



OPEN AIR

01 - 30 giugno 2020

INDICE

OPEN AIR

30/06/2020 campingbusiness.eu	5
"Vivi nuovi sogni, vivili Open Air": è online la campagna video promossa da Open Air Next Step	
22/06/2020 ttgitalia.com	6
Nuovo prodotto in agenzia	
22/06/2020 ttgitalia.com	7
Dieci regole per vacanze serene	
12/06/2020 advtraining.it	8
Duemilaventi, un'estate open air	
15/06/2020 Camping Management	12
Sei aziende insieme per promuovere la vacanza open air Made in Italy	
15/06/2020 beautindependent.com	16
ECO-FRIENDLY, MULTIFUNZIONE, WATER-SAVING: IL BEAUTY CASE DELLE VACANZE IN VERSIONE "GLAMPING"	
07/06/2020 newscamp.it	18
OPEN AIR Next Step decalogo vacanza outdoor in piena sicurezza	
05/06/2020 goldencamping.com	20
Ecco il decalogo per una vacanza outdoor in piena sicurezza	
30/06/2020 Pubblicom Now	22
Campagna Open Air Next Step per la vacanza open-air premium	
22/06/2020 TTG Italia	23
Nuovo prodotto in agenzia	
10/06/2020 youtube.com	24
OPEN AIR Next Step decalogo vacanza outdoor in piena sicurezza	
08/06/2020 viaggi.corriere.it 16:08	26
Sardegna: vacanze 2020 anti Coronavirus	
28/05/2020 hashtag24news.it	28
Al via Open Air Next Step per promuovere vacanze all'aria aperta	
30/06/2020 Touchpoint Today	29
OPEN AIR NEXT STEP IN COMUNICAZIONE CON BEYOND THE LINE	

22/06/2020 TTG Italia Dieci regole per vacanze serene	30
05/06/2020 comunicati-stampa.net 11:16 OPEN AIR Next Step detta il decalogo per una vacanza outdoor in piena sicurezza	31
29/06/2020 mediakey.tv "Vivi nuovi sogni, vivili Open Air" la prima campagna adv di Open Air Next	33
05/06/2020 corrierequotidiano.it 09:30 OPEN AIR Next Step detta il decalogo per una vacanza outdoor in piena sicurezza	34
29/06/2020 youmark.it 10:55 Open Air Next Step lancia la prima campagna adv, on air da giugno ad agosto con focus su Youtube, Facebook e Instagram	35
29/06/2020 engage.it 10:33 Open Air Next Step online con la sua prima campagna. Firma Beyond the Line	36
02/06/2020 Tu Style Il campeggio NON È MAI STATO COSÌ COOL	37

OPEN AIR

21 articoli

"Vivi nuovi sogni, vivili Open Air": è online la campagna video promossa da Open Air Next Step

BY REDAZIONE Si intitola "Vivi nuovi sogni, vivili Open Air" la prima campagna pubblicitaria di **Open Air Next Step** per la promozione del turismo all'aria aperta. Il video, curato da Beyond the Line con l'editing di Karenfilm, racconta e rafforza il posizionamento della vacanza premium italiana, dando continuità alle recenti iniziative di **Open Air Next Step**. Questo progetto - nato per volontà di sei protagonisti del calibro di Baia Holiday, Club del Sole, Crippaconcept, Human Company, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme - entra così nella sua fase realizzativa. Presentato lo scorso 14 maggio, il progetto **Open Air Next Step** rappresenta l'innovazione del concetto di "campeggio" così come nato oltre mezzo secolo fa, e punta a creare awareness attorno a un segmento della ricettività che fa delle strutture premium quali gli open air village e i glamping, la propria cifra distintiva. L'espressione glamping è infatti la fusione tra le parole glamour e camping e rappresenta un'esperienza di "community concept" bella, sicura ed eco-friendly, in grado di attrarre sempre più appassionati. In Italia, alloggiare in mobile home di design o lodge tent, senza rinunciare alle comodità di una soluzione ricettiva tra le più evolute e a stretto contatto con la natura, è una modalità ancora tutta da promuovere e far conoscere. Da giugno a agosto, la campagna "Vivi Nuovi sogni, vivili Open Air" verrà distribuita sui canali digitali - con particolare attenzione a YouTube, Instagram e Facebook - in due formati da 45 e 15 secondi. Sarà poi sulla piattaforma Nuovisogni.it che l'audience sperimenterà un nuovo modo di connettersi alla vacanza open-air italiana. Accanto all'esigenza di dare visibilità e valorizzare la qualità del segmento della vacanza open-air nella sua forma più evoluta, **Open Air Next Step** vuole dare una risposta concreta di vicinanza e impegno a 360° per la ripartenza post pandemia da coronavirus di quella che è una delle industrie più strategiche del tessuto economico nazionale: il turismo open-air. "Questa campagna di comunicazione è nata per volontà dei player promotori di **Open Air Next Step**, ha raccolto consensi ed è supportata col contributo anche di molti camping village che hanno creduto nel progetto e aderito al nostro intento di promozione," afferma Loek Van De Loo di **Open Air Next Step**. "Grazie a loro, riusciamo a dare un segnale forte e un grande supporto a tutto il segmento turistico delle vacanze open-air in particolare, oltre che ai clienti. Questa stagione ricettiva è certamente più breve, ma allo stesso tempo sfidante. Riteniamo che sia ancora più importante informare e ispirare nuovi clienti sulle possibilità di vacanze ed esperienze uniche che si possono vivere in strutture di qualità e in tutta sicurezza".

Nuovo prodotto in agenzia

Camping e glamping entrano con forza nelle scelte del turista post pandemia. Negli ultimi anni ha dimostrato di essere un comparto in forte crescita non solo per i numeri generati, ma anche per la velocità di innovazione del prodotto: il turismo plein air si avvia verso un'estate che potrebbe cambiarne per sempre la percezione in Italia. Ben radicato in altri Paesi europei, dalla vicina Francia alla Scandinavia, il segmento delle vacanze all'aria aperta è sempre stato meno considerato dagli italiani, più restii di altri a prenotare il proprio soggiorno in campeggio. Almeno fino a ieri. La tendenza, dati alla mano, il trend è chiaro: questo tipo di vacanza piace sempre di più e l'inversione di tendenza è iniziata ben prima che il Covid-19 irrompesse nelle nostre vite. Nel 2019, confermano i numeri dell'Osservatorio Turismo Outdoor, realizzato per il terzo anno da Human Company in collaborazione con l'Istituto Piepoli, il comparto ha incassato un fatturato di 8,5 miliardi di euro, generando 92 milioni di pernottamenti. Complice la pandemia globale, il turismo open air potrebbe finalmente trovare il proprio posto nell'offerta turistica italiana, diventando una nuova opportunità di vendita anche in agenzia. Next Step Non è un caso che proprio quest'anno prenda il via **Open Air Next Step**, il progetto che vede sei aziende unite per promuovere le vacanze all'aria aperta di livello premium: Baia Holiday, Human Company, Club del Sole, CrippaConcept, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme, con il patrocinio di Faita Federcamping, Assitai e Assocamping. "È arrivato il momento di prendere decisioni importanti sul destino del turismo plein air in Italia - spiega Maurizio Vianello, presidente Faita Federcamping - : sarà strategico fare una grande azione di sensibilizzazione rivolta al grande pubblico, per ricostruire la nostra capacità attrattiva sul mercato straniero e italiano". Cambio di prospettiva. Il nocciolo della questione è proprio questo: spiegare a clienti e distribuzione cosa sono le vacanze open air e traghettare l'opinione pubblica verso un nuovo concetto di campeggio, dove trovano posto strutture ricettive evolute in luoghi dotati di servizi avanzati e a stretto contatto con la natura e il territorio. "Il turismo plein air - sottolinea Bruna Gallo, direttore commerciale di Human Company - oggi è percepito non più come prodotto a basso costo, ma come ricerca di un'esperienza olistica, contatto con natura, socialità. Il Covid penalizzerà altri settori quindi abbiamo un grande lavoro da fare per intercettare nuovi target". Eppure, aggiunge Piergiacomo Bianchi, direttore operativo di Baia Holiday, "il cliente finale e le adv non sono ancora ben consapevoli del ventaglio di scelta nelle nostre strutture. Le unità abitative sono collegate tra loro da viali alberati: è un'altra modalità di gestione del prodotto, personalizzabile in base a gusti ed esigenze. Cucinare da sé, prendere take away, andare al ristorante, tutto è possibile". O. D.

Dieci regole per vacanze serene

I player di **Open Air next step** hanno stilato un vademecum per l'accoglienza

Duemilaventi, un'estate open air

Aria pura, natura intatta, spazi immensi, da vivere in totale libertà e in tutta sicurezza. L'estate 2020 sarà all'insegna delle vacanze all'aria aperta, l'ideale per ritrovare equilibrio e serenità dopo il lockdown, nel rispetto del distanziamento sociale e nel segno del turismo di prossimità. Secondo il Centro Studi del Touring Club, in questo momento è in atto una vera e propria rivincita della vacanza all'aria aperta. Spazio quindi alle escursioni nel verde, a piedi, in mountain bike o a cavallo, per sfruttare i benefici dell'aria pulita, per ammirare paesaggi che ritemprano lo spirito, per rilassarsi ed eliminare lo stress. Si tratta in realtà di un turismo già consolidato, lo attesta il nuovo Osservatorio firmato da Human Company in collaborazione con Istituto Piepoli: nel 2019 il fatturato del mercato open air è stimato a 8,5 miliardi di euro (di cui 5,2 miliardi di euro per servizi ricettivi e 3,3 miliardi di euro per servizi di ristorazione), con una quota di viaggi in Italia che si aggiudica il 25% del totale: dei quasi 80 milioni di viaggi degli italiani in Italia e all'estero lo scorso anno (Istat, febbraio 2020), 20 milioni sono stati outdoor (stima sui soggiorni in villaggi e camping e viaggi itineranti effettuati con caravan e simili) per un totale di 92 milioni di pernottamenti, pari al 23% del totale. Secondo il campione intervistato da Istituto Piepoli le vacanze outdoor più lunghe nell'ultimo anno sono estive in otto casi su dieci (da giugno a settembre), svolte in Italia per la medesima quota, con rilevanza di Puglia (13%), Toscana (11%) e Sicilia (10%). Per il 69% sono state vacanze prevalentemente balneari e fatte in coppia (53%) o con tutta la famiglia (34%). A scegliere la montagna è stato il 16%, seguito dalle città e località d'arte con il 12%. I dati di Pitchup, principale portale in Europa per la prenotazione di vacanze outdoor, con 4.200 strutture partner in 65 paesi e 22 milioni di visite annue - che vedono una crescita del 138% di richiesta di nuove adesioni al network da parte di strutture italiane - l'interesse per il campeggio è in crescita esponenziale, con Lombardia, Toscana, Veneto e Piemonte come destinazioni più cercate. Al primo posto vi sono i camping vicino al mare (oltre il 45%), seguiti dal lago (31,7%) e dalla montagna (13,3%). A confermare l'interesse degli italiani per la vacanza en plein air è anche Indie Campers, tra le principali realtà nel noleggio camper in Europa e in Italia, che ha registrato in maggio sei volte le prenotazioni del mese precedente, per il 77% alla scoperta del Belpaese. Ricettività esclusiva e glamping sono poi le parole chiave di un trend in crescita, per un'esperienza unica a contatto con la natura, sicura ed eco-friendly, che nel 2019 ha avuto un giro d'affari di oltre 3,3 miliardi di euro il giro d'affari solo in ricettività. Si chiama **Open Air next step** il progetto nato per volontà di Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme: sei protagonisti del turismo all'aria aperta, insieme con il patrocinio di FAITA Federcamping, Assitai e Assocamping, per dare voce al settore delle vacanze a stretto contatto con la natura. Sei aziende specializzate in materia per promuovere open air village e glamping con soluzioni di alloggio in mobile home di design o lodge tent. E si preparano all'estate garantendo una vacanza safe ed ecofriendly nelle proprie strutture. Dieci le aree di intervento: dalla sanificazione di ogni ambiente alla ri-progettazione di spazi e attività ricreative, dalla formazione del personale alla regolamentazione dei servizi di accoglienza, dalle disposizioni sui distanziamenti e privacy degli alloggi al sistema di prenotazione per i market e la ristorazione. Ecco allora la possibilità di effettuare il check-in online prima dell'arrivo e check-out presso i propri alloggi. E ancora, l'accesso alle piscine e alle aree sportive per esempio garantito ad un numero massimo di persone e con percorsi regolamentati, attività di

animazione innovative, per grandi e piccoli, nel pieno rispetto delle distanze sociali. L'attenzione all'ambiente è un altro aspetto importante del turismo all'aria aperta, come dimostra Baia Holiday da 40 anni leader italiano del turismo open air, con oltre un milione di presenze registrate nel 2019 nei suoi camping village, che ha sviluppato il marchio "Baia Holiday is Green". Del gruppo inaugura il 29 maggio il Camping Village Roma Capitol a Ostia Antica, cuore di un'immensa oasi di verde vicino alla riserva naturale della pineta di Castel Fusano. Si sceglierà tra ampie piazzole attrezzate e ombreggiate, tende lodge e case mobili, nel segno della sicurezza garantita da un protocollo dedicato, agevolata anche dall'innovativa App per servizi di delivery ristorazione & market. Ad un tavolo di confronto per la promozione e la valorizzazione dell'intera filiera della vacanza en plein air, hanno pensato anche la rivista Pleinair e PleinarClub, coinvolgendo APC-Associazione Produttori Caravan e Camper, Assocamp, Assocamping Confesercenti, FAITA-FederCamping. "Il camper rappresenta oggi più che mai uno straordinario strumento per andare in vacanza", sostiene il Presidente di APC Simone Niccolai, "Il turismo all'aria aperta è un turismo di serie A, praticato da viaggiatori con un'elevata sensibilità verso i temi della sostenibilità e della salvaguardia ambientale". Produce da oltre 50 anni attrezzature per il turismo all'aria aperta CrippaConcept, specializzata dal 2010 in mobile home e lodge tent e che, parallelamente porta avanti un progetto di diffusione della cultura del glamour camping. È stato interamente rimesso a nuovo con un progetto di valorizzazione il cammino che in 135 km unisce Lavena Ponte Tresa (VA) alla tomba di Sant'Agostino, attraversando un territorio ricco di arte, storia, cultura e natura, dal confine con la Svizzera a Pavia lungo la Via Francisca del Lucomagno, già pronta ad accogliere pellegrini, viandanti, semplici curiosi o amanti della natura, dell'arte e della storia. In totale, attraversa cinque parchi (Argentera, Campo dei Fiori, Medio Olona, Altomilanese e della Valle del Ticino), luoghi impregnati di grande fede come il Sacro Monte di Varese, il monastero di Cairate, l'abbazia di Morimondo e non certo ultima la basilica di San Pietro in Ciel d'Oro, ma anche testimonianze storiche di assoluto valore quali il monastero di Torba e borghi come Castiglione Olona. L'intero tracciato è stato puntualmente mappato, segnalato e attrezzato, diventando l'anno scorso meta di quasi mille pellegrini. Tanti sono infatti coloro che si sono incamminati dalle rive del Lago Ceresio, sulle quali si affaccia Lavena Ponte Tresa per raggiungere la tomba di Sant'Agostino nella basilica di San Pietro in Ciel d'oro a Pavia. In totale, otto tappe per passare dalle Prealpi allo splendido ponte coperto sul Ticino, seguendo le orme di quanti fin dall'anno mille scendevano dal nord Europa per raggiungere Roma. La Via Francisca del Lucomagno infatti entra in Italia sul Lago Ceresio dopo aver percorso 375 chilometri da Costanza passando dal Canton San Gallo, i Grigioni e poi il Canton Ticino, senza dimenticare che permette anche di raggiungere Arles e da lì il Cammino di Santiago de Compostela. La vacanza sull'acqua, con possibilità di cambiare paesaggio ogni giorno e scegliendo di fermarsi dove si vuole. È una vacanza in sicurezza, lontano dall'affollamento e per riscoprire il fascino del turismo lento in contesti naturali e paesaggistici unici. L'Italia dei canali e dei fiumi navigabili, si scopre per esempio, tra Venezia, la Laguna Veneta e il Friuli a bordo delle case galleggianti di Le Boat, leader nel settore delle crociere fluviali con le sue houseboat, per una vacanza itinerante in famiglia o con gli amici, per spostarsi lentamente, assaggiare le specialità locali e dedicarsi ad attività sportive o in pieno relax. Facile da guidare (non è necessaria la patente nautica) Le Boat garantisce inoltre sanificazioni speciali e protocolli sicurezza prima, durante e dopo la crociera. Si sceglie tra itinerari personalizzati, sulla laguna veneta, oltre a Venezia, fino a Torcello, il sito archeologico più importante della laguna, Burano, con le case colorate dipinte dai pescatori, Murano, il Lido Jesolo, ideale per

una sosta al mare e Chioggia. Navigando lungo il Sile, si può visitare Casale sul Sile nella riserva naturale del fiume, Casier, un paesino tradizionale, per poi arrivare fino a Treviso, "la piccola Venezia". Risalendo, invece, il fiume Brenta si possono ammirare le sontuose ville veneziane e le splendide residenze di campagna. Chi ama il mare e le spiagge, può costeggiare la Litoranea Veneta dove, deviando per canali e fiumi, si raggiungono alcune delle località estive più celebri del Veneto, come Bibione, famosa per le terme e con una vasta rete di piste ciclabili e Caorle, con le infinite spiagge e le casette colorate. Navigando invece in Friuli si trovano Lignano Sabbiadoro, con le ampie spiagge, Marano Lagunare, paesino di pescatori di epoca romana e Grado, sulla riva di una grande laguna, punto di partenza per raggiungere in bicicletta la riserva naturale Valle Cavanata, habitat di 260 specie di uccelli. Rifugi gourmet, parchi sensoriali, trekking, stand up padding sul lago e rafting adrenalinici. Sulle Dolomiti le vacanze all'aria aperta si arricchiscono di novità ed esperienze autentiche da vivere in mezzo alla natura. Vanta mille alberi per abitanti il Trentino, dove ci si ossigena nel Parco Naturale Adamello Brenta, una delle aree protette più vaste delle Alpi. In Val Rendena, all'interno del parco, si snodano attorno a Pinzolo gli otto itinerari di Dolomiti natural wellness, che permettono di praticare barefoot, meditazione, yoga, immersi nel silenzio. A Fai della Paganella è nato il Parco del Respiro, una vasta faggeta col primo percorso-parco d'Italia dedicato al forest bathing, ovvero l'andare a piedi nel bosco inalando le essenze degli alberi, per migliorare la pressione, alleviare le tensioni, rinforzare il sistema immunitario. A Pampeago, in Val di Fiemme, è nato a 2.200 metri RespirArte, originale parco d'arte, tra i più alti al mondo, formato da 27 opere installate lungo un anello di 3 chilometri. Dal 18 al 25 luglio ospiterà la Manifestazione internazionale d'arte ambientale. Turismo lento e distanziamento naturale sono la ricetta di un soggiorno in Val di Sole, tra itinerari detossificanti, park therapy, cure naturali e iniziative a sostegno dei produttori locali, il tutto con iniziative innovative e mirate per garantire la sicurezza e la salute di cittadini e visitatori. Nel Parco Nazionale dello Stelvio, le terme di Rabbi propongono due percorsi immersi nel bosco per praticare la "park therapy" fisica e mentale: è nuovo il parco sonoro, dedicato all'ascolto del silenzio e dell'Io interiore. Per esplorare il territorio, non mancano piste ciclabili, ciclovie, bike park, oltre 300 km di sentieri per mountain bike, downhill, una rete di negozi-officine e servizi di mobilità collettiva. E un decalogo per muoversi in sicurezza, da soli o in compagnia. In Val di Sole operano inoltre giovani casari che producono eccellenze gastronomiche. Come Daniele Caserotti, premiato dall'associazione Slow Food, per la produzione del Casolét di malga. La Val di Pejo inoltre detiene un primato: in essa opera l'ultimo caseificio turnario del Trentino, uno dei soli quattro esistenti nell'arco alpino. Luoghi intatti, sentieri poco battuti, ampi spazi all'aria aperta e un'eccelsa proposta gastronomica (ben 25 stelle per 18 ristoranti stellati) sono gli ingredienti dell'offerta dell'Alto Adige. Il Sentiero circolare 360° dell'Alta Val Venosta consente di raggiungere undici paesi meno conosciuti in nove tappe segnate da installazioni naturali interattive, fatte in legno di larice. Ha studiato tante proposte per un turismo slow, in totale sicurezza e all'aria aperta anche Bolzano: passeggiate panoramiche, percorsi salute, picnic gourmet al Coll, la cima più settentrionale delle montagne che si estendono fino al Corno Bianco, tra la Val d'Ega a est e la Valle dell'Adige a ovest. È il polmone verde della città, a pochi minuti dal centro, che si raggiunge con la funivia più vecchia al mondo che quest'anno compie 112 anni: magnifica riserva naturale a 1.200 metri è il punto di partenza ideale per giornate da vivere nella natura, senza pensieri. Su tutto il territorio altoatesino si contano 400 castelli, tra integri e ruderi, in buona parte visitabili e molti nascosti in angoli meno accessibili. E anche Bolzano è

disseminata di castelli e residenze fortificate, ben conservate testimonianze del Medioevo, che non rappresentano un semplice contorno ma la storia più autentica della città. Senza dimenticare i 20 km del suggestivo "Castelronda" - Il Sentiero dei Castelli, che collega Bolzano, San Genesio e Terlano.

Sei aziende insieme per promuovere la vacanza open air Made in Italy

Open Air Next Step è il progetto patrocinato da FAITA-FederCamping per promuovere le vacanze all'aria aperta di livello premium. Si chiama **Open Air Next Step** il progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia: Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme. Obiettivo: promuovere le vacanze all'aria aperta di livello premium, tra i segmenti più vivaci e in rapida espansione del turismo made in Italy. Tutto con il patrocinio di FAITA FederCamping, Assitai e Assocamping, perché l'unione fa la forza e oggi più che mai ripresentarsi sul mercato con una sola voce è importante. Le sei imprese, specializzate nell'offerta turistica di strutture ricettive evolute, offrono il comfort assoluto in luoghi dotati di servizi avanzati e a contatto stretto con la natura. Un unicum nel seppure ricchissimo ventaglio d'offerta del turismo italiano. Oltre a dare visibilità e valorizzare la qualità del segmento della vacanza open-air, Open-air Next Step vuole dare una risposta concreta di vicinanza e impegno a tutto campo per la ripartenza, dopo la lunga quarantena, di una industria strategica per la sopravvivenza economica della nazione: il turismo, il quale contribuisce al PIL per oltre il 13%. Le realtà a cui fa capo il progetto rappresentano l'innovazione del concetto di "campeggio" così come nato oltre mezzo secolo fa e puntano a far conoscere un segmento della ricettività che fa delle strutture premium quali gli open air village e i glamping la propria cifra distintiva. Perché alloggiare in mobile home di design o Carlo Berizzi Maurizio Vianello Magda Antonioli Bruna Gallo Piergiacomo Bianchi Carlotta Ederle Loek Van De Loo Adriano D'Andrea Ricchi 29 PIANETA TURISMO lodge tent, senza rinunciare alle comodità di una soluzione ricettiva tra le più evolute e a stretto contatto con la natura non ha prezzo. Il mercato del turismo all'aria aperta, di grande appeal per i consumatori, è in grado di produrre valore sia per l'intero settore turismo sia per le realtà locali coinvolte, creando opportunità concrete d'impiego, fornendo l'occasione e la modalità di riavvicinarsi al territorio e sviluppando vantaggi per tutto l'indotto. A testimoniare anche l'osservatorio di Human Company che mette nero su bianco i numeri del turismo open-air. Nel 2019 il valore di questo mercato si è attestato sui 5 miliardi di euro di fatturato globale, mentre il fatturato parziale per le sole soluzioni d'alloggio e relativo indotto ha raggiunto i 3,3 miliardi di euro. L'accoglienza premium si conferma l'elemento di spicco delle strutture open-air italiane. Per quanto riguarda la compagine degli ospiti, le famiglie rappresentano il 58% del totale, seguite dalle coppie con il 24% e dai gruppi di amici per lo più millennials e "generazione Z" con il 13%. Il restante 5% è fatto da single. Gli ospiti fanno più attenzione ad alcuni elementi dell'esperienza Open-air come l'ambientazione, la qualità dei servizi e l'accoglienza dello staff che incidono fortemente sulle recensioni online. Le famiglie rappresentano oltre la maggioranza dei recensori delle strutture open-air ma le coppie sono la tipologia con il più alto tasso di soddisfazione. Come ha spiegato Maurizio Vianello presidente di FAITA-FederCamping, in una conferenza stampa in video di presentazione dell'iniziativa, il mondo dell'open air in Italia è composto da circa 2.650 strutture, piccole, medie e grandi che ogni anno conta circa 70 milioni di presenze e "muove" circa 5 miliardi di euro all'anno, un settore importante, anzi fondamentale per l'economia per il quale, in questo momento di emergenza, è forse giunto il momento di prendere delle decisioni su quale dovrà essere il proprio destino, poiché ancora una volta la politica e gli amministratori pubblici si sono dimenticati di questo settore. Pertanto, ha proseguito il

presidente di FAITA-FederCamping, un'azione per sensibilizzare la pubblica opinione è strategica; per questo motivo la Federazione accompagnerà tutti i propri associati in un progetto di rinnovamento. «E' con questi intenti che volentieri abbiamo voluto patrocinare questo progetto», ha detto ancora Vianello, «che non sarà breve e neppure facile ma sappiamo che l'attuale fase di criticità non può che portarci a pensare da subito a come ricostruire le capacità di attrazione e ricezione del mondo open air; nei confronti del pubblico italiano ma soprattutto degli stranieri, riposizionandoci a livello europeo, poiché il solo mercato nazionale non è in grado di sostenere da solo il comparto». «Oggi più che mai la risorsa offerta dalle imprese del settore dell'aria aperta è strategica per sostenere l'intero comparto turistico e rilanciare l'economia». Ha poi concluso il presidente della FAITA-FederCamping, rivolgendosi al governo ricordando che «spazio, libertà e sicurezza sono elementi intrinseci dell'offerta dei campeggi e villaggi turistici italiani, per questo gli imprenditori chiedono di indicare presto le date e le modalità di riapertura. Soprattutto quest'anno gli ospiti potranno trovare nei campeggi italiani il comfort, l'accoglienza ed i servizi che ci pongono al primo posto in Europa e l'offerta "Open air next step" va esattamente in questa direzione». Ha partecipato alla conferenza stampa anche Magda Antonioli, direttore ACME Università Bocconi e consigliera dell'ENIT, secondo la quale la crisi causata dal virus Covid-19 non è di tipo congiunturale ma epocale e impone delle risposte univoche di filiera. La docente ha ricordato che «già a gennaio per conto di FAITA-FederCamping stavamo facendo una ricerca sulla domanda, che abbiamo riposizionato tenendo "conto degli eventi successivi e proObiettivo: promuovere le vacanze all'aria aperta di livello premium, tra i segmenti più vivaci e in rapida espansione del turismo made in Italy. Tutto con il patrocinio di FAITA FederCamping, Assitai e Assocamping, perché l'unione fa la forza" Simona Tedesco - Moderatrice Direttore responsabile Dove 30 PIANETA TURISMO prio in questi giorni stiamo condividendo il patrimonio di informazioni raccolte, e questo nuovo network può essere una bella occasione per rendere pubbliche le considerazioni che ne scaturiranno». In ogni caso, ha anticipato Antonioli, c'è stata la conferma di una accelerazione dei trend della domanda pre-Covid, ovvero attenzione all'ambiente, l'etica, il sentirsi bene, la qualità dei servizi. Ma gli utenti manifestano anche nuovi bisogni, tra i quali il lusso, che non è più un fattore di nicchia ma sta diventando un requisito di base per le strutture. Le soluzioni offerte devono quindi essere molto in sintonia con la natura rispetto ad altre tipologie di ricettività, mentre in termini di marketing resta ancora molto da fare, specialmente per far meglio conoscere le alleanze tra territorio, aziende e ambiente. Bruna Gallo, direttrice commerciale di Human Company - gruppo fiorentino che conta dieci strutture open air in tre regioni italiane e da quest'anno nel Lussemburgo - ha richiamato sulla necessità di rimanere concentrati sul potenziale del prodotto "vacanza all'aria aperta" per la sua capacità di offrire vacanze in ampi spazi, e quindi il distanziamento, oltre a servizi rispettando le regole di sicurezza che saranno imposte. Purtroppo le ottime previsioni per la stagione 2020, in base al numero rilevante di prenotazioni, sono state raffreddate dal diffondersi del virus che ha "bruciato", secondo l'Istat, da marzo a maggio il 18,5% delle presenze stimate per l'intero anno. Comunque i dati restituiti dall'Istituto Piepoli sono confortanti dal momento che per il 41% degli italiani l'emergenza non ha cambiato i programmi di vacanza mentre soltanto il 3% ha detto che non andrà in vacanza e un altro 4% ha detto di voler vedere come evolverà la situazione. In ogni caso, ha fatto ancora notare Bruna Gallo, emerge forte un desiderio di normalità di cui la vacanza è un elemento importantissimo. Tra l'altro, ha sottolineato la direttrice commerciale di Human Company, il settore dell'open air viene da dieci anni di forte accelerazione e ha

guidato una sorta di rivoluzione nella percezione collettiva del turismo trasformando sia la domanda che l'offerta. Oggi andare in campeggio non è più sinonimo di risparmio, di prodotto base, ma il suo driver motivazionale è la ricerca di una esperienza di tipo "olistico" ed è su questa nuova percezione che occorre basare il prodotto e soprattutto comunicarlo. Piergiacomo Bianchi, direttore operativo di Baia Holiday, ha spiegato i motivi che hanno spinto la sua azienda, che conta undici strutture in Europa, ad aggregarsi per attuare questo progetto assieme agli altri cinque player di turismo all'aria aperta. Fino ad oggi infatti il settore non è stato capace di comunicare bene il tipo di prodotto che offre ai propri clienti, a cominciare dal fatto che nelle strutture open air è consentito quel "distanziamento sociale" - più difficile da garantire in altri settori, come quello crocieristico - pur conservando tutti i comfort della vacanza, dal mangiare fuori o nella propria casa mobile, all'intrattenimento, allo shopping. Loek Van De Loo, direttore di Vacanze col cuore, ha descritto l'evoluzione del turista open air soprattutto straniero, che dalle prime strutture molto semplici e spartane ha via, via chiesto nuovi servizi e comfort portando di conseguenza i campeggi ad investire, al punto che adesso in Italia vi sono due tipologie di campeggi: quelli che hanno creduto nel turismo straniero e si sono trasformati in villaggi sempre più di lusso e quelli che sono rimasti nella loro semplicità accontentandosi di un turismo stanziale e stagionale. Oggi però le aspettative della clientela non riguardano più solo la struttura ma anche le emozioni e le esperienze che in questa possono fare. E' quindi arrivato il tempo delle tende safari e degli alloggi "next generation" che vanno incontro ai desideri sia dei nuovi potenziali clienti nordeuropei che italiani i quali usufruiscono or- 31 PIANETA TURISMO mai molto volentieri del glamping. Pertanto Van de Loo si è detto molto fiducioso che la campagna avviata da **Open Air Next Step** porterà buoni frutti mostrando a tutti, italiani in primis, quanto le strutture all'aria aperta si sono evolute. Anche per Carlotta Ederle, consigliere delegato di Vacanze di Charme, il progetto **Open Air Next Step** rappresenta una magnifica occasione per far conoscere, soprattutto a quella parte del mercato italiano che sceglieva altre modalità di vacanza, la qualità dell'offerta da parte del turismo all'aria aperta. Ma anche per dare un segnale positivo a tutti gli altri operatori. Questo attraverso una campagna di comunicazione sostenuta dai molti camping che aderiscono al progetto, dal titolo "Vivi Nuovi Sogni, vivili Open Air", che partirà a fine maggio su web e digital TV, della durata di otto settimane e che avrà come target quello tra i 20 e i 40 anni, ovvero le giovani famiglie, le coppie di Millennials e i giovani della Z-generation, ai quali verranno mostrati i punti di forza delle strutture, a cominciare dalla sicurezza garantita dai grandi spazi a disposizione. La sicurezza della vacanza open air è ancora l'aspetto che ha messo in evidenza Adriano D'Andrea Ricchi, consigliere delegato Club del Sole, con quindici campeggi in Italia, secondo il quale la vacanza all'aria aperta è proprio quella che più di altre offre garanzie. Tuttavia le aziende del settore sono caratterizzate da altissimi standard qualitativi e questo anche prima dell'emergenza Covid, tanto è vero che non solo esse possono recepire facilmente i protocolli previsti per la sanificazione delle strutture ma molti di questi erano già stati integrati nelle normali procedure di sanificazione e pulizia. In particolare nelle strutture che fanno capo al Club del Sole le attività che dovranno essere svolte per sanificare erano già adottate. L'unica attenzione che i gestori dei camping devono avere, ha proseguito D'Andrea Ricchi, è nei prodotti utilizzati. Ma sempre in tema di sicurezza essenziale è la comunicazione e Club del Sole si è già attivata su tutti i canali a disposizione per far conoscere ai potenziali clienti quali sono le procedure di sicurezza e prevenzione applicate. Il consigliere delegato ha poi concluso il suo intervento con un appello: «Oggi si deve far capire che i campeggi sono le strutture più

sicure, non avendo problemi di distanziamento e avendo unità abitative indipendenti e separate. Quindi invito tutti i colleghi a chiamare i propri clienti dicendo loro di non temere ad andare in vacanza perché le strutture ricettive all'aria aperta sono sicure». Carlo Berizzi, docente dell'Università di Pavia, che da qualche anno sta portando avanti una ricerca sulle mobile home e il turismo all'aria aperta, interrogandosi sul futuro di questo tipo di vacanza ha concluso gli interventi ricordando come l'open air sia nato nell'Inghilterra dell'Ottocento, quando a causa dell'inquinamento delle città a causa della industrializzazione i medici suggerirono soggiorni al mare, e non essendo allora le coste attrezzate per ospitare persone furono costruiti allestimenti temporanei per pernottare al mare. In questo, sempre secondo il professore Berizzi, si scorge un parallelismo con la situazione attuale, dove fino a ieri l'urbanizzazione era vista come la via per l'abitare sostenibile mentre adesso è diventata un rischio sanitario e si fa strada la ricerca di vie di fuga che garantiscano distanziamento sociale e attività all'aria aperta. Ecco che le strutture open air possono fornire una ottima risposta e sono anche strutture ideali per far ripartire il turismo proprio perché trasmettono sicurezza per gli utenti e le famiglie, anche per il fatto di essere aree delimitate e controllate con all'interno tutti i servizi. Il docente ha concluso dicendo che «la condivisione consapevole è la cosa più importante nell'immediato futuro, cioè riporre fiducia in nuove regole comportamentali le quali possono essere le basi per nuove forme di vacanza»

ECO-FRIENDLY, MULTIFUNZIONE, WATER-SAVING: IL BEAUTY CASE DELLE VACANZE IN VERSIONE "GLAMPING"

Sarà l'estate del glamping, ovvero del campeggio in chiave deluxe. Il termine stesso nasce dall'unione delle parole glamour e camping, a indicare una filosofia di vacanza a stretto contatto con la natura, nel segno dello stile. Una soluzione Crippaconcept, azienda italiana che progetta e realizza mobile home e lodge tent per vacanze en plein air all'insegna della funzionalità e della sostenibilità ambientale. Un trend in fortissimo aumento già dallo scorso anno: nel 2019, l'Osservatorio Human Company (società italiana che gestisce village, family park, camping in town, hotel e ostelli in Italia e Europa) ha registrato un indotto, nel nostro Paese, pari a 5 miliardi di euro a beneficio di strutture open-air e campeggi attrezzati per accogliere perlopiù famiglie, ma anche coppie e gruppi di amici. Una tendenza destinata a crescere secondo il Centro Studi del Touring Club Italiano: dopo mesi di lockdown, rivela un'indagine condotta dall'ente, i connazionali sceglieranno di spostarsi con mezzi propri verso luoghi non troppo lontani da casa, che garantiscano il distanziamento sociale e possibilmente all'aria aperta. A semplificare la scelta della meta concorre il moltiplicarsi di strutture e siti dedicati, come la piattaforma internazionale Pitchup, specializzata nell'instant booking di vacanze outdoor; o associazioni come la nostrana **Open Air Next Step**, nata dalla fusione di sei aziende italiane del turismo open-air: Baia Holiday, Club del Sole, Crippaconcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme. Obiettivo: promuovere le vacanze all'aria aperta di livello premium. Una proposta da ricercare sul sito www.vacanzecolcuore.com. Il beauty case, naturalmente, si adegua. Ed elegge il rispetto della natura e degli spazi (nel bagaglio e in tenda) a criterio principale. L'efficacia non è messa in discussione, ma si privilegiano i packaging in formato travel, leggeri nel trasporto e poco impattanti al momento dello smaltimento. Altrettanto scrupolosa la scelta della formule: per economizzare acqua, si usano salviette struccanti, shampoo secchi, detergenti tanto concentrati da essere utilizzati una goccia a lavaggio. E ancora: via libera alle formule più-in-uno, ai monodose, ai travel kit, che consentono di viaggiare leggeri, sperimentato la libertà ma senza penalizzare il risultato finale. Si trova in Croazia, poco distante dalla città di Zara, il il Falkensteiner Premium Camping Zadar. Con papaya nutriente, It Does It All di Dr PawPaw ha sette possibilità d'uso: protegge dal calore, riduce le doppie punte, districa, disciplina, riduce il crespo, semplifica la piega e apporta luminosità (150 ml - 10,99 euro - su Zalando). In una pratica trousse, tutto il necessario per preservare la pelle idrata e uniformarne il colorito: Best Seller Travel Kit di Dr.Jart+ (19,90 euro - da Sephora). Da The Munio, Wild Flowers Organic Scrub Soap Bar è una saponetta che apporta idratazione e, al contempo, effettua un'esfoliazione garbata. A base di oli e zucchero biologico con semi di papavero, è realizzata con ingredienti certificati Cosmos al 97 per cento (17 euro). L'impugnatura full size si piega per potersi adattare al bagaglio più compatto; la tecnologia SoftAire ne garantisce l'alta prestazione: da T3, asciugacapelli Featherweight Compact (160 euro). Combina carbone e diverse tipologie di amidi per assorbire gli eccessi di sebo da radici e cuoio capelluto: shampoo secco Scalp Revival di Briogeo (50 ml - 27,50 euro - da Sephora). Dal sito di Vacanze di Charme Le Salviettine detergenti Micellari Soothe arricchiscono la gamma Nutra Effects di Avon, ad azione detergente e lenitiva, indicata per le pelle sensibili (25 pezzi - 6,50 euro). Nel Travel Kit di Sephora: un idratante, un detergente occhi waterproof all'acqua di fiordaliso, una maschera da notte illuminante e una mascherina in cotone bio (18,90 euro). Sfrutta le doti di una pianta

messicana, il chaparral - capace di rallentare il metabolismo cellulare - per prolungare l'attesa tra un'epilazione e la successiva: da Ayay, Siero Ritardante Riscuscita Peli (50 ml - 14,95 euro - www.ayay.it) Da R+Co, un autentico factotum per i capelli: ricco in oli di derivazione naturale, Centerpiece All-in-One Elixir Spray districa, combatte il crespo, idrata e fortifica i fusti (147 ml - 32 euro - in salone o su www.adiflagstore.it) Eccezionalmente pratiche, le Capsule Anticellulite Rimodellanti di Becos hanno azione booster contro pelle a buccia d'arancia e adipe (14 pezzi - 41 euro - in istituto) Dalla rigenerazione delle ex cave di sabbia del Litorale Domizio (CE) è nato Laghi Nabi, la prima Oasi Naturale della Campania dedicata al turismo green La linea Sunny di Biomed Hairtherapy si re-inventa in formato travel: Magic Emulsion, Shampoo Doccia Idratante e Maschera Rigenerante Intensa sono disponibili in bustine da 50 ml l'una, con tappo richiudibile (9,90 il kit - in salone) Da Secret Professionnel by Phyto, Shampooing Cheveux et Corps è pensato per la detersione di pelle e capelli dopo l'esposizione al sole (200 ml - 18,50 euro - in salone) A base di Citriodiol, unico attivo di origine vegetale ad azione insetto-repellente, Spray Antipuntura Safari Formula di Orphea protegge dalle punture di zanzare, tafani, zecche e altri insetti (50 ml - 6,82 euro) Ha formula biodegradabile lo Shampoo Doccia Doposole Corpo e Capelli della linea Sun di Nuxe (200 ml - 10,50 euro) La confezione da 100 ml in formato da viaggio assicura 30 shampoo, come un formato standard da 300 ml: inoltre, lo Shampoo Concentrato di Yves Rocher ha formula biodegradabile (100 ml - 9,45 euro) Barricata Holiday Village, camping e glamping nel cuore del Parco del Delta del Po, Riserva della Biosfera Unesco Le proteine del grano aiutano a mantenere morbida la pelle e donano al capello volume e lucentezza, mentre l'acqua di fiordaliso e di lavanda ha proprietà lenitive: da Biokap, lo Shampoo e Doccia (200 ml - 12 euro) Quando non c'è acqua a portata di mano, meglio avere con sé l'Eau Thermale Avène, magari nella versione in edizione limitata creata per celebrare il trentesimo anniversario dalla riapertura della stazione termale di Avène (300 ml - 11,90 euro) Nel pratico formato da viaggio, Su Hair Milk è un latte spray leave-on arricchito con filtri UV. Da Davines (50 ml - 8,20 euro - in salone) Shower Powder è una polvere detergente per corpo e capelli che si attiva con acqua, trasformandosi in una soffice schiuma. Fa parte della gamma PlaySun CollaGenium by Beutech (100 ml - 15 euro - in istituto) Mai più Senza è lo shampoo secco in mousse della gamma Biocean di Alama Professional, formulata con più del 95 per cento di ingredienti di origine naturale (200 ml - 6,90 euro)

OPEN AIR Next Step decalogo vacanza outdoor in piena sicurezza

Gli italiani sono pronti a ripartire e a godersi le tanto attese vacanze estive, ma non senza le giuste misure di sicurezza. Proprio per questo **OPEN AIR next step**, progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia - Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme - ha realizzato il vademecum per un soggiorno outdoor in completa tranquillità presso le proprie strutture di livello premium, quali gli open air village e i glamping. Le vacanze all'aria aperta sono senza dubbio la soluzione ideale per ritrovare l'equilibrio psico-fisico rispettando le disposizioni condivise dal Governo. Nella completa sicurezza intrinsecamente offerta da strutture che possono contare su spazi ampi, ora più che mai è infatti necessario garantire il distanziamento sociale suggerito dagli esperti. E' stato questo il punto di partenza dei sei player del progetto **OPEN AIR Next Step** che si sono impegnati nell'ideare un'esperienza nel pieno riguardo delle nuove misure di sicurezza e norme di comportamento, senza mettere da parte la grande cura e l'attenzione che da sempre vengono riservate al cliente e continuando a offrire il massimo comfort e piccoli tratti di lusso. Sono 10 aree quelle su cui le strutture sono intervenute per assicurare agli ospiti un soggiorno sereno e di qualità: Accoglienza, check-in / check-out È stata istituita una gestione puntuale del flusso degli ospiti nei Welcome Point dedicati, oltre alla possibilità di effettuare il check-in online prima dell'arrivo e check-out presso i propri alloggi. Inoltre l'accettazione in struttura potrà avvenire con modalità drive-through, senza uscire dalla propria auto. Procedura di pulizia e sanificazione Nella fase precedente all'apertura delle strutture, tutti gli spazi all'aperto e al chiuso sono stati sottoposti a una procedura straordinaria di pulizia, anche mediante trattamenti all'ozono effettuati attraverso ditte specializzate, che ha compreso la sanificazione degli impianti di climatizzazione, di piscine e parchi acquatici, degli uffici e locali a uso comune, di servizi igienici e alloggi. Formazione del personale Lo staff di ogni struttura è stato coinvolto in momenti formativi dedicati a linee guida e procedure da seguire e trasmettere ai clienti. Tutto il personale impiegato, inoltre, è stato dotato di dispositivi di sicurezza individuali per svolgere il proprio lavoro. Alloggi, mobile home e tende glamping Saranno disponibili, come di consueto, mobile home e tende glamping totalmente autonome, con bagno e cucina privati e sarà possibile richiedere un servizio di pulizia extra. Servizi igienici Oltre ai già previsti trattamenti di igienizzazione e ventilazione degli spazi, presso i servizi igienici gli ospiti troveranno dispenser di detergenti, definizione del distanziamento necessario e informazioni sulle norme di comportamento da rispettare. Market e ristorazione Anche presso tutti gli spazi di ristorazione e acquisto verranno posizionati dispenser di detergenti, dispositivi per la sicurezza individuale e indicazioni relative al distanziamento necessario. Gli ingressi in bar e market saranno contingentati e sarà reso disponibile il servizio order&collect. Area piscine Le piscine di ogni struttura saranno fruibili secondo i protocolli di Stato e Regione. L'accesso sarà garantito ad un numero massimo di persone e con percorsi regolamentati, mentre la disposizione degli ombrelloni e dei lettini (igienizzati quotidianamente) sarà fissa, nel rispetto delle distanze richieste. Presso le aree piscine verrà garantita assistenza e sorveglianza secondo le norme di sicurezza. Animazione Per grandi e piccoli, sono state pensate attività di animazione innovative e completamente ri-progettate, tutte previste per quanto possibile negli spazi all'aperto e nel pieno rispetto delle distanze sociali. Inoltre sono state ideate attività online e sui social network. Aree sportive Presso gli spazi sportivi utilizzabili verranno individuati e

definiti percorsi di ingresso e di uscita e rispettato il distanziamento previsto per attività individuali statiche (1 metro) e attività dinamiche (2 metri). Misure di sicurezza personali Tutti gli ospiti verranno invitati a rispettare puntualmente le misure di sicurezza previste per il singolo individuo, fino ad oggi condivise.

Ecco il decalogo per una vacanza outdoor in piena sicurezza

Gli italiani sono pronti a ripartire e a godersi le tanto attese vacanze estive, ma non senza le giuste misure di sicurezza. Proprio per questo **OPEN AIR next step**, progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia - Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme - ha realizzato il vademecum per un soggiorno outdoor in completa tranquillità presso le proprie strutture di livello premium, quali gli open air village e i glamping. Le vacanze all'aria aperta sono senza dubbio la soluzione ideale per ritrovare l'equilibrio psico-fisico rispettando le disposizioni condivise dal Governo. Nella completa sicurezza intrinsecamente offerta da strutture che possono contare su spazi ampi, ora più che mai è infatti necessario garantire il distanziamento sociale suggerito dagli esperti. E' stato questo il punto di partenza dei sei player del progetto **OPEN AIR Next Step** che si sono impegnati nell'ideare un'esperienza nel pieno riguardo delle nuove misure di sicurezza e norme di comportamento, senza mettere da parte la grande cura e l'attenzione che da sempre vengono riservate al cliente e continuando a offrire il massimo comfort e piccoli tratti di lusso. Sono 10 aree quelle su cui le strutture sono intervenute per assicurare agli ospiti un soggiorno sereno e di qualità: Accoglienza, check-in / check-out È stata istituita una gestione puntuale del flusso degli ospiti nei Welcome Point dedicati, oltre alla possibilità di effettuare il check-in online prima dell'arrivo e check-out presso i propri alloggi. Inoltre l'accettazione in struttura potrà avvenire con modalità drive-through, senza uscire dalla propria auto. Procedura di pulizia e sanificazione Nella fase precedente all'apertura delle strutture, tutti gli spazi all'aperto e al chiuso sono stati sottoposti a una procedura straordinaria di pulizia, anche mediante trattamenti all'ozono effettuati attraverso ditte specializzate, che ha compreso la sanificazione degli impianti di climatizzazione, di piscine e parchi acquatici, degli uffici e locali a uso comune, di servizi igienici e alloggi. Formazione del personale Lo staff di ogni struttura è stato coinvolto in momenti formativi dedicati a linee guida e procedure da seguire e trasmettere ai clienti. Tutto il personale impiegato, inoltre, è stato dotato di dispositivi di sicurezza individuali per svolgere il proprio lavoro. Alloggi, mobile home e tende glamping Saranno disponibili, come di consueto, mobile home e tende glamping totalmente autonome, con bagno e cucina privati e sarà possibile richiedere un servizio di pulizia extra. Servizi igienici Oltre ai già previsti trattamenti di igienizzazione e ventilazione degli spazi, presso i servizi igienici gli ospiti troveranno dispenser di detergenti, definizione del distanziamento necessario e informazioni sulle norme di comportamento da rispettare. Market e ristorazione Anche presso tutti gli spazi di ristorazione e acquisto verranno posizionati dispenser di detergenti, dispositivi per la sicurezza individuale e indicazioni relative al distanziamento necessario. Gli ingressi in bar e market saranno contingentati e sarà reso disponibile il servizio order&collect. Area piscine Le piscine di ogni struttura saranno fruibili secondo i protocolli di Stato e Regione. L'accesso sarà garantito ad un numero massimo di persone e con percorsi regolamentati, mentre la disposizione degli ombrelloni e dei lettini (igienizzati quotidianamente) sarà fissa, nel rispetto delle distanze richieste. Presso le aree piscine verrà garantita assistenza e sorveglianza secondo le norme di sicurezza. Animazione Per grandi e piccoli, sono state pensate attività di animazione innovative e completamente ri-progettate, tutte previste per quanto possibile negli spazi all'aperto e nel pieno rispetto delle distanze sociali. Inoltre sono state ideate attività online e sui social network. Aree sportive Presso gli spazi sportivi utilizzabili verranno individuati e

definiti percorsi di ingresso e di uscita e rispettato il distanziamento previsto per attività individuali statiche (1 metro) e attività dinamiche (2 metri). Misure di sicurezza personali Tutti gli ospiti verranno invitati a rispettare puntualmente le misure di sicurezza previste per il singolo individuo, fino ad oggi condivise.

Creatività e marketing

Campagna Open Air Next Step per la vacanza open-air premium

pag. 3 **Open Air Next Step**, nato da sei aziende del turismo open-air in Italia - Baia Holiday, Club del Sole, Crippa Concept, Human Company, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme - realizza la sua prima campagna adv "Vivi nuovi sogni, vivili Open Air". Obiettivo della comunicazione, il cui concept e script sono curati da Beyond the Line con editing di Karenfilm - rafforzare il posizionamento della vacanza open-air premium italiana. Il progetto **Open Air Next Step**, nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia - Baia Holiday, Club del Sole, Crippa Concept, Human Company, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme - realizza la sua prima campagna adv "Vivi nuovi sogni, vivili Open Air". Obiettivo della comunicazione, il cui concept e script sono curati da Beyond the Line con editing di Karenfilm - rafforzare il posizionamento della vacanza open-air premium italiana. Fino ad agosto, la campagna vivrà in un piano di video seeding su canali digital, con focus su YouTube, attraverso i formati 45" e 15", attraverso operazioni di native adv con media partner e sulle social platform come Instagram e Facebook. Sarà poi sulla piattaforma di Nuoviso gni.it che l'audience sperimenterà un nuovo modo di connettersi alla vacanza open-air italiana. Tutti i contenuti della campagna racconteranno gli asset della vacanza open-air dedicata a giovani famiglie, coppie millennials, gruppi di studenti, stabilendo una relazione con la propria audience e agendo nel campo del purpose con eleganza e intelligenza.

CAMPING E GLAMPING ENTRANO CON FORZA NELLE SCELTE DEL TURISTA TRICOLORE POST PANDEMIA

Nuovo prodotto in agenzia

8,5 Alla base c'è la ricerca di un'esperienza a contatto con la natura La tendenza Cambio di prospettiva

Negli ultimi anni ha dimostrato di essere un comparto in forte crescita non solo per i numeri generati, ma anche per la velocità di innovazione del prodotto: il turismo plein air si avvia verso un'estate che potrebbe cambiarne per sempre la percezione in Italia. Ben radicato in altri paesi europei, dalla vicina Francia alla Scandinavia, il segmento delle vacanze all'aria aperta è sempre stato meno considerato dagli italiani, più restii di altri a prenotare il proprio soggiorno in campeggio. Almeno fino a ieri. Dati alla mano, il trend è chiaro: questo tipo di vacanza piace sempre di più e l'inversione di tendenza è iniziata ben prima che il Covid-19 irrompesse nelle nostre vite. Nel 2019, confermano i numeri dell'Osservatorio Turismo Outdoor, realizzato per il terzo anno da Human Company in collaborazione con l'Istituto Piepoli, il comparto ha incassato un fatturato di 8,5 miliardi di euro, generando 92 milioni di pernottamenti. Complice la pandemia globale, il turismo open air potrebbe finalmente trovare il proprio posto nell'offerta turistica italiana, diventando una nuova opportunità di vendita anche in agenzia. vello premium: Baia Holiday, Human Company, Club del Sole, CrippaConcept, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme, con il patrocinio di Faita Federcamping, Assitai e Assocamping. "È arrivato il momento di prendere decisioni importanti sul destino del turismo plein air in Italia - spiega Maurizio Vianello, presidente Faita Federcamping - : sarà strategico fare una grande azione di sensibilizzazione rivolta al grande pubblico, per ricostruire la nostra capacità attrattiva sul mercato straniero e italiano". È questa la cifra di fatturato fatta registrare dal turismo plein air nel corso del 2019, con 92 milioni di pernottamenti in Italia. Un dato già notevole, che quest'anno si prevede in ulteriore crescita, complice la necessità di vita all'aria aperta avanzati e a stretto contatto con la natura e il territorio. "Il turismo plein air - sottolinea bruna Gallo, direttore commerciale di Human Company - oggi è percepito non più come prodotto a basso costo, ma come ricerca di un'esperienza olistica, contatto con natura, socialità. Il Covid penalizzerà altri settori quindi abbiamo un grande lavoro da fare per intercettare nuovi target". Eppure, aggiunge Piergiacomo Bianchi, direttore operativo di Baia Holiday, "il cliente finale e le adv non sono ancora ben consapevoli del ventaglio di scelta nelle nostre strutture. Le unità abitative sono collegate tra loro da viali alberati: è un'altra modalità di gestione del prodotto, personalizzabile in base a gusti ed esigenze. Cucinare da sé, prendere take away, andare al ristorante, tutto è possibile". O.D.

OPEN AIR Next Step decalogo vacanza outdoor in piena sicurezza

7 giu 2020 Gli italiani sono pronti a ripartire e a godersi le tanto attese vacanze estive, ma non senza le giuste misure di sicurezza. Proprio per questo **OPEN AIR next step**, progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia - Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme - ha realizzato il vademecum per un soggiorno outdoor in completa tranquillità presso le proprie strutture di livello premium, quali gli open air village e i glamping. Le vacanze all'aria aperta sono senza dubbio la soluzione ideale per ritrovare l'equilibrio psico-fisico rispettando le disposizioni condivise dal Governo. Nella completa sicurezza intrinsecamente offerta da strutture che possono contare su spazi ampi, ora più che mai è infatti necessario garantire il distanziamento sociale suggerito dagli esperti. E' stato questo il punto di partenza dei sei player del progetto **OPEN AIR Next Step** che si sono impegnati nell'ideare un'esperienza nel pieno riguardo delle nuove misure di sicurezza e norme di comportamento, senza mettere da parte la grande cura e l'attenzione che da sempre vengono riservate al cliente e continuando a offrire il massimo comfort e piccoli tratti di lusso. Sono 10 aree quelle su cui le strutture sono intervenute per assicurare agli ospiti un soggiorno sereno e di qualità: Accoglienza, check-in / check-out È stata istituita una gestione puntuale del flusso degli ospiti nei Welcome Point dedicati, oltre alla possibilità di effettuare il check-in online prima dell'arrivo e check-out presso i propri alloggi. Inoltre l'accettazione in struttura potrà avvenire con modalità drive-through, senza uscire dalla propria auto. Procedura di pulizia e sanificazione Nella fase precedente all'apertura delle strutture, tutti gli spazi all'aperto e al chiuso sono stati sottoposti a una procedura straordinaria di pulizia, anche mediante trattamenti all'ozono effettuati attraverso ditte specializzate, che ha compreso la sanificazione degli impianti di climatizzazione, di piscine e parchi acquatici, degli uffici e locali a uso comune, di servizi igienici e alloggi. Formazione del personale Lo staff di ogni struttura è stato coinvolto in momenti formativi dedicati a linee guida e procedure da seguire e trasmettere ai clienti. Tutto il personale impiegato, inoltre, è stato dotato di dispositivi di sicurezza individuali per svolgere il proprio lavoro. Alloggi, mobile home e tende glamping Saranno disponibili, come di consueto, mobile home e tende glamping totalmente autonome, con bagno e cucina privati e sarà possibile richiedere un servizio di pulizia extra. Servizi igienici Oltre ai già previsti trattamenti di igienizzazione e ventilazione degli spazi, presso i servizi igienici gli ospiti troveranno dispenser di detergenti, definizione del distanziamento necessario e informazioni sulle norme di comportamento da rispettare. Market e ristorazione Anche presso tutti gli spazi di ristorazione e acquisto verranno posizionati dispenser di detergenti, dispositivi per la sicurezza individuale e indicazioni relative al distanziamento necessario. Gli ingressi in bar e market saranno contingentati e sarà reso disponibile il servizio order&collect. Area piscine Le piscine di ogni struttura saranno fruibili secondo i protocolli di Stato e Regione. L'accesso sarà garantito ad un numero massimo di persone e con percorsi regolamentati, mentre la disposizione degli ombrelloni e dei lettini (igienizzati quotidianamente) sarà fissa, nel rispetto delle distanze richieste. Presso le aree piscine verrà garantita assistenza e sorveglianza secondo le norme di sicurezza. Animazione Per grandi e piccoli, sono state pensate attività di animazione innovative e completamente ri-progettate, tutte previste per quanto possibile negli spazi all'aperto e nel pieno rispetto delle distanze sociali. Inoltre sono state ideate attività online e sui social network. Aree sportive Presso gli spazi sportivi utilizzabili verranno

individuati e definiti percorsi di ingresso e di uscita e rispettato il distanziamento previsto per attività individuali statiche (1 metro) e attività dinamiche (2 metri). Misure di sicurezza personali Tutti gli ospiti verranno invitati a rispettare puntualmente le misure di sicurezza previste per il singolo individuo, fino ad oggi condivise.

Sardegna: vacanze 2020 anti Coronavirus

Dalla registrazione all'arrivo alle App per la mobilità e le spiagge fino ai villaggi "No Covid" e ai pacchetti viaggio sicuri: ecco come l'isola ripensa il turismo in funzione della prevenzione sanitaria. La Pelosa, Stintino. La Sardegna ha riaperto le porte al turismo e ai collegamenti quotidiani via nave e aereo con una misura di prevenzione in più: per raggiungere l'isola è necessario registrarsi sul sito della Regione, fornendo i dati sul proprio stato di salute, il luogo in cui si soggiorna e gli eventuali spostamenti previsti. Fino al 12 giugno il modulo di registrazione può essere compilato e stampato per poi essere consegnato al presidio medico sanitario del porto o aeroporto di arrivo che avrà cura di fornirlo ai competenti uffici regionali. Dal 7 giugno il modulo si può compilare e inviare anche direttamente online, sul sito dello Sportello Unico dei Servizi. In più, dal 13 giugno, la registrazione si potrà effettuare anche attraverso l'App Sardegna Sicura (in fase di rilascio). Quali sono le spiagge famose più sicure? Sulla spiaggia della Pelosa di Stintino (Sassari), dal primo luglio al 30 settembre 2020, sono previste al massimo 1.500 persone al giorno su prenotazione e un ticket di 3,5 euro a persona. In spiaggia si girerà con un braccialetto, a conferma del pagamento del ticket d'ingresso (per i minori di 12 anni è gratuito) e della prenotazione effettuata, che dà diritto all'uso dei servizi igienici e delle docce. L'ingresso si potrà prenotare tramite un'app e un sito web, presto disponibili. È già attiva, invece, l'app per prenotare il proprio posto a Cala Goloritzé, nel Golfo di Orosei. Scaricando Heart of Sardinia si può prenotare da 72 ore fino a un minuto prima dell'ingresso, il cui costo di 6 euro è da pagare in loco. Anche le altre spiagge hanno posti contingentati già da giugno: 1300 persone massimo a Santa Maria Navarrese, 550 a Cala Mariolu, 350 nella Spiaggia dei Gabbiani e 1600 a Cala Sisine, come previsto dal piano Safe Sardinia studiato per regolamentare il turismo in sicurezza in Sardegna in questa estate 2020, contro il Coronavirus. Esistono pacchetti di viaggio a garanzia di una vacanza sicura in Sardegna? Sì. Oltre 140 strutture ricettive e operatori di filiera sardi hanno sottoscritto un accordo con il quale si impegnano ad adottare particolari standard di sicurezza a garanzia dei propri ospiti: si chiama Sardegna Isola Sicura, ed è un codice di autodisciplina che offre una nuova soluzione di viaggio e di soggiorno. Grazie a un pacchetto viaggio ideato in collaborazione con le maggiori compagnie di navigazione (Grandi Navi Veloci, Grimaldi Lines, Moby, Sardinia Ferries, Tirrenia), si può viaggiare a bordo di un traghetto che rispetta tutti gli standard di sicurezza per la riduzione del rischio contagio, e, una volta sbarcati sull'isola, soggiornare in una casa vacanza o in un hotel che assicura misure di sanificazione e igienizzazione aggiuntive. Il viaggio in nave è gratis acquistando il pacchetto Hotel + Nave. Cosa vedere e dove andare in Sardegna? Come posso scegliere dove andare in sicurezza durante il soggiorno in Sardegna? Pula è il primo comune in Sardegna a dotarsi di MobilitApp, l'applicazione gratuita che (a breve) consentirà di prenotare e organizzare, in modo autonomo, i propri spostamenti nei vari luoghi di vacanza (parchi, spiagge, luoghi pubblici) in condizioni di massima sicurezza sanitaria e nel rispetto della privacy. Registrandosi sull'App con e-mail e codice fiscale, si possono prenotare gli ingressi a parchi pubblici, spiagge e altri luoghi ad accesso contingentato, ricevendo un QR code da esibire al personale all'entrata. In più, la App consente di verificare la presenza di servizi come wi-fi e aree ristoro, parcheggi in zona e accesso per gli animali di ogni stabilimento o luogo registrato. Come si sono attrezzati i campeggi per garantire vacanze protette dal Coronavirus? In Sardegna (ma anche in altre regioni italiane) sono diversi i camping village che hanno aderito al progetto **OPEN AIR next**

step , nato su iniziativa di sei aziende del turismo open-air in Italia - Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme - per garantire vacanze sicure dal punto di vista sanitario. Il protocollo di prevenzione Covid prevede le seguenti garanzie di sicurezza per chiunque prenoti nelle loro strutture: operazioni di check-in e check-out sicure anche in modalità drive through (senza scendere dall'auto); sanificazione all'ozono di tutte le strutture; servizi di pulizia extra; distribuzione di dispositivi di protezione e gel igienizzanti per gli ospiti e per il personale; servizi order & collect per market e ristoranti interni; accessi contingentati e percorsi regolamentati per aree sportive e piscine; animazione riprogettata in funzione delle normative, per evitare assembramenti. I Camping Village sardi che aderiscono al progetto sono del gruppo Baia Holiday e si trovano nella zona Nord della Sardegna: da Alghero fino a Palau, passando per Cannigione di Arzachena alle porte della Costa Smeralda.

Al via Open Air Next Step per promuovere vacanze all'aria aperta

Si chiama **Open Air Next Step** ed è il progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, vacanze col cuore e Vacanze di Charme. Obiettivo: promuovere le vacanze all'aria aperta di livello premium, tra i segmenti più vivaci e in rapida espansione del turismo Made in Italy. Almeno nell'epoca pre Covid-19. E farlo con il patrocinio di FAITA Federcamping, Assitai e Assocamping. Perché l'unione fa la forza e oggi più che mai avere una voce unica può fare la differenza. Le sei imprese, specializzate nell'offerta turistica di strutture ricettive evolute, offrono il comfort assoluto in luoghi dotati di servizi avanzati e a contatto stretto con la natura. Un unicum nel seppure ricchissimo ventaglio d'offerta del turismo Made in Italy. Accanto all'esigenza di dare visibilità e valorizzare la qualità del segmento della vacanza open-air nella sua forma più evoluta, **Open Air Next Step** vuole dare una risposta concreta di vicinanza e impegno a 360° per la ripartenza post pandemia da coronavirus di quella che è una delle industrie più strategiche del tessuto economico nazionale: il turismo, con una incidenza sul PIL superiore al 13%. Le realtà a cui fa capo il progetto rappresentano l'innovazione del concetto di "campeggio" così come nato oltre mezzo secolo fa e puntano a creare awareness attorno a un segmento della ricettività che fa delle strutture premium quali gli open-air village e i glamping la propria cifra distintiva. Perché alloggiare in mobile home di design o lodge tent, senza rinunciare alle comodità di una soluzione ricettiva tra le più evolute e a stretto contatto con la natura non ha prezzo! L'espressione glamping è infatti la fusione tra le parole glamour e camping e rappresenta un'esperienza di "community concept" naturalmente bella, sicura ed eco-friendly, in grado di attrarre sempre più appassionati. Come testimoniano i dati. Il mercato del turismo all'aria aperta, di grande appeal per i consumatori, è in grado di produrre valore sia per l'intero settore turismo sia per le realtà locali coinvolte, creando opportunità concrete d'impiego, fornendo l'occasione e la modalità di riavvicinarsi al territorio e sviluppando vantaggi per tutto l'indotto. A testimoniare anche l'Osservatorio firmato da Human Company che mette nero su bianco i numeri del turismo open-air. Nel 2019 il valore del mercato open-air si è attestato sui 5 miliardi di euro di fatturato globale (ricettivo, indotto e turismo in libertà inclusi). Mentre il fatturato parziale per le sole soluzioni d'alloggio e relativo indotto ha raggiunto i 3,3 miliardi di euro. L'accoglienza premium si conferma l'elemento di spicco delle strutture open-air italiane, fortemente determinante per un'esperienza a prova di recensioni (quelle con sentiment positivo ammontano all'83,6% sul totale). Per quanto riguarda la compagine degli ospiti, le famiglie rappresentano il 58% del totale, seguite dalle coppie con il 24% e dai gruppi di amici perlopiù Millennials e GenZ con il 13%. Il restante 5% è fatto da single. Gli ospiti fanno più attenzione ad alcuni elementi dell'esperienza open-air come l'ambientazione, la qualità dei servizi e l'accoglienza dello staff che incidono fortemente sulle recensioni online. Le famiglie rappresentano oltre la maggioranza dei recensori delle strutture open-air, ma le coppie sono la tipologia con il più alto tasso di soddisfazione.

CON UNA CAMPAGNA DIGITAL

OPEN AIR NEXT STEP IN COMUNICAZIONE CON BEYOND THE LINE

Open Air Next Step, progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia (Baia Holiday, Club del Sole, Crippa Concept, Human Company, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme) realizza la sua prima campagna adv "Vivi nuovi sogni, vivili Open Air". Il concept e lo script - curati da Beyond the Line con editing di Karenfilm - raccontano e rafforzano il posizionamento della vacanza open-air premium italiana, dando continuità alle recenti iniziative di **Open Air Next Step**. Da giugno fino ad agosto, la campagna verrà distribuita con un piano di video seeding su canali digital, con focus su YouTube, attraverso due formati da 45" e 15", attraverso operazioni di native adv con media partner e sulle social platform come Instagram e Facebook, che sono riferimento quotidiano dei differenti target di interesse. Sarà poi sulla piattaforma di Nuovisogni.it che l'audience sperimenterà un nuovo modo di connettersi alla vacanza open-air italiana. Tutti i contenuti di "Vivi Nuovi sogni, vivili Open Air" racconteranno gli asset della vacanza open-air dedicata a giovani famiglie, coppie millennials e gruppi di studenti, stabilendo una forte relazione con la propria audience e agendo nel campo del purpose con eleganza e intelligenza. Accanto all'esigenza di dare visibilità e valorizzare la qualità del segmento della vacanza open-air nella sua forma più evoluta, **Open Air Next Step** vuole dare una risposta concreta di vicinanza e impegno a 360° per la ripartenza post pandemia da coronavirus di quella che è una delle industrie più strategiche del tessuto economico nazionale, il turismo open-air, con una campagna di comunicazione digital per rendere consapevole il mercato turistico italiano dell'offerta ricettiva open-air Made in Italy.

Plein Air

Dieci regole per vacanze serene

I player di Open Air next step hanno stilato un vademecum per l'accoglienza nell'estate 2020

Un decalogo condiviso da tutti per garantire sicurezza e vacanze piacevoli ai turisti che sceglieranno il plein air come soluzione per la propria pausa estiva. Lo ha realizzato 'Oper Air next step', il progetto nato per volontà di Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme con la volontà di fornire un vademecum per un soggiorno outdoor in completa tranquillità. Le aziende hanno lavorato per ideare un'esperienza nel pieno rispetto delle nuove misure di sicurezza e norme di comportamento. Accoglienza, pulizia e formazione È stata istituita una gestione puntuale del flusso degli ospiti oltre alla possibilità di effettuare il check-in online prima dell'arrivo e check-out presso i propri alloggi. Inoltre l'accettazione in struttura potrà avvenire con modalità drive-through, senza uscire dalla propria auto. Nella fase precedente all'apertura delle strutture, tutti gli spazi all'aperto e al chiuso sono stati sottoposti a una pulizia straordinaria, anche mediante trattamenti all'ozono effettuati attraverso ditte specializzate. Lo staff di ogni struttura è stato coinvolto in momenti formativi dedicati a procedure da seguire e trasmettere ai clienti. Tutto il personale impiegato, inoltre, è stato dotato di dispositivi di sicurezza individuali. Alloggi, ristoranti, piscine Saranno disponibili, come di consueto, mobile home e tende glamping totalmente autonome, con bagno e cucina privati e sarà possibile richiedere un servizio di pulizia extra. Presso tutti gli spazi di ristorazione e acquisto verranno posizionati dispenser di detergenti, dispositivi per la sicurezza individuale e indicazioni relative al distanziamento necessario. Gli ingressi in bar e market saranno contingentati e sarà reso disponibile il servizio order&collect. Le piscine di ogni struttura saranno fruibili secondo i protocolli di Stato e Regione. Animazione e sport Per grandi e piccoli, sono state pensate attività di animazione innovative e completamente riprogettate, tutte previste per quanto possibile negli spazi all'aperto e nel pieno rispetto delle distanze sociali. Presso gli spazi sportivi utilizzabili verranno individuati e definiti percorsi di ingresso e di uscita e rispettato il distanziamento previsto. Tutti gli ospiti verranno invitati a rispettare le misure di sicurezza. Gli highlight

IGIENIZZAZIONE Fra le nuove pratiche individuate nelle strutture open air punti di igienizzazione negli spazi comuni e sanificazione di alloggi e altri servizi attraverso l'ozono.

DISTANZIAMENTO Sia negli spazi delle piscine che nelle parti comuni dei camping e dei glamping saranno contingentati gli ingressi e si posizioneranno ombrelloni e sdraio alle distanze richieste.

PERSONALE Prima dell'apertura, sono stati tenuti corsi di formazione per creare nel personale una cultura nuova nei confronti delle regole di sicurezza, che dovranno essere trasmesse agli ospiti

DIVERTIMENTO Nuove forme di animazione, anche attraverso i social, sono state studiate per permettere a chi trascorre una vacanza di vivere un'esperienza divertente

OPEN AIR Next Step detta il decalogo per una vacanza outdoor in piena sicurezza

OPEN AIR Next Step detta il decalogo per una vacanza outdoor in piena sicurezza June 5 2020 Mariella Belloni Marketing Journal Scheda utente Altri testi utente RSS utente Estate 2020, **OPEN AIR Next Step** scende in campo per garantire ai clienti una vacanza safe ed ecofriendly nelle proprie strutture 10 le aree di intervento: dalla sanificazione di ogni ambiente alla riprogettazione di spazi e attività ricreative, dalla formazione del personale alla regolamentazione dei servizi di accoglienza, dalle disposizioni sui distanziamenti e privacy degli alloggi al sistema di prenotazione per i market e la ristorazione Gli italiani sono pronti a ripartire e a godersi le tanto attese vacanze estive, ma non senza le giuste misure di sicurezza. Proprio per questo **OPEN AIR next step**, progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia - Baia Holiday, Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme - ha realizzato il vademecum per un soggiorno outdoor in completa tranquillità presso le proprie strutture di livello premium, quali gli open air village e i glamping. Le vacanze all'aria aperta sono senza dubbio la soluzione ideale per ritrovare l'equilibrio psico-fisico rispettando le disposizioni condivise dal Governo. Nella completa sicurezza intrinsecamente offerta da strutture che possono contare su spazi ampi, ora più che mai è infatti necessario garantire il distanziamento sociale suggerito dagli esperti. E' stato questo il punto di partenza dei sei player del progetto **OPEN AIR Next Step** che si sono impegnati nell'ideare un'esperienza nel pieno riguardo delle nuove misure di sicurezza e norme di comportamento, senza mettere da parte la grande cura e l'attenzione che da sempre vengono riservate al cliente e continuando a offrire il massimo comfort e piccoli tratti di lusso. Sono 10 aree quelle su cui le strutture sono intervenute per assicurare agli ospiti un soggiorno sereno e di qualità: Accoglienza, check-in / check-out È stata istituita una gestione puntuale del flusso degli ospiti nei Welcome Point dedicati, oltre alla possibilità di effettuare il check-in online prima dell'arrivo e check-out presso i propri alloggi. Inoltre l'accettazione in struttura potrà avvenire con modalità drive-through, senza uscire dalla propria auto. Procedura di pulizia e sanificazione Nella fase precedente all'apertura delle strutture, tutti gli spazi all'aperto e al chiuso sono stati sottoposti a una procedura straordinaria di pulizia, anche mediante trattamenti all'ozono effettuati attraverso ditte specializzate, che ha compreso la sanificazione degli impianti di climatizzazione, di piscine e parchi acquatici, degli uffici e locali a uso comune, di servizi igienici e alloggi. Formazione del personale Lo staff di ogni struttura è stato coinvolto in momenti formativi dedicati a linee guida e procedure da seguire e trasmettere ai clienti. Tutto il personale impiegato, inoltre, è stato dotato di dispositivi di sicurezza individuali per svolgere il proprio lavoro. Alloggi, mobile home e tende glamping Saranno disponibili, come di consueto, mobile home e tende glamping totalmente autonome, con bagno e cucina privati e sarà possibile richiedere un servizio di pulizia extra. Servizi igienici Oltre ai già previsti trattamenti di igienizzazione e ventilazione degli spazi, presso i servizi igienici gli ospiti troveranno dispenser di detersivi, definizione del distanziamento necessario e informazioni sulle norme di comportamento da rispettare. Market e ristorazione Anche presso tutti gli spazi di ristorazione e acquisto verranno posizionati dispenser di detersivi, dispositivi per la sicurezza individuale e indicazioni relative al distanziamento necessario. Gli ingressi in bar e market saranno contingentati e sarà reso disponibile il servizio order&collect. Area piscine Le piscine di ogni struttura saranno fruibili secondo i protocolli di

Stato e Regione. L'accesso sarà garantito ad un numero massimo di persone e con percorsi regolamentati, mentre la disposizione degli ombrelloni e dei lettini (igienizzati quotidianamente) sarà fissa, nel rispetto delle distanze richieste. Presso le aree piscine verrà garantita assistenza e sorveglianza secondo le norme di sicurezza. Animazione Per grandi e piccoli, sono state pensate attività di animazione innovative e completamente ri-progettate, tutte previste per quanto possibile negli spazi all'aperto e nel pieno rispetto delle distanze sociali. Inoltre sono state ideate attività online e sui social network. Aree sportive Presso gli spazi sportivi utilizzabili verranno individuati e definiti percorsi di ingresso e di uscita e rispettato il distanziamento previsto per attività individuali statiche (1 metro) e attività dinamiche (2 metri). Misure di sicurezza personali Tutti gli ospiti verranno invitati a rispettare puntualmente le misure di sicurezza previste per il singolo individuo, fino ad oggi condivise. Licenza di distribuzione: Mariella Belloni Vicecaporedattore - Marketing Journal

"Vivi nuovi sogni, vivili Open Air" la prima campagna adv di Open Air Next

"Vivi nuovi sogni, vivili Open Air" la prima campagna adv di **Open Air Next Step** per la promozione del turismo open-air **Open Air Next Step**, progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia: Baia Holiday, Club del Sole, Crippa Concept, Human Company, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme realizza la sua prima campagna adv "Vivi nuovi sogni, vivili Open Air". Il concept e lo script - curati da Beyond the Line con editing di Karenfilm - raccontano e rafforzano il posizionamento della vacanza open-air premium italiana, dando continuità alle recenti iniziative di **Open Air Next Step**. Da giugno fino ad Agosto, la campagna verrà distribuita con un piano di video seeding su canali digital, con focus su YouTube, attraverso due formati da 45" e 15", attraverso operazioni di native adv con media partner e sulle social platform come Instagram e Facebook, che sono riferimento quotidiano dei differenti target di interesse. Sarà poi sulla piattaforma di Nuovisogni.it che l'audience sperimenterà un nuovo modo di connettersi alla vacanza open-air italiana. Tutti i contenuti di "Vivi Nuovi sogni, vivili Open Air" racconteranno gli asset della vacanza open-air dedicata a giovani famiglie, coppie millennials e gruppi di studenti, stabilendo una forte relazione con la propria audience e agendo nel campo del purpose con eleganza e intelligenza. Accanto all'esigenza di dare visibilità e valorizzare la qualità del segmento della vacanza open-air nella sua forma più evoluta, **Open Air Next Step** vuole dare una risposta concreta di vicinanza e impegno a 360° per la ripartenza post pandemia da coronavirus di quella che è una delle industrie più strategiche del tessuto economico nazionale: il turismo open-air, con una campagna di comunicazione Digital per rendere consapevole il mercato turistico Italiano dell'offerta ricettiva open-air Made in Italy. "Questa campagna di comunicazione è nata per volontà dei player promotori di **Open Air Next Step**, ha raccolto consensi ed è supportata col contributo anche di molti camping village che hanno creduto nel progetto e aderito al nostro intento di promozione - afferma Loek Van De Loo di **Open Air Next Step** - Grazie a loro, riusciamo a dare un segnale forte e un grande supporto a tutto il segmento turistico delle vacanze open-air in particolare, oltre che ai clienti. Questa stagione ricettiva è certamente più breve, ma allo stesso tempo sfidante. Riteniamo che sia ancora più importante informare e ispirare nuovi clienti sulle possibilità di vacanze ed esperienze uniche che si possono vivere in strutture di qualità e in tutta sicurezza". Il progetto **Open Air Next Step** rappresenta l'innovazione del concetto di "campeggio" così come nato oltre mezzo secolo fa e punta a creare awareness attorno a un segmento della ricettività che fa delle strutture premium quali gli open air village e i glamping, la propria cifra distintiva. L'espressione glamping è infatti la fusione tra le parole glamour e camping e rappresenta un'esperienza di "community concept" naturalmente bella, sicura ed eco-friendly, in grado di attrarre sempre più appassionati. In Italia, alloggiare in mobile home di design o lodge tent, senza rinunciare alle comodità di una soluzione ricettiva tra le più evolute e a stretto contatto con la natura, è una modalità ancora tutta da promuovere e far conoscere. Link campagna: <https://youtu.be/0ZEzH0Y5POc> Sito web: <https://nuovisogni.it/> Credits: Agenzia Creativa: Beyond the Line Casa di Produzione: Karenfilm Ufficio Stampa: Connexia 29/06/2020 |

OPEN AIR Next Step detta il decalogo per una vacanza outdoor in piena sicurezza

Turismo **OPEN AIR Next Step** detta il decalogo per una vacanza outdoor in piena sicurezza 5
Giugno 2020 5 Giugno 2020 Gli italiani sono pronti a ripartire e a godersi le tanto attese
vacanze estive, ma non senza le giuste misure di sicurezza. Proprio per questo **OPEN AIR next
step**, progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia - Baia Holiday,
Club del Sole, CrippaConcept, Human Company, Vacanze col cuore e Vacanze di Charme - ha
realizzato il vademecum per un soggiorno outdoor in completa tranquillità presso le proprie
strutture di livello premium, quali gli open air village e i glamping.

Open Air Next Step lancia la prima campagna adv, on air da giugno ad agosto con focus su Youtube, Facebook e Instagram

Open Air Next Step lancia la prima campagna adv, on air da giugno ad agosto con focus su Youtube, Facebook e Instagram 29 Giugno 2020 Alcune funzionalità sono ridotte dalle tue preferenze! Questo accade perché la funzionalità "Google Youtube" usa dei cookie che hai scelto di disabilitare. Per vedere il sito completo abilita i cookies: Modifica le tue preferenze.

Open Air Next Step, il progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia: (Baia Holiday, Club del Sole, Crippa Concept, Human Company, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme) realizza la sua prima campagna adv 'Vivi nuovi sogni, vivili Open Air'. Il concept e lo script - curati da Beyond the Line con editing di Karenfilm - raccontano e rafforzano il posizionamento della vacanza open-air premium italiana, dando continuità alle recenti iniziative di **Open Air Next Step**. Da giugno fino ad Agosto, la campagna verrà distribuita con un piano di video seeding su canali digital, con focus su YouTube, attraverso due formati da 45" e 15", attraverso operazioni di native adv con media partner e sulle social platform come Instagram e Facebook, che sono riferimento quotidiano dei differenti target di interesse. Sarà poi sulla piattaforma di Nuovisogni.it che l'audience sperimenterà un nuovo modo di connettersi alla vacanza open-air italiana. Tutti i contenuti di 'Vivi Nuovi sogni, vivili Open Air' racconteranno gli asset della vacanza open-air dedicata a giovani famiglie, coppie millennials e gruppi di studenti, stabilendo una forte relazione con la propria audience e agendo nel campo del purpose con eleganza e intelligenza. Accanto all'esigenza di dare visibilità e valorizzare la qualità del segmento della vacanza open-air nella sua forma più evoluta, **Open Air Next Step** vuole dare una risposta concreta di vicinanza e impegno a 360° per la ripartenza post pandemia da coronavirus di quella che è una delle industrie più strategiche del tessuto economico nazionale: il turismo open-air, con una campagna di comunicazione Digital per rendere consapevole il mercato turistico Italiano dell'offerta ricettiva open-air Made in Italy. "Questa campagna di comunicazione è nata per volontà dei player promotori di **Open Air Next Step**, ha raccolto consensi ed è supportata col contributo anche di molti camping village che hanno creduto nel progetto e aderito al nostro intento di promozione", afferma nella nota Loek Van De Loo di **Open Air Next Step**. "Grazie a loro, riusciamo a dare un segnale forte e un grande supporto a tutto il segmento turistico delle vacanze open-air in particolare, oltre che ai clienti. Questa stagione ricettiva è certamente più breve, ma allo stesso tempo sfidante. Riteniamo che sia ancora più importante informare e ispirare nuovi clienti sulle possibilità di vacanze ed esperienze uniche che si possono vivere in strutture di qualità e in tutta sicurezza". Credits Agenzia Creativa: Beyond the Line Casa di Produzione: Karenfilm Ufficio Stampa: Connexia turismo

Open Air Next Step online con la sua prima campagna. Firma Beyond the Line

Campagne **Open Air Next Step** online con la sua prima campagna. Firma Beyond the Line L'adv verrà distribuita con un piano di video seeding online, con focus su YouTube, attraverso operazioni di native adv con media partner e sulle social platform come Instagram e Facebook oltre che su un sito dedicato di Caterina Varpi 29 giugno 2020 Condividi questo articolo Open Air Next Step - progetto nato per volontà di sei aziende del turismo open-air in Italia, Baia Holiday, Club del Sole, Crippa Concept, Human Company, Vacanze col Cuore e Vacanze di Charme - realizza la sua prima campagna adv, diffusa sul digital, 'Vivi nuovi sogni, vivili Open Air'. La creatività è di Beyond the Line con editing di Karenfilm. La comunicazione racconta e rafforza il posizionamento della vacanza open-air premium italiana, dando continuità alle recenti iniziative di **Open Air Next Step**. Da giugno fino ad agosto, la campagna verrà distribuita con un piano di video seeding online, con focus su YouTube, attraverso due formati da 45' e 15', attraverso operazioni di native adv con media partner e sulle social platform come Instagram e Facebook, che sono riferimento quotidiano dei differenti target di interesse. Sarà poi sulla piattaforma di Nuovisogni.it che l'audience sperimenterà un nuovo modo di connettersi alla vacanza open-air italiana. Tutti i contenuti di 'Vivi Nuovi sogni, vivili Open Air' racconteranno gli asset della vacanza open-air dedicata a giovani famiglie, coppie millennials e gruppi di studenti, stabilendo una forte relazione con la propria audience e agendo nel campo del purpose con eleganza e intelligenza. 'Questa campagna di comunicazione è nata per volontà dei player promotori di Open Air Next Step, ha raccolto consensi ed è supportata col contributo anche di molti camping village che hanno creduto nel progetto e aderito al nostro intento di promozione - afferma Loek Van De Loo di Open Air Next Step. - Grazie a loro, riusciamo a dare un segnale forte e un grande supporto a tutto il segmento turistico delle vacanze open-air in particolare, oltre che ai clienti. Questa stagione ricettiva è certamente più breve, ma allo stesso tempo sfidante. Riteniamo che sia ancora più importante informare e ispirare nuovi clienti sulle possibilità di vacanze ed esperienze uniche che si possono vivere in strutture di qualità e in tutta sicurezza'. Credits Agenzia Creativa: Beyond the Line Casa di Produzione: Karenfilm Ufficio Stampa: Connexia

VIAGGI

Il campeggio NON È MAI STATO COSÌ COOL

Ecolodge a due passi dalla spiaggia, glamping sui monti, itinerari in camper hippy style, tende a 5 stelle: le vacanze en plein air non sono più quelle di una volta. E questa è decisamente l'estate giusta per scoprirle

A CURA DI FEDERICA PRESUTTO

Bye bye sacco a pelo, fornello da campo e tenda che di notte fa freddo, e di giorno si muore di caldo: la vacanza open air - a contatto con la natura insomma non è più sinonimo di sistemazioni super spartane. Anzi: in Italia ci sono ben 2.650 strutture tra cui scegliere, e le realtà ad alto tasso di comfort - e glamour! - di certo non mancano. E poi, nell'estate del post-Covid questa è la tendenza, lo dicono pure i sondaggi: per 2 persone su 3 le vacanze a contatto con la natura sono un'ottima soluzione per evitare luoghi affollati, mentre per il 41% dei connazionali sono sinonimo di maggiore sicurezza dal punto di vista igienico-sanitario, grazie all'utilizzo di oggetti e attrezzature proprie (da un'indagine YouGov). Senza dimenticare che, in molti casi, si possono rivelare anche più ecosostenibili. W h a t e l s e ? CAMPING PER BEGINNER «Fare campeggio consente di mantenere il social distancing, una regola di vita che i cittadini di t u t t i i Paesi colpiti dalla pandemia hanno dovuto accettare, e che probabilmente farà a lungo parte delle nostre abitudini». Parola di Daniel Yates, f o n d a t o r e di Pitchup.com , p i a t t a f o r m a internazionale che m e t t e i n c o n t a t t o utenti e gestori di campeggi. Sul portale puoi scegliere t r a prenotare una semplice piazzola, uno chalet i m m e r s o nei boschi o una y u r t a da mille e una notte, con soluzioni che spaziano dalle vette dolomitiche agli uliveti pugliesi: insomma, il posto giusto per iniziare a esplorare il magico m o n d o dell'outdoor, specialmente se non sei una camperista p r o v e t t a e gli ultimi ricordi di una n o t t e in tenda risalgono all'epoca delle gite scolastiche. Se, invece, punti d r i t t a al glamping - il camping chic - scaricati l'app Nuovi Sogni (nuovisogni.it). Pensata da Crippa Concept (azienda italiana che produce mobile home e lodge t e n t per il t u r i s m o open air), ti p e r m e t t e di scoprire in quali angoli d'Italia puoi dormire, per fare un esempio, in una tenda deluxe con tanto di veranda esterna affacciata sul lago e scenografico letto a baldacchino (tu scegli l'alloggio che ti piace e l'app ti dice in quali camping è stato installato). 1. Minivan Volkswagen in affitto su Yescapa (prezzi da € 42 al giorno). 2. Vallicella Glamping Resort (a Scarlino, Toscana) di Vacanze col cuore. 3. Camping Sass D'Alca di San Cassiano (Bz), con piazzole da € 19/notte (su Pitchup). 4. Camping Union Lido di Cavallino-Treporti (Ve). LA T E N D A A N C H E IN CITTÀ L'idea di non dover percorrere un corridoio o prendere un ascensore per raggiungere la camera ti piace, ma non vuoi fare a meno di servizi come spa e ristoranti? Anche in questo caso le alternative sono tante: per esempio Union Lido Park Resort di Cavallino-Treporti (Ve), immerso in 60 ettari di verde, ha vasche per talassoterapia, piscine con fondo sabbioso, uno sport center con tre buche da golf, un maneggio e campi da tennis, con soluzioni per dormire che vanno dalle piazzole per tende e caravan (da € 10,40 a notte) a spaziosi villini in muratura (da € 86 a notte per 5 posti letto, unionlido.com). E poi ancora: Baia Holiday, con s t r u t t u r e che spaziano dalla Sardegna al lago di Garda (baiaholiday.com); Human Company, che offre anche i suoi "camping in town" a Firenze, Venezia e Roma per chi vuole visitare una città d'arte senza rinunciare all'approccio open air (,humancompany.com); Vacanze di Charme, con tende di lusso e appartamenti sparsi t r a la Toscana e l'isola d'Elba (vacanzedi charme. it); Club del Sole, 15 camping village, la maggior parte dei quali affacciati su spiagge top, dai Lidi di Ravenna alla costa teramana (clubdesole.com); Vacanze col Cuore, t r e glamping resort, due camping boutique

e anche due residence sparsi tra il Garda e la Toscana (vacanzecoicuoore.com). **ON THE ROAD IN LIBERTÀ** Open air sì, ma anche vanlife? C'è da scommettere che quest'estate camper e roulotte andranno alla grande: per affittarli c'è Yescapa.it, piattaforma di camper-sharing con una sconfinata scelta di veicoli, dai minivan per viaggi dal mood hippie alle motorhome più accessoriate. Sul loro blog trovi anche idee per road trip indimenticabili, dalla Puglia - con trekking sul Gargano, itinerari culturali in Valle d'Itria e città al tour costiero della Calabria. Se infine, dopo due mesi di lockdown, vuoi coltivare il tuo lato green, è appena arrivata in Italia [Agricamper](http://Agricamper.com), startup che offre ai camperisti iscritti (al costo annuale di € 29, agricamper-italia.com) di sostare gratis per 24 ore in un centinaio di realtà come fattorie, agriturismi e aziende vinicole. Non ti resta che fare le valigie. **A CURA DI FEDERICA PRESUTTO - TESTO DI CRISTIANA GATTONI**

Foto: Biking a Grado (Go), località ricca di camping nelle pinete sul mare (grado.it). 5. Itinerari rurali sul portale [Agricamper Italia](http://Agricamper.com), con soste in agriturismi, fattorie e aziende vinicole. 6. Glamping al resort Tenuta delle Ripalte (sulla Costa dei Gabbiani, isola d'Elba) di Vacanze di Charme. 7. La piscina del Norcenni Girasole Village, nel Chianti, prenotabile su Humancompany.com.