# Club Med si rilancia: giro d'affari da quasi 2 miliardi di euro

club-med-e6572d32

**Club Med comunica il ritorno ai livelli pre-pandemici e chiude il 2022 con un volume d’affari raddoppiato, pari a 1,7 miliardi di euro, recuperando il 99% del valore rispetto allo stesso periodo del 2019.**

Grazie alle ottime performance dell’Europa e delle Americhe, e nonostante l’impatto delle residue restrizioni ai viaggi in Asia e della recrudescenza del Covid-19 in Cina, **il reddito operativo è stato pari a 98 milioni di euro**, tornando al valore pre-pandemico.
Il trend positivo sta proseguendo anche nell’anno in corso: a gennaio e febbraio 2023 il volume d’affari ha raggiunto il valore mensile più alto degli ultimi anni grazie al 77% di occupazione delle camere e **il numero di clienti è aumentato del 29%** rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente. Anche le partenze prenotate hanno visto una crescita rispetto allo stesso periodo del 2022, facendo segnare un aumento del 36% per il primo semestre e del 23% per il secondo semestre.

**Il valore dell’Italia per Club Med**

Club Med Italia nel 2022 ha registrato una crescita del 53% nel volume d'affari ritornando e superando i livelli di attività pre-pandemia. Negli ultimi anni, con le limitazioni nei viaggi verso le destinazioni internazionali, gli italiani hanno scoperto ancora di più le mete locali. Lo scorso anno gli ospiti italiani del **Club Med di Cefalù**, l'unico resort della gamma **Exclusive Collection** nel Mediterraneo, sono aumentati del 200% rispetto al 2019. Risultati assai positivi anche per le vacanze invernali al **Club Med di Pragelato**, che hanno visto un aumento del 100% negli ultimi tre anni, con una crescita del 35% per il target delle famiglie.
L’Italia si conferma inoltre un mercato ad alto potenziale in quanto **il 70% dei clienti italiani sono nuovi**. A ciò si aggiunge anche il fatto che la customer base italiana risulta perfettamente in linea con la proposta di Club Med, che si concentra attorno alle **famiglie (47%)**. Ma oltre a questo segmento già forte, l’Italia propone un numero elevato di coppie (33%), che scelgono i resort di Club Med soprattutto

per viaggi di nozze o destinazioni romantiche.
Un aspetto specifico dei clienti italiani è l'interesse per **l'esperienza locale**, il miglior esempio è l'enorme aumento delle vendite verso le località di montagna (+285% rispetto all'anno precedente) dove l'esperienza enogastronomica locale è maggiormente apprezzata e orientata al concetto di slow food.
"*L'Italia è da sempre un mercato prezioso per Club Med* – commenta **Rabeea Ansari**, managing director Southern Europe & emerging markets di Club Med – *Siamo orgogliosi di aver fatto riscoprire ai clienti italiani anche le destinazioni locali e di prossimità, come Cefalù dove è possibile apprezzare la Sicilia da prospettiva rinnovate, con una ricca offerta di attività sportive e relax. La performance delle vendite ci conferma poi che anche la formaula all inclusive sulla neve si sposa perfettamente alle attuali esigenze degli italiani, che apprezzano in particolare il Club Med Pragelato Sestriere in Piemonte dove abbiamo in programma di aprire un nuovo resort a San Sicario nel 2025*".
**Per il periodo 2023-2025** è prevista l'apertura di 17 nuovi resort Club Med, oltre a più di 10 ampliamenti/ristrutturazioni di strutture esistenti. Club Med ha progetti **in Benin, Sudafrica, Borneo e Malesia**.