

I piani di Human Company per l'estate

Sì, viaggiare (ma all'aria aperta): così il turismo può crescere ancora

di **Giulia Cimpanelli**

Il turismo outdoor, sostenibile e a contatto con la natura, cambia pelle. E può creare interessanti occasioni di crescita e rilancio in un'estate particolare come quella in cui stiamo entrando. Da un lato, tende e campeggi sono oggi soluzioni dotate di ogni tipo di confort, adatte ai pubblici più disparati. Dall'altro, in questi ultimi anni si è anche rafforzato il trend di vacanze più «responsabili» e a minor impatto. Un mix che potrebbe rivelarsi vincente per il turismo del post Covid.

I soggiorni all'aria aperta sono in netta crescita: secondo l'edizione 2020 di Open, l'Osservatorio sul turismo open air di Human Company, uno dei maggiori operatori del comparto, e Istituto Piepoli, sono stati 20 milioni i viaggi classificabili come outdoor in Italia nel 2019 (soggiorni in villaggi e camping e viaggi itineranti con caravan e simili), per un totale di 92 milioni di pernottamenti. Insomma, su quasi 80 milioni di viaggi con meta l'Italia, l'anno scorso il 25% si sono svolti all'aria aperta.

Il turista tipo? «L'85% dei nostri clienti viene da Nord Europa, Germania, Inghilterra — commenta Luca Belenghi, Direttore Generale Human Company —. Puglia, Toscana e Sicilia sono le destinazioni più scelte». Facendo i conti in tasca al settore, si calcola un valore totale di 8,5

miliardi euro, in crescita. Cresce anche Human Company, che oggi fattura 115 milioni di euro. «Quest'anno ci aspettavamo una crescita del 2,5%, che dovremo rimandare», dice Belenghi.

Già, perché anche il turismo outdoor dovrà affrontare gli effetti della pandemia, che saranno particolarmente duri per il comparto delle vacanze in generale. Ma quelle all'aria aperta potrebbero vivere un ulteriore rilancio, proprio perché considerate meno «a rischio» sul fronte della salute. Il fattore prossimità, poi, darà una mano al settore: Enit stima

che il 40% dei viaggiatori italiani, che preferiva viaggi all'estero, tra luglio e agosto resterà in patria.

Sfide e progetti

«Quest'anno riapriamo le nostre strutture ma rimandiamo al 2021 le inaugurazioni previste — prosegue Belenghi —. Sarà un anno complesso, ci attendiamo di ricevere il 45% delle presenze inizialmente previste a budget. Abbiamo attrezzato i villaggi nel massimo rispetto delle norme di sicurezza e ridisegnato l'offerta». L'esperienza open air diventerà infatti più digitale: «Per la ristorazione ci sarà un sistema *order and delivery* o *click and collect* e tutte le attività saranno prenotabili da app o sito», spiega il manager.

L'azienda ha intanto investito 12 milioni di euro per migliorare strutture e infrastrutture nei villaggi già esistenti, altri 300 milioni sono previsti nei prossimi cinque anni. Di recente il gruppo ha acquisito l'Iris Parc Birkelt, un campeggio a 5 stelle nella valle della Mullertahl in Lussemburgo, la prima struttura open air al di fuori dell'Italia, che ha appena aperto. Oltre ai nuovi villaggi di Montescudaio e Sant'Albinia, vicino al Park Albatros, dedicato alle famiglie con bambini, che apriranno nel 2021, l'azienda ha un piano preciso e ambizioso. «Il villaggio di Eraclea, che aprirà nel 2022, sarà un punto di

svolta per il turismo open air: 240 ettari di superficie, attenzione alla biodiversità della natura presente, dodicimila posti totali, con piazzole di 200 metri per ogni famiglia, contro l'attuale media di 70». Il progetto di Porto Tolle, nel Polesine, invece, prevede la riqualificazione della più grande centrale idroelettrica dismessa in Italia, in partnership con Enel. Infine, il Villaggio di Cavriglia, in Valdarno, la cui apertura è già programmata per il 2024, sarà il più grande villaggio all'aria aperta interamente basato su sport e benesse-

re.

Le sfide, per Human Company, sono all'ordine del giorno da quando, 38 anni fa, l'azienda nacque con un'idea precisa: innovare il settore dei campeggi. È il 1986 quando viene installato il primo scivolo fra le tende. Dieci anni dopo arriva la prima casa mobile con due camere e due bagni e nel 1997 una spa in una struttura open air. Nel 2006 il gruppo è il primo in Italia a ideare il concetto di ostello con servizi di pari livello alberghiero e nel 2009 «brevetta» la formula Family Park, villaggi pedonalizzati e dedicati ai bambini, una novità per la penisola.

Del 2018 sono le case mobili Greney, costruite secondo i principi della bio architettura mentre, al Girasole Village in Valdarno, prende il via il progetto Ants: acronimo di Active Nature Training Sense, un villaggio dentro il villaggio legato al benessere, nato dalla collaborazione con Daniele Tognaccini, ex project manager e creatore di Milan Lab, il centro di ricerca interdisciplinare hi-tech di AC Milan. Oggi, anche la sfida dell'accoglienza open air ai tempi del coronavirus si può vincere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



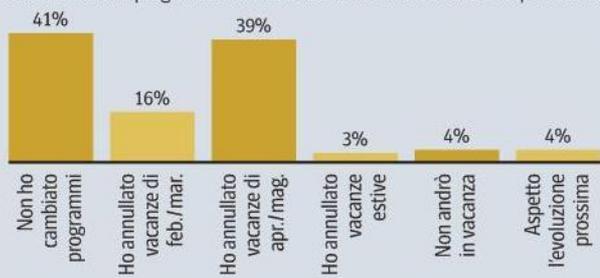
Protagonisti

Luca Belenghi è direttore generale di Human Company; l'azienda toscana nasce nel 1982. È di proprietà della famiglia Cardini-Vannucchi



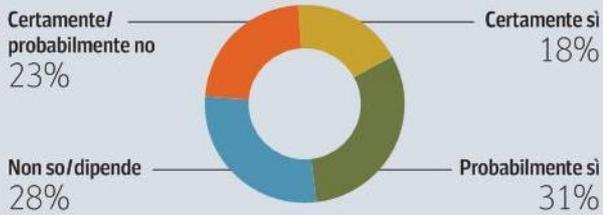
Un'estate diversa

Chi ha cambiato programmi delle vacanze a causa del covid-19. Risposta multipla



Nella natura

Chi nei prossimi mesi ha pensato a un soggiorno alternativo



S.A.

Fonte: Opjen, Osservatorio sul turismo open air 2020. Totale campione 2.053 persone