

Emma Villas aumenta i ricavi e non teme cali nel turismo. Le parole del ceo **Giammarco Bisogno**

LINK: <https://www.milanofinanza.it/news/emma-villas-aumenta-i-ricavi-e-non-teme-cali-nel-turismo-le-parole-del-ceo-giammarco-bisogno-2026041720312...>



Emma Villas aumenta i ricavi e non teme cali nel turismo. Le parole del ceo **Giammarco Bisogno** MF Milano Finanza; Di Raffaele Crocitti Sono oltre 600 le dimore di pregio gestite da **Emma Villas**, tour operator attivo nel settore degli affitti brevi turistici di ville e casali che riceve ogni anno 55 mila ospiti internazionali. Dopo aver chiuso il 2025 con 41,5 milioni di ricavi (in aumento del 21% rispetto al 2024) ed ebitda adjusted di 2,4 milioni (l'anno prima era stato di 590 mila), il suo fondatore e ceo **Giammarco Bisogno** racconta a Milano Finanza i prossimi passi della società, quotata sul segmento Egm. "Il 2025 ha visto un bilancio positivo dopo un 2024 non facile. Ma vogliamo migliorare ancora. Dopo la quotazione (avvenuta nel 2023, ndr) abbiamo attraversato una fase di rifocalizzazione finanziaria e operativa. L'anno scorso gli investimenti in tecnologia hanno supportato l'incremento delle vendite e

l'efficientamento dei costi", spiega **Bisogno**. Il modello di business di **Emma Villas** si basa su un mandato senza rappresentanza per cui il canone pagato dall'ospite viene suddiviso tra la società e il proprietario. "Il nostro punto di forza è il rapporto con proprietari e clienti, a cui offriamo servizi di primo livello, comfort ed esperienze. Per i proprietari inoltre è un vantaggio affidare a noi le loro ville, potendo così non pensare alla riqualificazione, alla promozione e ai servizi di accoglienza per mettere a reddito i loro immobili", spiega **Bisogno**. Il cliente tipo di **Emma Villas** è internazionale e alto-spendente, il ceo di **Emma Villas** resta fiducioso nonostante le crisi internazionali che potrebbero limitare gli spostamenti: "Come con il Covid, ci aspettiamo di lavorare ancora di più con gli italiani da un lato, dall'altro la chiusura di mete come Dubai in un

primo momento ha fatto aumentare le prenotazioni verso Italia e Spagna. Poi offriamo massima flessibilità e sicurezza nelle prenotazioni, assicurazioni e sistemi per consentire all'ospite di proporre un prezzo. La nostra forza è essere flessibili e veloci: nel turismo bisogna lavorare così". Non mancano poi gli investimenti nel digitale e in AI: "Servono molto per fare studi sul valore degli immobili e per il controllo di gestione aziendale. Inoltre stiamo implementando, in sede di prenotazione, sistemi per la personalizzazione dell'offerta e la comparazione dei prezzi, cosa che il cliente fa già autonomamente". Il 2026, secondo **Bisogno**, "può essere l'anno in cui consolidare la crescita anche grazie alle recenti acquisizioni come Domus Rental, con cui siamo presenti sul Lago di Garda: una meta sempre più richiesta" (riproduzione riservata)