

La produzione cresce del 21% nonostante le tensioni internazionali e le nuove piattaforme online

# L'Al entra nel turismo di lusso con i servizi di Emma Villas



**IL MONDO** del lusso e dell'alta gamma non tentenna, nemmeno durante le crisi internazionali o le pandemie. Lo dimostrano i numeri di Emma Villas, società attiva in Italia nella locazione turistica di breve termine di ville e casali di prestigio, quotata in Borsa dal 2023. «Sono molto soddisfatto dei risultati conseguiti anche nel 2025, risultati che non erano affatto scontati» commenta Giammarco Bisogno, ceo di Emma Villas. Il bilancio 2025 si è chiuso con un valore della produzione pari a 41,9 milioni, in aumento del 21% sui 34,7 milioni nel 2024. Nello scorso esercizio l'ebitda è risultato positivo per 1,55 milioni (-0,74 milioni nel 2024) e l'ebitda margin è risultato pari al 4% (-2% nel 2024). Nel 2025, inoltre, l'ebit è stato positivo e pari a 0,27 milioni (-1,9 milioni nel 2024) mentre il risultato netto è stato positivo per 6.823 euro (-1,5 milioni nel 2024). Dati confortanti anche per il mercato delle vacanze in Italia. Proprio il recente Osservatorio di Emma Villas, realizzato in partnership con AstraRicerche, indica che quasi 9 italiani su 10

hanno in programma almeno una vacanza nei prossimi 12 mesi, seppur con un approccio più prudente e consapevole considerato il contesto internazionale: calano i viaggi multipli e aumentano le partenze concentrate su un'unica esperienza di valore. La vacanza si vive sempre più all'interno della propria "cerchia": il 36,6% desidera viaggiare con gli amici e il 26,9% punta sulle family reunion. In questo contesto, la villa si conferma il modello ideale per conciliare privacy, convivialità e condivisione selettiva. «Per valorizzare al meglio l'esperienza abbiamo avviato un importante percorso di ottimizzazione della rete commerciale, rafforzandone efficacia e produttività, e proseguito con determinazione nell'attività di acquisizione di nuove ville e realtà imprenditoriali».

**Bisogno, tecnologia e intelligenza artificiale, come si coniugano con i servizi ad una clientela come la vostra?**

«Abbiamo investito in una partnership altamente qualificata con programmatori dedicati esclusivamente a Emma Villas,

ESTATE 2026:  
LO SGUARDO  
AL FUTURO

«Sotto il profilo turistico, credo che l'essere umano non rinuncerà con tanta facilità alle vacanze, soprattutto al tipo di vacanza italiana» il commento di Giammarco Bisogno (nella foto a destra), ceo di Emma Villas. «Per noi, come azienda, immagino che sarà un anno tutto sommato interessante, abbiamo lavorato molto sull'ottimizzazione dei costi e sul miglioramento delle vendite».

Nella foto a sinistra: due turisti



**GIAMMARCO BISOGNO, CEO DI EMMA VILLAS**

**«I grandi clienti vengono dalla Scandinavia, Germania, Svezia, Nord Europa e America. Ci sono anche delle nuove realtà che si stanno avvicinando.**

**La Polonia è una nazione che sta crescendo molto e poi abbiamo i fedelissimi italiani»**

contribuendo così a rafforzare ulteriormente la nostra capacità di sviluppo. Per noi l'intelligenza artificiale è utile soprattutto nel back office più che come front office. La nostra azienda ha un centinaio di dipendenti, l'obiettivo di Emma Villas è quello di mantenere un rapporto umano con i nostri clienti, ospiti e proprietari. Il rapporto umano è fondamentale. I nostri clienti ci chiamano per avere informazioni sulle ville, le esperienze, i servizi».

**Lei fa questo lavoro da 25 anni. Come è cambiato nel tempo?**

«Il turismo oggi è alle prese con il fenomeno dell'over-tourism. Ma nel settore delle ville questa dinamica non c'è. Le ville sono fuori asse dai centri storici. Una cosa che è cambiata è che oggi la clientela della villa cerca alcuni dei comfort di un albergo e quindi dobbiamo dare all'ospite una vera e propria alternativa che punta sui servizi di eccellenza. I grandi clienti vengono dalla Scandinavia, Germania, Svezia, Nord Europa, America e Inghilterra. Ci sono anche delle nuove realtà che si stanno avvicinando. Abbiamo

sviluppato un e-commerce integrato che permette ai clienti di prenotare un soggiorno in tutta Italia e di poter contare sulla disponibilità di un cuoco in villa, o una guida per visitare le bellezze del territorio. Ci sono inoltre cambiamenti per esempio nella maniera di prenotare, oggi esistono le cancellazioni gratuite, un tempo impensabili».

**Qual è la sfida nel vostro settore?** «L'avvento delle piattaforme online ha cambiato un po' le carte in tavola e allora la bravura di tutti noi che siamo in questo settore non è tanto ostinarsi a proporre lo stesso modello, quanto rimboccarsi le maniche e adeguarsi alle tendenze del mercato con creatività».

**Oggi però la situazione internazionale preoccupa..**

«Da quando faccio questo lavoro non c'è stato quasi mai un anno di totale serenità. Con tutti i difetti della nostra Italia, è una terra stupenda, bellissima e abbastanza sicura. Il Covid ci ha insegnato a lottare nelle difficoltà».

**Michela Berti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA