte (+10,9% sul 2019) con 18 strutture in più rispetto al 2019.

Fonte dati: dati Istat fino al 2023. Uffici Statistica Regioni: dati 2024 provvisori (ove disponibili).

+1,7% I campeggi e villaggi in Italia nel 2023 sul 2019		>50% I campeggi e villaggi nelle top 6 regioni italiane nel 2023		65 Nuove strutture outdoor nel 2023 rispetto al 2019	
N° esercizi	2019	2022	2023	Delta '19-'23	Peso 2023
Toscana	247	268	265	7,3%	10,0%
Trentino-Alto Adige	246	230	258	4,9%	9,7%
Lombardia	218	238	224	2,8%	8,4%
Puglia	212	217	223	5,2%	8,4%
Piemonte	165	165	183	10,9%	6,9%
Veneto	181	185	181	0,0%	6,8%
Totale	2.616	2.658	2.661	1,7%	100%

3.2

Outdoor 2025:
previsioni

Previsioni per il 2025 (intero anno)

RAZIONALI DELLE STIME SUI FLUSSI DI DOMANDA

Alla data di redazione del presente Osservatorio, il contesto geo-politico, europeo e mondiale, e quello macro-economico, italiano ed europeo, esercitano forti pressioni sui mercati chiave del turismo outdoor e possono avere un'influenza sulle scelte di vacanze per il 2025.

Alla data di redazione di questo Osservatorio possiamo però immaginare che la situazione che avremo nei prossimi mesi (tra cui i mesi estivi dove si concentra la maggiore quota di presenze outdoor) non si discosti troppo dallo scenario attuale, e da quello avuto nel 2024, ma occorre prestare attenzione a delle dinamiche in atto. In particolare, queste dinamiche che possono influenzare la propensione al viaggio della domanda sono meglio descritte ed esplicitate alla pagina successiva.

Nel 2023 e nel 2024 si sono avute le prime avvisaglie di una fase di consolidamento della domanda, trainata dal mercato estero, con aree dove si sono avuti decrementi anche rilevanti per la domanda domestica.

Dunque, secondo le nostre analisi, il 2025 risulterà un anno di stallo della domanda: ci si attende andamenti anche molto diversi a seconda della regione, del tipo di struttura e del mercato (domestico o internazionale) prevalente.

Il modello di stima

Assunzioni considerate per la previsione del comportamento della domanda

1. Analisi storica dei flussi di domanda per regione distinguendo l'andamento pre-Covid, il crollo del 2020 e il rimbalzo del 2021/2022
2. Lettura del contesto macro-economico globale per capire la propensione dei flussi al viaggio
3. Valutazione dei feedback ricevuti dagli operatori di settore
4. Analisi storica delle traiettorie di crescita dei comparti turistici
5. Individuazione del trend di domanda degli ultimi tre anni e definizione di un tasso di crescita/decrecita della domanda per singola regione e distinta tra mercato domestico e internazionale per il 2025

Le limitazioni

Limitazioni alle assunzioni utilizzate per il modello di stima

1. Non disponendo dei dati ufficiali Istat relativi al 2024 alcuni valori provvisori potrebbero essere sovrastimati o sottostimati
2. Le stime non considerano eventuali picchi di domanda dovuti a nuove aperture o speciali accordi commerciali non conosciuti al momento di redazione
3. Si considera il contesto macro-economico e geo-politico alla data di redazione senza quindi considerare impatti specifici su determinati mercati o regioni di destinazione dovuti a eventi non certi o accaduti dopo

67,72 mln

Presenze stimate
per il 2025
(-0,1% sul 2024)

38,02 mln

Presenze estere stimate
per il 2025
(+1% sul 2024)

29,70 mln

Presenze italiane stimate
per il 2025
(-2% sul 2024)

Fattori di impatto sulla domanda

GLI ELEMENTI CHE POSSONO INFLUENZARE LA DOMANDA TOTALE PER IL 2025

Fase di incertezza geo-politica

La grande incertezza geo-politica globale avrà un impatto sugli spostamenti dei flussi e sulla scelta delle mete estere.

Eventi climatici estremi

La notiziabilità degli eventi climatici estremi (es: ondate di calore o alluvioni) tenderà a impattare sia sulla scelta della destinazione che sul periodo di vacanza scelto.

Fonte dati: Istat

Calo capacità di spesa mercato nazionale

Il calo della capacità di spesa del mercato italiano (frutto dell'inflazione e della stazionarietà dei salari) continuerà a pesare sulle scelte di questo mercato.

Cambio stagionalità e variazione permanenza media

Sempre più persone riducono la loro permanenza media per potersi permettere le vacanze (o più di una). Cambiano anche le stagionalità al fine di intercettare periodi meno caotici o più economici.

Evoluzione percezione prodotto open-air

La nuova percezione del prodotto outdoor (sempre meno legato al classico schema del camping con tenda e piazzola) porterà beneficio sui flussi e notorietà del prodotto.

Nuovi player internazionali

La capacità dei nuovi attori internazionali che hanno iniziato ad operare in Italia avrà un influsso sull'attrazione di viaggiatori dai mercati dove essi sono più forti.

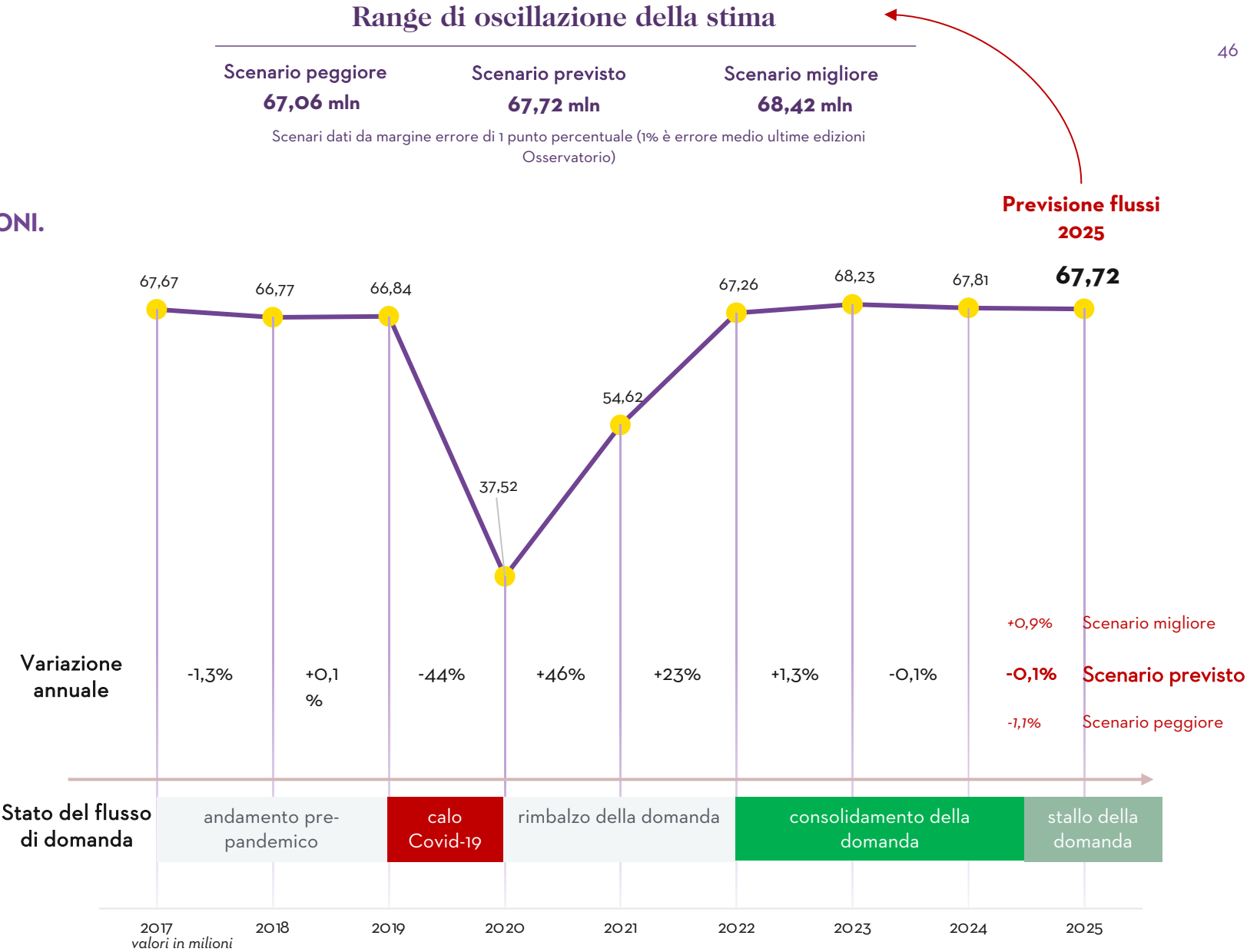
2025: flussi stazionari

2025 VOLUMI COMPLESSIVI SOTTO I 68 MILIONI.
FASE STAZIONARIA DELLA DOMANDA

Per l'anno 2025 prevediamo un flusso della domanda stazionario: dato l'andamento del 2023 e del 2024 (crescita mercato estero e contrazione mercato italiano) e data la lettura dei fattori di impatto sulla domanda è lecito aspettarsi una domanda sugli stessi livelli dei due anni precedenti.

In particolare si ipotizza un leggerissimo calo del -0,1% (come avvenuto nel 2024) che, considerato il margine di errore medio delle stime prodotto negli anni precedenti, ci porta a considerare un range di variazione compreso tra il -1,1% e il +0,9%.

Questo range è determinato in particolare da come mercato straniero ed italiano reagiranno rispetto allo scorso anno.



Fonte dati: Istat. Previsioni 2025: Thrends

2025: trend dei mercati

Fattori di valutazione

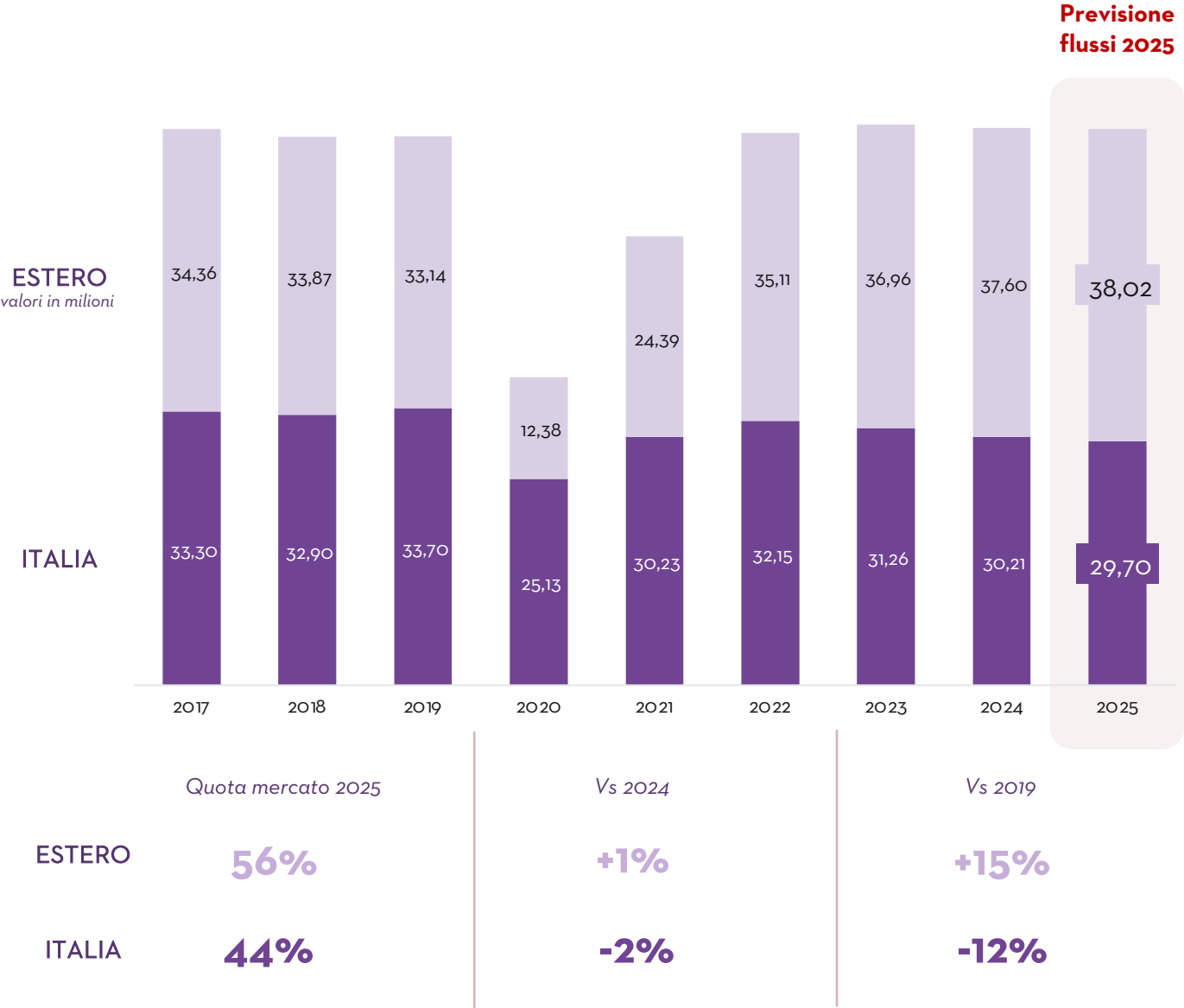
MERCATO ESTERO

- Trend storico crescente
- Rafforzamento posizionamento italiano con nuovi player stranieri
- Italia meta sempre «top of mind»
- Possibile contenimento della crescita per questioni geopolitiche dei mercati chiave (DACH e Polonia su tutti)

MERCATO ITALIANO

- Trend storico calante
- Calo del potere d'acquisto degli italiani
- Ricerca di viaggi in paesi concorrenti del Mediterraneo
- Nascita di una nuova percezione del concetto di vacanza open-air e di percezione delle strutture

Fonte dati: Istat. Previsioni 2025: Thrends



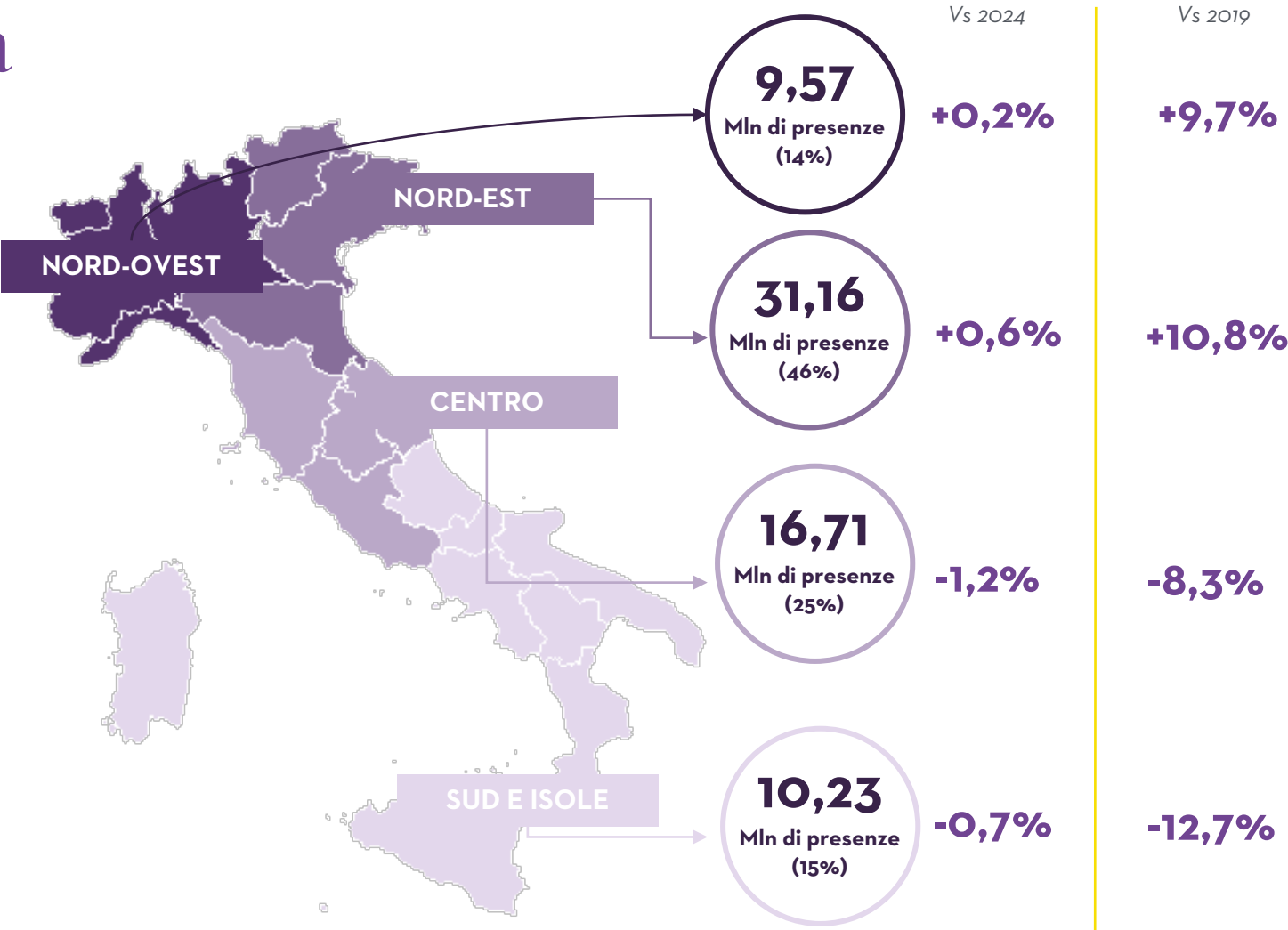
2025: stima per area geografica

LE REGIONI DEL NORD DOVREBBERO
CONFERMARE IL LORO MOMENTUM.
AL SUD POTREBBE CRESCERE IL GAP.

L'infografica presenta lo spaccato delle aree geografiche in cui viene divisa l'Italia (secondo divisione Istat) per approfondire la visione delle stime dei flussi turistici del comparto outdoor del 2025.

In generale le considerazioni sono state:

- Nord-Ovest e Nord-Est. Aree trainanti l'attrazione della domanda (quasi 60%), particolarmente quella estera. Prevediamo una conferma del trend di leggera crescita
- Centro. Si conferma un trend in calo per queste regioni che soffrono in particolare per il calo del mercato italiano, ancora lontano dai valori del 2019
- Sud e Isole. Anche in questo caso prevediamo un trend calante della domanda soprattutto per via del mercato italiano mentre quello estero si mantiene stabile



4

Mercati, leggi e trend



4.1

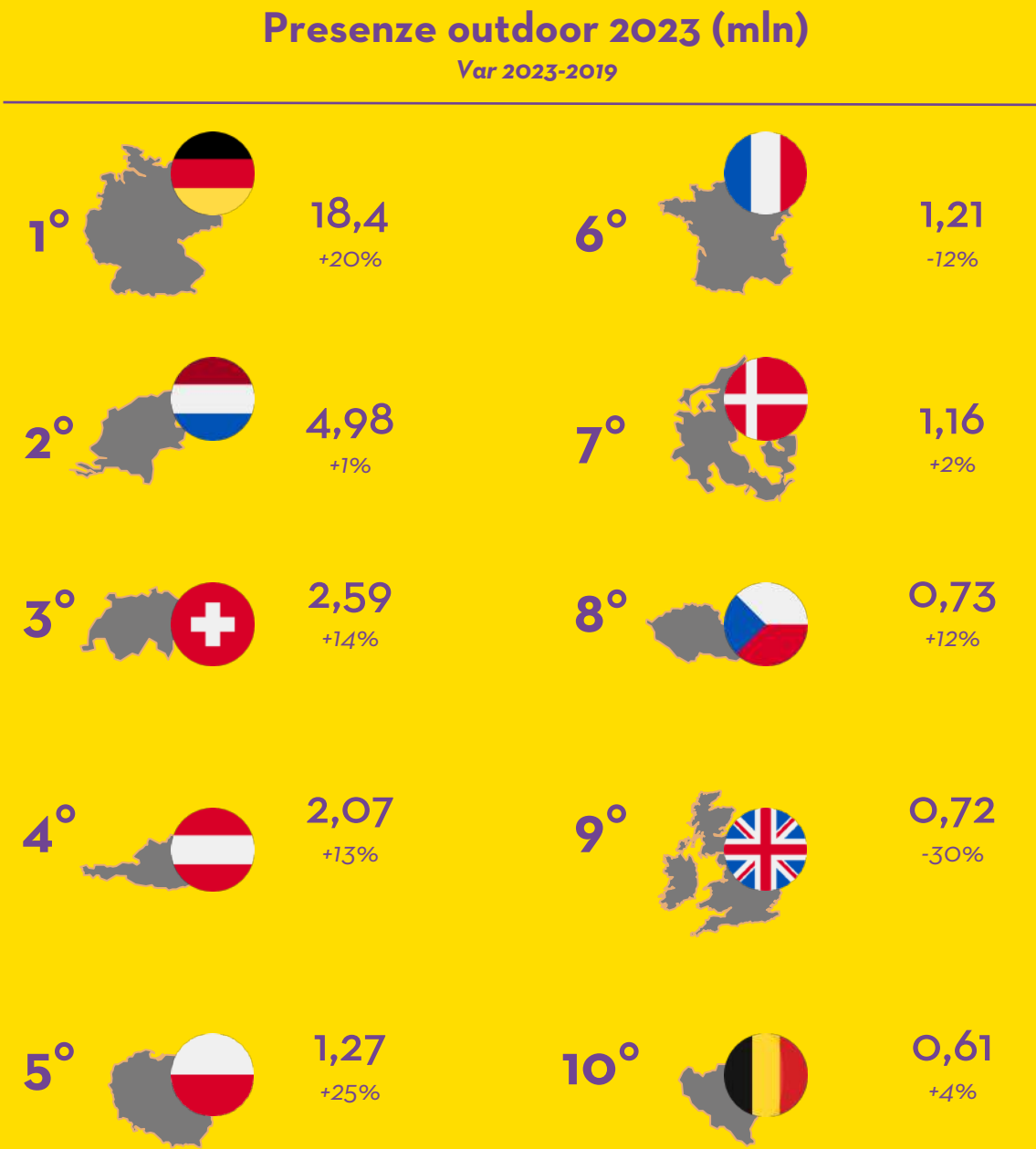
**Mercati incoming:
overview**

Primi 10 mercati esteri per l'Italia

OVERVIEW DEI PRINCIPALI MERCATI INCOMING OUTDOOR

Il confronto delle presenze nei primi 10 mercati esteri in Italia denota un aumento nelle presenze outdoor 2024 rispetto al 2019. La Germania resta in testa con 18,4 milioni di presenze nel 2024 (+20% sul 2019), seguita dall'Olanda con 4,98 milioni di presenze (+1% sul 2019) e dalla Svizzera con 2,59 milioni di presenze (+14% sul 2019). La Polonia registra il maggior aumento dalle presenze 2024 sul 2019 (+25%) giungendo ad un totale di 1,27 milioni di presenze. La Gran Bretagna invece, è l'unica che registra un calo delle presenze sul 2019 (-30%) giungendo a 0,72 milioni di presenze in totale nel 2024.

Fonte dati: Istat



Focus top 5 mercati incoming

OVERVIEW DEI PRINCIPALI INDICATORI MACRO-ECONOMICI

Osservando i principali indicatori macro-economici nei primi 5 mercati incoming, la Germania denota il maggiore PIL reale 2024 che risulta, tuttavia, in leggero calo rispetto al 2023 (-0,2%), così come accade per l’Austria (-1,2%). La Polonia è invece il paese con la maggior variazione del PIL reale (+2,9%); anche Svizzera e Olanda fanno segnare variazioni positive.

Il PIL pro capite per la Germania si attesta a 50.820€, un valore inferiore rispetto ad Olanda (62.950€) e Svizzera (92.760€), in linea con l’Austria (52.490€), mentre più basso per la Polonia (22.410€).

Fonte dati: Eurostat

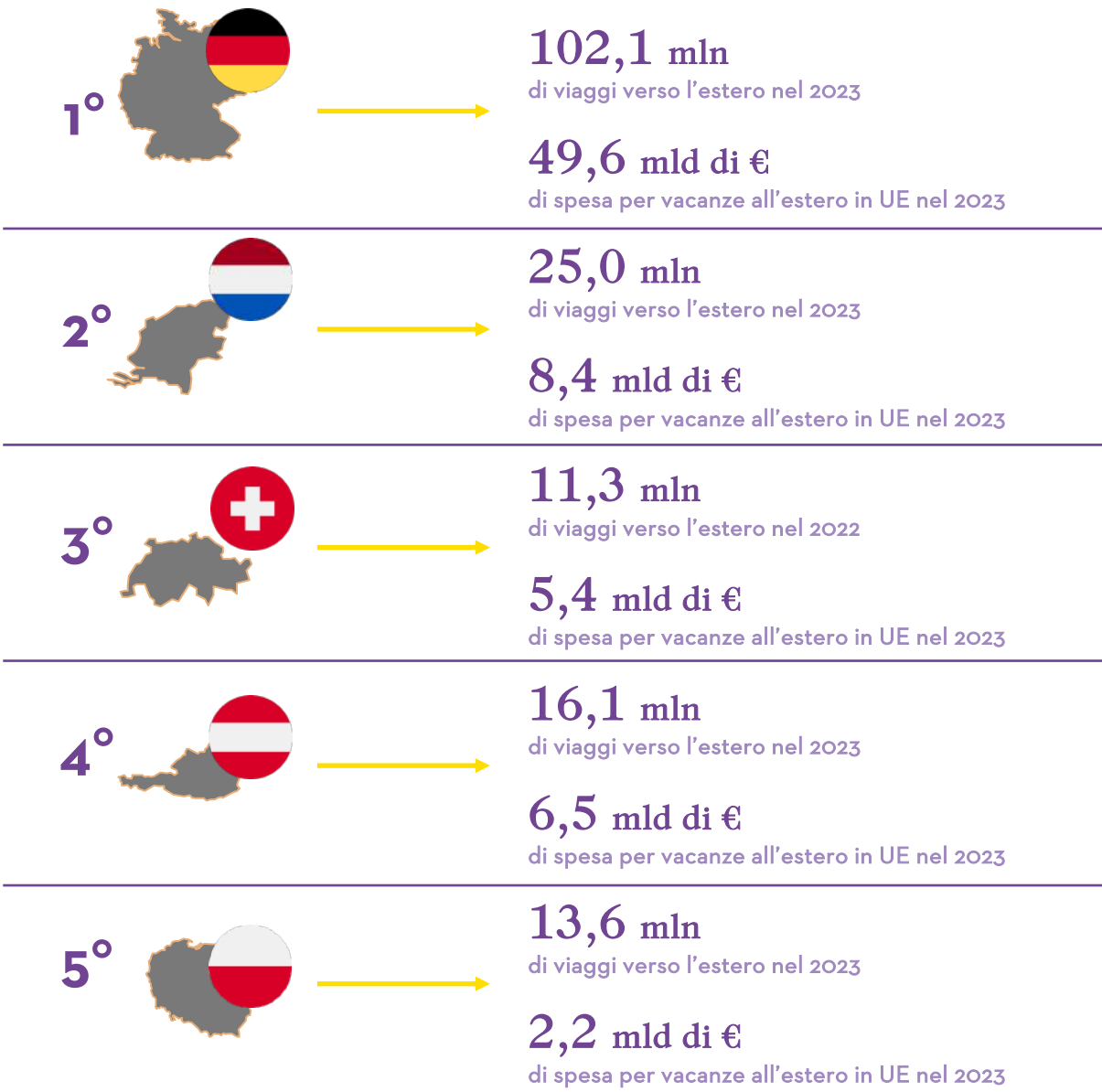
	PIL reale (2024- mln, €)	Var. PIL reale (2024-2023)	Inflazione (2024)	PIL pro capite (2024, €)
Germania	4.305.260	-0,2%	2,5%	50.820
Olanda	1.132.733	+0,,9%	3,2%	62.950
Svizzera	865.619	+1,3%	1,1%	92.760
Austria	481.940	-1,2%	2,9%	52.490
Polonia	840.131	+2,9%	3,7%	22.410

Focus top 5 mercati incoming

OVERVIEW DEI KPI DEI VIAGGI ALL'ESTERO

Osservando i viaggi verso l'estero e la spesa per vacanze all'estero in UE nel 2023 nei primi 5 mercati incoming, la Germania denota i maggiore valori facendo registrare oltre 100 milioni di viaggi all'estero nel 2023 per un corrispettivo di circa 49 miliardi di euro. I successivi 4 mercati denotano valori minori con spese sostenute non proporzionali al volume di viaggi, suggerendo possibili differenze nella durata dei soggiorni, nelle tipologie di alloggio scelte o nelle destinazioni preferite.

Fonte dati: Eurostat



4.2

**Temi legislativi:
novità per il comparto**

Overview degli aspetti legislativi

UN FOCUS SU 2 DELLE TEMATICHE AL CENTRO DEL DIBATTITO LEGISLATIVO NEL MONDO OUTDOOR

TEMA	DESCRIZIONE	PROBLEMATICA
Accatastamento case mobili	Le caratteristiche delle mobile homes (non ancoraggio al suolo, facile mobilità, etc) che si trovano all'interno di strutture ricettive all'aria aperta sono alla base dell'esclusione dal vincolo dalla rilevanza catastale, così come già escluse dall'obbligo di titolo abilitativo. Ciò discende dal fatto che il Testo Unico dell'Edilizia (D.P.R. n.380 del 6 Giugno 2001) definisce - all'articolo 3, lettera e.5) - gli interventi di nuova costruzione escludendo da questa categoria gli interventi di installazione delle mobile homes in strutture autorizzate. Ne consegue che l'istallazione di maxicaravan è considerata "attività di edilizia libera", nonostante il complesso turistico ospitante debba essere stato precedentemente autorizzato dal punto di vista urbanistico, edilizio e paesaggistico.	Tuttavia, la formulazione non chiara della norma primaria ha portato ad alcune interpretazioni distorsive della stessa e hanno portato alcune Direzioni Regionali e Uffici Provinciali del Catasto, a macchia di leopardo, ad avanzare richieste di accatastamento dei mezzi mobili di pernottamento paragonandoli a beni immobili.
Iter autorizzazione paesaggistica	Il combinato disposto del testo unico dell'edilizia e delle varie leggi di carattere regionale dovrebbe permettere al gestore della struttura ricettiva la libera dislocazione dei mezzi mobili di pernottamento nell'ambito delle piazzole previamente autorizzate all'interno del perimetro della struttura stessa, autorizzarne la rimozione, la sostituzione o lo spostamento da una piazzola all'altra. Ciò non avviene nella gran parte dei casi per impedimenti derivanti dalle lungaggini burocratiche o dalla negazione delle autorizzazioni paesaggistiche da parte delle Sovrintendenze competenti territorialmente, che secondo le interpretazioni prevalenti, assoggettano alla richiesta di autorizzazioni paesaggistiche le singole mobile homes non curandosi del fatto che le strutture sono già state autorizzate nel loro complesso prima dell'avvio dell'attività.	Una mancata chiara esplicitazione dei casi in cui è necessario richiedere l'autorizzazione paesaggistica, quali aspetti del progetto questa coinvolga e in cosa consista l'autorizzazione (se in modo estensivo all'intera struttura o nel caso più restrittivo al singolo oggetto), rende l'iter di autorizzazione paesaggistica particolarmente farraginoso e, in molti casi, non omogeneo tra le diverse regioni.

Accatastamento case mobili

APPROVATO NUOVO EMENDAMENTO

OBIETTIVO DEL DIBATTITO LEGISLATIVO

Conferire certezza giuridica riguardo alla non rilevanza ai fini catastali degli allestimenti mobili collocati nelle strutture ricettive all'aperto.

NORMA DI RIFERIMENTO

- Testo Unico dell'Edilizia (D.P.R. n.380 del 6 Giugno 2001, articolo 3, lettera e.5)
- DPR 1° dicembre 1949, n. 1142, articolo 30
- DL Omnibus (decreto-legge 9 agosto 2024, n. 113, art. 7-quinquies)
- Agenzia delle Entrate - Risoluzione n. 67/2024 - Aggiornamento catastale ai sensi dell'art. 7-quinquies del decreto-legge 9 agosto 2024, n. 113 (Irrilevanza catastale degli allestimenti mobili in strutture ricettive all'aperto).

Situazione

Il nodo normativo a monte, che lasciava margini interpretativi eccessivi agli Uffici Territoriali dell'Agenzia delle Entrate da cui derivavano gli accertamenti e le richieste di pagamento IMU, è stato sanato tramite norma primaria che chiarisce a livello nazionale l'irrelevanza catastale delle mobile homes.

Obiettivo raggiunto - cosa prevede il nuovo emendamento

L'obiettivo, dopo lunghi confronti con MEF e Agenzia delle Entrate e Ministero del Turismo, è stato raggiunto tramite l'approvazione degli emendamenti a firma Centinaio-Borghi (Lega) e Berrino (Fdi) al DL Omnibus. Il testo è già in vigore e prevede:

- Irrilevanza catastale a partire dal 2025 per tutte le case mobili, con esclusione dalla stima diretta.
- La rivalutazione del valore nella stima diretta del 85% per le aree attrezzate a case mobili e del 55% per quelle non attrezzate
- È stata prevista una procedura per la presentazione degli atti di aggiornamento geometrico per la mappa catastale e per il catasto fabbricati entro il 15 giugno 2025.
- Con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, di concerto con il Ministro del turismo, da emanare entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, sono individuate le eventuali ulteriori fonti informative necessarie per le attività di monitoraggio.

Prossimi passi

Successivamente all'entrata in vigore della norma l'Agenzia delle Entrate ha pubblicato una Circolare (Risoluzione n. 67) che presenta punti da chiarire e possibili criticità su applicazioni pregresse sulle definizioni (Piazzola attrezzata/non attrezzata).

Per questo il Ministero del Turismo ha convocato un Tavolo con il MEF e Agenzia delle Entrate: si lavora alle FAQ (le cui risposte avranno valore legale) per risolvere i problemi interpretativi.

Autorizzazione paesaggistica

IN CORSO IL PROCESSO DI REVISIONE PER L'AGGIORNAMENTO DEL TESTO UNICO

OBIETTIVO DEL DIBATTITO LEGISLATIVO

Promuovere un intervento normativo di coordinamento e semplificazione dell'iter autorizzativo in materia paesaggistica, che precisi che, per le loro caratteristiche di mobilità, mancato legame fisso al suolo, utilizzo di materiali leggeri, sostenibili e compatibili con l'ambiente, le singole mobile homes non siano assoggettabili ad autorizzazione paesaggistica per spostamenti e sostituzioni all'interno delle piazzole già autorizzate. Si ritiene, infatti, che l'autorizzazione paesaggistica concessa complessivamente alla struttura debba essere sufficiente.

NORMA DI RIFERIMENTO

- Testo Unico dell'Edilizia (D.P.R. n.380 del 6 Giugno 2001, articolo 3, lettera e.5)
- Testo Unico delle Autorizzazioni Paesaggistiche (D.P.R. 13 febbraio 2017, n. 31, Allegati A e B)
- DL Milleproroghe - Decreto legge 27 dicembre 2024, n. 202 come convertito con modificazioni dalla L. 21 febbraio 2025, n. 15

Situazione

Il Parlamento, nel 2022, aveva delegato il Governo ad intervenire per adottare disposizioni modificative e integrative del Testo Unico sulle Autorizzazioni Paesaggistiche al fine di operare semplificazioni procedurali, individuando ulteriori tipologie di interventi non soggetti ad autorizzazione paesaggistica oppure sottoposti ad autorizzazione paesaggistica semplificata. I tempi di attuazione della delega risultavano scaduti senza che il governo l'avesse esercitata, per tale motivo è stata approvata per via emendativa al DL Milleproroghe (iniziativa dei Sen. Centinaio, Lega e De Priamo, FdI) la riapertura dei tempi per permettere al governo l'approvazione di un atto regolamentare che inserisca anche la fattispecie della esclusione delle singole mobile homes dall'assoggettabilità alle predette autorizzazioni in caso di spostamento o sostituzione all'interno delle piazzole previamente autorizzate.

Proposta in corso

Promuovere tramite atto regolamentare (DM o DPCM) un intervento di coordinamento e semplificazione al fine di chiarire che l'installazione all'interno delle strutture ricettive all'aria aperta previamente autorizzate, all'interno delle piazzole ivi insistenti, di mezzi mobili di pernottamento, con eventuali pertinenze e accessori, conformi alla norme UNI EN 13878:2007, nonché ai requisiti per la circolazione o il trasporto su strada, che non abbiano stabile collegamento al suolo e dotati la facile rimovibilità con relativa ripristinabilità dello stato originario dei luoghi, siano inseriti nell'Allegato A del DPR 31/2017, cioè siano escluse dalla richiesta di autorizzazione paesaggistica.

Si propone inoltre di assoggettare ad autorizzazione paesaggistica semplificata, ai sensi dell'Allegato B del DPR 31/2017, gli interventi che comportino la realizzazione di infrastrutture a rete e modifiche del numero o della collocazione delle piazzole, senza realizzazione di nuove costruzioni o aumento della capacità ricettiva.

Prossimi passi

Incontri con Ministero del Turismo, Ministero della Cultura e Ministero della Pubblica Amministrazione per finalizzare la proposta di decreto regolamentare.

4.3

**Evoluzione dei gruppi
outdoor in Italia**

Operatori francesi in Italia. Nuovi player

NUOVI OPERATORI E NUOVI MODELLI DI CRESCITA

Negli ultimi 2 anni l'Italia è stata oggetto di acquisizioni da parte di gruppi francesi open-air. Capfun e Sandaya, leader nel mercato francese tra il 2023 e 2024 hanno acquisito le loro prime proprietà in Italia.

Gli schemi di investimento sono stati differenti: l'acquisizione di strutture indipendenti e l'acquisizione di un portfolio di strutture. L'esordio di questi gruppi in Italia evidenzia strategie interessanti:

- L'appeal della destinazione Italia anche per i mercati su cui questi operatori sono forti (francofoni)
- Le opportunità di investimento di precisi format di campeggi dopo il periodo del Covid
- La volontà di acquisire le strutture direttamente e gestirle con loro brand (adeguando gli standard a quelli del brand)

	Capfun	Sandaya
Anno	2023	2024
Modello	Acquisizione 2 campeggi indipendenti	Acquisizione portfolio strutture (4)
Destinazioni	Sun&Beach Lake	Sun&Beach

Capfun



Overview operatori domestici e progetti

ALCUNE OPERAZIONI DI INVESTIMENTO DEI GRUPPI ITALIANI

Il biennio 2024/2025 è stato, e sarà, un periodo di investimento anche per i maggiori gruppi open-air italiani. Vacanze col Cuore, Baia Holiday, Club del Sole e Human Company hanno lanciato nuove strutture, acquisito realtà esistenti e hanno in cantiere progetti importanti. Lo specchietto sintetico a fianco vuole mostrare solo una piccola visione dei movimenti dei gruppi domestici a dimostrazione del fermento sul mercato di questi anni. Nel complesso, dunque, il mercato outdoor vede un periodo di grandi investimenti sia di operatori italiani che di operatori stranieri.



2024

- Trasimeno Glamping Resort



2025

- Caldonazzo Family Collection,
- Club del Sole Due Laghi Levico Family Collection
- Club del Sole Val di Fiemme Easy Camping Village



2025

- La Gallura – Santa Teresa di Gallura



pipeline

- hu Eraclea village
- hu Porto Tolle village
- hu Caviglia Sport village

4.4

Impatto economico

Impatto economico diretto

STIMA DEL VALORE DEL COMPARTO OUTDOOR PER IL 2025

Possiamo stimare che l'impatto economico diretto del settore outdoor si attesti attorno ai 4,97 miliardi. Questa cifra rappresenta il contributo all'economia portato dalla spesa dei turisti che scelgono formule outdoor. Il valore di spesa diretta pro capite giornaliera dei turisti individuato, 73,7€, è la risultante di una stima che considera diverse fonti analizzate e considera elementi di diversità quali la possibilità di scegliere tra soluzioni piazzole, bungalow o altre unità (ad esempio glamping). Sono inoltre considerate altre voci di spesa come quelle in F&B in struttura (ristorante, market e bar) o di altro genere (spiaggia, nolo bici). Per poter ottenere questo valore si è considerata anche la stima di inflazione per il 2025 di Banca d'Italia. Chiaramente il valore giornaliero di spesa non considera eventuali altri costi che rappresenterebbero spese esterne rispetto a quanto pagato per il soggiorno in struttura. I valori, essendo prezzi pagati dal pubblico, includono l'IVA.

Fonte dati: Osservatorio Nazionale Federconsumatori; Istat; Banca d'Italia

VALORE IMPATTO ECONOMICO DIRETTO SETTORE OUTDOOR 2025

~ **4,97** mld

Impatto economico diretto 2025
settore outdoor



Spesa giornaliera diretta media per turista

73,7 €

- Spesa per alloggio (media tra piazzola, bungalow e unità glamping)
- Include spesa per eventuali pasti interni
- Include spesa per accesso servizi inclusi come ad esempio la spiaggia
- Valore che include l'inflazione stimata per il 2025

Stima presenze 2025

67,7 mln

- Previsione delle presenze outdoor 2025 elaborata da Thrends

Impatto economico totale

STIMA DELL'IMPATTO TOTALE DEL SETTORE OUTDOOR PER IL 2025

Volendo giungere ad una stima del contributo all'economia italiana del comparto outdoor si è calcolato un range di valori che possa dare un'idea di questo valore. Partendo dalla stima dell'impatto economico diretto (circa 4,97 miliardi) si sono applicati due diversi moltiplicatori di spesa del settore turismo (ricavati da altri studi ed ottenuti con procedimenti differenti).

Si arriva così a stimare che il settore outdoor possa generare nel 2025 un impatto economico totale compreso tra 8,85 miliardi e 12,93 miliardi.

Occorrono alcune precisazioni ai valori qui identificati:

- Innanzitutto il valore stimato parte da un valore di impatto diretto che considera le sole spese in struttura ricettiva del turista outdoor.
- Inoltre vengono applicati dei moltiplicatori generali del settore al fine di scontare il fatto che non vi sia uno specifico moltiplicatore del turismo outdoor ma ne esistano diversi per il settore del turismo in generale.

Dunque, i valori individuati possono rappresentare un range del contributo totale del settore outdoor che tiene conto della spesa diretta del viaggiatore.

Fonte dati: IRPET, OpenEconomics

STIMA IMPATTO TOTALE - RANGE DI VALORI

Impatto economico totale 2025 comparto outdoor

Moltiplicat. utilizzato

valore minimo

~ 8,85 mld



1,78

- Moltiplicatore medio dell'impatto diretto del settore turismo in generale (IRPET)

valore massimo

~ 12,93 mld



2,6

- Moltiplicatore rapporto PIL/spesa turismo (OpenEconomics e Fondazione TorVergata)

4.5

Trend

I trend del comparto outdoor

5+1 SITUAZIONI CHE STANNO INFLUENZANDO IL SETTORE

L'evoluzione del settore outdoor in atto ormai da qualche anno ha portato a cambiare radicalmente il modo di vedere questo tipo di vacanza.

Questo cambiamento non è terminato anzi, è sempre più marcato. Per questo si sono selezionati qui 5+1 trend a cui prestare attenzione per capire i fenomeni che stanno impattando, e che impatteranno, l'evoluzione dell'offerta ricettiva outdoor.

I trend sono stati scelti sulla base di fenomeni che hanno cominciato a mostrarsi nel settore, sia da un punto di vista macro-economico che da un punto di vista di innovazione di prodotto e di servizio.

1

Alberghierizzazione dei servizi e del prodotto

2

Riqualificazione selettiva dell'offerta

3

Il benessere all'aria aperta

4

Outdoor e digital: tracciare e analizzare

5

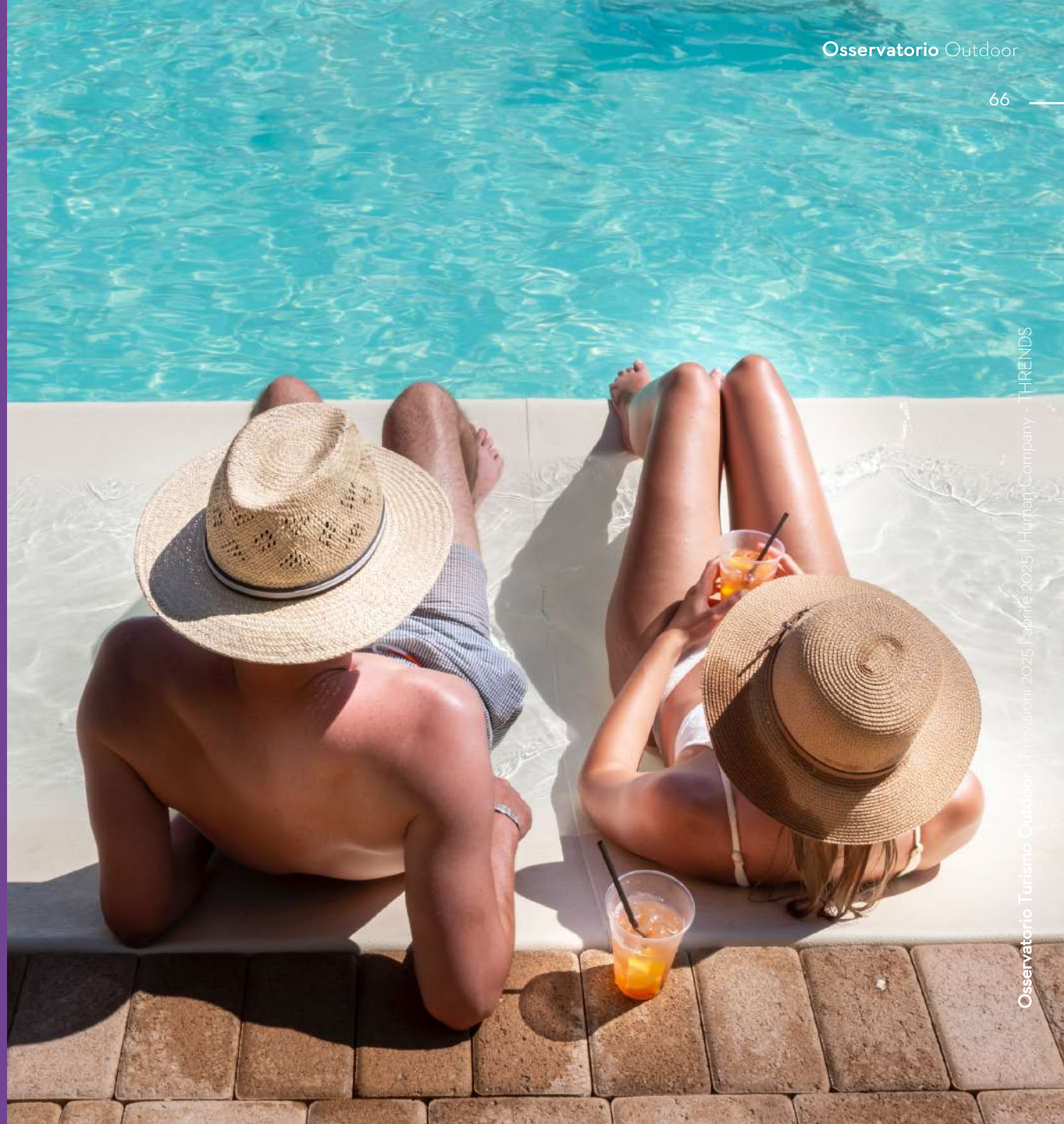
Inflazione e tariffe: sfida delle politiche commerciali

6

Il futuro dei moduli espandibili

1. Alberghierizzazione dei servizi e del prodotto

Il viaggiatore outdoor richiede sempre più servizi, strutturati e di qualità. Si sta assistendo a una evoluzione da proposte ricettive «limited service» a proposte «full service» (emulando l'alberghiero) organizzando un servizio di maggiore qualità. Si sviluppano formule F&B à la carte, market interni con prodotti del territorio, aree wellness, parchi acquatici, aree giochi dei bambini come parchi avventura. Tutto ruota attorno alla qualità del servizio e alla vendita di «ancillary services» che completano l'esperienza della vacanza. Inoltre l'avvento di soluzioni glamping, lodge, chalet, tende safari, bubble e così via, ha portato ad allargare il bacino di domanda anche a chi era abituato a soluzioni alberghiere. Questi clienti richiedono però un livello dei servizi almeno pari il che porta a investire nella crescita dei servizi anche nelle strutture outdoor.



2. Riqualficazione selettiva dell'offerta

Ci sono almeno 3 fattori che stanno cambiando il panorama dell'offerta di strutture all'aria aperta in Italia.

In primis la crescita della presenza dei gruppi italiani open-air e degli investimenti da loro fatti in ristrutturazione o acquisizione di nuove realtà.

Collegato a questo l'arrivo di nuovi gruppi stranieri e di fondi di investimento che per la prima volta realizzano progetti di investimento nel settore outdoor in Italia i quali prevedono in molti casi la riqualficazione e il riposizionamento delle strutture.

Infine, accanto agli investimenti di catene, fondi e grandi realtà, si nota un aumento di investimenti per riposizionare strutture private seguendo soprattutto la tendenza a formule ibride e quindi a investire in un upgrade delle unità e dei servizi offerti.

3.

Il benessere all'aria aperta

Il concetto del well-being è oramai uno dei grandi mantra del benessere moderno: si tratta di un wellness a 360 gradi, ovvero che si estende dal corpo alla mente e allo spirito e spesso include un'integrazione con la natura e l'aria aperta.

Su questo punto diventa focale, anche per i campeggi, organizzare e investire in un'offerta benessere che parte da aree wellness ma include anche altri tipi di esperienze come forest bathing, bare footing e altre attività che è possibile fare nella natura e che ben si sposano con il concetto di aria aperta. Non solo: si estende anche alla progettazione delle unità includendo i temi della progettazione biofilica e al tema dell'F&B ampliando l'offerta a menù vegetariani, attenti alle materie prime, con calorie calcolate.

La vacanza all'aria aperta diventa così vacanza di benessere.



4. Outdoor e digital: tracciare e analizzare

È vero che cerchiamo il contatto con la Natura, il detox e il relax come parole chiave. Ma in realtà siamo dipendenti dalla tecnologia e anche quando organizziamo una vacanza outdoor abbiamo bisogno di essa. La nuova aspettativa è che le soluzioni ricettive outdoor ci stacchino dalla dipendenza digitale, ma allo stesso tempo ci permettano di usarla per semplificare la nostra esperienza e per personalizzarla.

Self check-in e controllo domotico, ma anche l'uso di app per interagire con i servizi dei villaggi sono oggi lo standard.

Il futuro è rappresentato dalla tecnologia per semplificare l'esperienza di vacanza, per monitorare l'attività outdoor che facciamo e per condividere le emozioni con i nostri contatti (es: wearable devices). La chiave sarà quella di riuscire a raccogliere i dati a disposizione e analizzarli nel modo corretto per poter generare del valore aggiunto per il cliente finale.

5. Inflazione e tariffe: sfida delle politiche commerciali

L'impatto dell'inflazione e del caro vita e la crescita delle tariffe si sta ripercuotendo sul budget dei viaggiatori e sull'organizzazione, intesa come periodi di vacanza, formule ricercate e spese ancillari. In particolare i turisti si dimostrano sempre più alla ricerca di convenienza e servizi inclusi e organizzano vacanze sempre più corte e concentrate a ridosso dei weekend.

Questo cambio nel comportamento dei turisti sta aprendo delle sfide per il settore. Ad esempio, occorre formulare pacchetti commerciali che considerino la nuova disponibilità a pagare degli ospiti. Ma anche proporre formule (ed offerte) che incentivino a viaggiare in certi momenti riuscendo a coprire buchi nella disponibilità delle unità. Si andrà verso una nuova calibrazione delle stagionalità e dei periodi di apertura e chiusura con un conseguente cambio a livello di strategia di revenue (ma anche come scelte di staff extra da aggiungere).





Foto: Pininfarina

6. Il futuro dei moduli espandibili

Al CES di Las Vegas (fiera più importante in materia di tecnologia e innovazione) sono state presentate delle nuove roulotte, o per meglio dire, moduli abitativi nati dalla collaborazione tra AC Future (società di sviluppo di soluzioni abitative sostenibili che integrano l'Intelligenza Artificiale) e Pininfarina. Sono stati creati dei prototipi con superficie interna di 37 mq e patio esterno espandibile fino a 4 mq. Dotata di tecnologia smart home, pannelli solari, sistemi di stoccaggio energetico, un generatore d'acqua ed elettrodomestici di alta qualità, rappresenta un'evoluzione delle classiche roulotte e delle mobile home. Questo prototipo apre a nuove prospettive sia per i camperisti che per le strutture ricettive: ad esempio in futuro le piazzole potrebbero essere studiate con misure sempre più grandi per accogliere di moduli che si ampliano verso l'esterno.

Team di ricerca

COORDINAMENTO TECNICO E PUBBLICAZIONE

Enrico Gori - Human Company
enrico.gori@humancompany.com

RICERCA ED ANALISI

Andrea Agazzani - THRENDS
Rebecca Saracino - THRENDS
Maria Laura Riva - THRENDS
Valbona Sadiraj - THRENDS

Per informazioni su metodologia
e dati scrivere a:
office@thrends-italy.com

UFFICIO STAMPA: BPRESS

Eleonora Bresesti
Sara Caringella
Carolina Ratti
humancompany@bpress.it

Human Company
group.humancompany.com

