

FAMIGLIE IN VACANZA: MENO FIGLI, PIÙ ESIGENZE. COSÌ CAMBIA IL TURISMO FAMILY IN ITALIA.

Italy Family Hotels presenta il primo report nazionale sul settore: trend, dati e strategie per costruire un prodotto family vincente.

Milano, 21 maggio 2025 - In un mercato turistico sempre più esigente e competitivo, il segmento delle famiglie con bambini si conferma uno dei pilastri dell'hospitality italiana. Ma le famiglie di oggi non sono più quelle di ieri: **meno numerose, più eterogenee, più attente alla qualità e al benessere condiviso**. Italy Family Hotels – il più grande consorzio italiano di hotel specializzati – ha deciso di mettere nero su bianco questa trasformazione con il "**Family Report 2025**", il primo studio nazionale che analizza dati, bisogni e opportunità del turismo family nel nostro Paese. Il report, condotto dalla società di consulenza Thrends, ha posto sotto la lente di ingrandimento le dinamiche della domanda, i trend di mercato e le prospettive di sviluppo per il settore dei family hotel in Italia.

Il quadro che emerge è chiaro: **cala la natalità**, si riduce la dimensione media del nucleo familiare, ma **umentano le aspettative** verso l'esperienza di vacanza. Il target si frammenta – genitori single, famiglie ricostituite, vacanze con i nonni – ma è sempre più propenso a investire su servizi di valore. Chi sceglie un family hotel cerca **attenzioni specifiche, flessibilità, comfort e sicurezza**.

Ecco perché oggi **costruire un prodotto family vincente non è questione di "aggiungere un'area giochi"**, ma di progettare un ecosistema coerente, dedicato e riconoscibile. Un family hotel di successo è il risultato di un mix preciso di ingredienti:

1. La camera: cuore dell'accoglienza

Una "family room" non è solo una stanza grande. È uno spazio progettato per la quotidianità dei genitori con bambini: **due ambienti notte separati**, bagno comodo con lavabo ribassato, **dotazioni baby** (culla, fasciatoio, scaldabiberon), **ampie armadiature** e possibilità di preparare pappe veloci. La dimensione minima consigliata? **>25 mq**, con almeno il **20-30% dell'inventario dotato di camere a due ambienti**.

2. F&B: ristorazione a misura di grandi e piccoli

Il ristorante diventa un momento chiave della giornata. Buffet ad altezza bambino, **menù baby e infant**, orari flessibili, seggioloni e stoviglie dedicate. Ma anche attenzione a diete speciali, intolleranze, preferenze etiche. In parallelo cresce la richiesta di **aree biberoneria** (cucine mamme) e snack bar accessibili. La ristorazione è uno dei principali fattori di percezione del **valore complessivo del soggiorno**.

3. Animazione e playground: spazi per giocare, crescere, socializzare

Il nuovo family hotel integra **aree gioco interne ed esterne** differenziate per fasce d'età. Spazi morbidi per gli 0-3 anni, laboratori creativi, sale per miniclub e gaming. L'animazione – in house o in outsourcing – non è solo intrattenimento: è **cura, fiducia, relazione**. Almeno il **10% della superficie dell'hotel** dovrebbe essere dedicato a queste attività.

4. Acqua e wellness: relax e divertimento in famiglia

Piscine con area baby, giochi d'acqua, spray park e zone relax. Ma anche **spazi benessere** per adulti, magari con orari dedicati. L'acqua è uno degli elementi più apprezzati dalle famiglie, se ben organizzata e sicura. L'ideale è destinare almeno un altro **10% della superficie agli spazi acqua**, con una differenziazione chiara tra aree gioco, nuoto e wellness.

5. Servizi trasversali e attenzione ai dettagli

Dalla presenza di **passeggini e biciclette kids**, alla disponibilità di **merende, servizio baby sitting, check-in personalizzati, informazioni su attività locali**: tutto concorre a definire l'esperienza. Anche la **possibilità di lavorare in vacanza** è sempre più richiesta: spazi coworking, Wi-Fi veloce e silenzio sono elementi chiave per il genitore in smart working.

I RISULTATI PREMIANO CHI INVESTE

I dati raccolti nel report parlano chiaro: le strutture che hanno investito in una ristrutturazione completa in chiave family hanno registrato:

- **+85% di ricavi per camera**
- **+80% di ADR (tariffa media per camera)**
- **+35% di tasso di occupazione**

Un family hotel ben progettato è in grado di sostenere **un premium price**, fidelizzare il cliente e diventare leader nella sua destinazione.

IL CASO ITALY FAMILY HOTELS: UN MODELLO VIRTUOSO

Con **155 hotel affiliati**, un'audience annuale di **1,2 milioni di famiglie** e un valore economico generato superiore a **230 milioni di euro**, il consorzio Italy Family Hotels è il punto di riferimento in Italia per il turismo family. Le richieste di preventivo sono più che raddoppiate dal 2019, e il **ritorno medio per ogni hotel affiliato è superiore a 10 volte rispetto all'investimento annuale per l'affiliazione al consorzio**.

Non solo marketing, ma anche formazione, consulenza, check-up personalizzati e progetti su misura come il **Family Check** o lo **Shooting Family**. Una rete che mette al centro le famiglie, valorizzando l'identità e la crescita di ogni struttura.

Italy Family Hotels – In vacanza, in famiglia!

Italy Family Hotels riunisce 155 strutture certificate family al mare e in montagna, al lago e in collina. Gli hotel parte del consorzio, ognuno con una specifica personalità, si caratterizzano per l'attenzione e i servizi dedicati a bambini e genitori, classificati secondo una scala di punteggi che vanno da 3 a 5 BINO PLUS. I punteggi riguardano l'accoglienza, la ristorazione, le dotazioni in camera, la varietà delle attività ricreative, lo spazio dedicato ai bambini e l'offerta benessere. Il consorzio collabora inoltre con aziende leader nel segmento family. Entrando a far parte di Italy Family Hotels, gli albergatori hanno accesso a un circuito

multicanale che permette loro di intercettare la domanda del segmento family e di promuovere, commercializzare e profilare la loro offerta, oltre a beneficiare di corsi di formazione, sostegno e consulenze specifiche. Per informazioni e prenotazioni, consultare il sito: www.italyfamilyhotels.it

Consorzio Italy Family Hotels

Via Macanno 38/q

47923 Rimini

business@italyfamilyhotels.it

www.italyfamilyhotels.it

Scansione il QRcode per scarica tutto il materiale direttamente online.



Per ulteriori informazioni su questo contattare:

ABC PR Consulting

Elena Crepaz/Chiara Bartoli

Tel: +39 02 83527768

Elena Crepaz: e.crepaz@abc-prc.com; Tel: + 39 349 2827093

Chiara Bartoli: c.bartoli@abc-prc.com; Tel: + 39 345 4569748